



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2020, 3(5): 383-398.

DOI:10.26677/TR1010.2020.423

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



KAVRAMSAL MAKALESİ

Algı Yönetimi Kavramı Çerçevesinde Geleneksel Medyada Gerçeklik Algısı

Öğr. Gör. Dr. Seçil UTMA, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Atça MYO, Aydın, e-posta:

secilut@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5003-2137>

Öz

Toplumların anlam dünyasını sistematik bir şekilde belirli bir ideoloji çerçevesinde düzenleyen medya; gerçeğin temsilinde belirleyici konumdadır. Medya araçlarından gelen iletiler bireylerin bilgi yapılarını şekillendirmekte, kişinin algı yapısını oluşturarak yaşam deneyimlerini sınırlandırmaktadır. Medya iletilerine maruz kalan birey, kendi yaşamıyla medya iletilerini karşılaştırmakta, bunun sonucunda da çoğunlukla kendi deneyimlerini terk ederek, medya deneyimlerini benimseme yoluna gitmektedir. Günümüzün karmaşıklaşan toplumlarında gerçeklik insanlara medya araçları tarafından sunulmakta, çevrelerinde olup bitenler hakkında bilgi sahibi olmaları sağlanmaktadır. Bireylerin kendi deneyimleri ile algıladığı gerçeklik ile medya gerçekliği arasındaki fark, toplumsal gerçeklik alanının yapılanmasını sağlamaktadır. Medya bireylerin gerçeklikle bağlantısını güçlü biçimde yapılandırırken, medya tüketicileri bu sayede hiç yaşamadığı/yaşayamayacağı deneyim alanlarına tanıklık etmekte, bunlara ilişkin anlamlar üretmektedir. Günümüzde zihinlerin inşasının kaynağı konumunda olan medya aracılığıyla, ekonomiden siyasete, kültürden sosyal ilişkilere kadar yeni algı kalıplarının oluşması sağlanmakta, bu sayede düşünme ve eylem biçimlerimiz, kültürel ve sosyal hayatımız bu çerçevede oluşmaktadır. Çalışmada; algı ve algı yönetimi kavramları üzerinde durularak, geleneksel medyada gerçeklik algısının inşası kuramsal olarak ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Medya, Gerçek, Algı, Medya Gerçekliği, Algı Yönetimi.

Makale Gönderme Tarihi: 12.02.2020

Makale Kabul Tarihi: 02.05.2020

Önerilen Atıf:

Utma, S. (2020). Algı Yönetimi Kavramı Çerçevesinde Geleneksel Medyada Gerçeklik Algısı, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(5): 383-398.

© 2020 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.



CONCEPTUAL PAPER

**Reality Perception in Traditional Media within the Framework of Perception
Management Concept**

Dr. Seçil UTMA, Aydın Adnan Menderes University, Atça Vocational High School, Aydın, e-mail:
secilut@hotmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5003-2137>

Abstract

The media that systematically organizes the world of meaning in the framework of a certain ideology; is decisive in the representation of truth. The messages coming from the media tools shape the individuals' knowledge structures, and create their perception structure and limit their life experiences. The individual exposed to media messages compares media messages with his own life, and as a result, he often abandons his own experiences and adopts media experiences. In today's complex societies, reality is presented to people by media and they are provided with information about what is happening around them. The difference between the reality that individuals perceive with their own experience and the reality of the media provides the structuring of the field of social reality. While the media strongly configures the connection of individuals with reality, the media consumers witness and experience the areas of experience they have never experienced. Today, through the media, which is the source of the construction of minds, new patterns of perception, from economy to politics, from culture to social relations, are created, so our ways of thinking and action, our cultural and social life are formed within this framework. In this study; considering the concepts of perception and perception management, the construction of the perception of reality in the traditional media has been handled theoretically

Keywords: Media, Truth, Perception, Media Reality, Perception Management.

Received: 12.02.2020

Accepted: 02.05.2020

Suggested Citation:

Utma, S. (2020). Reality Perception in Traditional Media within the Framework of Perception Management Concept, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 3(5): 383-398.

© 2020 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.