Ulakbilge
Sosyal Bilimler Dergisi

"POST-TRUTH" ÇAĞI VE SOSYAL MEDYADA GERÇEĞİN SIRADANLAŞMASI

Fulya AKBUĞA
Öğretim Görevlisi, Dr., Ankara Üniversitesi, akbuga@ankara.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0324-8952

Akbuğa, Fulya. "Post-truth çağı ve sosyal ağlarda gerçeğin sıradanlaşması". ulakbilge, 83 (2023 Nisan): s. 369–374. doi: 10.7816/ulakbilge-11-83-06

ÖZ

Temel anlamda; gerçeği önemsizleştirme, gerçeklerden ziyade duygulara ve inançlara dayalı argümanların daha çabuk benimsenmesi gibi anlamlarda kullanılmakta olan ve dijital medya teknolojilerinin ve sosyal ağların epistemolojisine bağlı olarak ortaya çıktığı değerlendirilen "post-truth/hakikat sonrası" kavramı özellikle, 2016 yılındaki Amerikan Başkanlık Seçimleri ve Brexit tartışmaları sonrasındaki siyasî ortamda yaygınlaşmıştır. Günümüzde, sosyal ağların hızla yaygınlaşması ile yalan ve hakikat arasındaki sınırlar kaybolmuş, sahte haberler ve gerçeklerin çarpıtıldığı abartılı söylemler sadece sosyal medyadaki anonim kişilerce değil, bizzat siyasî figürler tarafından sıklıkla kullanılır hale gelmiştir. Yapılan araştırmalar, yalan haberlerin daha çabuk yayıldığını, abartılı içeriklerin daha fazla kabul gördüğünü gösterirken, hakikat-sonrası söylem, sosyal ağlarda adeta yeni bir gerçeklik halini almıştır. Post-truth kavramının sosyal medya içerikleri bağlamında ele alan ve sistematik derleme niteliğinde olan bu çalışmanın amacı; kavramın farklı araştırmacılar tarafından nasıl değerlendirildiğini incelemek ve "hakikat sonrası"nın kendisine sosyal ağlarda ne şekilde yer bulduğunu tartışmaktır. Sosyal medya araçlarının hakikat-sonrası söylemin yaygınlaşması için geniş bir zemin yarattığı aşikardır. Yalan, sahte ve abartılı haber ve söylemler ile mücadele etmenin en etkili yolu ise, dijital okuryazarlığın artırılması ve sosyal medya platformlarının bu konuda daha etik ve bilinçli hareket etmesi olarak ortaya çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: hakikat-sonrası söylem, sosyal medya, yalan haber

Makale Bilgisi:
Geliş: 3 Şubat 2023 Düzeltme: 16 Mart 2023 Kabul: 2 Nisan 2023

© 2023 ulakbilge. Bu makale Creative Commons Attribution (CC BY-NC-ND) 4.0 lisansı ile yayımlanmaktadır.

Giriş

"Gerçek" ve "hakikat" sözcükleri genelde eş anlamlı olarak kullanılsa da aslında birbirinden farklıdır. "Gerçek", bilenden bağımsız olarak varlık felsefesi yani ontolojinin konusudur. "Gerçek" zaten vardır; sadece keşfedilebilir, bulunabilir, anlaşılabilir yani anlamlandırılabilir. "Doğru" yani "hakikat" kavramı ise var olandan ziyade; bilgi, önerme, sav, kuram gibi bilgisel ifadelerin niteliğidir ve epistemolojinin konusudur (Yılmaz vd., 2020). Son yıllarda sıkça kullanılan "hakikat sonrası/post-truth" kavramı ile; gerçeğin göreceli hale getirilmesi, verilerin nesnelliğinin sıradanlaşması ve duygusal konuşmaların üstünlüğü kastedilmektedir (Zarzalejos, 2017). Oxford sözlüğüne göre; "post-truth" kavramının önüne gelen "post" ön eki, -genelde alışıldığı üzere- bir durumun/olayın sonrasındaki zamana atıf yapmaktan ziyade, önüne getirildiği kavramın önemsiz veya ilgisiz hale getirdiğini gösteren bir anlama sahiptir (Açıkalın & Canbey, 2022). Cambridge Sözlüğüne göre ise, *"İnsanların gerçeklere dayalı bir argüman yerine duygularına ve inançlarına dayalı bir argümanı kabul etme olasılıklarının daha yüksek olduğunu ifade eden"* bir durumdur (Cambridge Dictionary, 2023). "Post truth/hakikat sonrası" kavramı, iktidar sahiplerinin siyasi, ekonomik, sosyal, kültürel ve teknolojik yönlerine ve yoksul ulusa yönelik hegemonyasına vurgu yaparak bireylerin algılarını manipüle etmek için dezenformasyonu öncelemektedir. Çağdaş toplumlarda gerçeğe ve hakikî bilgiye saygı gösterilmesinden ziyade, duyguların ve inançların egemen olmasına atıfta bulunmaktadır (Neupane, 2020; Arslan, 2022). Lee McIntyre'ye göre; "post-truth/hakikat-sonrası", kendini kandırma ve yanılsamanın söz konusu olduğu ve neredeyse tüm güvenilir kaynakların itiraz edeceği bir yalana gerçekten inanıldığı zaman olarak tanımlanabilir. En saf haliyle post-truth; kişinin, kalabalığın tepkisinin bir yalan hakkındaki gerçekleri aslında değiştirebildiğini düşündüğü anda ortaya çıkmaktadır (McIntyre, 2018).

Post-truth kavramının ortaya çıkışı ve yaygınlaşması

Post-truth kavramının dünya çapında yaygınlaşması; Donald Trump'ın başkanlık kampanyası ve İngiltere'deki Brexit referandumu sırasında kullanılan söylemler ile başlamıştır (Arslan, 2022). Donald Trump, 2016'daki seçimler öncesinde ve sonrasında yaptığı konuşmalar ve kullandığı söylemlerde gerçeği çarpıtmasına ve verdiği demeçler halk tarafından da güvenilir ve doğru bulunmamasına karşın, Amerikan Başkanı olarak seçilmiş ve kullandığı hakikat üstü söylem bir nevî karşılığını bulmuştur. New York Times yazarları David Leonhardt ve Stuart Thompson, yazdıkları *"Trump'ın Yalanları"* başlıklı makalede, Trump'ın ilk görev yılında kullandığı ifadeleri ortaya çıkarmış ve söz konusu cümleler içinde gerçeğin çarpıtılmış, abartılmış örneklerini ve tamamen yalan olan içerikleri sıralamıştır. Buna göre, Trump'ın konuşmalarında kullandığı bazı cümleler şu şekilde sıralanmaktadır:

- Time Dergisinin kapağında 14-15 kez yer alarak bir rekora imza attığını söylemiştir. Ancak gerçekte Başkan Nixon, tam 55 kez kapakta yer almış, Trump, ise toplam 11 kez Time Dergisine kapak yapılmıştır.
- *"Meksika Devlet Başkanı bile beni aradı; güney sınırlarından çok az insan geliyor çünkü bizim sınırımızdan geçemeyeceklerini biliyorlar…"* şeklinde bir demeci olmuştur. Oysaki Meksika Devlet Başkanı, Trump'ı aramadığını söylemiştir.
- CNN Televizyonunun reytinglerinin çok düştüğünü ifade etmiştir. Gerçekte reytingler o dönem, son 5 yılın en yüksek seviyesindeydi.
- *"Vergi beyannamem muhabirler dışında kimsenin umurunda değil"* demiştir. Ancak, çoğu anket, Amerikalının bu konuyu umursadığını göstermekteydi.
- Teksas'ta Sahil Güvenlik'in 16 bin hayat kurtardığını söylemiştir; gerçek sayı çok daha küçüktür (Leonhardt & Thompson, 2017). Cümlelerin hepsi tamamen yalan veya sahte bilgi içermese de çarpıtılmış ifadeler ve abartılı rakamlar barındırmaktadır. Siyaseten kullanılan post-truth kavramı, tam da bu yaklaşımı anlatmaktadır.

Post-truth söylem, 2016'daki Brexit kampanyaları sırasında da sıklıkla kullanılmıştır. Söz konusu kampanyalar sırasında Brexitçiler tarafından en fazla dile getirilen argümanlar şunlar olarak ortaya çıkmıştır:

- İngiltere her hafta Avrupa Birliği'ne 350 milyon pound gönderiyor.
- İngiltere'ye göç edenlerin net sayısı 330.000'e ulaştı
- Türkiye ve diğer aday ülkeler Avrupa Birliğine girecek.

Bu tartışmalı konular, basında olduğu kadar, sosyal medyada gerçekleşen kişisel tartışmalarda da oldukça dikkat çekici hale gelmiştir. Türkiye'nin (ve diğer çeşitli ülkelerin) AB'ye katılabileceği ve dolayısıyla bu ülkelerin vatandaşlarının Birleşik Krallık'ta serbest dolaşıma izin verileceği, bu konuya dair somut kanıtlar olmamasına rağmen hararetle tartışılan bir konu olmuştur (Joyce, 2017). Her ne kadar 2010'lu yılların ikinci yarısında yaygın olarak kullanılmaya başlanmış olsa da, pek çok araştırmacıya göre "post-truth/hakikat-sonrası" söylemin tarihi daha eskilere dayanmaktadır.

Post-truth'un kökeni

Post-truth/hakikat sonrası terimini çağdaş bağlamında kullanan ilk kişi Sırp-Amerikalı oyun yazarı Steve Tesich'tir. Tesich, 1992 tarihli "A Government of Lies" adlı makalesinde Amerikan kamuoyunu Bush yönetiminin yalanlarını teslimiyetle kabul etmekle ve hakikat sonrası bir dünyada, yani gerçeğin artık önemli olmadığı bir yerde yaşamaya bilinçli olarak karar vermekle eleştirmiş; kavram, 2004 yılında, Ralph Keyes'in "The Post-Truth Era" adlı kitabının başlığında yeniden ortaya çıkmıştır. 2016'da yılında ise bu yeni ve belirsiz terim, Amerika Birleşik

Devletleri'nde Başkanlık Seçimleri ve Birleşik Krallık'ta Avrupa Birliği'nden çekilmeye ilişkin referandum (Brexit) sırasında hızla yaygınlaşmış ve siyasî bağlamda sıklıkla kullanılmaya başlamıştır (Brahms, 2020).

Pek çok araştırmacıya göre post-truth kavramı aslında yeni keşfedilen bir yaklaşımı içermemektedir. Morris, *"Gerçekten daha gerçek"* söylemiyle medya ve gösteri dünyasındaki hipergerçeklik fenomenine dikkati çeken Baudrillard'ın (1981) benzer görüşleri daha önce ortaya koyduğunu ifade ederken, sahte haberlerin, 20. yüzyılda daha önce var olan medya biçimleriyle ve Baudrillard tarafından detaylandırılan genel postmodernite eğilimiyle bir sürekliliğin parçası olarak değerlendirilmesi gerektiğini savunmaktadır. Morris'e göre; iletişim araçlarının ve kitlesel yeniden üretimin simülasyonu zaten aşikardır ve dijital çağ ve sosyal medya buna sadece yeni bir bağlam sağlamaktadır (Morris, 2021). Baudrillard, "giderek daha fazla bilginin ve giderek daha az anlamın olduğu bir dünyada yaşıyoruz" nerisinde bulundu ve "bilginin anlam ve anlamlandırmayı doğrudan yok ettiğini" ileri sürdü. (1994: 79).

Brahms ise, "Philosophy of Post-truth" adlı makalesinde, öteden beri yalanları gerçekmiş gibi göstermenin tüm siyasetçilerin bir özelliği olduğunun George Orwell'dan Hannah Arendt'e pek çok yazar ve filozof tarafından altının çizildiğini belirterek bu isimlerin görüşlerine yer vermektedir. Arendt, dürüstlüğün hiçbir zaman bir siyasetçinin erdemleri arasında sayılmadığını, yalanın her zaman siyasetçiler ve devlet adamları için gerekli ve haklı bir araç olarak görüldüğünü ileri sürer. Ona göre, olgusal gerçeğimizin hiçbir zaman yorumdan veya kişisel perspektiften tamamen bağımsız olmadığı doğru olsa da bu durum gerçekliğin ve gerçeklerin varlığına karşı bir argüman olarak hizmet edemez ve gerçek, fikir ve yorum arasındaki ayrım çizgilerini bulanıklaştırmayı haklı çıkaramaz. Yuval Noah Harari ve Lee McIntyre gibi isimler ise; hakikat sonrası fenomendeki yeniliğin hakikatin ve gerçeklerin varlığının reddi olmadığını, aksine gerçeklerin kişisel önyargılara ve öznel bir bakış açısına tabi kılınması olduğunu savunmaktadır (Brahms, 2020).

Günümüzün hakikat-sonrası fenomeni hakkında yeni olan unsurlar; bilgi tüketicileri ile onu destekleyen gerçekler arasındaki mesafe, bilgi patlaması ve yıkıcı teknoloji nedeniyle sürekli artması, kurumlara ve doğruyu söyleyenlere inancın azalması, bilimsel olarak ispatlanan gerçekleri reddederek kendi teorilerini üretenler (hastalılara karşı aşılanmaya karşı çıkanlar, küresel ısınmaya inanmayanlar, vb.) ve gerçeğin kriterleri üzerindeki şiddetli siyasi savaşlar olarak tanımlamaktadır (Brahms, 2020).

McIntrye de hakikat sonrası kavramının temelini bilimi inkâr eden yaklaşımlarda aramaktadır. Richard Marshall'ın kendisiyle yaptığı röportajda; "Bilim inkarının neden bu kadar önemli olduğunu düşünüyorsunuz?" şeklindeki sorusuna şöyle yanıt vermiştir:

"Bilimi inkâr etmenin tehlikesi, doğru olduğuna inanmak istemediğimiz şeyleri yeterli kanıt olmadan reddetmekte haklı hissetmemizi sağlamasıdır. Ve bu taşabilir. Örneğin, komplo teorilerine inanan insanlarda bulduğunuz bir şey, bir tanesine inanırlarsa, yirmi tanesine daha inanacak olmalarıdır. Bazıları tehlikeli görünmeyebilir, ancak bazıları kesinlikle tehlikelidir. Bu yüzden, özellikle ampirik konular hakkında, çizgiyi rasyonel inançtan yana korumanın önemli olduğunu düşünüyorum. Sanki bilim seçeneklerin olduğu bir kafeteryaymış gibi, insanların neye inanacaklarını ve neye inanmayacaklarını seçmelerine neden izin verelim? Aslında, bu tür insanlara "kafeterya şüphecileri" diyorum çünkü inanmak istediklerini doğrulamak için bilimi kullanıyorlar ve sonra doğru olmasını tercih ettikleri başka bir şeye parmak bastığında onu reddediyorlar. Bilim inkarını ciddiye alıyorum çünkü son yıllarda o kadar kötü bir hal aldı ki artık her şeyin olduğu bir 'inkârcı kültür' içinde yaşama tehlikesiyle karşı karşıya olduğumuz kanısındayım. Ve buna inanmıyorsanız, Trump ve 75 milyon Cumhuriyetçi seçmenin 2020 seçimlerinin çalındığı yalanına bakın" (Marshall & McIntrye, 2021).

Kalpokas'a göre; post-truth, hakikat ile yanlış arasındaki sınırların genel bir aşınmasını ve "doğruluk iddialarının doğrulanabilir gerçeklerden kopma durumunu ve doğrulanabilirlik dışındaki kriterlerin önceliğini" ima etmektedir (Kalpokas 2019'dan akt. Baker & Chadwick, 2020).

Post-truth ve sosyal medya

Ana akım medyada ilk olarak siyasî anlamda kullanılsa da kavramın dijital medya teknolojilerinin epistemolojisine bağlı olarak ortaya çıktığı değerlendirilmektedir (Açıkalın & Canbey, 2022; Güven, 2020). Edwards, sosyal medyanın post-truth (hakikat sonrası) dönemin inşasına ne şekilde katkı sağladığını şu maddeler ile açıklamaktadır:

- Coğrafi engellerin ortadan kalkmasıyla sosyal medyadaki yayınlar, adeta bir gürültü denizinde birbiriyle savaşan çeşitli kültürel, politik ve dini ideolojilerin bir potası haline geldi. Farklı ülkelerden gelen etkileme kampanyaları ile birleştiğinde, kaynağı farklı kültürler olan propaganda unsurları, kullanıcının hakikat algısını hızla değiştirebilmektedir.
- Farklı ülke ve kültürlerden gelen etkileme kampanyaları ile birleştiğinde farklı kültürlerden gelen ve onlar hakkındaki propaganda, kullanıcının hakikat algısını hızla değiştirebilir.
- Doğası gereği popüler sosyal medya platformlarındaki yankı odalarını teşvik eden algoritmalar, "filtre balonu" olarak bilinen, geçmişte sizin için iyi performans göstermeyen gönderileri size sunmaktan kaçınma eğilimi göstererek halihazırda etkileşimde bulunduğunuz içeriklere benzer daha fazla içerik sunmaktadır. Bu da sosyal medya kullanıcılarının gerçeklik algısını yıkan unsurlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

- Politikacıların sosyal medyada yer alması da gerçeği büken unsurlardan biri haline gelmiştir. Siyasî isimler, daha fazla seçmen toplamak için kampanya erişimlerini genişlettiler. Bu da, gerçeği kendi gündemlerine uygun bir şekilde çerçevelemelerine olanak sağlayarak insanların yanlış bilgilendirilmesi için alan açtı.
- Çeşitli gönderilerin ve yorumların beğeni sayıları da kişilerin görüşlerinin değişmesinde etkili olmaktadır. Sayıların, etkileşimleri nasıl algıladığınız üzerinde etkisi vardır ve bir tartışmada daha çok beğeni alan yorum, okuyan kişiye daha doğru gelebilmektedir.
- Araştırmalarda; Facebook'un emoji tepkileri içeren gönderilere, geleneksel beğenilerden çok daha fazla öncelik verdiği, duygu uyandıran gönderilerde ise sosyal medya etkileşiminin arttığı ortaya konulmaktadır. Özetle, daha az gerçeğe dayalı ve daha duygusal olan gönderiler daha iyi performans gösterecek ve takipçilerden daha çok ilgi görecektir.
- Facebook ve Cambridge Analytica skandalı, kişisel verilerinizin hedeflenen kampanyalara uygun gerçekliği üretmenin mümkün olduğunu göstermektedir. Cambridge Analytica, Facebook'ta bir kişilik testi yürütmüş ve bu testi kullanarak 87 milyona kadar kullanıcının rızası olmadan verilerini toplamıştır. Söz konusu veriler daha sonra analiz edilerek siyasi kampanyalar için seçmenleri hedeflemek için kullanılmıştır. İnternette kullanıcı tarafından oluşturulan içerikte gezinme ve bir firmanın gündemine uygun bilgi edinme süreci olan veri madenciliği, birçok şirket tarafından kullanılmakta ve gerçeklerin farklı biçimlerde algılanmasına katkı sağlamaktadır.
- Uzun süredir sosyal medyada olan bot hesaplar da yanlış bilgilerin yayılımını hızlandırmaktadır. Tweet'leri otomatik olarak zamanlayan veya tetikleyici kelimelere dayalı olarak insanlarla etkileşim kuran botlar farklı sosyal medya platformlarında kamuoyunu etkilemeye çalışmak için kullanılabilmektedir

Sonuç olarak, içinde yaşadığımız toplumda gerçeğe eskisi kadar değer verilmediğini söylemek hiç de yanlış olmayacaktır (Edwards, 2023). Çalışmalarında, post-truth matrisindeki uluslararası politik ekonominin sorunlarıyla, özellikle de post-truth ajanlarının medya yasalarının zayıflıklarını nasıl kullandıklarıyla ilgilenen Cosentino, post-truth'un dünya düzenini yeniden şekillendiren ideolojik çatışmalar ve jeopolitik güç mücadeleleri için bir alan işlevi gördüğünü savunmaktadır. Cosentino, medyanın ekonomi politiğindeki değişiklikleri, eğlence ve enformasyonun hibritleşmesini ve popülist siyasetin ortaya çıkışını da mevcut hakikat-sonrası duruma yardımcı unsurlar olarak değerlendirmektedir. Sosyal medya ise tüm bu tartışmaların merkezinde yer almaktadır (Cosentino, 2020). Neupane'ye göre, post-truth/hakikat sonrası biçimleri sosyal medyada; söylenti bombaları (rumour bombs), sahte haberler (fake news) ve yalanlar (lies) olmak üzere üç şekilde ortaya çıkmaktadır (Neupane, 2020).

Söylenti bombaları kamuoyunda kafa karışıklığı ve anlaşmazlık yaratır; dezenformasyona yol açar (Harsin, 2012). Sahte haberler, meşru haber içeriğini taklit eden kasıtlı olarak oluşturulmuş bir dezenformasyon biçimidir. Okuyucuları çekmek ve katılımı artırmak için genellikle dikkat çekici başlıklar, sansasyonel bir dil ve manipüle edilmiş görseller kullanır. Sahte haberlerin birincil amacı, hızla yayılmak ve çürütülmeden önce potansiyel olarak geniş bir izleyici kitlesine ulaşmaktır (Smith, 2020).

"Sahte haberler" evreni, basit yanlış haber hikayelerinden çok daha geniş kapsamlıdır. Bazı hikayelerde bir parça gerçek olabilir, ancak herhangi bir bağlamsal ayrıntıdan yoksundur. Herhangi bir doğrulanabilir gerçek veya kaynak içermez. Bazı hikayeler, doğrulanabilir temel gerçekleri içerebilir, ancak kasıtlı olarak kışkırtıcı, ilgili ayrıntıları dışarıda bırakan veya yalnızca bir bakış açısı sunan bir dil kullanılarak yazılır. "Sahte haber" üretilirken amaç; dezenformasyon yaratmak, kamuoyunu etkilemek veya gerçeği karartmak için kasıtlı olarak yanlış bilgileri yaymaktır (University of Michigan Research Guide, 2023).

"Yalanlar", yalan içerik ve haberler de hakikat-sonrası durum ile doğal olarak bağlantılıdır. En göze çarpan özelliği, yanıltıcı iletişim ve söylemlerdeki gözle görülür artıştır. Bufacchi'ye göre; gerçekleri kontrol eden veya söylentileri çürüten web siteleri, yeni "gerçek pazarları" ekonomisinin bir parçasıdır ve yalan ve aldatmacalar, yapısal olarak çağdaş siyasî iletişim ve gazetecilik pratikleriyle bağlantılıdır (Bufacchi 2020'den akt. Neupane 2020).

Post-truth çağında sahte haberlerin bilinçli olarak üretilmesi ve sosyal medyadaki dezenformasyonun artmasının yol açtığı olumsuz sonuçlar özellikle Covid-19 Pandemisi sırasında kendini hissettirmiştir. Yapılan bir araştırmada Türkiye'de ilk Covid-19 vakası açıklandıktan sonraki bir hafta içinde sosyal medyada yayılan haberlerin neredeyse hepsinin yanlış olduğu ortaya çıkmıştır (Aydın 2020'den akt. Açıkalın & Canbey, 2022). Öte yandan, günümüzde, sosyal ağlarda yanlış bilginin gerçek bilgiye göre altı kat daha hızlı yayıldığını ortaya koyan araştırmalar, sosyal medya platformlarının sahte haberlerin yayılması için bir üreme alanı haline geldiğini göstermektedir (Vosoughi vd., 2018).

Sosyal medyadaki hakikat-sonrası söylemler hukukî ve etik olarak sorunlu olmanın yanında bir takım güvenlik sorunlarına da yol açma potansiyeli taşımaktadır. Arslan, bazı kişi ve grupların, sosyal medyada yaydıkları dezenformasyon ve post-truth söylemler aracılığıyla dijital terörizme katkıda bulunduklarını ifade etmektedir (Arslan, 2022).

Lewandowsky ve diğerlerine göre; yanlış bilgilerin yayılmasına yol açtığı ve yankı odalarının oluşmasına katkıda bulunduğu için eleştirilen sosyal medya ortamlarında kullanıcılar, genellikle önyargı içeren bilgilere de

maruz kalmaktadır. Mevcut inançları güçlendirerek eleştirel düşünmeyi engelleyen bu durum, siyasi söylem ve geleneksel medyaya duyulan güvenin azalmasına ve toplumsal kutuplaşmanın artmasına katkıda bulunmaktadır (Lewandowsky vd. 2012'den akt. Akbuğa, 2023).

Laybats ve Tredinnick'e göre, söz konusu yanlış bilgi hastalığı için geleneksel çare; bilgi okuryazarlığı, dijital okuryazarlık ve eleştirel akıl yürütme becerileri olmuştur. Bilginin hızla çoğalması; güvenilir olmayan bilgilerin filtrelenmesinde toplama yönetiminin yerini alan kritik değerlendirme araçlarının önemini vurgulamaktadır (Laybats ve Tredinnick, 2016).

Sonuç

Post-truth/hakikat sonrası çağ; doğrunun ve yalanın iç içe geçtiği, gerçek algısının kişiye ve bağlama göre şekil değiştirdiği sahte ve abartılı içeriklerden oluşan söylemler ile yeni bir propaganda türü olarak sosyal ağlardaki haber ve içerikleri domine etmektedir. Post-truth söylem bir anlamda sosyal medya ile beslenmektedir. Bu durum, bireylerin haber alma özgürlüğünü engellerken, pek çok etik ve hukukî sorunun yanısıra güvenlik endişelerini ortaya çıkarmakta, algıyı yöneterek hem bilgi kirliliğine, hem de toplumda bir duyarsızlığa yol açmaktadır. Gerçeğin önemini kaybetmesi, yalan haberlerin sosyal medyada kontrolsüz bir şekilde yayılması kuşkusuz bilgi toplumunun temelleri için tehdit oluşturmaktadır. Bu konunun ciddi bir şekilde ele alınması ise siyaset yapıcıların, teknoloji şirketlerinin, medya kuruluşlarının ve sosyal medya kullanıcılarının ortak çabasını gerektirmektedir. Bu bağlamda, toplumda dijital medya okuryazarlığının artırılması için çalışılması, sosyal medya platformlarının algoritmalarını doğru haberleri öne çıkaracak şekilde güncellemesi, sahte içerik ve hesapların engellenmesi için daha güvenli bir dijital ortam sağlanması, doğru bilgiye ulaşmak açısından oldukça önem kazanmaktadır.

Kaynaklar

Açıkalın, Ş. N. ve Canbey, M. (2022). Post-Truth Bağlamda Sosyal Medya. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 2022 (57) , 1-11

Arslan, H. (2022). Sosyal Medyada Paylaşılan Post-Truth Söylemlerin ve Dezenformasyonların Türkiye'nin Güvenliğine Etkileri. *International Academic Social Resources Journal*. (eISSN: 2636-7637), Vol:7, Issue:44, pp:1874-1885.

Brahms, Y. (2020). Philosophy of Post-Truth. Institute for National Security Studies. https://css.ethz.ch/content/dam/ethz/special-interest/gess/cis/center-for-securities-studies/resources/docs/INSS_Philosophy-of-Post-Truth.pdf (Erişim tarihi: 02.07.2023).

Cambridge Dictionary (2023) Meaning of "post-truth". https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/post-truth (Erişim tarihi: 02.02.2023).

Cosentino, G. (2020), "Social Media and the Post-Truth World Order", https://doi.org/10.1007/ 9783-030-43005-4_1/ISBN978-3-030-43004-7ISBN978-3-030-43005-4 (eBook)

Edwards, B. (12 Nisan, 2023). "How Social Media Brought the Death of Truth". Make Use of İnternet Sitesi. https://www.makeuseof.com/how-social-media-brought-death-truth/ (Erişim tarihi: 02.02.2023).

Güven, A. (2020). Hakikatin yitimi olarak post-truth: Bir kavramsallaştırma denemesi. *İnsan ve İnsan Dergisi*. 7(23), 20–36.

Joyce, G. (2017) "Brexit Data: Post-truth Politics and the EU". https://www.brandwatch.com/blog/react-brexit-post-truth/
(Erişim tarihi: 04.02.2023).

Leonhardt, D. & Thompson, S. (14 Aralık, 2017) "Trump's Lies". New York Times İnternet Sitesi. https://www.nytimes.com/interactive/2017/06/23/opinion/trumps-lies.html
(Erişim tarihi: 29.02.2023).

Marshall, R. & McIntrye, L. (2021) Science denial, post-truth and our new dark age: Lee McIntyre interviewed by Richard Marshall
https://www.3-16am.co.uk/articles/science-denial-and-post-truth-on-our-new-dark-age
(Erişim tarihi: 25.02.2023).

McIntrye, L. (2018). "Post-Truth". London: The MIT Press.

Morris, J. (2021). Simulacra in the Age of Social Media: Baudrillard as the Prophet of Fake News. *Journal of Communication Inquiry*, *45*(4), 319–336.

Neupane, M. (2020). Post-Truth as Ethical Crisis with the Misuse of Social Media. *Cambridge Open Engage*. https://www.cambridge.org/engage/api-gateway/coe/assets/orp/resource/item/5f804ce0136add00199dda94/original/post-truth-as-ethical-crisis-with-the-misuse-of-social-media.pdf (Erişim tarihi: 03.02.2023).

Smith, J. (2020). Navigating the Web of Fake News: A Comprehensive Study of Misinformation on Social Media. Journal of Digital Communication, 28(2), 215-230.

University of Michigan Research Guide (2023) "What is Fake News". https://guides.lib.umich.edu/fakenews. (Erişim tarihi: 13.02.2023).
Yılmaz, A. , Yolcu, T. , Özkaynar, K. & Aykaç, Ö. S. (2020). Siyasal Pazarlama ve Siyasal İletişimde Post-Truth: Donald Trump Örneği. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi.* 21 (2) , 298-309
Zarzalejos, J. A. (2017). Communication, journalism and fact-checking. *Uno Magazine*, No: 27, 11–13. https://www.uno-magazine.com/number-27/communicationjournalism-fact-checking/

Ulakbilge
Sosyal Bilimler Dergisi

THE "POST-TRUTH" ERA AND THE ORDINARINESS OF TRUTH ON SOCIAL MEDIA

Fulya Akbuğa

ABSTRACT

The concept of "post-truth", which is used in the meanings such as trivializing reality, adopting arguments based on feelings and beliefs rather than facts, and which is considered to have emerged depending on the epistemology of digital media technologies and social networks has widespread in the political arena after the American Presidential Elections and Brexit debates in 2016. Today, with the rapid spread of social networks, the boundaries between lies and truth have disappeared, fake news and exaggerated discourses that distort the facts have become frequently used not only by anonymous people on social media, but also by political figures themselves. While researches show that fake news spread more quickly and exaggerated content is more accepted, post-truth discourse has become a new reality in social networks. The aim of this study, which deals with the concept of post-truth in the context of social media content and is a systematic compilation is to examine how the concept is evaluated by different researchers and to discuss how does it find a place in social media. It is obvious that social media tools create a wide ground for the spread of post-truth discourse. The most effective way to combat false, fake and exaggerated news and discourse is to increase digital literacy and make the social media platforms act more ethically and consciously in this regard.

Keywords: post-truth discourse, social media, fake news