



Asya Studies

Academic Social Studies / Akademik Sosyal Araştırmalar
Year: 5 - Number: 16, p. 163-182, Summer 2021

Covid-19 Aşılına Yönelik Üretilen Yeni Medya İçeriklerinin Post-Truth Kavramı Bağlamında Analizi

Analysis Of Produced New Media Contents For Covid-19 Vaccines In The Context Of The Post-Truth Concept

DOI: <https://doi.org/10.31455/asya.878400>

Araştırma Makalesi /
Research Article

Makale Geliř Tarihi /
Article Arrival Date
10.02.2021

Makale Kabul Tarihi /
Article Accepted Date
13.05.2021

Makale Yayın Tarihi /
Article Publication Date
30.06.2021

Asya Studies

Dr. Onur Karakař
Kocaeli Üniversitesi, Halkla İliřkiler
ve Tanıtım Anabilim Dalı,

onurkarakas90@gmail.com

ORCID ID

<https://orcid.org/0000-0001-8734-4671>

Yusuf Bahadır Doğru
Zonguldak Bülent Ecevit
Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
Halka İlişkiler ve Tanıtım Programı,
yusufbd@hotmail.com

ORCID ID

<https://orcid.org/0000-0002-7635-0766>

Öz

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi bilgilerin hızlı ve kolayca dolaşıma sokulmasının önünü açmıştır. Post-truth diye adlandırılan dönemde özellikle yeni medya, asılsız haberlerin/paylaşımların daha hızlı bir şekilde yayılmasına ve geniş kitlelere ulaşmasına sebep olmaktadır. Bunun sonucunda ise yeni medyadaki dezenformasyon daha çok artmakta ve çeşitli olumsuzluklara neden olmaktadır. Son dönemde dünyada hâkim olan Covid-19 pandemisi sebebiyle, yeni medya aracılığıyla Covid-19 aşılarına yönelik birçok çarpıtma ve yalan haber/paylaşımların yapıldığı gözlemlenmektedir. Bu bağlamda araştırmada teyit.org ve doğruluk payı doğrulama platformlarının Covid-19 aşılarıyla ilgili, yeni medya mecralarında dolaşıma sokulan paylaşımlara yönelik yaptığı değerlendirmeler post-truth kavramı bağlamında konu edinilmiştir.

Yapılan araştırmada nitel araştırma türlerinden biri olan betimsel analizden yararlanılmıştır. Çalışmada veriler doküman inceleme tekniğiyle elde edilmiştir. Araştırmada analiz edilecek araştırma dokümanları "dogrulukpayi.com ve teyit.org," isimli haber doğrulama (fact-checking) sitelerinden elde edilmiştir. Araştırmada incelenecek veri nesnelerinin fazla olması sebebiyle araştırmanın zaman sınırı, analizinin yapılmaya başlandığı tarih olan 4 Şubat 2021'den 4 Ocak 2021'e kadar olan bir aylık süreyi kapsamaktadır. Çalışma sonucunda, yeni medyada Covid-19 aşılarına yönelik üretilen içeriklerin, post-truth kavramının yapısına uygun biçimde, dezenformasyon yayan niteliklerde olduğu saptanmıştır.

Çalışma sonunda, Post-truth kavramının etkisinin azaltılması için, yeni medya kullanıcılarının yeni medyada karşılaştıkları haberleri/paylaşımlarını mutlaka çeşitli doğrulama platformları aracılığıyla teyit etmelerinin gerekliliği ve medya-okur yazarlığını artırmanın önemi de vurgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Post-Truth, Covid-19, Yeni medya, Aşı

Abstract

The development of new communication technologies enable fast and easy circulation of informations. In this period called post-truth, especially new media causes fake news / shares to spread faster and reach large masses. This situation may lead to more disinformation in the new media and to have negative consequences. Due to the Covid-19 pandemic that has dominated the world recently, it has been observed that many distortions and fake news / posts about Covid-19 vaccines are made through the new media. In this context, the evaluations made by teyit.org and Doğruluk Payı verification platforms regarding the posts circulated in new media channels regarding Covid-19 vaccines were the subject of the concept of post-truth.

Descriptive analysis which is one of the qualitative research types was used in the research. The data in the study were obtained by document review technique. The research documents to be analyzed in the study were obtained from the news verification (fact-checking) sites named "dogrulukpayi.com and teyit.org." Due to the large number of data objects to be examined in the study, the time limit of the research covers a period of one month from February 4, 2021, which is the date of analysis, to January 4, 2021. As a result of the study, it has been determined that the contents produced in the new media for Covid-19 vaccines, have disinformation-spreading characteristics, in accordance with the structure of the post-truth concept.

At the end of the study, in order to reduce the effect of the post-truth concept, the necessity of new media users to confirm the news/shares they encounter in the new media through various verification platforms and the importance of increasing media-literacy was also emphasized.

Keywords: Post-Truth, Covid-19, New Media, Vaccine

Citation Information/Kaynakça Bilgisi

Karakař, O. ve Doğru, Y. B. (2021). Covid-19 Aşılına Yönelik Üretilen Yeni Medya İçeriklerinin Post-Truth Kavramı Bağlamında Analizi. *Asya Studies-Academic Social Studies / Akademik Sosyal Araştırmalar*, 5(16), 163-182.

1. GİRİŞ

Yaşadığımız çağ, 21.yüzyıl dünyasında küresel ölçekte birçok kesintinin, kakafoninin, risklerin ve belirsizliğin hâkim olduğu, hakikatin ters yüz edildiği, post-modern dönemin evrimsel sürecinin bir sonraki aşaması olarak da nitelendirilebilecek olan post-truth çağıdır. Post-modernizmin hakikat üzerindeki parçalı yapısı, hakikatin bilinmezliği iddiası ve hakikatin birbirini kapsayan ve iç içe geçmiş farklı yorum formlarına dönüşmesi bizi post-truth kavramıyla karşı karşıya bırakmaktadır. En genel tabirle post-truth dönemi, hakikatin ve toplumsal gerçekliklerin nesnel/bilimsel veriler yerine, duygular, kanaatler, önyargılar ve her türlü yalan, manipülasyon ve hileli akıl yürütme (safсата) üzerine inşa edilmesidir.

Post-truth ve yeni medya simbiyotik ilişki içinde birbirini beslemektedir. Yeni medya sanıldığı gibi aksine insanları oldukça sınırlı ve türdeş bir dünyaya hapsedmektedir. Çünkü yeni medya algoritmaları, big data (büyük veri) kapsamında kullanıcıların çeşitli bilgilerini kayıt altına alarak, onların ilgi alanlarına, siyasi görüşlerine ve hobilerine uygun kişileri, sayfaları, haberleri ve paylaşımları sürekli karşısına çıkartmaktadır. Bunun sonucu olarak kendi zihin yapımızı yansıtan, türdeş gönderilere maruz kaldıkça, herhangi bir konu hakkındaki kişisel yargılarımız kısır bir döngü içerisinde sürekli olarak beslenmektedir.

Yeni medya teknolojileri ile, sıradan kitleler hem haber üreten hem de haber tüketen topluluklar haline gelmektedirler. Öte yandan söz konusu kitleler, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube ve Tiktok gibi yeni medya araçlarının geliştirdiği algoritmalar sonucu, birbiriyle özdeş kitlelere dönüşmektedirler. Neticede yeni medya çoğulcu ve özgür bir ortam yerine, filtre balonlarının ve yankı odalarının hâkim olduğu yani bireysel önyargıların, fikir ve düşüncelerin sonsuz döngüde tekrardan dolaşıma sokulduğu bir alan yaratmaktadır.

Paylaşımların eleştirel süzgeçten geçmediği, tarafların kendi düşünce ve kanaatlerini dogmatlaştırma derecesinde kabul ettiği, her türlü eleştirel görüşün nefret ve küçümseme ile reddedildiği yeni medya düzeninde kitleler her geçen gün komplo teorilerine daha fazla maruz kalmaktadırlar. Post-truth çağında komplo teorileri, gittikçe karmaşık ve belirsiz hale gelen hakikati basit açıklamalar sunarak domine etmeyi mümkün kılmaktadır (Brotherton, 2015:121). En temel ifadeyle kültürün özünün bilimsel verilere, kanıtlara ve olgular yerine duygu ve hissiyatlara dayandığı post-truth döneminde, önce eylem gerçekleşmekte daha sonra ise gerçekleşen eylem rasyonelleştirilmeye çalışılmaktadır (d’Ancona, 2017: 84). Brotherton’a göre (2015:233), öncelik inançlarımızdır. Ardından inançlarımıza uygun rasyonelleştirmeler yapılmaktadır. Komplo teorileri vasıtasıyla, kaos yerine belli bir düzenin mevcut olduğu betimlenmekte ve çok basit bir şekilde de olsa her şeye bir neden üretilmektedir. Kısacası, ironik bir biçimde komplo teorilerinin açıklamaları güven verici olmaktadır. Bu sebeple, post-truth çağında, komplo teorileri ısrarlı bir biçimde kitleler tarafından kabul görmekte ve her geçen gün artmaktadır.

Post-truth kavramına yönelik olarak literatürde yer alan çalışmalara bakıldığında, Eric Alterman’ın (2004) “When Presidents Lie” isimli eserinde II.Bush dönemini ve başkanın yalanlarını ifade etmek için “post-truth başkanlık” terimini kullandığı görülmektedir. Dijital toplumda bilgiye dair meselelere post-truth çağındakine benzer biçimde subjektif temellerle yaklaşılmasını “I-pistemology” (“I” İngilizcedeki ben, şahsım anlamıyla) terimiyle kavramsallaştırmaya çalışan Van Zoonen (2012) ise, I-pistemology’nin en büyük destekçisinin ise internet olduğunu ifade etmektedir. Dolayısıyla objektif bakış açısından yoksun nesnel olmayan bilgilerin internet aracılığıyla yayılması toplumda büyük bir dezenformasyona sebep olmaktadır. Rochlin (2017), gerçekleştirdiği bir çalışmada yalan haberle mücadele yollarının (sahte haber sitelerinin listesini yapma, sahte haber uyarısı veren uygulamalar indirme, sahte/sahte değil şeklinde kullanıcılarına haberlere oy verebilmelerini sağlayan siteler vb.) post-truth çağında ne kadar işlevsel olduğunu tespit etmeye çalışmıştır. Çalışmada sahte haber denilen türün artık “gerçek dışı veya iftira niteliğinde haberler yerine insanların hali hazırda kabul ettiği, kendi benliğinde, kanaat ve inanç sisteminde önceden var olan değerlere saldıran haberler” anlamına geldiği belirtilmektedir. Günümüzde bir haberi sahte olarak nitelendirmenin de “kişisel inanç, değer, tutum ve kanaatlere” bağlı olduğunu ifade eden Rochlin, bu sebeple gerçek anlamda güvenilir kaynaklardan ve kesinlikten yoksun haberlerin internetin doğasında hızlıca yayılıp viral hale gelebildiğini ifade etmektedir. Rochlin, sahte haberleri çok yönlü perspektiflerden inceleyen akademik eğitim programlarının yaygınlaştırılmasının bu konuda önemli olduğunu ifade etmektedir. Post-truth kavramını felsefi teorik bir çerçevede incelemeye çalışan Bufacchi (2020), Post-truth kavramının “toplumsal konsensüs” idealinin bir yansıması olduğunu ifade etmektedir. Bufacchi, çatışma ve uzlaşımın demokratik kültürlerde bulunması gereken temel unsurlar olduğunu, herhangi bir çatışmanın ya da karşıt görüşün belirtilmediği toplumlarda

diktatörlük eğilimlerinin ortaya çıktığını, çatışmanın olduğu ve karşıt görüşlerin rahat biçimde ifade edilebildiği toplumlarda ise birden fazla uzlaşma alanının oluşabileceğini ifade ederken post-truth'un birden fazla konsensüsün var olduğu durumlarda çelişkili bir biçimde kendisi için daha etkili olabilecek alanlar yaratabileceğini ifade etmektedir. Buffachi, Post-Truth'un, hakikate yönelik uzlaşmayı zayıflatmak amacıyla paradoksal bir biçimde hakikatin teorik temellerini ödünç aldığını ifade etmektedir. Ayrıca Bufacchi post-truth kavramının "doğru" kavramına tamamıyla zıt bir olgu olarak ele alınmaması gerektiğini bunun yerine "doğrunun etkisini ve gücünü kaybetmesi" gibi ifadelerin kullanılmasının daha doğru olacağını ifade etmektedir. Scerri ve Grech (2020) gerçekleştirdikleri empirik bir çalışmada geleneksel web sitelerinin ve yeni medya araçlarından Facebook'un Covid-19 sürecinde nasıl bir rol izlediğini tespit etmeye çalışmışlardır. Covid-19 temalı bir internet sitesi ve Facebook sayfasının kullanıcıları üzerinde gerçekleştirdikleri araştırma sonucunda web sitesinin ve Facebook sayfasının kendisini sürekli olarak güncel tutması, Dünya Sağlık Örgütü ve benzer akredite kuruluşlardan sağladıkları haberlerle iddia niteliğindeki bilgileri saf dışı bırakması gibi aktivitelere yer vermesiyle genel kamuoyunu bilgilendirici görev üstlendiği vurgulanmıştır. Araştırmacılar tıpkı Covid-19'un dünya üzerindeki yayılışı gibi sahte ve doğruluğu kanıtlanmamış birçok bilginin internet ortamında hızlıca yayıldığını kabul etmekle beraber, internet mecralarının kanıta dayalı bilimsel bilgiler vasıtasıyla toplumu bilgilendirici etkisinin de tamamen yok sayılamayacağını vurgulamışlardır. Güven (2020), iletişim araçlarının çağın hakikat algısını belirlediği iddiasında olan çalışmasında post-truth kavramını teknolojik-determinist yaklaşım temelinde tartışmıştır. Çalışmada post-modernizmin hakikatin varlığını reddeden tavrının elektronik medyanın yapısından kaynaklandığı ve post-truth kavramının bu bağlamda hakikatin çarpıtılması olarak değil hakikat arzusunun yitimi olarak tanımlanması gerektiği sonucu elde edilmiştir. Covid-19 salgını sürecinde yeni medya mecralarından Twitter'da oluşturulan İngilizce içerikleri inceleyen Ferrera (2020) ABD'de salgının resmi olarak başladığının ilan edildiği tarih olan 21 Ocak 2020'den 12 Mart 2020'ye kadar olan zaman aralığında yaklaşık 43 milyon tweetin botlar tarafından oluşturulduğunu, botlar tarafından üretilen bu içeriklerin yanıltıcı ve komplo teorilerine hizmet eder nitelikte olduğunu tespit etmiştir. Ceylan Tok (2020), yaptığı çalışmada post-truth dönemi ve göçmen karşıtı söylemler arasındaki ilişkiyi, Brexit ve Trump'ın başkanlık süreçleri üzerinden incelemiştir. Araştırmada sonuç olarak Brexit ve Trump'ın başkanlık süreçlerinde ortaya atılan göçmen karşıtı yalana dayalı iddiaların, post-truth çağına uygun bir biçimde, dijital aktörler aracılığıyla tarihte hiç görülmemiş bir hızda yayıldığı tespit edilmiştir.

Post-truth çağının temel bileşenlerinden olan sahte, yalan, çarpıtılmış bilgiler ve komplo teorileri, özellikle toplumsal çatışma, doğal afet ya da kriz dönemlerinde daha fazla üretilmektedir. İnsanlığın 2019 yılından bu yana tecrübe etmekte olduğu Covid-19 salgını sürecinde birçok asılsız iddia ve komplo teorisi üretilmektedir. Söz konusu komplo teorilerin içeriği virüsün kökeni, hastalığın karakteristiği ve salgına yönelik alınan önlemler ve kısıtlamalarla ilişkili olduğu gibi, özellikle son dönemlerde Covid-19 aşılıyla ilgili komplo teorileri, yalan ve yanıltıcı içerikler de yer almaktadır. Söz konusu içerikler özellikle yeni medya araçları vasıtasıyla çok sayıda kişiye ulaştırılabilmektedir.

Yapılan bu çalışmada ise, Covid-19 aşılına yönelik üretilen yeni medya içeriklerinin post-truth kavramı bağlamında analiz edilmesi amaçlanmaktadır. Araştırmada, genellikle nitel veri seti üzerinde detaylı araştırma gerektirmeyen verilerin işlenmesinde kullanılan betimsel analizden yararlanılmıştır. Araştırma verileri ise doküman analizi ile elde edilmiştir. Yeni medyanın gündeminde yer alan şüpheli bilgilerden, medyanın gündeme getirdiği iddialara ve şehir efsanelerine kadar çeşitli içeriklere yönelik doğrulamalar yaparak kullanıcılarını doğru bilgileri aktarmayı amaçlayan doğrulama sitelerinden teyit.org ve doğruluk payı yapılan çalışmanın örnekleme olarak seçilmiştir. Çalışmada örneklem olarak Doğruluk Payı ve Teyit.org platformlarının seçilmesini sebebi ise Türkiye'de sadece bu iki platformun Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı'na üye platformlar olmasıdır.¹ Döküman analizi sonucunda elde edilen veri nesnelere fazla olması sebebiyle araştırmanın zaman sınırını, analizin yapılmaya başlandığı tarih olan 4 Şubat 2021'den 4 Ocak 2021'e kadar olan bir aylık süre oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında çeşitli hipotezler öne sürülmüş ve öne sürülen hipotezler, teyit.org ve doğruluk payı platformlarından doküman analizi yöntemi ile elde edilen veriler aracılığıyla sınanmış, yeni medyada Covid-19 aşılına yönelik üretilen içeriklerin yalan, dezenformasyon ve çarpıtma gibi

¹ Belirli kriterlerde değerlendirmeye tabi tutulduktan sonra doğrulama platformları IFCN (International Fact-Checking Network- Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı) bünyesine dahil olabilmektedir. Türkiye'de sadece Doğruluk Payı ve Teyit.org bu ağa üyedir.

unsurları içerip içermediği, böylelikle post-truth kavramının doğasına uygun bir niteliğe sahip olup olmadıkları yorumlanıp tartışılmıştır.

2.POST-TRUTH KAVRAMI

Post-Truth kavramı, “hakikat ötesi”, “hakikat sonrası”, “hakikatin önemsizleşmesi” gibi farklı şekillerde dilimize çevrilen bir kavramdır. Post-truth kavramını tanımlamaya başlarken öncelikle “gerçeklik” ve “hakikat” kavramlarının neler olduğunu açıklamak önemlidir. “Gerçeklik” ve “hakikat” kavramları her ne kadar birbirlerine benzeseler ve hatta birbirlerinin yerine kullanılsalar da anlam olarak özdeş değildirler. Gerçeklik kavramı, bilenden ve bilinçten bağımsız bir şekilde var olan şeylere yönelik bir niteliktir. Gerçeklik denilen şey var olana ait olan bir özelliktir. Gerçeklik kavramı epistemolojinin (bilgi felsefesi) değil, ontolojinin (varlık felsefesi) ilgi alanıdır (Alpay, 2020: 27). Hakikat ise bir bilgiye sahip olan özne tarafından ortaya konulan ifadeler veya savlardır (Tepe, 2016:18-19). Wittgenstein’a göre (1979); “herhangi bir cümle onunla öyle olduğunu ifade ettiğimiz durum öyle ise hakikattir. Bilgi, biçimsel mantığın yasalarıyla herhangi bir çatışma içerisinde değilse ve bununla birlikte kendi nesnesine de uygun ise hakikattir (Tepe, 2016:62).

2016 yılında Oxford Dictionaries yılın kelimesi seçtiği post-truth kavramını; “Nesnel hakikatlerin belirli bir konu üzerinde kamuoyunu belirlemede duygulardan ve kişisel kanaatlerden daha az etkili olması durumu” olarak tanımlamıştır (Oxford Dictionaries). Kelime anlamının 2016 yılında ortaya konmasına rağmen aslında Post-truth geçmiş yıllarda da farklı şekillerde dile getirilen bir kavram olmuştur. Post-truth kavramı ilk olarak 1992 yılında Steve Tesich tarafından Amerikan Hükümetinin propagandalarının halk tarafından sorgusuz sualsiz kabul edilmesini eleştirdiği “Yalanlar Hükümeti” adlı makalesinde kullanılmıştır. 2004 yılında ise Ralph Keyes “The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life” adlı eserinde aynı kavrama değinmiştir.

Post-truth kavramı, gerçek ile gerçeğe yönelik olan yargılar arasında meydana gelen uygunsuzluğun önemsizlenmesidir (Alpay, 2020: 28). İlk çağlardan itibaren insanlar ihtiyaçlarını tatmin etmek ve doyum sağlamak amacıyla yalana başvurmuşlardır. Söz konusu yalanlar insanların söylem becerilerinin gelişmesinde önemli rol oynamıştır. Zaman içerisinde insanların hayal gücünün gelişmesi ve yaratıcılık özelliklerine sahip bireylerin toplum içerisindeki diğer bireylere kıyasla daha fazla öne çıkması, söz konusu diğer insanların da yalana ilgi duymasına ve yönelmesine sebep olmuştur (Özdemir, 2020). Ancak sadece yalana indirgenemeyecek olan, yalanı çokça içeren yalanın başka bir formu olan post-truth kavramının getirdiği en önemli yenilik ise, insanların kendilerine söylenenlerin ve maruz kaldıkları söylemlerin yalan olduğunun farkında olmalarına rağmen bu yalanları hakikat olarak kabul etmeleridir (Alpay, 2020: 29). Douai’ye (2019:124) göre ise post-truth çağı, politikacıların, popülist liderlerin ve kutuplaşmış kitlelerin kısacası “yeni hakikat elçilerinin”, toplumsal kurumlara ve hakikat nosyonuna meydan okudukları bir çağa işaret etmektedir.

Post-truth kavramını ele alanların çoğu, onu post-modernist fikirlerle ilişkilendirmekte ve özellikle post-modernizm olmasaydı post-hakikat fenomeninin ortaya çıkamayacağını iddia etmektedirler. (Yael, 2020). Post-modernizme göre hakikat denilen kavram izafidir (Kalın, 2013:257). Post-modernizmin dünyasında belirsizlik ve düzensizlik hakimdir. Hakikatin var olup olmadığı tartışmalıdır. Hakikatin akılla yani rasyonel bir biçimde bulunabileceğine yönelik düşüncelere şüpheyle yaklaşılmaktadır. Her şey öznenin perspektifine göre değişmektedir. Özetle, post-modernizm her şeyin göreceli olduğunu ve hiçbir bilginin kesinlik taşımadığını vurgulamaktadır. Amaç hakikate değil estetik olana ulaşmaktır. Post-modernizm gerçeğin temsil edilemediği bir evren yaratmıştır. Hatta bu evrende temsillerin de temsilleri üretilmektedir ve her şey birer gösterge biçimine dönüşmüştür. Artık toplumsal yapı tüm katmanlarıyla birlikte birer simülarktır ve gerçeğe ulaşma ideali yerini haz arayışına bırakmıştır (Alpay,2020:38).

Post-truth kavramı siyasetle yakından ilişkili bir kavramdır. Özellikle 2016 ABD seçim kampanyaları dönemi boyunca Trump’ın skandal olarak sayılabilecek birçoğu yalan ve çarpıtmaya dayalı söylemleri, popülist siyasetin post-truth ile olan simbiyotik ilişkisi olarak betimlenebilmektedir. Bir fact-checking (doğrulama) sitesi olan Politi-Fact’a göre, Trump’ın seçim kampanyası döneminde ileri sürdüğü ifadelerin %83’ü yarı doğru, “çoğunlukla yanlış”, “Yanlış” ya da “tamamen yalan”dır (PolitiFact, 2017). Aynı şekilde Unvision News’ Data Unit, başkanlık seçimlerine bir hafta kala Demokrat adayın söylediği her bir yalana karşılık, Cumhuriyetçi adayının yani Trump’ın dört yalan söylediğini belirtmektedir (Zarzalejos, 2017:11). “Obama’nın Amerika Birleşik Devletleri’nde doğmadığı, Obama’nın gerçek doğum belgesini gizlemek amacıyla yaklaşık 4 milyon dolar harcadığı, Trump’ın kendi ticari

imparatorluğunu babasından miras kalan çok küçük bir meblağ ile kurduğunu iddia etmesi” gibi ifadeler Trump’ın söylediği yüzlerce yalandan sadece bir kaçıdır (Freedland,2016). Benzer iddialar Brexit² sürecinde de ortaya çıkmıştır. Örneğin Avrupa Birliğine Birleşik Krallık tarafından haftalık 350 milyon pound yollandığı oysaki bu meblağın Ulusal Sağlık Servisinde kullanılmasının daha yararlı olabileceği, İngiltere’ye göç eden mülteci sayısının 333.000’e dayandığı, Türkiye ve diğer aday ülkelerin yakın zamanda Avrupa Birliği’ne katılacağı gibi söylemler ortaya atılmıştır (Forsyth ve Nelson,2018).

Hannah Arendt, 1967 tarihli “Hakikat ve Siyaset” isimli makalesinde, doğruluk ve dürüstlüğü hiçbir zaman bir siyasetçinin erdemleri arasında sayılmadığını, yalanın siyasetçiler ve devlet adamları için her zaman gerekli ve haklı bir araç olarak görüldüğünü ileri sürmüştür. Arendt, belirli bir siyasi grubun çıkarlarına aykırı olan olgusal gerçeğin, her zamankinden daha büyük bir düşmanlıkla karşılanacağını ifade etmiştir. Mertek (2020:222), Arendt’in siyasal teorisinin oluştururken kullandığı hakikat, yalan, imaj, sıradanlaşma, eylem gibi kavramların post-truth kavramını açıklamada son derece elverişli olduğunu ifade etmektedir. Yine Mertek (2020), post-truth kavramının hakikat, yalan ve siyasetin kesiştiği alanda yer aldığı ifade etmektedir. Post-truth siyasette, dil tamamen stratejik hale gelmektedir. Dolayısıyla, “Pathos”un fonksiyonları “logos” üzerinde hakimiyet kuracak hale gelmekte ve zamanla logos önemini yitirmektedir. (McComiskey 2017: 10-11, 20). Horne (2021), aslında hakikate yönelik iddialarda bulunmanın temelde politik bir süreç olduğunu ve sahte haberlerin günümüz politikasının yeni retorik biçimi haline geldiğini ifade etmektedir. Ona göre liderler ve hükümetler tarafından retorik bir strateji olarak kullanılan sahte haberler, haber medyalarını gözden düşürmeye ve bunların önemini kaybettirmeye çabalamaktadırlar. Tüm bu çabaların temelinde ise politikacıların ve hükümetlerin ifadeleri dışındaki her türlü bilgiyi “sahte haber” olarak nitelendirme amacı bulunmaktadır. Güvenilir kaynak, doğruluk ve kesinlik gibi temel gazetecilik kriterlerinden yoksun olan sahte haberler kamuoyunun medyaya olan güvenini sarsmakta ve ciddi sonuçlara sebep olmaktadır. Bu yeni retoriksel strateji tıpkı dezenformasyon ve propaganda da olduğu gibi gerçekleri gizlemekte ve sonuç olarak demokrasi ve kamuoyunun bilgilenmesi bakımından ciddi endişeleri ortaya çıkartmaktadır.

Sahte haber kaynakları, bilginin doğruluğu ve güvenilirliğini sağlayan editöryal denetimlerden yoksundur. Sahte haberler, misinformasyon (kasıtlı olarak oluşturulan yanlış bilgiler) ve dezenformasyon (insanlara ileilmek üzere kasıtlı olarak oluşturulan yanlış bilgiler) gibi diğer bilgi bozukluklarıyla benzerlik göstermektedir. Sahte haber kavramı tamamen yeni bir olgu olmasa da günümüz dijital toplumunda, bilginin istenen psikolojik etkiyi yaratmasını sağlamak amacıyla propaganda benzeri kullanımını ve "click-baitler"³ yoluyla ekonomik faydalar üretmenin bir yolu olarak kullanılmasını kapsamaktadır (Douai, 2019:125). Politik elitlere ve medya dahil toplumsal kurumlara olan güvensizliğin artması sonucunda demokraside meydana gelebilecek olan aşınmalar, kamusal ve akademik anlamda, sahte haberlere ilişkin temel korkuların merkezinde yer almaktadır. Sahte haberlerin artışa geçmesine yönelik kaygılar, sosyal medyanın Hillary Clinton'a saldıran ve 2016 ABD başkanlık seçimlerinde Donald Trump’ı destekleyen bariz yanlış haberleri dolaşıma sokmasından sonra yeniden gündeme gelmiştir. Söz konusu durumu kötü kılan ise, sahte haberlerin, bazı insanları etkileyerek toplumda şiddeti üretebilmesidir. Örneğin “pizzagate” ile ilgili dolaşıma sokulan ve Hillary Clinton’u çocuk istismarı iddialarıyla hedef alan komplo teorilerinden etkilenen bir kişi silahlanarak istismarın merkezi olduğu iddia edilen Washington’daki bir pizza dükkanına saldırıda bulunmuştur. (Douai, 2019:125).

Yeni medya mecraları post-truth kavramını karakterize eden çevrimiçi ortamlardır. Yeni medya mecralarında olgu ve kanaat birbirine yakın biçimde sunulmakta bu sebeple haber ile kanaat arasındaki ince çizgi muğlaklaşmaktadır (McIntyre, 2019: 89-95).

Yeni dijital medya platformlarının gelişimiyle birlikte bilgi nicelik olarak artmış ve ulaşılması kolay bir hal almıştır. Yeni medya platformlarının sağladığı hız, mekansızlık ve eş zamanlı olma özellikleri bilgiye ulaşımı kolaylaştırırken aynı yoğunlukta yalan ve manipülatif bilgilerin yayılımını da kolaylaştırmakta hatta niceliksel olarak yalan haberleri arttırmaktadır. Say’a göre (2020:151) bir gerçeği saklamak için radyo istasyonlarına el koyarak tüm haber akışını durdurmak gibi eski yöntemler yerine günümüzde bunu gerçekleştirmenin çok daha kolay bir yolu bulunmaktadır. O da “gerçeği bir yalan denizinin içerisinde boğmaktır.”

² İngiltere'nin Avrupa Birliği'nden ayrılması anlamına gelen ve bu doğrultuda gerçekleştirilen halk oylaması.

³ Click-bait, dikkat çekmek ve kullanıcıları bu bağlantıyı izlemeye ve bağlantılı çevrimiçi içeriği okumaya, görüntülemeye veya dinlemeye ikna etmek için tasarlanmış köprü metni veya küçük resim bağlantısı kullanan bir yanıltıcı reklam biçimidir.

3. POST-TRUTH ÇAĞINDA YENİ MEDYA DÜZENİ

Bilginin üretim sürecinin ve medyanın geçirmiş olduğu evrim, post-truth kavramının en önemli ontolojik sebeplerinden biridir. Modernizm döneminde ortaya çıkan ve önce ulusal, daha sonra uluslararası alanlara ulaşan geleneksel ana-akım medya, modernizmde başat olan paradigma çerçevesinde, hakikate ulaşmak için akıl yürütme yöntemlerini kullanan entelektüellerin kontrolü altında bulunmaktaydı. Tıpkı günümüzde olduğu gibi her türlü çarpıtma, iftira, söylenti, dedikodu ve asparagas haberler bu dönemde de yapılmaktaydı ancak üretilen ve yayılan bu sahte haberler belirli olgusal verilerle desteklenmeye çalışılır ve rasyonel bir çerçeveye yerleştirilmek istenirdi. Kısacası akıl, sorgulama ve entelektüel bir denetim hakimdi. Herhangi bir yalan haber üretilecekse bile bu ciddi sorgulama ve denetlemeleri geçebilecek kadar nitelikli olmak zorundaydı. Bu dönemlerde ana akım medya hakikatin önemsizleşmesini engelleyen bir mekanizma görevi görmekteydi (Alpay,2020:41). Ancak bu durum internetin ortaya çıkması ve akabinde 2004 yılında Ağ 2.0'ın ortaya çıkmasıyla birlikte tamamen değişime uğramaya başlamıştır.

İnternetin ortaya çıkmasıyla çizgisel ve hiyerarşik bir yapıda olmayan, interaktif iletişim süreçleri ortaya çıkmıştır. Demokratikleşmenin ve bireyciliğin ön planda olduğu internet iletişimi, kişisel görüşlerin ve düşüncelerin daha fazla ifade edilmesine ve gerçekliğin kişisel yorum formlarına dönüşmesine sebep olmuştur. Yeni medyadaki sosyal etkileşimin merkezindedir "fikir ifadesi" yer almaktadır. Örneğin bir gönderinin belirli özellikleri, daha fazla katılımı ve fikir ifade edilmesini teşvik edebilmekte ya da engelleyebilmektedir (Pang et al. 2016: 898). Mesajların anında iletilebildiği ve bu mesajların geniş bir izleyici kitlesi tarafından kendi sosyal ağlarında paylaşabildiği ve böylelikle mesaj erişiminin daha geniş kitlelere yayılabildiği günümüz iletişimi posth-truth için oldukça işlevsel bir faaliyet alanı ortaya koymaktadır. Post-truth, temel bileşenleri olan sahte haber ve önyargılar vasıtasıyla kendisini besleyerek, her geçen gün büyümekte ve kullanıcılar üzerindeki etkisini arttırmaktadır (Sim, 2019:11) İnternet ve yeni medya teknolojileri, bilginin üretimi ve yayılımı süreçlerinde geleneksel gazeteciliğin kontrol mekanizmalarını devre dışında bırakmaktadır. Bunun sonucunda ise editörlerin/eşik bekçilerinin gerçekleri belirlediği ve neyin haber değeri taşıdığına karar verdiği geleneksel kitle iletişim sistemleri yerine, dağınık, sıradan kullanıcıların bilgi üretiminde ön plana çıktığı, Manuel Castells'in, "Kitleleşme-öz iletişim" olarak ifade ettiği dönem (Web 2.0) ortaya çıkmaktadır. Bu yeni dönemde Google ve Facebook gibi yeni teknoloji şirketleri, algoritmaları aracılığıyla yeni bilgi ortamlarını yönetmekte ve yeni eşik bekçileri görevini üstlenmektedirler (Lewis vd.,2015). Yeni medya mecraları bilginin denetlenmesinde ve haberlerin yayılmasında eskiye ait olan ne varsa neredeyse hepsini değiştirmekte; kullanıcıların kendi dünya görüşlerine uyan, kendi sosyal ve politik eğilimlerini doğrulayan içeriklerin daha kolay ve daha hızlı yayılarak daha fazla kullanıcıya ulaşmasını sağlamaktadır. Söz konusu süreçleri problematik hale getiren şey ise, yanlış bilgilerin ve sahte haberlerin çevrimiçi ortamda yayılmasının inanılmaz hızıdır. İnternete bilgisayarların ardından akıllı cep telefonlarının da erişebilmesi ve her geçen yıl internet bağlantı hızının artması, internet üzerindeki bilginin dağıtım hızını geometrik olarak katlamaktadır. Bu değişim esnasında virallik (ağızdan ağıza yayılmak) niteliğin ve ahlakiliğin önceliğini yerinden etmektedir (Gooch, 2017:15). Bir grup MIT araştırmacısının gerçekleştirdiği ve Science dergisinde yayınlanan bir çalışmada (2018) Twitter'daki sahte haberlerin gerçek haberlere kıyasla çok daha hızlı yayıldığı ve daha fazla kullanıcı tarafından retweet edildiği ifade edilmektedir. Ayrıca araştırmacılar yalan içeriklerin doğru içeriklere nazaran daha yeni, eşsiz olması ve ilgi çekici bir anlatım akışı içermesi sebebiyle kullanıcılar tarafında daha sık paylaşıldığını ifade etmektedirler.

Facebook, 2004 yılında oluşturulduğunda, kullanıcıların mevcut arkadaşlarıyla bağlantı kurmasına ve yeni arkadaşlar edinmesine izin veren bir sosyal ağ sitesiydi. Kullanıcılar düşüncelerini paylaşabilir ve beğendikleri herhangi bir konuda çevrimiçi bir topluluğa katılabilirlerdi. Facebook büyüdükçe bir haber kaynağı olarak görülmeye başlandı. Bu durum, yalnızca kendi sayfalarında haber hikayeleri paylaşan kişiler aracılığıyla değil, aynı zamanda Facebook tarafından yönetilen "trend hikayeler" bölümünde de ortaya çıkmıştır. Bu paylaşımlar, "beğeniler" butonu tarafından yönlendirilmekte ve görmek istenilen haberleri görüntülemektedir. Doğal olarak, diğer şirketler sadece kullanıcı içeriği sunmakla kalmayıp, diğer kaynaklardan toplanan haberler için alternatif bir ağ oluşturmak istediler. YouTube 2005'te ve Twitter 2006'da kurularak gün geçtikçe haber kaynakları haline geldi (Mcintyre,2018:93).

Yeni medya platformlarının temel felsefesi oldukça fazla sayıdaki bireyleri mümkün olan en uzun süre boyunca ekran karşısında tutabilmek ve bu bireylere izletebildiği kadar reklam izletebilmektir. Kullanıcıların yeni medya platformlarında maruz kaldığı reklamların doğru olup olmaması bu platformlar

için önemli değildir. Bu bağlamda Facebook'un izin verdiği kara propaganda reklamlarının çeşitli ülkelerin seçimlerine yaptığı etki örnek olarak gösterilebilmektedir. Video izlemeye dayalı bir yeni medya platformu olan YouTube'da, bir videoyu izleyen insanlara "şimdi de şunu izle" önerilerini yapan algoritmanın, kullanıcıların ekran başında kalma sürelerini arttırmak için sunduğu "Başkan adayı Hillary Clinton küçük çocukları kaçırdı" başlıklı video önerileri de kullanıcıların maruz kaldığı post-truth içeriklere örnek olarak gösterilebilmektedir (Say,2020:151).

Yeni medya platformlarının haber kaynağı olarak yükselişi ile haber ve fikir arasındaki çizgide bulanıklaşmaya başlamaktadır. 2016 başkanlık seçimleri rekabet sürecinde, yeni medya gittikçe daha fazla içerik sağlayarak tarafların kendi zihinlerinde yer etmiş olan fanatik görüşlerini destekler bir nitelik göstermiştir. Söz konusu süreçte insanlar ana akım medyadın sağlamış olduğu ve daha az çarpıcı olabilecek içeriklerin aksine, duymak istediklerini (doğruluğu incelenmiş olsun ya da olmasın) anlatan "haber" içeriklerine erişmekteydiler. Bunun sonucunda insanlar kendi önyargılarına yönelik isteklerini doğrudan besleyebildiklerinin farkında değillerdi (Mcintyre, 2018:93-94).

Post-truth döneminde yeni medya platformları, hakikati hapsetmekte yalancı ve çarpıtılmış bilgiyi dolaşıma sokarak özgür bırakabilmektedir. Kuşkusuz yeni medya platformlarının yeni kamusal alan, ifade özgürlüğü, ifade çeşitliliği gibi olumlu yanları tamamıyla reddedilemeyeceği gibi, yeni medya platformlarının çeşitli değil türdeş fikirlerin bulunduğu, kendi benimsediğimiz fikirlere benzeyen görüşlere önem verdiğimiz, son derece izole ve kutuplaşmış bir ortam olması da göz önünde bulundurulmalıdır. Bahsedilen izole edilmiş ve kutuplaşmış ortamların oluşmasına aracılık eden, yeni medya mecralarının post-truth kavramıyla ilişkili kavramları olan "filtre balonları" ve "yankı odaları" kavramlarına değinmek bu noktada oldukça önemlidir.

Yeni medya mecralarında kullanıcılar, bir yankıyı andırır biçimde sürekli kendi görüşlerini bulabilmekte, söz konusu görüşlerini pekiştirmektedirler. Eko chambers ya da yankı odaları olarak adlandırılan bu durum yalancı haberlerin yeni medya platformlarında yayılmasına ve hakikatin önemini yitirmesine sebep olmaktadır. Bireyler kendileriyle pek çok yönden benzer kimselerle çevrimiçi ortamlarda da etkileşim de bulunmaya istekli görünmektedirler. Bireyler kendilerine benzer diğer bireyleri kendi iradeleriyle seçebildiği gibi Twitter, Facebook ve Google gibi mecralar, bireylerin çevrimiçi haber beslemelerine özel bilgi veren kişiselleştirme algoritmalarını da oluşturabilmektedir. Yani internetin bireyleri kitesizleştirme özelliği işletilmektedir. Eko odaları reklam geliri artırma amaçlı kullanımlarının yanı sıra insanların siyasi zihin haritalarını ortaya koymak için de kullanılmaktadır. Bireylerin yeni medya platformları üzerinde gerçekleştirdikleri paylaşım, beğeni ve etkileşimleri filtrelenerek tasnif edilmekte ve buna uygun olarak yeni medya mecraları üzerinden yoğun bir sahte haber yayılımı gerçekleştirilmektedir (Karagöz, 2018). Sosyal medyayı haber kaynağı olarak gördüğümüzde, tıpkı dünya görüşümüzle aynı fikirde olmayan insanları arkadaşlıktan çıkarabildiğimiz gibi, sevmediğimiz, görüşümüzle uyumlu olmayan haber kaynaklarını da görmezden gelebiliriz. Yeni medyada, haber içeriklerinin güvenilir veya gerçeklerden bağımsız olup olmadığı, arkadaşlarımızın beğendiği gönderileri önümüze getiren ve bizim dünya görüşümüze uygun haberleri karşımıza çıkartan algoritmaya bağlı olmaktadır. İronik olan, yeni medyanın güvenilir bilgiye, ulaşmaya çalışan herkesin bilgiye anında erişmesine izin verirken aynı zamanda bu durumun kendi kabullerimizi doğrulayan bir yankı odasından başka bir şey olmadığını bizlere göstermesidir (Mcintyre, 2018:94-95). Yeni medya mecralarında yankı odalarının yaptığı etki sebebiyle herkes kendi görüşüne yakın olan kimselerle etkileşim kurmaktadır. Bunun neticesinde doğru bilgi yerine her grubun kendi doğrusunun kendi duvarlarında yankılanarak pekişmesi durumu ortaya çıkmaktadır. Sonuç olarak insanlığı birleştirme misyonuyla sıklıkla anılan internet ortamının toplulukları kutuplaştırabileceği ortaya çıkmaktadır (Say, 2020:152). 2016 yılında Trump'ın Amerikan başkanı seçilmesinden sonra filtre balonları için demokrasinin önündeki bir engel olduğu değerlendirilmiştir. Çünkü sisteme endeksli çalışan haber kişiselleştirme teknolojileri, yeni medyadaki kullanıcıların önemli olarak nitelendirilebilecek pek çok içerikten habersiz kalmalarına sebep olabilmektedir (Chen vd., 2017:2182).

Yeni medya mecralarının ve arama motorlarının algoritmaları ve kendilerine has karakteristik özellikleriyle (hashtag gibi) insanları beğenebilecekleri içeriklere ve kendileriyle aynı görüşü paylaşan insanlara yönlendirmeleri, bizlerle aynı görüşte olmayan kişileri göz ardı etmemize sebep olmaktadır. Türdeş ya da birbirine çok benzer kişilerle ya da paylaşımlarla muhatap olmanın sonucunda ise kendi önyargılarımızı ve düşüncelerimizi sürekli olarak pekiştirilip güçlendirilmektedir. Neticede herhangi bir karşıt kanıt geliştirme ya da eleştirel bakış yöneltmeden sunulan içerik olduğu gibi kabul edilmektedir. Bu

durum yeni medya kullanıcılarını “filtre balonu” denen şeyin içerisine almakta, kompaktlaştırılmış ve içine girilemez insan gruplarının parçası haline getirmektedir (Prego, 2017:20).

Sosyal medya şirketleri, yeni medya platformlarında seçim, COVID-19 salgını ve daha fazlasıyla ilgili yanıltıcı bilgilerle başa çıkmaya çalışırken, Pew Araştırma Merkezi'nin anketine göre Amerikalıların büyük bir kısmı haberler için bu sitelere güvenmeye devam etmektedir. ABD'li yetişkinlerin yaklaşık yarısı (%53) sosyal medyadan "sık sık" veya "bazen" haber aldıklarını ifade etmektedir. Facebook, Amerikalılar için olağan haber kaynağı olarak öne çıkmaktadır. Yapılan ankete göre sıradan bir haber kaynağı olarak sorulan 11 sosyal medya sitesi arasında Facebook en üst sırada yer almakta ve Amerikalıların yaklaşık üçte biri (%36) bir haber kaynağı olarak gördükleri Facebook'tan düzenli şekilde haber almaktadırlar. İkinci sırada YouTube bulunmakta ve ABD'li yetişkinlerin %23'ü düzenli olarak bu platformdan haber almaktadır. Twitter, ABD'li yetişkinlerin %15'i için düzenli bir haber kaynağı olarak hizmet vermektedir (Shearer ve Mitchell, 2021). Bu veriler, haber içeriğimizin kaynağında (ve bileşiminde) büyük bir değişikliğin gerçekleştiğini göstermektedir. Geleneksel haber kaynakları hala var olsa da neyin gerçeklere dayalı doğru bir kaynağı olduğu ve neyin olmadığını söylemek gittikçe zorlaşmaktadır (Mcintyre,2018:94).

Sonuç olarak herkesin herhangi bir an ve mekânda hakikatlere ulaşabileceğini ve daha demokratik daha şeffaf bir toplumsal alan yaratma misyonları atfedilen yeni medya düzeni bunun tam tersi bir toplumsal alan yaratmıştır. Yeni medya düzeninde olayların sürekli biçimde yenilenmesi ve yinelenmesi zorunluluğuyla toplumsal ve siyasi belleği alt üst eden bilgi/haber üretim yapısı hakikatin izinin sürülmesini imkânsız hale getirmiştir (Tutal, 2017:8).

Yalan haberlerin yeni medya aracılığıyla etkisini artırması ve çok sayıda kişinin bu içerikleri sorgulamadan doğru kabul etmesi, sahte haberlerle mücadele ve bu mücadelenin nasıl yapılacağına dair tartışmaları gündeme getirmektedir. Bu konuda çeşitli oluşumların ve platformların çalışmaları mevcuttur. Örneğin Facebook sahte haberlerden nasıl uzak durulabileceğine dair bir liste hazırlamıştır. (BBC,2017). Listede yer alan maddeler şu şekilde sıralanmaktadır:

- Başlıklara dikkatli bir şekilde yaklaşmak,
- Internet adresini (URL) dikkatli bir biçimde incelemek,
- Haber kaynağını araştırmak,
- Haberin yazı tipinin sıradışı ya da alışılmışın dışında olup olmadığını incelemek,
- Fotoğrafları dikkatlice incelemek,
- Tarihleri kontrol etmek,
- Öne sürülen kanıtları ve iddiaları araştırmak ve kontrol etmek,
- Diğer haber kaynaklarından haberle ilgili bilgi toplamak ve karşılaştırmalar yapmak.

Facebook bu hamlesiyle özellikle 2016 yılından sonra büyük bir yükselişe geçen asılsız haberleri ve sahte videoları önlemeyi amaçlamaktadır. Öte yandan Almanya'da yeni medya platformlarında nefret söylemi, yalan ve sahte haber üretimine yönelik bir yasa girişiminde bulunmaktadır (BBC, 2018). Bunun yanı sıra içerisinde Türkiye'nin bulunduğu çok sayıda ülkede yalan haberlerle mücadele etmek amacıyla çeşitli doğrulama platformları oluşturulmaktadır. Özellikle de yeni medyada yer alan iddiaların kontrolünü yapan, doğrulama platformları çevrimiçi dezenformasyonla mücadelede önemli araçlardır. Ancak bununla birlikte bu doğrulama platformları halkın gözünde güvenilirliklerini sağlaması gerekmektedir (Brandtzaeg ve Folstad, 2017).

4.ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Yapılan araştırmada Covid-19 aşılmasına yönelik üretilen yeni medya içeriklerinin post- truth kavramı bağlamında analiz edilmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada nitel araştırma türlerinden biri olan betimsel analizden yararlanılmıştır. Araştırmada veriler doküman inceleme yöntemiyle elde edilmiştir. Nitel analizlerde veriler gözlem, görüşme ve dokümanlar aracılığıyla elde edilmektedir (Merriam, 2009). Doküman analizi basılı veya elektronik olmak üzere tüm belgeleri incelemek ve değerlendirmek için kullanılan bir yöntemdir. Nitel araştırma veri toplama yöntemlerinden biri olan doküman inceleme yöntemi diğer nitel araştırma yöntemlerinde olduğu gibi anlam çıkarmak, incelenen konuyla ilgili bir anlayış geliştirmek ve ampirik bilgi elde etmek için verilerin incelenmesini ve yorumlanmasını içermektedir (Corbin ve Strauss, 2008). Dokümanlar, nitel araştırmalarda etkili bir şekilde kullanılması gereken önemli bilgi kaynaklarıdır. Bu tür araştırmalarda, araştırmacı ihtiyacı olan veriyi, gözlem veya görüşme yapmaya gerek kalmadan elde edebilir. Bu anlamda doküman incelemesi, araştırmacıya, zaman ve maddi anlamda da katkı sağlamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013:218). Doküman analizi, resmi

raporları, kayıtları, yazışmaları, açık uçlu anketler alınan alıntılar vb. dokümanları kapsamaktadır (Labuschagne, 2003:101).

Araştırmacılar, araştırmada dokümanları kullanırken bunları saptırmadan, izin alınması gerekiyorsa izin alarak, kendi görüşlerine göre yorumlamadan, objektif olarak, araştırmanın başlangıcından bitişine kadar, veri toplama, analiz etme ve raporlaştırma safhalarında bilimsel etik ve yayın ilkelerine uygun olarak dokümanları ele almalı ve çalışmalarını tamamlamalıdır. Bilim insanları hangi tür çalışma olursa olsun, araştırmalarını yürütürken, raporlarken ve yayımlarken etik sorumluluklarını yerine getirmelidirler (Kıral,2020:185).

Yapılan çalışmada örneklem olarak yeni medyanın gündeminde yer alan şüpheli bilgilerden, medyanın gündeme getirdiği iddialara ve şehir efsanelerine kadar çeşitli içeriklere yönelik doğrulamalar yaparak kullanıcılarına doğru bilgileri aktarmayı amaçlayan doğrulama sitelerinden teyit.org ve doğrulukpayı platformları seçilmiştir. Teyit.org, yaygın bilinen yanlışlardan, sosyal medyanın gündemine oturan şüpheli bilgilere, medyanın gündeme getirdiği iddialardan, şehir efsanelerine birçok alanda doğrulama yaparak internet kullanıcılarının doğru bilgiye ulaşmasını sağlamak için çalışmaktadır. Teyit.org böylece birincil haber kaynağı olarak interneti kullanan kişilerin ve sivil toplum örgütlerinin çevrimiçi platformlarda hangi bilginin doğru, hangisinin yanlış olduğunu öğrenmesini sağlamaktadır. Ayrıca teyit.org eleştirel düşünme alışkanlığını kazandırmayı ve yeni medya okuryazarlığını artırmayı amaçlamaktadır (teyit.org). Türkiye'nin ilk siyasi fact-checking girişimi olan Doğruluk Payı ise, dünyanın önde gelen kurumlarıyla birlikte "Uluslararası Fact-checking Ağı-İlkeler Kılavuzu"nun temsilcilerinden biridir. Dünyanın önde gelen medya örgütlerinden biri olan Poynter bünyesindeki "Uluslararası Fact-checking Ağı", fact-checking kavramını geliştirmeyi amaçlayan bir organizasyondur. Ayrıca Doğruluk Payı, İzlemedeyiz Derneği'nin ve İzlemedeyiz Derneği İktisadi İşletmesi'nin bir projesidir(dogrulukpayi.com).

Çalışmada, doküman analizi sonucunda elde edilen veri nesnelere fazla olması sebebiyle araştırmanın zaman sınırını, analizinin yapılmaya başlandığı tarih olan 4 Şubat 2021'den 4 Ocak 2021'e kadar olan bir aylık süre oluşturmaktadır.

Araştırma kapsamında aşağıda yer alan hipotezler teyit.org ve doğruluk payı platformlarından doküman analizi yöntemi ile elde edilen veriler aracılığıyla sınanacak, yeni medyada Covid-19 aşılarına yönelik üretilen içeriklerin yalan, dezenformasyon ve çarpıtma gibi unsurları içerip içermediği, böylelikle post-truth kavramının doğasına uygun bir niteliğe sahip olup olmadıkları yorumlanıp tartışılacaktır.

H-1: Yeni medya mecralarında Covid-19 aşısıyla ilgili gönderiler dolaşıma sokulmaktadır ve bu haberler gönderiler çarpıtılmış, manipülatif, bağlamından koparılmış ya da tamamen yalan içeren gönderilerdir.

H-2: İnsanlar yapılan paylaşımları yorumlama, beğeni ve yeniden paylaşım gibi yeni medya mecralarının karakteristik özelliklerini kullanarak tekrardan dolaşıma sokmakta ve yanlış kanaat/düşünceleri beslemektedirler.

5.BULGULAR

Tablo 1. Covid-19 Aşısına Yönelik Yeni Medyada Yer Alan İddialar (Tablo, Doğruluk Payı sitesinde bulunan analizlerden derlenerek oluşturulmuştur)

Doğrulama Sitesi	Analiz Tarihi	Haberin/paylaşımın Başlığı	Haberin/paylaşımın İddiası	Doğrulama Sonucu
Doğruluk Payı	4 Şubat 2021	Astrazeneca/Oxford COVID-19 Aşısının DNA'yı Değiştirmek İçin Üretildiği İddiası	Aşının İnsanların DNA'sını Değiştirmesi	Yanlış
Doğruluk Payı	25 Ocak 2021	Aşı Firmalarının Hukuki Dokunulmazlık İsteddiği İddiası	Aşı Firmalarının Hukuki Dokunulmazlık İsteği	Kısmen Yanlış
Doğruluk Payı	20 Ocak 2021	RNA Temelli COVID-19 Aşısının Penis Boyunu Uzatdığı İddiası	Aşısının Penis Boyunu Uzatması	Yanlış
Doğruluk Payı	19 Ocak 2021	Aşıların Hiçbir Salgını Bitirmediği İddiası	Aşıların salgını bitirmediği ve salgının aşılarından çok önce azalması	Yanlış

Doğruluk Payı	19 Ocak 2021	COVID-19 Aşısının Yapılmasının Ardından Doktor ve Hemşirelerin Hayatını Kaybettiği İddiası	Kimi sağlık çalışanlarının aşı yaptırdıktan sonra hayatlarını kaybetmesi	Kısmen Yanlış
Doğruluk Payı	12 Ocak 2021	COVID-19 aşısı uygulandıktan sonra sindirimin duracağı iddiası	Aşı olduktan sonra sindirim sisteminin durması	Yanlış
Doğruluk Payı	12 Ocak 2021	Belçikalı bir doktor tarafından COVID-19'un tehlikesiz ve aşının etkisiz olduğu dile getirildiği iddiası	Belçikalı bir doktor tarafından COVID-19'un tehlikesiz ve aşının etkisiz olduğu dile getirilmesi	Yanlış
Doğruluk Payı	8 Ocak 2021	Türkiye'nin aldığı Çin menşeli Sinovac aşısının Çin'de kullanımının yasal olmadığı iddiası	Türkiye'nin de satın aldığı Çin menşeli Sinovac aşısının Çin'de kullanımının yasal olmaması	Yanlış
Doğruluk Payı	8 Ocak 2021	Pfizer/BioNTech COVID-19 aşısı yan etkileri sonucu hisse senedi fiyatının düştüğü iddiası	Pfizer BioNTech iş birliği ile üretilen COVID-19 aşısı olanların yan etkiler gördüğü için BioNTech firmasının hisse senedinin fiyatının düşmesi	Yanlış
Doğruluk Payı	5 Ocak 2021	Kamala Harris'in Oyuncak Şırıngayla COVID-19 Aşısı Olduğu İddiası	ABD'nin yeni başkan vekili Kamala Harris'in oyuncak şırınga ile COVID-19 aşısı olması	Yanlış

“Astrazeneca/Oxford COVID-19 Aşısının DNA'yı Değiştirmek İçin Üretildiği İddiası” Twitter'da 29 Ocak 2021 tarihinde yayılmaya başlamıştır. Birçok kullanıcı tarafından retweet edilerek ve beğenilerek, söz konusu iddia tekrar tekrar dolaşıma sokulmuştur.

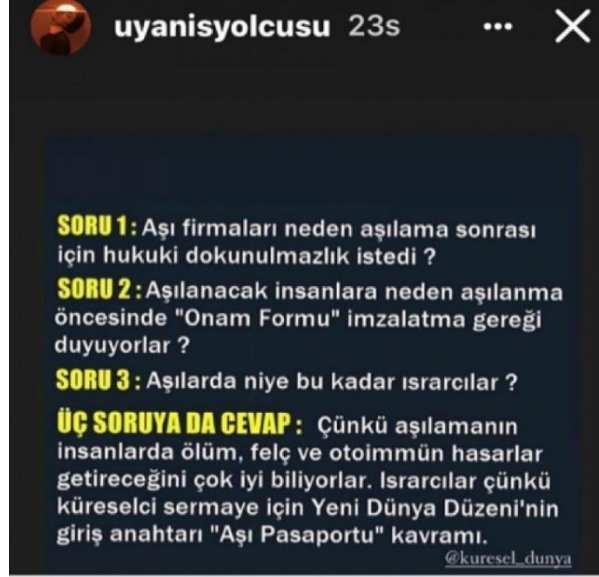


Görsel 1. Twitter'da Aşının DNA Değiştirildiğini iddia eden paylaşım

İddialar üzerine, 4 Şubat 2021 tarihinde paylaşıma ilişkin hazırladığı raporda doğruluk payı ekibi “Oxford Üniversitesi’nde yürütülen çalışmalarda, şempanzelerden alınan adenovirüsü genetik olarak değiştiriliyor ve bir kişinin gerçek koronavirüsü tanınması için eğitecek bir gen geliştiriliyor. Eğitilen virüs, enfeksiyonun vücuda bulaşması durumunda koronavirüse saldırmasını sağlıyor. Adenovirüs

hücrelere giriş yapabiliyor ancak hücre içinde çoğalmıyor. Yani, hücrenin DNA'sını değiştirmiyor.” ifadelerini kullanarak gönderinin niteliğini “yanlış” olarak ifade etmiştir.

“Aşı Firmalarının Hukuki Dokunulmazlık İstediği İddiası”nda bulunan paylaşım ise bir Instagram sayfası tarafından 17 Ocak 2021 tarihinde paylaşılmıştır. Söz konusu paylaşım 2.500’e yakın beğeni almıştır. Ayrıca aynı iddiaların facebook’ta da paylaşıldığı doğruluk payı ekibi tarafından ifade edilmektedir.



Görsel 2. Aşı Firmalarının Hukuki Dokunulmazlık İstediğini iddia eden paylaşım

Gönderiyi 25 Ocak 2021 tarihinde analiz eden dogrulukpayi.com, haberin “kısmen yanlış” olduğunu “Aşı firmalarına devletler tarafından dokunulmazlık verildiği ve onam formu imzalandığı doğru. Fakat bunların şirketlerin aşılama yol açacağı ölümleri saklamak ve gelecekte uygulanacak aşı pasaportu geliştirmek için olduğu iddiası yanlış.” ifadeleriyle açıklamıştır.

COVID-19 aşısı yapılmasının ardından doktor ve hemşirelerin hayatını kaybettiği iddiasında bulunan paylaşım bir Instagram gönderisi niteliği taşımaktadır. 10 Ocak 2021 tarihinde paylaşılan gönderinin binden fazla beğeni aldığı görülmektedir.



Görsel 3. COVID-19 aşısı yapılmasının ardından doktor ve hemşirelerin hayatını kaybettiğini iddia eden paylaşım

Doğrulukpayi.com ekibi tarafından analizi gerçekleştirilen gönderinin bazı doğru veriler taşımakla birlikte tamamen doğru olarak adlandırılmayacak bir nitelikte olduğu tespit edilmiştir. Haberi inceleyen doğruluk payı ekibi hazırladıkları raporda “Gönderide dile getirilen iddialardan ikisinde sağlık çalışanlarının aşı yapılmasının ardından hayatlarını kaybettikleri doğru. Fakat bu ölümlerle aşı arasında doğrudan bir bağlantı şu an için kurulamadı. Ölüm nedenleriyle ilgili çalışmalar devam ediyor. Gönderide dile getirilen son iddiaya konu olan hemşirenin ismine ise kayıtlardan ulaşılamıyor. Aşıyla ilgili bilgilendirme raporunda yüz felci etkisinden bahsedilse de bu etkinin popülasyonda görülen orandan daha fazla olmadığı belirtilmiş.” İfadelerine yer vererek gönderide iddia edilenlerin “kısmen yanlış” olduğunu tespit etmişlerdir. Covid-19 aşılılarıyla ilgili yeni medya ortamlarında dolaşıma sokulan dezenformasyonların inandırıcılığını arttırmak adına bir kanaat önderinin ya da sağlık otoritesi olarak görülen doktor, hemşire vb. kimselerin haberle ilintili hale getirilmeye çalışıldığı da gözlemlenmektedir. Hatta bazen hayali kanaat önderleri ya da sağlık otoriteleri türetilerek yalanlara meşruluk kazandırılmaya çalışıldığı da gözlemlenmektedir. Benzer şekilde yeni medya ortamında haberler bilimsel olarak geçerliliği kanıtlanmamış verilerin sunulması, cımbızlama, eksik anlatım, verilerin bağlamından koparılarak yeni sahte veriler elde edilmesi gibi çeşitli yöntemlerle gerçekliklerinden koparılmaktadırlar.

Yeni medyada, dezenformasyon nitelikli gönderilerin inandırıcılığını arttırmak için sahte kanaat önderi/sağlık otoritesi türetmeye ve bilimselliği kanıtlanmamış verileri sunmaya örnek olarak gösterilebilecek olan bir başka haber ise bir Facebook sayfasında 10 Aralık 2020 tarihinde yapılan paylaşımda görülmektedir. İlgili paylaşım, 240 binden fazla görüntülenmiş, 9 binden fazla kez paylaşılmış ve 3 binden fazla beğeni almıştır. Paylaşım Twitter sayfalarında da yer bulmuştur. Paylaşım video içeriği olup, Belçikalı bir doktor olduğu iddia edilen şahısın “Koronavirüsün mevsimsel bir nezle kadar tehlike arz ettiğini, aşının etkili olmadığını ve insanların aşya ikna edilerek bir kobay hale getirildiğini” söylediği iddia edilmektedir.



Görsel 4. Belçikalı bir doktor tarafından COVID-19'un tehlikesiz ve aşının etkisiz olduğu dile getirdiğini iddia eden gönderi

İlgili paylaşım doğruluk payı ekibi tarafından 12 Ocak 2021 tarihinde incelenmiş ve raporda “Facebook'ta paylaşılan bir videoda COVID-19 salgının sahte olduğu ve mevsimsel nezleden fazlası olmadığı, aşının güvensiz olduğu ve insan DNA'sını değiştireceği iddia edilmişti. Salgının başından bu yana yapılan bilimsel ve klinik araştırmalar bu iddiaların yanlış olduğunu gösteriyor.” ifadelerine yer vererek söz konusu paylaşımın niteliğinin “yanlış” olduğu belirtilmiştir. Rapor ayrıca, doktor olduğu iddia edilen kişinin doktor olduğunu kanıtlayan hiçbir kesin kanıtın bulunmadığını ifade etmektedir. Söz

konusu yanlış haberin, facebook platformuna özgü beğenme, görüntülenme ve gönderiyi yanıtlama özellikleriyle birçok kez dolaşıma sokulduğu, aşıya yönelik bilim dışı kanaatlerin sürekli bir döngü içerisinde beslendiği görülmektedir. Paylaşımın altında yer alan, gönderinin iddiasını ve aşı karşıtlığını onaylayıcı nitelikteki yorumlar, yeni medyanın hâkim önyargı ve kanaatleri beslemesinin temsili niteliğindedir.

Dünyada ve ülkemizde, aşıya karşı önyargıları yıkmak ve halkı bilinçlendirmek amacıyla birçok politikacı, sanatçı, sporcu ve bilim insanı kameralar karşısında aşı olmayı tercih etmektedir. Bu tür kriz ortamlarında toplumun bireyleri tarafından tanınan ve bir şekilde güvenilir olduğu düşünülen kimselerin kitleler üzerinde etkili olduğu söylenebilmektedir. Öte yandan yeni medya üzerinden Covid-19 aşılarına yönelik olarak uydurma, yanlış ya da çarpıtılmış enformasyon yayan kullanıcılar, bahsi geçen aşı destekçisi kimselerin “çeşitli numaralar ve hileli yöntemler kullanarak aşı olmadığını, sıradan insanların kobay olarak kullanıldığını/kullanılacağını” iddia etmekte ve buna yönelik birçok manipülasyona başvurumaktadırlar.

Tablo 2. Covid-19 Aşısına Yönelik Yeni Medyada Yer Alan İddialar (Tablo, teyit.org sitesinde bulunan analizlerden derlenerek oluşturulmuştur)

Doğrulama Sitesi	Analiz Tarihi	Haberin/Paylaşımın Başlığı	Haberin/Paylaşımın İddiası	Doğrulama Sonucu
Teyit.org	26 Ocak 2021	Pfizer/BioNTech aşısının beklenenden daha az etkili olduğu iddiası	Pfizer/BioNTech Covid-19 aşısının beklenenden daha az etkili olduğu	Yanlış
Teyit.org	22 Ocak 2021	Videodaki kadının aşı nedeniyle titrediği iddiası	Covid-19 aşısı vurulan kadının aşı nedeniyle titrediği	Sonuçlandırılmadı
Teyit.org	21 Ocak 2021	Sinovac'ın CoronaVac aşısının etkinliğini yüzde 70 olarak açıkladığı iddiası	CoronaVac aşısının etkinliğinin yüzde 70 olduğu	Yanlış
Teyit.org	19 Ocak 2021	Nusret'in Türkiye'de aşı olduğu iddiası	Restoran zinciri sahibi Nusret Gökçe'nin Türkiye'de Covid-19 aşısı olduğu	Yanlış
Teyit.org	18 Ocak 2021	Sinovac aşıları enjektörlerde satıldığından Erdoğan ve Koca'ya uygulananın başka bir aşı olduğu iddiası	Erdoğan ve Koca'ya uygulananın aşının Sinovac'tan başka bir aşı olduğu	Yanlış
Teyit.org	18 Ocak 2021	Norveç'te 13 kişinin Pfizer-BioNTech aşısı nedeniyle hayatını kaybettiği iddiası	Pfizer-BioNTech aşısı nedeniyle Norveç'te 13 kişinin öldüğü	Sonuçlandırılmadı
Teyit.org	15 Ocak 2021	Fotoğrafın Sağlık Bakanlığı'na ait güncel aşı arabasını gösterdiği iddiası	Sağlık Bakanlığı'na ait Covid-19 aşısı arabasının olduğu	Yanlış
Teyit.org	13 Ocak 2021	Kocaeli Üniversitesi rektörünün torpille önden Pfizer aşısı olduğu iddiası	Kocaeli Üniversitesi rektörünün öncelikli Pfizer aşısı olduğu iddiası	Yanlış
Teyit.org	12 Ocak 2021	Alişan ve Çağla Şikel'in sağlık çalışanları erişemezken Covid-19 aşısı olduğu iddiası	Alişan ve Çağla Şikel'in öncelikli olarak Covid-19 aşısı olduğu	Yanlış
		Videonun Kamala Harris'in	Kamala Harris'in aslında	

Teyit.org	06 Ocak 2021	aslında aşı olmadığını gösterdiği iddiası	aşı olmadığı	Yanlış
Teyit.org	04 Ocak 2021	BİM’de Covid-19 aşıları satıldığı iddiası	Moderna, Pfizer ve Sinovac Covid-19 aşılarının BİM’de satılacağı	Yanlış

Sosyal medyada ve haber sitelerinde yayılan, Pfizer/BioNTech aşısının ilk doz etkililiğinin yüzde 50’lerde ve mutasyonlara karşı etkisiz olduğunu iddia eden paylaşımlar “şok edici bir gelişme” olarak aktarılmıştır. Teyit.org ekibinin yaptığı doğrulama çalışmasına göre ise haberin bağlamından koparılarak yanlış yönlendirme yaptığını belirlemiştir.



Görsel 5. Pfizer/BioNTech aşısının etkisinin düşük olduğunu gösteren haber

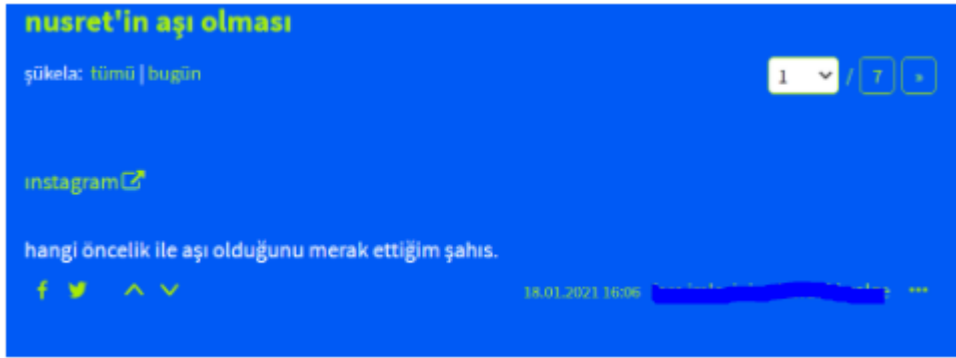
Teyit.org haberin bağlamından koparılarak yanlış bilgi verdiğini ifade ederek şu açıklamada bulunmuştur; “Pfizer/BioNTech Covid-19 aşısıyla ilgili tüm faz sonuçlarını açıklamıştır. Buna göre, aşı ilk dozdan sonra yaklaşık yüzde 52 etkili; ikinci dozdan birkaç gün sonra ise etkililiği yaklaşık yüzde 95 olarak ifade edilmiştir. Ayrıca Aşılar bir kez bulunduktan sonra varyantlara karşı güçlendirilebiliyor. Pfizer/BioNTech’in yanı sıra, Moderna Britanya ve Güney Afrika’da görülen mutasyonlara karşı aşılarının etkili olduğunu açıkladı.”

Sosyal medyada Sinovac’ın geliştirdiği CoronaVac aşısına ilişkin etkinlik oranının yüzde 70 olarak açıkladığı ve ayrıca 60 yaş üzeri bireylerde ise %40 etkili olduğu iddia edildi. Teyit.org ekibi konuya ilişkin iddiaları araştırarak paylaşımların ve haberlerin bağlamından koparılarak yanlış bilgi verildiğini ifade etmiştir. Teyit.org açıklamasına şu şekilde devam etmiştir: Çeşitli ülkelerdeki devam eden üçüncü faz çalışmaların henüz sonuçlanmadığı, ülkelere göre çeşitli farklılıklar olabileceği ifade edilmiştir. Bununla birlikte Sinovac şirketin internet sitesinde araştırma sonuçlarına veya aşının etkinlik oranına ilişkin 20 Ocak itibarıyla herhangi bir açıklama yer almadığı ifade edilmiştir. Ayrıca 60 yaş üstü kişilerdeki etkililik oranına dair bir açıklamanın bulunmadığı da belirtilmiştir.



Görsel 6. Sinovac etkinlik oranı ile ilgili iddiaların yer aldığı paylaşım

Ünlü et restoranı zinciri sahibi Nusret Gökçe, Instagram hesabından Covid-19 aşısı olurken görüntülerini paylaşmasının ardından yeni medya ağlarında birçok kullanıcı Nusret Gökçe'nin, Türkiye'de öncelikle olarak Covid-19 aşısı olduğunu iddia etmiştir. Teyit.org ekibinin yapmış olduğu doğrulama çalışmasına göre iddiaların hatalı ilişkilendirmeden kaynaklı yanlış bilgi verdiği açıklanmıştır. Teyit.org ekibi yaptığı açıklamada, "Nusret Gökçe'nin yapmış olduğu Instagram paylaşımının Türkiye'den olmadığı açıkça görülmektedir. Aşığı yapan hemşirenin üniformasında Arapça kelimeler yazmakta ve hemşire İngilizce konuşmaktadır. Ayrıca, hastane paylaşımlarından bir saat sonra Nusret Gökçe, restoranının Dubai şubesinden paylaşım yapmış. Aynı gün Dubai'den paylaştığı bir başka Instagram gönderisi de bulunmaktadır."



Görsel 7. Nusret'in öncelikli aşı olduğunu iddia eden paylaşım

Yeni medya platformları ve bazı basın kuruluşları tarafından paylaşılan bir videoda, BİM'de Covid-19 Pfizer-BioNTech, Moderna ve CoronaVac aşılarının indirimli satılacağı iddia edilmekteydi. Teyit.org ekibinin yapmış olduğu doğrulama çalışmasına göre söz konusu iddianın manipülasyon olduğu ve yanlış bilgilendirdiği ifade edildi. Ayrıca haberlerin yayılması üzerine BİM Instagram hesabından bir paylaşım yaparak mağazalarında hiçbir şekilde aşı satılmadığını belirtmiştir.



Görsel 8. BİM'in Covid-19 aşılarını satacağını iddia eden paylaşım

Sosyal medyada yapılan paylaşımlarda, Moderna'nın Covid-19 aşısını yaptıran Kamala Harris'in aslında aşı olmadığı, videolarda bükülen bir şırınga kullanıldığı ve ucunda iğne olmadığı iddia edilmiştir. Teyit.org ekibi söz konusu iddiaya yönelik olarak yapmış olduğu çalışmada, konunun çarpıtıldığı ve iddianın yanlış olduğunu tespit etmiştir. Teyit.org yaptığı açıklamada; Kamala Harris'e yapılan aşıda güvenlik aparatı bulunan bir şırınga kullanıldığı, videodaki sağlık görevlisinin, uygulamanın ardından bu aparatı indirdiği ve yüksek çözünürlüklü videolarda, aşı yapıldıktan sonra iğnenin hâlâ dışarıda olduğunun görüldüğünü ifade etmiştir.



Görsel 9. Kamala Harris'in aşı olmadığını iddia eden paylaşım

SONUÇ VE TARTIŞMA

Yeni medya araçlarının yaygınlaşmasıyla birlikte her türlü bilgi ve enformasyon zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın çok geniş kitlelere eş zamanlı olarak iletilebilmektedir. Yeni medya, ortamının bağımsız gazetecilere, habercilik yapan yurttaşlara sağladığı olanaklar göz ardı edilemeyecek kadar önemli gelişmelerdir. Öte yandan yeni medya mecralarının sahip olduğu algoritma yazılımları, kullanıcıların dünya görüşü, zevk ve tercihleri bakımından kendileriyle özdeş diğer kullanıcılarla daha sık

bir araya gelmelerine olanak sağlamaktadır. Birbirleriyle fikir, duygu, ön kabul ve değerler bakımından özdeş bireylerin bir araya gelmesi, bireylerin kendilerinin öne sürdükleri argümanların doğruya da yanlış olması farketmeksizin belirli bir istikrarla sürekli tekrarlanmasına ve kısır döngü biçiminde, öne sürülen argümanların kendi kendini onaylamasına sebep olmaktadır.

Öte yandan gerçekliğin ve hakikatin yerine, yorum formlarının önemsendiği, anlam bakımından muğlaklaşmaların hâkim olduğu post-modernizmin bir sonraki aşaması olarak da isimlendirilebilecek olan post-truth çağında, yalanların ve manipüle edilmiş bilgilerin hegemonyasından söz etmek mümkündür. Özellikle yeni medya platformlarının karakteristik özellikleri sebebiyle hatalı, çarpıtılmış ya da bağlamından koparılmış birçok haber/bilgi hızlıca yayılmaktadır. Araştırmanın literatür kısmında da bahsedildiği gibi, yeni medya platformları post-truth çağının önemli bir bileşenidir.

Ülkemizi ve dünyayı etkisi altına alan Covid-19 pandemisi sürecinde yeni medyada yoğun bir dezenformasyonun hâkim olduğunu söylemek mümkündür. Yeni medya araçlarının beğenme, hashtag (etiket), mention (bahsetme) ve tekrar paylaşım gibi özellikleri birçok sahte ya da yalan haber/bilginin çok hızlı bir şekilde yayılmasına sebep vermektedir. Dolayısıyla bu süreçte Covid-19 virüsünden korunmak kadar, zihinlerin yalan/çarpıtılmış ya da bağlamından kopartılmış Covid-19 haberlerinden korunması da önem kazanmaktadır.

Yeni medya ortamlarında artan bilgi kirliliği ve dezenformasyon dünya genelinde doğrulama (fact-checking) platformlarını ortaya çıkartmıştır. Bu amaçla Türkiye’de de teyit.org, dogrulukpayi.com gibi çeşitli doğrulama platformları kurulmuştur. Teyit.org ve dogrulukpayi.com özellikle yeni medyada dolaşıma sokulan bilgilerin ve haberlerin doğru olup olmadığını analiz etmektedir.

Araştırmada teyit.org ve doğruluk payı doğrulama platformlarının Covid-19 aşlarıyla ilgili yeni medya mecralarında dolaşıma sokulan paylaşımlara yönelik yaptığı değerlendirmelerin neler olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda araştırma kapsamında araştırmamızın başlangıcında öne sürdüğümüz hipotezlerden ilki olan;

H-1: “Yeni medya mecralarında Covid-19 aşısıyla ilgili gönderiler dolaşıma sokulmaktadır ve bu haberler gönderiler çarpıtılmış, manipülatif, bağlamından koparılmış ya da tamamen yalan içeren gönderilerdir.” hipotezi doğrulanmıştır. Doğrulama sitelerinin sunduğu verilerden hareketle bu tür paylaşımların içeriğinde yer alan bilgilerin çoğunun gerçeği yansıtmadığı ya da tamamen doğru olmadığı tespit edilmiştir. Özellikle sahte isim üretme, doğruluğu kesinleşmemiş hipotezler ortaya atmanın yanı sıra istisnalardan genel kurallar çıkartmak, tek bir hatadan yola çıkarak tüm argümanı geçersiz kılma ve yanlış kanıtları doğru kabul etme gibi hatalı akıl yürütme yöntemlerine (safsata) sıklıkla başvurulduğu tespit edilmiştir.

Aynı şekilde araştırmanın başlangıcında ortaya konulan ikinci hipotez olan;

H-2: “İnsanlar yapılan paylaşımları yorumlama, beğeni ve yeniden paylaşım gibi yeni medya mecralarının karakteristik özelliklerini kullanarak tekrardan dolaşıma sokmakta ve yanlış kanaat/düşünceleri beslemektedirler.” hipotezi de doğrulanmaktadır. Çünkü paylaşımların beğenme ve tekrardan paylaşım gibi yeni medyaya özgü özellikler vasıtasıyla tekrardan dolaşıma sokulduğu tespit edilmiştir. Öte yandan belirli bir paylaşımın yalnızca tek bir yeni medya aracı üzerinden paylaşılmadığı, diğer yeni medya mecralarında da aynı gönderilerin tekrardan dolaşıma sokulduğu da tespit edilmiştir. Hatta takipçi sayısı çok yüksek olan bazı ana akım haber mecralarının, söz konusu gönderileri, resmi yeni medya hesaplarından paylaşarak dezenformasyonun geniş kitlelere yayılmasına aracı oldukları da gözlemlenmiştir. Sonuç olarak Covid-19 aşlarına yönelik üretilen yeni medya içeriklerinin yalan, dezenformasyon, çarpıtma ve bağlamından kopartma gibi niteliklere sahip olduğu ve böylelikle üretilen bu içeriklerin post-truth kavramının doğasına uygun bir işleve sahip oldukları tespit edilmiştir.

Covid-19 salgını sürecinde yeni medyada birçok asılsız ve kaynağı doğrulanamayan içerikler paylaşılmaktadır. Konuyla ilgili olarak DSÖ’nün Şubat 2020’de (WHO,2020) “biz sadece bir pandemiyle değil aynı zamanda bir infodemiyle de savaşıyoruz” açıklamasını yapmasıyla “infodemi” kavramı Covid-19 sürecinde yanlış bilgiyi ve yanlış bilginin akla yatkınlığını ifade etmek amacıyla kullanılmaya başlanmıştır. Hatalı bilgilerin yayılmasıyla “aşırı bilgi yükünün kaçınılmaz olarak beraberinde yanlış veya güvenilir olmayan bilgileri de getirmesini, yani yanlış bilgi epidemisini” ifade eden “infodemi” fenomeni toplumlarda panik ve korkuya sebep olabilmekte ve hastalıkla mücadeleyi zor hale getirebilmektedir (WHO,2020). Gölbaşı ve Metintaş (2020), infodemi ve Covid-19 süreciyle ilgili yaptığı çalışmada şu ifadelerle vermiştir; “Dünya Sağlık Örgütü önderliğindeki infodeminin yönetiminde ‘risk iletişimi ve toplum katılımı’ çatısı altındaki birçok uygulama destekleyici olmuştur. Pandemi süreci,

topluluklara doğru bilgi iletimi için esnek ve sağlam sistemlerin inşa edilmesi ihtiyacını belirginleştirmiştir”.

Yaşadığımız dijital çağda yalan, yeni medya aracılığı ile kitlesel hale gelmekte ve özellikle de salgın, savaş ya da toplumsal istikrarsızlık gibi kriz durumlarında hakikat bulanıklaşmakta hatta yok edilebilmektedir. Yeni medyanın anındalık sağlayan ve sıkı denetim mekanizmalarından muaf olan yapısı sayesinde haber kaynaklarının çeşitliliğinin artması ve insanların da birer haber kaynağına dönüşmesiyle bu belirsizlik artmaktadır. Post-truth olarak adlandırılan dönemin en tehlikeli özelliği ise karşılaşılan söylemin, kişinin önyargı ve kanaatlerini doğrulaması durumunda söylemin yalan olarak algılanmamaya başlamasıdır. Kuşkusuz bunda yeni medyanın kendine özgü algoritmalarının, filtre balonları ve yankı odalarının ve etkisi oldukça fazla olmaktadır.

Covid-19 aşılara yönelik üretilen yeni medya içeriklerini post-truth kavramı bağlamında analiz etmeyi amaçlayan bu çalışmada elde edilen sonuçların literatürde yapılan çalışmalara benzer ve destekleyici nitelikte olduğu ifade edilebilir. Aydın (2020) yaptığı çalışmada bir haftalık sürede (11-18 Mart 2020) Covid-19 pandemi sürecine yönelik ortaya çıkan iddiaları incelemiştir. Bu araştırma sonucunda on beş iddianın hepsi yanlış haber/paylaşım olarak tespit edilmiştir. Yanlış haber türü olarak, parodi, çarpıtma, uydurma ve hatalı ilişkilendirmenin mevcut olduğu görülmüştür. Elde edilen bu sonuçların çalışmamızdan elde edilen sonuçlarla benzerlik gösterdiği görülmektedir. Alpyıldız ve Aslan (2020) yaptığı çalışmada "yanlış bilgi, bireylerde yanlış davranışın oluşmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla, sistematik bir şekilde önleme yaklaşımları gerekmektedir." tespitinde bulunmuştur. Rodríguez ve arkadaşları (2020), Twitter ve Twitter benzeri bir mikroblog sitesi olan Çin kökenli Sina Weibo üzerindeki paylaşımları analiz etmiştir. Çalışmanın sonucunda, Covid-19 ile ilgili Twitter'da her ne kadar resmi ve bilimsel bilgiler sayıca fazla olsa da yanlış veya hatalı bilgilerin oran olarak daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Araştırmamızın bulgular bölümünde de görüldüğü gibi Twitter üzerinden dolaşıma sokulan yanlış bilgilerin binlerce kez retweet edildiği ve beğenildiği görülmektedir. Söz konusu bu durum yanlış bilgilerin kolayca yayılmasını kolaylaştırmaktadır. Salgın boyunca Twitter'dan paylaşılan bilgilerin doğruluğunu araştıran farklı bir araştırma, incelenen 673 Tweet'in büyük çoğunluğunun resmi olmayan hesaplardan paylaşıldığını ortaya koymuştur. Ayrıca, Tweet'lerin yaklaşık %25'inin yanlış bilgi içerirken, %17,4'ünün ise teyit edilmemiş bilgiler içerdiği tespit edilmiştir (Kouzy vd., 2020). Çalışmamızda elde edilen verilerde de görülmektedir ki Covid-19 aşılara yönelik üretilen içeriklerin büyük çoğunluğu yanlış/yalan niteliktedir. Bahar'ın (2020) yaptığı çalışmada ise Covid-19 salgını bağlamında deşifre edilen suç içerikli paylaşımlar, İstanbul Emniyet Müdürlüğü, Siber Suçlarla Mücadele Şube Müdürlüğü uzmanlarının görüşleri doğrultusunda analiz edilmektedir. Covid-19 sürecinde suç oluşturan misenformatik ve dezenformatik iletilerin yoğun olarak görülmesinin temelinde, dijital ortamların kontrolsüz ve denetimsiz yapısı belirleyici olmaktadır. Yapılan çalışmalara bakıldığında yeni medya ağlarında dolaşıma sokulan haberlerin ve paylaşımların teyit edilmemesi ve kontrolsüzce dolaşıma sokulması sebebiyle yanlış bilgiler toplum içinde hızla yayılmaktadır.

Post-truth kavramının etkisinin azaltılması için, kullanıcıların yeni medyada karşılaştıkları haberleri/paylaşımlarını mutlaka çeşitli doğrulama platformları aracılığıyla teyit etmeleri önemlidir. Hatta söz konusu platformların resmi kuruluşlar tarafından teşvik edilmesi önemlidir. Bu kapsamda, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, sosyal medya yalanlarıyla mücadele için yeni nesil "DOĞRU MU?" adı altında "doğrulama platformu" hazırlamaktadır. Platforma, İOS ve Android marketlerden ulaşılabilme imkânı olacaktır. Bu uygulamanın vatandaşlar arasında kullanımının yaygınlaşması "yalan haberlerle" mücadelede önemli bir rol üstlenebilecektir. Ayrıca üniversiteler, diğer kamu kurumları ve çeşitli sivil toplum kuruluşları iş birliği ile tüm yaş gruplarına dijital okuryazarlık ve yeni medya okuryazarlığı eğitimi verilmelidir. Söz konusu eğitimlerle kullanıcılara internetin tarafsız bilgi kaynağı olmadığı bu sebeple haber kaynaklarını sorgulamaları gerektiği öğretilir bu sayede kullanıcılar yeni medya mecralarındaki yanlış düşünce ve kanaatleri besleyen filtre baloncukları ve yankı odaları gibi etkenlerin bilincinde olabilirler. Bununla birlikte, doğrulama ve teyit etme davranışlarının çevirimiçi yayıncılık yapan medya kuruluşlarında da bir norm haline getirilmesi, doğruluk kontrolünün haber yayınlanmadan önce gerçekleştirilmesi, internet kullanıcılarının yanlış bilgiyle karşılaşma ihtimalini önemli ölçüde azaltabilir.

KAYNAKÇA

Alpay, Y. (2020). *Yalanın Siyaseti*, (6. Basım). İstanbul: Destek Yayınları.

- Alpyıldız, G. ve Aslan, D. (2020). Yeni Koronavirüs Hastalığı (Covid-19) ile İlgili Yanlış Bilgilerle Mücadele Yöntemleri. *Mersin Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 13(3), 457-464.
- Alterman, E. (2004). *When Presidents Lie: A History of Official Deception and its Consequences*. New York, NY: Viking.
- Arendt, H. (2007). Truth and Politics, *The New Yorker*, February 25.
- Aydın, A. F. (2020). Post-Truth Dönemde Sosyal Medyada Dezenformasyon: Covid-19 (Yeni Koronavirüs) Pandemi Süreci. *Asya-Akademik Sosyal Araştırmalar*, 4(12), 76-90.
- Bahar, A. (2020). Polislik Perspektifinden Dijital Misenformasyon ve Dezenformasyon: Covid-19 Örneği Olayı Bağlamında Bir Analiz. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(30), 2760-2794.
- BBC (2018). "Germany Starts Enforcing Hate Speech Law. (2018, 1 Ocak). <https://www.bbc.com/news/technology-42510868> adresinden 28.04.2021 tarihinde erişilmiştir.
- BBC (2017). Facebook Publishes Fake News Ads in UK Papers. (2017, 8 Mayıs). <http://www.bbc.com/news/technology-39840803> adresinden 27.04.2021 tarihinde erişilmiştir.
- Brandtzaeg, P. ve Folstad, A. (2017). Trust and Distrust in Online Fact-Checking Services, *Communication of The ACM*, 60(9), 65-71.
- Brotherton, R (2015). *Suspicious Minds: Why We Believe Conspiracy Theories*. Bloomsbury.
- Bufacchi V. (2021). Truth, Lies and Tweets: A Consensus Theory of Post-Truth. *Philosophy & Social Criticism*, 47(3), 347-361.
- Chen, C.; Meng X.; Xu Z. ve Lukasiewicz T. (2017). Location-Aware Personalized News Recommendation With Deep Semantic Analysis, *IEEE*, 5(0), 1624-1638.
- Corbin, J. ve Strauss, A (2008). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. Thousand Oaks: Sage.
- d'Anconna, M. (2017). *Post-Truth: The New War on Truth and How to Fight Back*. Ebury Press.
- Güven, A. (2020). Hakikatın Yitimi Olarak Post-Truth: Bir Kavramsallaştırma Denemesi. *İnsan ve İnsan*, 7(23), 20-36.
- Douai, A. (2019). Global and Arab Media in the Post-truth Era: Globalization, Authoritarianism and Fake News IEMed. *Mediterranean Yearbook 2019*, 16(16), 124-132.
- Ferrera, E. (2020). What Types of COVID-19 Conspiracies are Populated by Twitter Bots? *First Monday*, 25(6), (Sayfa numaraları yok).
- Forsyth, J. ve Nelson, F. (2018). £350 Million for the NHS: How the Brexit Bus Pledge is Coming True. <https://www.spectator.co.uk/2018/05/350-million-for-the-nhs-how-the-brexit-bus-pledge-is-coming-true/> adresinden 27.04.2021 tarihinde erişilmiştir.
- Freedland, J. (2016). Post-Truth Politicians Such As Donald Trump and Boris Johnson Are No Joke.
- Gooch, A. (2017). In Pursuit of the Truth. *Uno Magazine*.
- Gölbaşı, S. ve Metintas, S. (2020). Covid-19 Pandemisi ve Infodemi. *Estüdam Halk Sağlığı Dergisi*, 5 (Covid-19 Özel Sayısı), 126-137.
- Horne Chelsea, A. (2021). Internet Governance in the "Post-Truth Era": Analyzing Key Topics in "Fake News" Discussions at IGF. *Telecommunications Policy*, 45(6), 1-16.
- Kalın, İ. (2013). *Akıl ve Erdem*. İstanbul: Küre Yayınları.
- Karagöz, K. (2018). Post-Truth Çağında Yayıncılığın Geleceği. *TRT Akademi*, 3(6), 678-708.
- Kıral, B. (2020). Nitel Bir Veri Analizi Yöntemi Olarak Doküman Analizi. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 0(15), 170-189.
- Kouzy, R.; Abi Jaoude, J.; Kraitem, A.; El Alam, M. B.; Karam, B.; Adib, E. ve Baddour, K. (2020). Coronavirus Goes Viral: Quantifying The COVID-19 Misinformation Epidemic On Twitter. *Cureus*, 12(3), e7255.
- Labuschagne, A. (2003). Qualitative Research: Airy Fairy or Fundamental? *The Qualitative Report*, 8(1), 100-103.
- Lewis, S. C. ve Westlund, O. (2015). Big Data and Journalism: Epistemology, Expertise, Economics, and Ethics. *Digital Journalism*, 3(3), 447-466.
- McComiskey, B. (2017). *Post-Truth Rhetoric and Composition*. Colorado: Utah State University Press.
- McIntyre, L. (2018). *Post-Truth*. London, England: Massachusetts Institute of Technology Press.
- McIntyre, L. (2019). *Hakikat-Sonrası*, (Çev. M. F. Biçici). İstanbul: Tellect.
- Merriam, S. B. (2009). *Qualitative Research. A Guide to Design and Implementation*. San Francisco: John Wiley-Sons.

- Oxford Dictionaries (2016). Word of the Year 2016 is... <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/> adresinden 20.01.2020 tarihinde erişilmiştir.
- Özdemir, M. (2020). Post-Truth Çağda İdeolojik Farklılıkların Medya İçeriklerine Yansıması: Barış Pınarı Harekâtı Haberlerinin Söylem Analizi. *Egemia Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*, 0(7), 107-138.
- Pang, N.; Ho, S. S.; Zhang, A. M. R.; Ko, J. S. W.; Low, W. X. and Tan, K. S. Y. (2016). Can Spiral of Silence and Civility Predict Click Speech on Facebook? *Computers in Human Behavior*, 0(64), 898-905.
- Prego, V (2017). Informative Bubbles. *Uno Magagize*, 0(27), 20-23.
- Rochlin, N. (2017). Fake News: Belief in Post-Truth. *Library Hi Tech*, 35(3), 386-392.
- Rodríguez, C. P.; Carballido, B. V.; Redondo-Sama, G.; Guo, M.; Ramis, M. and Flecha, R. (2020). False News Around COVID-19 Circulated Less on Sina Weibo Than on Twitter. How to Overcome False Information? *International and Multidisciplinary Journal of Social Sciences*, 9(2), 1-22.
- Say, C. (2020). *Yeni Dünya Yeni Ağ. Bilgi Biliminin Bakışıyla Evren, Hayat ve İnsanlığın Yükselişi*. İstanbul: Destek Yayınları.
- Scerri, M. and Grech, V. (2020). Countering Fake News in the COVID-19 Era: The Public's Opinion on the Role of an Honest and Reliable Website. *Early Human Development*. 1-12.
- Shearer, E. ve Mitchell A. (2021) News Use Across Social Media Platforms in 2020. *Pew Research Center*, <https://www.journalism.org/2021/01/12/news-use-across-social-media-platforms-in-2020/> adresinden 20.01.2020 tarihinde erişilmiştir.
- Sim, S. (2019). *Post-Truth, Scepticism & Power*. London: Palgrave Macmillan.
- Soroush Vosoughi, Deb Roy ve Aral, S. (2018). The Spread of True and False News Online. *Science*, 359(6380), 1146-1151.
- Tepe, H. (2016). *Felsefede Doğruluk ya da Hakikat*. Ankara: BilgeSu.
- Tok, C. G. (2020). Hakikatin Önemsizleşmesi Çağında Göçmen Karşıtı Söylem Üzerine Bir Değerlendirme. *Uluslararası Afro-Avrasya Araştırmaları Dergisi*, Özel Göç Sayısı, 1-12.
- World Health Organisation (2020). Subject in Focus: Developing Trans-Disciplinary Science: Infodemiology, the Science Behind Infodemic Management: 7 July 2020 https://www.who.int/docs/default-source/coronavirus/situation-reports/20200707-covid-19-9-sitrep-169.pdf?sfvrsn=c6c69c88_2 adresinden 20.01.2020 tarihinde erişilmiştir.
- World Health Organisation (2020). Munich Security Conference: 15 February 2020, <https://www.who.int/dg/speeches/detail/munich-security-conference> adresinden 20.01.2020 tarihinde erişilmiştir.
- Wittgenstein, L. (1979). *1889-1951 Notes Dictated to G.E. Moore In Norway*. Oxford: Basil Blackwell.
- Yael, B. (2020). Philosophy of Post-Truth. *Institute for National Security Studies*, 2020, 1-19.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zarzalejos, J.A. (2017). Communication Journalism and Fact-Checking. *Uno Magazine*, 0(27), 11-14.
- Zoonen, L. van. (2012). I-Pistemology: Changing Truth Claims in Popular and Political Culture. *European Journal of Communication*, 27(1), 56-67. <https://teyit.org/ nedir> adresinden 20.01.2020 tarihinde erişilmiştir. <https://www.dogrulukpayi.com/~Degerlendirme-Kriterleri> adresinden 20.01.2020 tarihinde erişilmiştir.