

**POST-TRUTH KAVRAMI ÖZELİNDE HAKİKATİN MAGAZİNLEŞMESİ: “DON’T LOOK UP”
FİLMİ ÜZERİNE BİR İNCELEME**
**MAGAZINE OF TRUTH SPECIALLY WITH THE CONCEPT OF POST-TRUTH: A REVIEW ON
THE FILM "DON'T LOOK UP"**

Semra KOTAN

Atatürk Üniversitesi/İletişim Fakültesi /Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü

semra.kotan@atauni.edu.tr

ORCID No: 0000-0002-1583-3772

ÖZ

Hakikat yitimi olarak betimlenen, post-truth kavramı içinde bulunduğumuz çağda haber içeriklerinin “gerçeklik”le bağlarını koparması anlamına gelir. Hakikat ile dezenformasyon, yalan haber, politize edilmiş mesaj, propaganda, manipülasyon, magazinél içerik arasındaki belirgin sınırların silikleştiği bir dönemin ifadesi olan kavramda medya araçları kitleler üzerinde etkilidir. İnsanların doğru ve sistematik bilgiye ulaşmalarının önünü kapatanlar ise üretim güçlerini ve ilişkilerini elinde bulduran egemenlerdir. Politik alanla ilişkili bir pratik olan post-truth gündem belirlemede ve kamuoyunu yönlendirmede kişisel yargıları ve duyguları önceler. Çalışmanın amacı haberin nesnel gerçekliğinin karşısında magazinél öğelerle bezenmiş anlamını bir temsil alanı olan sinema anlatısı üzerinden anlamlandırıp görünür kılmaktır. Kavramsal çerçeveyi belirlemek için literatür araştırmasının yapıldığı çalışmada tesadüfi olmayan amaçlı örneklem tekniği kullanılmıştır. Bu yolla belirlenmiş 2021 yapımı bir Netflix içeriği olan “Don’t Look Up” (Adam McKay,2021) filminin ideolojik yapısı nitel içerik analizi yöntemi ile çözümlenmiştir. Kodlanmış anlamlara, kullanılan bağlamlara yönelik metinlerden geçerli anlamların çıkarılabileceği nitel içerik analiziyle görünenin ötesinde maskelenmiş çıkarımlar yapmak mümkündür. Film, yalnızca imajın belirleyici olduğu medya ortamlarında gerçekliğin anlamını yitirdiği yapay bir gündem inşa edilmesi bakımından önemlidir. Seçilen filmin anlatı yapısı, sinematografik öğeleri, filmde kurulan söylemler ve metaforlar post-truth kavramının haberdeki magazinleşme olgusu ile ilişkisini açık bir biçimde ortaya koyar.

ABSTRACT

The concept of post-truth, which is described as the loss of truth, means that news contents break their ties with “reality” in our age. Media tools are effective on the masses in the concept, which is the expression of a period when the clear boundaries between truth and disinformation, fake news, politicized messages, propaganda, manipulation and magazine content are blurred. Those who block people's access to accurate and systematic information are the rulers who hold the productive forces and relations. Post-truth, which is a practice related to the political field, prioritizes personal judgments and emotions in setting the agenda and directing the public. The aim of the study is to make sense and make it visible through the cinema narrative, which is a representation area of the meaning of the news adorned with magazine items against the objective reality. In order to determine the conceptual framework, the non-random purposeful sampling technique was used in the study in which the literature research was conducted. The ideological structure of the movie "Don't Look Up", which is a Netflix content made in 2021, determined in this way, was analyzed by qualitative content analysis method. It is possible to make masked inferences beyond the visible with qualitative content analysis, from which valid meanings can be extracted from texts for coded meanings and the contexts used. Film is important in terms of constructing an artificial agenda in which reality loses its meaning in media environments where only the image is decisive. The narrative structure of the selected film, its cinematographic elements, the discourses and metaphors established in the film clearly reveal the relationship between the concept of post-truth and the phenomenon of tabloidization in the news.

Geliş Tarihi:

31.05.2022

Kabul Tarihi:

23.09.2022

Yayın Tarihi:

30.09.2022

Anahtar Kelimeler

Post-Truth, Hakikat, Magazinleşen Haber, “Don’t Look Up” filmi.

Keywords

Post-Truth, Truth, Tabloid News, “Don’t Look Up” movie

DOI: <https://doi.org/10.30783/neysosbilin.1123699>

Atf/Cite as: Kotan, S. (2022). Post-Truth Kavramı Özelinde Hakikatin Magazinleşmesi: “Don’t Look Up” Filmi Üzerine Bir İnceleme. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 12(3), 1359-1371.

Giriş

Post-truth, özellikle günümüzde meydana gelen bazı toplumsal değişiklikleri ve siyasi yaşamı geniş perspektiften tanımlamada önemli bir işleve sahiptir. Kavram politik düzlemde doğruluğu ispatlanmamış, çarpıtılmış iddiaların önceliğine ve modern toplumlarda hakikat olana itibar edilmemesine, duygunun egemenliğine atıfta bulunur. “Post” kavramsallaştırmasında olduğu gibi geçmişle bağlarını koparan, gelenekseli önemsiz kılan ve şimdinin yeni diye nitelenebilecek bütün durumlarını talep eden post-truth, gerçekle kurgu arasındaki sınırların bulanıklaşmasıdır. Rasyonel söylem yoluyla işlemeyen hakikat kavramı burada dramatik söylem, yanlış bilgilendirme, gerçekliğin başka bir biçimde yeniden inşası, propaganda, magazinelleşme gibi anlatı biçimleriyle görünür kılınır. Hakikat sonrası Ralph Keyes tarafından yayımlanan “The Post-Truth Era: Dishonesty in Contemporary Life” (Hakikat Sonrası Çağ: Günümüz Dünyasında Yalan ve Aldatma) isimli kitap ile kuramsal boyutta değerlendirilmiştir. Keyes, yalan söyleyenlerin her daim var olduklarını, ancak geçmişte yalan söyleme söz konusu olduğunda bunu kaygılanarak, bazen suçlu hissederek, utanarak, mahcup hissederek ama genelde tereddütle söylediklerine dikkat çeker. Bugün ise zekâ sayesinde insanlar yalanları rahatça, gerçeği maskeleyerek söylerler (Keyes, 2017: 22). Toplumda kanaat oluşturan yazar, akademisyen, din adamı, politikacı, gazetecilerin yanında popüler kişilerin de yalan söylemek konusunda uzmanlaşmış olduklarını ifade eden Keyes’e göre kamuoyu oluşturmada en yaygın yol yalandır (Alpay, 2017: 33). Profesyonellerce sistematik olarak üretilen ve servis edilen gerçek olmayan haberler siyasi, ekonomik, kişisel gayelere hizmet eder. Hakikat sonrası çağda gerçeğin yanında yalan ve gerçeği yansıtmamakla birlikte yalan denemeyecek kadar arada kalmış bazı ifadelerde söz konusudur. Dramatik gerçek, yumuşak gerçek, sanal gerçek, stratejik gerçek, aşınmış gerçek, silikleşmiş gerçek, abartılı gerçek şeklinde yan anlamlarla anılan hakikat ötesi görünüm bu ifadelerle örnek sayılabilir. Bu bağlamda bilgi iletişim teknolojilerindeki dönüşümler bilgiye erişimin kolay ve çeşitli yollarla sağlanabilirliğinin önünü açmışken içeriklerin hızlıca aktığı post-truth çağda ise yeni medya olanakları sayesinde hakikat itibarsızlaştırılır.

Bilginin siyasiler tarafından kontrol edilerek alternatif gerçekler ya da aldatmacalar üretme faaliyetleri post-truth’un temel belirleyicilerindedir. Bilimsel olarak gerçeklerin doğrulanabilir gözlemlere dayanıyor olmasının karşısında alternatif gerçekler, hakiki olandan sapar ve yeni bir söylem geliştirir. Bu anlamda sahte haberlerin yayılması ise ideolojik alanla ilişkilendirilir. Sahte haberler, yanlış bilgi, yanıltıcı bilgi ve dezenformasyon gibi diğer bilgi bozuklukları kitleleri aldatmada kasten yayılma özelliği gösterir. Haber medyasının geleneksel rollerini alt üst eden bu durum güvenilirlikleri ve meşruiyet zeminleri ile gazeteciliğin gerçeği arama ve doğruyu söyleme ahlakına, gerçeklerin doğrulanmasında toplumun özerkliğe ve nesnellığe olan inancına da gölge düşürür.

Özellikle son dönemlerde gelenekselden dijital evrilen habercilik anlayışının önemli parçası olan post-truth kavramının haber içeriklerine yansıyan yönleri çalışmada mercek altına alınmıştır. Kitlelerin gerçeklikten kopması ve istenilen davranış biçimlerini ortaya koymaları noktasında egemenlerin hakikati nasıl çarpıtarak ya da yeniden üretterek sundukları çalışmanın ana sorunsalını oluşturur. Sosyal medyayla bütünleşmiş olan geleneksel medyanın da bu pratikten besleniyor olmasının temel dayanakları çalışma açısından sorgulanması gereken bir diğer konudur. Buradan hareketle pos-truth ve hakikatin magazinelleşme olgusunun kavramsal boyutunun ortaya konulmasında literatür taraması yapılmıştır. Çalışmanın ilk kısmında post-truth kavramının genel bir çerçevesi çizilmiş, ikinci kısmında ise hakikat ötesi çağın belirgin içerik özelliklerinden olan magazinleşme olgusu tüm detaylarıyla ele alınmıştır. Teorik zemin oluşturulduktan sonra ise çalışmanın analiz kısmında araştırmacının yorum gücüne, geçmiş yaşantı ve deneyimlerine dayanan nitel içerik analizi yöntemi ile “Don’t Look Up” filmi üzerine bir çözümleme gerçekleştirilmiştir. Filmin üzerine kurulu olduğu anlatı yapısı bakımından post-truth çağda toplumun gerçeklikten nasıl uzaklaştırıldığı ve bu uzaklaşmaya etken olan faktörler irdelenerek belli kategoriler oluşturulmuştur. Kültürel bir temsil arenası olan sinemada maddi dünyadaki gerçeklik görünümünün çarpıtılarak yepyeni bir gerçeklik sunulduğu varsayımı seçilen filmin içerdiği malzemeler dolayısıyla anlamlı verilere sahip olduğunu gösterirken literatür açısından konuyu önemli kılmaktadır.

Post-Truth Üzerine Kavramsallaştırma

Modern toplumların oluşum sürecinde düşünce ve fikir akımlarının yanı sıra iletişim araçlarının kiteselleşerek halka arzı, kitlesel toplumdan, kitle kültürüne giden süreçte erkin, toplulukların egemenliği, sınıf çatışmaları temelinde karşımıza çıkar. Toplumlara konu edinen her faaliyet sosyal bilimlerde kendisine kuramsal ve pratik açılardan yer bulmuştur. Kitlesel hazır bulunuşluk ve kitlelerin yönlendirilmesi konuları ise gündemi belirleme,

içeriklerde dezenformasyon, propaganda, medya sahipliği gibi tartışmaya açık konuları ön plana getirmiştir. İnternet teknolojilerinin yaygınlaşması ve bunun sonucunda iletişim süreçlerini eviren sosyal mecralar, egemen yapının içerik üretmesinin yanında, kullanıcı türevli içeriklerin dolaşımıyla yeni bir çağı başlatmıştır. Bu süreç demokratik bir iletişim ortamını doğurmuş olsa da nesnel gerçeklikle, öznenin ortaya koyduğu akılcı yeni bir gerçekliğin sunumu konusunda soru işaretleri belirlemiştir. İçeriklerin serbestçe üretilip dolaşıma sokulması, küresel bir düzeye işaret eder. Ancak bu durum beraberinde duygusallık içeren ve/veya politize edilmiş gerçeklikten uzak yeni bir gerçekliği de sunar.

Sosyal ağlarda ve medya yapımlarında sunulan içerikler belirli kategorilere göre ayrılmakta bu sayede her medya kolu ve her alıcıya göre içerik kolayca belirlenebilmektedir. Kişisel verilerin elde tutulup hesaplanabilirliği dijital medyanın tema üretirken kullandığı en elverişli yollardandır. Veri istatistiklerinin değerlendirilmesi, medyada ve siyasette duyguların nesnel gerçekliğin önüne getirilmesine hizmet etmektedir. Bu yolla partizan, homojen bir toplum oluşmakta, farklı düşüncelerin hapsedilip bir kaynaktan gelen verilere kişinin sürekli maruz bırakılması kapalı, tek tip bir kitleliliği oluşturmaktadır. Medya sahipliğinin egemenin elinde kendi amaçlarına hizmet eden bu yapısı, seçimlerden eğlence ve sanat sektörüne kadar stratejik iletişimin anahtarı haline gelmiştir. Yığılarak toplanan sosyal ağ verileri ve internete dair her platform bu yapısı ile kamuoyunun manipülasyonu görevlendirilmiş ajanlar gibi çalışır (Woolley& Guilbeault, 2017: 3-7). Bu bağlamda, bireylerin hakikati bulma ve arama çabaları, günümüz teknolojik yeniden üretim çağında gelenekçi yöntemlerle artık mümkün olmayıp, kişisel bilgi ve hazır bulunuşluğu başarısız bir edim haline getirmektedir. Dolayısıyla post-truth çağ – hakikat sonrası dönem olarak yorumlanırken medya içerikleri ve yapımlarda sunulan içeriklerde doğru olmayan bilginin varlığını kavrayabilmek için toplumsal değişim ve dönüşümlerin merkezinde yer alan teknolojik determinizm kavramı anlam kazanır.

Teknolojik determinizm, günümüz yaşam formlarını düzenlerken, yöndeşik aygıtlar ile bu organizasyona aracılık etmektedir. Bu nedenle sosyal medya mecraları ile iç içe geçmiş bir sürecin tanımı olan iletişimin, teknolojiye olan zorunluluğu neden- sonuç ilişkisine dayanmaktadır. Yeni yapıda uyarılar karşısında bir başına duran birey kendisini internet ağlarının kullanıcı türevliliğine karşı geliştirmelidir. Teknoloji tarafından belirlenen insan ve toplum düşüncesi üzerine konumlanan teknolojik determinizmde araç mesajdır. Dolayısıyla her medya teknolojisi yapısı gereği bir bilgi dayatır ve dayatmış olduğu bilgiyle toplumsal gerçekliği kurar ya da yeniden üretir. Post-truth kavramsallaştırmasının geleneksel ve dijital medya teknolojilerinin epistemolojisine dayanan ilişkisi bu noktada açıktır.

Aydınlanma, Batı toplumunda 17. ve 18. yüzyıllarda gelişen, akılcı düşünceyi eski, geleneksel doğasından kurtarıp, değişmez kabul edilen varsayımlardan, önyargılardan ve ideolojilerden ayırmayı ilke edinmiştir. Orta Çağ'ın dinsel ve geleneksel değerlerinin kendini gerçekleştirmek ve daha refah yaşamak için yetersiz olduğunu düşünmesi ve bunun yerine yeni değerler oluşturma gayreti "her şey insan için olmalıdır" mottosu ile başlayan hümanizm anlayışının devamında Orta Çağ'ın Tanrı/ din merkezli evren, toplum ve insan açıklaması yerine insanı merkeze alan yeni bir evreni tahayyül etmiştir (Çüçen, 2006: 25-26). Yeniden yeniye kabuller geliştirerek bilginin yeniden üretimine kapı aralayan Aydınlanma Çağı modernist söylemi bir yöntem olarak belirlemiştir. Deneyin akli bilgiyi kanıtlayıcı niteliğinin desteklediği bu süreçte; sosyal, ekonomik, siyasal ve kültürel sorunların çözümü üretim olanaklarının da bu yönde kullanılmasını gerekli kılmıştır. Aydınlanma düşüncesi, felsefi açıdan insan, toplum ve doğaya eğilmiştir. Ekonomi konusunda İngiliz Sanayi Devrimi'ne dayanan bu düşünce pratiği siyasal açıdan da Fransız Devrimi'nden köklerini alarak, üretim dinamiklerinin itici gücü olarak kapital ekonomiyi kabul etmiştir. 2. Dünya Savaşından sonra sermayenin akışkan hale gelip dünyada yayılması aydınlanma düşüncesini dünyaya hâkim kılmıştır (Cevizci, 2002: 9).

Gerçeğin bilgisinin elde edilmesi, yasalar ve yeni düzenin kurulması bakımından aydınlanma insana, bilime dair tüm yaklaşımlara yeni bir özerk düşünme fırsatı getirmiştir. Bu özerklik ona dünyevi olma, daha açık ifade ile – bir düşünce sistematiğine girilirken dünyanın nesnel halinin ön plana alınarak işe başlanması- özelliğini katarken karşı cephede, gerçeğin bilgisinin bulunabileceğini savunan gelenekçi bakış konum almıştır. Bu noktada ise akıl ürünü olan bu yapının insanın doğasına ve düşünce sistemine aykırı olduğunu savunan romantik bakış dikkati çekmektedir. Romantizmin öncü savunucularından Löwy ve Sayre romantizmi salt edebi bir yaklaşım olmaktan ayırıp toplum ve özellikle kitle kültürü bağlamında değerlendirmeye almıştır. Bu değerlendirmeyi kolektif bir toplumsal bilincin içerdiği ideoloji tabanından değil de aynı toplumsal deneyimlerle yaşayan, aynı ekonomik çıkarlardan beslenen sosyal sınıfların nitelik ve eksikliklerine eğilmiştir. Bu durum insanın insanla, doğal ve

toplumsal çevresiyle olan ilişkilerindeki duyguları ve istekleri ile ilgilidir. Bu da hakikatin hangi yolla bulunabileceği konusunda romantizm savunucularına modernist ve kapitalist argümanlar üzerinde hakikatle ilgili bulunan çelişkileri ortaya çıkarma fırsatı sunar. Löwy ve Sayre, görüşlerini iki değer sistemini birbiri ile çarpıştırarak ortaya koyar.

“Modern” denilen şeyleşmeye dayalı olarak yeniden üretilmiş toplumsal gerçekliğin değerlerini romantizmin değerleri ile çürütmeye çalışarak bir hakikat arama çabası söz konusudur. Bu aslında fikir akımları içerisinde romantiklerin bilinçli olarak cımbızlayarak seçtiği yönlerdir. Kapitalizm de romantiklerin eleştirdiği diğer noktalardan biridir. Sanayi Devrimi ile dünyaya yayılan emek, sermaye ve artı değer üzerine kurulu düzenin, tüm toplumsal ilişkileri parasal/niceliksel yapıya sokması romantizmin moderniteye duyduğu tepkinin temel sebebidir. Özel mülk edinme ve metalaşma konularında da eleştiriler yapan romantikler, Löwy Lukacs ile ilgili çalışmasında değişen şeylere örnek olarak Max Weber’e atıfta bulunarak ‘Dünya’nın büyüünün bozulması’ ifadesinin romantizm görüşlerine uygun olduğunu söylemektedir. Dinin, imgesel düşüncenin araçsallaştırılmış akıl anlayışına feda edilmesi, gerçeklikteki bozulmaya bir örnektir. Oysa romantiklere göre mitolojik değerler, din, tutkulu aşklar, inançlar insanın, gerçek doğasının bir ürünüdür, hakikati bulmadaki en önemli rehberdir.

Metalaşma sonucu ortaya çıkan yeni yapma kültürel içerikler insanı tüm bunlardan kopararak araçsallaşan aklı ile doğru yolu bulamaz hale getirirken, onu başkalarının ürettiği meta fetişizmi denilen sönük gerçekliğin içerisine bırakır. Bu açıdan sanayileşme, fabrikalardaki makine sayısının artıp insan sayısının azalması, fordist üretim sistemi ve bununla beraber üretilen sanal gerçeklik romantizm savunucularının eleştirdiği en önemli noktalardandır. Onlar doğal, organik ve canlı olan dışında suni olarak elde edilen nesne ve fikirlere karşı çıkmışlardır. Löwy ve Sayre için asıl önemli olan şey yabancılaşma ve şeyleşme deneyimidir. Onlara göre bu deneyimle en sert şekilde sınananlar kültürel ve siyasal etkinliğe sahip entelektüel topluluklardır (entelijensiya kesimidir). Löwy “Entelektüellerin Radikalleşmesi” adlı doktora tezinde bu entelektüel yapının ideolojik – kültürel çıktılarının yaratıcısı ve Marx’ın Alman İdeolojisi’nde tanımladığı ‘zihinsel üretim’ denilen olgunun öznesi konumunda olduklarını ileri sürer (Löwy & Sayre, 2007: 38-41).

Bilginin hakikatine ulaşma konusuna rasyonel açıdan karşı çıkan bir diğer sistematik düşünce akımı da rasyonalitenin meta fetişizmi yoluyla irrasyonel bir özellik kazandığına işaret eden Marx ve onun ürettiği yaklaşım olmuştur. Rasyonel kapitalist sistem, meta fetişizmine maruz kaldıktan sonra hakikati yitirmiş, onun ifadesiyle ‘yanlış bilince’ evrilmiştir. Bu durum da tarihsel diyalektik süreç içerisinde günümüze kadar sosyal, siyasal ve ekonomik açıdan yeniden yeniye üretilen ve merkezinde iktidarların menfaatini içeren bir sistemi kurmuştur. Ona göre çözüm yolu devrim yoluyla hakikatin hüküm sürebileceği bir yoldur (Ritzer & Stepnisky, 2014: 48-69). Artık medyada içeriklerin tahlil edilmesinin gelenekçi yöntemlerde mümkün olmayışı insanı, kitlesel olarak yansıtılan her şeyin gerçeklikle ilişkisini sorgulamaya yönlendirmiştir. Bu açıdan kitle kültürü, kültür endüstrisi gibi kavramlar temelde iletişim süreçlerinin realiteye ne kadar uzak veya yakın olduğu tartışmalarının merkezinde yer alır. Bireylerin rutin yaşamlarında yazılı ve görsel medya içeriklerinde karşılaştıkları her şeyin, bir noktada gerçekliğinin sorgulandığı düzey, hakikat yitimi “post truth” kavramı olarak karşımıza çıkar.

Topluma yansıyan her alanda görülen otonomi, rasyonalitedeki aşınma simülasyon çağının göstergesi olarak kabul edilebilir. Sosyal ağlarda akan veriler, egemen gücün erkinin devamına hizmet etmekte ve bireylerin tutarlı ve gerçeğe dayanan bilgiye ulaşmasını engellemektedir. Post- truth kavramı ilk olarak Amerika’da popüler siyasette kullanılmıştır. Medya içeriklerinin dolaşımı biçimi ise bu kavramın pek çok dilde karşılığı olduğu anlamına gelir. (Harsin, 2018: 35). Kavram Türkçe’ye ‘hakikat sonrası’, ‘gerçek-ötesi’ veya ‘gerçek-sonrası’ ‘hakikat sonrası çağ’ şeklinde tercüme edilmiştir. Keyes, yalanların kirli ve beyaz olarak ikiye ayrıldığı bir dönemin artık son bulduğundan bahsederek, sunulan içeriklerde yalanın açıklığının sezilemez olduğuna vurgu yapmıştır. Bu bakımdan gerçekle ayırt edilemez bu yeni dönemde ulaşılan bilginin tahlili yolunda özne, belirsizliklerle karşılaşır. Çünkü bu seviyede gerçek dışı içeriklerin dolaşıma sokulması herhangi bir sorumluluğa bağlı olmadan, tereddütsüz, suçluluk ve utanma duygusu olmadan akışa kazandırılır. Bu dönem ‘Hakikat Sonrası Çağ’ olarak adlandırılır. Post gerçeklikteki yeni yapının zeki öznesi de yalan söylemekten suçluluk duymak yerine suçluluk duygusundan kurtulmak için yalanla gerçeğin üstünü örtmeyi tercih edenlerdir (Keyes, 2017: 22-38). Geleneksel medya ile ilgilenen düşünürlerin kuramları ve eleştirdikleri noktalarla karşılaştırınca, Post truth kavramını politik, retorik ve bilgiyi dayatıcı bir vurgusu vardır. Bununla beraber, kitleler sunulan haber medyasına ve dikte edilen politik yaklaşımlara karşı pasifize edilmiş olarak görülür. Dolayısıyla Post truth’daki ekilen fikir, sıradan vatandaşların dünyayı egemen sınıfın ideolojisiyle görüp, kavrayıp, anlamlandırdıklarıdır. Gerçeklik burada

ustalıkla "popüler" olana evrilmesi dolayısıyla kafa karıştırıcı veya şüpheli hale gelir. Bunu da partizan-yandaş ve bir ideolojide uzmanlaşmış stratejiyi içeren bir aldatma olarak açıklayabiliriz.

Haberin Magazinleşme Olgusu

İnsanların, bilgilenme, haber alma, eğitim, eğlenme ihtiyaçlarını karşılamada önemli rolü olan televizyon görsel ve işitsel bir kitle iletişim aracı olarak tüm dünyada yoğun ilgi görmüştür. Televizyon, bireylerin kendilerini ifade etme eylemine ve etraflarında olup bitenleri anlamlandırma sürecine karşılık gelen sembolik biçimleri üretme işlevine sahiptir. Simgesel düzeyde bilgi alışverişini sağlayan bütün süreçler için gerekli olan maddi unsurlar, teknik birer aracın varlığını gerekli kılarken bugün hala egemen olan televizyonun izler kitle üzerindeki etkisi ise yadsınamaz bir gerçektir. İnsanların olayları algılamasında ve anlamlandırıp, yorumlamasında yönlendirici bir araç olan televizyon bu yönüyle “sorunlar, değerler ve politikalar gündemi” (Smythe,1986: 4) oluşturan bir iletişim aracıdır. Anlamın üreticileri ve anlamın alıcıları arasındaki ilişkide kitle iletişim araçları belli konular evreni ortaya koyarken bunların bireylerce değerlendirilmesinde de bir söylem düzeni kurar (Sholle,1994: 245). Gündemin genel görünürlüğüne belirleyen kitle iletişim araçlarının gündemini de Chomsky’e göre siyasi iktidarı paylaşanlar belirler (Chomsky,1999: 119). Siyasi erkin herhangi bir birimi, kişisi, olayı ya da durumu ile ilgili zayıflık belirtisi ya da eleştirel bir tutum dikkat dağıtıcı söylemlerle manipüle edilir. Bu yönüyle kitle iletişim araçlarının geliştirdiği dil vatan, millet birliği, beraberliği ve bekasını tehlikeye atacak türden sorunların önüne geçmede etkin biçimde kullanılır. Televizyonun bir propaganda aracı olarak bireysel ve toplumsal rıza üretmek gibi bir işlevi de söz konusudur. Bu sayede sosyal gerçekliğin normalleştirilerek doğal bir durummuş gibi servis edilmesi statükonun kendi hiyerarşik yapısını garanti etmesinin önemli bir yoludur. Normalleştirme söyleminin en önemli pratiği ise var olan durumun kaderci anlayışla yorumlanması ve insanların bu şekilde ikna edilmesidir. Mills’in ifadesiyle toplumsal hayatta alınacak kararlar sayılarla ifade edilemeyecek kadar sonsuzdur. Öte yandan bu kararlar önemli bir sonuç ortaya çıkaramayacak kadar da küçük çaplıdır. Dolayısıyla olaylar kaderin bir cilvesi olarak birer tarih olma özelliği taşır (Mills,1974: 32). Bireylerin iktidara koşulsuz rıza göstermelerinin bir diğer nedeni ise mevcut sorunların kaçınılmaz olarak yaşanacağını bilip umutsuzca bir tutum geliştirmeleridir. Siyasetin ortaya koyduğu senaryolar ümitlerin kırılmasında etkin rol oynarken insanların etraflarında olup biteni değiştirme gayretlerini de köreltir. Günümüz toplumlarında siyasal iktidar bütün kitle iletişim araçlarıyla özelde ise televizyonla her türden süreci manipüle etme gücüne sahiptir. Özellikle statükoya alternatif olabileceği düşünülen yapılanmaların önünü kapatan söylemler üreten siyasal erk farklı olan bütün “öteki”leri yok etme eğilimindedir. Var olan durumlarla ilgili geliştirilen kamusal senaryoda iktidara, iktidarın politikalarına karşı “alternatifsizlik” stratejisi uygulanırken, dilenen amaca ulaşmak için elverişli ortam ortaya koyma imkânı da artar (Zeldin, 1998: 406). Herhangi bir toplumda ülke gündemini meşgul eden bir olaya karşı kitlelerin fiili eylem gösterdikleri görülür. Grev, protesto ya da direniş şeklinde tanımlanabilen bu eylemler sivil itaatsizliğe yapılan vurgusuyla iktidar tarafından sorunlu bir alan olarak yorumlanır. Siyasal sistemin gücü elinde bulunduranlar olarak bu süreci kitle iletişim araçlarıyla kendi lehlerine çevirmeleri ise muhtemeldir. Televizyonun özellikle hedef gösterme rolü ile bastırılmaya, sindirilmeye çalışılan insanlar toplum nezdinde haksız eylemler ortaya koyan ve haksız eylemciler olarak sunulan kişilerdir. Siyasi gücün haklılığının öne çıkarıldığı söylemler bu bağlamda insanları kayıtsızlaştırarak eylemsizliğe sürükler.

Özellikle küreselleşen piyasa çıkarları doğrultusunda dönüşen televizyon programlarının içeriği dönemin ekonomi-politik yapısıyla da ilişkilidir. Bilgi iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte geleneksel anlamdaki iletişim teknolojilerinin yerini alan dijital teknoloji bütün medya araçlarının olduğu kadar televizyonunda anlatım olanaklarını çeşitlendirmiştir. Yalnızca ses ya da görüntü aktarmanın ötesinde müzik, grafik, yazı, tablo, video, fotoğraf gibi medya içeriklerinin anlam üretme sürecine sağladığı katkı klasik anlamdaki televizyon yayıncılık anlayışını da dönüştürmüştür. 1990’larda özel televizyon kanallarındaki artışla birlikte ticari kaygıyı önceleyen yayıncılık politikaları paralelinde habercilik anlayışını da değiştirmiştir. En çok izlenme potansiyeline sahip olma çabası izleyiciler açısından izlemenin keyifli, ilginç yanının gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Gereksinimleri nispetinde medya içeriklerine yönelen izler kitle, kolay anlayabildiği, hoşlanarak takip edebildiği adeta görsel şovlara dönüşmüş habercilik tarzına yönelmiştir. İzleyicinin bu beklentileri sonucunda ciddi bir konunun dahi ilgi çekici olabilmesi noktasında haberler ve haber programları popülerleşerek gerçeklik ilkesinden kısmen kopmaktadır. Bir haberin kurgulanma biçimi, haberin kaynağı olan bilginin sınırları, ortaya çıkan bakış açıları o haberin doğruluğunu etkiler. Çarpıtılan bilgiler, gerçeklerin kurgulanma biçimleri, ön yargılar ve belli çıkarlar

doğrultusunda bozulan, oynanan haber gerçekliğinin yeniden üretilmesi anlamına gelir. İmajlar evreni ve reel dünya dikotomisi sunan bu anlayış ise toplumsal algılama biçimlerinin dönüştürülmesinde küreselleşen tüketim ve pazar yapısının işlerliğine hizmet etmektedir. Dolayısıyla izler kitle ile kurduğu ilişki çerçevesinde kitle iletişim araçlarınınca mesajların üretilmesi, anlamlandırılıp paylaşılması teknolojik, ekonomik, politik ve sosyal bir örgütlenmeyle anlamlıdır (Livingstone, 2005: 57). Bir endüstri tarafından üretilen haber o endüstrinin ekonomik ve bürokratik yapısı ile medya egemenleri tarafından şekillendirilir. Medya aktörleri, baştaki egemen erkler, haber ajansları ve buna benzer dış faktörler haber içeriğinin değerini ve seçimini etkileyen temel faktörler olarak tanımlanabilir.

“Toplumun büyük kesiminin ilgi, çıkar ve yaşam alanı içinde var olan ve en kısa sürede verilen olaylar” (Seçim, 1993: 207) olarak tanımlanan haberler izleyicinin yaşamın somut gerçekliğine tanıklık etmesi olarak nitelendirilir. Haber, bireyleri yaşamsal olarak ilgilendiren bireysel, yerel, ulusal ya da ulus aşırı düzeydeki gelişmelerden haberdar olmasını sağlayan her türden olay ve olgudur. “Toplumun bilgi ve ilgisini geliştirecek, dönüştürecek gerçekliğin, kurgusal olarak yayımlanacak medya organizasyonunun yapısına, teknolojisine ve ideolojisine göre yeniden kurgulanmasıdır. Haber, içinde barındırdığı, çok katmanlı yapısı nedeniyle biçimsel olarak düzenlenişi, tanımlanmasından ve kavramsallaştırılmasından daha kolay bir iletişimsel yapılanmadır” (Rigel, 2000: 170). Evrensel bir tanımı olmamasına rağmen bir olayın haber niteliği taşıyabilmesi için gerekli olan özellikler ise haberin iletişim ortamlarındaki ayrıcalıklı konumuna bir vurgu niteliği taşır. Habere konu olan olayın gerçek olması, verilen haberle içeriğin uyumlu olması gerekliliğine dayanır. Habercinin haber konusu olan olayla ilgili tarafsız yanı ise haberin nesnel olmasıyla açıklanabilir. Yine bir anlam üretme süreci olan iletişimde haberin bütün aşamaları anlamlı olmalıdır. Mantıklı ve makul sınırlar içerisindeki haberlerde kesinlik ilkesiyle herhangi bir kuşku ya da şüpheye sebep olabilecek ifadeler bertaraf edilmelidir. Habercilikte geçerli olan haberin anında ve hızlı biçimde iletimi piyasa koşullarında rekabeti ortaya çıkaran nedenlerden sayılmakta ve tutarlı bir biçimde yazılan, kurgulanan haber içeriği ise haberin inanılabilirliği açısından önemli bir öncül olarak kabul edilmektedir (Çiftçi, 2017: 478). Bir haberin sahip olması gereken ilkeler literatürde net bir biçimde tanımlanmaktayken günümüzde tüm dünyada egemen olan politik ve maddi kaygılar bu ilkelerin esnetilmesinin ana sebebidir. Televizyon yayıncılığında meydana gelen değişimler ile içerik üretiminde eskinin homojenleşmiş zevklerine karşılık ortaya konulan tek tip içerikler yerine bireyselleşme, magazinleşme, küreselleşme gibi farklı olgular ortaya çıkmıştır. Toplumda farklı beğeni ve tercihlerin varlığı göz önünde bulundurularak oluşturulan haber içerikleri konu seçimi, kurgulama, müzik, efekt, dekor gibi unsurların olanaklarından da faydalanılarak habercilik anlayışını dönüştürmüştür. Televizyonun haber verme işlevinin yanında haberi eğlendirerek sunması bu noktada değişen habercilik anlayışıyla ilişkilendirilebilir. Gerçeklerin bozularak, eğlence içerikli sunumu, salt haber içeriklerinin görsellerle desteklenmesi geleneksel yayıncılık anlayışının ötesinde haberin magazinleşmesi kavramıyla açıklanabilir. Haber içeriğinin oluşturulmasında ve sunulmasında gerçeğin maskelenmesi, bozulması ve ön planda olması gereken bir bilginin ötelenmesi anlamları haberin magazinleşmesi olgusuyla ifade edilir. Magazinleşme, yaşanan toplum toplumsal gerçeklerini, ekonomi, politika, güvenlik, sağlık, sosyal yaşam gibi pratiklerini ve bunların ciddi olan yönlerini çarpıtarak yüzeysel bir bakış açısıyla sunması biçiminde görünürlük kazanır. Dolayısıyla siyasal ve ideolojik olaylara kamuoyunun nasıl bakması gerektiği medyanın bir konuya eğilme biçimine ve seviyesine bağlı olarak değişiklik gösterir. Magazin söylemi aracılığıyla televizyondaki eğlence öğelerinin tüm içeriklere yerleştirilmesi haberleri magazinleştirirken hakikati de gölgede bırakmaktadır. Haberleri sunarken dramatik etkiyi güçlendirmek amacıyla kullanılan bazı teknikler ya da popüler, sansasyonel söylemlerin bilinçli kullanımı haberin magazinleşme olgusuna vurgudur. Gerçekliğin televizyon haberlerinde farklı bir görünümle verilmesini sağlayan dramatik öğeler bu bağlamda anlamın yeniden üretilmesi sürecine katkı sağlar. Bu tarz haberlerde ve haber programlarında “geniş bir izleyici kitlesine seslenebilmek için, ağırlıklı olarak, ele alınan olayların duygusal boyutları öne çıkarılmaktadır. Öyle ki, tamamen gerçek olaylara ve karakterlere dayalı olan haber ve haber programlarında bile, hakiki gerçeklik kurmaca gibi, geleneksel anlatı saymacalarıyla yeniden kurulmuştur. Yani gerçek insanları, soruları, olayları (iyi-kötü, kahraman-kötü adam, birey-kurum, biz-düşmanlarımız, doğa-kültür gibi) iki karşıt gücün çatışmasıyla nitelenen anlatılara dönüştürmüştür” (Poyraz, 2002: 70). Haberin değerini artırarak izler kitlenin dikkatini habere çekmek amacıyla sosyal nitelikli ciddi konuların dahi hafifletilerek eğlenceli sunumu haber içeriğinin magazinleşmesi olarak anılır. Haber değerinin varlığı konusu yadsınmadan dramatik olanın ön plana çıkarılarak yaşanan gerçekliğin silikleştiği bu yaklaşımda haberler genel anlamda öyküleyici bir anlatım tarzıyla ortaya konulur. Haberin dünü ve yarını ile ilgili sebep ve sonuçları yerine şimdi var olan kısa süreli etkileri önemsendir. Burada bir olayın sebep olabileceği durumlar ve bu

durumların kurumsal veya ulusal etkilerinden bireysel görünümünün daha önemsendiği görülür (Ergül, 2000: 137). Magazin söylemi bu bağlamda gerçekliğin ötesinde, hakikatin kaybolduğu, ya da içinin boşaltılarak önemsizleştirildiği, olay bütünlüğünün parçalanarak daha sığ içeriklerin dramatik etkiyle ön plana çıktığı bir pratiktir.

Medyanın neyin haber olup olmayacağına ya da neyin ne ölçüde önemseneceğine dair belirleyici ve yönlendirici yanı, olayları yorumlama biçimiyle ilişkilidir. Yaşanan gerçeklerin reel ve rasyonel yanlarını gölgede bırakan bir tavırla medya haberleri izleyicinin dikkatini asloından uzaklaştırmaktadır. Magazinleşen haber içerikleri kimi zaman gerçeklere ulaşmak için okuma, araştırma ya da sorgulama yetisini kullanmak istemeyen ve özellikle de gündelik hayatın koşuşturmacasından sıkılmış izler kitle için olup biten hakkında bilgi sahibi olmanın en kolay yolu olarak sayılır. Ancak sosyal, politik, ekonomik nitelikli önemli konuların eğlenceli hale getirilerek hakikat bağlamlarının silikleşmesine ya da ortadan kalkmasına sebep olma özelliği enformasyonu dezenformasyona dönüştüren önemli bir etkidir. Haberin eğlence kalıpları içerisinden verilmesi ile ortaya çıkan, insanı bilgilendirmekten uzak enformasyonun gerçekleri gizlemek, yeni bir gerçeklik inşa etmek ya da kamuoyunu yanıltmak amacıyla kullanıldığı bu noktada önemlidir. Toplumun ve medyanın gerçeklikten kopuşu olarak nitelenen hakikat-sonrası çağ post-truth kavramı üzerinden anlamlandırılırken sansasyonel algıların nesnel olan olgulardan daha fazla itibar gördüğü gözlenmektedir. Dezenformasyon, yalan haber, manipülasyon, sansasyonel haber gibi kavramların gerçekliğin karşısında ortaya koymuş olduğu varlık post-truth'un sınırlarıyla anlamlı hale gelir. Post-truth kavramı çerçevesinde haberin magazinleşmesine ilişkin oluşturulan temel kategoriler ise aşağıdaki gibidir.

| |
|---|
| Hakikatin söylemsel inşasını normalleştirme |
| Hakikatin sonuçlarının kaçınılmazlığı |
| Hakikat söyleminin karşısında konumlanan “alternatifsizleştirme” |
| Hakikatin maskelendiği süreçte insanları eylemsizliğe sürüklenme stratejisi |
| Hakiki gündemin dikkat dağıtıcı söylemlerle manipüle edilmesi |
| Hakikati öncelemeye çalışanların ötekileştirilmesi |
| Gerçeklerin önüne geçen popüler kurmacalar |
| Hakikati görünmez kılan dramatik anlatılar |
| İtibarsızlaştırılan hakikat söylemleri |
| Hakikat ötesi söylemlerde ikna stratejisi |

Çalışmanın Amacı

Çalışmanın amacı kavramsal çerçeve ortaya konulduktan sonra Adam McKay'in yönettiği 2021 yapımı “Don't Look Up” filmi özelinde “Post Truth” kavramını deşifre etmek ve anlaşılır bir şekilde yorumlamaktır. Temsil alanı olan sinema filmlerinde neyin, nasıl temsil edildiği filmin teması ve konusuyla birlikte düşünülmesi gereken bir pratiktir. Film içeriğinin odağa alındığı bu çalışma öykünün “Post Truth” kavramı özelinde nasıl kurgulandığını, hangi kodlarla verildiğini olaylar ve karakterler özelinde tanımlayıp anlamlandırmayı amaçlar. Bu amaçla “Post Truth” kavramının genel çerçevesi çizilerek haberin magazinleşen içeriği ile ilişkisi ortaya koyulmaktadır. Bu doğrultuda belli kategoriler belirlenerek film özelinde maskeli anlamlar bu kategoriler eşliğinde analiz edilip değerlendirilmektedir.

Çalışmanın Yöntemi

Nitel bir araştırma olan bu çalışma toplanan verileri nitel içerik analizi yöntemi ile ortaya koymaktadır. Metinlerden, film anlatılarından geçerli çıkarımlar yapmakta kullanılan içerik analizi, öze ilişkin belli kalıpları, kategorileri, temaları ya da anlamları belirlemede önemli bir bilimsel yöntemdir. Bu kapsamda araştırmacının derinlemesine ve dikkatle sistematik biçimde analiz edip yorumladığı içerikler bütüncül bir bakış açısıyla

sunulmaktadır. Buradan hareketle “Post Truth” kavramı çerçevesinde haberin içeriğinin magazinleşmesi ile ilişkili olarak çalışmada farklı on kategori belirlenmiştir. Belirlenen kategoriler ışığında araştırmacının kişisel algı ve deneyimlerini de kapsayan amaçlı örnekleme tekniği ile belirlenmiş film örneği üzerinden çeşitli çıkarımlar yapılmıştır. Filmdeki kişi, olay ve olgular kendi bağlamlarında analiz edilmiş ve anlamlandırılarak yorumlanmıştır.

Silikleşen Hakikat: Don't Look Up

2021 yapımı bir Netflix içeriği olan “Don't Look Up” filmi dünyaya yaklaşan dev bir kuyruklu yıldızın varlığını keşfeden ve insanlığı uyardırmaya çalışan iki gök bilimcinin başlarından geçen hikâyeyi konu edinir. Michigan Eyalet Üniversitesi'nde Astronomi profesörü olan Dr. Randall Mindy ve doktora adayı Kate Dibiasky'nin bir gün gökyüzünü incelerken yaptıkları keşif insanlığı dünyanın yok olma tehlikesi ile karşı karşıya getirecektir. Beş ila on kilometre genişliğine sahip kuyruklu yıldızın yaklaşık altı ay on dört günlük yolculuktan sonra dünyaya çarpışmasının ne denli tehlikeli olduğu açıkça ortadadır. Bu gerçeği öncelikle NASA'nın gezegen savunması koordinasyon ofisi başkanı Dr. Teddy Oglethorpe ile paylaşan ikili ofis başkanı ile birlikte durumu Beyaz Saray'a aktarmak için yola çıkarlar. Bilim insanları ABD Başkanı Janie Orlean ve Beyaz Saray Genel Sekreteri oğlu Jason'ın ilgisizliğiyle karşılanırlar. Başkan “Görünümünü beğenmediğiniz bir gök taşı mı, kuyruklu yıldız mı neyse ondan bahsedin, sonra da neden bahsettiğinizi söyleyin” diyerek dertlerini anlatmaları için onlara yirmi dakika verdiğini söyler. Başkanın bu sahnedeki tavrı hakikatin itibarsızlaştırıldığı, ciddiye alınmayan bir alan olarak görüldüğü şeklinde yorumlanabilir. Profesör anlatmaya başlar. Bir deprem dalgasından daha büyük bir felaket olacağını, bir milyar Hiroşima bombası kadar etkili olacağını ifade ederken stresli ve heyecanlı haliyle kadraja giren profesör bilimsel verileri büyük bir ciddiyetle paylaşır. Başkan duydukları karşısında bu ihtimalin yüzde kaç olduğunu sorar ve yüzde doksan dokuz cevabını alır. Ancak gerçeği saptırmaya çalışan başkan yüzde yetmiş diyelim ve bu konuyu kapatalım diyerek insanların karşısına çıkıp onlara öleceklerini söyleyemeyeceklerini ifade eder. Başkanlık seçimlerine üç hafta kaldığını ve bu haberin duyulması sonucu kongreyi kaybedeceğini söyleyen başkan dünyanın yok olma hakikatiyle yüzleşmede zamanlamanın korkunç olduğunu dile getirir. Yaklaşan kuyruklu yıldızın yörüngesi değiştirilerek felaketin önüne geçilebileceği ihtimaline odaklanarak çalışmalarını gerektiğini söyleyen profesör ve Dibiasky yine başkanın direnciyle karşılaşır. “Geçtiğimiz yıllarda dünyanın sonunu getiren kaç senaryo duyduk: ekonomik krizler, araba egzozları, nükleer bombalara, yapay zeka, kuraklık, istilalar..” diyerek hakikati normalleştiren başkan bu duruma da gayet doğal bir durummuş gibi bakılmasını ister. Beyaz Saraydan bekledikleri ilgiyi göremeden ayrılan bilim insanları medyanın gücünden faydalanarak hikâyeyi basitçe anlatıp basına sızdırma planları yaparlar ve bir televizyon programına katılırlar.

Programda Dibiasky ve Profesör Mindy'den önce başkanın, bir zamanlar çıplak modellik yapmış, “Saten Geceler” porno televizyon programında görülmüş eski sevgilisi ırkçı güneybatı şerifi Conlon'un haberi ve bir şarkıcı ile DJ'in ayrılıkları haberi yer alır. Programın tamamen kurmaca olduğu hatta programa katılacak konukların da belli bir eğitimden geçirilerek kurmaca yapıya dahil edildiği filmin ilerleyen sahnelerinde sunucuların söylemleri ortaya çıkar. “Ünlü insanlar”ın ayrılık konuşmalarının ve program içerisinde yapılan evlenme teklifi-teklife verilen olumlu yanıtın sosyal medya mecralarındaki yankıları gündem belirleyicisi olan medyanın haberleri magazinleştirme ilkesiyle açıklanabilir. İkisinin milyonların gözleri önünde birbirlerini aldattıklarını ancak hala sevgilerinin bitmediğini söylerken ağlamaklı yüz ifadeleri ve ses tonları gerçekliği dramatize eden edimlerdir. Kadın sunucunun “evlilik teklifinden küçük bir bilim deneyine geçiyoruz birazdan” şeklindeki söylemi yine bilimsel bilgilerle hesaplanabilirliği ve doğruluğu ispatlanmış hakikatin önemsizleştirilmesine, yüzeyselleştirilmesine örnek sayılabilir. Dibiasky ve Profesör Mindy'in programa dahil oldukları anda erkek sunucunun “Önce bir şey sorabilir miyim? Uzayda yaşam var mı? Evet ya da hayır” sorusunu sorma biçimi ve iki sunucunun birbirleriyle kahkahalarla atışmaları magazinleşen habercilik anlayışına vurgudur. Şoke edici bir keşif olduğunu ve buldukları patlayan yıldızların neler yapabileceğini anlatmalarını isteyen sunuculardan erkek olanın “Patlayan yıldızların birinin evini yok etmesi mümkün mü? Zarar verirken New Jersey sahilinde belli bir eve çarpacak mı? Eski karımın evi orda da çarpması lazım.” Soruları haberin gerçeklik değerinin dikkat dağıtıcı biçimde manipüle edilmesidir. “Haberlerin ve haber programlarının popülerleşmesi sürecinde, sansasyona, skandala ve yüzeysel olaylara yer verilerek aslında sadece haber bültenleri magazinleşmemekte, aynı zamanda yaşamın kendisi de magazinleşmektedir” (Ergül, 2000: 106). Haberin gerçek içeriği kadar haberin sunumu da nesnel bir biçimde gerçeği verecek nitelikte olmalıdır. Sunucuların umarsız tavırları karşısında kendine hâkim olamayan Dibiasky'in “Biz burada katil bir kuyruklu yıldızın bütün gezegeni

yok edeceğini söylüyoruz. Bütün gezegenin yok olması eğlenceli olmamalı, belki de korkutucu ve can sıkıcı olmalı. Belki de her gece ağlamamız gerek, çünkü hepimiz öleceğiz.” çıkışı karşısında kadın sunucunun “Elbette ama buranın olayı bu. Biz kötü haberleri yumuşatırız. Bu sayede ilacı kolay içersin” şeklindeki tutumu gerçeğin medya tarafından nasıl verilmesi gerektiğini gözler önüne serer. Gerçeğin korku ve kaygı verici yanının parçalanarak basit ve yüzeysel kodlarla yeniden kurgulanması magazin haberlik anlayışıyla ilişkilidir. Dibiasky'nin ağlayarak programı terk ettiği sahnede kadın sunucunun Profesör Mindy’i işaret ederek “bu adamı sevdik, yakışıklı astronom” demesi Dibiasky’i ise “eğitilmesi gereken bağırın bayan” olarak nitelmesi onun haksız eylemci olarak tanımlanmasına ve medyanın hedef gösteren dil geliştirerek gündem ve gündemdekiler hakkında nasıl düşünülmesi gerektiğinin bilir kişileri olduğuna bir örnektir. Programın bitmesinin ardından sosyal medya mecralarında Dibiasky ve Mindy ile ilgili yapılan yorumlar, verilen görseller ise medyanın hedef gösterebilme gücünün etkin biçimde yerini bulduğu anlamlarını taşır. Dedikoduyu destekleyen medya araçlarında üretilen mesajlar doğru olmasalar bile, art niyetli iddialar, söylemler, yakıştırmalar gündemi meşgul edecek konuların belirlenmesinde amaca hizmet eder. Öte yandan ulusal güvenlik sırlarını açığa çıkardığı gerekçesiyle FBI tarafından yakalanarak başına çuval geçirilip alıkonulan Dibiasky, halkı korkutmak ve galeyana getirmekle suçlanır. Medya burada hedef gösterirken hakikati görünür kılmaya çalışanları ötekileştirme, toplum dışına itme gücüne de sahiptir.

Programın izlenme oranlarıyla ilgili sosyal medyada büyük hareketliliğin olduğu anın şarkıcının DJ sevgilisini geri istediği anda olduğu bunun dışında ise paylaşılan bilimsel gerçeğin izleyicinin dikkatini çok da cezbetmediği görülür. Haberin içerisine yerleştirilmiş dramatisasyon özellikle özel televizyon programlarının izleyiciyi televizyon karşısında ilgisini açık bir biçimde tutmanın önemli bir aracıdır. Sansasyonun, toplumca tanınmış kişilerin özel yaşamlarına ilişkin dedikoduların yer aldığı magazin içerikli haberler bu özellikleriyle izleyicinin kanalı değiştirme riskini ortadan kaldırarak aynı kanalda kalmasını garanti altına alır. Medyanın değerli kılan ve hiçleştirilen bir araç olması filmde Dibiasky ve Mindy karakterlerinin sosyal mecralardaki görünürlükleriyle anlam kazanır. Dibiasky ile ilgili paylaşılan görseller ve kurulan nefret söylemi karşısında Mindy'nin çeyrek milyon aboneye ulaşması ve sempatik söylemlerle anılıyor olması medyanın insanların duygu ve düşüncelerini yönlendirici etkisi olarak yorumlanabilir. Diğer taraftan Dibiasky'nin sevgilisinden ayrılması Mindy'nin ise popüler olan kadın sunucuyla yeni bir ilişkiye başlaması ve Beyaz Sarayda atandığı önemli pozisyon da değer atfetme-değersizleştirme dikotomisini temsil eden başka örneklerdir. Tüm bunlar olup biterken senatörle başkanın uygunsuz ilişkilerinin ortaya çıkması ve medyanın bu haberle çalkalanması üzerine başkan, kuyruklu yıldızın yörüngesinden çıkarılacağını bir basın açıklamasıyla duyurur. Bu sahne basınla paylaşılacak olan bilgilerin içeriklerinin niteliği ve nasıl aktarılacağı ile ilgili senaryonun yazıldığı sahneyle birlikte paralel kurguyla verilir. Harekete geçmek için gecikme sebeplerini NASA'nın başındaki yetkili kadının hedef gösterilmesi biçiminde kuran başkan onu istifaya yönlendirir. Egemen iktidarın olayları çarpıtarak sunması kendi meşruiyetini sağlama çabası olarak yorumlanabilir. İktidarın gerçek dışı haber içerikleri üreterek toplumları kendi istedikleri yönde etkileyebilme stratejisi medyanın manipüle gücüne yapılan vurgudur. Gerçeklerin maskelenerek, gizlenerek, baskılanarak yeniden yorumlanıp servis edilmesi medyanın ideolojik olarak “hakikat ötesi bilinç” üretme süreci olarak tanımlanırken bu durumda toplumdaki maddi gücü elinde bulunduran ayrıcalıklı sınıf, düşünsel gücünde temsilcileridir (Marx & Engels, 2013: 64).

Başkan kuyruklu yıldızın yörüngeden çıkarılarak felaketin önlenmesi için bir komutan görevlendirir. Komutan ve beraberindeki diğer görevlilerin yerlerini aldıkları uzay mekiklerinin gökyüzüne fırlatılma sahnesi bütün medya kanallarında canlı olarak verilir. Bu sahne, başkan ve komutan Benedict arasında geçen konuşmalar bakımından anlamlıdır. Başkanın “Ülken, gezegenin, tanrı ve ben sana minnettarız” ifadelerine karşılık Benedict’in “Bana bir kadeh içki verseniz yeter. Bir de alkollü araç kullanma cezalarını kaldırın” isteği kitlelerin duygu ve düşüncelerine etki ederek hakikatin yüzeyselleştirilmesi olarak nitelenebilir. Bu diyalog esnasında karşılıklı kahkahaların atılması olayların trajik, dramatik ya da komik yanlarının ön plana çıkarılarak yeniden kurgulandığı magazinel yönünü ortaya koyar. Bu esnada sosyal medya mecralarında ise #Launch Challenge# esprileri dönmetedir. Yeni medyanın geleneksel medya karşısındaki etkileşimli yapısı, haber içeriklerinin hedef kitlelerce anlık geribildirimlere dönüşmesi imkanını sağlar. Kaynaktan gelen mesaj üzerinde bireyin kontrolünün olması da dijital çağda halkın haber unsurlarıyla kurmuş oldukları ilişkiyle anlamlıdır. Yaklaşan felaketi küçümseyici bir tavırla karşılayan ve filmde hakikat sonrası çağın medya kullanıcıları olarak betimlenen halk kitleleri, gücün iktidar kurabilmesi ya da iktidar zeminini güçlendirmesi sürecinde önemlidir. Bir teknoloji şirketi CEO'su ve Beyaz Saray Baş Bilim Danışmanı olan Peter Isherwell'in başkanla ikili görüştüğü sahne sonrası uzay

mekiklerinin dünyaya geri döndüğü görülmektedir. Gerçeği gölgeleyen popüler ve sansasyonel bir kurmaca sunan Peter Isherwell'e göre tehlike olarak görülen şey aslında olağanüstü bir fırsattır. Kuyruklu yıldızın yüz kırk milyon dolar varlık içerdiğini ve herkesi öldürme pahasına parçalara ayrılarak gökteki hazinenin ellerine geçeceği, bütün sorunların geçmişin kalıntılarına döneceği fikri gündemi ters yüz eder. Hakikat olanın karşısında bazı umutları kırarak bazı umutları yeniden inşa etme stratejisi olarak bu düşünce yeni bir gerçeklik ortaya koyma stratejisi olarak yorumlanabilir. Statükonun baskıyla insanlar üzerinde kurdukları hegemonya gerçeğin çarpıtılması ve yeniden üretilmesi ile rızaya evrilir. Çarpışmanın sağlayacağı maddi zenginliğin kitlelere umut vaat eden yönü (insanlara harika işler ve istihdam sağlayacağı fikri) ve gönüllü rızayla durumu yadsımadan ona razı olmaları hakikat ötesi çağda kitlelerin eğilimlerini betimleyen niteliktedir. Öte yandan hakikatin getireceği sonuçların kaçınılmaz bir biçimde yaşanacağı kaderci anlayışta kitlelerin sürece katılımı rıza üretimiyle garanti edilir. Kuyruklu yıldızın felaket mi zenginlik mi getireceği noktasında bilim insanları ve sembolik seçkinler öncülüğünde ikiye ayrılan kitleler "Don't Look Up" ve "Look Up" söylemleri etrafında ayrışır. Başkan ve yandaşı olan medya araçları insanları yukarı bakmamaları konusunda uyarırken "Neden yukarı bakmanızı istiyorlar? Çünkü korkmanızı istiyorlar. Çünkü onlar size tepeden bakıyor ve sizden iyi olduklarını düşünüyorlar" şeklindeki ifadelerine karşılık Dibiasky ve Mindy ile beraber olanlar "Başkan bizi düşünmüyor, sadece yukarı bakın. Başkan sosyopat ve faşisttir" söylemini ortaya koyuyor. Başkanın alternatifleri ortadan kaldırarak yeni bir ideolojinin, fikrin ya da yapılanmanın önüne geçme çabası olarak yorumlanan bu durum, ötekilerin, öteki yapılanmaların, öteki eylemlerin dışlanarak yok sayılmaları gerektiği olarak değerlendirilir. Filmin anlatı yapısı içerisinde "kuyruklu yıldızın dünyaya yaklaşması" "kuyruklu yıldızın dünyanın sonunu getireceği" gibi nesnel doğruların kamuoyu kanısı oluşturmada iktidarın çıkarları ve gündemi kadar ilgi çekmediği görülür. Gündemle ilgili iktidar tarafından belirlenen haber içerikleri, haberlerin sunum biçimleri post-truth dönemin temel karakteristikleri ile ilgilidir.

Başkanın "politika gösterisi"ne dönüşen gündemi, kitleleri ikna ederek algı yaratma sürecini ifade eder. "Yukarı bakma" hareketiyle haber medyasının kullanıldığı filmde gücü elinde barındıran iktidar kendi çıkarları için içerikleri yönlendirmektedir. Yapılan haberler, verilen röportajlar, bestelenen ve söylenen şarkılar, ekonomik ve politik çıkarların belirleyici olduğu sürecin bileşenleridir. Hakikat söylemlerini bu bağlamda itibarsızlaştıranlar medya olduğu kadar siyasetçiler, seçilmiş yöneticiler ve seçkinlerdir. Filme adını veren "Yukarı bakma" ve "Yukarı bak" sloganları kuyruklu yıldızın dünyaya yaklaştığına inananlar ve bu durumu reddedenler için bir kutuplaşma göstergesidir. İlkelerin, yönelimlerin, çıkarların ayrışması, bölünmesi ya da farklılaşması olan kutuplaşma kavramı iktidar ilişkilerinin bir görünümüdür. Filmde başkan ve tekno-lider Peter Isherwell taraftarları "yukarı bakmayarak" gerçekleri görmezden gelirken "yukarı bakanlar" için gerçek tüm parlaklığıyla yaklaşmaktadır.

Sonuç

İnsanların gündemde olan biteni değerlendirme davranışı üzerinde etkili olan geleneksel ve yeni medya mecraları her türden bilgiye ulaşma konusunda kolaylık sağlarken gerçek bilgiye erişim fikri bu alanlar açısından yanıltıcıdır. Haberin içeriğinin nasıl olması gerektiği ya da bu mesajların ne şekilde iletileceği konusu haber üretim araçlarını ve süreçlerini ellerinde bulunduranlar için erk kurma aracıdır. Gündemde ciddi diye nitelenebilecek birçok durumun, olayın magazinelleşmesi ön plana çıkarılarak kişiselleştirilip, yüzeysel bir anlatımla sunulması post-truth çağın önemli bir pratiğidir. İktidarın kitle iletişim araçlarını kendi kişisel ilgi ve çıkarları için ya da ticari rant sağlama gayesiyle kullanmaları eğlenceye yönelik söylemlerin geliştirilmesi bakımından anlamlıdır. Gündemde yer kaplayan haberlerin değeri ilkesi sorgulanmaksızın basitleştirilmesi, önemsiz görülmesi izler kitle açısından hakikatten kopuş olarak değerlendirilir.

Yeni bir kavram gibi görülmesine rağmen post-truth, yalnızca yeni iletişim ortamlarında üretilen içeriklerin nitelikleriyle ilişkili değil geleneksel medya ortamlarını da kapsayan bir çağın ifadesidir. Hakikat sonrası ortamda ise 'olguların' artık üzerinde anlaşmaya varılabilecek bir gerçeklik sağlamadığı ise açıktır. Filmde kuyruklu yıldızın dünyaya çarpması sonucu dünyanın sonunun geleceği gerçeği itibarını kaybetmiş bir olgudur. Post-hakikat tam anlamıyla anlatılarla ilgili olarak insanların aniden kendileri ve içinde yaşadıkları dünya hakkında iyi hissetmelerini sağlayan kaçış kurgularındır. Bu bağlamda gerçeklerin filtrelenmesi ve 'alternatif' olanların üretilmesi olası olmakla birlikte şaşırtıcı değildir. Çünkü kişinin 'çelişkili gerçeklerin ortadan kaldırılması gereken yeni gerçeklikler inşa

etmesi' hakikatin can yakan yanını yumuşatması şeklinde yorumlanabilir. Post-truth çağda hakikatin konumu ve içeriği ile ilgili magazinelle söylemlerin kurulu olduğu kategoriler eşliğinde elde edilen bulgular ise aşağıdaki gibidir:

Hakikat söyleminin normalleştirildiği anlatıda dünyanın yok olacağı gerçeği ile karşı karşıya kalan başkan bilimsel gerçekliğin dedikodudan ibaret olduğunu vurgularken gerçekleşmesi yüksek muhtemel olayı doğal bir durum gibi karşılar. Geçen yıllarda kaç farklı senaryonun da insanlığın sonunu getireceği şeklinde yorumlandığını ifade ederken hakikati yüzeyselleştirir.

Bilimsel olarak yüzde doksan dokuzluk bir olasılıkla dünyanın yok olacağı gerçeği sonuçlarının kaçınılmazlığı noktasında yaşanmak zorundadır. Çarpışmayı engellemek için yapılan çalışmaların son anda durdurularak çarpışmanın yaşanmasına odaklanılması hakikatin kaderci anlayışla kabulü şeklinde okunabilir.

Başkan ve egemen erklerin kitleleri yukarı bakmamaları konusunda telkin etmeleri ve kendilerinin karşısında yer alan herkesi yok saymaları kendileri dışında hiçbir alternatifi (eylem, yapılanma) kabul etmedikleri anlamına gelir.

Hakikatin üzerinin maskelendiği süreçte var olan toplumsal gerçekliği sorgulama, yargılama yolu kapatılan kitleler, olan biten karşısında tepkisizliğe itilerek meşruiyet zemini sağlanmaktadır.

Filmde televizyon programına katılan bilim insanlarının gerçeğin ürkütücü yönüne dikkat çekici nitelikteki söylemleri sunucular tarafından manipüle edilerek kitlelerin ilgisi dağıtmaya çalışılır.

Post-truth çağın önemli özelliklerinden birisi olan hakikati bütün boyutlarıyla ön plana taşımaya çalışanların özellikle bilim insanları ya da kanaat önderlerinin iktidarın medya politikası olarak ötekileştirdiği görülür. Televizyon yayını sonrasında çılgınlığı ve kaosu büyüyen sosyal medyada Dibiasky ile ilgili yürütülen kara propaganda bu perspektiften değerlendirilebilir.

Haberin magazinleşme ilkesine örnek teşkil edecek popüler kurmacalar filmde hakikatin sertliğini yumuşatan niteliktedir. Başkanın seçimlere az bir süre kala çarpışmanın etkisiyle bütün insanlığın zengin olabileceğini iddia etmesi bu noktada anlamlıdır.

Televizyon programında itibar gören şarkıcı ve sevgilisi arasında geçen duygusal konuşmalar izlenme oranlarının en yüksek olduğu andır. Dünyanın yok olma tehlikesi ile ilgili bilimsel verilerin ve bilim insanlarının yer aldığı an ise reytinglerin en düşük olduğu zaman aralığı biçiminde ifade edilir. Dolayısıyla sansasyonel haberlerle hakikat görünmez kılınır.

Kaynakça

- Alpay, Y. (2017). *Yalanın Siyaseti*, 4. Baskı, Destek Yayınları.
- Cevizci, A. (2002). *Aydınlanma Felsefesi Tarihi*, Bursa: Ezgi Kitabevi
- Chomsky, N. (1999.) *Medya Gerçeği*, Çev. Abdullah Yılmaz. İstanbul: Tüm Zamanlar Yayıncılık.
- Çiftçi, H. (2017). *Televizyon Haberciliğinde Etiksel Bir Sorun Olarak Magazinleşmenin Topluma Etkisi*, The Journal Of Academic Social Science Studies, Number: 58, P. 475-487, Summer Iı 2017
- Çüçen, A. K. (2006). *Batı Aydınlanmasının Düşünsel Kökenleri ve Eleştirisi*, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2006(125), s. 25-34.
- Ergül, H. (2000). *Televizyonda Haberin Magazinleşmesi*, İstanbul: İletişim Yayıncılık
- Harsin, J. (2018). Post-truth and critical communication. İçinde: Oxford Research Encyclopedia of Communication. Oxford University Press
- Keyes, R. (2017). *Hakikat Sonrası Çağ: Günümüz Dünyasında Yalan ve Aldatma*, Tudem Yayın Grubu.
- Rigel, N. (2000). *İleti Tasarımında Haber*, İstanbul, Der Yayınevi
- Seçim, F. (1993). *Haber Kavramı ve Abd Basınında Dış Haberler*, Kurgu, 12, Aralık.
- Livingstone, S. (2005). *On The Relation Between Audiences And Publics*.
- Löwy, M., Sayre, R. (2007). *İsyan ve Melankoli*. İstanbul: Versus Yayıncılık.
- Marx, K. ve Engels, F. (2013). *Alman İdeolojisi*, Olcay Geridonmez ve Tonguç Ok (çev), Evrensel Yayıncılık, İstanbul.
- Mills, W. (1974). *İktidar Seçkinleri*, Çev. Ünsal Oskay. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Poyraz, B. (2002). *Haber ve Haber Programlarında İdeoloji ve Gerçeklik*, Ütopya Yayınevi, Ankara.
- Ritzer, G., & Stepnisky, J. (2014). *Sosyoloji Kuramları*. (H. Hülür, Çev.) Ankara: De Ki Basım Yayınevi.
- Sholle, D. (1994). *Eleştirel Çalışmalar: İdeoloji Teorisinden İktidar/Bilgeye*, Medya, İktidar, İdeoloji, der. Ve çev. Mehmet Küçük, Ankara: Ark Yayınları, (ss 211-249).
- Smythe, D. W. (1986). The 1986 Southam Lecture: Culture, Communication" Technology" And Canadian Policy. Canadian Journal Of Communication, 12(2).
- Zeldin, T. (1998). *İnsanlığın Mabrem Tarihi*, Çev. Elif Özsayar, Ayrıntı Yayınları.
- Woolley, S. C., Guilbeault, D. R. (2017). Computational Propaganda in The United States of America: Manufacturing Consensus Online. Computational Propaganda Research Project, 22.

EXTENDED SUMMARY

Post-truth, which is defined as the loss of accuracy, is the breaking of news, information, content and objective reality value from truth. Distortion of information is the expression of a time when the lines between fake news and genuine content are blurred. Media is effective on target audiences with mass media. Those who hinder people's access to regular and real data are those who dominate production relations and tools. This concept, which is related to the political field, prioritizes personal ambitions and prejudices in setting the agenda and directing the masses. The aim of the research is to interpret the concepts and contents that have become popular in the face of the proven accuracy of the news and make them visible through the movie example. In this study, non-random targeted sampling method was used. The narrative features of the 2021 film "Dont Look Up", which was determined by this method, were analyzed by qualitative content analysis. The film is important in terms of creating an artificial agenda, with the tabloid discourses it has established.

The concept is important in presenting the transformations in the social, cultural and political fields from a different point of view through the media. The concept of post-truth was conceptualized by Ralph Keyes. The definition of "beyond the truth" refers to the importance of politically unproven, baseless discourses and the disbelief in the real in societies, emotionality. This concept is the disappearance of the lines between the real and the unreal. The concept of truth, which does not operate with rational discourse, is seen here with its structural features such as inaccurate information and popularization. Fake, sensational, tabloid news, professionally created and presented by experts; It serves the political, economic and personal purposes of the sovereigns. While technological developments pave the way for easy access to data and multi-media availability, reality becomes insignificant with the possibilities of the media in the post-truth era, where products flow rapidly. Different definitions such as fake news, inverted reality, corrupted data are the determinants of the post-truth era. It is important for the study that the classical media, which is integrated with digital media, also feeds on what the post-truth era brings. In the formation process of societies, determining the agenda in terms of masses, directing the masses has paved the way for discussions on the value of news in the content created and transmitted. As a result of the widespread use of information technologies, social platforms that direct these processes have started the new era. When classifying content from social networks, it is important to determine content according to each media area and each buyer.

The main discourses related to the tabloidization of news with the understanding of journalism that has changed thanks to the diversified narrative possibilities are as follows: Naturalizing the discursive construction of the truth, The inevitability of the consequences of truth, The phenomenon is that "non-alternativeization" positioned against the discourse of truth, The strategy of dragging people into inaction in the process when the truth fades, The distraction of the genuine agenda Manipulating the truth in a way that is pacifying those who try to reveal the truth, Popular fictions that prevent the striking side of the truth, Dramatic discourses that make the truth invisible, Discourses that discredit the truth, Convincing the non-truth with persuasion strategy in post-truth discourses. Especially when evaluated within the framework of the concept of Post-truth, the dominant power in the political system turns all kinds of problematic processes in their favor with the media. Through popular discourse, news becomes popular with entertainment elements in the media. In this case, the truth remains in the background. In the film analyzed in the study, it is emphasized that the truth is trivialized and made into a tabloid. The fact that "the comet destroys the world", the most important event on the agenda, is presented in a personalized and non-detailed discourse by highlighting popular elements. Therefore, while the power uses the mass media for its own interests, it manages the process with narratives aimed at entertainment. The trivialization of news, on the other hand, is considered as the disconnection of the masses from reality. Although it is defined as a new concept, post-truth is an expression of an era that is not only related to the functions of the contents produced in new media environments, but also covers traditional media environments. Instead of presenting genuine information, news content that is made into a tabloid for the audience to have a good time, to keep them entertained, to entertain is one of the social functions of the media. When evaluated through the movie example, the discourse of the magazine finds its correspondence in certain categories in conveying the news. While sensational news containing gossip overshadows the truth, the main goal is to dull the consciousness of the masses by the government.