



Asya Studies

Academic Social Studies/Akademik Sosyal Araştırmalar
Year: 4 - Number:12, p. 76-90, Summer 2020

POST-TRUTH DÖNEMDE SOSYAL MEDYADA DEZENFORMASYON: COVID-19 (YENİ KORONAVİRÜS) PANDEMİ SÜRECİ DISINFORMATION IN SOCIAL MEDIA IN POST-TRUTH PERIOD: THE COVID-19 (NEW CORONAVIRUS) PANDEM PROCESS

Araştırma Makalesi /
Research Article

Makale Geliř Tarihi /
Article Arrival Date
20.05.2020

Makale Kabul Tarihi /
Article Accepted Date
30.06.2020

Makale Yayın Tarihi /
Article Publication Date
30.06.2020

Asya Studies

Dr. Öğr. Üyesi Ali Fikret Aydın
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon
Meslek Yüksekokulu, Görsel-İşitsel
Teknikler ve Medya Yapımcılığı
Bölümü
fikretali@hotmail.com

ORCID ID

<https://orcid.org/0000-0003-2915-9608>

DOI:

<https://doi.org/10.31455/asya.740420>

Öz

Tarih boyunca farklı amaçlarla yanlış bilgiler ve söylentiler ortaya çıkmış olsa da internetin ortaya çıkmasıyla birlikte yalan haberlerin daha hızlı bir şekilde yayılmaya başladığı görülmektedir. Özellikle politik alanda gerçeklerin çarpıtılması ve yeniden üretilmesiyle birlikte hakikatin değersizleştiği post-truth (hakikat ötesi) döneme girilmiştir. Bu dönemde bilhassa sosyal medya, sahte haberlerin daha hızlı yayılmasına ve geniş kitlelere ulaşmasına neden olmaktadır. Bu durum ise sosyal medyadaki dezenformasyonun daha çok artmasına ve olumsuz sonuçlar doğurmasına yol açabilmektedir. Özellikle Covid-19 (yeni koronavirüs) pandemi sürecinde bu meselenin çok ciddi boyutlara ulaştığı görülmüştür. Neredeyse her gün üretilen sahte haberler Facebook, Twitter gibi sosyal ağlarda ve Whatsapp gruplarında dolaşıma sokulmuştur. Çoğu kişi bu haberlerin doğru olduğuna inanmış ve sosyal medyada daha hızlı yayılmasına sebep olmuştur. Bununla birlikte Sağlık Bakanı ve bakanlık bünyesinde kurulan Koronavirüs Bilim Kurulu üyelerinin adına açılan sahte sosyal medya hesaplarla insanlar yanlış yönlendirilmiştir. Hatta Dünya Sağlık Örgütü bu dezenformasyonun en az virüs kadar tehlikeli olduğunu vurgulamıştır.

Betimsel analiz kullanıldığı bu çalışmada, Türkiye’de faaliyet gösteren teyit.org doğrulama platformunun Covid-19 pandemi sürecinde sosyal medyada dolaşıma sokulan iddialar hakkında yaptığı inceleme sonuçlarına ilişkin verilerin ne olduğu ortaya konmaya çalışılmıştır. *Çalışma kapsamında, Türkiye’de ilk koronavirüs vakasının görüldüğü 11 Mart tarihi başlangıç alınarak 1 haftalık sürede (11-18 Mart 2020) ortaya çıkan iddialara yer verilmiştir.*

Anahtar Kelimeler: Post-truth, Sosyal Medya, Dezenformasyon, COVID-19, Koronavirüs

Abstract

Although false information and rumors have appeared for different purposes throughout the history, it is seen that with the advent of the Internet, false news began to spread more rapidly. Especially with the distortion and reproduction of the realities in the political field, the post-truth period has entered into a period where truth has become worthless. In this period, especially social media causes fake news to spread faster and to reach large masses. This situation may cause disinformation in social media to increase more and cause negative results. Especially in the Covid-19 (new coronavirus) pandemic process, this issue has been seen to reach very serious dimensions. The fake news produced almost daily has been circulated in social networks such as Facebook and Twitter and in WhatsApp groups. Many people believed that this news was true and caused it to spread more quickly on social media. However, people were misled by false social media accounts opened on behalf of the Minister of Health and members of the Coronavirus Scientific Board established within the ministry. In fact, the World Health Organization emphasized that this disinformation is at least as dangerous as the virus.

In this study, where a descriptive analysis is used, teyit.org verification platform operating in Turkey has tried to reveal the data regarding the results of the investigation made by the verification platform about the claims circulating in social media in the process of Covid-19 pandemic. In scope of study, the first coronavirus cases seen in Turkey as starting on March 11 are given to claims that arising in one-week period (11-18 March 2020).

Keywords: Post-truth, Social Media, Disinformation, COVID-19, Coronavirus

Citation Information/Kaynakça Bilgisi

Aydın, A. F. (2020). Post-Truth Dönemde Sosyal Medyada Dezenformasyon: Covid-19 (Yeni Koronavirüs) Pandemi Süreci. *Asya Studies-Academic Social Studies/Akademik Sosyal Araştırmalar*, Year:4, Number: 12, Summer, p. 76-90.

GİRİŞ

Amerika'daki son başkanlık seçimleri ve İngiltere'deki Brexit referandumu sürecinde gerçek bilgiyi dışlayan söylemlerin kullanılarak sahte haberlerin yaygınlaşması ve akabinde Oxford sözlüğü tarafından "yılın kelimesi" seçilmesiyle birlikte "post-truth" kavramı gündeme gelmiştir. Nesnel gerçeklerin yerini duyguların ve inançların aldığı durumlara işaret eden post-truth, hakikat ile yalanın iç içe geçtiği bir dönemi ifade etmektedir.

Post-truth dönemde yeni iletişim teknolojileri bir taraftan özgürleştirici imkânlar sunarken diğer taraftan hegemonik güç ilişkilerine hizmet edecek şekilde, baskı ve kontrol mekanizmaları yaratmak için de kullanılabilir. Özellikle sosyal medyanın kullanıcılar için öncelikli bilgi ve haber kaynağı haline gelmesiyle birlikte dezenformasyonun ve manipülasyonun yoğun olarak kullanıldığı bir mücadele alanına dönüştüğü görülmektedir. Sosyal medyada yalan haberlerin, doğrulanmamış bilgilerin, kullanıcı kaynaklı içeriklerin "kesin" olarak paylaşılması, içeriklerde yanıltıcı görsel unsurların kullanılması ve hiçbir kontrol mekanizmasına tabi olmaksızın çok hızlı yayılması önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır (Doruk Şahin, 2018:151).

Özellikle son dönemde Twitter, Facebook gibi sosyal ağlar önemli bir haber takibi ve bilgi edinme ortamına dönüşmüştür. Bu durum ulusal ve uluslararası toplumu söz konusu sosyal medya araçları üzerinden yönlendirme imkânını sağlamıştır. Sosyal medya üzerinden sahte hesap açarak yalan bilgiler üreten çok sayıda hesabın varlığı ve bunların paylaştığı içeriklerin doğruluğunu ortaya çıkaracak bir mekanizmanın olmayışı göz önüne alındığında, sahte bilgilerin uluslararası alanda yarattığı etki de anlaşılabilir. Örneğin ABD'de yapılan bir araştırmaya göre Trump konusunda Facebook ve diğer sosyal medya organları üzerinden yayınlanan yalan haberlerin okunma oranı, *Washington Post*'un okunma oranını geçmiştir (Özcan, 2018: 3). Hatta çoğu insan sosyal medyada karşılaştığı haberlere konvansiyonel medyaya kıyasla daha fazla inanmakta ve itibar ettiği bu haberi kendi ağında paylaşabilmektedir.

İlk olarak Çin'de ortaya çıkan ve sonrasında tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 pandemisi ile birlikte sosyal medyada çok fazla yalan bilgi üretilerek dolaşıma sokulmuştur. Salgının yarattığı korku, panik ve belirsizlikle birlikte çoğu insan gerek sosyal ağlardan gerekse WhatsApp gruplarından kendilerine ulaşan bilgileri, sorgulamaya ve doğrulamaya gerek duymaksızın paylaşma yoluna gitmiştir. Öyle ki bu durum Dünya Sağlık Örgütü'nün de dikkatini çekmiş ve salgınla ilgili olarak sosyal medyada ortaya çıkan bu bilgi kirliliğini "infodemi" terimiyle ifade etmiştir. Hatta infodemi'nin en az virüs kadar tehlikeli olduğunu vurgulayarak halk sağlığını tehdit ettiğini belirtmiştir. Dolayısıyla çalışma kapsamında bu sorunun ülkemizdeki yansımaları görebilmek açısından pandemi sürecinde sosyal medyada ortaya çıkan dezenformasyonun hangi boyutta gerçekleştiği betimlenmeye çalışılacaktır.

Post-Truth Kavramı

Oxford sözlüğünün 2016'da "yılın kelimesi" olarak seçtiği post-truth (hakikat ötesi), "kamuoyunu şekillendirmede nesnel gerçeklerin duygulardan ve kişisel inançlardan daha az etkili olması" şeklinde tanımlanmaktadır (Oxford Languages, 2020). Bu kavram gerçeğin yeniden üretildiği, öznel perspektifin baskın olduğu, bilgiden ziyade inancın yönlendirici olduğu, bu inancın anlık spekülasyonlarla yönlendirildiği, neyin doğru neyin yanlış olduğunun karıştığı bir dönemi simgelemektedir (Schindler, 2020: 16; Cesarino, 2020:2; Yıldırım, 2017: 109). Bu ortamda, yalanlara maruz kalarak algıları yönlendirilen bireyler neye inanacaklarını bilemez duruma gelmişlerdir.

Post-truth kavramı ilk olarak 1992'de ABD'li yazar Steve Tesich tarafından kullanılmıştır. Watergate, İran-Kontra Skandalı ve Körfez Savaşı vb. gelişmelerin ABD halkının hakikatle olan ilişkisini derinden etkilediğini öne süren Tesich'e göre bu gelişmeler ile insanlar hakikat ile kötü haberi aynı kefeye koymaya ve hakikatten çekinmeye başlamıştır. Kavram daha sonra ABD'li yazar ve akademisyen Ralph Keyes'in 2014 yılında yayınlanan "The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life" başlıklı kitabı ile detaylı olarak ele alınmıştır. Tıpkı Tesich gibi Keyes de resmi otoritelerce söylenen yalanların toplumu ahlaki olarak hissizleştirdiğinden bahsetmiş ve günümüzde yalan söylemenin sıradanlaştığını, kolaylaştığını ve insanların açığa çıkan yalanlar karşısında giderek daha duyarsız hale geldiklerini ifade etmiştir (Schackmuth, 2018: 13; Doruk Şahin, 2018:152; Toktay, 2019: 44; Araujo, 2019: 1).

Özellikle 2016 yılındaki ABD başkanlık seçimleri ve İngiltere'deki Brexit referandumu süreçlerinde ortaya çıkan gerçeklikten kopuk tartışmalar, "post-truth" kavramını gündeme getirmiştir. Buradaki en önemli faktör ise, ABD seçimlerini kazanan Başkan Donald Trump olmuştur. Seçim sürecinde uydurma birtakım haberler gerçekmiş gibi halka anlatılmıştır. Trump'ın seçim kampanyasından

itibaren kullandığı söylemin doğruluğu ve inandırıcılığı konusu, ABD iç kamuoyunda tartışmaya dönüşmüştür. Twitter'ı aktif olarak kullanan Trump'ın "Meksika sınırına duvar örülmesi", "Müslümanların ülkeye girişini yasaklama" vaadi vb. açıklamaları ve kullandığı dilin büyük bir ilgi görmesi, Amerikan kamuoyunda ve uluslararası alanda "gerçeklik anlamını kaybediyor" endişesini gündeme taşımıştır (Jones, 2020: 1; McChesney ,2020: 5; Özcan, 2018: 2; Sarıoğlu, 2020: 384). Bu tür yaklaşımların ve popülist söylemlerin hakikati yozlaştırdığı ve değersizleştirdiği ifade edilebilir.

Post-truth kavramı esasında yeni bir kavram değildir. Geçmişten günümüze kadar yalan haber, manipülasyon ve komplo teorileri çeşitli amaçlarla mevcut teknolojik olanaklar dahilinde kullanılmış ve özellikle politikacılar bu sayede kitleleri yönlendirmeye çalışmışlardır. Günümüzde bu kavramın gündeme gelmesi, kitle iletişim araçlarının artması ve İngiltere ve ABD örneklerinde de görüldüğü üzere siyasetçilerin herhangi bir kaygı gütmeyen yalan haberleri kolay bir şekilde üretilip yayabilmeleridir (Martens vd., 2018: 8; Atmaca, 2016:110). Rasyonalitenin ortadan kalkarak duyguların ve inançların baskın gelmesiyle birlikte hakikat de önemini yitirmiştir.

Hakikatin değersizleştiği bu çağda, toplumsal ilişkilerde en temel yerde olması gereken hakikat, yerini insanları kandıran ve zehirleyen kavramlara bırakmaktadır. Medya aracılığı ile yaygın hale gelen yanlış bilgiler ve haberler post-truth kavramının önünü açmış olur. Hakikatin önemsizleştiği dönemde bireyler kendi inançlarına ve çıkarlarına uygun olan haberleri sürekli tekrar ederek takip etmekte, bu haberleri ortaya süren yöneticiler ile hakikatten uzak bir ortak paydada buluşmaktadırlar (Güvenç, 2019: 6-7).

Özetle ifade etmek gerekirse post-truth, hakikat ile yalan arasındaki sınırların bulanıklaştığı, duyguların ve inançların gerçeklerden daha çok itibar gördüğü bir dönemi ifade etmektedir. Bu dönemde aldatmak ve birtakım çıkarlar doğrultusunda insanların algılarıyla oynamak normalleştirilmeye çalışılmaktadır. Dürüstlüğün devre dışı bırakılarak değerini yitirdiği post-truth çağının, doğru bilgiye ulaşılmasını önleyen bir ortam yarattığı söylenebilir. Bu ortamın yaratılmasında ve dezenformasyonun artmasında özellikle sosyal medyanın büyük bir etkisinin olduğunu ifade etmek mümkündür.

Post-Truth ve Sosyal Medyada Dezenformasyon

Gerçekleri uzaklaştırma arzusunun gerçekleştiği post-truth dönemde, çoğu birey günlük yaşamda karşılaştıkları gerçek olmayan bilgilere, bu bilgilerin asılsız olduğu ortaya çıktıktan sonra bile inanmaya devam etmektedir. Post-truth kavramı, her ne kadar politik olaylar sonucunda ortaya çıkmış olsa da, sosyal medya üzerindeki kutuplaşmalar Post-truth gerçeklik yaratmakta ve grup kutuplaşmaları bireylerin yaşam biçimlerinde güçlü etkiye sahip olmaktadır (Spector, 2020: 13; Erdoğan Tarakçı ve Baş, 2018: 1112). Bu yeni toplumsal düzlemde bilgiyi tüketen kullanıcı, kendini üretim sürecinin içinde yeniden konumlandırmaktadır. Bu noktada, doğruluk kavramına da negatif bir anlam yüklenmektedir. Öyle ki, yayılım hızının da katalist etkisiyle yalan haberin çarpan etkisi, konu ile ilgili doğru haberin yaratacağı etkinin önüne geçmekte; bu bağlamda haberin bir özneliği olan doğruluk-yanlışlık, haberin salt içeriğinin sahip olduğu önem ile yer değiştirir hale gelmektedir (Değerli ve Değerli, 2018: 148).

Günümüz iletişim ve bilgi çağında modern teknolojik iletişim araçlarının gelişimiyle birlikte bireyler sadece devletin sunduğu bilgilerle sınırlı kalmamaktadır. Artık küreselleşen dünya içerisinde yoğun bir bilgi akışı ve buna bağımlı bireylerden söz edilmektedir. Bilginin güç olduğu ve bilgiyi elinde bulduranların hakimiyet sağladığı günümüzde gerçek ve objektif bilgiye daha fazla ihtiyaç duyulmaktadır. Çünkü küresel dünya düzeninde artık daha çok tek yönlü seçicilik, dezenformasyon ve manipülasyon tehlikesi yaşanmaktadır (Kiraz, 2019: 12). Kamuoyunun gerçek olmayan haberler aracılığıyla manipüle edilmesi, çağdaş dijital toplumun karşı karşıya olduğu kritik bir konu olarak ortaya çıkmaktadır (Bradshaw ve Howard, 2018: 23). Bu bağlamda, kasıtlı olarak aldatma amacı güden güvenilir olmayan bilgiler, post-truth çağın en mühim konusu olarak gündemdedir (Frangonikolopoulos ve Poulakidakos, 2018: 66). Özellikle de bu bilgilerin çok çabuk şekilde yayılıyor olması ciddi bir sorun teşkil etmektedir.

Bu haberlerin yayılımını hızlandıran ve post-truth dönemi şekillendiren en önemli unsur başta internet olmak üzere kitle iletişim araçlarıdır. İnternet kullanımı aracılığı ile kullanıcı odaklı içeriğin yükselişi, doğru olmayan bilgilerin yaygınlaşması için bir ortam sağlamıştır. Sosyal medyayla birlikte iletişim sürecindeki her bireyin haber kaynağı haline dönüşmesi, karşılaşılan her bilginin çabuk yayılmasına sebep olmaktadır. Bu durum ise yanlış bilgilendirme ve yalan haberlerin önünü açmaktadır. Dahası sosyal medya çevresinde oluşan ve kullanıcıların kendi görüşlerine yakın insanlarla iletişimde oldukları sosyal medya alanları olarak tanımlanan yankı fanusları (echo chamber) ise yanlış bilgilendirmelerin ve buna yönelik oluşan düşünce ve inançların güçlenmesini kolaylaştırmaktadır

(Özkan, 2019: 72; Eroğlu ve Çakmak, 2020: 308). Sosyal medyanın başkalarıyla hızlı bir şekilde etkileşim kurmasına izin veren yapısı, sahte haberlerin daha çabuk dolaşıma girerek etkisinin artmasına sebep olmuş, böylece medya aracılığıyla yapılan dezenformasyon yeni bir boyut kazanmıştır (Ulaş, 2020: 276; Çömlekçi ve Başol, 2019: 58). Dezenformasyon, kasıtlı olarak yalan/sahte haberlerin üretilmesini ifade etmektedir.

Sosyal medyada kaynağı belirsiz ve gerçek dışı çok sayıda haber dolaşmaktadır. Bu bağlamda üretilen dezenformasyon mesajları, bilgi savaşı kampanyalarındaki mühimmatlar olarak aldatma ve zarar verme potansiyeli taşımaktadır. Medya okuryazarlığı becerisine sahip olmayan medya tüketicileri, internette karşılaştıkları yalan haberlerin çoğunluğuna inanmaktadır. Enformasyon bombardımanının yapılmasına olanak sağlayan sosyal medya, dezenformasyon ortamına dönüşmektedir. İçinde yer aldığımız post-truth dönemde sosyal medyadaki bu dezenformasyon, sadece politik çıkarlar için üretilen yalan içeriklerden ibaret olmayıp (Freelon ve Well, 2020: 146; Şimşek, 2018: 5) ticari, eğlence ve ideolojik amaçlarla da üretilmektedir.

Post-truth dönemdeki en önemli sorun, yalan haberlerin üretilmesinden çok bu haberlerin hızlı şekilde yayılmasıdır. Sosyal medyayı yanlış bilgilendirmeye açık hale getiren üç tür yanlışlıktan söz edilebilir. Bunlar bilişsel, toplumsal ve algoritmaya bağlı yanlışlıklardır. Bilişsel yanlışlık bilgiyi işlemek üzere beynin kullandığı olağan süreçlerle ilgilidir. Beyin çok fazla bilgi bombardımanına maruz kaldığı zaman fazla bilgi yüklemesini engellemek için birtakım kısayollar kullanmaktadır. Yanlılıkların bir diğeri, toplumdaki kaynaklanan yanlışlıktır. Örneğin bir Twitter kullanıcısının siyasi eğilimleri takip ettiği kişilerin politik tercihlerine bakılarak kolayca tespit edilebilmektedir. Diğer yanlışlık kaynağı ise kişilerin çevrimiçi ortamlarda neyi göreceklerine karar veren algoritmalarıdır. Bu algoritmalar gerek arama motorları gerekse sosyal medya araçları tarafından kullanılmakta olup, bireylerin bilişsel ve sosyal önyargılarının pekişmesine yol açarak onları manipülasyona karşı savunmasız hale getirebilmektedir (Kocabey Şener, 2018: 360-361). Böylece algıları yönlendirilen kullanıcılar bu teknolojik tuzaklardan bihaber şekilde manipülasyon oyununun içinde yer almaya ve gerçek dışı haberleri yaymaya devam edebilmektedir.

Özellikle internette bilginin bir an önce paylaşılma arzusu, genellikle duyuma dayalı doğru olmayan bilgilerin hızla yayılmasına sebep olmakta ve haberlerin doğruluğunun teyit edilmeden yayılmasına yol açmaktadır. Fakat yalan haber yalnızca internet kullanıcıları tarafından değil, geleneksel medya kuruluşları, çeşitli şirketler veya troller aracılığıyla da çeşitli amaçlarla yayılabilmektedir. Dolayısıyla sosyal medya, bir yandan profesyonel üreticilerin paylaşımları ve kullanıcıların ürettikleri içerikler yoluyla haber akışının hızlandığı, bir ortam haline alırken diğer taraftan yanlış bilginin hızla yayıldığı bir alan haline gelmektedir (Ünal ve Taylan, 2017: 82). Sosyal medyanın popüleritesindeki patlama, çevrimiçi olarak sunulan bilgilerin kalitesi ve nüfusun çeşitli üyelerine nasıl ulaştığı konusunda endişeleri artırmıştır (Kırık vd., 2020: 48). Lynch (2020: 50), sayısız blog, tweet ve diğer yanlış bilgi kaynaklarının, The New York Times, Washington Post ve CNN tarafından temsil edilen "ana akım medyaya" paralel bir evren yarattığını ve "sahte haber" suçlamalarının, bu paralel medya evrenleri arasındaki uçurum boyunca yankılandığını vurgulamaktadır.

Teknolojik gelişimle beraber gerçekliği veya sahteliği kolayca anlaşılamayacak görsel ya da görsel-işitsel içerikler yoğun şekilde kullanılmakta ve sosyal medyada yayılmaktadır. Maksatlı olarak üretilip paylaşılarak gündem oluşturmak amacı taşıyan dezenformasyonun maksatsız olarak yayılan yanlış bilgilerden daha tehlikeli olduğu bir gerçektir. Ayrıca sahte haber paylaşımının dezenformasyona katkıda bulunarak kara propagandaya dönüştüğü de söylenebilir (Erkan ve Ayhan, 2018: 207; Marshall, 2017: 2). Bu da insanların gerçeklik algısını değiştirerek hakikatle olan bağının kopmasına sebep olabilmektedir.

İnsanlar şu an sosyal medya yoluyla her geçen gün enformasyon bombardımanına uğramaktadır. Akıllı cep telefonlarıyla birlikte oluşan bu sanal gerçeklik, üretilen gerçekliklerin sürekli olarak parçalanarak yeniden üretilmesine yol açmaktadır (Öngen, 2017: 6). Allcott and Gentzkow (2017: 217) , sahte haber üretiminin altında, ticari ve ideolojik olmak üzere iki motivasyon kaynağı olduğunu belirtmektedir. Ticari boyut, sosyal medyada viral olan haberlerin, kullanıcılar orijinal siteye tıkladıklarında önemli reklam gelirleri elde etmesiyle ilgilidir. Örneğin bazı gençler, hem Trump'a hem de Clinton'a on binlerce dolar kazandıran hikayeler üretmiştir. Bir kişi ise Trump'a kişisel olarak karşı çıktığını iddia etmesine rağmen, Trump yanlısı hikayeler ürettiğini itiraf etmiştir. İdeolojik boyut ise bazı sahte haber sağlayıcıların belirli kişilere destek vermek amacıyla sahte haber üretilmesini ifade etmektedir. Birçok kişi fikrinsel anlamda peşinden gittikleri kişileri desteklemek amacıyla web sitesi açarak yalan haberler üretebilmektedir.

İletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte dezenformasyon yöntemleri de çeşitlilik kazanmıştır. Örneğin bilgisayar korsanları, büyük medya kuruluşlarının internet sitelerini doğrudan taklit ederek değiştirebilmekte ve bu ortamlardan kasıtlı olarak yanlış bilgiyi yayabilmektedir (Fallis, 2009: 3). Bilhassa sosyal medya bu tür dezenformasyona müsait platformlara sahiptir. Twitter ve Facebook'ta ünlü ve saygın kişiler adına açılan sahte hesaplarla özellikle seçim dönemlerinde sahte içerikler oluşturulmakta ve yayılmaktadır (Toktay, 2019: 39). Böylece insanlar da güvenilir bir kaynaktan gelmesi sebebiyle paylaşılan içeriklere itibar etmekte ve o da kendi ağında paylaşım yaparak daha hızlı yayılmasına neden olabilmektedir.

Yalan haberlerin özellikle sosyal medya yoluyla etkisini artırması ve çok fazla kişinin bu haberlere inanmaya başlaması, sahte haberlerle mücadele ve bu mücadelenin nasıl yapılacağına dair tartışmaları gündeme getirmiştir. Bu bağlamda medyada, özellikle de sosyal medyada yer alan iddiaların kontrolünü yaparak, yanlış haberlerin saptanması ve kamuoyuna duyurulmasını sağlayan doğrulama platformları dikkat çeken yapılanmalardır (Kavaklı, 2019: 399). Doğrulama platformlarının bu mücadelede önemli bir role sahip olduğu ifade edilebilir. Hem dünyada hem de ülkemizde bu platformların sayısı gittikçe artmaktadır. Son yıllarda gerek bazı medya kuruluşları gerekse bağımsız bazı girişimler yoluyla birçok teyit platformu hizmete girmiştir. Türkiye'de açılan ilk doğrulama platformu olan yalansavar.org isimli internet sitesi 2009 yılında kurulmuştur. Daha sonra 2014'de dogrulukupayi.com ve 2015'de malumatfurus.org platformu hizmete başlamıştır. Günümüzde en etkin platformlarından biri olan teyit.org platformu ise 2016 yılında hizmete başlamıştır. Teyit.org platformu dogrulukupayi.com ile Uluslararası Doğrulama Kontrolü ağına ülkemizden üye olan ikinci platformdur (Göncü ve Sim, 2019: 11). Bu platformların dezenformasyonun azaltılmasında önemli bir etkisinin olacağı söylenebilir. Doğrulama platformlarını takip eden kişilerin belli bir süre sonra farkındalığının artacağı ve artık karşılaştıkları her haberde şüpheli yaklaşım ile haberi ele alabilecekleri olasıdır.

Doğrulama platformları çeşitli, gazetecilik örgütleri ile beraber çalışabildikleri gibi kamu hizmeti amacıyla sivil toplum kuruluşları tarafından da yapılabilmektedir. Yalan haberlerle mücadele için 2015 yılında geniş bir ağ oluşturma amacıyla First Draft Network (firstdraftnews.com) kurulmuştur. Bu oluşuma medya kuruluşları, haber ajansları sosyal medya platformları gibi çok sayıda kurum üye olmuştur. Haber ve makalelerin doğrulanması için 2017 yılında Google da bilgi doğrulama hizmeti vermeye başlamıştır (Eroğlu ve Çakmak, 2020: 312).

Araştırma Metodolojisi

Araştırma kapsamında nitel araştırma türlerinden betimsel analiz kullanılmıştır. Bu bağlamda veri toplamak amacıyla doküman inceleme yöntemi kullanılmıştır. Doküman incelemesi, araştırılması hedeflenen olgu veya olgular hakkında bilgi içeren yazılı, görsel vb. materyallerden elde edilen verilerin bir araya getirilmesi ile yorumlara ulaşmayı kapsar (Yıldırım ve Şimşek, 2000: 140).

Çalışmada, Türkiye'de faaliyet gösteren teyit.org doğrulama platformunun Covid-19 pandemi sürecinde sosyal medyada dolaşıma sokulan iddialar hakkında yaptığı inceleme sonuçlarına ilişkin verilerin ne olduğu ortaya konmaya çalışılmıştır. *Dolayısıyla çalışma kapsamında Türkiye'de ilk koronavirüs vakasının görüldüğü 11 Mart tarihi başlangıç alınarak 1 haftalık sürede (11-18 Mart 2020) ortaya çıkan iddialara yer verilmiştir. Sosyal medyanın gündeminde yer alan şüpheli bilgileri ve şehir efsanelerini inceleme konusu yapmasından dolayı söz konusu platform seçilmiştir.*

Covid-19 (Yeni Koronavirüs) Pandemisi ve Sosyal Medyada Dezenformasyon

Covid-19 pandemisi veya koronavirüs pandemisi, 2019 yılının Aralık ayında Çin'in Hubei bölgesinin başkenti olan Vuhan'da ortaya çıkan virüs salgınıdır. Çeşitli hastalarda belirli bir sebep olmadan gelişen ve tedavi ile aşılar cevap vermeyen bir zatürre görülmesi üzerine SARS-CoV-

2 olarak adlandırılan yeni bir koronavirüs teşhis edilmiştir (Wikipedi,2020). Yeni Koronavirüs Hastalığı (COVID-19), solunum yolu belirtileri (ateş, öksürük, nefes darlığı) gelişen bir grup hastada yapılan araştırmalar sonucunda 13 Ocak 2020'de tanımlanan bir virüstür. Salgın başlangıçta bu bölgedeki deniz ürünleri ve hayvan pazarında bulunanlarda tespit edilmiştir. Daha sonra insandan insana bulaşarak Vuhan başta olmak üzere Hubei eyaletindeki diğer şehirlere ve Çin Halk Cumhuriyeti'nin diğer eyaletlerine ve diğer dünya ülkelerine yayılmıştır. Koronavirüsler, hayvanlarda veya insanlarda hastalığa neden olabilecek büyük bir virüs ailesidir. İnsanlarda, birkaç koronavirüsün soğuk algınlığından Orta Doğu Solunum Sendromu (MERS) ve Şiddetli Akut Solunum Sendromu (SARS) gibi daha şiddetli hastalıklara kadar solunum yolu enfeksiyonlarına neden olduğu bilinmektedir (Sağlık Bakanlığı, 2020). Dünya Sağlık Örgütü (WHO) 11 Şubat'ta koronavirüs kaynaklı hastalığa Covid-19 adını vermiştir. Daha sonra küresel salgın anlamına gelen "pandemi" olarak ilan edilmiştir. WHO Başkanı Tedros Adhanom Ghebreyesus, Covid-19'un "korona"nın co'su, "virüs"ün vi'si ve hastalık kelimesinin İngilizcesi "disease" sözcüğünün d'sinden türetildiğini ifade etmiştir (BBC, 2020).

Pandemi sürecinde güncel ve sağlıklı bilgiye ulaşmak önemini göstermiştir. Özellikle sosyal medya ve internet yoluyla dolaşıma sokulan yalan haberlerin oluşturduğu dezenformasyon Covid-19 ile mücadele sürecine en çok zarar veren konulardan biri olmuştur (Türkiye Bilimler Akademisi, 2020: 47). Bu nedenle süreç içerisinde Sağlık Bakanı başta olmak üzere bakanlık bünyesinde kurulan Koronavirüs Bilim Kurulu yetkilileri tarafından sürekli olarak vatandaşlara uyarılar yapılmıştır. Bireylerin yalnızca resmî kurumların ilettiği bilgilere itibar etmeleri ve bu bilgileri paylaşmaları istenmiştir.

Sosyal medya araçları ve diğer kurumlar aracılığıyla hızla yayılan küresel bir yanlış bilgilendirme salgını, halk sağlığı açısından önemli bir sorun oluşturmaktadır. Bu dönemlerde yalnızca bir salgınla değil aynı zamanda infodemi ile de mücadele edilmektedir. En kötü senaryo, yanlış bilgilerin potansiyel olarak virüsün kendisinden daha hızlı yayılmasıdır ve bu da insanların yanlış kararlar vermesine sebep olmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü, yanlış bilgi ve korkunun yeni koronavirüs ile karşılaşılana en büyük zorluklardan biri olduğunu ilan etmiş ve sosyal kaygıyı azaltmak adına hükümetlere doğru bilgileri şeffaf ve zamanında paylaşmaları tavsiyesinde bulunmuştur. Özellikle post-truth dönemde algı yönetiminin yapılması için bilinçli olarak yalan bilgiler yayılabilmekte ve sosyal medya trolleri toplumsal kaos ve panik oluşturabilmektedirler (Kırık ve Özkoçak, 2020: 149). Covid-19 pandemi sürecinde de gerek ülkemizde gerekse başka ülkelerde çok sayıda gerçek dışı bilgiler ve komplo teorileri üretilerek toplumsal panik yaratılmaya çalışıldığı görülmektedir.

Algı yönetmenleri ve manipülatörler kitleleri amaçları doğrultusunda yönlendirerek etkilemektedir. Amaca uygun olarak seçilmiş bilgiler ve görseller, medya manipülatörlerinin sıklıkla kullandığı teknikler arasındadır. Bütünden koparılan parçalar, belirlenmiş bir düşünceyi, politikayı ve ideolojiyi empoze etmek amacıyla kullanılmaktadır (Kırık vd., 2020: 52-53). Hastalığın yayılması konusunda genellikle yanıltıcı tıbbi tavsiye veya yanlış bilgilendirmedeki artış hem ABD hem de Avrupa Birliği (AB) yetkililerinin başa çıkmakta zorlandığı bir konu haline gelmiştir. Örneğin İngiltere hükümeti bu sorunla mücadele etmek için bir "karşı dezenformasyon birimi" kurma sözü vermiştir. Hindistan hükümeti ise sosyal medya şirketlerinden Covid-19 ile ilgili yalan haberleri kontrol etmeleri talebinde bulunmuştur. Sosyal medya platformlarından farkındalık kampanyaları yapmalarını, sosyal medyadaki yanlış bilgilerin kaldırılmasını ve virüsle ilgili doğru bilgilerin gösterilmesini istemiştir. Bu çağrılar üzerine Facebook yayınlarını kontrol etmeye, açıkça yanlış olanları belirlemeye ve hatta bu tür içeriklerin sıralamalarını aşağılara çekmeye çalışmaktadır. Sosyal medya platformları Twitter, YouTube ve TikTok da yanlış bilgileri sınırlandırmak amacıyla adımlar atmaya başlamıştır (Kalsın, 2020).

Yeni Koronavirüs Pandemi Sürecinde Ortaya Çıkan Yalan Haberler

Türkiye'de faaliyet gösteren doğrulama platformu teyit.org, Covid-19 pandemi sürecinde sosyal medyada sıklıkla paylaşılan iddiaları inceleyerek yalan haberleri tespit etmiştir. Hatta bu haberlerin çoğu geleneksel medyada da kendine yer bulmuştur. Bu dezenformasyon sorununu çözebilmek amacıyla teyit.org, eleştirel düşünme yetisini kazandırmayı ve sosyal medya okuryazarlığını artırmayı amaçlamaktadır. Bununla birlikte önemli bir adım atarak 2018 yılında Facebook ile anlaşmış ve Facebook'un Türkiye'deki üçüncü taraf haber doğrulama organizasyonu olmuştur. Anlaşma kapsamında Teyit.org Facebook'taki sahte haberleri işaretleyerek, sitesinde yayınlamış olduğu analizlere gerekli yönlendirmeleri yapmaktadır. Facebook ise bu yalan içeriklerin erişimlerini düşürerek daha fazla yayılmasını önlemeye çalışmaktadır (Teyit.org, 2020).

Teyit.org (2020) platformu ele aldığı iddialara ilişkin sonuçları belirli aşamalara tabi tutarak ortaya koymaktadır. Bu bağlamda doğrulama süreci tarama, seçme, araştırma, sonuç ve analiz olmak

üzere 4 aşamada gerçekleşmektedir. Tarama aşamasında, takipçilerin ve editörlerin katkısıyla sosyal medyada yayılan şüpheli içerikler Dupito adlı bir yazılımda toplanarak derlenmektedir. Seçme aşamasında, yaygınlık (viralite), önem ve aciliyet gibi kriterlere göre iddialar arasından seçim yapılmaktadır. Sonraki aşamada iddiaların doğruluğunu veya yanlışlığını tespit etmek amacıyla en az iki delil ortaya çıkarılmaktadır. Bu delillerin doğrulanabilir ve kullanıcıların erişebileceği kaynaklardan elde edilmiş olması gerekmektedir. Son aşamada ise iddia ile ilgili dört farklı kategoride sonuca ulaşılabilmektedir. Doğru” etiketi, ele alınan iddianın doğru, “Yanlış” etiketi ise iddianın yanlış olduğuna dair verilerin elde edildiği sonucunu belirtmektedir. “Karma” ifadesi incelenen iddianın hem doğru hem de yanlış bilgiler içerdiğini, “Belirsiz” etiketi ise eldeki verilerin iddiaya dair bir sonuca ulaşılması için yetersiz olduğu belirtmektedir.

Teyit.org ayrıca yanlış olarak etiketlediği haberleri inceledikten sonra sonunda hangi yanlış haber türüne girdiğini belirtmektedir. Bu türler ise yanlış bilgi konusunda çalışmalar yapan First Draft tarafından ortaya konmuş ve sahte içeriklerin nasıl farklı türlerde ortaya çıktığını anlatabilmek amacıyla aşağıdaki şekilde bir inografik yayımlanmıştır.



Şekil 1. Yanlış Bilgi Türleri (Foça, 2019)

First Draft'a göre manipüle edilmiş içerik, doğru bilginin ya da görüntünün aldatma amacıyla manipüle edilmesi, çarpıtılmış içerik ise bir hikâye kurgulamak için bilginin çarpıtılarak kullanılması şeklinde tanımlanmaktadır. Hatalı ilişkilendirme; bir olayı gösterdiği veya açıkladığı iddiasıyla ilişkilendirilen fotoğraf, video ya da haber başlığının farklı bir olaya ait olduğu durumları belirtmektedir. Uydurma, kandırmak ve zarar vermek amacıyla üretilen yeni içeriğin bütünü yanlış olması olarak ifade edilirken, Taklit ise bir insanın ya da kurumun taklidini yapmak suretiyle bilgiye gerçeklik süsünün verildiği durumları anlatmaktadır. Bir başka tür olan bağlamdan koparma; doğru bilginin, içinde yer aldığı olaylar, durumlar veya ilişkiler örgüsünden kopartılarak farklı şekilde anlatıldığı durumlarda karşımıza çıkmaktadır. Parodi türü ise, genellikle haber formatına benzer şekilde, eğlence ve dalga geçme amaçlı yazılan metinleri işaret etmektedir (Foça, 2019).

Tablo 1. Covid-19 Pandemi Sürecinde Sosyal Medyada Yer Alan İddialar
(Tablo, teyit.org sitesinde yer alan bilgilerden derlenerek oluşturulmuştur)

Haberin Başlığı	Haberin İddiası	Analiz Sonucu	Yanlış Haber Türü
Harita Türkiye'deki ilk koronavirüs vakasının Kayseri'de olduğunu göstermiyor	John Hopkins haritası, Türkiye'de ilk koronavirüs vakasının Kayseri'de görüldüğünü gösteriyor	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
UNICEF'in yeni koronavirüsle ilgili yayınladığı iddia edilen metin	Sosyal medyada yer alan ve Covid-19'a ilişkin bilgilendirme UNICEF'e ait	Yanlış	Taklit
Videonun koronavirüse karşı namaz kılan Müslümanlarla saf tutan Çinlileri gösterdiği iddiası	Video koronavirüse karşı namaz kılan Müslümanların arkasında saf tutan gayrimüslim Çinlileri gösteriyor	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
1981 tarihli Asterix çizgi romanında yeni koronavirüsten bahsedildiği iddiası	1981'deki bir Asterix çizgi romanında yeni koronavirüsten bahsedildi	Yanlış	Çarpıtma
Yozgat'ta bir vatandaşın koronavirüsten korunmak için arap sabunu yediği iddiası	Yozgat'ta bir vatandaş koronavirüsten korunmak için yoğurda arapsabunu katarak yedi	Yanlış	Parodi
Cumhurbaşkanı 11 Mart 2020 tarihli grup toplantısında sokağa çıkma yasağından bahsetmedi	Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan 11 Mart 2020 tarihli grup toplantısında sokağa çıkma yasağı ilan edileceğini açıkladı	Yanlış	Uydurma
Kuzey Kore'de koronavirüs kapan iki kişinin idam edildiği iddiası	Kuzey Kore'de koronavirüse (Covid-19) yakalanan iki kişi idam edildi	Yanlış	Parodi
Uçakların salgınla savaşıyan İtalyanlara moral için gösteri yaptığı iddiası	İtalya Hava Kuvvetleri, salgın sırasında halka moral vermek için Luciano Pavarotti'nin sesi eşliğinde gösteri yaptı.	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Sağlık Bakanlığı gizli ibaresiyle dolaşıma sokulan metni yayınlamadı	Görseldeki metin koronavirüsle mücadele kapsamında Sağlık Bakanlığı'na yayımlandı.	Yanlış	Manipülasyon-Uydurma
Altın ve çay günlerinin koronavirüs nedeniyle üç hafta yasaklandığı iddiası	Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı kadınların altın ve çay günlerini yasakladı.	Yanlış	Uydurma
Yeni koronavirüsün akciğere inmeden önce dört gün boğazda kaldığı iddiası	Yeni koronavirüs (Covid-19) akciğere inmeden önce dört gün boğazda kalıyor. Virüse bu sürede tuz, sıcak su ve sirkeyle gargara yaparak müdahale edilebilir.	Yanlış	Uydurma
Ronaldo'nun otellerini yeni koronavirüs nedeniyle hastaneye çevirdiği iddiası	Cristiano Ronaldo otellerini yeni koronavirüsle (Covid-19) savaşımların tedavisi için olacağı bir hastaneye dönüştürecek	Yanlış	Uydurma
Fotoğrafın Küba'nın İtalya'ya gönderdiği yardım heyetini gösterdiği iddiası	Fotoğraf Küba'nın İtalya'ya gönderdiği Covid-19 yardım heyetini gösteriyor	Karma	
Yeni koronavirüsün Coca Cola ile yayılmaya çalışıldığı iddiası	Yeni koronavirüsün Coca Cola ile yayılmaya çalışıldığı iddiası	Yanlış	Uydurma
Yeni koronavirüsün asfaltta dokuz gün boyunca canlı kaldığı iddiası	Milanolu bir doktor, yeni koronavirüs asfaltta dokuz güne kadar yaşadığı için, dışarıda hep aynı ayakkabının kullanılması ve sonrasında evin dışında bırakılması gerektiğini söyledi.	Yanlış	Uydurma

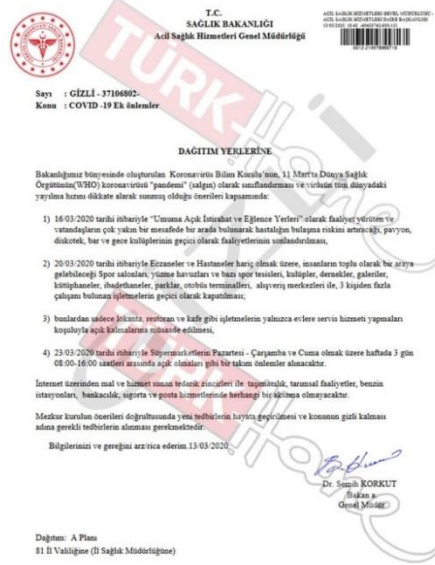
Türkiye’de ilk vakanın görüldüğü 11 Mart tarihinden sonraki 1 haftalık süreçte sosyal medyada dolaşıma sokulan iddialara bakıldığında 14 tanesinin yanlış, yalnızca bir haberin ise karma olduğu tespit edilmiştir. Yanlış çıkan haberlerin hangi yanlış haber türüne girdiğine bakıldığında ise 7’sinin uydurma, 3’nün hatalı ilişkilendirme, 2’sinin parodi, 1’inin taklit, 1’inin çarpıtma ve 1’inin de manipülasyon türünde olduğu görülmektedir. Dağılım çerçevesinde ağırlıklı olarak uydurma kategorisine giren haberlerin olduğu görülmektedir. Dolayısıyla bu türdeki haberler üzerinde durulacaktır.

Uydurma türündeki iddialardan ilki Cumhurbaşkanı’nın grup toplantısında sokağa çıkma yasağından bahsetmesiyle ilgilidir. WhatsApp gruplarında dolaşan bu söylentinin doğru olmadığı ortaya çıkmıştır. Gruplarda yayılan görselin ise Hürriyet gazetesine ait mobil siteden alınmış olduğu ve fotoğrafın altındaki metnin değiştirilmiş olduğu tespit edilmiştir.



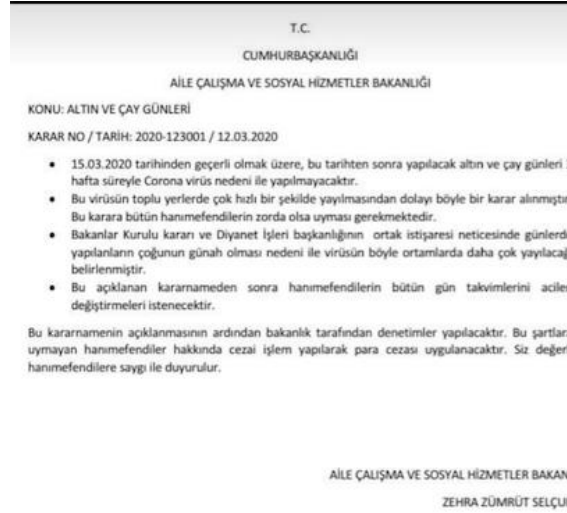
Görsel 1. Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın Açıklamasına Dair Uydurma Haber

Bir diğer uydurma haberde ise Sağlık Bakanlığı’nın koronavirüsle mücadele kapsamında gizli ibaresiyle bir metin yayınladığı iddia edildi. Daha sonra bakanlık tarafından, sosyal medyada paylaşılan bu metnin sahte olduğu belirtilmiştir. Metinde kullanılan imzanın ise eski dünya ağır sıklet boks şampiyonu Vitali Klitschko’ya ait olduğu ortaya çıkmıştır.



Görsel 2. Sağlık Bakanlığı Adına Düzenlenmiş Sahte Belge

Uydurma haberlerden diğeri ise Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı tarafından kadınların altın ve çay günlerinin yasaklandığı ile ilgilidir. İddianın doğru olmadığı ve bakanlığın böyle bir karar yayımlamadığı görülmüştür. Üstelik Bakanlığın 14 Mart 2020'de yayımladığı son genelgede, altın ve çay günlerinden bahsedilmediği ortaya çıkmıştır.



Görsel 3. Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı Adına Düzenlenmiş Sahte Belge

Başka bir uydurma haberde, yeni koronavirüsün (Covid-19) akciğere inmeden önce dört gün boğazda kaldığı ve bu sürede tuz, sıcak su ve sirkeyle gargara yaparak virüse müdahale edilebileceği öne sürülmüştür.



Görsel 4. Yeni Koronavirüsün Dört Gün Boğazda Kaldığına Dair Atılan Tweet

Fakat koronavirüsün dört gün boğazda kaldığına ilişkin bir bulguya rastlanmadığı, önerilen sirke, sıcak su ve tuzun virüsün neden olduğu Covid-19 ile mücadelede etkili olduğuna ilişkin bilimsel çalışmanın olmadığı ortaya çıkmıştır.

Uydurma türündeki bir iddiada ise, ünlü futbolcu Cristiano Ronaldo'nun yeni koronavirüs sebebiyle otellerini hastaneye çevirdiği haberi sosyal medyada sıkça paylaşılmıştır.



Görsel 5. Ronaldo'nun Otelini Hastaneye Çevirdiğine Dair Uydurma Haber

Ronaldo'nun sosyal medya hesaplarına bakıldığında, futbolcunun böyle bir açıklama yapmadığı görülmüştür. Futbolcu, izolasyon süreci hakkında kamuoyunu bilgilendirmiş fakat ancak otellerin hastaneye dönüştürülmesiyle ilgili bir paylaşımında bulunmamıştır.

Sosyal medyada dolaşıma sokulan bir başka uydurma haberde, Yeni koronavirüsün Coca Cola eliyle yayılmaya çalışıldığı iddia edilmiştir. ABD Hastalık Önleme ve Kontrol Merkezi (CDC) tarafından, Covid-19'un gıda yoluyla bulaştığına dair bir kanıt olmadığı belirtilmiştir. Ayrıca Coca Cola Türkiye, tüm ürünlerin Türkiye ve Avrupa standartlarına uygun olarak el değmeden, hijyenik koşullarda üretildiğini ve gerekli kontrollerden geçtiğini vurgulamıştır.



Görsel 6. Yeni Koronavirüsün Coca Cola Eliyle Yayılmaya Çalışıldığına Dair Facebook Gönderisi

Uydurma türündeki son haber ise yeni koronavirüsün asfaltta dokuz gün boyunca canlı kaldığı iddiasıdır. Sosyal medyada paylaşılan bu iddiaya göre Milanolu bir doktor, yeni koronavirüsün asfaltta dokuz güne kadar yaşayabilmesinden dolayı, dışarıda hep aynı ayakkabının kullanılması ve sonra bu ayakkabının dışarıda bırakılması gerektiğini söylemiştir. 17 Mart 2020'de paylaşılan gönderi, 59 kez paylaşılmıştır.



Görsel 7. Yeni Koronavirüsün Asfaltta Dokuz Gün Boyunca Canlı Kaldığına İlişkin Sosyal Medyadaki Paylaşımlar

İddiayla ilişkili olarak Milano'dan bir doktorun koronavirüsle ilgili söylediği herhangi bir tavsiyenin olmadığı görülmüştür. Ayrıca bazı İtalyan kaynakları da virüsün giysi ve asfalt gibi yüzeylerden bulaşma riskinin oldukça düşük olduğunu ifade etmiştir. Aynı iddia, İtalya'da WhatsApp üzerinden sesli mesaj olarak da dolaşıma girmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Sosyal medya kullanımının arttığı ve her kullanıcının içerik ürettiği post-truth çağda yoğun bir bilgi akışı gerçekleşmektedir. Her bireyin aynı zamanda haber kaynağı haline gelmesi, bilgilerin eski dönemlere nazaran daha hızlı yayılmasına yol açmaktadır. Bu da beraberinde bilgi kirliliğinin yaşanmasına neden olabilmektedir. Sahte haberlerin ve yanlış bilgilerin sürekli olarak dolaşıma sokulması sosyal medyayı dezenformasyon ortamına dönüştürmektedir. Hatta dezenformatik içeriklerin psikolojik bir silah aracı olarak bazı ülkeler ya da belirli gruplar tarafından gerek iç kamuoyunda gerekse dış kamuoyunda insanların algılarını belirli çıkarlar doğrultusunda yönlendirmek amacıyla kullanıldığını söylemek mümkündür.

Tüm dünyayı etkisi altına alarak olağanüstü bir dönemi yaşadığımız Covid-19 pandemi sürecinde sosyal medyadaki dezenformasyonun normal dönemlere kıyasla daha ciddi boyutlarda ortaya çıktığı söylenebilir. Özellikle WhatsApp gibi kapalı platformlarda özel ya da grup paylaşımlarıyla birlikte yalan haberler çok hızlı bir şekilde yayılabilmektedir. Dünya Sağlık Örgütü'nün "infodemi" olarak adlandırdığı bu durum, resmi yetkililer tarafından önemli bir sorun olarak ifade edilmiş ve bu konuda mücadele edilmesi gerektiği belirtilmiştir. Hatta uzmanlar en az virüs kadar etkili olduğunu ve halk sağlığını tehdit eden bir konuma geldiğini vurgulamıştır. Dolayısıyla pandemi döneminde bir yandan bedenleri virüsten korumak gerekirken diğer taraftan zihinlerin de yanlış bilgilere karşı korunması elzemdir.

İnsanları yalan haberlere karşı korumak ve sahte haberlerle mücadele etmek amacıyla son yıllarda çoğu ülkede olduğu gibi ülkemizde de çeşitli doğrulama platformları kurulmuştur. Bu platformlardan biri olan teyit.org ise özellikle sosyal medyada yayılan şüpheli haberleri analiz ederek doğruluğunu ya da yanlışlığını ortaya koymaktadır. Platform tarafından Koronavirüs pandemi sürecinde sosyal medyada çok fazla yayılan içerikler incelendiğinde bu bilgilerin çoğunlukla yanlış olduğu görülmüştür. Türkiye'de ilk koronavirüs vakasının tespit edildiği 11 Mart 2020 tarihinden itibaren 1 haftalık süre içerisinde ortaya çıkan ve gündem oluşturan haberlerin neredeyse hepsinin yanlış olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca yanlış olduğu tespit edilen haberlerden çoğunluğunun yanlış haber türlerinden biri olan "uydurma" kategorisine girildiği tespit edilmiştir. *Sağlık Bakanlığı bünyesinde kurulan Koronavirüs Bilim Kurulu üyelerinin vakanın çıktığı dönemde çok fazla basında yer alıp açıklama yapmalarının ve uzman olmayan kişilerin açıklamalarına medyada daha çok yer verilmesinin bilgi kirliliğine yol açtığı söylenebilir. Dolayısıyla bu durumun, ilk zamanlarda çok fazla yalan haberin üretilerek dolaşıma sokulmasına zemin hazırladığını söylemek muhtemeldir. Ayrıca pandemi sürecinde sağlık tedbirleri gereği nüfusun büyük çoğunluğunun evde kalması ile birlikte insanlar dijital mecralarda daha fazla vakit geçirmeye başlamıştır. Böylece daha çok kişi sahte habere maruz kalmış ve çoğu da maruz kaldığı bu içerikleri sorgulamaksızın paylaşma yoluna gitmiştir.*

Türkiye'nin sahte habere en çok maruz kalan ülkelerden biri olduğu göz önüne alındığında, bu sorunla mücadele edebilmek için gerekli önlemlerin alınması gerekmektedir. Bu bağlamda devlet bünyesinde dezenformasyonu önlemeye ya da en azından azaltmaya yönelik bir "Dezenformasyonla Mücadele Birimi" kurulabilir. Hatta bu birim sosyal medya ve doğrulama platformları ile anlaşarak işbirliği içerisinde çalışmalarını yürütebilir. Özellikle içinde bulunduğumuz pandemi gibi olağanüstü zamanlarda bu tarz organizasyonların ne kadar gerekli ve önemli olduğu anlaşılmıştır.

Yalan haberle başa çıkma noktasında üzerinde önemle durulması gereken bir başka mesele ise dezenformasyona karşı farkındalığı artıracak eğitimidir. Bu bağlamda dijital okuryazarlık ve özellikle yeni medya okuryazarlığı eğitimine ağırlık verilmesi kritik önemdedir. Küçük yaştaki çocuklardan başlayarak her yaş grubuna ve toplumsal statüye sahip bireylere bu eğitimlerin verilerek dijital becerilerin kazandırılması şarttır. Buna yönelik kamu kurumlarının öncülüğünde konuyla ilgili paydaşları da işin içine katarak toplumsal bir politikanın belirlenmesi ve uygulanmaya konulması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Allcott, H. and Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election, *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236.
- Araujo, S.F. (2019): Truth, Half-Truth, and Post-Truth: Lessons from William James, *Journal of Constructivist Psychology*, 1-13.
- Atmaca, A.Ö. (2016). ABD'nin Hakikat Ötesi Başkanı: Donald Trump, *The Turkish Yearbook of International Relations*, C: 47, 105-111.

- BBC (2020). *Koronavirüs nedir: Covid-19'a karşı hangi önlemler alınmalı, virüsün özellikleri neler?*, <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-51177538>, Erişim Tarihi: 27.04.2020.
- Bradshaw, S. and Howard, P.N. (2018). The global organization of social media disinformation campaigns, *Journal of International Affairs*, 71 (15), 23-32.
- Cesarino, L. (2020). What the Brazilian 2018 Elections Tell Us about Post-Truth in the Neoliberal-Digital Era. Hot Spots, *Fieldsights*, <https://culanth.org/fieldsights/what-the-brazilian-2018-elections-tell-us-about-post-truth-in-the-neoliberal-digital-era>
- Çömlekçi, M.F. ve Başol, O. (2019). Sosyal Medya Haberlerine Güven ve Kullanıcı Teyit Alışkanlıkları Üzerine Bir İnceleme, *İleti-ş-im*, 56-77.
- Değerli, A. ve Değerli, B. (2018). Medya Okuryazarlığı Bağlamında Sağlık Alanındaki Yalan İçeriklerin Sosyal Ağlarda Yayılımına Bir Bakış, 4. *Sağlık İletişimi Sempozyumu*, 30 - 31 Ekim 2018 (147-168), Antalya.
- Doruk Şahin, Ö. (2018). Hakikat Ötesi (Post-Truth) Dönemde Doğrulama Platformları: Teyit.Org Örneği, *Dönüşen Dünyada İletişimin Rolü Uluslararası Sempozyum Bildiriler Kitabı* 15-16 Mart 2018 (151-163), KKTC.
- Erdoğan Tarakçı, İ. ve Baş, M. (2018). Post-Truth Medya ve Tüketici Davranışlarına Etkisi: “Genç Yetişkinler” Üzerine Keşifsel Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10 (4), 1110-1122.
- Erkan, G. ve Ayhan, A. (2018). Siyasal İletişimde Dezenformasyon ve Sosyal Medya: Bir Doğrulama Platformu Olarak Teyit.Org. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (AKİL), Kasım (30), s. 201-223.
- Eroğlu, Ş. ve Çakmak, T. (2020). "Post-Truth Dönemini Anlamak: Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü Öğrencilerinin Yeni Medya Araçları Kapsamında Bilgi Bozuklukları ve Doğrulama Algılarının Değerlendirilmesi" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 39, 307-325.
- Foça, M.A. (01.03.2019). *Sözlük: Yanlış bilginin en yaygın yedi türü*, <https://teyit.org/sozluk-yanlis-bilginin-en-yaygin-7-turu/>, Erişim Tarihi: 26.04.2020.
- Frangonikolopoulos, C. and Poulakidakos, S. (2018). Regimes of Truth in the Communication and Reporting of the European Union Post-Truth, Post-Propaganda or Just Propaganda?, *Journal of Media Critiques [JMC]*, 3 (12), 59-76.
- Freelon, D. and Wells, C. (2020) Disinformation as Political Communication, *Political Communication*, 37(2), 145-156.
- Göncü, S. ve Sim, Ş. (2019). Post-truth Zeminde Suriyeli Mülteciler Hakkında Çıkan Haberlere Dair Bir İnceleme, *Düşünce ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı:1, 1-28.
- Günenç, M. (2019). Martin Crimp’in *Attempts on Her Life* Oyununda (post-truth) Hakikatin Değersizleşmesi Okuması, *AVRASYA Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 7 (19), 1-13.
- Jones, M. (2020). Performing Post-Truth: An Interview with Director Ashlie Corcoran, *Theatre Journal*, 72 (1),1-6.
- Kalsın, B. (2020). *Kovid-19'dan kaçarken dezenformasyona tutulmak*, <https://www.aa.com.tr/tr/analiz/kovid-19dan-kacarken-dezenformasyona-tutulmak/1781644>, Erişim Tarihi:14.04.2020.
- Kavaklı, N. (2019). Üniversite Öğrencileri Arasında İnternet Doğrulama/Teyit Platformlarının Kullanımı, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18 (69), 398-411.
- Kırık, A.M. ve Özkoçak, V. (2020). Yeni Dünya Düzeni Bağlamında Sosyal Medya ve Yeni Koronavirüs (COVID-19) Pandemisi, *Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 45, 133-154.
- Kırık, A.M., Altıntaş Var, S.S., Özkoçak, V. ve Darıcı, S. (2020). Pandemi Dönemlerinde İletişim ve Algı Yönetimi: Yeni Koronavirüs Hastalığı (COVID-19) Örneği, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Sayı:104, 36-57.
- Kiraz, E. (2019). Sosyal Medya ve Algı Yönetimi: İngilterenin Brexit Sürecinde Sosyal Medya Dezenformasyonu, *Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 15 (1), 1, 1-18.
- Kocabay Şener, N. (2018). “Doğruluk Kontrol Merkezi” ve “Yalan Haber” Kavramlarına İlişkin İçeriklerin Medyada Yansımalarının Araştırılması, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (AKİL) Kasım (30) s. 355-373.
- Lynch, M. (2020). We Have Never Been Anti-Science: Reflections on Science Wars and Post-Truth, *Engaging Science, Technology, and Society*, 6, 49-57.

- Marshall, J.P. (2017). Disinformation Society, Communication and Cosmopolitan Democracy, *Cosmopolitan Civil Societies Journal*, 9 (2), 1-24.
- Martens, B., Aguiar, L., Herrera, E.G. and Langer, F.M. (2018). The digital transformation of news media and the rise of disinformation and fake news - An economic perspective, *Digital Economy Working Paper 2018-02*, JRC Technical Reports.
- McChesney, A. (2020). Detective Fiction in a Post-TruthWorld: Eva Rossmann's *Patrioten*, *Humanities*, 9 (15), 1-13.
- Oxford Languages (2020). Word of the Year 2016. Oxford: Oxford University Press, Available online: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>, Erişim Tarihi: 24.04.2020.
- Öngen, O. (2017). Sosyal Medya Kullanıcılarının Gerçeklik Yanılgısı, *Yeni Medya Elektronik Dergi*, 1 (1), 1-14.
- Özcan, M. (2018). Öznenin Ölümü: Post-Truth Çağında Güvenlik ve Türkiye, *İNSAMER*, 1-12.
- Özkan, Ö. (2019). Hakikat Sonrası Çağda Medyada Gerçeklik: Maya Takvimi Söylentisinin Medyada Sunumu, *Selçuk İletişim*, 12 (1): 64-91.
- Sağlık Bakanlığı (2020). *COVID-19 (Yeni Koronavirüs Hastalığı) Nedir?*, <https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/tr/covid-19-yeni-koronavirus-hastaligi-nedir>, Erişim Tarihi: 25.04.2020.
- Sarioğlu, E. (2020). Yalan Haber, "Post-Truth" Kavramı ve Medya Üçlemesi: Geçmişten Günümüze Gündem Belirleyen Örnekler, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 9 (1), 377-397.
- Schackmuth, A. (2018). *Extremism, fake news and hate: effects of social media in the post-truth era*, College of Liberal Arts & Social Sciences Theses and Dissertations, Chicago: DePaul University.
- Schindler, S. (2020). The task of critique in times of post-truth politics, *Review of International Studies*, 1-19.
- Spector, B. (2020). Post-truth claims and the wishing away of brute facts, *Leadership*, 16 (1), 9-24.
- Şimşek, V. (2018). Post-Truth ve Yeni Medya: Sosyal Medya Grupları Üzerinden Bir İnceleme, *Global Media Journal TR Edition*, 8 (16), 1-14.
- Teyit.org (2020). *Yayın İlkeleri ve Metodoloji*, <https://teyit.org/yayin-ilkeleri-ve-metodoloji/>, Erişim Tarihi: 26.04.2020.
- Toktay, Y. (2019). *Sosyal Medyada Dezenformasyon, Manipülasyon ve Propaganda Etkisi: Zeytin Dalı Harekatı Örneği*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Türkiye Bilimler Akademisi (TÜBA) (2020). *Covid-19 Pandemi Değerlendirme Raporu*, Ankara: Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları.
- Ulaş, S. (2020). Marka İletişiminde Sosyal Medya ve Çevrimiçi Etkileşim (online engagement) İlişkisi: Limasol Türk Kooperatif Bankası Örneği, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(1), 274-285.
- Ünal, R. ve Taylan, A. (2017). Sağlık İletişiminde Yalan Haber-Yanlış Enformasyon Sorunu ve Doğrulama Platformları, *Atatürk İletişim Dergisi*, Sayı 14, 81-100.
- Vikipedi (2020). *COVID-19 Pandemisi*, https://tr.wikipedia.org/wiki/COVID-19_pandemisi, Erişim Tarihi: 25.04.2020.
- Yıldırım, Y. (2017). Post-Truth Döneminde Epikuros'ta Mutluluk ve Dostluk Kavramlarını Yeniden Düşünmek, *Fiscaoeconomia*, 1(3) 108-125.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2000). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.