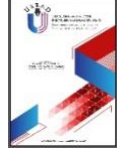




USBAD Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi - International
Journal of Social Sciences Academy, Yıl 4, Year 4, Sayı 8, Issue 8,
Nisan 2022, April 2022
e issn: 2687-2641



SOSYAL MEDYADA HAKİKATİN ÖNEMSİZLEŞMESİ: KATARLILARA SINAVSIZ ÜNİVERSİTE ÖRNEĞİNDE TWİTTER ANALİZİ

POST-TRUTH ON SOCIAL MEDIA: TWITTER ANALYSIS IN THE EXAMPLE OF
UNIVERSITY FOR QATARIS WITHOUT EXAM

Gökhan CANTÜRK

Dr., MEB, Antalya Karatay Anadolu
Lisesi,
Antalya/Türkiye
Phd., MEB, Antalya Karatay Anatolian
High School,
Antalya/ Turkey.
gcanturk2000@hotmail.com
ORCID ID: 0000-0002-5110-7639

İbrahim YÜKSEL

Dr., MEB, Antalya Atatürk Anadolu
Lisesi,
Antalya/Türkiye
Phd., MEB, Antalya Atatürk Anatolian
High School,
Antalya/ Turkey.
iyuksel56@hotmail.com
ORCID ID: 0000-0001-5173-4387

Makale bilgisi | Article Information

DOI: 10.47994/usbad.1039880

Makale Türü / Article Type: Araştırma Makalesi / Research Article

Geliş Tarihi / Date Received: 22.12.2021

Kabul Tarihi / Date Accepted: 18.02.2022

Yayın Tarihi / Date Published: 20.04.2022

Yayın Sezonu / Pub Date Season: Nisan / April

Bu Makaleye Atıf İçin / To Cite This Article: Cantürk, G. & Yüksel, İ. (2022).
Sosyal Medyada Hakikatin Önemsizleşmesi: Katarlılara Sınavsız Üniversite
Örneğinde Twitter Analizi. *USBAD Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi*
4(8), 77-102.

İntihal: Bu makale intihal.net yazılımınca taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

Plagiarism: This article has been scanned by intihal.net. No plagiarism
detected.



İletişim: Web: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/usbad>
mail: usbaddergi@gmail.com

Öz: Toplumu etkilemek ve yönlendirmek için tarih boyunca kullanılan bir araç olan bilgi çarpıtma yöntemi sosyal medya uygulamalarıyla birlikte farklı bir hal almış bu da post-truth dönem için bir kapı aralamıştır. Bilişsel zekanın duygusallıkla yer değiştirmesiyle birlikte belirli bir konudaki gerçekliğin yerini kişisel kanaatlerin ve duyguların alması şeklinde açıklanan post-truth kelimesi özetle hakikatin önemsizleşmesi sürecini tanımlamaktadır. Bu dönemde duyguların harekete geçirilmesiyle hakikatleri değil algıları temel alan sahte bir evren üretilmektedir. Oluşturulan bu zeminde belirli boyutlarda algılanan gerçeklik asıl önemini yitirmekte ve bireylerin hakikate verdikleri önemin derecesi azalarak yalan söylemek sıradanlaşabilmektedir. Bu çalışmanın amacı, önemli bir ağ toplumu örneği olarak kabul edilen Twitter platformunda, kullanıcıların Katarlılara sınavsız üniversite başlığında atılan mesajlarla ilgili görüşlerini belirlemektir. Bu amaç çerçevesinde sosyal medya platformu twitter kullanarak paylaştıkları 25531 tweet incelenmiştir. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden doküman incelemesi yapılmış olup elde edilen veriler üzerinden sosyal ağ analizi gerçekleştirilmiştir. Sonuçlar genel olarak yorumlandığında sosyal medya uygulamalarından açılan kendi dünya görüşüne yakın bir konu başlığından hareketle kitleler haberin doğruluğunu teyit etmeden ve sorgulama yapmadan yorumlar yapabildiğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Post-truth, Dezenformasyon, Yalan Haber, Sosyal Medyada Hakikatin Önemsizleşmesi

Abstract: The method of information distortion, which has been used throughout history to influence and direct the society, has taken a different form with social media applications, and this has opened a door for the post-truth period. The word post-truth, which is explained as the replacement of reality with personal opinions and emotions, with the replacement of cognitive intelligence with emotionality, it briefly defines the process of trivialization of truth. In this period, a false universe based on not facts but on perceptions, is produced by arousing emotions. On this created ground, the perceived reality in certain dimensions loses its real importance, and lying can become ordinary by decreasing the importance individuals attach to the truth. The aim of this study is to determine the opinions of users on the Twitter platform, which is considered an important example of network society, about the messages sent to the title of university to Qataris without exam. For this purpose, 25531 tweets shared by using the social media platform Twitter were examined. In the study, document analysis, which is one of the qualitative research methods, was carried out and social network analysis was carried out on the data obtained. When the results are interpreted in general, it shows that the public can make comments without confirming the accuracy of the news and without questioning, based on a topic close to their own worldview started from social media applications.

Key Words: Post-truth, Disinformation, Fake News, Post-truth in Social Media

GİRİŞ

Yaşam bilgiyle anlaşılabilir ve bilgiye sahip olanlar kendi dönemlerinde güce sahip olmuştur. Bilgi çağı adı verilen içinde bulunduğumuz zaman diliminde iletişim imkanları bilginin gücünü en üst seviyeye çıkarmıştır. Bu gücü kullanarak ve bilginin içeriğinde yapacağınız değişikliklerle toplumun bilinç altı dünyasını şekillendirebilir, algılarını etkileyebilir ve bir amaca doğru yönlendirebilirsiniz. Bilgi kullanıcının amaç ve yetkinliğine bağlı olarak kullanıldığında yararlı veya zararlı sonuçlar doğurabilir. Burada önemli olan bilgiden yararlanarak yeni bilgi üretmek veya bir eylemde bulunmak için kullanabilmektir (Turan, 2015). 90'ların başında haber ve bilgiye erişmek için daha çok radyo ve televizyon kullanılırken günümüzde bu geleneksel medya araçlarıyla birlikte web tabanlı haber ortamları ve sosyal medya uygulamaları da kullanılmaya başlanmıştır. Son dönemde Facebook,

Instagram ve Twitter gibi sosyal medya uygulamalarının yanında WhatsApp ve Telegram gibi anlık mesajlaşma uygulamaları da habere ve bilgiye ulaşmak için kullanılan önemli platformlardır (Cengiz ve Patan, 2021).

Sosyal medya uygulamaları küresel firmaların dikkatini çekecek boyutta haber takip etme ve bilgi edinme ortamları haline gelmiştir (Toktay, 2019). Teknoloji firmaları kullandıkları çeşitli algoritmalara sahip yazılımlarla ve buna uyumlu teknolojik cihazlarla birlikte bireylerin kullanım deneyimlerini belirlemeye çalışırlar. İnternette karşımıza çıkan sayfalar, algoritmalar tarafından daha önce internette bıraktığımız izler işlenerek karşımıza çıkarılmaktadır. Örneğin arama motoruyla gerçekleştirdiğimiz taramalardan ilgi alanlarımızla bilgi elde edilir. Kullandığımız mesajlaşma ve e-posta programları üzerinden hangi iletişim yöntemlerini kullandığımız tespit edilir. E-ticaret sitelerinden alışveriş yönelimlerimizi; sosyal medyada yapılan paylaşımlar dünya görüşümüzü ve davranış biçimlerimizi; harita uygulamaları üzerinde gezdiğimiz yerleri ve fiziksel hareket geçmişimizi ortaya çıkarır (Jandrić, 2018: 107). Bu şekilde elde edilen bilgiler üzerinden kullanıcının alışveriş alışkanlıklarından dünya görüşüne uzanan geniş bir yelpazede kullanıcı hakkında bilgi sahibi olan şirketler, bu bilgileri ticari ve siyasi amaçla kullanmaktadır. Kullanıcının kendini mutlu ve güvende hissederek platformu kullanmaya devam etmesi için karşısına kendi dünya görüşüyle uyumlu, önyargılarını onaylayan bildirimler, haberler düşmekte, kullanıcı kendi gibi düşünen insanlara yönlendirilmektedir. Algoritmalar, paylaşılan haberlerin doğrulamasını yapmak ya da yalan haber paylaşanları tespit etmek yerine kullanıcının kendi görüşlerine yakın insanlarla iletişim kurduğu alanlar olarak tanımlanan yankı odaları (echo chamber) oluşturmaktadır (Tok, 2020). Gerçeklikle bağını koparmış kitleler yankı odalarında kendilerini ifade etmeye başlamaktadır. Bu ortamdaki çok seslilik, hakim gücün çıkarlarını bireylerin çıkarları gibi sunmadaki başarısından dolayı tek sesliğe indirgenebilmektedir. Böylelikle hakim güç, kendi çıkarlarının devamlılığını sağlayan ortak bir alan, uzlaşma ve fikir birliği kapsamında kişileri etkileyebilmektedir. Yankı odası hayali bir terim olmanın ötesinde, sağlam bir temeli olan kavram olarak tanımlanabilir (Hülür ve Bayır, 2021). Kutlu'nun (2021) gerçekleştirdiği çalışmada, ülkemizdeki kutuplaşmış mevcut siyasal yapının dijital medya ortamlarında da varlığını gösterdiği ve yankı odaları oluşturduğu sonucuna ulaşmıştır. Çalışmanın bir diğer sonucu da, geleneksel medyaya olan güvenin azalmasına bağlı olarak dijital medyanın daha tarafsız ve önyargıdan uzak bir alan olduğu algısı yankı odalarının oluşmasının bir diğer sebebi olarak gösterilmektedir. Sosyal medyada dolaşıma giren bir haberin doğrulanmadan paylaşılmasının sebebi kullanıcıların kendi fikir dünyalarına yakın paylaşımları sorgulama ihtiyacı duymamalarından kaynaklanmaktadır (Öztunç ve Soğukdere, 2020). Fikri kamplaşma şeklinde bir araya gelen bireyler, içinde buldukları topluluktan onay alabilmek için düşüncelerini daha keskin bir şekilde ifade edebilmektedir. Bu ortamda kendi dünya görüşleriyle ilgili yeni bilgiler öğrendikleri için düşüncelerini daha da keskinleştirebilmektedir (Sağır ve Aktaş, 2019).

Bilgi ve iletişim teknolojileri insanoğlunun hayatını kolaylaştırabildiği gibi siyasi, sosyal ve ekonomik amaçlar için zararlı haber üreten kişi ve kurumlara da olanak tanımaktadır. Sosyal medyada troll veya bot hesaplar aracılığıyla algı oluşturucu içerikler, kurgulanmış görüntü ve ses kayıtları, siber korsanlık eylemleri ve bilgi çarpıtmaya dayalı paylaşımlar hızlı bir şekilde gerçekleştirilebilmektedir (Bennett ve Livingston, 2018). Bu gerçekten hareketle sosyal medya uygulamaları üzerinden paylaşılan sahte haberler, içeriği değiştirilmiş veya doğruluğu teyit edilmemiş bilgilerin bir sorun alanı oluşturduğu sonucuna ulaşılabilir (Greenslade, 2017). Sosyal medya uygulamalarının bireyler için bilgiye ve habere ulaşmada öncelikli bir alan haline gelmesiyle birlikte bilgi çarpıtma ve algı oluşturma faaliyetlerinin bu ortamlar üzerinden daha yoğun bir şekilde kullanıldığı söylenebilir. Dijital medyada sahte içeriklerin, teyit edilmemiş haberlerin, kullanıcılar tarafından üretilen paylaşımların, yapılan haberlerde üzerinde değişiklik yapılmış görsellerin hiçbir denetimden geçmeden çok hızlı bir şekilde yayılması önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır (Doruk Şahin, 2018). Bu ortam yerel ve küresel ölçekte topluları dijital medya üzerinden etkileme olanağı vermektedir. Sahte troll veya bot hesaplar aracılığıyla yalan haber üreten bir çok hesabın varlığı ve bunların paylaşımlarının doğruluğunu denetleyen bir yapının olmaması düşünüldüğünde çarpıtılmış bilgilerin küresel alanda yaptığı etki de anlaşılabilir (Aydın, 2020). Sosyal medya ortamında paylaşımların doğruluğu hakkında değerlendirmeler içeriğin kaynağı ya da niteliğinden daha çok aldığı beğeni sayısı üzerinden yürümektedir. Bu durum, bilgi çarpıtma olaylarının gerçekleşmesi için elverişli ve loş bir ortama olanak vermektedir (Turan, 2015). Sosyal medya paylaşımlarındaki beğenilme ve bunun üzerinden elde edilen mutluluk duygusu sahte haberlerin dolaşıma girmesini kolaylaştırmaktadır (Cooke, 2018: 8). Dijital medya kullanıcıları normal hayatlarında o kadar bilgi sahibi ve duyarlı olmasalar da sanal ortamda bu tavırları takınarak gerçek dışı paylaşımlar yapabilmektedirler. Bu paylaşımlar beğeni aldıkça ve olumlu bir şekilde karşılık buldukça bireyler daha fazla paylaşım yapmak için güdülenebilmektedir (Topsakal, 2021).

Sosyal medyada yapılan bilgi içerikli paylaşımlar lüzumsuz, algı oluşturucu, ilgisiz, noksan ve hatalı olabildiği gibi bilgi çarpıtma, haber iletimi, magazin, kamuoyu oluşturma çabaları ve siyaset alanlarında da kullanılabilir (Johnson, 2012). Bu çerçevede sosyal medyada gerçekleşen bilgi içerikli haber paylaşımı ve etkileşimi algı yönetimi sorununu ortaya çıkarmaktadır. Bu ortamda gerçekleşen bilgi akışının belirli bir standartta olmadığı gibi dijital ortamda oluşturulan bilgiler kolayca değiştirilebilmekte, çarpıtılabilmekte veya düzmece yorumlarla kaynağı belli olmayan kişi veya kurumlar tarafından oluşturulabilmektedir (Metzger, 2007). Asılsız haberler yoğunluk, çeşitlilik ve hız gibi özellikler taşır. Çevrim içi ortamda yapılan büyük miktardaki asılsız içerikli paylaşımlar yoğunlukla ilgilidir. Hiciv haberleri, düzmece yorumlar, hatalı bilgiler, yanıltıcı reklamlar, komplo teorileri ve siyasetçilerin yalan ifadeleri asılsız haberlere örnek olarak verilebilir. Asılsız haberler hızla yayılmalarına rağmen kalıcı olamazlar

(Zhang ve Ghorbani, 2020) ama yayılmaya başladıktan sonra bu haberlerin doğru olmadığı anlaşılabilir bile etkisi insanların düşüncelerini ve inançlarını etkilemeye devam edebilmektedir (Marwick ve Lewis, 2017). Sosyal medya sadece kamuoyu oluşturmak için kullanılmamaktadır. Bununla birlikte toplumsal hareketlerin planlandığı, başlatıldığı, örgütlendiği ve sevk idare edildiği önemli bir mecra olarak da kullanılmaktadır (Eren ve Aydın, 2014). Toplum üzerinde algı oluşturmak ve kargaşa yaratmak için bilinçli olarak yapılan bilgi çarpıtma çalışmalarının istemsiz olarak yayılan yalan bilgiden daha tehlikeli olduğu söylenebilir (Bârgăoanu ve Radu, 2017). Bu tehlikenin önüne toplumda dijital medya okur yazarlığı oranını artırarak geçilebilir. Dijital medya okuryazarlığı beceri temelli kültürel bir süreci kapsar. Süreç içerisinde kişinin yazılı, görsel ve işitsel olarak eriştiği medya içeriklerini anlama, bu içerikleri doğru bir şekilde çözümleyebilme ve değerlendirebilme yeterliliğine ulaşması gerektiği söylenebilir. Son aşamada ise bilinçli olarak kendi iletisini ve içeriğini üretebilme becerisine ulaşabilmelidir. Dijital medya okur yazarlığına ulaşmış toplumlar bilgi kirliliği içinde kaybolmadan ilerleme imkanı bulabilecektir (Karaduman, 2019; Durak ve Seferoğlu, 2016).

Bilgi kirliliği, yanlış bilgi (misinformation), çarpıtılmış bilgi (disinformation) ve zararlı bilgi (malinformation) olmak üzere üç farklı kavramsal çerçevede ele alınabilir. Bu bilgi türü arasındaki farklılıklar aşağıdaki gibi açıklanabilir:

- Yanlış bilgi, uydurulmuş bilginin zarar verme amacı olmadan paylaşılması.
- Çarpıtılmış bilgi, zarar vermek için bilerek yanlış bilgilerin paylaşılmasıdır.
- Zararlı bilgi, gerçeğe dayanan bilginin kişilere, kurumlara veya ülkelere zarar vermek için paylaşılmasıdır (Wardle ve Derakhshan, 2017).

Yanlış Bilgi	Çarpıtılmış Bilgi	Zararlı Bilgi
<ul style="list-style-type: none">• Yanlış İletişim• Yanıltıcı İçerik	<ul style="list-style-type: none">• Yanlış İçerik• Sahte İçerik• Çarpıtılmış İçerik• Uydurulmuş İçerik	<ul style="list-style-type: none">• Sızıntılar• Taciz• Nefret Dili

Şekil 1: Bilgi kirliliğinin türleri (Wardle ve Derakhshan, 2017).

Sosyal medya ortamında bilgi kirliliğinin bu kadar arttığı ve çeşitlendiği bir ortamda gerçek olmayanın artık gerçeğin yerini aldığı bir dönemin içinde olduğumuz söylenebilir. İnsanlar duygu ve dünya görüşlerinin etkilendiği gerçek ötesi bir gerçeklik içinde bulunmaktadır. Bireyleri bir araya getirme konusunda yalan anlatıların hakikat karşısında yapısal bir avantajı olduğu söylenebilir (Harari, 2018). Geçmişten günümüze toplumlar birçok kurgulanmış veya içeriği değiştirilmiş fikirlere inandırılmış ve bunun üzerinden örgütlendirilip bir araya

getirilmiştir. Bireyler çok fazla sorgulamadan düzmece haberlerin yanında yer almıştır. İnsanlar bilgiyi bilişsel boyuttan daha çok duygusal boyutta yorumlamakta ve bu şekilde kararlarını vermektedir. Aslında insanoğlu duymak istediklerini duyup, kandırılmak istemektedir. Kandırılma isteği şu an içinde yaşadığımız gerçek sonrası gerçeklik döneminde yalan haberlerin oluşmasını kaçınılmaz hale getirirken bununla mücadele etmeyi de zorlaştırmaktadır (Cooke, 2018). Gerçek olmayanın gerçek olarak kabul gördüğü bu dönemde hakikatin anlatılıp, anlaşılmasının sağlanması oldukça zorlaşmaktadır. Bireyler duygularının ve inanışlarının etkisiyle gerçek olmayanı gerçeğin yerine kabul edebilmektedir. Böylelikle toplum algısı istenildiği gibi yönlendirilebilmektedir (Topsakal, 2021).

Bu dönemde duyguların harekete geçirilmesiyle hakikatleri değil algıları temel alan sahte bir evren üretilmektedir. Oluşturulan bu zeminde belirli boyutlarda algılanan gerçeklik asıl önemini yitirmekte ve bireylerin hakikate verdikleri önemin derecesi azalarak yalan söylemek sıradanlaşabilmektedir (Yıldırım ve Mazıcı, 2021). 2016 yılında Oxford Üniversitesi tarafından yılın kelimesi olarak seçildikten sonra gündeme gelen Post-truth kavramı "belirli bir konu üzerinde kamuoyu belirlemede nesnel hakikatlerin duygulardan ve kişisel kanaatlerden daha az etkili ve daha az önemli olması durumu" olarak tanımlanmaktadır (Oxford Dictionary, 2016). Sosyal medya kaynaklı enformasyonun güvenilirliğinin sorgulanması kelimenin popülerliğini daha da artırmaktadır (Şimşek, 2018). Alpay, "Post-Truth" kavramını karşılayan Türkçe ifade olarak "hakikatin önemsizleşmesi" başlığının kullanılmasını önermektedir (Alpay, 2017). Oxford Dictionaries'de yer alan kavramın tanımındaki "nesnel hakikatlerin daha az etkili olması" bu duruma işaret etmektedir. Özetle Post-Truth kavramının işaret ettiği koşul, nesnel hakikatin var olmadığına yönelik ontolojik ve/veya hakikatin bilinemez olduğuna yönelik epistemolojik bir durum tespitine değil, aksine hakikatin artık işlevsel olmama, konjonktürel olarak önemini yitirme ve gündemden düşme haline gönderme yapmaktadır (Özdoğru, 2020).

Türkçede gerçek ve hakikat (doğru) kelimeleri günlük hayatta çoğu zaman birbirlerinin yerine, genellikle aynı anlamı taşıyan bir şekilde kullanılmaktadır. Aynı şekilde İngilizcede de "Truth" ve "Fact" kelimelerinde de benzer bir kullanım olduğu söylenebilir. Bahsi geçen kelimeler gündelik hayatımızda çoğu zaman birbirlerinin muadili olarak kullanılsa da aslında aynı anlamları karşılamamaktadır. Örneğin felsefi anlamda "gerçek" asla ifade edilemez; zira gerçek nesnel, dış dünyada bulunur. Dolayısıyla gerçek, söylenen şeyin, iddianın konusu olan şeydir (Arslan, 2016). Hakikat ise nesnel gerçekliğin zihnimizdeki öznel yansımasından ibarettir. Dolayısıyla var olandan çok, bilgi veya önermeler, savlar, teoriler gibi bilgisel ifadelerin niteliğidir. Hakikat var olanın üzerine düşünen insanın varlığa dair olan açıklamasıdır. Hakikat doğru, hakikat olmayan ise yanlıştır. Post-truth kavramı da hakikatin önemsizleşmesi ile ilgilidir (Alpay, 2017). Hakikatin önemsizleşmesi gerçek ile hakikatin arasındaki bağın kopması sürecidir (Tok, 2020). Post-truth kavramını açıklamak için uydurma haber, bilgi çarpıtma, algı yönlendirme veya toplumu akılcı olmayan kararlar alması için etkileme çabası gibi tanımlamalar

yetersiz kalmaktadır. Post-truth dönem hakikate ulaşma ve öğrenme isteğinin lüzumsuz hale geldiği, önemini kaybettiği, düşünce dünyalarımızdan yok olduğu devamlı bir şekilde gerçekleşen bilgi akışı içinde hakikati aramanın mümkün olmadığı bir dönem olarak tanımlanabilir. Bu tanımlama postmodernizmin büyük anlatıları yıkan, “küçük olanın güzelliğini” vurgulayan, ciddi ve ağır düşüncenin yerine eğlenceyi ve şenliği geçiren tavrı ile örtüşmektedir (Güven, 2020). Kısaca özetlemek gerekirse post-truth kavramı, hakikat ile düzmecenin (uydurmanın) arasındaki sınırın bulanıklaştığı, duyguların ve inançların gerçeklerden daha çok önemsendiği bir çağı anlatmaktadır. Bu çağda insanları yanıltarak birtakım amaçlara ve çıkarlara ulaşmak için toplumun algısını şekillendirme çalışmaları normalleştirilmeye çalışılmaktadır. Post-truth dönem, dürüstlük kavramını anlamsızlaştırarak değerini kaybettirmiş ve doğru bilgiye erişilmesini engelleyen bir iklim yaratmıştır. Sosyal medyanın bu iklimin oluşturulmasında ve bilgi çarpıtmanın artmasında önemli bir rol oynadığı söylenebilir (Aydın, 2020). Sosyal medya üzerinden toplum mühendisliği veya algı yönetimi faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi bilimsel çerçevede içinde psiko-sosyolojik analizlerle yapılmaktadır. Bu faaliyetleri gerçekleştirmede birçok araca ve tekniğe ihtiyaç duyulurken süreklilik de arz etmesi gerekmektedir. Toplumun yapısına, inançlarına ve demografik yapısına göre oluşturulan stratejiler oluşturulduktan sonra kültürel dinamiklere göre simge, semboller ve ritüeller gibi enstrümanlarla hakikatin önemini kaybetmesi sağlanabilmektedir (Eraslan, 2020: 122-127). Hakikatin kendi zemininden uzaklaştırılabileceğini göstermektedir (Yıldırım ve Mazıcı, 2021).

Araştırmanın Önemi ve Amacı

İçinde bulunduğumuz bilgi çağında ve küresel dünya düzeni içerisinde tek yönlü seçicilik, bilgi çarpıtma ve toplumu yönlendirme faaliyetleri tehlikeleriyle karşı karşıya olduğumuz söylenebilir (Kiraz, 2019: 12). İnsanların düzmece haberlerle yönlendirilmesi önemli bir konu olarak dijital toplumun önünde çözümlenmesi gereken bir sorun alanı olarak ortaya çıkmaktadır (Bradshaw ve Howard, 2018). Bilinçli olarak yanıltma amacı olan güvenilir olmayan bilgiler, post-truth dönemin en önemli konusu olarak gündemde kalmaya devam etmektedir (Frangonikolopoulos ve Poulakidakos, 2018). Bilgilerin çok hızlı bir şekilde yayılma özelliği olması önemli bir başka problem olarak karşımıza çıkmaktadır (Aydın, 2020). Bu kapsamda, hakikatin önemini yitirdiği ve algı yönetimi uygulamalarının sıklıkla gerçekleştirildiği sosyal medya ortamı olan Twitter kullanıcılarının Katarlılara sınavsız üniversite başlığında atılan mesajlarla ilgili görüşlerinin belirlenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Araştırmaya konu olan haber X isimli web sitesi üzerinden paylaşılmış ve daha sonra haber sitesi haberin yanlış içerikle paylaşıldığına dair özür açıklaması yapmasına rağmen Twitter’da günün trend topic listesine girmiş, çok sayıda etkileşim ve yorum almıştır. Ülkemizde de çarpıtılmış bilgi içeren haberlerle ilgili toplumdaki farkındalık düzeyinin ve kullanıcı deneyimlerinin belirlenmesine yönelik araştırmalar yapılmasının önemli olduğu söylenebilir. Bu çerçevede çalışmanın yerli alan yazında, post-truth dönemde medya aracılığıyla yapılan haberlerin bireylerin algılarını nasıl etkilediğini ve bu

bağlamda sosyal medya kullanıcılarının özelliklerini gösteren az sayıda çalışma olması nedeniyle de önemli olduğu düşünülmektedir. Çalışmada amaç, önemli bir ağ toplumu örneği olarak kabul edilen Twitter platformunda, kullanıcıların Katarlılara sınavsız üniversite başlığında atılan mesajlarla ilgili görüşlerin belirlenmesi, Twitter ortamında kurdukları etkileşimi ve bu tür bir etkileşimi gerçekleştirirken dile getirdikleri düşünceleri analiz etmektir. Böylelikle kurulan etkileşimin hangi duygular ve kavramlar üzerinden gerçekleştiği anlaşılabilir. Bu çerçevede ağ üzerinde gerçekleşen etkileşimi *#YalancıProvokatörler*, *#ProtestoEdiyorum*, *#katarlı* ve *#hakkımıhelaletmiyorum* başlıklı etiketler örnekleme üzerinden anlamlandırabilmek için bir çalışma gerçekleştirilmiştir.

YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın yöntemi, araştırmanın modeli, çalışma grubu, geçerlik-güvenirlik çalışmaları, veri toplama süreci ve verilerin analiziyle ilgili bilgiler sunulmuştur.

Araştırmanın Modeli

Çalışma nitel yöntem şeklinde gerçekleştirilmiştir. Bu araştırma, twitter kullanıcılarının Katarlılara sınavsız üniversite başlığında atılan mesajlarla ilgili düşüncelerinin ortaya çıkarılması bakımından nitel araştırma desenlerinden fenomenolojik yaklaşım özelliği göstermektedir. Fenomolojik çalışmalar, kişilerin tecrübelerinden yola çıkarak bir olgu karşısındaki düşüncelerini ve tepkilerini derinlemesine ortaya koymayı amaçlamaktadır (Fraenkel vd., 2011; Yıldırım ve Şimşek, 2011). Fenomolojik desen; çerçevesi belirlenmiş bir olguyla ilgili araştırma yapılırken kullanılabilir gibi, yeni bir durumu betimlemek ve ortaya koymak için de kullanılabilir (Afyonoğlu, 2021). Tweetlerin metinsel ifadeler şeklinde olmasından ve çalışmayla ilgili elektronik mesaj içerikli çok fazla araştırmanın bulunmamasından dolayı konu yeni bir olgu olarak incelenmiştir. Özetle araştırma nitel yöntem ile tasarlanmış, ortaya çıkan olguları betimlemek için de Fenomolojik yaklaşım kullanılmıştır.

Çalışma Grubu

Araştırmada çeşitliliğin sağlanabilmesi adına belirli hesaplar seçilmemiş, *#YalancıProvokatörler*, *#ProtestoEdiyorum*, *#katarlı* ve *#hakkımıhelaletmiyorum* adlı başlık etiketleri ile arama yapılmış ve kelime temelli kriter kullanılarak veri toplanmıştır. Araştırmanın çalışma grubu, kelime temelli kriter seçimi doğrultusunda 28723 tweetten oluşmaktadır.

Geçerlik-Güvenirlik Çalışmaları

Araştırmanın geçerliği için:

- Post-Truth ve sosyal medya analiziyle ilgili alan yazındaki çalışmalar incelenmiş, kodlamalar yapılırken bu alanlardaki araştırma sonuçları dikkate alınmıştır.

- Verilerin toplanmasında, *#YalancıProvokatörler*, *#ProtestoEdiyorum*, *#katarlı* ve *#hakkımıhaleletmiyorum* başlıklar üç gün boyunca konuyla ilgili atılan tweetler araştırmacı tarafından takip edilmiş ve süreçle ilgili notlar alınarak gerekli hassasiyet gösterilmeye çalışılmıştır.
- Görüşme içerikleri tüm ayrıntıları ile raporlanmıştır.
- Verilerin toplanması bizzat araştırmacı tarafından yürütülmüştür (Sevilmiş, 2020).

Araştırmanın güvenilirliği kodlayıcılar arası güvenilirlik ile değerlendirilmiştir. Aynı 500 tweet, iki uzman tarafından kodlanmış ve iki kodlayıcının kodlama uyuşmaları çıkartılmıştır. Sonuçlar Uzlaşma / (Uzlaşma + Uzlaşmama). 100 formülü ile hesaplanmıştır. $380 / (380 + 120) \cdot 100 = \%76$ olarak uzlaşma yüzdesi tespit edilmiştir. Kodlayıcılar arası uzlaşma nihai sonuçları değerlendirildiğinde kodlayıcılar arası uzlaşma yüzdelerinin yeterli seviyede olduğu tespit edilmiştir (Kuckartz and Rädiker, 2019).

Veri Toplama Süreci ve Verilerin Analizi

Araştırmada veriler incelenirken betimsel ve içerik analiz tekniklerinden birlikte faydalanılmıştır. Betimsel analiz yapılırken ilk aşamada çalışmanın kavramsal içeriğinden ve çalışma sorularından hareketle bir çerçeve oluşturulmuştur. Bunun yanında kişilerin görüşlerine doğrudan yer verilerek araştırmada kullanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Çalışmada verilerin teker teker okunması yoluyla kod ve temalara dayalı olarak araştırma bulguları oluşturulmuştur (Merriam, 1998: 58).

Veri analizine başlamadan önce *#YalancıProvokatörler*, *#ProtestoEdiyorum*, *#katarlı* ve *#hakkımıhaleletmiyorum* hastagleri üç gün boyunca konuyla ilgili atılan tweetler araştırmacı tarafından takip edilerek veri toplama sürecine başlanmış ve notlar alınmıştır. İki gün sonra konuyla ilgili Twitter verileri MAXQDA programına aktarılmış ve tweetler tekrar okunmuştur. Bu doğrultuda veri temizleme süreci; *#YalancıProvokatörler*, *#ProtestoEdiyorum*, *#katarlı* ve *#hakkımıhaleletmiyorum* hastaglerinin aynı paragrafta geçtiği ancak bu başlıklarla ilgili olmayan ya da konu dışı olan tweetler (beğeni almak için atılan, hakaret, suç unsuru teşkil edebilecek vb.) analiz dışı bırakılarak gerçekleştirilmiştir.

Veri temizleme süreci sonrasında, çalışma gurubu üzerinden analiz edilen kullanıcıların ifadeleri Hastag'in doğru olduğuna inananlar ve Hastag'in doğru olduğuna inanmayanlar şeklinde iki tema altında tasnif edilmiştir. Analiz için, Katarlılara sınavsız üniversite başlığında atılan mesajlarla ilgili görüşlerin belirlenmesi ile ilgili tweetlerin atıldığı *#YalancıProvokatörler*, *#ProtestoEdiyorum*, *#katarlı* ve *#hakkımıhaleletmiyorum* adlı başlık etiketleri örneklem olarak belirlenmiş ve araştırmanın verisi bu başlık etiketleri üzerinden toplanmıştır. 28723 tweetin çekildiği veri seti arasından yapılan ayıklama sonucunda toplam 25531 tweet belirlenmiş ve bu veri üzerinden 6139 kodlama yapılmıştır. Tweetler 29 Haziran 2021 ile 1 Temmuz 2021 tarihleri arasında atılmıştır. Veri çekme

esnasındaki temel sınırlılık, programın sadece son yedi gün içerisinde atılmış tweetleri çekilebilmesidir.

Tweetlerin kodlanmasında birbirleriyle ilişkili kodlar sınıflandırılarak başlığın doğru olduğuna inananlar ve başlığın doğru olduğuna inanmayanlar temaları oluşturulmuştur. Bulgularda kullanılan alıntılar hem en çok retweet edilen tweetlerden hem de konuyla ilgili zengin bilgi birikimini yansıtabilecek tweetlerden seçilerek, doğrudan alıntılar kullanılarak sunulmuştur. En çok retweet edilen tweetlerin seçilme sebebi fenomenolojik yaklaşımın bir olguya dair perspektiflerden o olguya dair ortak özellikleri açığa çıkarma amacının yerine getirilmesi (Çarpar, 2020), doğrudan alıntılarının kullanılma sebebi ise fenomenolojik yaklaşımda bir olguyu açıklamak için kişilerin kendi deneyim ve düşüncelerini kendi anlatılarıyla sunmak amacının sağlanmasıdır (Creswell, 2016). Sonuç olarak atılan 28723 tweet araştırmacılar tarafından veri temizleme sürecine tabi tutulmuş ve kodlanılarak iki tema oluşturulmuştur. Kodlanan verilerin görsel analizinin yapıldığı incelemede kodların, Kod-Alt-Kod Bölümler Modeli, Kelime Bulutu ve Yüzde-Frekans analizleri yapılmıştır. Böylelikle dile getirilen düşünceler, duygular, inançlar vb. durumlar, temel kavram ve ifadeler ekseninde kodlanmış ve görselleştirilmiştir.

BULGULAR VE YORUM

Bu bölümde araştırmada elde edilen verilerin analizi sonucu elde edilen bulgular kapsamlı bir şekilde ele alınmıştır. Çalışma gurubu üzerinden analiz edilen kullanıcıların ifadeleri Hastag'in doğru olduğuna inananlar ve Hastag'in doğru olduğuna inanmayanlar şeklinde iki tema altında sınıflandırılarak aşağıdaki tablo olarak verilmiştir.

Tablo 1: Tema ve kodlara ait frekans ve yüzde bilgileri

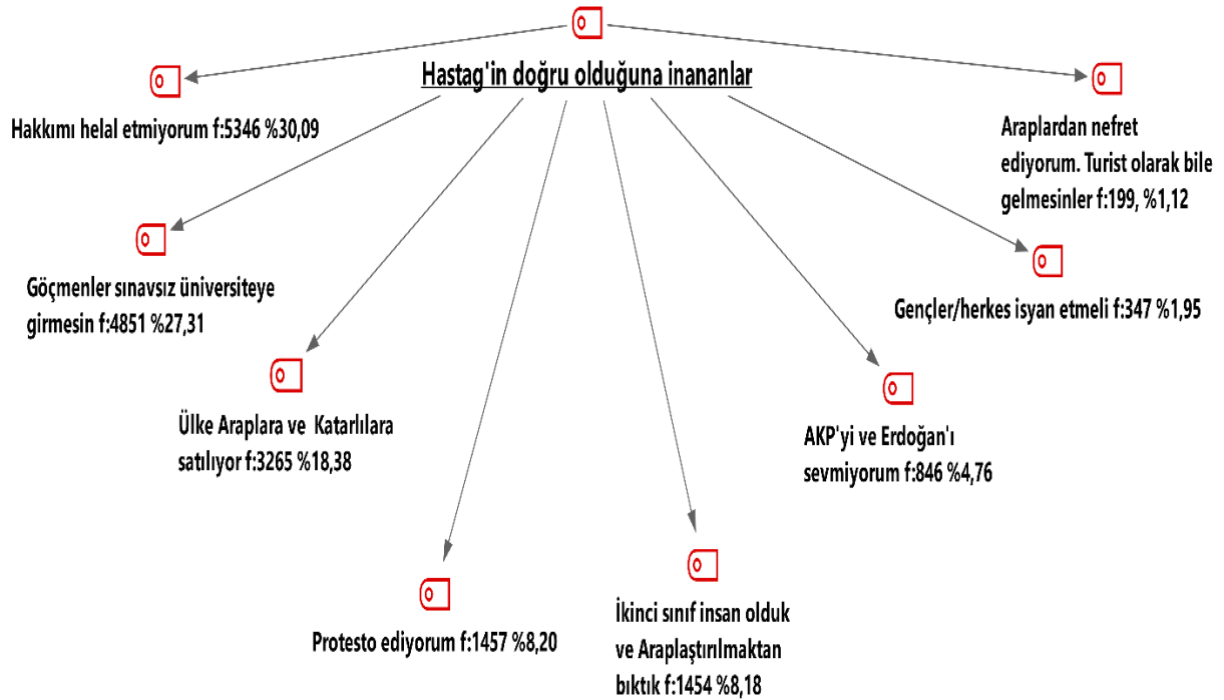
Hastag'in doğru olduğuna inanmayanlar	F	%	Hastag'in doğru olduğuna inananlar	f	%
Yalancı Provokatörler	4466	58,87	Hakkımı helal etmiyorum	5346	30,09
Yalancı CHP	1065	14,04	Gençler sınavsız üniversiteye girmesin	4851	27,31
Siyasi çıkar uğruna gençlerin morallerini bozma çabası	758	9,99	Ülke Araplara ve Katarlılara satılıyor	3265	18,38
Yalancı KILIÇDAROĞLU özür dile	441	5,81	Protesto ediyorum	1457	8,20
Yalancıları izlemeyin/okumayın (FoxTv, HALKTV, Tele1, Sözcü, Cumhuriyet)	307	4,05	İkinci sınıf insan olduk ve Araplaştırmadan bıktık	1454	8,18

Yalancı OdaTv	252	3,32	AKP'yi ve Erdoğan'ı sevmiyorum	846	4,76
Ceza Verilmeli	209	2,76	Gençler/herkes isyan etmeli	347	1,95
Gençler Dava Açıyor	68	0,90	Araplardan nefret ediyorum. Turist olarak bile gelmesinler.	199	1,12
X sitesi kapatılmalı	20	0,26			
TOPLAM	7586	29,92	TOPLAM	17765	70,08

Tablo 1 incelendiğinde frekans analizi yapılan tweetlere göre Hastag'in doğru olduğuna inanmayanlar teması %29,92'lik (7586 tweet) oran alırken, Hastag'in doğru olduğuna inananlar teması %70,08'lik (17765) oran almıştır. Tabloda yer alan kodların yüzde değerleri, ilgili temadaki oranlarını ifade etmektedir.

Başlığın Doğru Olduğuna İnananlar Temasına Ait Katılımcı Görüşleri

Başlığın doğru olduğuna inananlar temasına ait katılımcı görüşleri ilgili sonuçlar Şekil 1'de sunulmuştur. Katılımcı görüşleri verilirken ilk sırada olan üç görüş çalışmaya dahil edilmiştir.



Şekil 2: Hastag'in doğru olduğuna inananlara ait kod-alt-kod bölümler modeli ve yüzde-frekans bilgileri

Şekil 2 incelendiğinde, hastag ile ilgili atılan tweetlerden hakkımı helal etmiyorum şeklinde kodlanan başlık %30,09 oranıyla ilk sırada çıkmıştır. Katılımcıların konuyla ilgili görüşleri şunlardır.

"Annem yalvarıyordu Kur'an-ı Kerim oku öğren diye demek ki bir bildiği varmış okuyup Arapça öğrenseydim şu an Katarlı olma şansım daha yüksek olacaktı hem dinimi yerine getirirdim hem de beleşten eczacılık okurdum #hakkımıhelaletmiyorum" (Twitter, 2021a).

"Geceni gündüzüne katıp ders çalışıp üniversitede iyi bir yere gitmek için ders çalışıyorsun. Katar vesaire yabancı uyruklu insanlar sınavsız tıp okuyacaklar. Türkiye'de eğitim sistemi ve adalet denen bir şey yok. #hakkımıhelaletmiyorum" (Twitter, 2021a).

"Ben yıllarca iyi yer kazanmak için çoğu şeyden mahrum olacağım ders çalışacağım zor olan lanet sınavlara gireceğim ama elin adamı gelecek ülkemdeki üniversitelere sınavsız, emeksiz girecek ve meslek sahibi olacak vay anasını ya ben bu ülkenin hiçbir zerresine gram #hakkımıhelaletmiyorum" (Twitter, 2021a).

Göçmenler sınavsız üniversiteye gitmesin şeklinde düşünce belirtenlere ait kod %27,31 oranla ikinci sırada gelmiştir. Konuyla ilgili paylaşım yapanların ifadeleri şunlardır.

"Bir ülke devletini temsil eden hükümetin öncelikli olarak kendi vatandaşı yerine mültecileri, Arapları, Suriyelileri, Afganları, Katarlıları vs. koruma kapsamına alıp her alanda onlara ÖNCELİK ve İMTİYAZ tanımalarını #ProtestoEdiyorum (Twitter, 2021b). #katarlı" (Twitter, 2021c).

"Yüzlerce öğrenciyi tıpa gönderen bir eğitimci olarak #katarlı öğrencilere tanınan bu anlamsız imtiyazı kabul etmiyorum #ProtestoEdiyorum" (Twitter, 2021b).

"Daralıyorum bu ülkede artık ya. Suriyelilerin, Katarlıların benden daha iyi koşullarda okuyup, benim ülkemde daha iyi yaşamalarına katlanamıyorum. Emin olun, eğer böyle devam ederse daha kötü hâle gelecek bu ülke." #ProtestoEdiyorum" (Twitter, 2021b).

Ülke Araplara ve Katarlılara satılıyor koduyla ilgili katılımcıların kullandıkları ifadeler %18,38 oranıyla üçüncü sırada yer almaktadır. Katılımcı görüşlerine aşağıda yer verilmiştir.

"Katarlara satmadığınız bir eğitim hakkımız kalmıştı #hakkımıhelaletmiyorum" (Twitter, 2021a).

"Böyle parça parça uğraşmayın hiç, ülkeyi komple Araplara satın bari. Biz mi burada vatandaşız onlar mı #hakkımıhelaletmiyorum" (Twitter, 2021a).

"Kanal İstanbul yapılırsa #katarlılar şehir kuracak, doktorları, eczacıları hazır olacak. Daha sonra Hukuk fakültesi açılır Katarlılara malum problem çıkarsa katarlı avukatlar hazır, sonra vatandaşlık, sonra Katarlı milletvekilleri sırada, sarıldık Araplarca" (Twitter, 2021c).

Protesto ediyorum kodu %8,20 oranla Hastag'ın doğru olduğuna inananlar temasında dördüncü sırada çıkmıştır. Bu konudaki katılımcı görüşlerine aşağıda doğrudan atıfta bulunulmuştur.

"Bizim çocuklar, bugün ve yarın yapılacak sınavda emeklerinin karşılığını almak için ter dökcekler; Katar'ın çocukları, nargile içip anın tadını çıkaracaklar. Sonuçta aynı okulda okumaya hak kazanacaklar. #ProtestoEdiyorum #yks2021" (Twitter, 2021b).

"Ben gençlerinden bu kadar nefret eden bir ülke daha tanımadım. Emeklerle oynayan, umutları öldüren bir ülke daha tanımadım. Hakkımı helal etmemekle birlikte #ProtestoEdiyorum #yks2021 #ayt2021" (Twitter, 2021b).

"#ProtestoEdiyorum Katarlı gençlere verilen ayrıcalığı. Bu ülkenin gençleri her şeyin en iyisini hak ediyor" (Twitter, 2021b).

İkinci sınıf insan olduk ve Araplaştırılmaktan bıktık koduyla paylaşım yapanların %8,18 oranla beşinci sırada gelmektedir. Konuyla ilgili paylaşım yapanların ifadeleri şunlardır.

"Bu ülkede Türk'seniz kimlik kartınızda Türk yazıyorsa 2. sınıf vatandaşınsınız ne kadar Arap varsa bizden daha fazla hakka sahip bu ülkede Arap kapitülasyonu var #katarlı" (Twitter, 2021c).

"Türkiye' de vatandaşlık sınıflandırması1-) Suriyeliler 2-) Katarlılar 3-) Diğer göçmenler 4-) Biz Marabalar #ProtestoEdiyorum #katarlı" (Twitter, 2021c).

"Kurtuluş Savaşı veren bir gazinin torunuyum. Kendi öz ülkende oku, sınava gir, bir yere gelme gayreti göster, başaramadan ömür bitsin. Elin Katarlısı benim olan okullara sınavsız girsin, okusun. Sonra başıma yönetici kesilsin! Kendi vatanımda mülteciyim. #hakkımıhelaletmiyorum" (Twitter, 2021a).

AKP'yi/Erdoğan'ı sevmiyorum %4,76 oranıyla altıncı sırada yer almıştır. Katılımcıların konuyla ilgili görüşleri şunlardır.

"Kendinizden o kadar nefret ettirdiniz ki, Türk doktorlarına emanet edemiyorsunuz kendinizi. Katarlılar tedavi eder sizi. #hakkımıhelaletmiyorum #ProtestoEdiyorum #katarlı" (Twitter, 2021c).

"#hakkımıhelaletmiyorum bu ülkeyi ne kadar sevdiğimi sizin gibi hainlere ispat etmek zorunda değilim. Sizden nefret ediyorum ama orası kesin. Bu ülkeye de aşığım" (Twitter, 2021a).

"Ülkemi sevdiğim için geleceğimden endişelendiğim için garibanın hakkını aramasına izin vermeyip zengin, yandaşın yaptığı her türlü yolsuzluğa ses etmediğiniz için sizden nefret ediyorum #hakkımıhelaletmiyorum" (Twitter, 2021a).

Hastag'ın doğru olduğuna inanlar temasında Gençler/herkes isyan etmeli kodu %1,95 oranla yedinci sırada çıkmıştır. Katılımcı görüşlerine aşağıda yer verilmiştir.

"Herkesin emeği göz göre göre çalınırken bu haksızlığa göz yumamayız. El birliğiyle içimizde kalan son heves ve çalışma kırıntısını yok ettiniz. Tebrikler #katarligencler #ProtestoEdiyorum #KatarlılarSınavsızTıpFakultelerine" (Twitter, 2021b).

"YKS sınav öncesinde; Katarlı öğrencilerle sınavsız eğitim hakkı verenlere karşı susmayacağız!!!! Sınava girecek olan geleceğini çaldığınız pırl pırl gençlerimize canı gönülden başarılar diliyorum. #yks2021 #ProtestoEdiyorum #TakDediCanımıza" (Twitter, 2021b).

"Hak verilmez, alınır. Yaşamsal haklardan olan adalet gibi, hürriyet gibi, ekmek, sağlık, eşitlik, bağımsızlık gibi haklar verilmez, söke söke alınır #hakkımıhelaletmiyorum" (Twitter, 2021a).

Son sırada %1,12 oranla Araplardan nefret ediyorum. Turist olarak bile gelmesinler şeklinde yapılan paylaşımların oluşturduğu kod gelmiştir. Bu konudaki katılımcı görüşlerine aşağıda doğrudan atıfta bulunulmuştur.

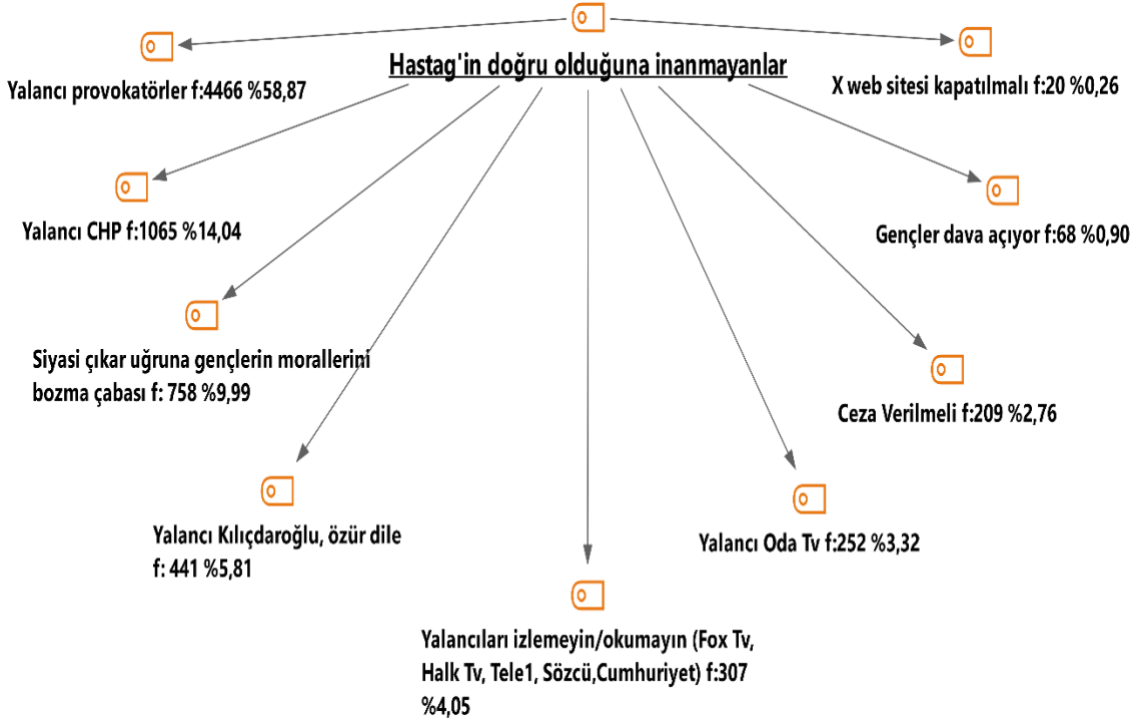
"#YalancıProvokatörler konu ne? Arrrrapprest değiller miymiş? Geçin bu işleri ülkede Arap ve Arap'a dair hiçbir şey istemiyoruz uzunca süre bu böyle turist bile gelmesin" (Twitter, 2021d).

"Ülkemden defol Katar ve diğer bütün Araplar. Arap hayranlığı ve Araplaşma özlemi sizleri bitirecek... Ben artık eminim. Türk'ü sevmeyen, koruyup kollamayan Atatürk'ün çizgisinden gitmeyenlerin sonu hep böyle olacak!!! #İnanıyoruzKAZANACAĞIZ #hakkımıhelaletmiyorum #TakDediCanımıza #ProtestoEdiyorum" (Twitter, 2021b).

"Ülkemde #katarlı ve benzeri yerlerden gelen zengin, görgüsüz, parası ile her şeyi satın alabileceğini zanneden, gerici ve parazitleri görmek istemiyorum. Kirli paraları onların olsun. Türkiye, onlara yasak olmalı" (Twitter, 2021c).

Başlığın Doğru Olduğuna İnanmayanlar Temasına Ait Katılımcı Görüşleri

Başlığın doğru olduğuna inanmayanlar temasına ait katılımcı görüşleri ilgili sonuçlar Şekil 2'de sunulmuştur. Katılımcı görüşleri verilirken ilk sırada olan üç görüş çalışmaya dahil edilmiştir.



Şekil 3: Hastag'in doğru olduğuna inanmayanlara ait kod-alt-kod bölümler modeli ve yüzde-frekans bilgileri

Şekil 3 incelendiğinde, Hastag ile ilgili atılan tweetler den yalancı provokatörler şeklinde kodlanan başlık %58,87 oranıyla ilk sırada çıkmıştır. Katılımcıların konuyla ilgili görüşleri şunlardır.

"#YalancıProvokatörler bir yıldır gece gündüz çalışan Türk gençliğine ihanet eden algıcı provokatörler. Sınava saatler kala attığınız yalan haberle gençlerin moralini bozdunuz hainler. Bir de bunlara inanan zavallılar" (Twitter, 2021d).

"Tam üniversite sınavı öncesi "Katarlı gençler sınavsız üniversiteye girecek" yalanını servis etmek askeri bir anlaşma üzerinden gençleri manipüle etmek provokatörlüktür. #YalancıProvokatörler" (Twitter, 2021d).

"Sınava bir gün kala, bir yıl boyunca bugüne hazırlanmış, emek vermiş, ter dökmüş öğrencilerin üzerinden oy için yalan ve provakatif haberle siyaset yapmak, öğrencileri düşünmemektir, tam anlamıyla siyasi ahlaksızlıktır #YalancıProvokatörler #yks2021 #tyt2021" (Twitter, 2021d).

Yalancı CHP şeklinde görüş belirtenlere ait kod %14,04 oranla ikinci sırada gelmiştir. Konuyla ilgili paylaşım yapanların ifadeleri şunlardır.

"#YalancıCHP ve Yalancı Yandaş Medyası. Dün "Suriyeliler Türkiye'de sınavsız üniversiteye giriyor" Yalanı. Bugün "Katar Türkiye'de sınavsız öğrenci okutacak 'Yalanı'. CHP ve Yandaş medyası tüm Türkiye'ye yalan söyleyip, kışkırtmak gibi alçak bir siyaset yapıyor" (Twitter, 2021d).

"#YalancıProvokatoerler #hakkımıhelaletmiyorum ALGI; olmayanı olmuş, yapılmayanı yapılmış gibi gösterme. YALAN; doğru, gerçek olmayan, uydurma, asılsız söz, söyleme. İFTİRA; bir kimseye kasıtlı, kara çalmak ve asılsız suç yükleme. Bunlar muhalefetin özelliğidir sakın ola yanılıp da güvenme. Yalan yerine proje üretmeyi deneseydiniz şimdi dünyayı yöneten tek ülke bizdik. #YalancıChp" (Twitter, 2021d).

"#YalancıProvokatorler yarınki sınavda başarısız olan öğrencilerin sorumlusu CHP'dir. Sınava bir gün kala çıkartmış olduğu yalan ile bir çok öğrencinin moralinin bozulmasına neden olmuştur. CHP DEMEK YALAN ÜRETME MERKEZİ DEMEK yazıklar olsun koltuk savaşı için bu kadar yalana" (Twitter, 2021d).

Hastag'in doğru olduğuna inanmayarak bu başlığı siyasi çıkar uğruna gençlerin moralini bozma çabası olarak görenlerin kullandıkları ifadeler %9,99 oranla üçüncü sırada yer almaktadır. Katılımcı görüşlerine aşağıda yer verilmiştir.

"Gençleri düşünenler sınavdan bir gün önce moral verir. Sınavdan bir gün önce gençleri kirli oyunlarına alet edip, onların morallerini bozarak, gençler üzerinden siyaset yapmaz. Kirli, namussuz siyasetinize gençleri alet etmeyi bırakın! #YalancıProvokatorler" (Twitter, 2021d).

"Milyonlarca gencin sınava gireceği günün hemen öncesinde öğrencilerin moral ve motivasyonunu bozacak şekilde yalan ve iftiralarla algı operasyonu yaparak siyasi çıkar elde etmeye çalışan #YalancıProvokatorler bu gençlerin ahından kurtulamaz" (Twitter, 2021d).

"Her fırsatta yalan ve iftiraya başvuruyorlar, en iyi bildikleri şey bu. Alçak bir şekilde gençlerin hayallerini ve morallerini dahi kendi kişiliksiz siyasetlerine alet eden siyasi yaklaşımı reddediyoruz. #YalancıProvokatoerler" (Twitter, 2021d).

Yalancı Kılıçdaroğlu özür dile kodu %5,81 oranla Hastag'in doğru olduğuna inanmayanlar temasında dördüncü sırada çıkmıştır. Bu konudaki katılımcı görüşlerine aşağıda doğrudan atıfta bulunulmuştur.

"ÖĞRENCİLERİMİZDEN ÖZÜR DİLE KILIÇDAROĞLU. YKS öncesi Katar yalanıyla hükümete saldırmıştı... Kaynağı X WEB SİTESİ özür diledi! Kılıçdaroğlu'da özür dileyecek mi? #ÖzürDileKemal" (Twitter, 2021d)."

"Katarlı gençlerin Türkiye'de sınavsız okuyabileceği yalanını haber yapan X WEB SİTESİ özür dilemesine rağmen CHP lideri Kemal Kılıçdaroğlu suskunluğunu koruyor. #ÖzürDileKılıçdaroğlu #YalancıChp" (Twitter, 2021d).

"#hakkımıhelaletmiyorum etiketiyle Katar-Türkiye anlaşmasını eleştiren herkese ve Bay Kemal'e sesleniyorum. Size kandım ta ki bakanlık açıklamalarını görene kadar. Başta benden ve diğer hakkını yediğiniz

kişilerden olmak üzere sizi Türk halkından özür dilemeye davet ediyorum” (Twitter, 2021d).

Yalancıları izlemeyin/okumayın (Fox Tv, Halk Tv, Tele1, Sözcü, Cumhuriyet) koduyla paylaşım yapanlar %4,05 oranla beşinci sırada gelmektedir. Katılımcı görüşlerine aşağıda yer verilmiştir.

“@btphaber @gazetesozcu @X web sitesicomtr @pushholder gibi haber hesapları ve maalesef @kilicdaroglu gibi muhalif lider ve görevliler bugün kirli ve yalan haber ile gençlerin geleceği üzerinde tepindi. Gençler bunlardan uzak durun, kendinizden uzak tutun” (Twitter, 2021d).

“ARKADAŞLAR.. Psikolojinizi sağlıklı tutmak istiyorsanız.. Fox tv-halk tv-tele1 ..bunları TV’nizden silin. Sözcü-cumhuriyet okumayın.. Kafayı sıyırmayın. Tedavisi yok... Prof. .carlo divanog. #YalancıProvokatörler” (Twitter, 2021d).

“Sözcü Gazetesi asılsız ve algı operasyonuna yönelik haberlerine bir yenisini daha ekledi. Milyonlarca gencin YKS sınavına saatler kala Sözcü Gazetesi tarafından “Katarlı gençlere Türkiye’de sınavsız tıp eğitimi hakkı verildi” yalanı servis edildi. #YalancıProvokatörler” (Twitter, 2021d).

Yalancı Pushholder %3,32 oranıyla altıncı sırada yer almıştır. Katılımcıların konuyla ilgili görüşleri şunlardır.

“Katarlı öğrenciler sınavsız yerleştirilecek yalanını yayan X web sitesi adlı grup operasyonunu çekti, algıyı oluşturdu ve tweeti sildi. #katarlı #yks2021 #YalancıCHP” (Twitter, 2021c).

“Pushholder operasyonunu çekti, sürüsünü güttü ve tweeti sildi. #hakkımıhelaletmiyorum” (Twitter, 2021a).

“@X web sitesicomtr Yalakalık yapmıyorum. Bu X web siteleri gibi hesapların yaptıkları yalan haber aklıma geliyor. Dünkü yalan #katarlı haberi gibi. Sınavdan bir gün önce öğrencilerin psikolojisini kasten mahvettiler #katarlı” (Twitter, 2021c).

Hastag’in doğru olduğuna inanmayanlar temasında ceza verilmeli kodu %2,76 oranla yedinci sırada çıkmıştır. Bu konudaki katılımcı görüşlerine aşağıda doğrudan atıfta bulunulmuştur.

“Bile bile bu yalanı yayan ortak olan herkese devletin savcıları ne yapacak acaba. Bu kadar gencin sınava saatler kala moralini bozan bu #YalancıProvokatörler den derhal hesap sorulmalı. Bu nedir be önüne geldiği her şeyi yutan bir topluluk var ki zehir saçıyor kim dur diyecek” (Twitter, 2021c).

“Yalanı pervasızca söyle, ortalığı zehirle, fitne fesat yay tepki alınca çark et özür dile ve böylece kurtulmuş mu olacaksınız. Bunların bu yalan haberi

pervasızca paylaşmasının bir cezası olmalı ancak böyle akıllanır bu tür fitneciler. #YalancıProvokatörler @adalet_bakanlik” (Twitter, 2021d).

“Yalanı hiç yüzü kızarmadan yayan bir tuhaf ruh hali, yalana sorgusuz inanan kötü niyetli ve sağlıksız bir kitle. Bu sadece yalan değil bu suçtur. Dava açılması hukuken hesap sorulması gerekiyor. Yalana 55 bin beğeni, gerçeğin yüzüne bakan yok. #YalancıProvokatörler” (Twitter, 2021d).

Gençler dava açıyor koduyla paylaşım yapanlar %0,90 oranla sekizinci sırada gelmektedir. Katılımcı görüşlerine aşağıda yer verilmiştir.

“Siz ki sınava saatler kala attığınız twitle birlikte #tyt2021 tayfa ve iler ki yıllarda üniversite hayalleri olan gençleri sadece ama sadece bir twitinizle morallerini bozdunuz. Ve bu yüzden #GençlerDavaAçıyor” (Twitter, 2021d).

“Sınava giren gençler bu aşağılık güruhu dava etsinler #YalancıProvokatörler” (Twitter, 2021d).

“Ben sınava girecek bir gencin ebeveyni olsam @kilicdaroglu ve onun medyasından savcıya giderek suç duyurusunda bulunurdum. Maddi manevi tazminat talep ederdim. Kimse benim çocuğumun sınav öncesi psikolojisiyle bu denli ahlaksızca oynayamaz. #YalancıChp #YalancıProvokatoerler” (Twitter, 2021d).

Son sırada %0,24 oranla X web sitesi kapatılmalı şeklinde yapılan paylaşımların oluşturduğu kod gelmiştir. Bu konudaki katılımcı görüşlerine aşağıda doğrudan atıfta bulunulmuştur.

“#YalancıProvokatörler X WEB SİTESİ kapatılmalı” (Twitter, 2021d).

“@X web sitesicomtr tarafından özensizce hazırlanıp sunulan bu haber yüzünden muhalefet tarafı bugün büyük rezil oldu. Yaptığınız bu saçma hareket bizlerin muhalif tavrına bir hakaret ve darbedir. Bu tarz haber kanallarına riayet etmeyin, teyit edilmeyen bilgi paylaşmayın lütfen!! X WEB SİTESİ gibi siteler kapatılmalı #katarlı” (Twitter, 2021c).

yapabildikleri sonucuna ulaşılabilir. Paylaşılan bilgiyle ilgili haberi yapan web sitesi tarafından kamuoyundan özür dilenip doğrusu aktarılsa bile hakikat önemsizleşmekte, toplumun bir kısmı uydurulan yalan haber üzerinden fikir beyan etmeye ve haberle ilgili muhatapları dijital ortamda linç etmeye devam etmektedir. Toplumun bir diğer kesimi ise bu kutuplaşma ortamında hemen kendi saflarını ve mevzilerini oluşturarak onlar da kendi linç kampanyalarını başlatmaktadır. Sağ duyunun kaybolduğu bu dijital harp meydanında fikri kamplaşma daha da artmakta ve bireyler kendi dünya görüşleriyle ilgili yeni bilgiler öğrendikleri için düşünceleri daha da keskinleşebilmektedir. Bu yalan haber özelinde göçmen, Arap ve Katarlılara karşı nefret söylemi artarken, iktidar ile ana muhalefet partisine ve liderlerine duyulan öfke söylemi körüklenmektedir. Sosyal medya kaynaklı bu tip muhtemel tehlikeleri önleyebilmek için çarpıtılmış bilgi ve zararlı bilgi yayan kişi ve kurumlarla ilgili yasal düzenlemeler yapılması gerektiği söylenebilir. Sahte haber yaymanın sonuçları ve cezaları hakkında bilgilendirme çalışmaları yapılabilir. Dijital ortamda çarpıtılmış bilgi ile yalan haberlere karşı doğrulama ve teyit işleminin nasıl yapılacağı konusunda eğitimler verilebilir. Bu noktada dijital medya okuryazarlığının önemi ortaya çıkmaktadır. Yine eğitim yoluyla çocuklardan başlamak üzere tüm toplumun bilinçlenmesini sağlamak için dijital medya okuryazarlığının anlaşılması sağlanabilir. Bilişim alanında nitelikli personel yetiştirerek ve teknik alt yapı güçlendirilerek bilgi kirliliğinin önüne geçilebilir. Ayrıca gelişen yazılım teknolojisiyle birlikte paylaşılan düzmece haberleri ve hesapları tanımlayabilecek algoritmalar geliştirilebilir. Yine sosyal medya uygulamalarının içine yanlış haberleri sistemin dışına atabilecek özellikler eklenebilir ve kullanıcıların düzmece haberleri işaretleme konusunda sorumluluk almaları sağlanabilir. Sonuç olarak, "post-truth" dönemin tehlikeleriyle mücadele etmek isteniyorsa bilgi kaynağı neresi olursa olsun gerçekliği araştırılmalıdır. Tek yönlü bilgi akışından ziyade farklı görüş ve kanallardan bilgi edinme yoluna gidilmelidir. Paylaşılan haber ve bilgilerin arkasındaki gerçekliği çözümlenebilir ve anlamlandırılabilir için bilgiye şüpheli yaklaşmalıdır.

KAYNAKÇA

- Aydoğdu, F. & Çevik, Ö. (2020). Okul Psikolojik Danışmanlarının Sosyotelist Davranışlarının, Sosyotelizme Maruz Kalma ve Yalnızlık Düzeyleri Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi. *Humanistic Perspective* 2(3), 219-230. <https://doi.org/10.47793/hp.810850>
- Alpay, Y. (2017). *Yalanın Siyaseti: Yalanın Meşrulaştırılması, Hakikatin Önemsizleşmesi ve Hileli Akıl Yürütme Teknikleri*. İstanbul: Destek Yayınları.
- Arslan, A. (2016). *Felsefeye Giriş*. Ankara: BB101.
- Aydın, A. F. (2020). Post- Truth Dönemde Sosyal Medyada Dezenformasyon : Covid- 19 (Yeni Koronavirüs) Pandemi Süreci. *Academic Social Studies / Akademik Sosyal Araştırmalar* 12, 76-90.
- Bârgăoanu, A. & Radu L. (2018). Fake News or Disinformation 2.0? Some Insights into Romanians' Digital Behaviour. *Romanian Journal of European Affairs* 18(24), 24-38.

- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). The Disinformation Order: Disruptive Communication and the Decline of Democratic Institutions. *European Journal of Communication* 33(2), 122-139.
- Bradshaw, S., & Howard, P. N. (2018). The Global Organization of Social Media Disinformation Campaigns. *Journal of International Affairs* 71(15), 23-32.
- Bulut, S. (2020). Ağ Toplumunda Parasosyal Etkileşimi Twitter Kullanıcı Yorumları Üzerinden Değerlendirmek. *İNİF E-Dergi* 5(2), 43-59.
- Cengiz, M. F., & Patan, İ. (2021). Haberde Gerçeklik: Sosyal Medyada Gerçeklik Algısı Üzerine Bir Analiz. *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi* 3(2), 235-259.
- Cooke, N. A. (2018). *Fake News and Alternative Facts: Information Literacy in a Post-Truth Era*. Chicago: ALA Editions.
- 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.
- Durak, H., & Seferoğlu, S. S. (2016). Türkiye'de Sosyal Medya Okuryazarlığı ve Sosyal Ağ Kullanım Örüntülerinin İncelenmesi. *Journal of International Social Research* 9(46), 526-536.
- Eren, V., & Aydın, A. (2014). Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturmadaki Rolü ve Muhtemel Riskler. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 16(1), 197-205. <https://doi.org/10.18493/kmusekad.72819>
- Harari, Y. N. (2018). *21. Yüzyıl İçin 21 Ders*. (Çev.). S. Sıral. İstanbul: Kolektif Kitap.
- Greenslade, R. (2017). Facebook is Trying to Tackle Fake News, But What Should We Do?. Erişim Adresi: <https://www.theguardian.com/media/greenslade/2017/jan/26/facebook-is-trying-to-tackle-fake-news-but-what-should-we-do>. Erişim Tarihi: 10.11.2020.
- Güven, A. (2020). Hakikatin Yitimi Olarak Post-Truth: Bir Kavramsallaştırma Denemesi. *İnsan ve İnsan Dergisi* 7(23), 20-36. <https://doi.org/10.29224/insanveinsan.577956>
- Hülür, H. & Bayır, M. (2021). Doğruluk-Sonrası Çağın Bir Boyutu Olarak Yankı Odası. *International Journal of Entrepreneurship and Management Inquiries* 5(9), 245-254.
- Jandrić, P. (2018). Post-truth and Critical Pedagogy of Trust içinde *Post-Truth, Fake News: Viral Modernity and Higher Education*. (Ed.). Michael A. Peters, Sharon Rider, Mats Hyvönen, Tina Besley. Singapore: Springer.
- Johnson, A. C. (2012). *The Information Diet: A Case for Conscious Consumption*, Sebastopol: O'Reilly Media, Inc..
- Oxford Dictionary. (2016). *Post-truth*. Erişim Adresi: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/post-truth?q=post-truth>. Erişim tarihi: 27.03.2020.
- Karaduman, S. (2019). Yeni Medya Okuryazarlığı: Yeni Beceriler/Olanaklar/Riskler. *Erciyes İletişim Dergisi* 6(1), 683-700. doi: 10.17680/erciyesiletisim.484193
- Kutlu, A. (2021). Myth or Fact? Echo chambers in online political news consumption. *Electronic Turkish Studies* 16(2), 743-751.

- Marwick, A. & Lewis, R. (2017). *Media Manipulation and Disinformation Online*. New York: Data and Society Research Institute.
- Metzger, M. J. (2007) Making Sense of Credibility on the Web: Models for Evaluating Online Information and Recommendations for Future Research, *Journal of the American Society for Information Science and Technology* 58(13), 2078–2091.
- Özdoğru, G. (2020). Post-Truth Çağı Kuram-Yüklü Gözlem Sorunu ve Yeni Medya Facebook "Düz Dünya Türkiye" Grubu Örneği. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi* 7, 139–169.
- Öztunç, M. & Soğukdere, Ş. (2020). Sosyal Medyada Koronavirüs Dezenformasyonu. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi* 5, 59–85.
- Sağır, A. & Aktaş, Z. (2019). Simulakr Öznenin İnşası: Belirsizliklerden Belirliлікlere Post-Truth Bir Kayma. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi* 4(8), 1–19.
- Şimşek, V. (2018). Post-Truth ve Yeni Medya: Sosyal Medya Grupları Üzerinden Bir İnceleme. *Global Media Journal TR Edition* 8(16), 48–68.
- Topsakal, T. (2021). Dijital Ortamda Yanlış Bilgi ve Haberlerin Yayılması: Koronavirüs Salgın Haberlerine Dair Bir İnceleme. *İNİF E - DERGİ* 6(1), 383–401.
- Tok, G. C. (2020). Hakikatin Önemsizleşmesi Çağında Göçmen Karşıtı Söylem Üzerine Bir Değerlendirme. *Uluslararası Afro-Avrasya Araştırmaları Dergisi Özel Sayı 6*, 1–12. <https://doi.org/10.1176/appi.ps.71701>.
- Toktay, Y. (2019). *Sosyal Medyada Dezenformasyon, Manipülasyon ve Propaganda Etkisi Zeytin Dalı Harekatı Örneği*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Turan, C. (2015). Açıklığın Yanılsaması : Dezenformasyon Çağımızın Kitle İmha Silahı Mı? *Akademik Bilişim Konferansı*, 109–115.
- Twitter. (2021a). [#hakkımıhaleletmiyorum]. (29.06.2021 & 09:21:22). Erişim Adresi: https://twitter.com/hashtag/hakk%C4%B1m%C4%B1haleletmiyorum?src=hashtag_click.
- Twitter. (2021b). [#ProtestoEdiyorum]. (29.6.2021 & 09:50:41). Erişim Adresi: https://twitter.com/hashtag/katarl%C4%B1?src=hashtag_click.
- Twitter. (2021c). [#katarlı]. (29.6.2021 & 09:42:37). Erişim Adresi: https://twitter.com/hashtag/KATARLI?src=hashtag_click.
- Twitter. (2021d). [#YalancıProvokatörler]. (29.6.2021 & 09:52:18). Erişim Adresi: https://twitter.com/hashtag/Yalanc%C4%B1Provokat%C3%B6rler?src=hashtag_click.
- Wardle, C. & Derakhshan H. (2017). Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policymaking, Council of Europe Report. Council of Europe. Erişim Adresi: <https://firstdraftnews.com/wpcontent/uploads/2017/11/PREMS162317-GBR-2018-Report-de%CC%81sinformation1.pdf?x56713>
- Yıldırım, E., & Mazıcı, E. T. (2021). Post- Truth Dönem ve Twitter Kullanıcılarının Hakikate Bakışı Üzerine Bir Araştırma. *Erciyes Akademi Özel Sayı*, 742–768.
- Zhang, X. & Ghorbani, A. A. (2020). An Overview of Online Fake News: Characterization, Detection, and Discussion. *Information Processing and Management* 57(2), 1-26.

GENİŞLETİLMİŞ ÖZET: İçinde bulunduğumuz dönemde habere ve bilgiye erişim için kullanılan internet ve sosyal medya uygulamaları radyo, televizyon ve gazete gibi geleneksel medyanın önüne geçmeye başlamıştır. Değişen bu alışkanlıkla birlikte bilginin doğruluğunun denetimi ve teyidi gibi bir sorun ortaya çıkmıştır. Yanlış ve çarpıtılmış haberler Facebook, Instagram ve Twitter gibi sosyal medya ortamlarında ve WhatsApp gruplarında paylaşılmaktadır. Sosyal medyada yapılan bilgi içerikli paylaşımlar lüzumsuz, algı oluşturucu, ilgisiz, noksan ve hatalı olabildiği gibi bilgi çarpıtma, haber iletimi, magazin, kamuoyu oluşturma çabaları ve siyaset alanlarında da kullanılabilir (Johnson, 2012). Bu çerçevede sosyal medyada gerçekleşen bilgi içerikli haber paylaşımı ve etkileşimi algı yönetimi sorununu ortaya çıkarmaktadır. Bu ortamda gerçekleşen bilgi akışının belirli bir standartta olmadığı gibi dijital ortamda oluşturulan bilgiler kolayca değiştirilebilmekte, çarpıtılabilmekte veya düzmece yorumlarla kaynağı belli olmayan kişi veya kurumlar tarafından oluşturulabilmektedir (Metzger, 2007). İnsanların düzmece haberlerle yönlendirilmesi önemli bir konu olarak dijital toplumun önünde çözümlenmesi gereken bir sorun alanı olarak ortaya çıkmaktadır (Bradshaw ve Howard, 2018). Gerçek olmayanın gerçek olarak kabul gördüğü bu dönemde hakikatin anlatılıp, anlaşılmasının sağlanması oldukça zorlaşmaktadır. Bireyler duygularının ve inanışlarının etkisiyle gerçek olmayanı gerçeğin yerine kabul edebilmektedir. Böylelikle toplum algısı istenildiği gibi yönlendirilebilmektedir (Topsakal, 2021). Bu dönemde duyguların harekete geçirilmesiyle hakikatleri değil algıları temel alan sahte bir evren üretilmektedir. Oluşturulan bu zeminde belirli boyutlarda algılanan gerçeklik asıl önemini yitirmekte ve bireylerin hakikate verdikleri önemin derecesi azalarak yalan söylemek sıradanlaşabilmektedir (Yıldırım ve Mazıcı, 2021). Post-truth kavramıyla açıklanan bu dönem Oxford Üniversitesi tarafından yılın kelimesi olarak seçildikten sonra gündeme gelen bu kavram "belirli bir konu üzerinde kamuoyu belirlemede nesnel hakikatlerin duygulardan ve kişisel kanaatlerden daha az etkili ve daha az önemli olması durumu" olarak tanımlanmaktadır (Oxford Dictionary, 2016). Kısaca özetlemek gerekirse post-truth kavramı, hakikat ile düzmece (uydurmanın) arasındaki sınırın bulanıklaştığı, duyguların ve inançların gerçeklerden daha çok önemsendiği bir çağı anlatmaktadır. Bu çağda insanları yanıltarak birtakım amaçlara ve çıkarlara ulaşmak için toplumun algısını şekillendirme çalışmaları normalleştirilmeye çalışılmaktadır. Post-truth dönem, dürüstlük kavramını anlamsızlaştırarak değerini kaybettirmiş ve doğru bilgiye erişilmesini engelleyen bir iklim yaratmıştır. Sosyal medyanın bu iklimin oluşturulmasında ve bilgi çarpıtmanın artmasında önemli bir rol oynadığı söylenebilir (Aydın, 2020). Bu kapsamda, hakikatin önemini yitirdiği ve algı yönetimi uygulamalarının sıklıkla gerçekleştirildiği sosyal medya ortamı olan Twitter'da kullanıcıların Katarlılara sınavsız üniversite başlığında atılan mesajlarla ilgili görüşlerin belirlenmesi önemli olduğu düşünülmektedir. Araştırmaya konu olan haber X WEB SİTESİ isimli web sitesi üzerinden paylaşılmış ve daha sonra haber sitesi haberin yanlış içerikle paylaşıldığına dair özür açıklaması yapmasına rağmen Twitter'da günün trend topic listesine girmiş, çok sayıda etkileşim ve yorum almıştır. Ülkemizde de çarpıtılmış bilgi içeren haberlerle ilgili toplumdaki farkındalık düzeyinin ve kullanıcı deneyimlerinin belirlenmesine yönelik araştırmalar yapılmasının önemli olduğu söylenebilir. Bu çerçevede çalışma yerli alan yazında, post-truth dönemde medya aracılığıyla yapılan haberlerin bireylerin algılarını nasıl etkilediğini ve bu bağlamda sosyal medya kullanıcılarının özelliklerini gösteren az sayıda çalışma olması nedeniyle de önemli olduğu düşünülmektedir.

YÖNTEM

Çalışma nitel yöntem şeklinde gerçekleştirilmiştir. Bu araştırma, twitter kullanıcılarının Katarlılara sınavsız üniversite başlığında atılan mesajlarla ilgili düşüncelerinin ortaya çıkarılması bakımından nitel araştırma desenlerinden fenomenolojik yaklaşım özelliği göstermektedir. Fenomolojik çalışmalar, kişilerin tecrübelerinden yola çıkarak bir olgu karşısındaki düşüncelerini ve tepkilerini derinlemesine ortaya koymayı amaçlamaktadır (Fraenkel vd., 2011; Yıldırım ve Şimşek, 2011). Fenomolojik desen; çerçevesi belirlenmiş bir olguyla ilgili araştırma yapılırken kullanılabileceği gibi, yeni bir durumu betimlemek ve ortaya koymak için de kullanılabilir (Afyonoğlu, 2021). Tweetlerin

metinsel ifadeler şeklinde olmasından ve çalışmayla ilgili elektronik mesaj içerikli çok fazla araştırmanın bulunmamasından dolayı konu yeni bir olgu olarak incelenmiştir. Özetle araştırma nitel yöntem ile tasarlanmış, ortaya çıkan olguları betimlemek için de Fenomolojik yaklaşım kullanılmıştır. Araştırmada çeşitliliğin sağlanabilmesi adına belirli hesaplar seçilmemiş, #YalancıProvokatörler, #ProtestoEdiyorum, #katarlı ve #hakkımıhelaletmiyorum adlı başlık etiketleri ile arama yapılmış ve kelime temelli kriter kullanılarak veri toplanmıştır.

BULGULAR

Araştırma sonunda başlığın doğru olduğuna inananlar temasında hakkımı helal etmiyorum, göçmenler sınavsız üniversiteye gitmesin, ülke Araplara ve Katarlılara satılıyor, protesto ediyorum, ikinci sınıf insan olduk ve Araplaştırılmaktan bıktık, AKP'yi/Erdoğan'ı sevmiyorum, gençler/herkes isyan etmeli ve Araplardan nefret ediyorum. Turist olarak bile gelmesinler kodlarının yer aldığı görülmektedir. Başlığın doğru olduğuna inanmayanlar temasında ise yalancı provokatörler, yalancı CHP, siyasi çıkar uğruna gençlerin moralini bozma çabası, yalancı Kılıçdaroğlu özür dile, yalancıları izlemeyin/okumayın, yalancı Pusholder, ceza verilmeli, gençler dava açıyor ve X WEB SİTESİ kapatılmalı şeklinde kodlar çıkmıştır.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Sonuçlar genel olarak yorumlandığında sosyal medya uygulamaları üzerinden açılan kendi dünya görüşüne yakın bir konu başlığından hareketle kitlelerin haberin doğruluğunu teyit etmeden ve sorgulamadan yorumlar yapabildikleri sonucuna ulaşılabilir. Paylaşılan bilgiyle ilgili haberi yapan web sitesi tarafından kamuoyundan özür dilenip doğrusu aktarılsa bile hakikat önemsizleşmekte, toplumun bir kısmı uydurulan yalan haber üzerinden fikir beyan etmeye ve haberle ilgili muhatapları dijital ortamda linç etmeye devam etmektedir. Toplumun bir diğer kesimi ise bu kutuplaşma ortamında hemen kendi saflarını ve mevzilerini oluşturarak onlarda kendi linç kampanyalarını başlatmaktadır. Sağ duyunun kaybolduğu bu dijital harp meydanında fikri kamplaşma daha da artmakta ve bireyler kendi dünya görüşleriyle ilgili yeni bilgiler öğrendikleri için düşünceleri daha da keskinleşebilmektedir. Bu yalan haber özelinde göçmen, Arap ve Katarlılara karşı nefret söylemi artarken, iktidar ile ana muhalefet partisine ve liderlerine duyulan öfke söylemi körüklenmektedir. Sosyal medya kaynaklı bu tip muhtemel tehlikeleri önleyebilmek için çarpıtılmış bilgi ve zararlı bilgi yayan kişi ve kurumlarla ilgili yasal düzenlemeler yapılması gerektiği söylenebilir. Sahte haber yaymanın sonuçları ve cezaları hakkında bilgilendirme çalışmaları yapılabilir. Dijital ortamda çarpıtılmış bilgi ile yalan haberlere karşı doğrulama ve teyit işleminin nasıl yapılacağı konusunda eğitimler verilebilir. Bu noktada dijital medya okuryazarlığının önemi ortaya çıkmaktadır. Yine eğitim yoluyla çocuklardan başlamak üzere tüm toplumun bilinçlenmesini sağlamak için dijital medya okur-yazarlığının anlaşılması sağlanabilir. Bilişim alanında nitelikli personel yetiştirerek ve teknik alt yapı güçlendirilerek bilgi kirliliğinin önüne geçilebilir. Ayrıca gelişen yazılım teknolojisiyle birlikte paylaşılan düzmece haberleri ve hesapları tanımlayabilecek algoritmalar geliştirilebilir. Yine sosyal medya uygulamalarının içine yanlış haberleri sistemin dışına atabilecek özellikler eklenebilir ve kullanıcıların düzmece haberleri işaretleme konusunda sorumluluk almaları sağlanabilir. Sonuç olarak, "post-truth" dönemin tehlikeleriyle mücadele etmek isteniyorsa bilgi kaynağı neresi olursa gerçekliği araştırılmalıdır. Tek yönlü bilgi akışından ziyade farklı görüş ve kanallardan bilgi edinme yoluna gidilmelidir. Paylaşılan haber ve bilgilerin arkasındaki gerçekliği çözümleyebilmek ve anlamlandırabilmek için bilgiye şüpheci yaklaşmalıdır.

EXTENDED ABSTRACT: In the current period, internet and social media applications used for accessing news and information have begun to take precedence over traditional media such as radio, television and newspaper. With this changing habit, a problem such as checking and confirming the accuracy of information has emerged. False and distorted news are shared on social media such as Facebook, Instagram, Twitter, and WhatsApp groups. Informational posts on social media can be unnecessary, perceptive, irrelevant, incomplete and incorrect, as well as being used in the fields of information distortion, news

transmission, magazines, public awareness efforts and politics (Johnson, 2012). In this context, sharing information and interaction in social media reveals the problem of perception management. The flow of information in this circle does not have a certain standard, and the information created in the digital environment can be easily changed, distorted or created with false comments by people or institutions whose source is unknown (Metzger, 2007). As an important issue, directing people with fake news emerges as a problem area that needs to be resolved in front of the digital society (Bradshaw and Howard, 2018). In this period when the unreal is accepted as the truth, it becomes very difficult to explain and being understood the truth. Individuals can accept the unreal instead of the truth with the influence of their emotions and beliefs. Thus, the perception of society can be directed as demanded (Topsakal, 2021). In this period, a false universe based on perceptions, not facts, is produced by arousing emotions. On this created ground, the reality perceived in certain dimensions loses its main importance and the degree of importance that individuals attach to the truth decreases and lying can become ordinary (Yıldırım ve Mazıcı, 2021). The concept of post-truth which came to the forward after being chosen as the word of the year by Oxford University is defined as "the situation in which objective truths are less effective and less important than feelings and personal opinions in determining public opinion on a particular issue" (Oxford Dictionary, 2016). To summarize briefly, the concept of post-truth describes an era in which the border between truth and falsehood (fiction) is blurred, and feelings and beliefs are more important than facts. In this age, it is tried to normalize the efforts to shape the perception of the society in order to achieve certain goals and interests by deceiving people. The post-truth period has made the concept of honesty meaningless and lost its value and created a climate that prevents access to correct information. It can be said that social media plays an important role in creating this climate and increasing information distortion (Aydın, 2020). In this context, it is thought that it is important to determine the opinions of the users about the messages sent to the title of university for Qataris without exam in Twitter, which is the social media environment where the truth loses its importance and perception management practices are frequently carried out. The news that is the subject of the research was shared on the X WEB SİTESİ website, and then although the news site made an apology that the news was shared with the wrong content, it was included in the trend topic list of the day on Twitter and received many interactions and comments. It can be said that it is important to conduct researches to determine the level of awareness and user experiences in the society about news containing distorted information in our country. In this context, the study is thought to be important because there are few studies in the local literature that show how the news made through the media affect the perceptions of individuals in the post-truth period and the characteristics of social media users.

METHOD

Qualitative method was used in the research. This research is a phenomenological study (phenomenological approach), which is one of the qualitative research designs, in terms of determining the views of twitter users about the messages sent to the title of university Qataris without exam (Fraenkel et al., 2011; Yıldırım and Şimşek, 2011). Phenomenology approach can be used while working with a phenomenon that has already produced relevant information, or it can be used to explain a new phenomenon too (Afyonoğlu, 2021). The subject has been handled as a new phenomenon, due to the fact that there are not many studies on the verbal data of tweets and digital media content related to the research. Therefore, the research was designed with a qualitative research design, and the phenomenology method was used to describe the emerging phenomena. In order to ensure diversity, certain accounts were not selected in the research, a search was made with the title tags #LiarProvokators, #Iprotest, #Qatari and #Idon'tgivemyblessings and data were collected using word-based criteria.

RESULTS

At the end of the research, it is seen that there are codes for in the theme of those who believe that the headline is true such as "I don't give my blessings, immigrants

shouldn't go to university without examination, the country is sold to Arabs and Qataris, I protest, we have become second-class people and we are tired of being Arabized, I don't like AKP/Erdogan, young people/everyone should rebel, I hate Arabs and they do not come even as a tourist". Codes are found out in the theme of those who do not believe the headline is true, such as liar provocateurs, liar CHP, efforts to demoralize young people for the sake of political gain, liar Kılıçdaroğlu must apologize, do not watch/read liars, liar Pushholder, the youth should sue and X web site should be closed down.

DISCUSSION & CONCLUSION

When the results are interpreted in general, it can be concluded that the public can make comments without confirming and questioning the accuracy of the news, based on a topic close to their own worldview started via social media applications. Even if the website that made the news about the shared information apologizes to the public and the truth is conveyed, the truth becomes insignificant, some of the society continues to express their opinions on the fabricated fake news and lynch the interlocutors on the digital environment. Another part of the society creates their own sides and positions in this polarized environment and starts their own lynching campaigns. In this digital battlefield where common sense is lost, intellectual polarization increases and individuals' thoughts can sharpen as they learn new information about their own worldviews. While hate speech against immigrants, Arabs and Qataris increases in this fake news, the anger towards the government and the main opposition party and their leaders is rushed up. In order to prevent such possible dangers originating from social media, it can be said that legal regulations should be made regarding persons and institutions that spread distorted and harmful information. Information studies can be conducted on the consequences and punishments of spreading fake news. Training can be provided on how to verify and confirm against distorted information and fake news on the digital environment. At this point, the importance of digital media literacy emerges. Again, through education, digital media literacy can be understood in order to raise awareness of the whole society, starting with kids. Information pollution can be prevented by training qualified personnel in the field of informatics and by strengthening the technical infrastructure. In addition, with the developing software technology, algorithms that can identify shared fake news and accounts can be developed. Also, features that can throw false news out of the system can be added to social media applications and users can be made responsible for flagging fake news. As a result, if it is demanded to struggle the dangers of the "post-truth" period, the truth of the information source should be investigated. Rather than a one-way flow of information, information should be obtained from different views and channels. In order to analyse and make sense of the reality behind the shared news and information, it should be approached to information with doubt.