

“Don’t Look Up” Filminde Bir Kıyamet Senaryosu Olarak “Post-truth”

Bilal SÜSLÜ*
Alper ERÇETİNGÖZ**

Öz

Gerçeklik, özellikle konvansiyonel medya pratikleri açısından önem atfedilen ve enformasyonun üzerine inşa edilmesinin beklendiği bir olgudur. Ne var ki dijitalleşmeyle birlikte günümüzde toplumsal yapıların uğradığı dönüşüm, gerçeklik olgusuna verilen önem konusunda kırılmalara yol açmıştır. Bu durum, her ne kadar yeni iletişim teknolojileri ile ilişkili olarak özellikle sosyal medyanın yaygın kullanımının bir sonucu şeklinde değerlendirilse de söz konusu kırılmalara hazır bir toplumun var olması da bu durumun ortaya çıkmasını hızlandıran önemli bir unsur olarak belirmektedir. Algısal düzlemde gerçekliğin giderek önemsizleştiği ve malumat elde etmede aranan bir özellik olmaktan çıktığı bu dönem literatürde “Post-truth” olarak tanımlanmıştır. Rasyonel olanın yerini alan duyguların bireysel ve toplumsal hafızada gerçek olarak algılanması ile ortaya çıkan bu kavram, günümüz toplumlarında bilimin giderek gücünü yitirmesini, çıkar ve sonuç elde etme bağlamında yeniden düzenlenen iletişim ve ilişki süreçlerinin önemli/önemsiz fark etmesinin herhangi bir konu üzerinde toplumsal uzlaşmayı sağlamayı güçleştirmesini de beraberinde getirmiştir. Yönetmenliğini Adam McKay’in yapmış olduğu 2021 yapımı Don’t Look Up filmi, dünyaya çarpmak üzere olan bir kuyruklu yıldızdan yola çıkarak bilimsel gerçekliği olan bir enformasyonun günümüz Post-truth toplumlarında nasıl önemsizleştirildiğini siyaset, medya ve birey arasındaki görünmeyen ilişkileri de açığa çıkararak betimlemekte ve toplumu savunmasız hâle getiren Post-truth dinamiklerinin görünenden çok daha tehlikeli sonuçlar doğurabileceğini iddia etmektedir. Bu çalışmada, bir nitel veri analiz türü olan “betimsel analiz” yöntemiyle incelenen film, Post-truth kavramını diğer bilgi kirliliği türlerinden ayıran dokuz nitelik çerçevesinde değerlendirilmiştir. Değerlendirmeler sonucunda, politik yalanlar ve sahte haberler aracılığıyla yaratılan söylemlerin gerçekliğin yerine geçerek kişisel yargıları doğrudan etkilediği ve bu durumun bilimsel gerçekliğe zarar verdiği görülmüştür. Bilimsel gerçekliği olmasına rağmen, sosyal medyada gündem olacak kadar eğlenceli olmayan içeriklerin haber değeri taşımadığına ilişkin yaklaşımın, bu içeriklerin kamuoyuna ulaşması konusunda yayın platformları ve haber içeriği açısından ciddi engeller ortaya çıkardığı anlaşılmıştır. Film, bu durumun sadece demokrasi açısından değil dünyanın ve insanlığın geleceği açısından da bir tehdit unsuru olduğunu öne sürmektedir.

Anahtar Kelimeler: Post-truth, Gerçeklik, Medya, Sinema, Don’t Look Up

*Dr. Öğr. Üyesi, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Medya ve İletişim Bölümü, bilalsuslu@beun.edu.tr

**Dr. Öğr. Üyesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, alper.ercetingoz@adu.edu.tr

Süslü, B. & Erçetingöz, A. (2023). “Don’t Look Up” Filminde Bir Kıyamet Senaryosu Olarak “Post-truth”. TRT Akademi, 8 (17), 318-341. DOI: 10.37679/trta.1208282

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 21.11.2022

Revizyon Tarihi: 19.12.2022

Kabul Tarihi: 02.01.2023

ORCID: 0000-0002-7176-1427, 0000-0002-9168-5740 DOI: 10.37679/trta.1208282

“Post-truth” as an Apocalyptic Scenario in “Don't Look Up”

Bilal SÜSLÜ
Alper ERÇETİNGÖZ

Abstract

Reality is an important phenomenon, which is especially important in terms of conventional media practices and on which information is expected to be built. However, with digitalization, there have been breaks in the importance of the notion of reality today, considering both the transformations in social structures and its effects on social life. Although the ruptures in the importance of the reality phenomenon are considered as a result of the transformations in new communication technologies and especially social media, the existence of a society ready for these ruptures appears as an important structural factor that accelerates the emergence of this situation. This period, in which reality becomes increasingly insignificant on the perceptual level and ceases to be a sought-after feature in obtaining information, has been defined as “Post-truth”. This concept, which emerged with the perception of emotions as real in individual and social memory and replaced the rational, means that science gradually loses its power in today's societies; It has also brought about the fact that communication and relationship processes, which are reorganized in the context of gaining interests and results, make it difficult to achieve social consensus on any issue, regardless of whether it is important or insignificant. The film Don't Look Up (2021), directed by Adam McKay, depicts how scientifically authentic information is trivialized in today's Post-truth societies, based on a comet that is about to crash into the world, by revealing the invisible relationships between politics, media and the individual. It claims that the Post-truth dynamics which make the society vulnerable can lead to more dangerous results than it seems. In this study, the film, which is examined with the descriptive analysis method, is evaluated within the framework of nine qualities that distinguish the concept of Post-truth from other types of information pollution. As a result of the evaluations, it was seen that the discourses created through political lies and fake news directly affect personal judgments by replacing reality, and this situation harms scientific reality. It has been understood that the approach that content that is not entertaining enough to become an agenda on social media is not newsworthy, despite its scientific reality, poses serious obstacles in terms of broadcast platforms and news content in terms of reaching the public. The film argues that this is a threat not only to democracy but also to the future of the world and humanity.

Keywords: Post-truth, Reality, Media, Cinema, Don't Look Up

Research Paper

Received: 21.11.2022

Revised: 19.12.2022

Accepted: 02.01.2023

1. Giriş

Post-truth, gerçeğin önemsiz hâle geldiği bir dönemi kavramsal olarak işaret ederken aynı zamanda bilginin üretim ve paylaşım biçimindeki değişimin neden olduğu bir sorunun da altını çizer: Dijitalleşmenin ardından Post-truth söylemin uluslararası boyutta dolaşıma girmesinde en etkili araç olarak beliren sosyal medya, günümüz toplumlarını hakikatle arasına mesafe koyan büyük kitlelere dönüştürmektedir. Bilginin çok kutuplu, kaynağı belirsiz, dolayısıyla doğruluğu şüpheli niteliği, olayları sosyal medyada gördüğü şekliyle algılayan bireyin gerçeklik tahayyülünü yeniden inşa etmektedir. Tek bir merkezden üretilmediği için kontrol edilmesi güç olan bu enformasyon biçimi, bireyin kendi gerçeklik sürecini özgürce oluşturmada tasarrufu olduğu imasını içerse de toplumdaki siyasi, finansal veya psikolojik kimi görünmeyen motivasyon ve çıkarların stratejik bir sonucu olarak gelişmektedir. Bu durum, haberleşme sürecine yapılan demokrasi vurgusunu da şüpheli hâle getirmektedir. Öte yandan, kavramın ortaya çıkışı dijitalleşmenin toplumsal yaşamın her alanına henüz nüfuz etmediği bir zaman dilimine denk gelse de popülerliğini yakın tarihte kazanmış olması, özellikle yeni medya araçlarının toplumdaki etkileri üzerine çalışanlarda kavramı analiz etmeye yönelik heyecan uyandırmıştır. Bu çalışmada sıklıkla yalan, söylenti, misenformasyon, dezenformasyon, sahte haber, manipüle haber, çarpıtma, uydurma gibi aynı dönemin öne çıkan “bilgi bozukluğu” türleri ile karıştırılan Post-truth sözcüğünün nerede konumlandığı sorgulanmaktadır. Bu doğrultuda çalışma, sosyal medya pratikleriyle ilişkili olarak toplumun gerçeklik tahayyülünün nasıl yeniden inşa edildiği, bu durumun dijitalleşme ile birlikte anlatım olanakları genişleyen sinemasal temsillerde nasıl anlatıya dönüştüğü, filmlerin yapısında ayırt edici nitelikte bir değişim yaratıp yaratmadığı, Post-truth çağa ilişkin görünümünün kurmaca bir evrende nasıl konumlandığı ve mevcut ideolojileri nasıl yeniden konumlandığı gibi sorular üzerinde temellendirilmiştir. Çalışmanın kuramsal çerçevesini Post-truth kavramını kapsamlı olarak tanımladığı düşünülen dokuz ayırt edici unsur oluşturmaktadır. Buna göre; (1) duygular ve kişisel inançların nesnel olgulardan önemli hâle gelmesi, (2) gerçeklik görelileşirken, bilgi fazlalığı ve etkili söylemlerin kafa karışıklığına neden olması, (3) oluşan bu kaotik ortamın kompto teorilerini körüklemek için zemin hazırlaması, (4) kutuplaştırma eğiliminin ve kamuoyu tartışmalarının artması, (5) popülist söylemin yükselişe geçmesi, (6) utanma duygusunun ve (7) demokrasiye duyulan güvenin azalması, (8) bilginin seçici olarak kullanılıp sunulduğu, yanlış ve yanıltıcı içerik üreten yeni medya düzeninin oluşması ve son olarak (9) bu düzen içerisinde yer alan görsellerin ve dil hilelerinin stratejik olarak kullanılması Post-truth kavramının anlaşılabilmesi için açıklanması gereken unsurlar olarak çalışmanın tartışma alanında yer almaktadır.

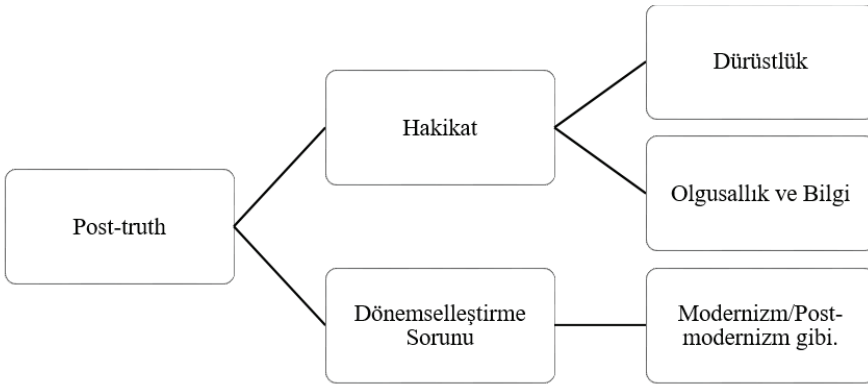
Bir temsil ve iletişim biçimi olarak sinema, topluma ayna tutarak içinde bulunulan duruma ilişkin farkındalık yaratmayı amaçlamakta olup söz konusu duruma ilişkin öngörülerde bulunma motivasyonu ile olası bir gelecek tasarımı yapmaktadır. Bu özellikleriyle filmler hem mevcut duruma ilişkin derinlikli bir analiz yapma imkânı sunmakta hem de kendi kurmaca evreni içinde yeni bir dünya inşa ederek topluma şekil verme potansiyelini ortaya koymaktadır. Filmlere yöneltilen eleştirel yaklaşımlar ise bugünün ve geleceğin toplumunu anlaşılır kılmak açısından önem arz etmektedir. Bu doğrultuda, çalışmanın konusuna örnek teşkil eden Amerikalı yönetmen Adam McKay’in 2021 tarihli filmi *Don’t Look Up* Post-truth çağı işaret eden ve organik bir bütünlük içinde anlam bulan dokuz ayrırt edici unsur ekseninde betimsel içerik analizi yöntemiyle incelenmektedir. *Don’t Look Up*, Amerikan tür sineması içinde dünyanın sonuna ilişkin bir felaket filmi olarak konumlanırken, türün kodlarında yer alan gerçeğe saplantının bu filmde kayıtsızlıkla yer değiştirilmesi, içinde bulunduğumuz çağda yeniden inşa edilen bilgi ve insan arasındaki ilişkinin bir sonucu olarak irdelenmesi gereken bir duruma dikkat çekmektedir. Enformasyonun hiç olmadığı kadar yoğun, sürekli ve merkezlessiz olduğu günümüzü konu alan film; bilim ile hurafenin, söylenti ile bilginin, hukuk ile dedikodunun ayrıştırılmaz biçimde iç içe geçerek (Sancar, 2021), medya ve siyaset tarafından körüklenen bilim şüpheciliği/inkârcılığının yerleşik bir tavır hâline gelmesini Post-truth dinamikler ile açıklamaktadır. Film, üretilen söylemlerin niceliğinden hareketle geveze olarak nitelenen günümüz medyasının ciddi bir konu karşısında aldığı tavra eleştirel bir bakış getirirken bir tür bağımlılık gibi bu söz kalabalığına ihtiyaç duyan ancak bağımlı olduğu medya da dâhil olmak üzere tüm bu kurumlara karşı paradoksal bir şüphe ve güvensizlik geliştiren insanların içine düştüğü çıkmaza dikkat çekmektedir (Isackson, 2022). Günümüzün popülist şüphecilik biçimleri arasında gösterilen iklim krizi ve kovid aşılardan hareketle Post-truth dünyada sosyal seferberliğin ve siyasi eylemlerin başarısızlığa mahkûm olduğuna dikkat çeken film (Sinnerbrink, 2022), bu başarısızlığı medya, hükümetler, iş dünyası ve popülist siyaset arasındaki ilişkiler üzerinden ele alırken, düşünme ve muhakeme etme yeteneğini yitiren bir toplumun kendine verebileceği zararı gündeme getirmektedir.

2. Post-truth Kavramı

Günümüzde söylentilerin ve yalanların en az gerçekler kadar talep görmesi, gerçeğin kendisine riayet etmek yerine inanılanın veya hissedilenin doğru kabul edilmesi, yeni ve önemli bir durum olarak belirmektedir (Viner, 2016). Donald Trump’ın Amerika Birleşik Devletleri Başkanı seçilmesinden ve İngiltere’nin Avrupa Birliği’nden ayrılma sürecini ifade eden Brexit oylamasından başlayarak özellikle iklim

değişikliği ve kovid-19 gibi politik ve küresel meseleler üzerindeki tartışmalarda bu yeni durumun belirleyici bir etkisi olduğu kabul edilir (Malcolm, 2021, s. 1). Kavramı ilk olarak kullanan Steve Tesich'in (1992) de dikkat çektiği gibi bu durumun temelinde, bizleri yönetenlere gerçeklerin üstünü rahatlıkla örtmelerine gerek kalmayacak şekilde "gerçek gibi görünen ancak gerçekte hiçbir temeli olmayan iddialara güvenen" (The Economist, 2016) bir toplum hediye etmemiz ve Post-truth bir dünyada yaşamaya kendi özgür irademizle karar vermiş olmamız yatar.

Bir anlamda toplumsal güvenin çöküşünü imleyen Post-truth Oxford sözlüklerinde "insanların gerçeklerden çok duygu ve inançlara tepki verdiği durumlarla ilgili" bir kavram olarak tanımlanır (Oxford Learner's Dictionary). Ancak bu tanım iki ana nedenden dolayı yanıltıcı kabul edilir (Harsin, 2018, s. 1-2). Birincisi kavram, hakikatin hem dürüstlük hem de olgusalılık ve bilgi (gerekçelendirilmiş inanç) olmak üzere iki farklı ancak birbiriyle ilişkili biçimiyle ilgilidir. İkincisi Post-truth, modernizm/post-modernizm veya endüstriyel/post-endüstriyel gibi büyük dönemselleştirme kavramlarına benzer tanımsal problemler sunar. Kavramın tanımlanmasına yönelik farklı tartışmalarda örneklendiği üzere "post-war" (savaş sonrası) tamlaması, sözcükteki "post" ön ekinin belirli bir durum ya da olayın sonrasına gönderme yaptığı bir çerçeve çizer. Ancak kavramın Oxford sözlüğüne dayandırılan kullanımında aynı ön ek, eklendiği sözcüğün önemsizleştiği bir döneme atıfta bulunur. Ulusların artık önemli olmadığı duruma gönderme yapmak için kullanılan "post-national" sözcüğünde olduğu gibi (Alpay, 2017, s. 25-26) Post-truth da gerçeklik kavramının önemsizleştiği bir dönemi işaret eder.



Şekil 1. Post-truth İlişkisellik Durumu¹

¹ Şekil 1 yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Post-truth kavramının bir anda kamuoyunun gündemine girmesi ve akademik platformlarda konuşulur hâle gelmesi, hâlihazırda tartışmalı olan tarihsel çerçevesini daha da sorunlu hâle getirmiştir. Toplumda sanki yeni ortaya çıkmış gibi istenmeyen ve hızla çözülmesi gereken ahlaki bir mesele olarak algılanan kavram, aslında uzun süredir devam eden ancak görmezden gelinen toplumsal çözülmenin açığa çıkması olarak da değerlendirilmektedir. Örneğin Neil Clark (2016), günümüzde Post-truth siyasetten şikâyet eden kimi Batılı aktörlerin geçmişte Post-truth enstrümanını kullanarak siyasi manevralar elde etmeye çalıştıklarını ve bunun sonucunda Irak ve Libya gibi ülkelerin işgalinin fitilini ateşlediklerini ifade eder.² Bu anlamda Post-truth teriminin, siyasetin dürüst olduğu bir geçmiş zaman durumunu ima ettiği tanımlarına şüpheyle yaklaşmak gerekmektedir. Çarpıtmaların, abartmaların, şişirme haberlerin eskiden de yapıldığını belirten Alpay (2017, s. 41), geçmişten farklı olarak günümüz yeni medya düzeninde yayınlanan sahte haberlerin belirli olgusal verilerle desteklendiğini ve rasyonel bir meşruiyet zeminine oturtulmaya çalışıldığını ifade eder. Bu tartışmalı zeminde kavramın anlaşılır kılınabilmesi için dönemin siyaset, toplum ve medya yapıları ile bu yapıların karşılıklı ilişkilerinin analiz edilerek bilginin üretim, dağıtım ve alımlama biçimlerinde meydana gelen değişimlerin sınıflandırılması yoluna gidilmektedir. Bu amaçla gerçekleştirilen Dominic Malcolm’un (2021) çalışmasında Post-truth sözcüğü, “duyguların nesnel olgulardan önemli hâle geldiği”, “gerçekliğin görelileştiği”, “utancın azaldığı”, “kutuplaştırma eğiliminin arttığı” ve “komplo teorilerinin körüklendiği” bir yapı içerisinde, birbiriyle bağlantılı beş fikir üzerinden tanımlanır. Bu bağlamda, tıpkı resim yapmayı öğrenen bir grup öğrenciden talep edilen röprodüksiyon bir çalışma sonucunda alınması doğal farklı gerçeklik çizimleri gibi, Post-truth toplumda da herhangi bir duruma/olaya dair her bireyin farklı bir gerçeklik tasvirinde bulunduğu anlaşılmaktadır. Bu durum, gerçekliğin duyguları değil duyguların gerçekliği belirlediği yeni bir sistem meydana getirir. Herkesin kendi doğrusu olduğu için demokratik tartışma ortamından yoksun olan bu sistemin, özellikle siyasal iklimde kutuplaşmalara yol açtığı, herhangi bir sorun söz konusu olduğunda ise sorumluluğun her zaman ötekine atfedilerek komplo teorileri üretme ve farkında olmadan ahlaki değerleri aşındırma konusunda toplumu hazırladığı görülmektedir. Öte yandan Lee McIntyre (2018, s. 13), Post-truth’un bir tür ideolojik üstünlük kurma anlamına geldiğini ve bu noktada Post-truth

² Irak ve Libya işgalini hazırlayan örnek haber ve siyasi tartışmalara dair bölüm için bkz. Clark, N. (2016). ‘Fake news’ & ‘Post-truth’ politics? What about those Iraqi WMDs?, <https://www.rt.com/op-ed/367625-fake-news-Post-truth-iraqi-wmds/>

stratejiyi uygulayanların, geçerli kanıtlar olsun ya da olmasın, birini bir şeye inanmaya zorlamaya çalıştığını ifade eder.

Mcintyre'e göre, yabancı ve kafa karıştırıcı görünse de, Post-truth olgusu ne mantıksız ne de anlaşılmalıdır. Ancak kavram, tek kelimeyle anlaşılabilir kadar basit de değildir. Yapılması gereken Post-truth'a yol açan faktörleri ortaya koymaktır (2018, s. 15). Alpay'ın gerçekleştirdiği sınıflandırma, Post-truth söyleme zemin hazırlayan bileşenleri "postmodernizm", "yeni medya düzeni", "demokrasiye duyulan güvenin azalması" ve "popülizm" olmak üzere dört başlık altında irdeler. Dil ve kültürün toplumsal bir inşa süreci olarak algılandığı ve nesnel gerçeklik sorgulamasının yapıldığı postmodern tahayyülde anlama ulaşmak, yorumlar nedeniyle kesintiye uğradığından, olanaksızdır. Bu nedenledir ki postmodern düşünüşte anlam değil, yorumlar vardır. Yorumlar gerçekliği ifade etmediğinden hem aynı konuda başka yorumlar söz konusu olmakta hem de bir yorum olarak gerçeklik başka yorumlara açık hâle gelmektedir. Dolayısıyla, çok sayıda yorum ve görece gerçeklik algısı anlama ulaşmayı engellemekte ve sürekli ertelenen bir anlama ulaşma süreci yaşanmaktadır. Bu belirsizlik, kitlenin ikna edilmesini zihinsel yerine duygusal bir sürece dönüştürmektedir. Bir durumu değerlendirmeye dair karşısında bir yorum skalası bulan kitle, önünde hangi yorumu seçmesi gerektiğine yönelik bir rehber bulunmadığından, hangisi kendi ideolojisine uygun geliyorsa ya da hangisine inanmak istiyorsa onu seçmektedir. Ancak bu, anlık ve uçucu bir seçimdir. Bu nedenle postmodernizm, şimdiki zamana ve mekâna sıkı sıkıya bağlıdır. Öte yandan, bilgi artışı ile gerçekliğe yaklaşma arasında bir bağlantı olmadığı kabul edildiği için, daha önce eğitim almamış bir birey ile hayatının çoğunu eğitim almakla geçirmiş bir profesörün aynı duruma yönelik yaptığı yorum arasında üstünlük bakımından bir hiyerarşi söz konusu değildir. Başka bir deyişle, sıradan bir bireyin yorumu bir bilim insanının yorumu ile eşdeğerdedir (Alpay, 2017, s. 38-39). Durum, yeni medya ekosistemi açısından değerlendirildiğinde ve haber kuruluşları odağa alındığında, yapılan haberlerin olabildiğince yayılmasının, etik ilkelere sadakatten çok daha makul ve önem arz ettiği bir tabloyu sergilemektedir. Bu tablo aynı zamanda, haber yazarken rasyonelliği ve olgusal veri kullanımını göz ardı eden, abartılı yorumlara ve anlatılara kapı aralayan ve neredeyse tek amacı okurları heyecanlandırmak ve arkası yarın mantığını devam ettirmek olan bir habercilik anlayışını işaret etmektedir. Dolayısıyla günümüzde, bir konuyu anlamaktan çok onu ilk gören/okuyan olmak ve ilk repost etmek/paylaşmak vazgeçilmez bir hâl almıştır. Başka bir deyişle, gerçeklerden ziyade toplumu şok edecek ya da toplumda infial uyandıracak ve anında etkileşim sağlayarak başkalarının paylaşımına sokulacak görüntülere/haberlere erişmek daha önemli hâle gelmiştir

(Alpay, 2017, s. 41-48). Bu süreçte, gittikçe değişen siyaset dili ve kimi toplumsal, siyasal süreçlere demokrasi dışı aktörlerin kasıtlı ve/veya bilinçli müdahalesi, politik anlamda Post-truth meselesinin önemli bir kaynağı olarak belirmektedir. Bu bağlamda, rasyonel verilerin çerçeve çizdiği olgulara dayalı tartışma ortamı, yeni siyasal düzlemde yerini politik söylemlere, hamaset ve spekülasyon stratejilerine bırakmakta, bu durum da popülizmin yükselişine yol açmaktadır. Bilindiği üzere Post-truth ve popülizm arasında pozitif anlamda bir korelasyon durumu bulunmaktadır. Her iki kavram da rasyonel ve olgusal verilere mesafelidir ve gücünü algı yönetimi sonucu etkiledikleri eğitim düzeyi ve gelir seviyesi düşük kitlesel gruplardan alır. Söz konusu kitlesel grupların Post-truth söylemlerle önyargılarının beslenmesi, duygusal mesajlara ve hileli akıl yürütme tekniklerine maruz bırakılması, algı yönetiminin ne denli önemli ve etkin bir strateji olduğunu göstermektedir. Bu gibi stratejiler nihayetinde, gerçekleşmesi arzu edilen politikaların kitlelerin rızası üzerinden rahatlıkla yürütülmesini kolaylaştırır. Bu bağlamda Post-truth, demokrasi idealinin üzerini örten bir perde işlevi de görebilmektedir (Alpay, 2017, s. 55-58).

3. Günümüz İletişim Mecrasında Post-truth Söylem

Bugün yeni olan ise ikna edici ama yanlış ve yanıltıcı olan bir içeriğin herhangi bir insan tarafından hazırlanmasındaki kolaylık ve bu içeriğin dünyanın dört bir yanına sıçrarken ulaşabileceği hız.

Claire Wardle, 2020

Dijital medya, konvansiyonel medyadaki sınırlı ve denetimli katılımın aksine bireylere kendilerini rahatlıkla ve denetimsiz olarak ifade edebilecekleri özgür bir ortam sağlamaktadır (Yerlikaya ve Aslan, 2020, s. 178). Fakat bu özgürlük aynı zamanda yalan üzerine inşa edilen, gerçeklerin belirsiz hâle gelerek önemsizleştiği Post-truth algının nedenlerinden birine dönüşme potansiyelini de içinde barındırmaktadır. Politik çerçevede ve literatürde rutin olarak kabul edilip doğal bir edim olarak karşılanmaya başladığında (Mohler, 2005) Post-truth kavramı; yalan (lies),

söylenti (rumors)³, sahte haber (fake news)⁴, yönlendirme (spin)⁵ ve propaganda⁶ ile eş anlamlı olarak kullanılmaya başlamıştır. Harsin'e göre analitik bağlamda bu kavramlardan ayırt edilememesine rağmen Post-truth, sadece yalanlar ve yanlış inançlar ile ilişkilendirilemeyecek farklı bir duruma işaret etmektedir (2018, s. 8). Bilgi fazlalığı ve etkili söylemler arasındaki kafa karışıklığı, bir bilgiyi diğerinden ayırt etmedeki zorluk, bilginin sürekli seçici kullanımı ve sunumu, stratejik politik kutuplaşmalara yönelik söylemler ve neyin doğru/yanlış ve neyin dürüst/aldatıcı olduğu konusunda aralıksız süren kamuoyu tartışmaları da Post-truth kavramının sınırları içinde yer almaktadır. Bu anlamda belirli bir strateji doğrultusunda dijital medyanın, “görsellik” -propaganda amaçlı çarpıtılmış kışkırtıcı afişler, bağlamlarından koparılmış fotoğraflar, videolar- ve “dil hileleri” -verileri çarpıtarak önemsizmiş gibi gösterecek/gündemi değiştirecek şekilde inşa edilmiş sahte savlar- gibi araçlara başvurduğu görülmektedir (Alpay, 2017, s. 29-30). Hiciv/parodi,⁷ çarpıtma,⁸ hatalı ilişkilendirme,⁹ bağlamdan koparma,¹⁰ taklit,¹¹ uydurma,¹² ve manipü-

³ Söylenti; gerçek olabileme ihtimali taşıyan sadece inançları değil, çatışma, anlaşmazlık veya tartışma oluşturma için kasıtlı veya stratejik olarak kullanılan belirsiz çok anlamlı iddialar (Harsin, 2018, s. 9).

⁴ Sahte haber; olmayan, hatta var olmayan temel yanlış ifadeleri içeren haber türüdür ve genellikle olgusal ifadeler veya ayrıntılarla çevrili temel bir yalanla/sahtelikle/gerçek dışılıkla karakterize edilir (Harsin, 2018, s. 10).

⁵ Yönlendirme; olaylara ilişkin çıkar odaklı çerçevelerin ve anlatıların üretilmesidir (Chandler ve Munday, 2018, s. 266).

⁶ Propaganda; kamuoyunun belirli çıkarları gözeterek şekilde yalanların, yarı hakikatlerin ve tarihin seçici bir yeniden anlatımı yoluyla kasıtlı olarak manipülasyonudur (Chandler ve Munday, 2018, s. 334).

⁷ Hiciv/parodi; herhangi bir olaya ya da duruma yönelik içeriğin parodi olduğu anlaşılmadan doğru olduğu düşünülerek paylaşılmasıdır (Wardle, 2020, s. 11).

⁸ Çarpıtma; bir şeyin görünürde nesnel temsili veya aktarımı sürecinde yanlış temsil etmesi ve doğruluktan uzaklaşması anlamına gelir (Chandler ve Munday, 2018, s. 72). Bir olayı sunmak için bir fotoğrafın kesilmesi ya da bir alıntıyı yalnızca belirli bir kesitinin seçilerek sunulması gibi (Wardle, 2020, s. 12).

⁹ Hatalı ilişkilendirme; sansasyonel başlıkla içerik arasındaki ilişkisizlik durumunu ifade eder; örneğin sosyal medyada karşılaşılan tık tuzakları gibi (Wardle, 2020, s. 11).

¹⁰ Bağlamdan koparma; bir görüntünün veya haber metninin, yeniymiş gibi tekrar paylaşılmasıdır; örneğin son dakika haberlerinde eski bir görselin yeniden paylaşılması gibi (Wardle, 2020, s. 12).

¹¹ “Taklit; “tanınmış bir markanın logosunun ya da bilinen bir ismin kendisine ait olmayan bir içerikle yan yana gelmesi” durumunu ifade eden stratejik hamledir; örneğin güvenilir bir haber kuruluşunun logosunun alınarak bir fotoğraf ya da videoyla desteklenmesi insanların söz konusu içeriği teyit etmeden inanma olasılığını arttırabilmektedir (Wardle, 2020, s. 12).

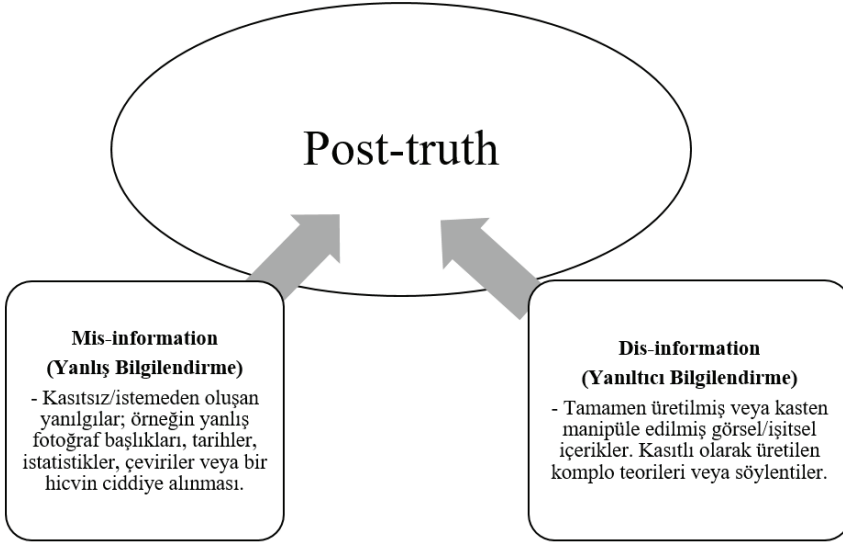
¹² Uydurma; bir içeriğin tamamının gerçeklikle ve doğrulukla alakası olmadığı durumları tanımlamada kullanılır; yapay zekâ kullanılarak birinin hiç söylemediği şeylerin söyletildiği ya da yapmadığı şeyleri yapmış gibi gösterildiği (deepfake) videolar ve/veya ses dosyaları gibi (Wardle, 2020, s. 12).

lasyon¹³ gibi bilgi düzensizliği türleri üzerinden yapılacak bir analizde paylaşımın niyetine dair tespitte bulunmak -yanlış bilginin yayılımının bilinçli mi bilinçsizce mi yapıldığı ya da hangi motivasyonla paylaşıldığını ortaya koyacak zihinsel art alanı açıklamaya dair net veri sağlamadığı için- mümkün olmamaktadır (Wardle, 2020, s. 12). Bu noktada, bilginin paylaşımı öncesinde sahip olunan niyeti değerlendirilmesinin, Post-truth’u diğer bilgi kirliliği türlerinden ayırtırmayı mümkün kıldığı düşünülmektedir.

Harsin (2018, s. 8)’e göre, Post-truth olarak algılanan iletişim formlarının çoğu “yanlış bilgilendirme” (mis-information) ve “yanıltıcı bilgilendirme” (dis-information) olarak adlandırılan iki iletişim kategorisi biçimindedir. Yanlış bilginin zarar verme niyeti olmaksızın paylaşımı yanlış bilgilendirme, yanlış bilginin kasıtlı olarak zarar verme niyetiyle paylaşılması ise yanıltıcı bilgilendirme olarak ifade edilir (Wardle ve Derakhshan, 2017, s. 5).¹⁴ İki kavram arasındaki farkı daha da belirginleştirmek bağlamında yanıltıcı bilgilendirmede maddi, siyasi rakibini alt etme, psikolojik ve fiziksel zarar verme amaçları söz konusudur. Yanlış bilgilendirmede ise sosyal medyada herhangi bir konuyla ilgili okunan bir haberin, söylentinin ya da konuya dair eski tarihli görüntülerin teyit edilmeden, içeriğin yanlış olduğu bilinmeden, yalnızca doğruluğuna inanıldığı için paylaşılması söz konusudur (Wardle, 2020, s. 12). Yanıltıcı ve yanlış bilgilendirmenin yayılması ise büyük ölçüde sosyal ağlar ve sosyal mesajlaşma yoluyla ve doğrudan kişinin kendi rızasıyla müdahil olması sayesinde mümkün hâle gelir (Berger, 2018, s. 8).

¹³ Manipülasyon; özgün içeriğin bir şekilde üzerinde oynanarak değiştirildiği durumu ifade eder; örneğin kamuoyunda bir siyasetçinin belirli bir zaman diliminde bir konuşma yapacağı bilgisi söz konusuysa hedef kitlenin içeriğinde oynanmış ve manipüle edilmiş o konuşmaya dair bir videoya ya da habere inanma olasılığı çok güçlü olacaktır (Wardle, 2020, s. 12).

¹⁴ Wardle ve Derakhshan 2017 yılında yayınladıkları ve bilgi bozukluğu (information disorder) kavramını inceledikleri raporlarında dis-information ve mis-information dışında mal-information (kötü niyetli bilgilendirme) adında yeni bir bilgi bozukluğu türü tanımlamaktadırlar. Buna göre mal-information; genellikle özel kalması yönünde tasarlanmış gerçek bilgilerin zarar verme kastıyla paylaşılmasıdır (2017, s. 5). 2016 ABD Başkanlık Seçimleri sırasında Hillary Clinton’ın e-posta yazışmalarının sızdırılması bir mal-information örneğidir (Wardle, 2020, s. 13).



Şekil 2. Post-truth Mis-information ve Dis-information ilişkisi¹⁵

Wardle'a göre yanlış ve yanıltıcı bilginin kolaylıkla üretilmesi ve çok hızlı bir biçimde geniş kitleler arasında yayılması, günümüz iletişim mecrasının olumsuz sonuçları arasında yer almaktadır. Bu noktada yanlış ve yanıltıcı içerik üretiminin geri planında yer alan siyasi, finansal ve sosyo-psikolojik motivasyonların tespit edilmesi önemli bir durum olarak belirlemektedir (Wardle, 2020, s. 13). Siyasi motivasyonlar, yabancı bir hükümetin iç siyasete dair ya da bir siyasetçinin seçimlerdeki rakibine yönelik yanlış ve yanıltıcı içerik üretimini teşvik ederken tıklandığında para kazandıracak sansasyonel bir başlıkla hazırlanmış içeriğin ardında finansal motivasyonlar yer almaktadır. Belirli bir kimlik taşıdığını çevresindekilere yani takipçilerine kanıtlayma veya gösterme çabasının sonucu olarak hazırlanan içerikler ise sosyopsikolojik motivasyonlar ile oluşturulmaktadır (Wardle, 2020, s. 13). Gerçekliğe dair zihinsel algının dönüşümüne yol açan bu gibi motivasyonlar, aynı zamanda hayati olmayan ancak karşılandığında psikolojik tatmin veya pragmatist anlamda çıkar sağlayan bir ihtiyaç giderme durumuna da dikkat çeker. Dolayısıyla bu noktada, Post-truth söylem bir taraftan bu gibi amaçlara ulaşma çabası içerisinde olanların zararlı niyetlerini gizleme işlevi görürken, diğer taraftan olgusal verilerle arasına bilinçli ya da bilinçsiz olarak mesafe koyan bir toplumun inşa edilmesinde önemli rol oynamaktadır. Rasyonel akıl yürütme, değerlendirme ve sonuca varma süreciyle belirlenen hakikat, Post-truth çağda yerini kitlelerin ön yargılarına ve/veya dünya görüşlerine uyumlu kişisel hakikatlere/yalanlara bı-

¹⁵ Wardle, 2020, s. 13'de yer alan "bilgi düzensizliği türleri" başlıklı şemadan uyarlanmıştır.

rakmıştır (Alpay, 2017, s. 29-31). Bu durum, söz konusu motivasyonlar doğrultusunda sahte içerik üretilmesine ve kitlelerin kolayca manipüle edilmesine zemin hazırlamaktadır. Sosyal medya araçları araçsallaştırılarak demokratik toplum açısından risk oluşturacak hâle getirilmektedir (Yerlikaya ve Aslan, 2020, s. 181-184).

Yeni medya ekosisteminde kimi zaman her türlü gerçek dışı söyleme açık durumda, pasif bir pozisyonda bulunabilen birey, kimi zaman da bilinçli veya farkında olmadan çıkarıcı, ırkçı ve nefret söylemi politikalarının aktif birer taşıyıcısı ve/veya yeniden üreticisi konumuna gelir. Yanlış, uydurma veya az da olsa gerçeklik payı olan ve kaynağından doğrulatma ihtiyacı duyulmadan üretilerek dolaşıma sokulan haberlere yönelik düzeltme talep edildiğinde ise, genellikle söz konusu talep sorumluluğu veya varsa suçu kabul etme yerine durumu savuşturarak idare etme yönünde geçiştirilir. Bu bağlamda Keyes (2019, s. 22-23)’in de dikkat çektiği gibi, Post-truth dünyada insanlar suçluluk duymaktan kaçınmak için gerçeği örtbas etmeye gerekçe aramakta; kendini etik dışı olarak konumlandırmak yerine -yalancı olduğunu düşünmeden gerçeği gizlemek gibi- alternatif ahlaki yaklaşımlar geliştirmektedir.

Post-truth, yeni iletişim biçimlerine bağlı gelişen bir bilgi biçimi olarak konumlanmaktadır (Malcolm, 2021, s. 1). Sağlamış olduğu olanaklar yeni medya araçlarını toplumsal, siyasal ve kültürel bağlamda olumlu bir düzleme konumlarken, özellikle küresel çaplı bir takım gelişmeler üzerinden değerlendirildiğinde, kitle algısında gerçekliğe dair meydana gelen kırılmaların -yeni medya araçlarının olumsuz etkileri başlığı altında- yeni tartışma alanları açtığı görülmektedir. Yerlikaya ve Aslan (2020, s. 183-194) sosyal ağların sosyopolitik yaşam üzerindeki etkisini, yaptıkları vaka çalışmaları üzerinden iki döneme ayırmaktadır. Buna göre birinci dönem, sosyal medya platformlarının mevcut siyasal rejimlerden kurtulmanın aracı olarak kullanıldığı -Ortadoğu ülkelerinde yaşanan Arap Baharı süreçlerinde olduğu gibi- tarihsel bir süreci açıklamaktadır. İkinci dönem ise 2016 yılında ABD başkanlık seçimleriyle başlayan ve seçim boyunca sosyal medya araçlarının sahte haber yayarak demokrasiyi tehdit eden bir araca dönüştüğü zaman aralığını işaret etmektedir. Yazarlara göre ilk dönem, demokratik toplum bağlamında sosyal medyanın olumlu katkılarına gösterirken, ikincisi, yaşanan olaylarda sosyal medyaya yönelik eleştirel ve olumsuz görüşlerin ortaya çıkmasını beraberinde getirmiştir.

Gerçekliğin yerini Post-truth söyleme bıraktığı ve kamusal gündemin bu söylemler çerçevesinde belirlendiği toplumsal yapıda bireyler, Post-truth söylemlerin hem maruz kalanı hem de taşıyıcısı durumuna dönüşür. Sinema bu bağlamda bireylerin imajlar üzerinden, imajlara maruz kalma ve imajların taşıyıcısı olma

durumu içerisinde Post-truth'u deneyimledikleri başlıca kitle iletişim mecralarından biri olmaktadır. Enformasyonun yoğunluğu ve dolaşım hızı açısından ardılları olan televizyon, internet ve sosyal medya gibi platformların aksine sinema, günümüzde hâlâ geleneksel bir mecra olarak iletişim işlevini sürdürmektedir. Sinema perdesi aracılığıyla izleyiciyle iletişim kuran imajlar, yarattığı gerçeklik etkisiyle kitleler üzerinde güçlü etkiler uyandırmaktadır. Bu ekseninde sinema hem hakikati temsil etme gücü anlamında hem de kendi sinematik evreni içinde yeni bir gerçeklik inşa etme potansiyeli nedeniyle ayrıcalıklı ve üzerinde düşünülmesi gereken bir mecra olmaktadır. Kitleler üzerinde bu denli etki gücüne sahip bir aracın toplumlara yönlendirmek amacıyla bilinçli olarak tasarlanması; “bir öğreti, düşünce veya inancı başkalarına tanıtmak, benimsetmek ve yaymak” (Türk Dil Kurumu Sözlükleri) anlamına gelen propaganda faaliyetleri için bir araç olarak kullanılması bilinen ve kabul edilen bir olgudur. Ülke sınırları içinde gösterime giren ulusal sinema örneklerinde de karşılaşılabilecek olan bu olgu, özellikle Amerikan ticari sineması Hollywood gibi uluslararası dağıtım ve gösterim olanaklarına sahip sinema endüstrilerinde bir yapım pratiği olarak şekillenmekte; sahip olduğu içerik ve biçim özelliklerine göre belirli bir türün örneği olarak üretilen filmler aracılığıyla dönemin minör ve majör politikalarını tanıtmayı, benimsetmeyi ve yaymayı amaçlamaktadır. Bugün, internet üzerinden yayın yapan dijital platformların insanlar arasında giderek daha çok rağbet görmeye başlaması ile izleyici ve film arasında sinema perdesinin yerini ekranların aldığı yeni bir iletişim biçimi kurulmaktadır. Bu durum söz konusu ideolojik yaklaşımların yaygınlaşması anlamında sinemaya ilişkin yeni olanaklar getirmektedir. Film yapım ve izleme pratiklerinin yeni medya araçları ile entegre olması sayesinde bugün farklı araçlar aracılığıyla erişimi çok daha kolay olan filmlerin içerdiği mesajları hızlı bir şekilde internet kullanıcıları arasında yaymak ve dikkat çekerek eskisine oranla çok daha hızlı bir şekilde kamuoyu oluşturmak mümkündür. Bu anlamda sinemayı da Post-truth çağı içinde konumlandırmak, gerek Post-truth kavramlarla ilişkilendirilen konu seçimleri gerekse de biçimsel özellikleriyle toplumsal iletişimi yeniden yapılandırılan Post-truth dinamiklerden etkilenen ya da onları şekillendiren filmleri eleştirel perspektiften okumak bir gereklilik olarak karşımıza çıkmaktadır.

4. Bir Gerçeklik Problemi Olarak “Apocalypse”

Dünyanın sonuna ilişkin Hollywood felaket filmleri toplumda var olan sosyal, politik ve ideolojik kaygıların bir tezahürü olarak karşımıza çıkar. Bu filmler, politikacıların toplumu saran korkuyu ve paniği koordine etmekte çeşitli zorluklara karşı mücadelesi ya da karşı şiddet yoluyla ve genellikle Amerikalı kahramanlar tarafından insanlığın kurtarılması gibi klişeleri tekrar eder (Sinnerbrink, 2022). *Don't*

Look Up, dünyanın sonunu getirecek olan bir felaket/kriz karşısında Hollywood tarafından sürekli önümüze koyulan bu klişeyi ters yüz eder. Yaygın örneklerde, tehdidin tüm insanlığa yönelik olması güç odaklarını bir araya getiren, dolayısıyla düşmanları bile birleştiren ortak bir mücadele unsurudur. Bu yönelimdeki filmlerde kişi ve kurumları sorumluluk sahibi ve ciddi bir tavırla ortak bir hedef doğrultusunda iş birliğine zorlayan temel etmen, tehdit unsurunun gerçekliğine duyulan inançtır. Günümüz toplumunun ve siyasetinin çok kutuplu gerçeklik algısından hareketle bu alışıldık refleksin artık var olmadığına ilişkin bir düşünce ortaya koyan *Don’t Look Up*, türün ideolojik alt metnini¹⁶ ve hümanist söylemini yeniden inşa eden bir evren tasarlar. Bu evrende, dünyaya çarparak insanlığın sonunu getirecek bir kuyruklu yıldızın varlığı bilimsel olarak kanıtlanmasına rağmen insanların bu gerçeklik etrafında kenetlenmesini engelleyen bir durum söz konusudur. Bu durum, toplumun her seviyesinde gerçeğin önemsizleşmesiyle ortaya çıkan yeni bir yapılanmayı ve bu gibi durumlarda işlevselleşen kahraman Amerika ideolojisinin çöküşünü Post-truth kavramıyla imler.

Film, dünyaya doğru yaklaşmakta olan devasa bir kuyruklu yıldızın Amerikalı gökbilimciler tarafından tespit edilmesiyle başlar. Yapılan hesaplamalar sonucunda, 6 ay 14 gün sonra dünyaya çarpacağı belirlenen kuyruklu yıldız, yeryüzünün ve tüm insanlığın yok olmasına neden olacaktır. Michigan State Üniversitesinde doktora yapan Kate Dibiasky (*Jennifer Lawrence*) ve danışmanı gökbilimci Dr. Randall Mindy (*Leonardo DiCaprio*) tarafından elde edilen bu bilgi acilen Amerikan Ulusal Havacılık ve Uzay Dairesi (NASA) ile paylaşılır ve doğruluğu teyit edildikten sonra ABD Başkanı’na bilgilendirmek üzere harekete geçilir. Gökbilimciler Beyaz Saray’a ulaştığında, yaklaşan kongre seçimlerine odaklanmış olan Başkan Janie Orlean (*Meryl Streep*) ve danışmanlığını yapan oğlu Jason Orlean (*Jonah Hill*) siyasi bir krizin ortasındadır. Ana akım medya, hukuk eğitimi olmayan birinin Anayasa Mahkemesi için aday gösterilmesini gündeme taşırken, aynı kişinin üniversitede çıplak modellik yaptığı ve bu sırada tahrik olduğuna dair tanıkların ortaya çıkması, geçmişte medyanın gücünü kullanarak seçimleri kazanan Başkanı telaşlandırmıştır. Kendisine iletilen bilimsel verileri önemsemeyen dinleyen Başkan, konunun seçimlere kadar gizli tutulmasını ister. Kaybedecek zaman olmadığını düşünen bilim insanları, bu bilgiyi medya aracılığıyla topluma duyurmak için harekete geçer. Ulusal bir gazete olan The New York Herald konuya ilişkin bir makale yayınlamayı kabul eder. Fakat öncelikle geniş bir izleyici kitlesinin habere ilgisini çekebilmek için gökbilimcilerin The Daily Rip (*Günlük Fırt*) isimli popüler bir televizyon prog-

¹⁶ Bu tür içinde sınıflandırılan filmler toplumun hümanist reflekslerini tazelerken, ‘kahraman’ figürü üzerinden ideolojik söylem olarak Amerikan politikalarını olumlama işlevi görür.

ramına konuk olmalarını ister. Yayın, beklenenin aksine büyük bir hüsrarla sonuçlanır. Her haberi eğlenceli sunmak gibi bir yaklaşımla hareket eden sunucuların alaycı tavırları haberin gerçekliğini zedeler. Aynı canlı yayında, ayrıldığı sevgilisinden evlilik teklifi alan popüler bir şarkıcıya ilişkin sosyal medya etkileşimleri, insanların ilk kez gördüğü ve dünyanın sonunun gelmekte olduğunu iddia eden iki gökbilimciden daha fazla olur. Gökbilimciler iletmek istedikleri haberin içeriğiyle değil yayın sırasında sergiledikleri tavırlarla sosyal medyada alay konusu olurlar. Böylece medya, tüm dünyayı etkileyecek bir krizin bilgisini ileterek kamuoyu oluşturmak yerine, bunun önündeki en büyük engellerden biri hâline gelir. Filmin devamında Başkan Orlean, yalan beyanlar ve dezenformasyonlar aracılığıyla gizlediği kuyruklu yıldızın varlığını kendi politik çıkarlarıyla örtüştüğünde kabul eder ve yörüngesini değiştirmek üzere başlattığı askeri hareketi bir güç gösterisi ve seçim yatırımı olarak kullanır. Ancak dev bir teknoloji firması olan BASH İletişimin sahibi Peter Isherwell (*Mark Rylance*), başarıyla devam eden operasyonun durması ve üzerindeki zengin minerallerden faydalanmak için kuyruklu yıldız güdümlü patlayıcılar ile parçalanarak dünyaya zarar vermeden düşmesine izin verilmesi konusunda Başkan'ı ikna eder. Hükûmet ve medya planlı olarak ürettikleri yanıltıcı söylem ve haberlerle insanları oyalarken toplum, kuyruklu yıldız karşı bir an önce harekete geçilmesi gerektiğini düşünenler ve sağlayacağı istihdamdan ötürü kuyruklu yıldızın dünyaya çarpma riskinin göze alınmasını kabul edenler olmak üzere iki kutba ayrılır. Tartışmalar kuyruklu yıldız çıplak gözle görülecek kadar dünyaya yaklaştığında bile devam eder. Filmin sonunda kuyruklu yıldızın çarptığı dünya ve insanlık yok olurken film uç bir kıyamet örneği üzerinden bugün herhangi bir gerçek konusunda toplumsal uzlaşma sağlamanın güçlüğüne dikkat çeker.

5. Post-truth Çağ İnsanlığın Sonunu mu Hazırlıyor?

“Everest Dağı boyutunda dev bir kuyruklyıldızın Dünya'ya hızla ilerlemesinin hayra alamet olmadığı konusunda bile hemfikir olamıyorsak sorarım size, nerede yanlış yaptık?”

Dr. Randall Mindy, *Don't Look Up*, 2021

Gerçeğin önemsizleşmesi, kültürel ve toplumsal bir mesele olarak düşünüldüğünde art alanda Post-truth çağın ayırt edici unsurlarıyla karşılaşılır: Nesnel olguların yerini alan duygular gerçeği göreceli hâle getirmiş, kişisel inançlar ve kamusal tartışmalar olgular tarafından değil kişilerin duygularına göre şekillenmeye başlamıştır. Film, gerçeğin yani bilimsel olarak varlığı ve dünyaya yaklaşmakta olduğu kanıtlanan devasa bir kuyruklyıldız enformasyonunun üzerinde uzlaşma sağla-

namayacak şekilde çok kutuplu hâle gelerek önemini yitirmesini post modern toplumun doğal bir eğilimiymiş gibi sergilese de, sürecin doğal olmadığını iddia eder ve gündelik hayatı organize eden yeni teknolojiler ile insanlar arasındaki ilişkide görünür olacak şekilde bu düzeni kontrol eden siyasi, finansal ve sosyopsikolojik ideolojilere atıfta bulunur.

Filmin başlarında, yeni bir cep telefonu teknolojisinin tanıtım sloganında dile getirilen “yaşamın stresi olmadan yaşamak” söylemi, günümüzde enformasyonun dolaşım hızı ve yoğunluğu içerisinde aynı olayın farklı yorumlarıyla karşı karşıya kalan insanın karar verme süreçlerinde yaşadığı strese dikkat çeker. Günlük hayatı domine eden bu stresten kurtulmanın yolu ise her koşulda eğlenceli olanı seçerek iyi hissetmeyi yaşam standardı hâline getirmektir. Filmde insanların his ve arzularına entegre olan, bu yolla duygusal değişimini takip ettiği kullanıcı adına bağımsız kararlar veren örneğin kalp ritmi, nabız gibi biyomedikal verileri analiz ederek üzgün olduğunu tespit ettiği kullanıcısının onayını almadan komik videolar açan ve onu neşelendirmeye çalışan bir yapay zekânın geliştirilmesi bu gereksinimin sonucu olarak gerçek de olsa acı veren olguları görmezden gelme konusunda toplumun genel eğilimini yansıtır. Filmde, duyguların gerçeğin yerini almasıyla sonuçlanan bu anlayışın aynı zamanda ideolojik bir yöntem olduğu savunulur. Hayatın doğal akışında yer alan negatif duygu ve deneyimler ile yüzleşmek yerine onları yok saymayı savunan, kötü hissetmeyi bir felaketmiş gibi sunarak olumlu ve neşeli olmayı insan yaşamına bir dayatma olarak eklemleyen¹⁷ bu ideoloji, kişilerin arzu ve korkularını hedef alarak düşünme şekli, davranış biçimi ve alışkanlıklarına dair elde ettiği veriler ile kontrol etme, yönetme ve çıkar elde etme gibi siyasi, sosyopsikolojik ve finansal motivasyonları hayata geçirir. İnsanlara ihtiyaçları ve arzularına uygun olanı gerçek kabul etme imkânı veren Post-truth çağı (Sherman, 2021), söz konusu motivasyonlar açısından bireyi açık hedef hâline getirirken film, bu durumun toplumsal bir zayıflık olarak şekillendiğini ve söz konusu motivasyonların toplumu gerçek karşısında savunmasız bıraktığını iddia eder. Bu iddia filmde, gerçeğin yerini alan duygu ve inançların yönetilebilir olması fikri etrafında şekillenirken, çıkar ilişkisi içinde bulunan iktidar odakları ve değişen medya ekosisteminin de bu durumun meydana gelmesi ve sürdürülmesinde önemli rol oynadığı savunulur. Filmin başlarında bilimsel verilerin gizlenmesi, kuyruklu yıldızın bir felakete yol açacağına yalanlanması, ardından varlığı kabul edilen kuyruklu yıldızın yok edilmesine yönelik askerî bir operasyon dü-

¹⁷ Çağımızda ortaya çıkan bu durum “toksik pozitiflik” kavramıyla ifade edilir. “Toksik pozitiflik, bir durum ne kadar korkunç veya zor olursa olsun, insanların olumlu bir zihniyet sürdürmesi gerektiği inancıdır. Bu yaklaşıma göre hayat sadece iyi hisler ile yaşanmalıdır. İyimser olmanın ve pozitif düşünmenin faydaları olsa da toksik pozitiflik yaklaşımında zor duygular genellikle yanlış bir şekilde pozitif bir görünüş lehine reddedilmektedir” (Cherry, 2021).

zenlenerek sürecin bir güç gösterisine dönüştürülmesi politik bir strateji olarak karşımıza çıkarken ticari potansiyelinden ötürü tüm dünyaya yönelen bir tehdit ile mücadele etmesi için sorumluluğun büyük bir teknoloji şirketinin patronuna bırakılması refah miti üzerinden politik ve ticari motivasyonları işaret eder. Film; bu stratejileri medya, siyaset, toplum ilişkisi içinde ele alır ve kendisi de medya haberleri sayesinde seçilmiş olan Başkan Orlean'dan başlayarak televizyon ve özellikle sosyal medyanın bilgiyi oluşturma, yayma ve geri bildirim süreçlerinde var olan ve rasyonel gerçekler karşısında toplumu oyalama işlevi gören Post-truth dinamiklere dikkat çeker.

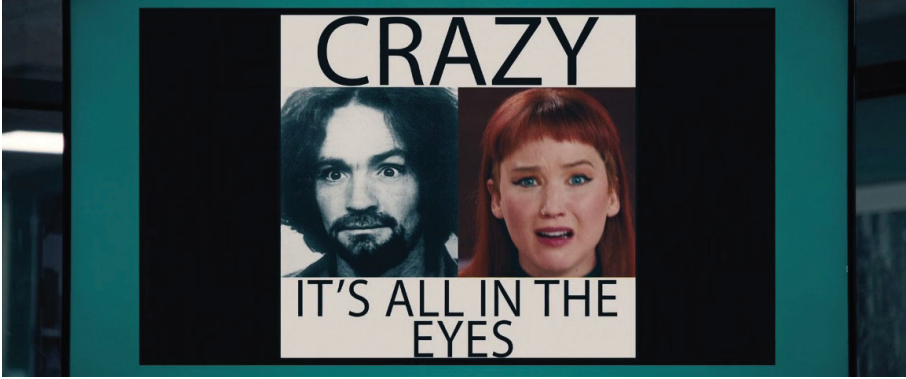
Gerçekliği bilimsel olarak kanıtlanmış kriz niteliğindeki bir haberin ana akım medyada yer bulma ve yeni medya ekosistemi içinde izleyicinin dikkatini çekerek toplumu bilgilendirme ve kamuoyu oluşturma gibi konularda karşılaştığı zorluklar üzerinden ilerleyen film, haber yapımı ve paylaşımının günümüzün önemli meselelerinden biri olduğunu savunur. Film, aynı televizyon programında art arda yer verilen iki farklı enformasyon (magazinel/bilimsel) üzerinden haber değeri kavramını sorgularken ana akım medya açısından haber kaynağının popüler olması, haberin sansasyonel içerik taşıması ve eğlenceli sunulması gibi unsurları bir olgunun habere dönüşebilmesi için gerekli nitelikler olarak sıralar. İki haberi sosyal medya etkileşimleri üzerinden de karşılaştıran film, haberin değerini izleyicinin tercihleriyle ilişkilendirir ve haberin esas görevi olan gerçeği yansıtmak kriterinin izleyici ve medya açısından işlevini yitirdiğini iddia eder. Post-truth çağı ile ilişkilendirilen haberi eğlenceli sunma pratiği, programın sunucuları tarafından edimselleştirilirken, her konuyu aynı ciddiyetle/ciddiyetsizlikle ele almanın yol açtığı popülist söylemlerin günümüz izleyicisi/takipçisi açısından talep edildiği düşüncesi, haberin tektipleşmesine yol açan bir durum olarak ifade edilir. Öte yandan, günümüzde medya tarafından üretilen haberin söylemi gibi, bu söylemin hedef aldığı izleyici kitlesi de değişmiştir. Haberin gerçeği yansıtmak gibi etik ilkelere ziyade, olabildiğince yayılmasının/tıklanmasının önemsendiği yeni medya düzeninde rasyonellik ve olgusal veri kullanımı yerini şok niteliği taşıyan abartılı yorum ve anlatılara bırakmıştır. Bu düzende öne çıkan sosyal medya pratikleri kamusal gündemi belirlerken en çok konuşulan konuların ana akım medyada yer bulduğu, televizyondaki program içeriklerinin de sosyal medya kullanıcılarına uygun olarak seçilip hazırlandığı görülür. İçeriğin ayırt edici olmadığı yerde haberin değerini belirleyen şey, izleyicinin beklentileriyle uyumlu olmasıdır. Böylece hakikati temsil etme gücünü yitiren geleneksel medyanın ve aynı haberin farklı versiyonlarını gerçekmiş gibi üreten sosyal medyanın, yaklaşmakta olan ve tüm dünyayı ilgilendiren bir felakete yönelik bilgilendirme, dikkat çekme ve aksiyon

üretme anlamında olumlu etki yaratamadığı/yaratamayacağı bir olumsuzluk olarak vurgulanır.

Rasyonel olanın yerini alan bilinç dışı öğelerin akli geri plana itmesi ile gerçek dâhil her şeyin önemini yitirerek anlamsızlaşması toplumu giderek basit olana meylederken bu durum birbiriyle homojen ilişki içinde bulunan medya ve siyaseti de olumsuz yönde etkilemiş veya zaten art niyetle üretilen söylemlerin sebebi hâline dönüşmüştür. Her iki şekilde de medya ve siyaset tarafından yığınları memnun edecek söylem ve içeriklerin üretilmesi ve/veya karmaşa yaratacak içeriğin bilinçli olarak dolaşıma dâhil edilmesi, bilimin gerçekten aldığı gücü yitirmesine neden olur. Gerçeğin müphem olduğu noktada izleyici, kendisine gerçek olarak sunulan habere şüpheyle yaklaşırken paradoksal biçimde doğru olduğuna inandığı her haberi gerçek kabul etmeye başlamıştır. Haber üretimi ve paylaşımında önemli bir kıstas olan hakikat, yerini herkesin kendi doğrusunu hakikat olarak kabul ettiği Post-truth söyleme bıraktığında haberin gerçekliği gibi kaynağının da artık bir önemi kalmamıştır. Ulusal bir televizyondan ya da kişisel bir sosyal medya hesabından yayınlanması veya konunun uzmanı ya da sıradan bir vatandaş tarafından dile getirilmiş olması, haberin değerini etkilemez. Önemli olan, haberin paylaşım ve takipçi sayısıdır. Haber, ne kadar çok kullanıcı tarafından paylaşımına sokulursa o kadar dikkat çeker.

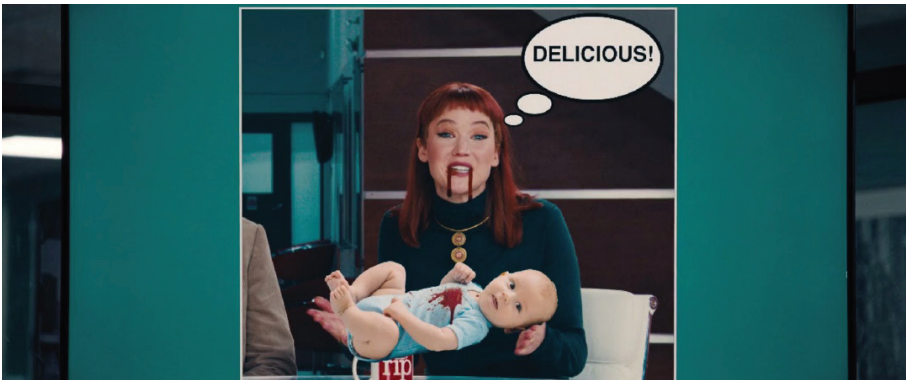
Aynı haberin gerçeğe ve kurguya dayalı versiyonlarıyla bir arada olduğu ve herkesin inanmak istediğini doğru kabul ettiği bu durum, komplo teorilerinin üretilmesine ve toplumsal kutuplaşmalara da zemin hazırlar. Filmde, dünyanın sonu geldiğinde yer altında bulunanların kurtulacağına ilişkin sosyal medyada dolaşan içeriğin kürek satışlarını ve fiyatlarını arttırması gibi rasyonellikten uzak ve dedikodudan öteye geçmeyen enformasyonlar farklı reflekslerin açığa çıkmasına yol açarak toplum üzerinde yanıltıcı etki yaratır. Kuyruklu yıldızın sahte olduğu, bu haberin ülkeyi ele geçirmek isteyen dış güçler tarafından bilinçli olarak çıkartıldığı gibi yorumların çeşitliliği de bilimsel verilerin varlığına rağmen insanların istedikleri şekilde haberi alımlama eğilimiyle birleşir ve mevcut belirsizliği pekiştirecek şekilde ayrıştırıcı etki yaratarak toplumsal kutuplaşmalara yol açar. Böylece haberin dolaşıma girmesinde etkin role sahip olan bireyler, aynı zamanda Post-truth söylemden en çok etkilenenler olarak karşımıza çıkar. Bu anlamda kuyruklu yıldız, yeni medya ile bombardımanına uğradığımız enformasyonu topyekûn resmeden sinemasal bir metafora dönüşür. Filmde bu bombardımanın gerçekleştiği sanal bir zemin olarak ele alınan sosyal medya, yanıltıcı ve kutuplaşmayı pekiştiren içeriği hızla üretme ve yayma anlamında, olumsuz işleve sahiptir. Eğitim ve gelir seviyesi düşük toplumsal grupları hedef alan duygusal mesajlar,

görsel ve dil hilelerinden oluşan “internet meme” gibi manipülatif teknikler, sosyal medyada Post-truth algı yönetiminin unsurları olarak gösterilir.



Görsel 1. Kate Dibiasky Seri Katil Charles Manson'a Benzetilir

Sosyal medyaya özgü yeni metin türlerinden biri olan “internet meme” ya da diğer adıyla “caps” farklı medya biçimlerinden elde edilerek bir araya getirilen ve bir anlatı meydana getiren çok biçimli imgelerdir. Taklit anlamına gelen Latince “mimeme” sözcüğünden hareketle kullanılan “meme” ifadesi, kültürel kodların zihinden zihne aktarılması anlamına gelir (Dawkins, 2006, s. 192). İnternet aracılığıyla bu aktarımı sağlayarak altkültürün popüler bir parçası hâline gelen “internet meme” ise kendine özgü formu, mizahi içeriği, kitlesel tepki üretme ve bunu yayma hızı ile ön plana çıkmış (Davison, 2012, s. 122) ve zamanla küresel siyasi sorunlara ilişkin ortak bir dil hâlini alarak politik açıdan etkili bir araca dönüşmüştür (Börzsei, 2013, s. 20).



Görsel 2. Kate Dibiasky Duygusal Yönden Acımasız Bir Canavara Benzetilir



Görsel 3. Kate Dibiasky Ağlayan Bir Bebeğe Benzetilir



Görsel 4. Kate Dibiasky Sudan Çıkmış Kediye Benzetilir

Filmde, kuyruklu yıldızla ilişkin haberin ciddiye alınmaması, televizyon programının ardından sosyal medyada hızla yayılan görsellerle pekiştirilir. Kötü haberi panik hâlinde dile getiren Kate Dibiasky’nin ruh durumu caps’lerde alay konusu olurken Dr. Randall Mindy bilim insanı kimliğinden çok, sempatik ve yakışıklı olmasıyla gündeme gelir. Dibiasky, hızla yayılan caps’lerde “deli” (Görsel 1), “canavar” (Görsel 2), “histerik” (Görsel 3 ve Görsel 4) olarak resmedilir ve “yalancılık” ile itham edilir (Görsel 5).



Görsel 5. Kate Dibiasky Pinokyo’ya Benzetilir

Gerçek, manipüle edilmiş versiyonlarıyla sosyal medyada var olmaya devam ederken gerçeğin değil yalan haberlerin gündem olması çelişkili bir duruma neden olur. Her sesin duyulabilir olmasını sağlayan sosyal medya, aynı zamanda gerçeğin saptırılmasını mümkün kılan ve böylece bu durumdan çıkar sağlayan ideolojilere farkında olarak ya da olmayarak hizmet eder. Doğruluğuna inanılan bir haberin yalan olduğunun ortaya çıkması ise Post-truth çağın sıradan durumlarından biri olarak karşımıza çıkar. Filmde vurgulandığı üzere politik yalanların ifşa olması toplumda eleştirel anlamda bir farkındalık yaratmamaktadır. Bununla birlikte, failer de söylediği yalanları kabul etmekte ancak bu durumun etik sonuçlarına katlanma sorumluluğunu üstlenmemektedir. Sorumluluk ve utanç duyguları azaldığında/yitirildiğinde istifa mekanizmaları işlevini yitirir. Toplumsal güvenin yitimini pekiştiren liyakatsizlik ve aleni biçimde üretilen yalanlar meşruluk kazanır.

Film, Post-truth evrende ana akım sinemaya da eleştirel bir çerçeve çizer. Süreci konu edinen ve kuyruklu yıldızın dünyaya çarpacağı gün vizyona girecek olan bir film üzerinden Hollywood'un toplumu göz ardı eden ticari öncelikli yapısı eleştirel bir yaklaşımla vurgulanır. Mevcut kutuplaşma içinde tarafsız kalarak herkese yönelik bir film yapmayı amaçlayan yönetmenin söylemleri, bilinçli olarak depolitize olan sinemanın sosyal medyanın etkisiz kaldığı bu noktada sorumluluk üstlenmesi gerektiğini hatırlatır.

6. Sonuç

Don't Look Up filmi, "Post-truth çağda bilim insanları tarafından yakın gelecekte dünyaya çarpacak olan bir kuyruklu yıldız keşfedilse ne olurdu" varsayımından yola çıkarak herkesi ilgilendiren bu gerçek karşısında gösterilen politik ve toplumsal refleksleri sorgular ve medyanın da dâhil olduğu bu iletişimsizlik durumu üzerinden "gerçek konusunda uzlaşmak bugün neden bu kadar zor?" diye sorar. Toplumun ve siyasetin çok kutuplu gerçeklik anlayışıyla şekillenen ve popülist olanın bilimsel olana tercih edildiği bir evrende eğlence ve bireysel tatmin peşinde koşan günümüz toplumu için dünyaya çarpma ihtimali olan bir meteorun varlığı, inanmak ve inanmamak arasında bir çelişki yaratır. Bu durumun toplumdaki yansımaları ise çoğunlukla gerçeği saptırmak ya da doğrudan reddetmek şeklinde gerçekleşir. Böylece Post-truth, toplumsal yaşamda giderek bir rutine dönüşen ve kitleler tarafından kanıksanan ve uyum sağlanan gerçeğin yitimi süreci olarak ön plana çıkar. Elde edilen malumatta veya enformasyonda gerçekliğin sorgulanma ihtiyacının giderek silikleştiği zihinsel bir repertuarı ifade eden bu süreç, aynı zamanda hakikatin önemsizmediği ve her türlü zararlı niyetlere açık bir toplum manzarası vadetmektedir.

Bu manzarada yeni medyanın sunduğu imkânlar dâhilinde uluslararası anlamda dolaşımı kolay hâle gelen haber paylaşımı, masum bir eylem olarak düşünülse de günümüzün çok merkezli medya yapılanmasında haberin kaynağı ve amacı bilinemediğinden mesafeli yaklaşılması gereken bir edim olarak sergilenir. Bugün paylaşma edimi ve sıklığı, enformasyona haber kimliği atfetmede önemli bir kriter olarak düşünülmektedir. Geleneksel medya anlayışında sık sık altı çizilen ve haberin olmazsa olmazı olarak ifade edilen gerçeklik ölçütü ise yeni medya düzeninde olgusal bir kimlikten ziyade hissedilen ve görecelik atfedilen bir nosyona dönüşmüştür. Başka bir deyişle, haber üretiminde ve paylaşımında aranılan gerçeklik kıstası günümüz medya ortamı açısından bilinçli ya da bilinçsiz çok da önem ve gereklilik arz etmeyen bir niteliği ifade eder hâle gelmiştir. Bu durum, yeni medya araçlarıyla üretilmiş ve paylaşımına sunulmuş haberlerin oluşturduğu bir ekosistemde her verinin, enformasyonun ya da bilginin gerçekmiş gibi algılandığı bir toplumun oluşması ile sonuçlanmıştır. Bu yapılanma içinde yalanlar ve popülist söylemler sahip olunan ön yargıları beslemekte ve mevcut politikaların devamı için rıza üretme işlevi görmektedir. Dolayısıyla, Post-truth çağın çok kutuplu gerçeklik anlayışı, demokratikmiş gibi görünmesine rağmen bu idealin tam tersini gerçekleştirme potansiyelini de barındırmaktadır.

Süreç itibarıyla Donald Trump’ın ABD başkanı seçildiği 2016 seçimlerinde yaşananların bir alegorisi olarak inşa edildiği belirtilen film (Nolan, 2021), politik yalanlar ve sahte haberler aracılığıyla yaratılan ve gerçekliğin yerine geçen söylemlerin kişisel yargıları doğrudan etkilediği ve aynı kişilerin tercihleri ile şekillenen sosyal medya pratiklerine eleştirel bir yorum getirir. Bu yorum içinde, bilimsel gerçekliği olmasına rağmen sosyal medyada gündem olacak kadar eğlenceli olmadığı için değer taşımayan bir olgunun kamuoyuna ulaşması konusunda hem yayın platformları hem de haber içeriği açısından ciddi engeller bulunduğu ifade edilir. Film, bu engelleri aşarak ortaya çıkmak için her yolu deneyen gerçeği ve onun az sayıdaki savunucusunun sonuçsuz kalan mücadelesini gözler önüne getirir. Dünyanın sonuna ilişkin bir öngöründe bulunan filmin finali, ABD dışında hiçbir gücün insanlığın yok olmasını engelleyemeyeceğini söylerken aslında felaket filmlerindeki Amerikan ideolojisini yineler (Beriş, 2022). Ancak bu kez ABD’nin de başarısız olması, başta Amerikan siyasetini, medya yapılanmasını ve toplumu ele geçiren Post-truth reflekslerle ilişkilendirildiğinde, bilimsel bir gerçeği şüpheli hâle getiren toplumsal mekanizmaların işleyiş şeklini ve günümüz Amerikan ideolojisini tartışmalı hâle getirir.

Çıkar Çatışması Beyanı

Makale yazarları herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyan Özeti

Yazarlar makaleye %50 (1.Yazar) ve %50 (2.Yazar) oranında katkı sağlamış olduklarını beyan ederler.

Kaynakça

- Alpay, Y. (2017). Yalanın Siyaseti. Destek Yayınları.
- Berger, G. (2018). Foreword. C. Ireton and J. Posetti (Eds.), Journalism, 'Fake News' & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training (p. 7-13). United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- Beriş, H. E. (2022, 7 Ocak). Ne yukarı ne aşağı... Doğru yere bak!. Star. <https://www.star.com.tr/acik-gorus/ne-yukari-ne-asagi-dogru-yere-bak-haber-1680688/> adresinden alındı, (Erişim Tarihi: 19.12.2022)
- Börzsei, L. K. (2013). Makes a Meme Instead: A Concise History of Internet Memes. New Media Studies Magazine, 7, 1-25. https://www.academia.edu/3649116/Makes_a_Meme_Instead_A_Concise_History_of_Internet_Memes adresinden alındı, (Erişim Tarihi: 19.12.2022).
- Chandler, D. ve Munday, R. (2018). Medya ve İletişim Sözlüğü (B. Taşdemir, Çev.). İletişim Yayınları.
- Cherry, K. (2022, September 28). What is Toxic Positivity?. Verywell Mind. <https://www.verywellmind.com/what-is-toxic-positivity-5093958#:~:text=Toxic%20positivity%20is%20the%20belief,should%20maintain%20a%20positive%20mindset.&text=The%20problem%20is%20that%20life,with%20painful%20emotions%20and%20experiences> adresinden alındı, (Erişim Tarihi: 19.12.2022).
- Clark, N. (2016, November 21). 'Fake News' & 'Post-truth' Politics? What About Those Iraqi WMDs?. RT News. <https://www.rt.com/op-ed/367625-fake-news-Post-truth-h-iraqi-wmds/> adresinden alındı, (Erişim Tarihi: 19.12.2022).
- Davison, P. (2012). The Language of Internet Memes. M. Mandiberg (Ed), The Social Media Reader (p. 120-134). New York University Press.
- Dawkins, R. (2006). The Selfish Gene. Oxford University Press.
- Harsin, J. (2018). Post-truth and Critical Communication. D. Cloud (Ed), Oxford Research Encyclopedia of Communication (p. 1-36). Oxford University Press.
- Isackson, P. (2022, January 18). The Real Message of Adam McKay's "Don't Look Up". Fair Observer. https://www.fairobserver.com/region/north_america/peter-isackson-dont-look-up-reviews-adam-mckay-leonardo-dicaprio-hollywood-film-news-84394/ adresinden alındı, (Erişim Tarihi: 19.12.2022)
- Keyes, R. (2019). Hakikat Sonrası Çağ: Günümüz Dünyasında Yalancılık ve Aldatma (D. Özçetin, Çev.). Delidolu.
- Knobel, M. and Lanksher, C. (2005, November 30). Memes and Affinities: Cultural Replication and Literacy Education [Conference presentation paper]. 55th Annual National Reading Conference, Miami, United States. https://www.researchgate.net/publication/249902174_Memes_and_affinities_Cultural_replication_and_literacy_education adresinden alındı, (Erişim Tarihi: 19.12.2022).

- Malcolm, D. (2021). Post-truth Society? An Eliasian Sociological Analysis of Knowledge in the 21st Century, *Sociology*, 55(6), 1-17. <https://doi.org/10.1177/0038038521994039>
- Mcintyre, L. (2018). *Post-truth*. The MIT Press.
- Mohler Jr., R. A. (2005, July 19). The Post-truth Era — Welcome to the Age of Dishonesty. Albert Mohler. <https://albertmohler.com/2005/07/19/the-Post-truth-era-welcome-to-the-age-of-Dishonesty> adresinden alındı, (Erişim Tarihi: 19.12.2022).
- Nolan, E. (2021, August 12). How Donald Trump Inspired Meryl Streep’s Portrayal of GOP President in ‘Don’t Look Up’. *Newsweek*. <https://www.newsweek.com/meryl-streep-president-dont-look-donald-trump-1657364> adresinden alındı, (Erişim Tarihi: 19.12.2022).
- Oxford Learner’s Dictionary. (n.d.). Post-truth. In [oxfordlearnersdictionaries.com](https://www.oxfordlearnersdictionaries.com). Retrieved September 19, 2022, from <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/Post-truth?q=Post-truth> adresinden alındı, (Erişim Tarihi: 19.12.2022).
- Sancar, N. (2021, Aralık 29). Don’t Look Up, Sakın Yukarı Bakma. *Evrensel*. <https://www.evrensel.net/haber/451418/dont-look-up-sakin-yukari-bakma> adresinden alındı, (Erişim Tarihi: 19.12.2022).
- Sherman, M. (2021, December 24). ‘Don’t Look Up’ Is the Perfect Satire for Our Current Moment. *Netflix*. <https://www.netflix.com/tudum/articles/dont-look-up-perfect-satire-essay> adresinden alındı, (Erişim Tarihi: 19.12.2022).
- Sinnerbrink, R. (2022, January 14). Movie review: Do look up, if you dare. *The Lighthouse*. <https://lighthouse.mq.edu.au/article/january-2022/movie-review-do-look-up-if-you-dare> adresinden alındı, (Erişim Tarihi: 19.12.2022).
- Tesich, S. (1992, January 6/13). A Government of Lies. *The Nation*. <http://www.thenation.com/archive>
- The Economist (2016, September 10). Art of the Lie. *The Economist*. <https://www.economist.com/leaders/2016/09/10/art-of-the-lie> adresinden alındı, (Erişim Tarihi: 19.12.2022).
- Türk Dil Kurumu Sözlükleri. (n.d.). Propaganda. İçinde <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı, (Erişim Tarihi: 19.10.2022)
- Wardle, C. and Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policymaking*. Council of Europe. <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c> adresinden alındı, (Erişim Tarihi: 19.12.2022).
- Wardle, C. (2020). *Bilgi Düzensizliği Çağı*. C. Silverman (Ed.) *Dezenformasyon ve Medya Manipülasyonu Üzerine Doğrulama El Kitabı* (p. 9-15). European Journalism Centre.
- Viner, K. (2016, July 12). How Technology Disrupted the Truth. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/media/2016/jul/12/how-technology-disrupted-the-truth> adresinden alındı, (Erişim Tarihi: 19.12.2022).
- Yerlikaya, T. ve Aslan, S. T. (2020). Social Media and Fake News in the Post-truth Era: The Manipulation of Politics in the Election Process, *Insight Turkey*, 22(2), 177-196. <https://doi.org/10.25253/99.2020222.11>