

Post-Truth Çağının Teknolojik Enstrümanlarına Yeni Medya Perspektifinden Eleştirel Bir Bakış

A Critical Look At the Technological Instruments of Post-Truth Age from the New Media Front

Serdar Kuzey YILDIZ*

İnceleme Makalesi Review Article

Başvuru Received: 15.12.2022 ■ Kabul Accepted: 14.02.2023

ÖZ

Sahte ve yanlış bilgilerin kolaylıkla dolaşıma girdiği, deepfake (derin sahtelik) ürünlerinin ve hatta hologram teknolojisinin sahte anlatıları inandırıcı kılmak için kullanılabilirdiği bir çağda hakikat ile yalan arasındaki çizgi giderek muğlaklaşmaktadır. Bunun yanı sıra alternatif bir gerçeklik yaratmada kullanılan ya da propaganda malzemesine dönüştürülen sahte haberler, teyit edilmemiş bilgiler, komplo teorileri sadece dakikalar içerisinde hakikatin belini kırabilmekte, onu eğip bükebilme ve nihayetinde üretilmiş olan yeni ürün viral olabilmektedir. Büyük bir kesim ise post-truth kavramını liberalleşmiş demokratik anlayışa ve onun kurumlarına yönelik güçlü bir tehdit olarak kabul etmektedir. Yeni medya araçları ile sosyal medyanın yadsınamaz etkisi teknolojinin kimi zaman oldukça tehlikeli bir post-truth enstrümanına dönüşmesine olanak sağlamıştır. Etik problemler ve karşı duruşlar da tam olarak bu noktada cereyan etmeye başlamıştır. Hakikat arayışçıları olarak tabir edilebilecek her tür statüden birey için gerçeklik artık bir tür kutsal ikonaya dönüşmektedir. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan dokümanter analiz yöntemi kullanılmıştır. Bu doğrultuda post-truth kavramını konu alan birçok güncel çalışma, gazete ve dergi yazıları, istatistikler, podcast kayıtları, blog yazıları, açık erişimli web kaynakları ile çoklu ortam (multimedya) verileri incelenmiştir. Bu noktadan hareketle, bu çalışmada post-truth çağının tanımı, çağrışımları, kapsamı ile teknoloji odaklı ürünlerinin bireyler üzerindeki olası etkileri incelenmeye çalışılmıştır. Çalışma sonucunda post-truth kavramı ile gündeme gelen yeni medya araçlarının dünya siyasetinde ayrıştırıcı dili yaygınlaştırmada kullanılan teknolojik enstrümanlara dönüştüğü görülmektedir. Ayrıca, siyasi yozlaşmanın toplumlarda bireyler düzeyinde atomikleşmiş kutuplaşmaya yol açtığı ve küresel çapta medyaya olan güvenin sorgulandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Post-truth, Yalan Haber, Gerçeklik, Yeni Medya, Sosyal Medya.

ABSTRACT

In an age when fake and false information is easily circulated, deepfake products and even hologram technology can be used to make fake narratives believable, and the line between truth and lies is increasingly blurred. In addition, fake news, unconfirmed information, and conspiracy theories that are used to create an alternative reality or transform into propaganda material can break the truth in just minutes, bend it and eventually the end-product that has been produced can become viral. A large majority accept the concept of post-truth as a powerful threat to liberalized democratic comprehension and its institutions. The undeniable effect of new media tools and social media has allowed technology at times to turn into a very dangerous post-truth instrument. Ethical problems and oppositions have emerged at this point. The truth itself is now turning into a kind of sacred icon for individuals of any status that can be described as truth seekers. In this study, the document analysis method, one of the qualitative research methods, was used. From this perspective numerous current studies, newspaper and magazine articles, statistics, podcast recordings, blog posts, blog posts, open-access web resources and multimedia data on the concept of post-truth have been examined. Within this framework, in this study, the definition, connotations and scope of the post-truth age and the possible effects of its technology-oriented products on individuals have been tried to be examined. As a result of this study, it is seen that the new media tools that came to the agenda with the concept of post-truth have turned into technological instruments used to distribute the divisive language in world politics. In addition, it was concluded that political corruption leads to atomized polarization at the level of individuals in societies and the trust in the media on a global scale is questioned.

Keywords: Post-truth, Fake News, Reality, New Media, Social Media.

Giriş

Türkçe’de “hakikat sonrası”, “gerçek ötesi”, “hakikat ötesi” gibi çeşitli karşılıklar bulan post-truth kavramı yirmi yılı aşkın bir süredir literatürde var olmasına rağmen 2016 yılından bu yana hararetli bir alana dönüşmüştür ve bir dizi etik sorunu da tartışmaya açmıştır. Kavramı “yılın kelimesi” ilan ederek popülerleşmesini sağlayan Oxford Sözlükleri post-truth’u “nesnel gerçeklerin kamuoyu fikrini etkilemede duygulara ve kişisel inançlara cazip gelen şeylerden çok daha az etkili olması hâli” olarak açıklamaktadır. 2015 sonrası Donald Trump’ın siyasi yükselişi ve devamında Amerika Birleşik Devletleri (ABD) başkanı seçilmesi, Birleşik Krallık’ın Mart 2017’de Avrupa Konseyi’ne Avrupa Birliği’ni (AB) terk etmeyi amaçladığını resmen tebliğ etmesi, öte yandan Fransa’da aşırı sağcı siyasi lider Marine Le Pen’in cumhurbaşkanlığı seçimlerindeki oy oranını Mayıs 2017’de ikinci turda %30’lara kadar çıkarmayı başarması gibi bir dizi politik çalkantı, post-truth kavramını gündelik yaşamda ve haber metinlerinde daha görünür kılan gelişmeler arasında yer almıştır. ABD’deki seçim yarışı aynı zamanda “post-oligusal siyaset” (post-truth politics) deyimini de gündeme getirmiştir.

Post-truth, ilk bakışta çevrim içi iletişim platformlarına her gün yüklenen, kimileri neredeyse iftira niteliği taşıyan aşağılayıcı yorumlar gibi sanal dünyada sahte bilginin çoğalmasına veya internet sitelerinde yayınlanan -genellikle anonim yorumlar aracılığıyla- kurumların itibarını sarsmasına gönderme yapan bir anlam taşıyor gibidir. Günümüzde Facebook ve Twitter gibi sosyal ağlar yanlış, doğrulanmamış ve sahte bilgi konusunda çarpan etkisini artırmaktadır. Bu anlamda sosyal ağlar içeriğin viral videolardan mem’e kadar farklı medyalarda sadece saniyeler içinde mutasyona uğramasına izin vermektedir. Bilgisayarlar, gerçeğin peşinde koşarken çevrim içi içeriğin kapsamına ve ölçeğine ayak uydurabilmenin tek yolu olarak karşımızdadır.

Bir doğrulama girişimi olan Full Fact’in ifade ettiği gibi, “Bir bilgisayar, bir gazetenin tüm içeriğini, bir kişinin bir cümleyi okumasından daha kısa

sürede okuyabilir”. Post-truth dönemde gerçeğin izini sürebilmek zorlaşmış gibi görünmektedir. Fakat Full Fact’e benzer biçimde Le Monde ve PolitiFact gibi kuruluşlar büyük miktarda bilgiyi gerçek zamanlı olarak işleyip analiz edebilmek için birtakım araçlar geliştirmektedir. İnsan ve bilgisayar dillerinin etkileşimine dayanan bir yapay zekâ alanı olan doğal dil işleme teknolojisiyle hareket eden bu araçlar hakikat savunucularının sahte içerik karşısındaki en büyük silahıdır. Buradaki temel amaç başta televizyon olmak üzere, sosyal medya ağlarını, haber sitelerini ve politik söylemleri durmaksızın izleyen algoritmalar geliştirmektir. Algoritmalarla hedeflenen salt önemli bir şeyin tespiti değildir, aynı zamanda söz konusu tespitlere ilişkin otonom bir karara varmaktır. Bu alanda deneysel pek çok çalışma yürütülmektedir. Teksas Üniversitesi tarafından tasarlanan ve makine öğrenimini kullanan ClaimBuster adlı yazılım bu konuda başarılı girişimlerden biridir.

Londra menşeli girişim Full Fact tarafından yayınlanan otomatik doğruluk kontrolüne ilişkin bir rapor, gerçek anlamda “işlevsel araçlara yıllar değil, aylar uzaklığındayız” ifadesiyle dikkat çekici bir öngörü sunmaktadır. Buna göre geliştirilecek olan ilk modeller yanlış bilginin kaynağı ve yayılması hakkındaki verileri kataloglayacaktır ve temel yanlış iddiaları düzeltecektir. Ancak otomatik bilgi doğrulama uygulamaları yakın gelecekte kavramsal ve istatistiksel olarak daha karmaşık materyalleri düzeltebilecek seviyeye ulaşacaktır. Amaç insan bakış açısını devre dışı bırakmak değildir. İnsan bağlam yüklü ya da belirsiz ifadeleri ve değer yargılarını analiz etme konusunda hâlâ bilgisayarlardan daha iyi durumdadır. Fakat bilgisayarlar web taraması yapma ve basit iddiaların doğruluğunun kontrol edilmesi gibi konularda avantajlıdır. Başka bir deyişle, bilgisayarlar şu an yalnızca siyah beyaz ayrımını yapabilmektedir ve grinin tonlarının görülebilmesi hâlâ insan bakış açısına muhtaçtır.

Post-truth dönem kontrol altına alınması oldukça güç bazı dinamikler ve parametreler de doğurmuştur. Tahminlerin ötesine geçen

değişkenlik ruhu siyasetten gündelik yaşama uzanan yolda kamuoyunun da normal hâline gelmiştir. Postmodernizme olan atıflarımızın giderek silikleştiği günümüzde atıfların yeni hedefi post-truth ve sonrasına yöneliktir. Post-truth kavramının kökenlerinden ziyade genişleyen etki alanından yola çıkılan bu çalışmada, modern insanın hakikati yitirme süreci ve teknolojinin bu bağlamdaki rolü sonucu oluşan çıktılar güncel bir çerçevede ele alınmaya çalışılmıştır. Küresel siyasetin ayrıştırıcı söylem üretiminde birer ileti kanalı olan yeni medya araçları, sahteliğin yayılmasında baş aktör durumundadır. Siyasi liderlerin popülist söylemleri toplumlarda birbirlerine düşmanlaşmış ve nefret diliyle hareket eden bireyleri ortaya çıkarmış ve bu kutuplaşma demokrasinin sınırlarını aşındırmaya başlamıştır.

Nitel araştırma yöntemlerinden biri olan dokümanter analiz yönteminin kullanıldığı bu çalışmada post-truth kavramını konu alan farklı kaynaklar detaylıca incelenmiş ve kavrama dair özel bir sıcaklık noktasından bakılarak literatüre katkı sağlanması amaçlanmıştır. Bu bağlamda, post-truth çağına yönelik farklı tanımlamaların, kavramın zihinlerde yarattığı çağrışımların yanı sıra bu çağın yorumlanmasında somut işaretler sunan teknoloji odaklı ürünler ile bu ürünlerin bireyler ve topluluklar üzerindeki olası etkileri irdelenmeye çalışılmıştır.

Kavramı Popülerleştiren Siyasi Gelişmeler

Post-truth, gerçeğin göreceleştirilmesinden, verilerin sıradanlaşmasının nesneliliğinden ve duygusal konuşmaların üstünlüğünden oluşmaktadır. Post-truth, yalan söylemekle eş anlamlı bir kavram değildir; bununla birlikte, kamuoyu yaratırken veya onu manipüle ederken nesnel gerçeklerin duygulardan ve kişisel inançlardan daha az etkiye sahip olduğu bir durumu tanımlamaktadır (Zarzalejos, 2005: 11).

Günümüzde siyasi alandan topluma yayılan yalan ve sahtecilik kültürü yazar Adolfo Muñoz'un da söz ettiği gibi tam olarak birer siyasi aldatmaca olarak zafere ulaşmaktadır. Çünkü bunu sağlayacak tüm nitelik bu kültürün kendi içerisinde barınmaktadır.

Günün sonunda her biri Richard Dawkins'in 1976 yılında ilk kez yayınlanan "The Selfish Gene" adlı kitabında "mem" olarak adlandırdığı kavrama; doğru olup olmadığına bakılmaksızın onu yayan bir yazar tarafından tasarlanan viral bilgi birimlerine dönüşmektedirler. Günümüzde sözü edilen tartışmanın doğasına bakıldığında bir memler evreninde yaşadığımızı söylemek mümkündür. İnsanlık doğruyu yanlıştan ya da kesin olanı olası olandan ayırt edecek kriterlerden yoksun durumdadır. Bu kaygılar post-truth tartışmalarında teknolojinin rolünü akıllara getirmektedir. Dolayısıyla bireyler kendilerine gün geçtikçe daha da rahatsız edici bazı sorular sormaktadır. Örneğin Adobe Photoshop bir post-truth tekniği olarak değerlendirilebilir mi? Sinemada kullanılan özel efektler, günümüzde yükselişe geçen metaverse ile daha da popülerlik kazanan sanal gerçeklik deneyimleri ya da deepfake ürünleri şimdiye değin anladığımız hâliyle hakikatin bütünlüğüne düzenlenen birer saldırı olabilir mi? Haber medyasında sıkça karşımıza çıkan bağsızsızlaştırma aslında hakiki olanı eğip bükme aracı olabilir mi? Soruları çeşitlemek mümkündür, konu üzerinde çalışan her zihnin üretebileceği onlarca benzer soru mevcuttur.

İngilizler, yanlış ya da olası onaylamalara inanarak veya onları doğru olarak kabul ederek AB'yi terk etmişlerdir. Benzer bir refleksle Amerikalılar gerçek dışılıklara güvenmişlerdir. Çünkü bu duygu, yönetici sınıfın gücüne meydan okuyarak onlara bu sınıfı bir şekilde alaşağı etme olanağı da tanımıştır. Bu örneklerde olduğu gibi siyasette yalanlar ya da yarı gerçekler her zaman soğukkanlılıkla ele alınan kaynaklar olmuşlardır. Bugün post-truth siyaseti dünyanın birçok yerinde gelişmeye devam etmektedir. Global anlamda duyguların gerçeklere eskisinden daha az dirençle galip geldiği bir siyasi iklime doğru kayıldığı ortadadır. Yeni medya teknolojilerinin ve bir zamanlar olduğundan çok daha az güvene teslim olan bir kamuoyunun yardımıyla bu yalan ve sahtelik tufanı etkisini artırmaktadır. Donald Trump'ın başkanlığının ilk senesinde 2140 yalan söylediği ve bu sayının görevde bulunduğu zaman zarfında

katlanarak çoğaldığı kaydedilmektedir. Trump Amerikası sembol olmakla birlikte dünyanın pek çok yerinde eş zamanlı yaşanan bir akıl tutulması söz konusudur. Avrupa'dan verilebilecek en iyi örneklerden biri belki de Polonya'nın aşırı milliyetçi iktidar cephesini temsil eden Hukuk ve Adalet Partisi'dir. Bu parti, uzun süre boyunca Polonya'nın komünizm sonrası liderlerinin ülkeyi birlikte yönetmek için komünist rejimle komplo kurdukları hakkında ürkütücü hikâyeler satmıştır.

Benzer süreçler eş zamanlı olarak Türkiye'de de görülmüştür ve yaşarken yazılan bir tarih söz konusudur. 31 Mayıs 2013 tarihinde polis müdahalesiyle başlayan Gezi Parkı protestoları ve 15 Temmuz 2016 askeri darbe girişimi iki güçlü ve sarsıcı örnek olarak Türkiye post-truth siyaseti açısından literatüre girecek nitelikte söylemlerin ortaya atılmasına ve bu savların ateşli biçimde savunulmasına yol açmıştır. Gezi olaylarını bir Alman havayolu şirketi olan Lufthansa'nın İstanbul Havalimanı'nın inşa edilmesini engellemek ve uçuş trafiğini Almanya'dan yönlendirebilmek için finanse ettiği, 15 Temmuz darbe girişiminin ise CIA tarafından organize edildiği gibi söylentiler ortaya atılmıştır. Her iki komplo teorisi de sosyal medya sayesinde kısa sürede geniş bir kitlede karşılık bulmuştur. Dahası siyasi ağızlar bu sahte bilgileri ekranlarda tekrar etmişlerdir.

Hem iç hem dış politikasında gerçeğin ötesine geçen ülkelerin başında 24 Şubat 2022 tarihinde Ukrayna'ya "özel askeri operasyon" adı altında savaş açan Rusya yer almaktadır. Çeşitli tartışmalar ve dezenformasyonlarla gündemden düşmeyen, hatta kimi zaman deepfake videoların da servis edildiği Ukrayna işgali öncesinde de bu ülkenin sicili bir hayli kabarıktır. Yakın geçmişte devlet kontrolündeki Rus medyası, bir çocuğun Ukrayna kuvvetleri tarafından çarmıha gerildiğini iddia etmiş hatta bu vahşetin "tanıklarıyla" sahte röportajlar dahi yapmıştır. Putin Rusyasına ilişkin tespitlerini "Nothing Is True and Everything Is Possible: The Surreal Heart of the New Russia" adlı kitapta toplayan gazeteci Peter Pomerantsev (2014), en azından Sovyetler döneminin yalanlarda tutarlı olma çabası gösterdiğini döneme dair bir

siyasi alıntıyla savunmaktadır: "Yalan söylüyorlarsa, yaptıklarının 'doğru' olduğunu kanıtlamaya özen gösteriyorlardı. Şimdi kimse 'gerçeği' kanıtlamaya bile çalışmıyor. Her şeyi söyleyebilirsin. Gerçekleri yaratabilirsin".

Öte yandan post-truth sadece siyasi arenada gelişmiş bir pratik değildir. Günün sonunda politik çevrelerden iş dünyasına kadar post-truth'a karşı önemli birer savunma mekanizması olan etik gazetecilik ve teyit refleksi yitirilmeye başlanmıştır. The Guardian'dan Katharine Viner (2016) "What Is The Truth? Reflections on the State of Journalism" adlı makalesinde kâğıttan dijitale geçiş sürecinin hiçbir zaman yalnızca teknolojik bir sorun olmadığını iddia etmektedir. Viner makalesindeki çıkarımlarında oldukça haklı görünmektedir. Şöyle ki gazetecilik pratiğindeki mesleki etik kayıp, doğruyu söyleme alışkanlığının terk edilmesi, yalanın, dedikodunun ve varsayımın mutlak gerçek olarak kabul edilmesi gibi semptomlarla baş göstermiştir. Haber merkezlerinin, muhabirlerin ve medya kartellerinin dijital haber anlatısı ve teknoloji ile evrimleşmesi, gazeteciliğin mesleki ilkelerinin kimi medya merkezlerinde ayaklar altına alınmasına sebep olmuştur; diğer taraftan da bu mesleğe bir hakikat barometresi olarak toplumsal denetim rolünü veren nitelikler bulanıklaşmıştır.

Post-truth çağda insanlar maruz kaldıkları bilgileri içgüdüsel olarak kabul etmekte ve tanıdık bilgilerin doğru olduğunu düşünme eğilimindedirler. Bunu yaparken de mevcut görüşlerini desteklemek için verileri özenle seçmektedirler. Nobel ödüllü psikolog ve çok satan "Thinking Fast and Slow" kitabının yazarı Daniel Kahneman (2013), bu durumu "bilişsel kolaylık" (cognitive ease) kavramı ile açıklamaktadır: "İnsanlar, beyinlerini daha çok çalışmaya zorlayacak gerçeklerden uzak durma eğilimindedir". Post-truth dönemde terk edilen "Görmek inanmaktır" mitinin açtığı derin yaraları keşfetmek için yakın tarihe, özellikle yeni medya ve teknoloji yoluyla zarar gören isimlere ve kuruluşlara göz atmak yeterli olacaktır. Medyada görülen/gösterilen her şeyin mutlak gerçek olduğu fikrinden yavaş yavaş vazgeçilmesi ve etik

tartışmalara her geçen gün yenilerinin eklenmesi tesadüfi değildir. Ayrıca medyadan etkilenme biçiminin ya da gerçeğe duyulan güvensizliğin ardında farklı etkenler de yatmaktadır. Görsel fenomenler olarak algıladığımız ve gerçekliği inşa etmek için güvendiğimiz şeyler, gerçekte önceki bilgilerimize veya daha önce meydana gelen benzer durumlarla ilgili deneyimlerimize bağlı bilgi parçalarıdır (Köksal & İnatçı, 2020). Aslında bireylerin eğilimleri ve toplumsal uzlaşmayı gösteren bazı kalıp davranışlar incelendiğinde, tarihe bir göz atıldığında propagandanın ya da dezenformasyonun yeni birer olgu olmadığı açıkça görülmektedir. Toplumlar tarih boyunca belli bir çerçevede hakikat sonrası çağda yaşamışlardır. Homo sapiens olarak insanın kurgu yaratma ve yayma konusundaki eşsiz yeteneği, bireyi kurmaca hikâyeler uydurabilme, onları yayabilme ve milyonlarca insanı bunlara inanmaya ikna edebilme yeteneği kazandırmıştır.

The Economist dergisinin 2016 sayılarından birinin kapağını süsleyen çatal dilli sürüngen politikacı illüstrasyonunun sağında büyük puntolarla şöyle yazmaktadır: "Art of the Lie". Alt başlıkta ise "Post-truth politics in the age of social media" denilmiştir. Sayının brifing bölümünde bazı durumlarda insanları "düzeltici" gerçeklerle yüzleştirmenin ters teptiği, aksine var olan ön yargıları ve inançları bile güçlendirdiğinden söz edilmekte ve buna "geri tepme etkisi" (backfire effect) denilmektedir (The Economist, 2016, 10 Eylül).

Geri tepme etkisi kavramı, Brendan Nyhan ve Jason Reifler'in deneysel bir araştırmasına dayanmaktadır. Nyhan ve Reifler, araştırma sonucunda kendilerine siyasi olarak faydası olan inançlardan birinin yanlış olduğu yönünde bir kanıt sunulduğu zaman bireylerin kanıtı reddedip hatalı kabullerine ve ön yargılarına daha da güçlü bir biçimde sarıldıklarını bulgulamışlardır. 2010 yılında yapılan bu araştırmadan şaşırtıcı sonuçlar alınmıştır. Araştırma kapsamında katılımcılardan bir gruba ABD'nin Irak'ta kitle imha silahları bulunduğu "gerçeği" gibi belirli konularda yaygın yanlış kanıları destekleyen gazete haberleri diğer gruba ise iddia hakkında düzeltme içeren makaleler sunulmuştur. Araştırmanın sonraki

aşamasında ise her iki gruptaki deneklere Saddam Hüseyin'in savaştan hemen önce bu tür silahlara sahip olduğu, fakat Amerikan kuvvetleri gelmeden önce onları gizleyebildiği veya yok edebildiğine dair yanlış algıya ne kadar katıldıkları sorulmuştur. Tahmin edilebileceği gibi katılımcılardan düzeltmeyi görmüş olan liberallerin, düzeltmeyi görmemiş olan liberallere göre konuya dair hemfikir olmama olasılıklarının daha yüksek olduğu saptanmıştır. Denekler arasında yer alan ve kanıtları/düzeltilmeyi gören muhafazakârlar ise Irak'ın kitle imha silahlarına sahip olduğuna diğer gruptakilerden daha yüksek oranda ikna olmuşlardır.

Global Çerçevede Habere Duyulan Güven ve Medya Tüketim Eğilimleri

Post-truth çağının doğasına bakıldığında tartışmaların dönüp dolaşıp haber medyasında kümelendiği gözlemlenmektedir. Haber medyasına duyulan güveni ölçümleme adına çok önemli ve güncel küresel verilerin alınabileceği en kapsamlı kaynaklardan birisi de kuşkusuz Reuters Institute imzalı rapordur. Meslek profesyonelleri ve alana dair merakını gidermek isteyenler için sıcaklık haritaları sunan bu rapor, dünya halklarının haber olgusuna, haberin çerçevelenişine olan güven endeksini de açıkça ortaya koymaktadır. Post-truth çağının getirdiği etik tartışmalardan bahsederken bir özne olarak haberin sade topluluklardaki ve kamuoyundaki karşılığını da inceleme gereği doğmaktadır.

Bu bölüme ışık tutan, Reuters Institute tarafından her yıl düzenli olarak yayınlanan Dijital News Report'un 2022 edisyonu, sektöre dair kapsamlı bir röntgen çekerek dünyanın karşı karşıya olduğu temel sorunsallara, potansiyellere ve fırsatlara dikkat çekmektedir. 6 kita ve 46 pazardan gelen verilere dayanarak oluşturulan ve bu yıl on birinci kez yayınlanan rapora göre, küresel olarak habere olan güven ankete katılan ülkelerin neredeyse yarısında düşüş göstermiştir. Raporda ortalama olarak toplam örneklemin yaklaşık %42'lik dilimi çoğu zaman çoğu habere güvendiklerini belirtmiştir. Genel olarak bakıldığında ise Finlandiya %69'luk baskın bir oranla habere duyulan genel güvenin en yüksek olduğu ülke

olmaya devam etmektedir. ABD’de habere duyulan güven oranı ise 2022 yılı raporunda üç puan daha düşerek anketteki en düşük oran olan %26’ya gerilemiştir (Reuters Institute Digital News Report, 2022).

Raporun ilgi çekici bir başka bölümünde sık sık veya bazen haberlerden kaçındığını söyleyen haber tüketicilerinin oranları sunulmuştur. Buna göre ülkeler arasında bu bağlamda keskin bir şekilde artış gözlemlenmektedir. “Seçici kaçınma” olarak adlandırılan bu tavır, son beş yılda hem Brezilya’da (%54) hem de Birleşik Krallık’ta (%46) ikiye katlanmıştır. Birçok katılımcı, haberlerin ruh hâlleri üzerinde olumsuz bir etkisi olduğundan söz etmiştir.

Bu çalışmanın yazıldığı günlerde Ukrayna topraklarına yönelik Rus saldırıları devam etmektedir. Raporda operasyon başladıktan sonra incelenen beş ülkede katılımcıların en fazla televizyon haberlerine güvendikleri bilgisi de verilmektedir. Öteyandan seçici olarak haberlerden kaçınma eylemi muhtemelen içeriğin iç karartıcı doğası nedeniyle daha da artmış durumdadır. TV ve basılı medya gibi geleneksel medyanın tüketimi, geçen yıl neredeyse tüm pazarlarda Ukrayna işgali öncesi daha da düşmüştür. Raporda işaret edilen, haber medyasından uzaklaşan ve bazı durumlarda haberlerden tamamen kopan büyüyen bir kitlenin varlığı ayrıca şaşırtıcıdır.

Haberlere olan ilginin oranı 2017’de %63 seviyesindeyken bu oran 2022’de %51’e gerilemiştir. Yanlış ve yanıltıcı bilgilerle ilgili küresel endişeler de raporda açıkça gözlemlenebilmektedir. En yüksek oranın tespit edildiği ülkeler %72 ile Kenya ve Nijerya olurken Almanya’da bu oran %32 dolayındadır. Raporda pek çok ülkeden dünya vatandaşı Covid-19 pandemisi hakkında siyasete nazaran daha fazla yanlış bilgi gördüklerini belirtmişlerdir; fakat durum Türkiye, Kenya ve Filipinler gibi ülkelerde tersine dönmüştür.

2022 raporunda ankete katılan ülkelerin büyük çoğunluğunda haberlere ilginin daha düşük olduğu sonucu çıkmıştır. Arjantin, Brezilya, İspanya ve Birleşik Krallık gibi bazı ülkelerde bu

düşüşler bir süredir devam ederken ABD’de daha farklı bir model görülmektedir. Eski ABD Başkanı Donald Trump döneminde habere olan ilgi seviyesi yüksek kalmış, ancak Joe Biden başkanlık koltuğuna oturduğundan bu yana habere olan ilginin önemli ölçüde azaldığı saptanmıştır. Son sonuçlara göre örneklemin yarısından azını teşkil eden %47’lik kesim haberlere fazla ya da aşırı derecede ilgi duyduklarını söylemektedir. Bu oran 2015 yılı araştırmasında ise %67 oranında ölçülmüştür. Diğer taraftan bu trendlere ayak uyduran veya düşüşlerin daha yavaş gerçekleştiği bazı ülkeler olduğunu belirtmek de önemlidir. Bu gruptaki ülkelere son birkaç yılda daha az siyasi veya ekonomik kargaşanın yaşandığı görece daha zengin olan Orta ve Batı Avrupa ülkeleri de dâhildir.

Bu veriler, iki farklı ancak birbiriyle ilişkili soruna işaret etmektedir. Birincisi, internette aktif olan, çoğu daha genç veya daha az eğitilmiş, ancak belki de hayatlarıyla alakalı olduğunu düşünmedikleri için haberlerden büyük ölçüde kopmuş bir azınlık insan profilinin ortaya çıkmasıdır. İkincisi, habere olan ilgide ve haber tüketiminde çok daha büyük bir grubu etkileyen daha genel bir düşüşün yaşanmasıdır. Bu değişimin odağında dijitalleşme ile yaşanan değişimlerle beraber haber içeriğinin üretimi, yayılması ve tüketilmesi aşamalarındaki başkalaşmış tüketim kalıplarının izleri görülebilmektedir.

Siyasi krizler, uluslararası çatışmalar, küresel salgınlar ve iklim felaketleri gibi gazetecilerin “en önemli” kategorisinde ele aldığı konular, özellikle genç veya ulaşılması daha zor olan kesimler arasında bazı bireyleri haberlerden uzaklaştıran temalar arasındadır. Bu nedenle birçok haber kuruluşu, iklim değişikliği gibi konularda insanlara bir umut veya kişisel eylemlilik kazandırmayı amaçlayan çözüm gazeteciliği gibi yaklaşımları benimsemeye başlamıştır. Başka bir çözüm yolu da gündemi daha yumuşak konulara doğru genişletmek ya da haberleri kişisel düzeyde daha alakalı hâle getirmeye çalışmaktan geçmektedir. Ancak gazetecilerin haberleri “daha lezzetli” hâle getirmek için ne kadar ileri gidebileceklerinin de mesleki ve etik sınırları olmalıdır.

Pandemi ve Ukrayna'nın işgali gibi bir dizi kriz, bağımsız profesyonel gazeteciliğin önemini ortaya koyarken bazı bireysel medya markaları için önemli bir büyüme fırsatı da doğurmuştur. Fakat yine de birçok ülkede artan ilgiye paralel olarak birçok insanın haberlerden giderek daha fazla koptuğu bir gerçektir. Seçici olarak haberlerden kaçınmadaki artış ve güven oranının düşüşü, haber medyasının bugün karşılaştığı zorluğu bir kez daha vurgulamaktadır. Yayıncılar ve içerik üreticileri açısından bakıldığında daha önce görülmemiş miktarda çevrim içi içeriğe ve bilgiye erişimi olan bireylerle/kullanıcılarla bağlantı kurmak, onları haber takip etmeye ve buna zaman harcamaya değerine ikna etmek en büyük sorun olarak görülmektedir. Dijital eşitsizlik de sorunun bir başka boyutu olarak dikkat çekmektedir. Mevcut eşitsizlikleri derinleştirebilme gücü dijital uçurumu diğer eşitsizliklerden farklı kılmaktadır. Bu eşitsizlikle ekonomik güce sahip olan ülke veya bireylerle olmayanlar arasında her açıdan büyük farklar oluşmaktadır. Bu fark, "bilgi yoksulluğu" adında yeni bir yoksulluk türünü ortaya çıkarmaktadır. Bir tarafta düşük maliyetlerle yüksek bilgi ve teknolojiye erişebilenler diğer tarafta düşük hız ve yüksek maliyetlerle bilgiye ulaşmada belirsizlik yaşayanlar mevcuttur. Bu uçurum sosyo-ekonomik durumuna göre bilgi ve iletişim teknolojilerine erişemeyen kitleyi bir anlamda dışarıda bırakmaktadır (Bozkurt, 2022).

Bireylerin çoğunluğu haberlerini düzenli olarak takibe devam ederken birçoğunun da giderek artan bir şekilde belirli haber türlerine maruz kalmayı seçtikleri görülmektedir. Bu aktivitenin çalışmalarda giderek görünür hâle gelmesi içinde bulunduğumuz post-truth çağa rağmen tüketim seviyelerinin neden çoğunlukla artmadığını açıklamaya yardımcı olabilir. Seçici olarak haberlerden kaçınanlar bu davranışları için çeşitli nedenler sunmuşlardır. Araştırma sonuçlarına göre katılımcıların %29'u haber gündeminin özellikle siyaset gibi konulardaki haberlerin tekrarlanmasından dolayı genellikle haberlerden bıktıklarını söylemektedir. Önemli bir oran olarak %29'luk diğer bir kesim habere

güvenilmeyeceğini düşündükleri için habere kaçındıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcıların %36'sı -özellikle 35 yaşın altındakiler- haberlerin ruh hâllerini olumsuz etkilediğini, %17'si haberlerin kaçındıkları tartışmaları alevlendirdiğini, %16'sı ise haberlerin güçsüzlük duygularına yol açtığını belirtmişlerdir. %14'lük bir kesim haber takibi için yeterli zamanlarının olmadığını, %8'lik küçük bir kesim ise haberleri anlamının çok zor olduğunu ifade etmiştir.

Raporda küresel anlamda medya tüketim alışkanlıkları ve eğilimleri de mercek altına alınmıştır. Buna göre, çevrim içi haberler için ödeme yapma oranındaki artışa rağmen Avustralya, Almanya ve İsveç gibi az sayıda zengin ülkede genel büyümenin dengelenmekte olabileceğine dair işaretler okunmaktadır. Bu alandaki ödemenin yaygın olduğu 20 ülkeden oluşan bir grupta %17'lik bir kesimin herhangi bir çevrim içi haber için ödeme yaptığı sonucu ortaya çıkmaktadır. Bunun yanı sıra genç kuşağı çevrim içi haberler için ödeme yapmaya ikna etme çabası, dijital haber abonelinin ortalama yaşının neredeyse 50 olduğu endüstri için kritik önemde bir konu olmaya devam etmektedir. Dikkat çeken başka bir nokta da dijital aboneliklerin büyük bir kısmının yalnızca birkaç büyük ulusal markaya gidiyor olmasıdır. Bu durum geçmişte de maruz kalınan, kazananın hepsini aldığı piyasa koşullarının devam ettiği anlamına gelmektedir. Bu anlamda ABD ve Avustralya'da birden fazla abonelik alarak ödeme yapanların çoğunlukta olduğu görülmektedir.

Haberlere erişilebilirlik başlığı da raporda öne çıkan hususlardan birisidir ve tüm dünyada daha yaygın hâle gelmeye devam etmektedir. Raporda yer bulan tüm pazarlara bakıldığında bireylerin %23'ünün haber yolculuklarına bir web sitesi veya uygulama ile başlamayı tercih ettikleri sonucu çıkmaktadır. Bu oran, 2018'e kıyasla dokuz puanlık bir düşüş anlamına gelmektedir. 18-24 yaş grubundaki bireylerin web siteleri ve uygulamalarla daha da zayıf bir bağlantısı olduğu sonucuna varılan araştırmaya göre, yeni

nesil medya tüketicisi haberlere sosyal medya ve genel web aramaları gibi alternatif yollarla, yani gündeme dair dezenformasyonun en yaygın sürdürüldüğü kanallarla erişmektedir.

Ülkeler arasında farklı kalıplar bulunsa da akıllı telefonların tüm dünyada çoğu insanın sabahları haberlere erişmek için kullandığı ilk cihaz hâline geldiği de araştırma sonuçlarına yansımıştır. Norveç, İspanya, Finlandiya ve Birleşik Krallık gibi ülkelerde akıllı telefonla habere erişim artık televizyonun önüne geçerek ilk sıraya oturmuş durumdadır. Buna karşın radyo İrlanda'da önemli bir rol oynamaya devam ederken sabah gazete okuma kültürü Hollanda'da hâlâ şaşırtıcı derecede popülerdir. Japonya'da ise televizyonun hâkimiyeti sürmektedir.

Sosyal ağların günümüzdeki evrimine dair somut kanıtlar barındıran rapora göre Facebook, haberler için en çok kullanılan sosyal ağ olmaya devam etmektedir. Zira kullanıcılar da diğer ağlara kıyasla akışlarında çok fazla haber gördüklerini dile getirmektedirler. Rapordaki verilere göre ileri yaştaki kullanıcılar platforma sadık kalırken genç neslin dikkati son üç yıldır daha görsel yapıdaki sosyal ağlara çevrilmiş durumdadır. Söz konusu sosyal ağlar olunca son zamanların en çok tartışılan platformlarından biri olan TikTok'un yükselişi raporun çıktılarında da açıkça görülmektedir. TikTok, son ankete göre en hızlı büyüyen sosyal ağ konumuna gelmiştir. Kullanıcılara bakıldığında ise 18-24 yaş grubunun %40'ına ulaştığını söylemek mümkündür. Daha da ilginç rapora göre bu topluluğun %15'i dünyadan haberdar olmak için TikTok'u kullanmaktadır. Bölgesel duruma bakıldığında ise Latin Amerika, Asya ve Afrika'nın bazı bölgelerinde TikTok kullanımının ABD veya Kuzey Avrupa'dakinden çok daha yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca Telegram'ın bazı pazarlarda önemli ölçüde büyüdüğü, Meta'ya ait WhatsApp'a esnek bir alternatif olarak yükselişe geçtiği de araştırma çıktıları arasında görülmektedir.

Rapora göre Covid-19 pandemisi süresince uygulanan küresel kapanmalar ve kısıtlamalardan

etkilenen podcast pazarından yeniden büyüme sinyalleri alınmaktadır. Katılımcıların %34'ü bir önceki ay bir veya birden fazla podcast içeriğini tükettiğini ifade etmiştir. Buna ek olarak, müzik platformu olarak öne çıkan Spotify'nın birçok ülkede Apple ve Google karşısında ilerleme kaydetmeye devam ettiği; video alanındaki liderliği ile YouTube'un ise hibrit podcast'lerin popülaritesinden yararlandığı görülmektedir.

Post-Truth Sonrası Yükselen Etik Tartışmalar

Post-truth'un kökenlerine baktığımızda bu kavramı Trump dönemi ya da Brexit ile açıklamak yeterli olmayacaktır. Özellikle son yıllardaki küresel iklim değişikliği, aşular, evrim gibi çok tartışılan konularda bilimin inkâr edildiği yaklaşımların hiç olmadığı kadar yaygınlaşmasında kavrama dair kökenleri görmek mümkündür (Mcintyre, 2019: 34).

Post-truth kavramı gündelik haber medyasında ve sofistike bilimsel anlatılarda gözle görülür hâle geldiğinden beri farklı ifadeler peş peşe gelmiştir. Yitirilen şey hakikattir. Hakikati yitirmenin bedeli kimi zamansa ahlaki pusulanın yok olmasıdır. Post-truth ile kurumsallaşan yalan kültürü teknoloji ile iş birliğine girdiğinde günümüz insanı için sıradanlaşmış bir dizi etik sorunu da gündeme getirmiştir. Fakat öncelikle neyin hakikat olduğuna dair yaşanan zihinsel kaosu en kült tanımla hatırlamak gereklidir: "Olan şeye yok ya da olmayan şeye var demek yanlış, olan şeye var ve olmayan şeye yok demek doğrudur" (Aristoteles, 1933, 1011: b25). Post-truth'un zaman içinde beliren ve hayatımızı sarıp sarmalayan teknolojik organları bildiğimiz anlamda saf gerçeği sonsuza kadar değiştirmiştir. Bu başlık altında yer alan unsurlar da post-truth çağının teknolojik enstrümanları olarak bir dizi etik soruna yol açmaktadır. Massachusetts Institute of Technology'den (MIT) sosyolog Sherry Turkle şöyle demektedir: "Siberuzay, derinlik yerine yüzeydeki postmodern değerlere, gerçeklik yerine simülasyona ve ciddiyet yerine oyunbozanlığa biçim verir" (Keyes, 2017: 212).

Büyük teknoloji şirketleri olarak anılan ve İngilizce’de kısaca “FAATMAN” olarak ifade edilen Facebook, Amazon, Apple, Tesla, Microsoft, Alphabet ve Netflix’in başını çektiği büyük teknoloji şirketleri, ulaştıkları ekonomik hacimleriyle kimi devletleri bile geride bırakmıştır. Dijital gözetim kültürünü doğuran bu dev şirketler, Shoshana Zuboff’un çok satan “The Age of Surveillance Capitalism” kitabında da anlatıldığı gibi insanlık için yeni bir sayfayı çoktan aralamışlardır. Zuboff, “gözetleme kapitalizmi” kavramını kitabında şu şekilde ifade etmektedir: “İnsan deneyimini veri çekme, öngörme ve satıştan oluşan saklı ticari uygulamalar için ücretsiz bir ham madde olarak ele alan yeni bir ekonomik düzen” (2011: 11). Zuboff’a göre başta Facebook (Meta) ve Google (Alphabet) olmak üzere bu şirketlerin kişisel veri madenciliğine dayalı çevrim içi reklamcılık faaliyetlerini kısıtlamaya çalışmak gözetleme kapitalizminin sınırlarını daraltmamaktadır. Çünkü çevrim içi reklamcılık pazarı günün sonunda özellikle bu iki devin elinde toplanmış durumdadır. Bu şirketler seçimlerden gündelik siyasete kadar hayatın her alanında hakikate yönelik işlenen günahların sorumlu platformları durumundadır. Amerikan seçimleri örneğinde olduğu gibi bu durum kimi zaman kasıt da içerebilmektedir. Dolayısıyla teknoloji devlerinin kontrol altına alınması, fakat bu yapılırken siber demokrasi kültürüne darbe vurulmaması önemlidir. Bu eylem hassas bir dengeyi barındırmak zorundadır. Hakikat arayışında olduğumuz bugünlerde belki de en sık denetlenmesi gereken mecralar sosyal ağlardır.

MIT’de akademisyen olan Sinan Aral, “Yanlışlığın, tüm bilgi kategorilerinde ve çoğu durumda büyüklük sırasına göre, gerçekten çok daha uzağa, daha hızlı, daha derine ve daha geniş bir alana yayıldığını bulduk” dediğinde tarih 2018’i göstermektedir. MIT Medya Laboratuvarı’nda o dönemler Medya Sanatları ve Bilimleri alanında doçent ve aynı zamanda Medya Laboratuvarı’nda direktör olan Deb Roy ise “Bu bulgular, çevrim içi iletişim ekosistemimizin temel yönlerine yeni bir ışık tuttu” ifadesini kullanmıştır. Roy, araştırmacıların Twitter’daki doğru ve yanlış

haberlerin farklı gidişatlarına “şaşıрма ve hayret etme arasında bir yerde” olduklarını eklemiştir (Dizikes, 2018). Söz konusu araştırma üç MIT akademisyeni tarafından 2018 yılında hayata geçirilmiş ve 126 bin Twitter kullanıcısının on yıllık faaliyetleri değerlendirilmiştir. Sonuç olarak yalanların gerçeklere oranla altı kat hızlı yayıldığı kaydedilmiştir. Ayrıca bilim insanları, yanlış bilgilerin yayılmasının yanlış hikâyeler yaymak için programlanmış botlardan kaynaklanmadığını, yanlış haber öğelerini retweetleyen insanlar nedeniyle sahte haberlerin Twitter’da daha hızlı yayıldığına dikkat çekmişlerdir. Çalışmanın üçüncü araştırmacısı olan Soroush Vosoughi, “Veri kütümüzdeki tüm botları kaldırdığımızda, yanlış ve doğru haberlerin yayılması arasında farklar vardı” demiştir. Ses getiren çalışma tamamlandığında Science dergisinde yayınlanmıştır (Vosoughi vd., 2018).

Dijital ve sosyal medya çok daha geniş bir hikâye yelpazesi sunmaktadır, ancak bu ortam genellikle bunaltıcı ve kafa karıştırıcı olabilmektedir. Birçok kişi son derece aktif ve çevrim içi haberlerle meşgul olsa da çevrim içi bağlamda karşılaşılan seçim bolluğu, sosyal ağları post-truth etiği tartışmalarında üst sıralara taşımıştır. Dijitalleşmenin iletişim dünyasındaki etkisi, insanların bilgiyi kendilerinin üretebilecekleri bir devrimi beraberinde getirmiştir. Nihayetinde ise demokratikleşen yeni bir medya kulvarından söz edilir olmuştur: Yurttaş gazeteciliği. Yine benzer şekilde, içerik ile enformasyonun tüketilme ve özümseme biçimleri de değişmiştir. Sosyal medya çağı haberlerde hakikati yutarak kamu yararına yapılan haberciliğin ekonomik gücünü tehdit eder hâle gelmiştir. Artık herkesin kendi gerçeklerine sahip olduğu bir dönemi başlatmıştır. İnternetin dijital ortamlara sağladığı etkileşim özelliği ile bireyler kendi aralarında yeni medya araçları üzerinden mekân kısıtlaması olmaksızın iletişim kurabilme olanağı yakalamış olmalarının yanı sıra geleneksel kitle iletişim araçlarının da tek yönlü iletişim ortamlarından sıyrılmaları gerçekleşmiştir. Bu sayede, kitle iletişim araçlarının okuyucu, dinleyici ve izleyici kitlelerinin pasif tüketici konumundan içerik üretebilecekleri

aktif tüketici konuma geçmeleri sağlamıştır (Kaya İlhan, 2021).

Olgular ve kişisel yargılar girift bir şekilde sosyal medya aracılığıyla kitlelere sunulmaktadır. Bu durumda hakikat arayışı nasıl sonuçlanabilir? Yeni medyanın iştahlı kitlesi, filtresiz, güvenlik duvarı olmadan kesintisiz ve amansız bir yayın akışıyla karşı karşıyadır. Hatta bu yayınlar büyük oranda yanlıdır. Propaganda sahipleri artık kendi medyaları vasıtasıyla aracısız ve zahmetsiz bir canlı yayınlara mesajlarını yayabilmektedir.

Yapay zekânın ortaklığıyla üretilen deepfake (derin sahtelik) videoları da post-truth çağının sistematik itibar suikastlerinin en önemli silahlarından biridir. Aynı zamanda gerçeğin karşısındaki en büyük tehditlerden biridir. Yakın tarihte Ukrayna Devlet Başkanı Volodimir Zelenski'nin deepfake videosu, hacklenen devlet televizyonundan dünyaya yansımıştır. Ukrayna halkına Rus güçlerine teslim olma çağrısı yapan Zelenski'nin sahte görüntüsü bu alandaki tehlikeye başka bir açıdan dikkat çekmiştir. Yapay zekâ tabanlı video ve ses işleme teknolojilerine dayanan deepfake videoları, post-truth çağının medya manipülasyon araçlarından biri olarak öne çıkmaktadır.

Dünya toplumları için deepfake tehlikesi medyayı tüketme biçimiyle doğru orantılıdır. Çevrim içi anlarda özellikle sosyal ağlarda çok fazla miktarda bilgi ve medya akışı alımlanmaktadır. Bireyler yeterince dikkatli olmadıklarında neyin sahte neyin hakiki olduğu konusunda şüpheye düşebilmektedirler. Bu tür manipülasyonlar özellikle kutuplaşmış toplumlar açısından ayrı bir risk kategorisinde ele alınmalıdır.

Algoritmaların etkisini düşündüğümüzde post-truth fenomeni daha da endişe verici hâle gelmektedir. Algoritmalar, benzer düşünceleri yansıtan sanal ekosistemler oluşturmaktadır ve çoğu durumda insanları kendi gerçeklerini yaratmaya teşvik etmektedir. Bunun yanı sıra, arama motoru sonuçlarında en üst sıralarda yer almak için girişilen rekabet, beğeni sayısı ile ödüllendirilmektedir. The Guardian'dan Katherine

Viner'ın (2016) "How Technology Disrupted the Truth" adlı podcast'inde belirttiği gibi viralite unsuru kalite ve etikten önce gelmektedir.

Bunun ötesinde sosyal medya sayesinde sade vatandaş da haberin üreticisi ve tüketicisine dönüşmüştür. Zamanla giderek genişleyen bu topluluklar, dev teknoloji şirketlerinin yazdığı algoritmaların sonucu olarak kısa süre içerisinde birbirlerine çok benzeyen, türdeş ve kapalı gruplara dönüşmeye başlamışlardır. Algoritmaların arka planında benzer yaşam tarzlarına sahip, aynı ideolojiyi dillendiren, ortalama olarak benzer gelir ve eğitim grubuna ait olan, aynı şehirlerde ve hatta aynı semtlerde yaşayan bireyleri kümeleyen, onları birbirleriyle bağlantılandıran bir üst akıl yatmaktadır. Bir siber ütopya olarak pazarlanan internet, artık bireylerin içine hapsediği filtre balonlarından ibaretmiş gibi görünmektedir. Dolayısıyla bu algoritmalar yoluyla tüm internet kullanıcıları "kendileri gibi" kullanıcılarla kuşatılmış hâledirler. Bireyler artık karşılaştıkları hiçbir bilgiyi eleştiri süzgecinden geçirmemektedir. Başka ya da karşıt bir görüşe sahip herkes "düşman" olarak addedilmektedir. Duygusal ve tarafgir bir reddediş söz konusudur. Hakikat hiç olmadığı kadar önemsizleşmiştir. Doğrulama refleksinin yerini duygular ve inançlar almıştır. İçine düşülen kutuplaşma nedeniyle her birey sadece kendi fikrine uygun olan bilgileri doğru olarak kabul etmeye başlamıştır. Sosyal medya ile dolaşıma sokulan bu bilgiler de dezenformasyonun ve misenformasyonun temel besin kaynağı olmuştur. Böyle bir zeminde post-truth politikalarının yeşermesi kaçınılmaz son olmuştur. Bu her zamankinden daha yanlı ve her zamankinden çok daha ilkel bir sonudur.

Sonuç

Nitel araştırma yöntemlerinden biri olan dokümanter analiz yönteminin kullanıldığı bu çalışmanın arka planında post-truth kavramının görünür ya da silikleşmiş izleri takip edilmeye çalışılmış; bu amaçla gazete makalelerinden podcast kayıtlarına, açık erişimli web kaynaklarından siyasi retoriğe kadar farklı formatta ve nitelikte pek çok materyal taranmıştır

ve incelenmiştir. Çalışmanın sonucunda post-truth kavramı ile gündeme gelen yeni medya araçlarının başta dünya siyasetinin önde gelen isimleri tarafından birer kutuplaştırıcı teknolojik enstrüman olarak kullanıldığı görülmüştür. Küresel siyasi aktörlerden dünya kamuoyuna yansıyan ayrıştırıcı ve zaman zaman saldırganlığa varan söylemin haber medyası yoluyla bireyleri etkilediği, toplumların atomik taraflara bölündüğü, kutuplaşmanın her türlü biçiminin kök saldığı ve medyaya duyulan güvenin küresel çapta sarsıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Post-truth, Oxford Sözlükleri tarafından 2016 yılının kelimesi seçildiğinde kavram baş döndürücü bir hızla ana akım hâle gelmiştir. Avrupa'da popülist sağ cephenin güçlenişine paralel biçimde yabancı düşmanlığının yükselişi, İngiltere'de başlayan Brexit kampanyaları ve referandumu ile ABD'de Donald Trump'ın başkanlığa seçilmesi gibi bir dizi siyasi gelişme kelimenin günümüzdeki şöhretine kavuşmasında büyük rol oynamıştır. Post-truth her ne kadar 2016 yılının kelimesi seçilmiş olsa da kavramsal açıdan günün siyasi modası olmanın ötesine geçerek âdeta takip eden on yılın ruhuna dönüşmüştür. Yalan her çağda kullanılan günlük bir metadır; dilin ve iletişimin icadından bu yana hem politik hem de kamusal alanların bir parçası olmuştur.

Post-truth sonrasında haber medyasını izleyenler arasında yanlış izleyici sayısı bir hayli fazla olduğundan gelenekçi ve alternatif medya diye tabir edilen iki cephe arasındaki sınırlar muğlaklaşmıştır. Yeni medya araçları ile yalan haberlerin çoğalması, bugüne kadar bildiğimiz demokratik sistemlerin sağlığını tehdit etmektedir. Post-truth çağının tartışmasız en büyük gerçeklerinden biri geleneksel medyanın nüfusun çoğunluğu nezdinde güvenilirliğini kaybetmesidir. Toplumların bir zamanlar medyaya duydukları güvenin yerini artık sosyal medya aracılığıyla edindikleri bilgilere duyulan sınırsız bir inanç almıştır.

Vatandaşlar bu yeni medya düzleminde artık kendi enformasyon ortamlarının ustaları ve yazarlarıdır. Herkesin içerik üreticisi olduğu ve üretimi sosyal medyada anında paylaşmakla yükümlü olduğu bu senaryoda ilk etapta gazetecilik pratiği ve haber medyası zayıflamaktadır. Fakat asıl sorun da budur; Facebook ve Twitter gibi sosyal ağlar her kişiye ihtiyaçlarına ve ilgi alanlarına uygun bilgileri, haberleri, kişileri ve önerileri sunmaktadır. Kullanıcılar bu şekilde filtre balonlarına hapsolmakta ve kendi bakış açılarından farklı fikirlere maruz kalmamaktadır. Bu durum her bireyi kompakt ve sert grupların bir üyesine dönüştürmektedir. Bu bağlamda siberuzay, post-truth kavramı için kusursuz bir üreme ve yayılma alanı demektir.

Post-truth fenomeni dijital platformların kendisi kadar eski olmasına rağmen, sorun ancak Batı kamuoyunun önüne geldiğinde dikkat çekmeyi başarmıştır. Facebook (Meta) ve Google (Alphabet) gibi dev teknoloji şirketleri sağladıkları servis ve ürünlerle sahteliğin, yalanın ve manipülasyonun viralleşmesine çanak tutmaktadırlar. Bu alandaki mücadele oldukça sınırlıdır. Çünkü gerçek teyit ve kontrol mekanizmaları hâlâ seçkin bir sınıfı temsil eden meslek profesyonelleri tarafından sağlanabilmektedir.

Birleşik Krallık'ın AB'den çıkışı ve çekişmeli geçen Amerikan seçim kampanyası gibi büyük gelişmelerle dolu olan hakikat sonrası çağda pek çok etik problem su yüzüne çıkmıştır. Sosyal ağlar, algoritmalar, yapay zekâya dayalı deepfake videolar gibi teknolojik enstrümanlar olarak adlandırılacak faktörler durumu içinden çıkılması güç bir alana doğru sürüklemektedir. Hakikat sonrası dönemde eleştirel argüman denilen olgu gerçeğe dayalı oyunu kurmaya muktedir olan aktörler üzerine inşa edilmiştir.

Gerçek, karmaşık ve göz korkutucudur. İnsanlığın hizmetine sunulan teknoloji faydalar sağlasa da üzerinde düşünülmesi gerektirmektedir. Bu katlanılmaz gerçeğe, yalandan, manipülasyondan

ve popülizmden elde edilen kazanımlar da eklendiğinde bireylerin demokrasiyi korumak için çok sınırlı araçları olduğu anlaşılmaktadır. Öte yandan global durumu yansıtan son veriler ışığında konuşulduğunda haber medyasına, sözün kendisine, içeriğe duyulan güvenin ve nefretin kontrolsüz biçimde iki kutup hâlinde yaygınlaştığı kanısına varılabilmektedir. Bu kutuplaşmış dünyada toplumun çoğunluğu sis perdesinin ardından olan biteni anlamaya çalışırken yalan kültürü her geçen gün daha da meşru bir zemin kazanmaktadır. Böylece, teknolojik enstrümanların ve ürünlerin demokrasi sınırları dâhilinde daha gelişmiş düzenlemelere tabi tutulması ihtiyacı doğmuştur.

Faillerin IP adreslerinin izi sürülerek sahte haberlerin çoğalmasıyla mücadele çabasında hükümetler, sosyal medya platformları ve internet tarayıcıları arasında daha fazla iş birliği gerekmektedir. Benzer biçimde, medya tüketicileri de sahte haberleri tespit etme sorumluluğunun bir kısmını üstlenmek zorundadır. Okullarda verilecek olan yeni medya okuryazarlığı eğitimi ve bu alanda yapılandırılacak bir müfredat öğrencilere yanlış bilgileri nasıl tespit edeceklerini öğretmeye çalışma anlamında hayati önem taşımaktadır. Görünen o ki geleceğin medyasında hiçbir moderatör veya otonom sistem tamamen yanılmaz olmayacaktır. Bu nedenle iktidarlar bu kapsayıcı çözümleri takip etmeye devam ederken sade vatandaşlar her türden dezenformasyona ve manipülasyona karşı tetikte olmalı ve haberlere sağlıklı dozda şüphecilikle yaklaşılmalıdır. Post-truth çağı bireylerin hayatını belirli bir güçle etkilemiş olsa da kullanıcılar veya diğer karşılığı ile tüketiciler son sözü söylemektedir. Söz konusu topluluk gerçeğin değerini yeniden tesis etmeye karar verebilecek özgür insanlardan oluşacaktır. Bu tavır, yalanın üreticisi ve yayıcısı olmayı reddetmenin yanında yalanın olağan bir durum olarak algılandığı koşullarda yaşamaya alışmaktan kaçınmayı gerektirmektedir.

Kaynaklar

Aristoteles. (1933). *Metaphysics*. https://www.loebclassics.com/view/aristotle-metaphysics/1933/pb_LCL271.201.xml

Bozkurt, G. (2022). Dijital dünyanın soylulaştırılması üzerine metaforik bir inceleme, *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 2022 21(2) 714-727, <https://doi.org/10.21547/jss.1032428>

Dizikes, P. (2018, 8 Mart). Study: On Twitter, false news travels faster than true stories. *Massachusetts Institute of Technology (MIT)*. <https://news.mit.edu/2018/study-twitter-false-news-travels-faster-true-stories-0308>

Kahneman, D. (2013). *Thinking fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.

Kaya İlhan, Ç. (2021). Gelenekselden dijitale medyanın değişen yapısı. İçinde H. Ayhan Gökcek (Editör), *Dijital yönetim, pazarlama ve medya*. Nobel Akademik Yayıncılık.

Keyes, R. (2017). *Hakikat sonrası çağ*. (Çev., Özçetin, D.). (3. Baskı). Deli Dolu Yayınları.

Köksal, F.N. & İnatçı, Ü. (2020). Visual rhetoric based on triadic approach: Intellectual knowledge, visual representation and aesthetics as modality, *Semiotica*, 2020; 233: 35-53, <https://doi.org/10.1515/sem-2018-0075>

Llorente & Cuenca Madrid, S.L. (LLYC). (2016). Special report: What is truth?: Reflections on the current state of journalism. https://ideasbr.llorenteycuenca.com/wp-content/uploads/sites/8/2016/12/161122_DI_Report_Ahora_Truth_ENG.pdf

Mcintyre, L. (2019, Nisan). *Hakikat sonrası*. (Çev., Biçiçi, M.F.). Tellekt Yayınları.

Pomerantsev, P. (2014). *Nothing is true and everything is possible: The surreal heart of the new Russia*. PublicAffairs.

Reuters Institute. (2022). Digital news report 2022. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf

The Economist. Briefing section. (2016, 10 Eylül). Yes, I'd lie to you. <https://www.economist.com/briefing/2016/09/10/yes-id-lie-to-you>

Viner, K. (2016, Temmuz). How technology disrupted the truth. *Llorenta & Cuenca*. https://ideasbr.llorenteycuenca.com/wp-content/uploads/sites/8/2016/12/161122_DI_Report_Ahora_Truth_ENG.pdf

Viner, K. (2016, Temmuz). Podcast: How technology disrupted the truth. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/news/audio/2016/jul/22/how-technology-disrupted-the-truth-podcast>

Vosoughi, S., Roy, D., Aral, S. (2018, 9 Mart). The spread of true and false news online. *Science*, Vol 359, Issue 6380, pp. 1146-1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>

Zarzalejos, J. A. (2017, Mart). Communication, journalism and fact-checking. *UNO Magazine*, No:27, s.11. <https://www.uno-magazine.com/number-27/communication-journalism-fact-checking/>

Zuboff, S. (2011). *Gözetleme kapitalizmi çağı*. (Çev., Uzunçelebi, T.), Okuyan Us Yayınevi.

Extended Abstract

In this study, the document analysis method, one of the qualitative research methods, was used. From -this perspective numerous current studies, newspaper and magazine articles, statistics, podcast recordings, blog posts, blog posts, open-access web resources and multimedia data on the concept of post-truth have been examined. Within this framework, in this study, the definition, connotations and scope of the post-truth age and the possible effects of its technology-oriented products on individuals have been tried to be examined. As a result of this study, it is seen that the new media tools that came to the agenda with the concept of post-truth have turned into technological instruments used to distribute the divisive and polarizing language in world

politics. In addition, it was concluded that political corruption leads to atomized polarization at the level of individuals in societies and the trust in the media on a global scale is questioned.

When we look at the origin of post-truth, it will not be enough to explain this concept only with the Trump era or the Brexit phenomenon. It has been influential, especially in recent years, in the spread of science-denying approaches, on issues such as global climate change, vaccines, and evolution. Since the concept of post-truth became visible in news media and sophisticated scientific narratives, many portrayals of it have been exposed. What is lost is truth. The cost of losing the truth mostly means the destruction of the moral compass. When the institutionalized lie culture by post-truth has entered into cooperation with technology, it also brought up some ethical problems that have become commonplace in today's society. Since the number of biased viewers among those who watch the news media after the post-truth age is quite high, the boundaries between the two fronts -called traditional and alternative media- have become blurred. The proliferation of fake news with new media tools threatens democratic systems. One of the biggest facts of the post-truth era is that traditional media has lost its credibility in the majority. The trust in the news media has now been replaced by an unlimited belief in the information from social media.

Citizens are now the masters and writers of their own stories in this new media landscape. In this scenario, where everyone is a content producer and is obliged to instantly share the production on social media, the practice of journalism and the news media weaken in the first place. Social networks such as Facebook and Twitter provide each person with optimized information, news, contacts and recommendations through artificial intelligence by observing their needs and interests. Thus, users are trapped in filter bubbles and they are not exposed to different opinions. This situation transforms each individual into a member of compact and rigid groups. In this context, cyberspace is a perfect environment to

breed the concept of post-truth.

Today, post-truth politics continues to evolve in many parts of the world. Globally, it is clear that there is a shift towards a political climate where emotions prevail over reality with less resistance than before. With the help of new media technologies and a public opinion that is far less trusting than it once was, this deluge of lies and fraud is intensifying. On the other hand, post-truth is not just an advanced practice in the political arena. At the end of the day, ethical journalism, which is an important defense mechanism against post-truth in many fields, and the fact-checking reflex have begun to be lost. This polarized world is legitimizing the fake culture day by day while the majority of society is trying to understand what is happening behind the smoke screen and the bluster. Eventually, this situation arose the need of an extensive discussion about the issue and strict regulations to restrain the beforementioned technological instruments and products within the boundaries of democracy.

Indeed, it can be observed that the debates turn around and cluster in the news media when looking deeply into the nature of the post-truth era. Loss of professional ethics in journalism practice occurred, with symptoms such as abandoning the habit of telling the truth or blindly accepting lies, myths and assumptions as absolute truth. The evolution of newsrooms, reporters and media cartels by digital news narrative and technology has caused the professional principles of journalism to be trampled on in some media headquarters. At the same time, the qualities that gave this profession its role of social control as a truth barometer have been blurred.

Companies like Facebook, Amazon, Apple, Tesla, Microsoft, Alphabet and Netflix, which are referred to as big technology companies and briefly referred to as "FAATMAN" in English, have surpassed some countries by their economic volumes. These companies are responsible for all the sins committed against the truth in every aspect of life, from elections to daily politics. This can sometimes be intentional and driven by

situational circumstances, as in the case of the American elections. Undoubtedly, it is important to control the technology giants, but not to strike at the cyber-democracy culture while doing this. This action must contain a delicate balance.

Although the post-truth phenomenon is as old as digital platforms themselves, the problem only managed to attract attention when it came to the Western public. Big technology companies such as Facebook (Meta) and Google (Alphabet) contribute to the viralization of fakes, lies and manipulations with the services and products they provide. The struggle in this field is quite limited.

Deepfake videos produced in partnership with artificial intelligence are one of the edgiest weapons for systematic reputation assassinations of the post-truth era. It is in fact one of the greatest threats to reality. Deepfake videos stand out as one of the most powerful media manipulation tools of the post-truth era. The danger of deepfake is directly proportional to the way the world societies consume the media. In the online world, a huge amount of information and media flow is received, especially through social networks. When individuals are not careful about the content they share or double-check they may have doubts about what is fake and what is genuine.

The post-truth phenomenon becomes even more alarming when we consider the impact of algorithms. Algorithms create virtual ecosystems that reflect like-mindedness and in many cases encourage people to create their own realities. Although technology offers humanity many beneficial services, critical thinking is still highly valued. If we add the short-term gains from lies, manipulations and populism to such an intolerable reality, it is understood that society has limited tools to protect democracy. Besides, when speaking in light of the current statistics that reflect the global situation, it can be concluded that trust and hatred towards news media and the content itself are uncontrollably tending to collect in a mass in two poles.

Yazar Bilgileri

Author details

*Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi,
skuzeyyildiz@aydin.edu.tr, Orcid: 0000-0001-5891-5682

Destekleyen Kurum/Kuruluşlar

Supporting-Sponsor Institutions or Organizations:

Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır. None

Çıkar Çatışması

Conflict of Interest

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır. None

Kaynak Göstermek İçin

To Cite This Article

Yıldız, S. K. (2023). Post-Truth Çağının Teknolojik Enstrümanlarına Yeni Medya Perspektifinden Eleştirel Bir Bakış. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (61), 185-199. <https://doi.org/10.47998/ikad.1219627>.