

POST-TRUTH VE SOSYAL MEDYA İLİŞKİSİNE BİBLİYOMETRİK BİR BAKIŞ

Salih TİRYAKİ
Selçuk Üniversitesi, Türkiye
salih.tiryaki@selcuk.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0002-0966-3359>

<i>Atıf</i>	TİRYAKİ, S. (2023). POST-TRUTH VE SOSYAL MEDYA İLİŞKİSİNE BİBLİYOMETRİK BİR BAKIŞ. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 15(4), 527-545.
-------------	---

ÖZ

Post-truth kavramı, sosyal medya ağlarında gerçeğin yerini yalan, asparagas ve propaganda içerikli bilginin alması ve hakikatin anlamını yitirmesi olarak tanımlanmaktadır. Bu çalışma son dönemde araştırmacıların üzerinde durduğu en önemli konuların başında gelen “post-truth ve sosyal medya” konulu araştırma makalelerinin bibliyometrik analizini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmada Web of Science veri tabanında taranan “post-truth ve sosyal medya” konulu araştırma makaleleri bibliyometrik yöntemle incelenmiş ve VOSviewer programında bibliyometrik verilerin ağ haritaları çıkarılmıştır. Çalışma sonunda post-truth ve sosyal medya konulu 185 araştırma makalesinin bulunduğu, bu alanda yapılan çalışmaların 2017 yılında başladığı belirlenmiştir. Bu çalışmalar arasında Türkiye’den 6 farklı üniversitede yer alan 8 araştırmacının yayımlanmış olduğu çalışmalar da bulunmaktadır. Diğer taraftan incelenen araştırma makalelerinde en fazla kullanılan ortak anahtar kelimeler arasında sahte haber, dezenformasyon ve misinformasyon gibi önemli konular bulunmaktadır. Çalışmalarda en az dijital okuryazarlık, haber kaynağı, gazetecilik eğitimi, dijital gazetecilik, dijital gözetim, medya kullanımı ve çevrimiçi iletişim gibi konulara değinildiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Post-Truth, Sosyal Medya, Yalan Bilgi, Bibliyometrik Analiz, Vosviewer.*

A BIBLIOMETRIC VIEW OF POST-TRUTH AND SOCIAL MEDIA RELATIONSHIP

ABSTRACT

The concept of post-truth is defined as the fact that the truth is replaced by false, misleading and propaganda information in social media networks and the truth loses its meaning. This study aims to reveal the bibliometric analysis of research articles on “post-truth and social media”, which is one of the most important issues that researchers have focused on recently. In the study, research articles on “post-truth and social media” scanned in the Web of Science database were examined by bibliometric method and network maps of bibliometric data were created in the VOSviewer program. At the end of the study, it was determined that there were 185 research articles on post-truth and social media, and the studies in this area started in 2017. Among these studies, there are studies published by 8 researchers from 6 different universities from Turkey. On the other hand, important topics such as fake news, disinformation and misinformation are among the most used common keywords in the research articles examined. It has been determined that the studies have mentioned at least digital literacy, news source, journalism education, digital journalism, digital surveillance, media use and online communication.

Keywords: *Post-Truth, Social Media, Misleading Information, Bibliometric Analysis, Vosviewer.*

GİRİŞ

Sosyal medya ağlarının gündelik yaşamın önemli bir parçası haline gelmesi beraberinde bazı olumsuz sonuçları da getirmiştir. Bu dönemde özellikle politik alanda gerçeğin gizlenmesi, çarpıtılması ve yeniden üretim süreçleriyle birlikte gerçek öznesi değerini ve anlamı yitirirken, post-truth (hakikat ötesi) bir dönemin de kapıları açılmıştır (McIntyre, 2018; Aydın, 2020).

Post-truth çağı, etrafımızdaki dünyayı nasıl anlamlandırdığımızı etkileyen birkaç uzun döngülü eğilim nedeniyle ortaya çıkmıştır (Modreanu, 2017). Post-truth kavramı, günümüzün en sık kullanılan ama tanımlama ve anlam noktasında en az fikir birliği olan kavramlardan biridir. Post-truth'un tamamen yeni bir şey mi yoksa her zaman bizimle olan bir şey mi olduğu konusunda çok az fikir birliği bulunmaktadır. Kavram üzerinde fikir birliği noktasında anlaşma sağlanamasa da post-truth'un yeni bir "fenomen" olarak literatürdeki yerini aldığı araştırmacılar tarafından kabul edilmektedir (Foroughi, vd., 2019). Post-truth üzerinde yürütülen tartışmaların odağında sosyal medya ağlarında yalan/yanlış bilgilerin yayılımı üzerinde sıkça tartışılan konuların başında gelmektedir. Bu konuda yapılan çalışmalar özellikle sosyal medya ağlarında yalan/yanlış bilginin dolaşıma sokulması ve buna veren tepkilere odaklanmaktadır.

Post-truth çağında öznenin anlamını yitirdiği, gerçekliğin bulanıklaştığı bir döneme girilmiştir. Bu dönemde bilginin gerçekliğinden öte duyguların devreye girdiği ve kitleleri etkileme noktasında duygularla hareket edildiği bir çağ başlamıştır. Post-truth çağın temeli politika gibi gözükse de aslında toplumun tüm katmanları post-truth çağın temel özneleriyle hareket etmektedir. Bu hareket kimi zaman aktif konumunda etkileyici pozisyonunda olurken, kimi zaman da pasif konumunda etkilenen pozisyonunda yer almasıyla sonuçlanmaktadır. Post-truth tartışmaları özellikle 2016 ABD Başkanlık Seçimlerinden sonra araştırmacıların ilgisini çekmiş ve bu dönemden sonra post-truth çalışmalarına hız verilmiştir.

Bu çalışma, post-truth kavramının yarattığı gerçeklik içerisinde sosyal medya ağlarına odaklanan çalışmaları incelemektedir. Çalışmada, post-truth ve sosyal medya arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmaların bibliyometrik özelliklerinin ortaya çıkarılması ve böylece post-truth ve sosyal medya arasındaki tartışmalarda araştırmacıların odaklandığı veya odaklanmadığı noktaların belirlenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada post-truth kavramına genel bir bakış açısı sunulduktan sonra post-truth ve sosyal medya ilişkisine ilişkin değerlendirmeler yapılacaktır. Çalışmanın uygulama bölümünde ise Web of Science veri tabanında taranan dergilerde yayımlanmış post-truth ve sosyal medya arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmaların bibliyometrik özellikleri incelenecektir.

HAKİKATİN SONRASINA BAKMAK: POST-TRUTH KAVRAMI

Son yıllarda yanlış bilginin büyük ölçüde yayılması ve kabulü, bilimsel iddiaların reddedilmesi ve daha fazlası dahil olmak üzere "post-truth" (hakikat

sonrası) yaygın görüşler, artan kamuoyu tartışmalarının ve endişelerinin odak noktası haline gelmiştir (McIntyre, 2018). Post-truth kavramı, hakikate ve neyin doğru olduğunu bilmenin güvenilir yollarına aldırış edilmediğini yansıtan sosyal eğilimleri kötülemek için kullanılmaktadır (Barzilai ve Chinn, 2020). Oxford Sözlüğü 2016 yılında “yılın sözü” olarak seçtiği post-truth kavramını, “Nesnel gerçeklerin kamuoyunu şekillendirmede duygulara ve kişisel inanca hitap etmekten daha az etkili olduğu durumlarla ilgili veya bunları ifade eden koşullar” olarak tanımlamaktadır (Oxford Sözlüğü, 2016). Kavramın temeline bakıldığında, post-truth kavramındaki “post” ön eki, hakikatten “sonra” meydana gelen kronolojik bir gönderme değildir. Bunun yerine bu ön ek, hakikatin artık gerekli olmadığını, hakikatin geçerliliğini yitirdiğini ve hakikatin eski haline geldiğinde yerini yeni bir gerçeğin aldığını ifade eden bir gerçekle ilgili olarak kabul edilmektedir (Bufacchi, 2021).

Post-truth çağında, neyin bilindiği, nasıl bilineceği ve kime güvenileceği konusunda yaygın bir kafa karışıklığı ve anlaşmazlık bulunmaktadır (Chinn, vd., 2021; Kalpokas, 2019). Post-truth, her şeyden önce bir düzenleme aracı, karmaşık bir dünyada düzen yaratmanın ve olup biteni anlamlandırmanın aracı olarak hizmet eden bir kavramdır. Herhangi bir düzenleme aracı gibi, olumsal ve değer yüklüdür ve gerçekliğin bazı yönlerine ışık tutarken bazılarını karartmaktadır (Braun, 2019). Post-truth kavramının içerisindeki muğlaklık beraberinde potansiyel olarak yanıltıcı çelişkileri de getirmektedir. Kavram ilk olarak, gerçeğin iki farklı ama ilişkili biçimini içermektedir. Post-truth kavramı bir yanda dürüstlük ve diğer yanda olgusallık ve bilgi gibi farklı kavramları içerisinde barındırmaktadır. Post-truth kavramı ikinci olarak, diğer büyük dönemleştirici kavramlara (örneğin, modernite ve modernizm, postmodernite ve postmodernizm; endüstriyel ve post-endüstriyel; geleneksel ve post-geleneksel) benzer tanımsal problemler sunmaktadır. Kavram, bazen hakikatin ötesinde, hakikatten daha uzak olamayacak olan hakikatten sonra veya hakikatsiz bir zaman olarak yorumlanmaktadır (Harsin, 2018). Bu da post-truth kavramının doğasında olduğu gibi anlamında da çelişkiler barındırdığını göstermektedir.

Post-truth çağda, yanlış bilgilendirmeye gerçeklerle karşı koymak oldukça önemli hale gelmiştir. Çünkü bu dönemde ya yanlış bilgilendirmeye karşı koymaya çalışırız ya da teslim oluruz. Bu dönemde, asılsız iddiaların ve üretilmiş gerçeklerin kamu politikasını ve karar alma sürecini yönlendirmesine izin dahi izin verilmektedir (Lockie, 2017; Peters, 2017). Post-truth çağında iletilen görüşler, rahatsız edici niteliktedir. Çünkü yanlış bilgi, söylentiler ve komplo teorileri, bu kararların risklerinin giderek arttığı bir zamanda, insanların akıllıca sağlık, çevresel, politik, sosyal ve ekonomik kararlar alma yeteneklerine ciddi şekilde zarar verebilmektedir (Barzilai ve Chinn, 2020). Bu dönemde doğru ile yanlış, gerçek ile sahte arasındaki ilişki bulanıklaşmıştır. Post-truth çağda üretilen bilgiye yönelik çelişkiler aslında günümüz ağ toplumun genel karakteristiğini de

yansıtmaktadır.

SOSYAL MEDYA ÇAĞINDA POST-TRUTH DÖNEM

Demokrasilerdeki kitle iletişim araçları, dijital çağda bir akış halinde işlemektedir. Teknolojiler ve internet, küresel olarak bilgiye erişmeyi, paylaşmayı ve üretmeyi daha hızlı, daha ucuz ve daha kolay hale getirmiştir (Carson ve Farhall, 2018). Bilgi, güç ve özneliğin dağınık, geçici ve sınırsız kesişen ilişkilerinden oluşan sosyal medya, çoğu zaman bilimsel olanlar da dahil olmak üzere tüm bilgi ve varlıkların dönüştürülmesi ve yeniden icat edilmesi için öngörülemez bir kapasite sağlamaktadır. Başka bir deyişle, bu yaşanmış bilgi/iktidar mücadelesi ve kimlik çekişmesi bağı içinde fikirler, inançlar, ilkeler ve maddi şeyler şekillendirilebilir ve yeniden şekillendirilebilir. Bu nedenle sosyal medya, post-truth dönemin en önemli özelliklerini ve özelliklerini taşıyan unsurların başında gelmektedir (Koro-Ljungberg, vd., 2019). Post-truth çağın doğuşu, yani alternatif medya ve sosyal medya ağlarının ortaya çıkışı, çok sayıda demagojiyi, yalanı, aldatmacayı, yalan haberi ve komplo teorilerini, propaganda ve manipülasyon bu ağların temel özellikleri haline getirmiştir. Dezenformasyonun yayılması ve birey, toplum ve siyaset üzerindeki etkileri günümüzün en çok tartışılan konuları arasında yer almaktadır. Dijital medyanın ortaya çıkışı, diğer şeylerin yanı sıra, halkın geleneksel (ana akım) medyaya olan güveninin azalmasına ve tersine alternatif bilgi kaynaklarına yönelmesine yol açmıştır (Moravčíková, 2020).

Post-truth kavramının değişen güç ilişkileri ve stratejileriyle ilgili tarihsel ve kültürel yönü, onu iletişim çalışmalarının merkezi haline getirmiştir (Harsin, 2018). Öncelikle iletişim araçlarıyla ilgili her dönemde temel kaygıların başında doğruluk veya gerçeklik gelmektedir (Gunkel, 2019). Teknoloji ve medya araçlarında yaşanan son yıllardaki önemli değişiklikler ve değişimler, gerçekliği her zamankinden daha hızlı bir şekilde yeniden şekillendirebilir hale gelmesine yol açmıştır. İnternet ve özellikle sosyal medya ile, ana akım kurumlar ve haber medyası, içerik üreticilerinin çoğalması nedeniyle gerçeklik inşasındaki konumlarının önemli bir bölümünü kaybetmiştir. Bu nedenle, İnternet başlangıçta bir demokratikleşme aracı olarak algılanmasına rağmen (örneğin, Arap Baharı veya Habermas'ın kamusal alanının gerçek cisimleşmesi), birey ve toplum üzerindeki etkileri, etkinin karmaşık olduğunu ve bu karmaşıklığın bazen olumsuz etkilere neden olduğunu göstermektedir (Salgado, 2018; Yegen, Ayhan ve Demir, 2022).

Post-truth çağında sosyal medya, “hakikat” kavramını içe doğru çökerten ve geleneksel olarak “gerçekler” olarak çerçevelenen şeylerden kasıtlı olarak uzaklaştıran söylem birliği oluşturmasına yardımcı olmaktadır. Bu da sosyal medyanın, yalnızca kendileriyle ilişkili olarak doğru olan ve aslında onları gizlemek, ortadan kaldırmak için tasarlanmış, içsel olarak tutarlı “gerçeğin” söylemlerinin yaratılmasını kolaylaştıracak şekilde veya neyin gerçek

olduğu kavramını merkezden uzaklaştırmak üzerine işleyen sonsuz sayıda ağ yaratabileceği anlamına gelmektedir. Bu ağlarda olaylar baştan sona yaratılabilir veya bir anlatıya uyması için uydurulmuş söylemler kullanılarak öznenin ahlakıyla uyumlu olacak şekilde çerçeveselenebilir (Sawyer, 2018). Post-truth çağda, bilgiye güvenmek her zamankinden daha zor hale gelmiştir. Sosyal medya ağlarında haber içeriklerinin bilgiden çok eğlence ile ilgili hale gelmesi ve tüketicilerin artık görüşlerinin sorgulanmaması ve pekiştirilmesi için bu ağları tekdüze bir yapı içerisine sokmuştur. Bu dönemde sosyal medya ortamı, onu tüketen insanları tanımlayarak daha kabilesel hale gelmiştir. Bu ortamın yanı sıra, sahte/yalan haberler internetin ayrılmaz bir gerçekliği olarak öne çıkarmış ve bu da gerçeği bilimsel olmaktan çok göreceli bir kavram haline getirmiştir. Post-truth çağda sosyal medya ağlarını kullanmak, gerçeğe ulaşmak isteyen kullanıcılar için daha da karmaşık bir sürecin içerisine girmesine neden olmuştur (Barton, 2019). Post-truth dönemi olarak adlandırılan sosyal medya çağında (Bufacchi, 2021), ana akım medyanın sosyal medya ağlarındaki bazı unsurlarla iş birliği yaparak yalan bilgi yaymaya, yarı gerçekleri aktarmaya, aldatmaya, propaganda ve sahte haberlerle yanlış bilgileri yaygınlaştırmaya devam etmektedir (Okoro ve Emmanuel, 2018).

Bu tür kasıtlı yanlış bilgilerin, her türlü sosyal sorun için yüksek teknoloji bir kurtarıcı olarak müjdelenen sosyal medya ağlarında gelişebilmesi, post-truth ile veri odaklı ilişki arasındaki diyalektik gerilime işaret etmektedir. Çünkü post-truth bir toplum, son yıllarda içinde yaşadığımız veri odaklı (ya da daha doğrusu veri merkezli) sosyal ve politik hayatın odak noktasında toplumun mantıksal bir sonucu olarak kabul edilmektedir (Shelton, 2020). Post-truth, gerçeğin zamanının geçtiğini öne süren ‘post’ ön ekiyle çığır açan bir değişimi ifade ederken, sosyal medya ağlarının günümüz toplumunu veri odaklı bir yapı haline getirmesi aynı zamanda yanlış bilgilerin hızlı bir tamamlayıcısı ve yayılımcısı olarak günümüz toplumunun tanımlanmasına da yol açmıştır. Sosyal medya çağında, post-truth ve yanlış bilgi kavramları gerçeğin göz ardı edilirken duygusal çekiciliğin arttığı bir dönemi ortaya çıkarmıştır (Corner, 2017; Barton, 2019; McDermott, 2019; Jaques, vd., 2019).

Genel olarak post-truth çağında durum, doğru bilgi edinme olasılıklarını ortaklaşa ortadan kaldıran birbiriyle bağlantılı birkaç eğilimle ilişkilendirilmiştir. Bu dönemde, yanlış bilgilendirme ve dezenformasyonun yaygınlığı ve etkisi, yerleşik iddiaların reddi, kişisel inanç ve deneyimi gerçeklerin ve kanıtların üzerinde tutmak, gazetecilik ve bilim gibi kurumsal bilgi sağlayıcılarına olan güvenin azalması, bilgi tüketiminde artan parçalanma ve kutuplaşma artmaya başlamıştır (Barzilai ve Chinn, 2020: 108-109). Bu dönemde artan görüş ayrılıkları ve kutuplaşma beraberinde ilişkiler arasındaki güvensizlikleri de getirmiştir. Bu dönemde bilgiye olan güvensizlik topluma da yansımış ve ağ toplumu güvensizlik üzerine inşa edilen bir yapıya bürünmüştür.

METODOLOJİ

Bu çalışma Web of Science veri tabanında yer alan “post-truth ve sosyal medya” konulu araştırma makalelerini bibliyometrik yöntemle incelemiştir. Bibliyometrik yöntem, bir araştırma alanının ortaya çıkışını tespit etmek ve araştırmak için temel ancak etkili bir yöntem olarak kabul edilmektedir (Zhang, vd., 2016). Bibliyometri, yayınlar aracılığıyla yapılan akademik iletişimin istatistiksel analizidir (Vogel, 2014). Bibliyometrik analizde çalışmaların verileri, çok büyük ve doğası gereği nesnel (örneğin, alıntılarının ve yayınların sayısı, anahtar kelimelerin ve konuların oluşumu) olma eğilimindedir. Bibliyometrik analiz, büyük hacimli yapılandırılmamış verileri titiz bir şekilde anlamlandırarak kümülatif bilimsel bilgiyi ve köklü alanların evrimsel nüanslarını deşifre etmek ve haritalamak için kullanılmaktadır. Bu nedenle, iyi yapılmış bibliyometrik çalışmalar, bir alanı yeni ve anlamlı yollarla ilerletmek için sağlam temeller oluşturabilir. Bibliyometrik çalışmalar, akademisyenlere (1) bir noktadan genel bir bakış elde etme, (2) bilgi boşluklarını belirleme, (3) yeni türetme olanağı sağlama, araştırma fikirleri ve (4) alana amaçlanan katkılar hakkında bilgi sağlamaktadır (Donthu, vd., 2021). Bu çalışmada, sosyal medya ağlarında post-truth dönemi inceleyen çalışmalardan yola çıkarak, bu çalışmaların bibliyometrik bir görüntüsünün sunulması amaçlanmıştır. Böylece alanda yapılan çalışmalara ilişkin genel bir değerlendirme sunulması, odaklanılan ve gözden kaçırılan noktaların ortaya konulması ve bu dönemin genel özelliklerine ilişkin genel bir değerlendirme yapılması amaçlanmıştır.

Bu çalışmada Web of Science veri tabanında yer alan post-truth ve sosyal medya konulu araştırma makaleleri incelenmiştir. İlk yapılan taramada 224 çalışma olduğu belirlenmiş, daha sonra makale ve SSCI, SCI-EXP, AHCI ve ESCI indekslerinde taranan dergilerde yer alan makalelerle çalışmanın sınırlandırılmasıyla 185 araştırma makalesi olduğu belirlenmiştir. Çalışmada Web of Science’ın seçilme sebebi, Web of Science’ın çok çeşitli akademik alanlardaki en iyi yayınları kapsayan, indekslenen makalelerin yüksek kalitede olmasını sağlayan, 1900’den günümüze en büyük arşivlerden biri durumunda olmasıdır (Rey-Marti ve diğerleri 2016).

Çalışmada Web of Science veri tabanından 30 Mayıs 2023 tarihinde elde edilen 185 çalışmanın bibliyometrik verileri VOSviewer analiz programında görselleştirilmiştir. VOSviewer, araştırma çıktılarının bibliyometrik verilerini anlamlı görsel haritalar haline gelerek karşılaştırma yapılmasını sağlayan bir ağ analizi programıdır (van Eck ve Waltman, 2017). VOSviewer, akademik çalışmaların bibliyometrik verilerinin ağ haritasının çıkarılması ve anlamlı görseller haline getirilmesi için araştırmacılar (Toksarı, 2022; Demir ve Öztürk, 2023; Öztürk ve Demir, 2023; Saf, 2023a; Saf, 2023b) tarafından son yıllarda sıkça kullanılmaktadır. VOSviewer programıyla karmaşık bibliyometrik veriler bir bütün halinde ve okuyucuların anlayabileceği gibi sadeleştirilmektedir. Bu

çalışmada da ortaya çıkan verilerin anlamlı bir şekilde sunulması için VOSviewer programından yararlanılmıştır. Bu çalışmada incelenen araştırma makalelerinin, yazar, atıf, üniversite, ülke, dergi, yıl, çalışma alanı, ortak kelime analizi gibi verileri VOSviewer programıyla görselleştirilmiştir.

BULGULAR

Post-truth ve sosyal medya anahtar kavramları kullanılarak Web of Science üzerinden yapılan aramada toplam 224 çalışma olduğu belirlenmiştir. Bu çalışmaların “makale” ve “SSCI (87), SCI-EXP (11), ESCI (84) ve AHCI (13)” indekslerinde taranan dergilerde yayımlanan çalışmalar olarak sınırlandırılmasıyla toplam 185 çalışma olduğu belirlenmiştir.

Tablo 1: Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı

Yayın Yılı	Sayı	Yüzde
2019	39	21.081%
2021	35	18.919%
2020	33	17.838%
2022	31	16.757%
2018	28	15.135%
2017	10	5.405%
2023	9	4.865%

Kaynak: Web of Science, (2023).

Post-truth ve sosyal medya konulu araştırma makalelerinin yayımlandığı yıla göre dağılımı gösteren Tablo 1'e bakıldığında çalışmaların 2017 yılında başladığı belirlenmiştir. En fazla çalışma (39) ise 2019 yılında yayımlanmıştır. COVID-19 pandemi döneminde gerçekliğe ilişkin algılar ve sosyal medya ağlarında yayılan yanlış bilgilerden dolayı bu dönemde çalışmaların yoğunluk kazandığı tahmin edilmektedir. Sosyal medya ağlarının post-truth döneminin kapılarını açtığı varsayımına rağmen çalışmaların oldukça yeni olduğu görülmektedir. 2023 yılına bakıldığında ise post-truth ve sosyal medya konulu çalışmaların ilk 6 ayda toplam 9 çalışma yapıldığı belirlenmiştir.

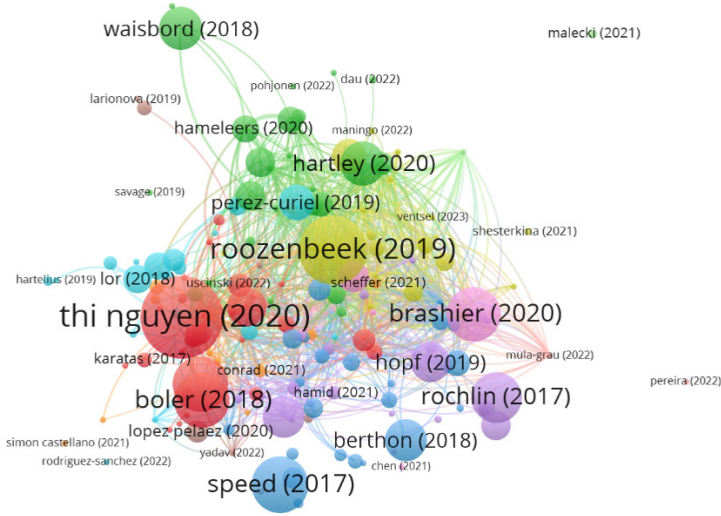
Tablo 2: İncelenen Makalelerin Çalışma Alanlarına Göre Dağılımı

Çalışma Alanı	Sayı	Ortalama
İletişim	65	35.135%
Bilgi Bilimi Kütüphane Bilimi	19	10.270%
Politika Bilimi	17	9.189%
Sosyal Bilimler Disiplinlerarası	12	6.486%

Sosyoloji	9	4.865%
Eğitim Eğitim Araştırması	8	4.324%
Beşerî Bilimler Multidisipliner	8	4.324%
Felsefe	5	2.703%
Psikoloji Multidisipliner	5	2.703%
Bilgisayar Bilimi Bilgi Sistemleri	4	2.162%
Dil Dilbilimi	4	2.162%
Kanun	4	2.162%
Yönetmek	4	2.162%
Kamu Yönetimi	4	2.162%
Alan çalışmaları	3	1.622%
İşletme	3	1.622%
Bilgisayar Bilimi Yapay Zekâ	3	1.622%
Çevre Çalışmaları	3	1.622%
Coğrafya	3	1.622%
Psikoloji Deneysel	3	1.622%
Tiyatro	3	1.622%
Bilgisayar Bilimi Yazılım Mühendisliği	2	1.081%
Uluslararası ilişkiler	2	1.081%
Multidisipliner Bilimler	2	1.081%
Bölgesel Şehir Planlaması	2	1.081%
Sosyal çalışma	2	1.081%

Kaynak: Web of Science, (2023).

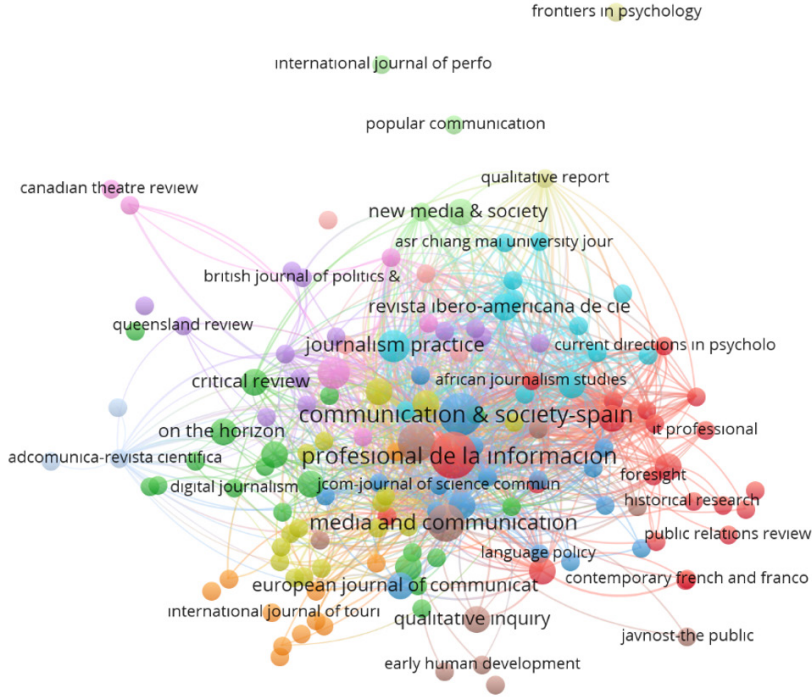
Post-truth ve sosyal medya konulu araştırmaların yayımlanmış olduğu Web of Science kategorilerine bakıldığında 54 farklı disiplinde çalışma yapıldığı belirlenmiştir. Tablo 2’de bilim alanları içerisinde en az 2 çalışma yayımlanmış olan disiplinler yer almaktadır. Bu çalışmalar içerisinde en fazla (64) “iletişim” temel alanında çalışma yapıldığı görülmektedir. İkinci sırada ise Bilgi Bilimi Kütüphane Bilimi (19) gelmektedir. Görüldüğü gibi “post-truth ve sosyal medya” konulu araştırmalar çok boyutlu ve çeşitli disiplinler içerisinde değerlendirilmektedir. Konunun “sosyal medya” ağlarıyla sınırlandırılması ve post-truth dönemin sosyal medyayla ilişkilendirilmesinden dolayı en fazla çalışma iletişim bilimleri alanında gerçekleştirilmiştir.



Şekil 1. En Fazla Atıf Yapılan Çalışmaların Dağılım Haritası

Kaynak: VOSviewer 1.6. Analiz Programı, (2023).

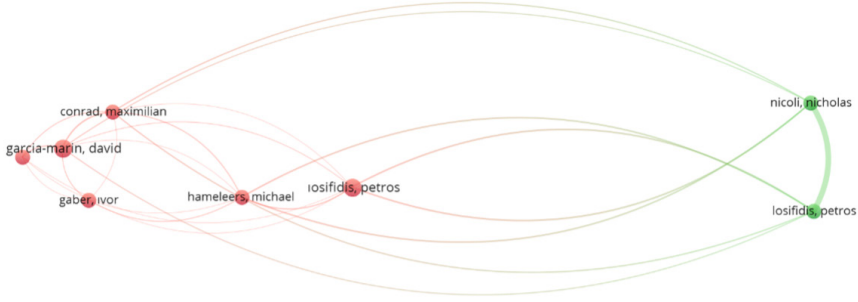
Post-truth ve sosyal medya konulu araştırmaların alanda yeni olması atıfların da belirli çalışmalar üzerine yoğunlaşmasına neden olmuştur. Bu alanda özellikle iletişim çalışmalarında kavramlara ilişkin araştırma yapılması, iletişim konulu makalelerin atıf sayısına da yansımıştır. Şekil 1’de en fazla atıf alan çalışmaların dağılımına bakıldığında, grafiğin merkezinde Thi C. Nguyen’in (2020) “Echo chambers and epistemic bubbles” isimli çalışması yer almaktadır. Bu çalışmaya Web of Science atıf sistemine göre toplam 191 atıf yapılmıştır. Nguyen (2020) çalışmasında, sosyal medyanın kapalı epistemik alanlarında oluşan post-truth ve sahte haber fenomenine odaklanmıştır. İkinci sırada ise Roozenbeek ve Van Der Linden’in (2019) “The fake news game: actively inoculating against the risk of misinformation” isimli çalışması yer almaktadır. Bu çalışmaya şu ana kadar toplam 134 atıf yapılmıştır. Roozenbeek ve Van Der Linden (2019) çalışmalarında Avrupa’da mülteci krizi hakkında bir haber makalesi oluşturmakla aktif olarak görevlendirilen sahte haber oyunu geliştirmiş ve sonuçların sahte haber oyunu oynamanın, sahte haber makalelerinin algılanan güvenilirliğini ve ikna ediciliğini azalttığını tespit etmiştir.



Şekil 2. En Fazla Çalışma Yayımlayan Dergilerin Dağılımı

Kaynak: VOSviewer 1.6. Analiz Programı, (2023).

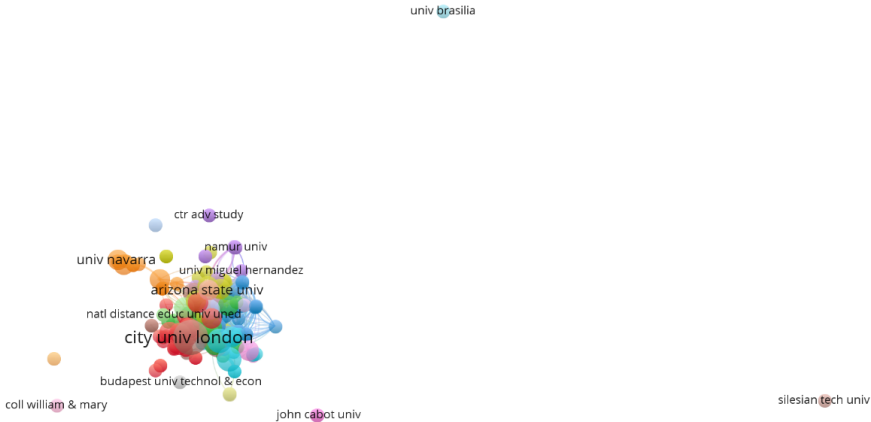
Şekil 2’de post-truth ve sosyal medya konulu makalelerin yayımlandığı dergilerin ağ haritaları gösterilmektedir. Bu çalışma kapsamında incelenen 185 makalenin 150 farklı dergide yayımlandığı belirlenmiştir. İncelenen dergiler arasında en fazla yayın Profesional De La Informacion isimli dergide yayımlanmıştır. Bu dergide yayımlanmış olan 6 makaleye toplam 48 atıf yapılmıştır. İncelenen dergiler arasında en fazla atıf alan dergi konumunda ise Thi C. Nguyen’in (2020) “Echo chambers and epistemic bubbles” isimli çalışmasının yayımlanmış olduğu Episteme dergisi yer almaktadır. Bu derginin post-truth ve sosyal medya konulu yayımlanmış olduğu tek çalışmaya toplam 191 atıf yapılmıştır.



Şekil 3. En Fazla Çalışma Yayımlayan Araştırmacıların Dağılımı

Kaynak: VOSviewer 1.6. Analiz Programı, (2023).

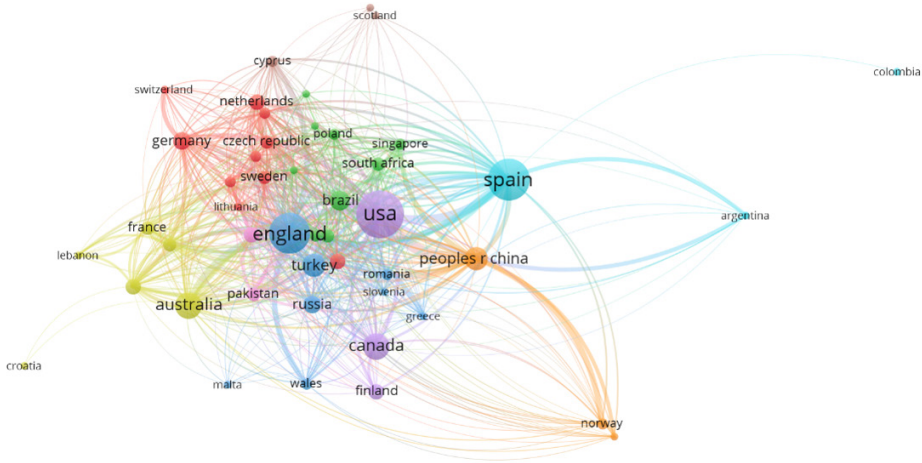
Şekil 3'te post-truth ve sosyal medya konulu çalışma yapan araştırmacıların dağılımı gösterilmektedir. Bu çalışma kapsamında incelenen 185 makaleyi, ortak yazarlı çalışmalarla birlikte toplam 352 araştırmacının yayımladığı belirlenmiştir. Ağ haritasının daha anlaşılır hale getirmek için en az 2 çalışma yayımlamış olan araştırmacılar ağa dahil edilmiş ve 9 araştırmacının 2 ve daha fazla yayım yaptığı belirlenmiştir. Bu yazarlar arasında Petros Iosifidis ve David Garcia-Marin 3'er çalışma yayımlamıştır. Iofidisin'in (2018;2019;2020) yayımlamış olduğu çalışmalara toplam 46 atıf yapılmıştır. Garcia-Marin'in (2019; 2021; 2022) yayımlamış olduğu çalışmalara ise toplam 29 atıf yapılmıştır.



Şekil 4. Araştırmacıların Yer Aldığı Üniversitelere Göre Makalelerin Dağılımı

Kaynak: VOSviewer 1.6. Analiz Programı, (2023).

Şekil 4'te incelenen 185 araştırma makalesini yayımlamış olan 352 araştırmacının yer aldığı üniversitelerin dağılımı yer almaktadır. Bu dağılım içerisinde 352 araştırmacının 232 farklı kurumda çalıştığı belirlenmiştir. Bu üniversiteler içerisinde en fazla makale (6) Londra Şehir Üniversitesi'nde yer alan araştırmacılar tarafından yayımlanmıştır. Bu üniversitede yer alan araştırmacıların yayımlamış olduğu makalelere 77 atıf yapılmıştır. En fazla atıf (191) ise Thi C. Nguyen'in yer aldığı kurum olan Utah Valley Üniversitesi'ne yapılmıştır. Şekil incelendiğinde Türkiye'den de araştırmacıların/üniversitelerin yer aldığı belirlenmiştir. Türkiye'de post-truth ve sosyal medya konulu makale yayımlayan üniversiteler arasında Hacettepe Üniversitesi (2), Mersin Üniversitesi (2), İstanbul Bilgi Üniversitesi (1), İstanbul Gelişim Üniversitesi (1), Selçuk Üniversitesi (1) ve İstanbul Üniversitesi'nin (1) yer almaktadır.

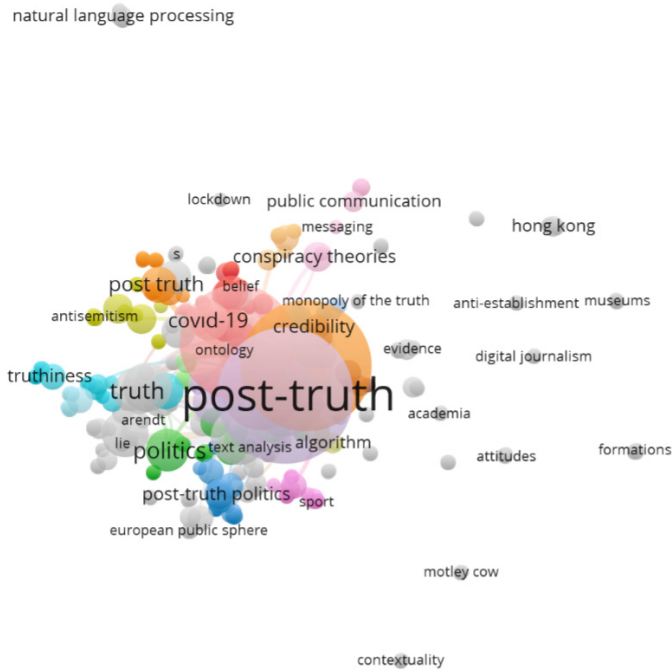


Şekil 5. En Fazla Makale Yayımlayan Araştırmacıların Yer Aldığı Ülkeler

Kaynak: VOSviewer 1.6. Analiz Programı, (2023).

Şekil 5'te 185 araştırma makalesi yayımlayan 352 araştırmacının yer aldığı ülkelerin dağılımı gösterilmektedir. Bu araştırmacıların yer aldığı 48 farklı ülkenin olduğu belirlenmiştir. Bu ülkeler arasında en fazla (34) çalışma Amerika Birleşik Devletleri'nde yer alan araştırmacılar tarafından yayımlanmıştır. Bu ülkede yer alan araştırmacıların yayımlamış olduğu çalışmalara toplam 558 atıf yapılmıştır. İspanya'da yer alan araştırmacıların yayımlamış olduğu çalışmaya toplam 166 atıf yapılırken, İngiltere'de yer alan araştırmacıların yayımlamış olduğu 25 araştırmaya 415 atıf yapılmıştır. Türkiye'ye bakıldığında ise 8 makale

olduğu ve bu çalışmalara toplam 21 atıf yapıldığı belirlenmiştir. Bu sonuçlar da göstermektedir ki Amerika Birleşik Devletleri ve Batılı ülkeler post-truth dönemi incelemeye özel önem gösterirken, Türkiye’de bu alanda yapılan çalışmaların geride kaldığı belirlenmiştir. Özellikle Amerika Birleşik Devletleri’nde seçim dönemlerine ilişkin sosyal medya ağlarında yapılan değerlendirmeler, Batılı ülkelerde yine seçim ve pandemi dönemine ilişkin çalışmalar yoğunluk kazanmıştır. Bu da Türkiye’de yer alan araştırmacılar bu konuya özel önem vermesi gerektiğini göstermektedir.



Şekil 6. Çalışmalarda En Fazla Kullanılan Ortak Anahtar Kavramlar

Kaynak: VOSviewer 1.6. Analiz Programı, (2023).

Şekil 6’da post-truth ve sosyal medya konulu 185 araştırma makalesinde kullanılan “ortak anahtar kavramlar” gösterilmektedir. 185 çalışmada 604 ortak anahtar kelimenin kullanıldığı belirlenmiştir. Çalışmada grafiğin merkezinde de görüldüğü gibi post-truth (82), sosyal medya (75), sahte haber (59), dezenformasyon (29) ve misenformasyon (25) kelimelerinin sıklıkla kullanıldığı belirlenmiştir. Bu da özellikle iletişim alanında yapılan post-truth ve sosyal medya üzerine çalışmaların, sahte haberin dezenformasyon ve misenformasyon üzerindeki rollerine odaklandığını göstermektedir. Diğer taraftan bu ortak anahtar kavramlar arasında dikkat çekici az kullanılan anahtar kelimeler de

bulunmaktadır. Bu kavramlar arasında, dijital okuryazarlık, haber kaynağı, gazetecilik eğitimi, dijital gazetecilik, dijital gözetim, medya kullanımı ve çevrimiçi iletişim bulunmaktadır.

SONUÇ

Yanlış bilginin yayılımı ve toplum içerisindeki kabul ve öneminin artmasıyla birlikte post-truth kavramı önemli bir fenomen olarak gündelik yaşamı etkilemeye başlamıştır (McIntyre, 2018). Post-truth çağda, yanlış, sahte bilgilerin yayılımının artması, bilimsel gerçeklerin ve kanıtların toplum tarafından reddinin hızlanması gibi birçok süreç üzerinde sosyal medya ağlarının etkin rolü öne çıkmaktadır. Bu rol içerisinde sosyal medya ağlarında politikacıların ve destekçilerinin duygusal bağlarla post-truth süreci hızlandırması veya gazetecilikte yanlış/sahte haberinin yayılımı önemli bir sorun haline gelmeye başlamıştır.

Sosyal medya ağlarının içerisinde yaşanan gerçeklik süreçleri birçok olguyu da beraberinde getirmiştir. Bu süreçte her türlü yalan, yanlış, propaganda içerikli teoriler temel özne durumuna gelmiştir. Bu ağlarda habercilik işlevinin artmasıyla birlikte geleneksel kitle iletişim araçlarına olan güven de azalmış ve sosyal medya ağları toplumun bilgi ve haber alma ihtiyacını karşılayan temel aktörler konumuna gelmiştir (Moravčíková, 2020). Bu çalışma, günümüzün post-truth çağında post-truth ve sosyal medya arasındaki ilişkiyi somutlaştırma amacıyla yapılan çalışmaların bibliyometrik bir analizini ortaya koymuştur. Çalışmada Web of Science veri tabanında taranan dergilerde yayımlanmış ve SSCI, SCI-EXP, AHCI ve ESCI gibi yüksek kaliteli indeksler olarak kabul edilen dergilerde yer alan 185 makale incelenmiştir.

Yapılan inceleme sonucunda post-truth ve sosyal medya ilişkisini inceleyen çalışmaların oldukça yeni olduğu belirlenmiştir. Post-truth kavramının 2016 yaygınlık kazandığı düşünüldüğünde bu olası sonucun çıkması normal gözükmemektedir. Post-truth ve sosyal medyaya odaklanan çalışmalar 2017 yılında başlamış ve bu tarihten itibaren hız kazanarak çalışılmaya başlanmıştır. Diğer taraftan post-truth ve sosyal medya ilişkisinin en çok çalışıldığı alanların başında iletişim (64) geldiği belirlenmiştir. Bu alanda yapılan çalışmaların özellikle sosyal medya ve fake haber üzerine odaklandığı görülmektedir.

Post-truth ve sosyal medya arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalara yayımlayan dergilere bakıldığında oldukça çeşitli dergilerin olduğu belirlenmiştir. 185 makalenin 150 farklı dergide yayımlanması, post-truth çalışmalarının son dönemde hız kazanmasından kaynaklı olduğu belirlenmiştir. Çünkü bu alanda daha özel dergilerin yerine çalışmaların daha genel ve kapsayıcı dergiler tercih edilmiş ve çalışmaların yayımlandığı dergilerin çeşitliliği artmıştır. Diğer taraftan 185 çalışmanın 352 farklı araştırmacı tarafından hazırlanmış olması da bu alanda yaşanan çok boyutluluğu göstermektedir. Ortak yazarlarla birlikte ve farklı disiplinleri de kapsayacak şekilde hazırlanan bu çalışmalar konunun çok

boyutluluğunu göstermektedir. Diğer taraftan bu araştırmacıların yer aldığı kurumlara bakıldığında 232 kurum olduğu belirlenmiş ve Türkiye’den de 6 üniversitenin ve 8 araştırmacının listede yer aldığı tespit edilmiştir. Bu da Türkiye’deki araştırmacıların konuya yakın ilgi duyduğunu göstermektedir.

İncelenen 185 çalışmada kullanılan ortak anahtar kelimelere bakıldığında, post-truth ve sosyal medya arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmaların odaklanmayı tercih etmediği önemli konu başlıkları olduğu belirlenmiştir. Çalışmalar, sahte haber, dezenformasyon ve misenformasyon gibi önemli noktalara değinirken, özellikle dijital okuryazarlık, haber kaynağı, gazetecilik eğitimi, dijital gazetecilik, dijital gözetim, medya kullanımı ve çevrimiçi iletişim gibi konulara odaklanılmadığı belirlenmiştir. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda özellikle post-truth ve sosyal medya ilişkisini anlamlandırabilmek için dijital okuryazarlık üzerine çalışma yürütülebileceği gibi bu ağlarda haber kaynaklarının rolü, gazetecilik eğitimi ve medya kullanımı gibi noktalar hakkında da çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

Aparici, R., Garcia-Marin, D., ve Rincon-Manzano, L. (2019), Fake News, Hoaxes and Trending Topics. Anatomy and Strategies of Disinformation in The Catalan Crisis, *Profesional De La Informacion*, 28(3). 1-16.

Aydın, A. F. (2020), Post-Truth Dönemde Sosyal Medyada Dezenformasyon: Covid-19 (Yeni Koronavirüs) Pandemi Süreci, *Asya Studies*, 4(12), 76-90.

Barton, C. C. (2019), Critical Literacy in The Post-Truth Media Landscape. Policy, *Futures in Education*, 17(8), 1024-1036.

Barzilai, S., ve Chinn, C. A. (2020), A Review of Educational Responses to the “Post-Truth” Condition: Four Lenses On “Post-Truth” Problems, *Educational Psychologist*, 55(3), 107-119.

Braun, K. (2019), Unpacking Post-Truth, *Critical Policy Studies*, 13(4), 432-436.

Bufacchi, V. (2021), Truth, Lies and Tweets: A Consensus Theory of Post-Truth, *Philosophy & Social Criticism*, 47(3), 347-361.

Carson, A., ve Farhall, K. (2018), Understanding Collaborative Investigative Journalism in A “Post-Truth” Age, *Journalism Studies*, 19(13), 1899-1911.

Chinn, C. A., Barzilai, S., ve Duncan, R. G. (2021), Education for A “Post-Truth” World: New Directions for Research and Practice, *Educational Researcher*, 50(1), 51-60.

Corner, J. (2017), Fake News, Post-Truth and Media–Political Change, *Media, Culture & Society*, 1(8), 1–2.

- Demir, Y. ve Öztürk, M. (2023), Hegemonik Erkeklik ve Medya: Bibliyometrik Bir Analiz. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, (10), 49-67.
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., ve Lim, W. M. (2021), How to Conduct a Bibliometric Analysis: An Overview and Guidelines, *Journal of Business Research*, 133, 285-296.
- Flew, T., ve Iosifidis, P. (2020), Populism, Globalisation and Social Media, *International Communication Gazette*, 82(1), 7-25.
- Foroughi, H., Gabriel, Y., ve Fotaki, M. (2019), Leadership in A Post-Truth Era: A New Narrative Disorder? *Leadership*, 15(2), 135-151.
- García-Marín, D. (2021), Fake News and Generation Z Journalists. Post-Millennial Solutions against Disinformation. *Vivat Academia. Revista De Comunicación*.
- Garcia-Marin, D., ve Salvat-Martinrey, G. (2022), Viralizing The Truth: Predictive Factors of Fact-Checkers' Engagement on Tiktok, *Profesional De La Informacion*, 31(2). 1-20.
- Gunkel, D. J. (2019), The Medium of Truth: Media Studies in The Post-Truth Era, *Review of Communication*, 19(4), 309-323.
- Harsin, J. (2018), Post-Truth and Critical Communication Studies, in *Oxford Research Encyclopedia of Communication*.
- Iosifidis, P., ve Andrews, L. (2020), Regulating the Internet Intermediaries in A Post-Truth World: Beyond Media Policy? *International Communication Gazette*, 82(3), 211-230.
- Iosifidis, P., ve Wheeler, M. (2018), Modern Political Communication and Web 2.0 In Representative Democracies, *Javnost-The Public*, 25(1-2), 110-118.
- Jaques, C., Islar, M., ve Lord, G. (2019), Post-Truth: Hegemony on Social Media and Implications for Sustainability Communication, *Sustainability*, 11(7), 2120.
- Kalpokus, I. (2019), *A Political Theory of Post-Truth*, Cham, Switzerland: Springer International Publishing.
- Koro-Ljungberg, M., Carlson, D. L., ve Montana, A. (2019), Productive Forces of Post-Truth (S)? *Qualitative Inquiry*, 25(6), 583-590.
- Lockie, S. (2017), Post-Truth Politics and The Social Sciences, *Environmental Sociology*, 3(1), 1-5.
- Mcdermott, R. (2019), Psychological Underpinnings of Post-Truth in Political

Beliefs, *PS: Political Science & Politics*, 52(2), 218-222.

McIntyre, L. (2018), *Post-Truth*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.

Modreanu, S. (2017), *The Post-Truth Era*. *Human and Social Studies*, 6(3), 7-9.

Moravčíková, E. (2020), *Media Manipulation and Propaganda in The Post-Truth Era*, *Media Literacy and Academic Research*, 3(2), 23-37.

Nguyen, C. T. (2020), *Echo Chambers and Epistemic Bubbles*, *Episteme*, 17(2), 141-161.

Okoro, N., ve Emmanuel, N. O. (2018), *Beyond Misinformation: Survival Alternatives for Nigerian Media in the “Post-Truth” Era*, *African Journalism Studies*, 39(4), 67-90.

OxfordDictionaries(2016), *WordofTheYear*. ErişimAdresi: en.oxforddictionaries.com (Erişim Tarihi: 29 Mayıs 2023).

Öztürk, M. ve Demir, Y. (2023), *Bilgilendirme ve Kaos Arasında: Afet Yönetiminde Medyanın Rolüne Yönelik Bibliyometrik Bir Analiz*. *TRT Akademi*, 8(18), 506-527.

Peters, M. A. (2017), *Education in A Post-Truth World*, *Educational Philosophy and Theory*, 49(6), 563-566.

Rey-Martí, A., Ribeiro-Soriano, D., ve Palacios-Marqués, D. (2016), *A Bibliometric Analysis of Social Entrepreneurship*, *Journal of Business Research*, 69(5), 1651-1655.

Roozenbeek, J., ve Van Der Linden, S. (2019), *The Fake News Game: Actively Inoculating Against the Risk of Misinformation*, *Journal of Risk Research*, 22(5), 570-580.

Saf, H. H. (2023a), *Popülizm ve Sosyal Medya İlgili Çalışmaların Bibliyometrik Analizi*. *Erciyes İletişim Dergisi*, 10(1), 283-304.

Saf, H. H. (2023b), *Siyasal İletişim ve Sosyal Medya Konularını İçeren Çalışmaların Bibliyometrik Analiz ile İncelenmesi*. *Selçuk İletişim*, 16(1), 90-118.

Salgado, S. (2018), *Online Media Impact on Politics. Views on Post-Truth Politics and Postpostmodernism*, *International Journal of Media & Cultural Politics*, 14(3), 317-331.

Sawyer, M. E. (2018), *Post-Truth, Social Media, and the “Real” As Phantasm*,

Relativism and Post-Truth in Contemporary Society: Possibilities and Challenges, 55-69.

Shelton, T. (2020), A Post-Truth Pandemic? *Big Data & Society*, 7(2), 1–6.

Toksarı, M. (2022), Sosyal Medya ve Nefret Söylemiyle İlgili Çalışmaların Bibliyometrik Analiz ile İncelenmesi. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, (8), 42-55.

van Eck, N. J., ve Waltman, L. (2017), Citation-Based Clustering of Publications Using Citnetexplorer and Vosviewer, *Scientometrics*, 111(2), 1053-1070.

Vogel, R. (2014), What Happened to The Public Organization? A Bibliometric Analysis of Public Administration and Organization Studies, *The American Review of Public Administration*, 44(4), 383-408.

Yegen, C., Ayhan, B., ve Demir, Y. (2022), Twitter's Role in Digital Democracy, Post-Truth, and Political Polarization, *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, 24(2), 45-65.

Zhang, X., Chen, H., Wang, W., ve Ordóñez De Pablos, P. (2016), What is The Role of it in Innovation? A Bibliometric Analysis of Research Development in IT Innovation, *Behaviour & Information Technology*, 35(12), 1130-1143.