

Teorik Makale

KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ ODAĞINDA İNFODEMİYE VE HAKİKAT-SONRASI TARTIŞMALARA BAKMAK: YENİ MEDYA, YENİ HAKİKATLER¹

Dr. Mehmet Özkan YILDIRIM²

"Thanks to the multiplication of shitstorms in the social networks and in the overall info-sphere, the regime of truth has been shaken, leading journalists and philosophers to wonder if we are dwelling in a postfactual discursive world".

(Berardi, 2019)

ÖZ

Adorno ve Horkheimer tarafından ortaya atılan kültür endüstrisi kavramı, kitle iletişim araçlarının toplumsal yaşam üzerindeki etkilerine odaklanır. Bu kavram aracılığıyla düşünürler, hakikatin erozyona uğramasını merkeze alır ve toplumsal yaşamın bu endüstrilerle nasıl dönüştüğünü gözler önüne serer. Günümüzde ise hakikatlerin yerini alternatif hakikatlerin aldığı, dijitalleşmenin hakikat algısını dönüştürdüğü bir toplumsal düzen söz konusudur. Bu alternatif hakikatler arasında "yalan haberler", "komplo teorileri" ve "alternatif gerçekler" yer alır. Dolayısıyla bu çalışma, Adorno ve Horkheimer'in aydınlanmış aklı tehdit ettiğini öne sürdükleri ve hakiki ile hakiki olmayan arasındaki sınırları bulanıklaştırdığı 'kültür endüstrisi' kavramını, Dünya Sağlık Örgütü'nün vurguladığı "infodemi" kavramı ve hakikat-sonrası tartışmalar bağlamında ele alacaktır. Çalışma, hakikate dair ilk tartışmaların görüldüğü "kültür endüstrisi" kavramını infodemi ve hakikat-sonrası tartışmalar çerçevesinde birlikte düşünmeyi önermektedir. Bu bağlamda, öncelikle kültür endüstrisi kavramının hakikat ve infodemi ile ilişkisi incelenecek; ardından kültür endüstrisine yönelik eleştiriler ile hakikat-sonrası çalışmalarda konu edinilen yeni medyanın rolü tartışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Kültür Endüstrisi, Hakikat Sonrası, Infodemi, Yeni Medya, Dijitalleşme

LOOKING AT INFODEMIC AND POST-TRUTH DEBATES IN THE FOCUS OF CULTURE INDUSTRY: NEW MEDIA, NEW TRUTHS

ABSTRACT

The concept of the culture industry, as conceptualized by Adorno and Horkheimer, focuses on the impact of mass media on social life. Through this concept, the thinkers center on the erosion of truth and reveal the dynamics and perspectives transformed by these industries within social life. Today, however, we observe a social order in which truths have increasingly given way to alternative truths,

¹Bu çalışma, 19 Şubat 2022 tarihinde İstanbul Bilgi Üniversitesince gerçekleştirilen Hakikat Sonrası Çağda Infodemi ve Bilgi Düzensizlikleri Lisansüstü Öğrenci Konferansı'nda sunulan ancak yayımlanmayan metnin gözden geçirilmiş ve yeniden yazılmış halidir.

²Bağımsız Araştırmacı, mehmetozkanyildirim@gmail.com, ORCID: 0000-0003-3343-1950

Gönderim Tarihi/Received: 06 Kasım 2024 **Kabul Tarihi/Accepted:** 11 Aralık 2024

DOI: 10.53495/e-kiad.1580536

shaped by the influence of digitalization. These alternative truths encompass elements such as “fake news”, “conspiracy theories”, and “alternative facts”. This study, therefore, aims to analyze the concept of the “culture industry” a notion Adorno and Horkheimer used in 1947 to articulate the blurring boundaries between the authentic and the inauthentic, in relation to the concept of “infodemic” highlighted by the World Health Organization, as well as to post-truth discussions. The study proposes to consider the notion of the ‘culture industry’ where initial debates about truth emerged, alongside infodemic and post-truth discussions. In this context, it will first examine the relationship of the culture industry with the concepts of truth and infodemic, and subsequently discuss the role of new media as addressed in critiques of the culture industry and under the rubric of post-truth studies.

Keywords: Culture Industry, Post-Truth, Infodemic, New Media, Digitization

Giriş

2016 yılı, “hakikat sonrası” kavramının siyaseti, kamusal yaşamı ve bireylerin bu kavramlarla ilişkisini belirginleştirdiği bir döneme işaret etmektedir. Nitekim bu yıl, Donald Trump ABD başkanlığına seçilmiş, alternatif gerçekler gündelik siyasi söylemde yaygınlık kazanmış ve seçim sonuçlarıyla alternatif gerçeklerin geniş bir kabul gördüğü ortaya çıkmıştır (McIntyre, 2022). Aynı zamanda Oxford Sözlüğü bu yıl, “hakikat-sonrası” kavramını yılın sözcüğü seçerek vurgulamıştır (Güven, 2020). Öte yandan, 2016 yılı ana akım otoritelere ve onların ürettiği bilgiye yönelik yaygın güvensizliğin, toplumsal kutuplaşmanın ve ortak hakikatlerin çözülmesinin kaygı uyandırdığı bir dönemi de ifade etmektedir (d’Ancona, 2017; Rosenblum & Muirhead, 2019; Sunstein, 2018). Dolayısıyla, “hakikat-sonrası” kavramına için olarak ön plana çıktığı ve bilgiye yönelik yaygın güvensizliğin vuku bulduğu bir dönemde koronavirüs pandemisinin başlaması, bu sosyo-kültürel gelişmeyi daha da derinleştirmiştir (Harambam vd., 2022). Pandemi süreci, yalnızca veri altyapılarının ve düzeneklerinin acil toplumsal sorunları çözmedeki yetersizliğini değil, aynı zamanda çağdaş yaşamda “hakikat-sonrası” bir eğilime doğru genel bir kaymayı da gözler önüne sermiştir (Shelton, 2020).

Bu anlamda, genel bir tanıma yaslanarak ilerlemek gerekirse hakikat-sonrası kavramı, yalan haberlerin, söylenti temelli ifadelerin, komplo teorilerinin ve yanlış bilgilerin araç olarak kullanılmasını; hakikati dile getirenlere inanmayı reddetmeyi ya da aceleci bir şekilde panik yaratmayı ifade etmektedir (Harsin, 2020). Bireylerin karar alma süreçlerinde rasyonel bir zeminden, duygusal bir zemine kayışıyla sonuçlanan

bu durumda artık verilen tüm kararlar, toplumun kalıp ve modellerinin dışına taşmamayla sonuçlanmaktadır. Rasyonel zeminden kopma ifadesi “kültür endüstrisi” eleştirilerinde Adorno ve Horkheimer tarafından dile getirilen ifadelerle paralellik arz etmektedir. Kültür endüstrisi eleştirilerinde düşünürler (Adorno, 2011; Adorno & Horkheimer, 2014), bireylerin toplumun kalıpları ve modelleriyle özdeşleştiği ve kaderlerine rıza gösterdikleri bir durumun varlığından söz etmektedirler. Bu bakış açısıyla, hakikat-sonrası çağdaki gelişmelerin birçoğunun aslında yeni olmadığı söylenebilir. Yenilik, kültür endüstrisi araçlarının (kitle iletişim araçları, yeni medya vb.) çeşitliliği ve bu araçların merkezî bir rol üstlenerek politika gibi alanlarda yeni gelişmelere zemin hazırlamasıdır. Dolayısıyla bu çalışma, “hakikat-sonrası” tartışmalarının ilk nüvelerinin düşünürlerin ifadelerinde bulunabildiğini ve benzerlik arz ettiğini iddia etmektedir. Kültür endüstrisi kavramı, Adorno ve Horkheimer’ın ABD’deki sürgün yıllarında, kitle iletişimi ve kitle kültürünün olağanlık kazandığı ve totaliter devletlerin işlemesine zemin hazırladığı bir dönemde geliştirilmiştir. Bu düşünürler, kitle kültürü veya popüler kültür yerine kültür endüstrisi kavramını tercih ederek yalnızca iletişim ya da eğlencenin değil, aynı zamanda bir ideolojik kontrol mekanizmasının altını çizmektedirler. Dolayısıyla, kültür endüstrisi kavramında hakikat-sonrası döneminin temel dinamiklerinin izleri de görülmektedir. Ross’un (2016) belirttiği üzere, bu Alman sosyal teorisyenler, Nazi partisinin ve faşist hareketlerin yükselişle mücadele ederken, yanlış bilgilendirmenin ve buna eşlik eden iktidar ilişkilerinin etkilerini incelemektedirler. Öte yandan, kültür endüstrisi ve hakikat-sonrası tartışmalarının pandemi sürecine bağlı olarak infodemiyle ilişkili olarak somutlaştığını dile getirmeyi amaçlamaktadır. Koronavirüs pandemisi, komplo teorilerinin ve yanlış bilgilerin doğrudan hayatları tehdit ettiği, hatta ana akım haber kaynaklarından daha geniş bir erişim alanına sahip olduğu bir dönem olarak bu sürecin en belirgin örneğini sunmuştur (Taylor, 2020). Çalışma infodemi, kültür endüstrisi ve hakikat-sonrası kavramlarını bir arada düşünmeyi önererek literatüre özgün bir katkı sunmayı hedeflemektedir. Zira bu anlamda üç kavramı bir arada ele alan çalışma Türkçe literatürde işlenmemekle birlikte, Brunkhorst (2024) konuyla ilgili

yaptığı çalışmasında kültür endüstrisi ve hakikat-sonrası kavramlarını Donald Trump'ın ABD başkanı seçilme süreciyle ilişkili olarak incelemektedir. İnternetin radyonun yerini aldığını, ABD basınının ve gazeteciliğin yeni medya kaynaklı dönüşümünü merkeze almaktadır. Ancak Türkçe literatürde böyle bir çalışmayla karşılaşmamış olması, çalışmanın ilgili alan yazına katkı sunmasını hedeflemektedir. Dolayısıyla çalışma, kültür endüstrisi kavramı ile hakikat-sonrası dönemi ve infodemiye birbirleriyle ilişkili ve eleştirel bir perspektifle ele almayı önermektedir.

Kültür Endüstrisi Kavramı Odağında Hakikat

Kavram ilk olarak Adorno ve Horkheimer'in *Aydınlanmanın Diyalektiği* (2014) kitabının taslaklarında ele alınmaktadır. Başlangıçta "kitle kültürü" olarak anılmasına karşın, kitlenin sanki kendi içinden ve doğal bir biçimde doğduğu izlenimini vermemek adına "kültür endüstrisi" kavramı tercih edilmiştir. Bu kavram, kitle kültüründen oldukça farklı bir noktada durmaktadır. Düşünürler kavramı, Amerika ve Avrupa'da yükselen eğlence endüstrisinin metalaşmasını vurgulamak için kullanmışlardır. Eğlence endüstrisinin yükselişi ve bu endüstriye olan talep kültürel ürünlerin standartlaşması ile sonuçlanmıştır. Üretilen kültürel ve sanatsal ürünler sermaye birikim ve kâr maksimizasyonu amaçlarına uygun bir biçimde kitlelerin tüketimine sunulmaktadır. Kültür endüstrisinde reklam dolayımıyla bireylere sunulan materyal ve nesnelere yanılmalı bir bireycilik tekniği kullanılarak, yani söz konusu materyal ve nesnelere bireylerin hür iradeleriyle tercih ettikleri hissi oluşturarak manipülasyon aracına dönüşebilmektedir. Zira kültür endüstrisinin toplumsal tahakkümünün en belirgin ögesi kitle iletişim araçlarıdır. Bu kitle iletişim araçları, kültür üreticilerinin propagandasını yaparak ideolojik ve bir sermaye grubuna hizmet eden bir araç haline gelmektedir. Kültür endüstrisi, tanıdık olanı bozarak yeni nitelikler kazandırmak yoluyla öne çıkarmaktadır. Planlı bir şekilde ve standartlar çerçevesinde üretilen bu ürünler, aynı zamanda tekdüze bir toplum yaratmayı hedeflemektedir (Seubert & Becker, 2019; Wiggins, 2014; Witkin, 2003). Kitlelerin tüketimine sunulan ürünler, bir yaşam biçimi ve dünya görüşü

benimsetmekte ve tüketim ürünlerinin reklam değerleri bir yaşam biçimi yaratmaktadır. Yüksek kültürü ve düşük kültürü tek potada eritmeye zorlamakta; yeni olan her şey bu süreçte “ehlileştirilmektedir”. Dolayısıyla endüstri, standartlaşma ve yaygınlaştırma tekniklerinin rasyonelleşmesini ifade etmektedir. Bu süreçte ortaya çıkan yenilikler, aslında hep aynı olanın değiştirilmiş halinden oluşmaktadır. Bu bağlamda, kurtuluş ve “doğru yaşam” düşüncesi, kültür endüstrisi aracılığıyla toplumsal kontrol, siyasal manipülasyon ve kazanç hirsının bir aracına dönüşmektedir (Kellner, 2013, s. 171).

Bu kitle kültürü eleştirisinin ilk izleri Adorno'nun (2018) müzik üzerine yazılarında görülmektedir. Müziğin toplumsal durumu üzerine yazdığı makalelerde popüler müzik ve ciddi müziğin gerilemesi eleştirilmektedir. Kitle kültürüyle ilgili eleştirilerinin somutlaştığı bir diğer alan ise, Nazizm'in en yeni kitle iletişim araçlarını kullanarak kitleleri yönlendirmesidir. Liberal, faşist veya sosyalist yönetimlerde medya, tek boyutlu bir propaganda aracı olarak işlev kazanmakta; medya ve eğlence endüstrisinin yarar ve kontrolü, kültür endüstrisinin normunu oluşturmaktadır (Kellner, 2013, s. 172).

Adorno ve Horkheimer'a göre (2011) kültür, her şeye bir benzerlik bulaştırmakta; endüstri, deforme olmuş düşünceler arasındaki boşlukları doldurmaktadır. Tüm yenilikleri ve özgünlükleri tüketimin içine eritmekte; farklılık veya direniş potansiyeli taşıyan her şeyi üretim ilişkilerine dâhil ederek metalaştırmaktadır. Standartlaşma amacı güden bu endüstri, kitleleri daha kolay manipüle edilebilir bir zemine çekmektedir. Kültür endüstrisi, bireylerin boş zamanlarına sızarak sosyal ilişkileri ve politik gerçeklikleri dolaylı olarak şekillendirmektedir. Sonuç olarak, bireysel görünse bile hiçbir şey kültür endüstrisinden bağımsız kalmamaktadır (Adorno, 2011, s. 112). Kültür endüstrisi eleştirilerinde (Adorno, 2011; Adorno & Horkheimer, 2014), bireylerin toplumun kalıpları ve modelleriyle özdeşleştiği ve kaderlerine rıza gösterdikleri bir durumun söz konusu olduğunu dile getirmektedirler. Buradan bakıldığında ilerleyen bölümde

hakikat sonrası tartışmalarda görüleceği üzere ortaya çıkan gelişmelerin yeni olmadığı görülmektedir. Örneğin hakikat-sonrası dönemde en büyük saldırının hakikate içkin bir şeye dönüşmesi ve hakikat kırıntılarından yol alınarak söylemin siyasi liderler tarafından kullanılarak, kitlelerin manipüle edilmesi kültür endüstrisi kavramına da içkin bir düşüncedir.

Hakikat-sonrası dönemde, nesnelliğin anlamı bulanıklaşırken; bir bilginin ya da iddianın doğru olmasa bile doğruymuş gibi hissettirilmesi yeterli hale gelmektedir. Kültür endüstrisinde de benzer bağlamlar ön plana çıkmaktadır. Örneğin, kültür endüstrisinde tüketim, bireylerin kendi istekleri doğrultusunda sunulurken, hakikat-sonrası çağda bireylerin ikna olmaksızın, gerekçeye ihtiyaç duymaksızın istedikleri bilgiye inanma ya da inanmama eğilimleri arasında bir paralellik oluşmaktadır. Hakikat-sonrasının bir endüstri değil de bir politika haline gelişinde, siyasi liderlerin doğruları söylemeyişi ve kitlelerin bu yalanları daha cazip bulup gerçeği reddetmesi etkili olmaktadır (d'Ancona, 2017; Rosenblum & Muirhead, 2019).

Hakikatin yerini hakikat kırıntılarının aldığı hakikat-sonrası dönemde, gündelik yaşamda ve politik söylemlerde doğruyu ifade etmenin ahlaki ve politik sorumluluğu geri plana itilmektedir. Bu bağlamda, doğrunun eleştirel ve dönüştürücü yapısı göz ardı edilerek çeşitli ideolojik ve finansal çıkarlar ön plana çıkmaktadır. Bu süreçte, hakikatin artık olgusal bir temele değil, çıkar ilişkileri içinde tamamlanmasına yönelik bir eğilim görülmektedir. Hakikat-sonrası sürecin merkezinde, çoğunlukla komplo teorilerinin yayılması ve bu teoriler aracılığıyla farklı çıkarların işlemesi yer almaktadır. Harambam ve diğer araştırmacılar (2022), hakikat-sonrası çağın merkezinde komplo teorilerinin olduğunu belirterek bu noktaya dikkat çekmektedir. Nitekim, pek çok araştırmacı (Barkun, 2013; Byford, 2011; Cassam, 2019; Hofstadter, 2012; Popper vd., 2012; Sunstein, 2018) komplo teorilerini bu süreç içerisinde detaylandırmaktadırlar.

Nitekim Adorno'nun "Hakikatin yalan, yalanın hakikat gibi görüldüğü bir dönemdeyiz" (2005, s. 111) sözleri, bireylerin her türlü bilgi, açıklama veya

düşüncenin kültür endüstrisi tarafından şekillendirildiğini vurgulamaktadır. Bu ön-biçimlendirme olmadan hiçbir şey ikna edici olarak görülmez. Ancak, kültür endüstrisinin güçlü yayım araçlarına direnen hakikatler etkisiz kalmaktadır. Adorno'ya göre (2005, s. 112), hakikate dair şüphelerin kökeninde, bilinçdışında inanılmayı bekleyen bir çekirdek yatmaktadır. Siyasal düzlemde muhalefet, kitleleri harekete geçirmek için bu alternatif hakikatleri üretmeye eğilim göstermektedir. Adorno'ya göre (2005, s. 112), “Ancak mutlak yalan doğruyu söyleyebilir”. Bu noktada, doğruyla yalan arasındaki ayrımın neredeyse imkânsız hale gelmesi, en basit bilgiye ulaşmak için bile Sisyphevari bir çabanın gerekliliği ön plana çıkmaktadır. Günümüzde, hakikatle ilgili her sorun, iktidar ilişkilerine dayanan bir konuya dönüşmekte; bu da doğru ve yalan arasındaki ayrımı tartışmanın merkezine oturtmaktadır.

Kavramın ilk kullanım biçimine bakıldığında, demokratik kurumlarla ilişkili bir yazıda kullanılması da bu bağlamı gözler önüne sermektedir. Kavramın ilk kullanımı Steve Tesich'in 1992'de kaleme aldığı *Yalanlar Rejimi* başlıklı yazısına kadar gitmektedir. Tesich, bu yazısında demokratik kurumların aşındığını, halkın gerçekleri bilmekten çekindiğini ve gerçeklerden kaçındığını vurgulamaktadır. Tesich'e (1992) göre, bireyler gerçeğin ağırlığı karşısında onu görmezden gelmeyi seçmektedir. Bu bağlamda halk, kendilerini koruması için hükümetlere daha büyük roller atfederken, Tesich bu durumu “Watergate sendromu” olarak tanımlamaktadır. Tesich (1992) şu sözleriyle bu durumu açıklar: “Bizler, eylemlerimizle, önemli olan gerçekleri inkâr edebilecek bir zihinsel mekanizmaya sahip olduğumuzu söylüyoruz”. Ona göre, özgür bireyler olarak hakikat-sonrası bir dünyada yaşama kararı bizzat bireyler tarafından alınmıştır. Tesich'in ifadeleri, La Boétie'nin (1995) köleliğin zorlamadan öte, gönüllü bir kullukla gerçekleştiğine dair görüşlerine paralel olarak, hakikat-sonrasının arzu edilir bir hale geldiğini vurgulamaktadır.

Gönüllük esas, kültür endüstrisinin araçlarıyla oluşturulmaktadır. Hakikat-sonrası demokrasilerde, bireyler kendilerine yalan söylendiğini bilse de bunu kabul

etmeyi reddetmektedirler. Yalanın daha kazançlı olması, kamusal anlamda yalanın önemini azaltmaktadır. McIntyre (2022, s. 108) hakikat-sonrası çağda, yalanların bazı gerçekleri çarpıtmak için başvurulan bir girişim olmaktan çıktığını, günümüzün yeni medya araçları sayesinde propagandanın ötesine geçen bir itibarsızlaştırma faaliyeti olduğunu ifade etmektedir. Arendt'in (2018) siyasi dilin seküler koşullarıyla ilgili ifadeleri dikkate alındığında, hakikat-sonrası siyasetin en büyük açmazı ideolojik coşku ve yalanlardan ziyade, doğru ve yanlış arasında ortak bir anlayışın aşınmasıdır. Olgusal olanı yalanla ikame etmenin başlıca sonucu, gerçeklikte yön tayinini sağlayan zihinsel parametrelerin yok olmasıdır. Bilginin teyidi olarak nitelendirilebilecek bu parametrelerin çöküşü, ortak anlayışın da zayıflamasına yol açmaktadır (Zerelli, 2021, s. 33). Nitekim, günümüzde insanlar kendilerini entelektüel meraklarını giderme ve boş zaman ihtiyaçlarını karşılama konusunda umut verici olanaklarla dolu bir durumda bulurken mevcut ürün, hizmet ve bilgi yığını bu gerçekliği son derece bunaltıcı ve kafa karıştırıcı hale getirebilmektedir. Adorno ve Horkheimer'in kültürü bireylerin görece özerk karakter oluşturdukları ve geliştirdikleri bir bağlam olarak düşünürken özgür bireyi merkeze almaları bu bağlamda düşünülmektedir (Giannakakis, 2019). Ancak entelektüel merakın, boş zamanı değerlendirmenin sistematik bir biçimde sermaye birikim modelinden bağımsız olmaması ve ona eklenmesi özgür bireyi ıskartaya çıkarmaktadır.

Kültür endüstrisinin yeni araçları arasında yer alan yeni medyada, şeyler tıklanabilir olmasıyla ön plana çıkmaktadır. Dolayısıyla, mesajın içeriğinden çok tıklanabilir oluşunun tercih edilmesi ve öncelenmesi gerçek ve yalan arasındaki sınırı bulanıklaştırmaktadır. Bu araçlar sanatı, siyaseti, dini, felsefeyi ve ticari olanı birbirleriyle bağlantılı ve harmoni oluşturarak ticari bir biçime indirgemektedir. Örneğin, dijital platformlardan YouTube, kullanıcıların içerik üreterek kolaylıkla yükleme yapabildiği ve yüklediği içeriği geniş kitlelere ulaştırabildiği ve kullanıcının bundan para kazanabildiği bir platformdur. Platform izlenme sayısına göre elde edilen reklam gelirinin bir kısmını içeriğe yükleyene ödemektedir. Dolayısıyla, en çok

tıklanabilir olanın en sansasyonel içeriğe sahip olduğu ortaya çıkmaktadır. McIntyre (2022), örneğin eski adıyla Twitter, yeni adıyla X platformundaki 126 bin Twitter kullanıcısının on yıllık faaliyetlerini değerlendiren bir araştırmaya göre “yalanlar gerçeklere kıyasla altı kat hızlı” (2022, s. 17) yayılmaktadır. Doğal olarak bu üretilen kasıtlı içeriklere karşı reaksiyon daha hızlı bir şekilde alınmakta ve bu da paylaşılmayı ve tıklanmayı tetiklemektedir. Öte yandan, McIntyre (2022, s. 93), 2016 ABD seçimleri boyunca, CNN televizyon kanalının Trump’ın mitinglerini canlı ve bir editoryal yorum olmadan eksiksiz verdiğini, bunun bedavadan Trump’a verilen beş milyar dolar demek olduğunu söylemektedir. Bu kablolu TV kanallarının bunu vermesindeki amaç Trump’ın mitinglerinin canlı olarak verilmesinin rakibine göre daha çok izlenmesi ve doğal olarak kanalların kar elde etmesidir. McIntyre’a göre Trump medya için “altın yumurtlayan bir tavuk”tur (2022, s. 93). Aynı bağlamda, kültür endüstrisinin bireyleri yalan ve sahte olanın içine çekmesi, hakikatten uzaklaştırmak için oluşturduğu standardizasyon ve uzlaşım, hakikati bozmaktadır. Hakikate erişim imkânları, örneğin bir konsere veya filme gitmek gibi, bir gösteriş aracına dönüşmekte; bireyleri düşünmekten çok dikkat dağıtıcı öğelere yönlendirmektedir. Bu kültür endüstrisinin bir yaşam biçimi dayatmasından ileri gelmektedir. İzleyiciler filmi izlemek ve sanatsal ürünün çekirdeğinde olan hakikate erişim imkanını değil, filmle birlikte var olan etiketleri öncelemektedir (örneğin kültürlü ve entelektüel bir insan olma etiketi). Kültür endüstrisine içkin olan görünüş burada da hareket halindedir. Dolayısıyla, yeni medyanın ekonomi politiğine içkin olan öğeler hakikati değil, karı ve sermaye birikimini öncelediği için (Ekman, 2014; Fuchs & Sevignani, 2013; Yıldırım, 2020) hakikati arka plana itmektedir. Bu bağlamda, kültür endüstrisinin araçları, kriz veya olağanüstü durumlarda hakikati yok edebilmekte sahte bilgi yayılımına zemin hazırlayabilmektedir. Örneğin, pandemi sürecinde Almanya’da Yahudi karşıtlığı, Hindistan’da İslamofobi ve korona cihadı, Çin karşıtı ırkçılık, Trump’ın “Wuhan laboratuvarı” teorisi ve “Çin virüsü” adlandırmaları gibi söylemler başlıca örnekler olarak değerlendirilebilir (Harsin, 2020). Bu tür konuşmalar dürüst, güvenilir ve dolayısıyla doğru olarak kabul edilir. Harsin (2020), bu siyasi liderler üzerinden

ortaya atılan temelsiz iddiaların performans biçimini karşıtlık üzerinden kurmaktadır (Bilim karşıtlığı, küçümseme, bağırma, nefret, öfke vb.). Bu bağlamda, Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ), yanlış bilgi salgınına dikkat çekmek için “infodemi” kavramını kullanarak, bilgi kirliliği ile mücadelenin küresel salgınlar kadar önemli olduğunu vurgulamıştır.

Kültür Endüstrisi Araçları ve İnfodemi

“İnfodemi” kavramı ilk olarak 2003 yılında, siyasi analist David J. Rothkopf’un *Washington Post*’ta yayımladığı yorum yazısında SARS salgını bağlamında kullanılmıştır. Ancak kavram, sonraki yıllarda yaygın bir kullanım alanı bulamamıştır. *Google Trends*’e göre, 2004-2020 yılları arasında “infodemi” terimine ilgi oldukça düşük kalmış, ancak DSÖ’nün Şubat 2020’de bu terimi benimsemesiyle birlikte arama oranlarında belirgin bir artış görülmüştür. Rothkopf (2003), “infodemi”yi “birkaç gerçek bilginin korku, spekülasyon ve söylentilerle harmanlanarak modern bilgi teknolojileri aracılığıyla hızla yayıldığı” bir durum olarak tanımlar. Bu kavram, başlangıçta ekonomiyi, siyaseti ve güvenliği etkileyen bir bilgi kirliliği sorununa işaret ederken, pandemide yanlış bilginin, dezenformasyonun yayılımını ve bununla mücadele çabalarını tanımlamak amacıyla geniş bir kullanım alanına kavuşmuştur (Coleman, 2020).

Kavram, özellikle kitle iletişim araçları üzerinden yayılan yanlış bilgilerin geniş kitlelere ulaşmasını ele alırken, bu sürecin yarattığı etkiyi vurgulamaktadır. Bu bağlamda kültür endüstrisi araçlarının rolü, hakikat-sonrası çağda dikkat çekmektedir. Bilgiye aşırı maruz kalma, mevcut bilgilerin kalitesini düşürmekte ve doğru bilgilerin unutulmasına neden olmaktadır (Hari, 2023). Böyle bir dönemde doğal olarak, teyit mekanizmaları ön plana çıkmaktadır. Dünyadaki örneklerle bakıldığında 1990’lı yıllardan beri çeşitli doğruluk kontrolü uygulamaları söz konusudur. Örneğin *Snopes*, *FastCheck.org*, *PolitiFact*; Türkiye’de *Teyit.org*, *Doğruluk Payı* gibi uygulama ve platformlar *International Fact Checking Network*’ün ortaya koyduğu metodolojiye bağlı olarak doğruluk kontrollü gerçekleştirmektedir. Özellikle

pandemi sürecinde bu uygulamaların önemi daha da artmıştır. Ancak yanlış bilginin, komplo teorilerinin hızlı yayılımı karşısında doğruluk mekanizmalarının gücü daha zayıftır. Örneğin Trump'ın 2016 yılında seçim kampanyası süresince ortaya koyduğu önermelerinin %70'inin *PolitiFact* tarafından yanlış olarak değerlendirilmesine rağmen Trump'ın seçimi kazanması doğruluk kontrolü uygulamalarının ötesinde bir durumla karşı karşıya kalındığını göstermektedir (McIntyre, 2022, s. 140). Arendt'in (2018, s. 15) belirttiği üzere, yalanlar genellikle gerçeklikten daha makul görünebilir çünkü yalancılar izleyicinin beklentilerini ve ne duymak istediğini önceden bilmenin avantajını taşımaktadır. Yalan haberler, yalanlandığında bile çoğu durumda anlamını yitirmekte, zira asimetrik bilgi ilişkisi taraflar arasında güç dengesini her zaman mesajı iletene atfetmektedir. Örneğin haberlerin büyük oranda artık sosyal medya üzerinden alındığı göz önüne alındığında (McIntyre, 2022, s. 96), kişisel inanç ve kanaatlere uymayan kaynak grupları arkadaşlıktan çıkarılabilmekte, hoşlanılmayan kaynakların takibi bırakılmaktadır. Haber alma kaynağının sosyal medya olması, pandemi sürecinde yanlış bilginin ve halk sağlığı söz konusuysen daha da hayati öneme sahip olduğu ortaya çıkmıştır.

Bu bağlama dikkat çeken DSÖ yetkilileri, "Sadece bir salgınla değil, infodemiyle de savaşıyoruz," diyerek yanlış bilginin virüsten daha hızlı yayıldığına vurgu yapmıştır (World Health Organization, 2020). Bu, halk sağlığını tehdit edebilecek bir potansiyeli açığa vurmaktadır. Yarasa çorbası içen bir kadından ABD başkanının çamaşır suyu tavsiyesine kadar (Taylor, 2020) yanlış bilgiler, insanların gerçek ile kurgu arasındaki ayrımı yapmasını güçleştirmiştir. Gerçek ve kurgu arasındaki bulanıklığı oluşturan etmen, doğrulanmamış bilgilerin orantısız bir hızda çoğalması ve doğruluk mekanizmalarının yetersiz kalmasıdır. DSÖ'nün kavramı ortaya atmakta amacı da bu noktadan el almaktadır (Colombo, 2022, s. 35). DSÖ'nün güven zinciri oluşturma girişimi, yanlış bilginin bir hastalık olarak görülmesine işaret ederken doğru bilginin bir çözüm olduğunu vurgulamaktadır. Pandemi sırasında komplo teorileri ve kültür endüstrisinin çeşitli araçları, salgınla mücadelede önemli

bir zorluk teşkil etmiştir. Komplo teorileri, kültür endüstrisi tarafından giderek daha geniş kitlelere ulaşmakta ve bu durum hakikat-sonrası çağda belirginleşmektedir (Harambam vd., 2022). Kültür endüstrisi araçları olarak özellikle yeni medya dolayımı, etkileşimli bir medya olarak sosyal medya katalizör işlevi görmüştür. Sosyal medyada her kullanıcı istediği mesajı yazılı, görsel ve etkileşimli video olarak yayımlayabilmekte ve kitlelere ulaştırabilmektedir. Artık giderek haber takip merkezi olarak işlev edinen sosyal medya platformları, geleneksel gazetecilik faaliyetlerini dönüştürmüş, bu durum ise kamuoyunun yanlış ve yanıltıcı bilgilere maruz kalmasına yol açmıştır. Haber döngüsünün hızlı üretim ritmi, yayıncılık sisteminde kaynak doğrulama için gereken süreyi azalttığı için de yanlış bilgilerin dolaşıma girmesi söz konusu olmuştur (Kwok vd., 2023).

Sosyal medya platformları, katılımcılığı ve ideolojik üretimi besleyen bir sermaye modeli olarak infodemiyle mücadelede kilit rol oynamaktadır (Fuchs, 2014). Ancak sosyal medyanın infodemi ile mücadelede kilit rol oynaması, doğruluk kontrolü uygulamalarının ve yanlış bilgiyle mücadele merkezlerinin daha çok artmasına ve kamu tarafından bu kuruluşların finanse edilmesine bağlıdır. Öte yandan, sosyal medyanın yanlış bilgiyi yayma hızına paralel olarak, doğru bilginin de hızlı bir şekilde yayılmasına olanak vermesi, etkileşim odaklı yapısı buraya dair gerçekleştirilen stratejik planlamaların önemini açığa çıkarmaktadır. Özellikle sosyal medyada etkili olan *influencerlar*, kazanç hedefleri doğrultusunda yanlış bilginin yayılmasına katkı sağlayabildiği gibi, bu yeni çağın kanaat önderleri kamu finansmanı ve getirilen hukuki düzenlemelerle doğru bilginin yayılımının önünü açabilme potansiyeline sahiptir. *Influencerların* kitlesel harekete geçirme gücü, pandemi sürecinde Finlandiya Hükümeti tarafından da kabul edilmiştir (Abidin vd., 2021, s. 116). Ancak, uzman olmayan kişilerin kanaat liderliği, sahici bilginin etkisini azaltmaktadır (Yılmaz, 2021, s. 221).

Yanlış bilginin yayılımı küresel ölçekte etkili olmuş ve doğrulama mekanizmalarının yanıltıcı bilgiyi tespit etmede önemli bir işlev taşıdığı ortaya

çıkıştır. Ancak teyit kuruluşlarının kaynaklarının sınırlılığı, kapalı gruplarda ve mesajlaşma uygulamalarında yayılan bilgilerin doğruluğunu değerlendirmede yetersiz kalmalarına yol açmaktadır. Donovan (2020), yanıltıcı bilgilerin %2'sinden daha azına ulaşılabilirdiğini, böylece araştırmanın bile mümkün olmadığını belirtmektedir ve bu durumu "gizli viralite" (*hidden virality*) olarak adlandırmaktadır. *Telegram, WhatsApp, Facebook Messenger* gibi bireysel ve grup mesajlaşma sistemleri de üçüncü bir tarafın kontrolü dışında kalan ve doğrulanmamış haberlerin yayılması için sıklıkla kullanılmaktadır (Kwok vd., 2023). Bu çevrimiçi içeriklerin bazıları görünür ve aranabilir olsa da özellikle özel mesajlaşma uygulamalarında olan ve üçüncü bir tarafın kontrolünden geçmeyen içerikler, özel sohbetlerde veya gruplarda görünmez ve kapalı kalarak kontrol ve yönetimi neredeyse imkansız hale getirmektedir (Boccia Artieri vd., 2021).

Hakikat Sonrası, Kültür Endüstrisi ve Yeni Medya

Dijitalleşme, özellikle sosyal medyanın yaygınlaşması, birçok akademisyen, siyasetçi ve gazeteci tarafından, demokratik yönetimin meşruiyetini tehdit eden benzersiz bir sahte haber salgını olarak değerlendirilmektedir (Michailidou & Trenz, 2021). Ayrıca, dijital medya, aşırı siyasi ideolojilerin yeniden görünür hale gelmesine katkı sağlamakta ve bunların demokratik söylem ve temsili demokrasiye duyulan güven üzerindeki bozucu etkisini güçlendiren bir katalizör olarak kabul edilmektedir (Inglehart & Norris, 2016; Sunstein, 2018).

Yeni medya, dijital bir ekosistem içinde bilgi ve iletişim teknolojilerinin sunduğu pratikler ve bu pratikler etrafında şekillenen sosyal düzenlemeleri kapsamaktadır (Binark, 2014, s. 15). Ancak, veri odaklı olması ve manipülasyona açık yapısıyla yeni medya, geleneksel medya ile dijital eğilimlerin harmanlandığı bir alan yaratmaktadır. Sürekli ve sistematik biçimde verilen haberlerin sunumu, bazı bilgilerin göz ardı edilmesine yol açarken bazılarını da geniş kitlelere ulaştırmaktadır. Örneğin, pandeminin nedenine dair cevap arayışları bu bağlamda ön plana çıkmaktadır. Koronavirüse 5G teknolojilerinin neden olduğu ve yayılımı hızlandırdığı

(Naeem vd., 2021), pandeminin hükümetlerin bireyleri izlemek için mikroçip casus yazılımları enjekte etmesi için bahane olduğu (Stein vd., 2021), virüsün dünya nüfusunu azaltmaya yönelik bir silah olduğu söylentileri sosyal medyada aşırı karışıklığı etkileyen haberler olarak ön plana çıkmıştır. Bireylere ulaşan içerikler genellikle sansasyonel, doğruluk payı düşük haberlerden oluşmaktadır. Bu içerikler, doğruluk değerinden ziyade dikkat çekici yönleriyle yaygınlaşmakta ve “filtre balonları” gibi medya araçlarının algoritmik filtreleme özellikleri ile görünür hale gelmektedir. Filtre balonu kavramı, aktivist ve girişimci Eli Pariser (Pariser, 2011, s. 10) tarafından, arama motoru sonuçlarının ve sosyal medya akışlarının sıralanmasında kişiselleştirmenin artan kullanımının herkes için benzersiz bir bilgi evreni oluşturacağı endişesini yakalamak için aynı adlı kitabında ortaya atılmıştır. Bireylerin kendi aktif seçimlerinden ziyade platform şirketlerinin ticari çıkarları tarafından dikte edilen veriye dayalı görüntüleme kararları temelinde- hoşlarına giden şeyler daha fazla gösterilirken, hoşlarına gitmeyen şeyler gizlenebileceğinden- nispeten ortak bir zemin olasılığını aşındırmaktadır. Gurri (2020), *Facebook, Google, YouTube, Instagram* gibi sosyal medya platformlarının yazılı medya aracılığıyla üretilen sessiz kamuların aksine çoklu, yüksek sesli kamular ve çoklu kamusal hakikatler ürettiğini söylemekte ve tüm bunlara rağmen platformların sahiplik yapısının bir sonucu olarak algoritma tarafsızlığı iddialarının, bilginin kar amacıyla manipüle edildiği düşünüldüğünde geçersiz kaldığını iddia etmektedir. McIntyre (2022) da hakikat-sonrası tartışmalarda medya sahipliğine dikkat çekerek, medya kuruluşlarının varlığını devam ettirmesi için kaynağa ihtiyaç duyduğunu ve bunu sağlamanın yolunun da bilgiyi kar amacıyla kullanmakla mümkün olduğunu ifade etmektedir. Örneğin, 2016 ABD seçimlerinde uydurma haber üreticilerinin, Trump’ın lehine olan içeriklerin Hillary’nin lehine olanlara göre daha çok tıkladığını ve en çok tıklanan içeriklerin Hillary’nin aleyhine olan haberler olduğunu fark etmeleriyle zararlarını Trump için atmaları medyanın sahiplik yapısı ve kar arzusuyla ilişkilendirilmektedir (McIntyre, 2022, s. 102). Bu durum, gerçeğin yerine bireysel tercihlerin ve gösteri niteliği taşıyan içeriğin belirleyici olduğunu açığa çıkarmaktadır. Debord’un *Gösteri Toplumu*’nda (2019)

vurguladığı gibi, gösteri niteliğinin gerçeği istila ettiği bu düzende, bilgi gösteri aracılığıyla değer kazanmaktadır.

Geleneksel medyanın aksine, çevrimiçi dünyada liderler, gerçek bilgiden ziyade doğru olmayan içeriklerle kitleleri manipüle ederek bilginin yerine cehaletin prim yapmasını sağlamakta, “vasatlık endüstrisi” (Şüküran, 2023) denilen ideolojilerin egemen olduğu bir alan yaratmaktadır. Virilio’nun (2003, s. 39) hızlı iletişim araçlarının gerçek bilgiye ulaşmada oluşturduğu engellere dair yorumları da günümüzde kanaat önderlerinin söylediklerinin, doğru bilgiye ulaşmanın önünde bir set oluşturduğunu vurgulamaktadır (Alçıçek, 2021). Alçıçek, bu durumun hakikate dayanmayan bir bellek inşasına yol açtığını ve sahte bir bellek oluşumunu tetiklediğini belirtirken, Virilio da hızlı iletişim araçlarının belleği gereksiz imgelerle dolu bir yığın haline dönüştürdüğünü ileri sürmektedir. Virilio’nun (2003, s. 39) düşünceleri hakikat-sonrası çağda dezenformasyonun ve hızın gerçek enformasyon üzerinde nasıl baskın hale geldiğini göstermektedir. Belleğin gereksiz bilgilerle donatılması ve *enformasyon bombardımanı* bireylerin doğru bilgiye erişimini güçleştirmektedir. Pandemi sürecinde yanlış bilgilerin hızlı bir şekilde üretilmesi ve sosyal medya üzerinden dolaşıma girmesi, medyaya içkin olan tıklanabilirliği tetikleyerek, bireylerin korku ve panik duygularını harekete geçirmektedir.

Lilleker (2018, s. 280), dijital platformların, gerçekler ile kurgu arasındaki çizgiyi bulanıklaştıran hibrit ortamlar sunduğunu savunmaktadır. Dijital iletişimin genişlemesi, Knight ve Tsoukas’ın (2019) “aşırı bilgi yüklemesi” olarak adlandırdığı duruma yol açmaktadır. Aşırı bilgi yükü olgusu, bilgi bolluğu, bilgi obezitesi, bilgi kirliliği, bilgi yorgunluğu, sosyal medya yorgunluğu, sosyal medya aşırı yükü, bilgi anksiyetesi, kütüphane anksiyetesi, aşırı okuma yükü, iletişim aşırı yükü, bilişsel aşırı yük, bilgi şiddeti ve bilgi saldırısı gibi birçok farklı isimle bilinmektedir (Bawden & Robinson, 2020). Genel kabul görmüş tek bir tanımı yoktur, ancak en iyi şekilde, çok fazla ilgili ve potansiyel olarak yararlı bilgi mevcut olduğunda ortaya çıkan durum olarak anlaşılabilir ve bu durum bir yardımdan ziyade bir engel haline gelir. Nedenleri

ve önerilen çözümleri önemli ölçüde değişmiş olsa da, temel doğası gelişen teknolojiyle birlikte değişmemiştir. Bawden ve Robinson (2020) bu durumla baş edebilmenin temel yolunun bilgiyi tüketirken bir denge oluşturmak olduğunu söylemektedirler. Dolayısıyla dijital platformlar, haberlere dair kısa süreli bir hafıza yaratırken yanlış bilginin hızlı dolaşımını kolaylaştırmaktadır (Ball, 2017; Davis, 2017). Haberlerin hızlı ve kitlesel dolaşımı, bireylerin doğruluk denetimi yapmasını zorlaştırarak yaygın paylaşılan haberin “doğru” kabul edilmesine neden olmaktadır.

Adorno (2011), demokrasiler için en büyük tehlikenin film, radyo ve televizyon gibi kitle kültürü aygıtlarında yattığını belirtmektedir. Ona göre, bu araçların düzenlenme biçimi diktatörce bir yaklaşımla uyumluluğu zorlar, muhalefeti bastırmakta ve düşünceyi susturmaktadır. Adorno, gerçeklik ve kurgu arasındaki çizginin giderek bulanıklaştığı kültür endüstrisi dünyasında faşist bir hipnoz etkisi yarattığını ileri sürmektedir. Bu yönüyle Adorno'nun görüşleri, yirmi birinci yüzyıl kültürel manzarasında belirgin bir yere sahiptir.

Kültür endüstrisi araçlarının etkisiyle hakikatin dolaşıma girdiği bugün, bu araçlarla tetiklenen bireyselleşme, hakikatin göreceliğe teslim edilmesine neden olmaktadır. Bu araçlardan yayılan bilgi veya bilgi kısıntıları, görecelilikle sunulurken, kanaatlerden ve duygulardan yol alarak hakikat olarak kabul edilebilmektedir.

Sonuç

Hakikat-sonrası dönemi, hakikatin değer kaybının derinleştiği, gerçeğin ve yalanın iç içe geçtiği ve alternatif hakikatlerin kendine alan bulduğu bir toplumsal ve kültürel zemin olarak tanımlanabilir. Bu dönemde, nesnel olguların etkisi azalırken, duygular ve kişisel inançlar daha belirleyici hale gelmiştir. Ancak, hakikat ve yalanın toplumsal ve politik alanda birbirine karışması, kökenleri Antik Yunan'a kadar uzanan eski bir mesele olarak değerlendirilebilir. Adorno ve Horkheimer'ın “kültür endüstrisi” kavramı ve bu kavram etrafında geliştirdikleri eleştiriler, hakikat-sonrası çağın temellerini anlamamıza ışık tutmaktadır; değişen yalnızca çağın kendine özgü dinamikleri ve bu dinamiklerin oluşturduğu çok katmanlı etkilerdir. Nitekim kültür

endüstrisine içkin olarak uluslararası kuruluşların ve büyük sermaye gruplarının kar arzusuna kaynaklık eden kitle iletişim araçları ve özellikle Word Wide Web'in 1990'lardan itibaren geniş kitlelerce erişilebilir hale gelmesiyle geleneksel medyanın kaybettiği gücü çeşitli dijital platformlar almıştır. Bu bağlamda sosyal medya platformlarının haber takip merkezi haline gelmesiyle haber ile kanaat arasındaki çizgi iyice muğlak hale gelmiştir. Bireylerin haber takip etme biçimlerini dönüştüren bu yeni dijital dönem, olgusal içeriklerin yerine bireylerin duymak istediği ve daha çok tıkladığı kanaatlerin, bilgi kısıntılarının daha makbul hale gelmesiyle sonuçlanmıştır. Dolayısıyla, tam da hakikat-sonrası çağın merkezinde yer alan bir olgu olarak sosyal medya platformları ve bu platformlar üzerinden herhangi bir doğruluk kontrolünden ve filtreden geçmeyen içeriklerin yoğun bir şekilde dolaşıma girdiği dönemde hakikatin saldırı altında olduğu söylenebilir. Bu platformlar üzerinden siyaset sahnesinde gerçeğin itibarsızlaştırıldığı, olguların geri plana itildiği söylemler yoğun bir şekilde ön plana çıkarak, bireylerin hakikatle olan ilişkisi tahrif edilmektedir.

Nitekim, koronavirüs pandemisi sırasında "infodemi" kavramıyla yanlış bilginin yayılımının önlenmesi çabaları, doğru bilginin önemini bir kez daha ortaya koymuştur. Yeni medya, ekonomi-politik yapısı ve meta temelli yaklaşımıyla, sermaye dolaşımına katkı sağlarken hakikat aşındırmasına da yol açmaktadır. Kanaatlere dayalı bir bilginin yayılmasıyla oluşan bu rejim, "yeni yanlışlar" olarak adlandırılabilir bir yanılsama ağı yaratmıştır. Bu yanılsamalar, bilgiye olan güveni azaltmakta ve belirsizliğin hâkim olduğu bir toplumsal yapı inşa etmektedir.

Günümüzde bireylerin güvenini kazanmış olan devlet, din ve bilim gibi yapılara duyulan güvenin sarsılması, çağımızın ayırt edici özelliklerinden biridir. Belirsizlik ve güvencesizlik ortamında bireyler, ne kadar irrasyonel olsa da net söylemlerle sunulan görüşlere yönelme eğilimindedir. Bu durum, Adorno'nun eserlerinde sıkça ele alınan, yalanın geleceğe yönelik etkisinin ve aşındırıcı doğasının yankılarını taşımaktadır. Adorno'nun kültür endüstrisi eleştirisi, hakikat-sonrası çağı

tarihselleştiren ve ekonomi-politik bağlamda derinlemesine değerlendiren bir perspektif sunarak, araştırmacılara anlamlı bir kavram seti sağlamaktadır.

Sonuç olarak, yalanın geleceğe yönelik söylem oluşturma kapasitesi ve politik çıkarlar uğruna bir araç olarak kullanılması, yeni medyanın sunduğu olanaklarla birleşerek, yeni yanlışların yayılımına zemin hazırlamıştır. Adorno'nun da belirttiği gibi, "yalanların uzun bacakları vardır: Kendi zamanlarının önünde giderler" (Adorno, 2005, s. 113). Ancak daha sermaye grubuna ve siyasetçilerin rıza üretmelerine kaynaklık eden dijital iletişim araçları, hakikati yaymak için de kullanılabilir. Öte yandan bu noktada bireysel olarak da, daha iyi işleyen haber platformları desteklenebilir ve toplumsal olarak algoritma tarafsızlığı talep edilebilir. Burada tarafsızlık, hakikat ve yalana eşit bir şekilde alan açmak değil, hakikatin önünü açan mekanizmaların talep edilmesiyle ilgilidir.

Extended Abstract

This study aims to examine the concept of the culture industry as the first nucleus of infodemic and post-truth debates. It argues that expressions inherent in the concept of the culture industry are at the core of both infodemic and post-truth concepts.

The coronavirus pandemic provides a striking example of a period where conspiracy theories and misinformation directly threatened lives and even had wider access than mainstream news sources (Taylor, 2020). The World Health Organization (WHO) highlighted this complex information pollution by using the term "infodemic" (Yüksel et al., 2024). Therefore, in the post-truth era, understanding the infodemic requires focusing on the changing dynamics of information in the 21st century and the shifting flow of information from analog to digital, from traditional to new.

The diversity and transformation of media brought about by digitalization have transformed how individuals, companies, and governments relate to truth, thereby altering democratic processes. Michailidou and Trenz (2021) emphasize that the fake

news emerging in the post-truth era has prompted individuals to develop practices for accessing accurate news and raised awareness. Nevertheless, the authors also highlight the importance of an enlightened public sphere. Despite the ease with which fake news spreads due to digitalization, individuals have developed practices to access accurate information, yet the widespread use of culture industry tools has also been observed. However, according to Adorno and Horkheimer (2011), the culture industry points to tools that threaten enlightened reason.

The concept of the culture industry was developed by Adorno and Horkheimer during their years of exile in the United States, a period when mass communication and mass culture had become normalized and provided the groundwork for the operation of totalitarian states. These thinkers preferred the term “culture industry” over mass culture or popular culture to emphasize not only communication and entertainment but also an ideological control mechanism. Therefore, traces of the basic dynamics of the post-truth era can also be observed in the concept of the culture industry. As Ross (2016) notes, these German social theorists studied the effects of misinformation and the power relations accompanying it while combating the rise of the Nazi Party and fascist movements. This study proposes to address the relationship between the culture industry, the post-truth era, and the infodemic from an interconnected and critical perspective.

Among the new tools of the culture industry, digital media highlights the importance of clickability. In an environment where not only the lies propagated by the media but also whether individuals are telling lies themselves is debated, we find ourselves at the heart of the post-truth era. The culture industry draws individuals into lies and the fake, standardizing and harmonizing in such a way that it eliminates the power of truth. Opportunities for accessing truth, such as attending a concert or watching a movie, turn into tools for display; they direct individuals towards distractions rather than encouraging them to think. The tools of the culture industry, in times of crisis or emergencies, prepare the ground for the spread of false information

by erasing truth. In this context, the WHO has emphasized that fighting information pollution is as important as combating global pandemics by using the term “infodemic” to draw attention to the spread of misinformation.

The term “infodemic” was first used in 2003 by political analyst David J. Rothkopf in an op-ed published in the Washington Post, in the context of the SARS outbreak. However, the term did not gain widespread use in the following years. According to Google Trends, interest in the term “infodemic” remained relatively low between 2004 and 2020, but there was a noticeable increase in search frequency following the WHO’s adoption of the term in February 2020 (Rothkopf, 2003; Simon & Camargo, 2023). Rothkopf (2003) defines “infodemic” as “a situation where a few pieces of true information are quickly spread through modern information technologies, mixed with fear, speculation, and rumors”. While initially referring to an issue of information pollution affecting the economy, politics, and security, the term has expanded in use to describe the spread of misinformation and disinformation during the pandemic, as well as the efforts to combat it (Coleman, 2020).

The post-truth era can be defined as a social and cultural ground where the value of truth diminishes, facts and lies become intertwined, and alternative truths find their place. In this period, the influence of objective facts decreases, and emotions and personal beliefs become more decisive. However, the blending of truth and lies in the social and political realms can be considered an ancient issue, with roots stretching back to Ancient Greece. Adorno and Horkheimer’s concept of the “culture industry” and their criticisms of it shed light on the foundations of the post-truth era; what changes are the unique dynamics of the era and the multi-layered effects these dynamics produce.

During the coronavirus pandemic, efforts to prevent the spread of misinformation using the term “infodemic” once again highlighted the importance of accurate information. New media, with its economic-political structure and commodity-based approach, contributes to the circulation of capital while also leading

to the erosion of truth. This regime, created by the spread of information based on opinions, has created an illusionary network that can be called “new falsehoods”. These illusions reduce trust in information and construct a societal structure dominated by uncertainty.

The erosion of trust in institutions such as the state, religion, and science—structures that have gained individuals' confidence—is one of the distinctive features of our age. In an environment of uncertainty and insecurity, individuals tend to gravitate towards opinions presented with clear statements, even if they are irrational. This tendency echoes the effects of lies on the future and their corrosive nature, often discussed in Adorno's works. Adorno's critique of the culture industry offers a perspective that historicizes the post-truth era and provides a deep, economy-political analysis, offering researchers a meaningful conceptual framework.

Kaynakça

- Abidin, C., Lee, J., Barbetta, T., & Miao, W. S. (2021). Influencers and COVID-19: Reviewing key issues in press coverage across Australia, China, Japan, and South Korea. *Media International Australia*, 178(1), 114-135. <https://doi.org/10.1177/1329878X20959838>
- Adorno, T. W. (2005). *Minima moralia: Sakatlanmış yaşamdan yansımalar* (O. Koçak, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Adorno, T. W. (2011). *Kültür endüstrisi kültür yönetimi* (N. Ülner, M. Tüzel, & E. Gen, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Adorno, T. W. (2018). *Müzik yazıları: Bir seçki* (Ş. Öztürk, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (2014). *Aydınlanmanın diyalektiği* (N. Ülner & E. Ö. Karadoğan, Çev.). İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Alçıçek, M. (2021). Bir Belleği Çarpıtma Dinamiği Olarak Post-Truth ve Yeni Medya. *Doğu - Batı*, 97, 195-208.
- Arendt, H. (2018). *Siyasette yalan*. (B. Şeker & İ. Oranlı, Çev.). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Ball, J. (2017). *Post-truth: How bullshit conquered the world*. London: Biteback Publishing.
- Barkun, M. (2013). *A culture of conspiracy: Apocalyptic visions in contemporary America*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Bawden, D., & Robinson, L. (2020). Information Overload: An Introduction. İçinde *Oxford Research Encyclopedia of Politics*. Oxford, UK: Oxford University Press. DOI: 10.1093/acrefore/9780190228637.013.1360
- Berardi, F. (2019). *Breathing: Chaos and poetry*. London: Semiotext (e).

- Binark, M. (2014). *Yeni medya çalışmalarında araştırma yöntem ve teknikleri*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Brunkhorst, H. (2024). Cultural industry in the age of post-truth democracy. *Philosophy & Social Criticism*, 50(1), 28-42. <https://doi.org/10.1177/01914537231215676>
- Byford, J. (2011). *Conspiracy theories: A critical introduction*. United Kingdom: Palgrave MacMillan.
- Cassam, Q. (2019). *Conspiracy theories*. Oxford: Polity Press.
- Coleman, A. (2020). Hundreds dead" because of Covid-19 misinformation. *BBC News*, 12, 2020.
- Colombo, F. (2022). An ecological approach: The infodemic, pandemic, and COVID-19. İçinde *The Covid-19 pandemic as a challenge for media and communication studies* (s. 35-48). London: Routledge.
- d'Ancona, M. (2017). *Post-truth: The new war on truth and how to fight back*. London: Random House.
- Davis, E. (2017). *Post-truth: Why we have reached peak bullshit and what we can do about it*. London: Little, Brown Book Group.
- de La Boétie, E. (1995). *Gönüllü kulluk üzerine söylev*. (M. A. Ağaoğulları, Çev.) Ankara: İmge Kitabevi.
- Debord, G. (2019). *Gösteri toplumu*. (A. Ekmekçi & O. Taşkent, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Donovan, J. (2020). Covid hoaxes are using a loophole to stay alive— Even after content is deleted. *MIT Technology Review*. <https://www.technologyreview.com/2020/04/30/1000881/covid-hoaxes-zombie-content-waybackmachine-disinformation/> (Erişim Tarihi: 7 Kasım 2024).
- Ekman, M. (2014). Birikimi Anlamak: Marx'ın İlkel Birikim Kuramı'nın Medya ve İletişim Çalışmaları Açısından Önemi. İçinde F. Başaran (Ed.), *Marx Geri Döndü: Medya, Meta ve Sermaye Birikimi* (s. 83-118). İstanbul: Notabene Yayınları
- Fuchs, C. (2014). Bilişsel kapitalizm ya da enformasyonel kapitalizm. İçinde M. A. Peters, & E. Bulut (Ed.), *Bilişsel Kapitalizm, Eğitim ve Dijital Emek* (s. 137-188). İstanbul: NotaBene Yayınları.
- Fuchs, C., & Seignani, S. (2013). What Is Digital Labour? What Is Digital Work? What's their Difference? And Why Do These Questions Matter for Understanding Social Media? *tripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*, 11(2), 237-293. <https://doi.org/10.31269/triplec.v11i2.461>
- Giannakakis, V. (2019). The relevance of the theory of pseudo-culture. *Continental Philosophy Review*, 52(3), 311-325. <https://doi.org/10.1007/s11007-019-09467-8>
- Gurri, M. (2020). The Way Out of Post-Truth. *Discourse*, <https://www.discoursemagazine.com/p/the-way-out-of-post-truth> (Erişim Tarihi: 8 Aralık 2024).
- Güven, A. (2020). Hakikatin yitimi olarak post-truth: Bir kavramsallaştırma denemesi. *İnsan ve İnsan*, 7(23), 20-36.

- Harambam, J., Grusauskaite, K., & De Wildt, L. (2022). Poly-truth, or the limits of pluralism: Popular debates on conspiracy theories in a post-truth era. *Public Understanding of Science*, 31(6), 784-798. <https://doi.org/10.1177/09636625221092145>
- Hari, J. (2023). *Stolen focus: Why you can't pay attention—and how to think deeply again*. New York City, U. S.: Crown.
- Harsin, J. (2020). Toxic White masculinity, post-truth politics and the COVID-19 infodemic. *European Journal of Cultural Studies*, 23(6), 1060-1068. <https://doi.org/10.1177/1367549420944934>
- Hofstadter, R. (2012). *The paranoid style in American politics*. New York: Vintage.
- Inglehart, R. F., & Norris, P. (2016). *Trump, Brexit, and the rise of populism: Economic have-nots and cultural backlash*. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2818659
- Kellner, D. (2013). Intellectuals, the new public spheres, and techno-politics. İçinde *The politics of cyberspace* (s. 167-186). London: Routledge.
- Knight, E., & Tsoukas, H. (2019). When Fiction Trumps Truth: What 'post-truth' and 'alternative facts' mean for management studies. *Organization Studies*, 40(2), 183-197. <https://doi.org/10.1177/0170840618814557>
- Lilleker, D. (2018). Politics in a post-truth era. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 14(3), 277-282.
- McIntyre, L. (2022). *Hakikat-sonrası* (M. F. Biçici, Çev.). İstanbul: Tellekt.
- Michailidou, A., & Trenz, H.-J. (2021). Rethinking journalism standards in the era of post-truth politics: From truth keepers to truth mediators. *Media, Culture & Society*, 43(7), 1340-1349. <https://doi.org/10.1177/01634437211040669>
- Naeem, S. B., Bhatti, R., & Khan, A. (2021). An exploration of how fake news is taking over social media and putting public health at risk. *Health Information & Libraries Journal*, 38(2), 143-149. <https://doi.org/10.1111/hir.12320>
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. London: Penguin.
- Popper, K., Gombich, E. H., & Havel, V. (2012). *The open society and its enemies*. London: Routledge.
- Rosenblum, N. L., & Muirhead, R. (2019). *A Lot of People Are Saying: The New Conspiracism and the Assault on Democracy*. Princeton: Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9780691190068>
- Ross, A. (2016). The Frankfurt school knew Trump was coming. *The New Yorker*, 5, 12.
- Rothkopf, D. J. (2003). When the buzz bites back. *The Washington Post*, 11, B1-B5.
- Seubert, S., & Becker, C. (2019). The culture industry revisited: Sociophilosophical reflections on 'privacy' in the digital age. *Philosophy & Social Criticism*, 45(8), 930-947. <https://doi.org/10.1177/0191453719849719>
- Shelton, T. (2020). A post-truth pandemic? *Big Data & Society*, 7(2), 2053951720965612. <https://doi.org/10.1177/2053951720965612>
- Simon, F. M., & Camargo, C. Q. (2023). Autopsy of a metaphor: The origins, use and blind spots of the 'infodemic'. *New Media & Society*, 25(8), 2219-2240. <https://doi.org/10.1177/14614448211031908>

- Stein, R. A., Omata, O., Shetty, S. P., Katz, A., Popitiu, M. I., & Brotherton, R. (2021). Conspiracy theories in the era of COVID-19: A tale of two pandemics. *International journal of clinical practice*, 75(2). <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7995222/>
- Sunstein, C. (2018). *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton, NJ: Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400890521>
- Şüküran, M. Ö. (2023). *Evdeki Israr*. İstanbul: İthaki Yayınları.
- Taylor, J. (2020). Bat soup, dodgy cures and 'diseasology': The spread of coronavirus misinformation. *The Guardian*, 31.
- Tesich, S. (1992). A government of lies. *The nation*, 254(1), 12-15.
- Virilio, P. (2003). *Enformasyon Bombası* (K. Şahin, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Wiggins, B. A. (2014). The Culture Industry, New Media, and the Shift from Creation to Curation; or, Enlightenment As a Kick in the Nuts. *Television & New Media*, 15(5), 395-412. <https://doi.org/10.1177/1527476412474696>
- Witkin, R. W. (2003). *Adorno on Popular Culture*. London: Routledge.
- World Health Organization. (2020). *Munich Security Conference*. World Health Organization. www.who.int/dg/speeches/detail/munich-security-conference (Erişim Tarihi: 8 Aralık 2024)
- Yıldırım, M. Ö. (2020). Akışkan Modernite İle Dijital Emek Süreçlerini Birlikte Düşünmek. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 5. 30-52, <https://doi.org/10.16878/gsuilet.829441>
- Yılmaz, M. (2021). Post-Truth Agnotolojisi: Doğruluk mu? Cehalet mi? *Doğu - Batı*, 2(97), 209-234.
- Yüksel, E., Kızılcık, A., & Atik, K. (2024). İnfodemi ve Kovid-19 Pandemisi: Yalan Haberlerin Alınlanması. *Etkileşim*, (13), 28-63. <https://doi.org/10.32739/etkilesim.2024.7.13.240>
- Zerelli, L. M. G. (2021). Alternatif Gerçekler Çağında Bilgi Teyidi ve Hakikat Anlatıcılığı. *Cogito*, 104, 29-48.

Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No plagiarism detected.

Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed.

ÇALIŞMANIN ETİK İZİN BELGELERİ

Söz konusu bu çalışmada etik kurul kararı gerektiren klinik ve deneysel insan ve hayvanlar üzerinde bir çalışma olmadığından dolayı etik kurul onayı aranmamıştır.