

Hakikatten Post-Truth'a Sosyal Medya ve Dönüşen Gerçekliğe Törelî Bir Bakış

Ercan Aktan¹

ÖZ

Gerçek, gerçeklik, hakikat kavramları insanın anlam arayışı açısından oldukça önemli kavramlar listesinin baş sırasını oluşturur. Gerçek; bilgiyle erişilebilen, gerçeklik; bağımsız gerçek, hakikat; gerçeğin görünen yüzünün ötesi olarak ifade edilebilir. Törelî dünya görüşünün, dolayısıyla İslami hayat anlayışı ve Türk örfünün ideal boyutu hakikat arayışı, hakikate ulaşma serüveni olarak ifade edilebilir. Günümüz dünyasında yaşanan siyasal, sosyal, kültürel, teknolojik birtakım değişimler bahsi edilen kavramlara yüklenen anlamların değişimine yol açmış durumdadır. Dijital iletişim araçları, sosyal medya platformları, sahte içerikler, yalan haber dolaşimleri hakikat arayışında, hakikate yüklenen anlamda kökten değişikliklere sebep olmuş durumdadır. Bu çalışma hakikatin post-truth'a evrimini ele almayı, törelî bir bakış açısıyla süreçteki sıkıntıya odaklanmayı deneme çabasıdır.

Anahtar Kelimeler: Gerçek, Gerçeklik, Hakikat, Sosyal Medya, Post-truth.

Giriş

Törelî bakışın en önemli üstatlarından, istiklal şairimiz Mehmet Akif Ersoy “Şudur cihanda benim en beğendiğim meslek: / Sözüüm odun gibi olsun, hakikat olsun tek!” dizeleriyle hakikate yüklediği değeri göz önüne, kendi üslubu ile sermektedir. Anlaşılan hakikat, törelî bakışın, bir diğer deyişle fitratın önemli konularındandır. Hakikati arama, bulma, yaşama, hakikat uğruna can verme törelî, necip milletimizin de en önemli vasıfları arasında sayılabilir. Altun'un deyişiyle (2021):

“Hakikat, tarih boyunca insanlığı en fazla meşgul eden kavramlardan biri olmuştur. Olayların, eşyaların ve canlıların iç yüzünü anlamakla ilgili çabaların bir biçimde hakikat kavramı ile yollarının kesiştiği ve başta felsefe

1 Prof. Dr., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İletişim Fakültesi
ercan.aktan@ibu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-8731-1896>

olmak üzere insan bilgisinin hakikati tanımlamak üzere işe koşulduğu görülmektedir. Bu çerçevede ortaya çıkan tanımların siyasetten, gündelik yaşama kadar insanlık durumları üzerinde derin etkileri ortaya çıkmıştır” (s. 368).

Anlaşılmaktadır ki hakikat, görünenin ötesinde, görünenden daha fazlasını içeren, derin, içkin, içsel, mana yüklü olan anlamına gelmektedir. Bu yönüyle hakikat varlığın temeli olarak da ifade edilebilir. Varlığın temelinde yer alan anlam yüküne ulaşma süreci ise hakikat arayışıdır denilebilir. Hakikat arayışında bilgi ve haber, dolayısıyla bunların kaynakları doğru beslenme açısından önem taşır. Geline “modern” dönemin asıl sorunları arasında hakikatin oluşumuna veri teşkil eden nevezuhur bilgi kaynakları sayılabilir.

Bununla birlikte yaşanan toplumsal gelişmeler neticesinde hakikat anlayışımızda da bazı değişiklikler olduğu bir gerçektir. Dilde, konuşmada, yazmada, yaşantıda ve daha pek çok şeyde. Dilde yaşanan dönüşüm ve yozlaşma hakkında “Soruyorlar: Arapça “hakikat”ın yerine Türkçe “gerçek” kullanılsa ne kaybederiz? Ah kurnaz bebek; ne mi kaybederiz? Hakikat’i...” diyen Tarık Buğra’nın hakikatin kaybına eseflendiği anlaşılmaktadır. Sosyal medyanın kendi dili, üslubu, iletişim kalıplarını üretirken yepyeni, daha önceden hiç tanımadığımız bir yaşam biçimi sunduğu ve sürekli ilerleterek sunmaya devam ettiği günümüz dünyasında Tarık Buğra’nın ifadesinde karşılık bulan hakikatin yitimi, oldukça güçlü bir biçimde üzerinde durulması gereken meseleler arasında yer almalıdır.

Hakikatin yitimi konusunda dijitalleşen insanın çeşitli ve yeni iletişim araçları üzerinden deneyimlediği etkileşim biçimleri önemli bir role sahip olmaya devam etmektedir. Bu durum sosyal medya etkileşimleri sonucu hakikatin zedelenmesine, insanın anlam arayışının sekteye uğramasına yol açmaktadır denilebilir.

Bu nedenle çalışma, dijitalleşme ve beraberinde gelen sosyal medya etkileşimlerinin gerçek, gerçeklik ve hakikate ilişkin değişimde oynadığı role dair düşünme çabasına odaklanmaktadır. Bir diğer deyişle çalışmada, gerçeklik ve hakikat kavramlarının günümüz post-hakikat kavramına doğru tekamülünü ele almaya odaklanılmıştır.

1. Gerçek, Gerçeklik ve Hakikat Kavramlarına Dair

Gerçek ve gerçeklik kavramları, felsefi ve epistemolojik tartışmaların merkezinde yer alan iki temel terimdir. Bu kavramlar, sadece felsefi düşüncenin değil, aynı zamanda bilimsel araştırmaların, sosyal bilimlerin ve günlük yaşamın da önemli bileşenlerindedir. Gerçek (truth) ve gerçeklik

(reality) terimleri çoğu zaman birbirine karıştırılsa da bu iki kavram arasında belirgin farklar bulunmaktadır.

Gerçek, genel itibarla doğruluk veya hakikat anlamında kullanılır. Aristoteles'e göre gerçek, bir şeyin ne ise o olduğunu ifade eder. Bu bağlamda, bir ifadenin gerçek olması, onun mevcut durumu doğru bir şekilde yansıtması anlamına gelir. Örneğin, "kar beyazdır" ifadesi, karın beyaz olma durumunu doğru bir şekilde betimlediği sürece gerçektir. Gerçek kavramı, epistemolojik bir yaklaşımla ele alındığında bilgi ve inanç ilişkisi üzerinden değerlendirilir. Bilginin, doğru inançların gerekçelendirilmiş hali olduğu görüşü yaygındır (Gettier, 1963). Bu görüş, doğru ve yanlışın nesnel ölçütler doğrultusunda değerlendirilmesini sağlar.

Gerçeklik ise, varlıkların ve olayların bağımsız olarak mevcut olma durumunu ifade eder. Gerçeklik, insan bilincinden ve algısından bağımsız olarak var olan her şeydir (Heidegger, 1962). Ontolojik bir kavram olan gerçeklik, var olan her şeyin toplamıdır ve bu varlıkların algılanma veya anlaşılma biçimlerinden bağımsızdır. Kant'a göre, gerçeklik, fenomenal (görünümler dünyası) ve numenal (kendinde şeyler dünyası) olmak üzere ikiye ayrılır (Kant, 1998). "Fenomenal dünya", insan algısı ve deneyimi ile sınırlıyken, "numenal dünya" algı ve deneyim ötesidir ve doğrudan bilgi edinilemez.

Gerçek ve gerçeklik arasındaki temel fark, "gerçek" kavramının doğruluk ve bilgiyle, "gerçeklik" kavramının ise varlık ve ontolojiyle ilişkili olmasıdır. Bir ifadenin "gerçek" olması, onun belirli bir bilgi bağlamında doğru olduğunu ifade ederken, "gerçeklik" herhangi bir bilgi veya algı gerektirmeksizin var olanı ifade eder. Örneğin, "dünya yuvarlaktır" ifadesi, bilimsel bilgi çerçevesinde doğrulanmış bir gerçek iken, dünyanın yuvarlak olması olgusu, bu bilgiye sahip olunsun ya da olunmasın, bağımsız bir gerçekliktir.

Bu doğrultuda "hakikat", İslam düşüncesinde önemli yer tutan ve geniş anlam yelpazesi sunan bir kavramdır. İslam düşüncesinde hakikat, Allah'ın vahyi ile ilişkilendirilir ve bu çerçevede anlaşılır. Kur'an-ı Kerim ve hadislerde sıkça geçen hakikat kavramının, İslam inancında doğru bilgiye, varlığın özüne ve Allah'ın iradesine işaret ettiği söylenebilir.

Kur'an-ı Kerim'de hakikat kavramı, Allah'ın mutlak gerçeği olarak sunulur: "O (Allah), hakkın ta kendisidir ve O'nun dışında taptıkları şeyler ise batıldır..." (Hac, 22, s. 62) ayeti, hakikatin Allah'tan geldiğini ve O'nun dışındaki her şeyin batıl olduğunu belirtir. Bu bağlamda, hakikat Allah'ın zatında, isimlerinde ve sıfatlarında tezahür eder. Kur'an, hakikati arayan

insanları sürekli olarak Allah'a yönelmeye ve O'nun vahyine uymaya teşvik eder (Nasr, 2006).

Kur'an-ı Kerim, hakikatin Allah'tan geldiğini ve O'nun vahyi ile insanlara ulaştığını belirtir. İslam felsefesi ve tasavvuf geleneği, hakikati akıl ve manevi deneyim yoluyla anlamaya çalışırken, modern İslam düşüncesi hakikati bilimsel bilgi ile uzlaştırma çabası içindedir. Bu bağlamda, hakikat, İslam düşüncesinde merkezi bir kavram olarak, insanın varoluşunu ve evrendeki yerini anlamasına yardımcı olur.

Gerçek ve hakikat arasındaki temel fark, bu kavramların doğruluk ve varlıkla olan ilişkilerinde ortaya çıkar. Gerçek, genellikle doğruluk ve bilgi bağlamında değerlendirilirken, hakikat daha çok varlık ve mutlak doğrulukla ilişkilidir. Örneğin, yukarıda altı çizildiği gibi "dünya yuvaraktır" ifadesi, bilimsel olarak doğrulanmış bir gerçek iken, dünyanın yaratılışına dair bir hakikat, daha derin bir ontolojik ve teolojik anlam içerir. Bu anlamda, hakikat, gerçeğin ötesine geçerek daha kapsamlı bir doğruluk anlayışını ifade eder.

Bu bağlamda gerçek ve hakikat kavramları, felsefi ve epistemolojik tartışmalarda önemli bir yere sahiptir. Gerçek, doğruluk ve bilgi ile ilişkilendirilirken, hakikat, varlık ve mutlak doğruluk ile bağlantılıdır. Bu iki kavram arasındaki ayrım hem felsefi düşüncede hem de bilimsel araştırmalarda derinlemesine incelenmeyi gerektirir. Doğru ve yanlışın ötesine geçerek, varlık ve öz üzerine düşünmeyi teşvik eden hakikat kavramı, felsefi sorgulamalar için zengin bir kaynak sunar.

2. Dijitalleşme ve Bilginin Yapısal Dönüşümü

Dijitalleşme, modern toplumun hemen her alanında köklü değişikliklere neden olmuş, özellikle bilgi üretimi, dağıtım ve tüketimi süreçlerini derinden etkilemiştir. Geleneksel bilgi üretim ve dağıtım yöntemleri yerini hızla dijital platformlara bırakmıştır.

Geleneksel bilgi üretimi, genellikle kitaplar, akademik makaleler ve gazeteler gibi fiziksel medya aracılığıyla gerçekleştirilirdi (Castells, 2000). Bu süreçler, uzun zaman alır ve çoğu zaman yüksek maliyet gerektirirken; dijitalleşme, bilgi üretiminde devrim yaratarak, bireylerin ve küçük grupların bilgi üretimine katılmasını kolaylaştırmıştır (Jenkins, 2006). Örneğin, bloglar ve sosyal medya platformları, bireylerin kendi içeriklerini üretip geniş kitlelere ulaştırabilmesini mümkün kılar (Shirky, 2008). Ancak, bu durum aynı zamanda bilgi kalitesinin ve doğruluğunun düşmesi riskini de beraberinde getirmiştir (Keen, 2007).

Dolayısıyla dijitalleşme, bilgi dağıtımını hızlandırmış ve genişletmiştir. Geleneksel yöntemlerde bilgi, kitaplar, dergiler ve gazeteler aracılığıyla fiziksel olarak dağıtılırken, dijital platformlar bilgiyi anında ve dünya çapında erişilebilir kılar (Anderson, 2008). Bu, bilginin daha hızlı ve geniş bir şekilde yayılmasını sağlarken, aynı zamanda bilgi kirliliği ve yanlış bilgilerin yayılma riskini artırır (Vosoughi, Roy, & Aral, 2018). İnternetin demokratikleşmesi, herkesin bilgi üretip paylaşabilmesini mümkün kılmıştır, bu da merkezi denetim eksikliği nedeniyle bilginin doğruluğunu sorgulamayı gerektirir (McChesney, 2013).

Geleneksel bilgi tüketimi, pasif bir süreçti; bireyler bilgiye kitaplar, gazeteler veya televizyon aracılığıyla ulaşırdı (Carr, 2010) bu açıdan dijitalleşme, bilgi tüketim alışkanlıklarını da köklü bir şekilde değiştirmiştir. Dijital çağda bilgi tüketimi daha aktif ve etkileşimli hale gelmiştir. Sosyal medya, kullanıcıların bilgi paylaşmasını, yorum yapmasını ve tartışmalara katılmasını sağlar (Shirky, 2008). Bu etkileşim, bilgiye erişim hızını artırsa da aynı zamanda dikkat dağınıklığı ve bilgi yüzeyselliği gibi sorunlara yol açar (Carr, 2010).

Bir diğer deyişle dijitalleşme, bilgi üretimi, dağıtımı ve tüketimi süreçlerini köklü bir şekilde değiştirmiştir. Dijital ve geleneksel bilgi yöntemleri arasındaki farklar, bilgiye erişim, doğruluk ve güvenilirlik gibi önemli konularda belirgin hale gelir. Denilebilir ki dijitalleşme, bilgiye hızlı ve kolay erişim sağlarken, aynı zamanda bilgi kirliliği ve güvenilirlik sorunlarını da beraberinde getirir. Bu nedenle, dijital çağda bilgiye eleştirel yaklaşım ve güvenilir kaynakların belirlenmesi büyük önem taşımaktadır. Dijitalleşmenin bilgi üzerindeki etkilerini anlamak, bilgiye dayalı kararlar alırken daha bilinçli ve eleştirel düşünmemizi sağlar (Carr, 2010; McChesney, 2013; Parisier, 2011).

3. Sosyal Medyanın Dönüştürdüğü Hakikat Algısı: “Metamorfoz Gerçeklik”

“Artık hakikati bulmak mümkün değildir çünkü bu yeniçağda medyanın ürettiği şey yalan veya taklidin ötesinde gerçekliğin öldürülmesi ve onun yerine gerçekliğin bütün izlerini taşıyan başka gerçekliklerin alması durumudur. Bu hipergerçeklik hiçbir gerçek gerçekliğe dayanmaksızın kendini sınırsız sayıda üretme yeteneğine de sahiptir” (Güven, 2020, s. 29).

Yukarıdaki ifade sosyal medyanın üretmekte mahir olduğu simüle evrenlerin² gerçek, gerçeklik, hakikat kavramlarının yaşadığı metamorfoz sürecine dair ışık tutmaktadır.

Sosyal medya, modern toplumda bilgi ve iletişimin ana kanallarından biri haline gelmiştir. Bu platformlar, bilgiye erişim, paylaşım ve yorumlama biçimlerimizi köklü bir şekilde değiştirmiştir. Sosyal medyanın, gerçeklik (reality) ve hakikat (truth) algılarını nasıl dönüştürdüğünü anlamak için bu kavramları derinlemesine incelemek gereklidir.

Sosyal medyanın, gerçeklik algısını önemli ölçüde değiştirdiği bir vakıadır. Gerçeklik artık sadece fiziksel dünyada deneyimlenen olaylarla sınırlı değildir; dijital dünyada yaratılan ve paylaşılan içerikler de gerçeklik olarak kabul edilmektedir. Baudrillard'ın "simülasyon" kavramı, sosyal medyanın bu dönüşüm üzerindeki etkisini açıklamak için kullanılabilir. Baudrillard'a göre, simülasyon, gerçeklikten kopmuş bir hipergerçeklik yaratır. Sosyal medya kullanıcıları, günlük yaşamlarında karşılaştıkları olayları, kişisel deneyimlerini ve düşüncelerini dijital platformlarda paylaşarak yeni bir gerçeklik oluştururlar. Bu dijital gerçeklik, kullanıcıların sosyal medya etkileşimleri aracılığıyla inşa edilen ve sürekli olarak yeniden şekillenen bir yapıdadır.

Hakikat kavramı da sosyal medya çağında daha karmaşık bir hal almıştır. Geleneksel medya organları, genellikle haberlerin doğruluğunu çeşitli editöryal süreçlerden geçirerek sağlar. Ancak, sosyal medyada bu türden bir denetim mekanizması yoktur. Bu durum, "sahte haber" (fake news) olgusunun yaygınlaşmasına neden olmuştur (Vosoughi, Roy & Aral, 2018). Sosyal medya platformlarında yayılan bilgilerin doğruluğu, kullanıcıların algıları ve inançları tarafından şekillenir. Böylece, hakikat, nesnel bir gerçeklikten ziyade, kullanıcıların doğruluğunu kabul ettiği bilgilere dönüşür.

Sosyal medyada gerçeklik ve hakikat arasındaki farklar daha da belirgin hale gelir. Gerçeklik, sosyal medyada paylaşılan içeriklerin toplamı olarak ortaya çıkar; bu içerikler, kullanıcıların öznel deneyimlerini ve algılarını yansıtır. Hakikat ise, bu içeriklerin doğruluğu ve güvenilirliği ile ilgilidir. Sosyal medyada, bir bilginin hakikat olarak kabul edilmesi, genellikle paylaşılan içeriğin yaygınlığı ve kullanıcıların inançlarına ne kadar uyduğuna

2 * Jean Baudrillard'ın (1929-2007) "Simülakrlar ve Simülasyon" (2003) isimli kitabında, bahsettiği gerçeğin temsilini yansıtan sanal evrenler olarak ifade edilen kavramdır. Düşünürün modeli, Simülasyon (hipergerçeklik), gerçeğin bazı modeller aracılığıyla, bir kökenden yoksun olarak sunulması ve Simülakr, "gerçeklik olarak algılanması beklenen görünüm" olmak üzere iki temel bileşen üzerine kuruludur. Modele göre artık simüle edilmesi gereken gerçeğe ihtiyaç söz konusu değildir; çünkü gerçeğin yerini simülakrlar almıştır.

bağlıdır (Tandoc, Lim & Ling, 2018). Bu durum, hakikat kavramının sosyal medyada esnek ve değişken bir yapıya sahip olduğunu gösterir.

Dolayısıyla sosyal medya, gerçeklik ve hakikat algılarımızı dönüştürerek bilgi çağında yeni bir paradigma yaratmıştır. Dijital platformlar, kullanıcıların öznel deneyimlerini ve algılarını yansıtarak yeni bir gerçeklik oluşturur. Ancak, bu platformlarda yayılan bilgilerin doğruluğu ve güvenilirliği, hakikat kavramının sosyal medyada esnek ve değişken bir yapıya sahip olmasına neden olur. Bu dönüşüm, bilgiye erişim ve paylaşım biçimlerimizi yeniden değerlendirmemizi gerektirir.

4. Sosyal Medya ve Post-Truth: Hakikatin Dönüşümü

Post-truth (hakikat sonrası) kavramı, son yıllarda özellikle siyasi ve sosyal tartışmalarda sıkça karşımıza çıkan bir terim haline gelmiştir. Gerçeklerin ve objektif bilginin, bireylerin inançları ve duyguları karşısında geri plana itildiği bir dönemi ifade eden bu kavram, bilgiye olan güvenin sarsıldığı ve manipülasyonun arttığı bir çağın tanımlayıcısıdır.

Kavram, ilk olarak 1990'lı yıllarda kullanılmaya başlanmıştır. Ancak, bu kavramın geniş kitleler tarafından benimsenmesi ve yaygın olarak kullanılması 2010'lu yılların ortalarına rastlar. Özellikle 2016 yılındaki Brexit referandumu ve ABD başkanlık seçimleri, post-truth çağının başlangıcını simgeleyen önemli olaylar arasında yer alır (Sarıoğlu, 2020, s. 383; Aydın, 2020, s. 78). Kavram, Oxford Sözlüğü tarafından 2016'da yılın kelimesi seçilmiştir (Oxford Dictionary, 2016). Bu dönemde, duygusal ve kişisel inançlara dayalı söylemler, nesnel gerçeklerin önüne geçmiş ve siyasi kampanyalar sırasında gerçeklerin manipüle edilmesi yaygın bir strateji haline gelmiştir.

Post-truth kavramının tarihsel kökenleri, modernite ve postmodernite tartışmaları ile ilişkilidir (Aydın, 2024, s. 424). Modernite, akıl ve bilimin egemen olduğu bir dönemi ifade ederken, postmodernite bu mutlakiyetçi yaklaşıma karşı çıkarak, gerçeğin çoğulcu ve göreceli olduğunu savunur. Post-truth, bu düşünce yapısının bir uzantısı olarak ortaya çıkar ve gerçeğin sabit ve değişmez bir kavram olmadığını, aksine bireylerin inanç ve duygularına göre şekillendiğini öne sürer.

Post-truth hakikat ve bilgi kavramlarına dair önemli soruları gündeme getirir. Geleneksel olarak, hakikat ve bilgi, objektif ve evrensel değerler olarak kabul edilmiştir. Ancak postmodern felsefe, bu görüşü sorgular ve gerçeğin öznel olduğunu, bireylerin algılarına ve sosyal bağlarına göre değiştiğini savunur. Bu bağlamda, post-truth dönemi, gerçekliğin bireylerin subjektif deneyimlerine ve inançlarına dayalı olarak yeniden tanımlandığı bir dönemi temsil eder.

Post-truth, epistemolojik bir kriz yaratır çünkü bilginin doğruluğu ve güvenilirliği sorgulanır hale gelir. Bu dönemde, insanlar nesnel gerçekler yerine, kendi inançlarını ve duygularını doğrulayan bilgilere inanma eğilimindedir. Bu durum, bilginin niteliğini ve toplumdaki yerini köklü bir şekilde değiştirir. Bilgiye olan güven azalır ve bireyler, kendilerine sunulan bilgileri eleştirel bir süzgeçten geçirmeksizin kabul etmeye başlarlar. Bu da toplumsal kutuplaşmayı artırır ve ortak bir gerçeklik zemininde buluşmayı zorlaştırır.

Sosyal medya, post-truth kavramının yayılmasında ve etkili olmasında önemli bir rol oynamaktadır. Sosyal medya platformları, kullanıcıların bilgiye hızlı ve kolay erişimini sağlarken, aynı zamanda dezenformasyonun yayılmasına da zemin hazırlar. Sosyal medya algoritmaları, kullanıcıların ilgi alanlarına ve geçmiş etkileşimlerine göre içerik sunar. Bu durum, kullanıcıların yalnızca kendi inançlarını doğrulayan bilgilerle karşılaşmasına neden olur ve yankı odası (echo chamber) etkisi yaratır. Bu yankı odası, bireylerin sadece kendi görüşlerini pekiştiren bilgilerle çevrenmesini sağlar ve farklı görüşlerin tartışılmasını engeller (Narin, 2018).

Sosyal medya ayrıca sahte haberlerin (fake news) hızla yayılmasına da olanak tanır (Tonga, 2023, s. 202). Sahte haberler, genellikle çarpıcı ve duygusal başlıklarla dikkat çeker ve bu şekilde daha geniş kitlelere ulaşır. Sahte haberlerin yayılması, kamuoyunun yanıltılmasına ve gerçeklerin göz ardı edilmesine yol açar. Bu durum, toplumsal güvenin zedelenmesine ve bilgiye olan inancın azalmasına neden olur.

Kısacası post-truth kavramı, modern toplumların bilgiye ve gerçeğe olan yaklaşımını köklü bir şekilde değiştirmiştir. Duyguların ve kişisel inançların nesnel gerçeklerin önüne geçtiği bu dönemde, doğru bilgiye erişim ve bu bilginin doğruluğunun teyit edilmesi büyük bir önem taşımaktadır. Post-truth dönemi, bilgiye olan güveni sarsmakta ve toplumsal kutuplaşmayı artırmaktadır. Sosyal medya, post-truth kavramının yayılmasında ve etkili olmasında kritik bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, bireylerin medya okuryazarlığı ve eleştirel düşünme becerilerini geliştirmesi, post-truth dönemin olumsuz etkilerini azaltmada önemli bir rol oynayacaktır.

Sonuç

Görüldüğü gibi sosyal medya, modern toplumların bilgiye erişim ve paylaşım biçimlerini köklü bir şekilde değiştirmiştir. Gerçeklik ve hakikat kavramlarının bu yeni medya düzeninde nasıl algılandığı ve biçimlendirildiği, özellikle post-truth döneminde önemli bir konu haline gelmiştir. Törel bakış açısıyla değerlendirildiğinde, sosyal medya kullanımının ve bu platformlar

aracılığıyla yayılan bilgilerin, toplumun manevi ve kültürel değerlerini nasıl etkilediği üzerinde durulması gerekmektedir.

İslam, hakikat ve dürüstlüğü yüce değerler olarak benimser. Kur'an-ı Kerim'de ve Peygamber Efendimiz (SAV)'in hadislerinde, doğruluk ve dürüstlüğün önemi sıkça vurgulanmıştır. Bu bağlamda, sosyal medyada yayılan bilgilerin doğruluğu ve güvenilirliği büyük önem taşır. Post-truth döneminde, duygusal ve manipülatif içeriklerin gerçeğin önüne geçmesi, İslami değerlerle çelişmektedir. İslam, bilgiye erişim ve bilginin paylaşımında dürüstlük ve doğruluk ilkelerini benimserken, sosyal medyada yayılan dezenformasyon ve sahte haberler, bu ilkelere aykırıdır. Bu nedenle bireylerin sosyal medyada doğru bilgiye ulaşma ve paylaşma konusunda daha dikkatli ve eleştirel olmaları gerekmektedir.

Türk kültürü, tarih boyunca hakikat, dürüstlük ve güvenilirlik gibi değerleri yüceltmıştır. Türk devlet geleneğinde, adalet ve doğru bilgiye dayalı yönetim anlayışı önemli bir yer tutar. Sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte, Türk toplumu da bilgiye erişim ve paylaşım konusunda yeni zorluklarla karşı karşıya kalmıştır. Post-truth döneminde, bilgi kirliliği ve manipülasyonun artması, toplumun güven duygusunu zedelemektedir. Türk kültüründe önemli bir yere sahip olan ahlak ve doğruluk ilkeleri, sosyal medya kullanımında da gözetilmelidir.

Öte yandan Türk toplumunda, bilgiye ve gerçekliğe olan güvenin sarsılması, toplumsal birlik ve dayanışmayı da olumsuz etkileyebilir. Bu bağlamda, sosyal medya platformlarının doğru bilgiye erişimi kolaylaştıracak ve dezenformasyonla mücadele edecek mekanizmalar geliştirmesi gerekmektedir. Aynı zamanda, bireylerin medya okuryazarlığı ve eleştirel düşünme becerilerini artıracak eğitim programlarının yaygınlaştırılması önem arz etmektedir.

Bir diğer deyişle törelî bakış açısıyla değerlendirildiğinde, sosyal medya kullanımında hakikat ve doğruluk ilkelerinin ön planda tutulması gerekmektedir. Post-truth döneminde, duygusal ve manipülatif içeriklerin yayılması, toplumsal değerlerle çelişmekte ve toplumda güvensizlik yaratmaktadır. Bu nedenle, sosyal medya platformlarının doğru bilgiye erişimi sağlayacak ve dezenformasyonla mücadele edecek mekanizmalar geliştirmesi, bireylerin ise medya okuryazarlığı ve eleştirel düşünme becerilerini artırmaları gerekmektedir.

Törelî bakışın benimsediği ahlak ve dürüstlük ilkeleri, sosyal medya kullanımında da geçerli olmalı ve bireyler, bu platformlarda yayılan bilgilerin doğruluğunu sorgulamalıdır. Bu bağlamda, eğitim kurumları,

medya okuryazarlığı konusunda daha fazla sorumluluk üstlenmeli ve toplumu bilinçlendirmelidir. Sosyal medya, doğru kullanıldığında bilgiye erişimi kolaylaştıran ve toplumsal dayanışmayı güçlendiren bir araç olabilir. Ancak, bu platformların doğru ve etik kullanımını sağlamak, bireylerin ve kurumların ortak sorumluluğudur.

Sonuç olarak, İslam ve Türklük değerleri doğrultusunda, sosyal medya kullanımında hakikat ve dürüstlük ilkelerinin gözetilmesi, post-truth döneminin olumsuz etkilerini azaltmada önemli bir rol oynayacaktır. Bu değerlerin korunması, toplumsal güvenin ve birliğin devamı açısından hayati öneme sahiptir.

KAYNAKÇA

- Altun, F. (2021). "Hakikat" Kavramının Dönüşümü: Bir Tarihsel Sosyoloji Denemesi. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 367-379. doi:10.47951/mediad.1041304
- Anderson, C. (2008). *The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More*. Hyperion.
- Aydın, A. F. (2020). Post-Truth Dönemde Sosyal Medyada Dezenformasyon: Covid-19 (Yeni Koronavirüs). *Asya Studies-Academic Social Studies*(12), 76-90. doi:10.31455/asya.740420
- Aydın, H. (2024). Akışkan Modernitede Anlamı Yakalamak: Post-Truth Üzerine Bir İnceleme. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 12(1), 423-447.
- Baudrillard, J. (2003). *Simülarklar ve Simülasyon*. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Carr, N. (2010). *The Shallows: What the Internet is Doing to Our Brains*. W. W. Norton & Company.
- Castells, M. (2005). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür- Ağ Toplumunun Yükselişi*. (E. Kılıç, Çev.) İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Chittick, W. C. (1989). *The Sufi Path of Knowledge: Ibn al-Arabi's Metaphysics of Imagination*. Suny Press.
- Gettier, E. L. (1963). Is Justified True Belief Knowledge? *Analysis*, 23(6), 121-123.
- Goodman, L. E. (1992). *Avicenna*. Routledge.
- Güven, A. (2020). Hakikatin Yitimi Olarak Post-Truth: Bir Kavramsallaştırma Denemesi. *İnsan & İnsan*(23), 20-36. doi:10.29224/insanveinsan.577956
- Heidegger, M. (1962). *Being and Time*. (J. Macquarrie, & E. Robinson, Çev.) Harper & Row.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Kant, I. (1998). *Critique of Pure Reason*. (P. Guyer, & A. Wood, Çev.) Cambridge University Press.
- Keen, A. (2007). *The Cult of The Amateur: How Today's Internet is Killing Our Culture*. New York: Doubleday/Currency.
- Matei, S. A. (2010). *The Shallows: What the Internet is Doing to Our Brains*. W. W. Norton & Company.
- McChesney, R. W. (2013). *Digital Disconnect: How Capitalism is Turning the Internet Against Democracy*. The New Press.

- Narin, B. (2018). Kişiselleştirilmiş Çevrimiçi Haber Akışının Yankı Odası Etkisi, Filtre Balonu ve Siberbalkanizasyon Kavramları Çerçevesinde İncelenmesi. *Selçuk İletişim*, 11(2), 232-251. doi:10.18094/josc.340471
- Nasr, S. H. (2006). *The Study Quran: A New Translation and Commentary*. HarperOne.
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*. Penguin Press.
- Sarioğlu, E. B. (2020). Yalan Haber, "Post-Truth" Kavramı ve Medya Üçlemesi: Geçmişten Günümüze Gündem. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 377-397. doi:10.15869/itobiad.642988
- Shirky, C. (2008). *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations*. Penguin Books.
- Tandoc, E. C., Lim, Z., & Lng, R. (2018). Defining "Fake News": A Typology of Scholarly Definitions. *Digital Journalism*, 137-153. doi:10.1080/21670811.2017.1360143
- Tonga, H. (2023). Post-Truth Çağda Yalan Haberler: 2021 Yılı Orman Yangınları Haberleri Üzerine İnceleme. *Yeni Yüzyılda İletişim Çalışmaları Dergisi* (6), 200-217.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The Spread of True and False News Online. *Science* (359 (6380)), 1146-1151. doi:10.1126/science.aap955.