

Dijital Kamusal Alanda Bilgi Mücadeleleri: Epistemik Akışkanlık, Yanlış Bilgi Rejimleri ve Platform Dinamikleri

Harun Furkan Yağbasan¹

Özet

İnternet ve bilgisayar teknolojilerinin gelişimiyle birlikte geleneksel kamusal alanın sanal platformlara intikali, kitle iletişim araçlarının tek taraflı hegemonyasını yıkarak kapsayıcılık, aleniyet ve eylem gibi ideal kamusal alan dinamiklerine olanak tanıyan özgürlük söylemleri etrafında şekillenmiştir. Egemen kamusal alanın hegemonik tahakkümüne karşı alternatif ve çoklu-karşı kamular ile ortak fayda üzerine müzakere edilebilecek ortamlar yaratacağına olan temel inanç; web teknolojilerinin gelişimi, sosyal medya platformlarındaki kullanıcı artışı ve ekonomi-politik gelişmeler neticesinde eşitsizliği radikal biçimde yeniden inşa eden ortamların gelişmesi ile post-dijital bir çöküşe uğramıştır. Zira normatif kamusal alan tasavvuru, bilhassa post-dijital dönemde belirginleşen epistemik akışkanlık ve platform mimarilerinin buyurduğu görünürlük rejimleri ile kamusal alanın demokratik bir agora olarak işlemesi ile dumura uğramış ve yeni bir enformasyonel düzen ortaya çıkarmıştır.

Kitle iletişimin tarihsel sürecinde deneyimlenmemiş bu yeni bilgi akış formları bugün gerek mikro gerekse de makro düzeyde küresel risk hiyerarşisinin tepesine konumlanan dezenformasyon sorunsalını ortaya çıkarmıştır. İnternet deneyiminin geliştiği dijital çağ, kullanıcı motivasyonları, sosyal aidiyet, bireysel çıkar ve sosyal medya platformlarının değişken yapısal kısılacı altında çok katmanlı girift bir yapıyı ortaya çıkarmış ve dolayısıyla bilgi düzensizlik biçimlerinin tasnifini gerekli kılmıştır. Özellikle platform mimarilerinin; algoritmik yönlendirme, filtre balonları, yankı odaları, SEO, troll ve bot hesaplara uygun ortamlar tanınması ile doğal bilgi akış sistemi üzerindeki örtük tahakkümü ve yapısal determinasyonu dezenformasyonun viral yayılımını katalize edebilirken, öte yandan siyasi, ekonomik ve dijital güçlerin yanlış bilgi

1 Öğr. Gör. Dr., Gaziantep Üniversitesi Medya ve İletişim Uygulama ve Araştırma Merkezi, 0000-0003-1351-437X

ekseninde provakatif söylemler ile çeşitli manipülasyonlar yaratabilmesine olanak tanıyarak toplumsal algıyı bulandırdığı ifade edilebilmektedir.

Bu çalışma, ilgili literatürün kuramsal tartışmaları ve ampirik bulguları ışığında yanlış bilgi ekosistemine etki eden unsurlara yönelik bütüncül ve diyalektik bir bakış açısı geliştirmeyi ve hakikat iddialarının dolaşımını belirleyen toplumsal ve kurumsal koşulların farklı bağlamlarda nasıl yeniden üretildiğini göstermeyi hedeflemektedir. Bu çözümleme doğrultusunda, dijital kamusal alanların eşitlikçi ve müzakereye elverişli bir ortak zemin olarak yeniden tesisine ilişkin; yönetim süreçlerinde şeffaflık ve hesap verebilirliğin kurumsallaştırılması, içerik müdahalelerinde usul güvencelerinin güçlendirilmesi, kamular-arası geçişkenliği artıran arayüz aracılık mekanizmalarının geliştirilmesi ve kullanıcının pasif tüketiciden epistemik sorumluluk taşıyan kamusal özneye dönüşümünü destekleyecek pedagojik düzenlemelerin yerleşik hale getirilmesine dayalı uygulamaya yönelik öneriler geliştirmektedir.

Giriş Yerine: Dijital Kamusal Alanın Yükselişi ve Çelişkileri

Kamusal alan söylemi, tarihsel kökleri kitle iletişim araçlarının ortaya çıkışıyla sınırlandırılmayacak denli gerilere uzanan; politik süreçlere ilişkin ilk kolektif eylemlilik, müzakere ve itiraz biçimlerinin modern toplumsal düzende düşünsel ve kuramsal düzeyde inşasında temel bir referans noktası olarak kolektif düşüncenin en kurucu kavramlarından birini teşkil etmektedir. Zira bu alan her şeyden önce toplumsal yaşam içinde kamuoyuna benzer bir şeyin oluşabileceğine olan inancın ve bu doğrultuda gerçekleştirilen bir aradalık eylemselliklerinin sonucudur (Habermas, 2004:95). Arendt'e (1994:47-48) göre, bir müzakere alanının varlığından söz edilebilmesinin ön koşulu, bireylerin özel alanın sınırlılıklarını aşarak kamusal mekânlarda görünür hâle gelmeleri ve müşterek olanın inşasına yönelik bir çaba ortaya koymalarıdır. Zira bu hassasiyetlerle oluşturulmuş müştereklik hali adeta gerçek olan bir tezahürü formundadır ve Arendt'e (1994:72-77) göre bu gerçeklik hali içindeki temel dayanak ise antik özgürlük paradigmasına dayanan tahakkümden uzak hakimiyet ilişkilerinden bağımsız bir alan inşa etmektir.

Sosyolojik ve felsefi literatürde kamusal alanın tarihsel oluşumu, varlık mücadelesi ve bu bağlamda inşa edilen kavramsal çerçeveye ilişkin son derece zengin bir birikim bulunmasına karşın, söz konusu alanı sınırları, normları ve ilkeleri kesin çizgilerle belirlenmiş, tekil ve değişmez mekânsal eylemsellikler bütünü olarak yorumlamak mümkün değildir. Zira kamusal bağlamında değerlendirilebilecek kolektif eylemlerin gerek filizlendiği coğrafyanın kültürel dinamikleri gerekse de siyasi, politik ve ekonomik pratikleri farklı kamusal alan formları yaratmaktadır. Kuşkusuz tüm bu farklılıklar içinde

sabit kalan temel unsurun mekân olduğu ifade edilebilir. Acta Diurna'da izlerine rastlanan ve Agoralarda kurumsallaşan kamusal alan formu, tarihsel süreç içerisinde kahvehaneler, meclisler ve modern kent yaşamının giderek daralan yeni mekânlarında farklılaşarak yeniden üretilmiş ve varlığını sürdürmüştür. Bu çerçevede, kamusal alanın en temel bileşenlerinden birinin, kamusal müzakerenin ve toplumsal etkileşimin mümkün olduğu özgül mekânsal örgütlenmeler ya da kısaca "mekân" olduğu ifade edilebilir. Giddens'a göre modernlik, mekânı yerden ayırırken, zamanı da mekândan ayırmıştır. Geleneksel toplumlarda zamanın ayarlanmasını, bütünüyle yaşanan yörenin doğa olaylarıyla ve gündelik rutinle ilişkili olarak açıklarken, modernlik koşullarında zaman, yaşanan yerle birlikte temsil edilmemektedir (Giddens'dan akt. Timisi, 2003:145). Bu bağlamda mekânsal değişimin en radikal süreci olarak ifade edilebilecek 20. yüzyılın sonlarından itibaren gelişen iletişim ve bilgi teknolojileri, kamusal alanın fiziksel eşzamanlılık ve ortak-mekân temelli kurgusunu aşındırarak, mekânsallığın dijital ortamlarda yeniden tesis edildiği postmodern kamusalılık biçimlerinin tartışılmasını gerekli kılmaktadır.

Bugünün en önemli iletişim ortamlarının tabanını oluşturan internet teknolojilerinin matematik ve iletişimden organizasyon ve iş birliği modellerine dek pek çok alanda geliştirilen icat ve yeniliklerin bir sonucu olarak ortaya çıktığı ifade edilebilmektedir (Başaran, 2006:9). Soğuk savaş döneminin yarattığı stratejik iletişim ihtiyacı, bilgisayar teknolojilerindeki gelişmeler, istatistik ve veri işleme yöntemlerinde yaşanan iyileştirmeler internet teknolojilerinin güçlü bir iletişim pratiğine dönüşmesindeki temel altyapının oluşmasını sağlamıştır. Özellikle 1980'li yıllardan sonra neredeyse tüm duyulara hitap eden bilgisayar destekli teknolojiler ve bu teknolojilerin birbiri ile iletişimini sağlayan internetin yarattığı dönüşüm, ulusal ve ulusötesi sosyal, politik ve ekonomik olguları ve iletişim biçimlerini önemli ölçüde değiştirmiştir (Cevher ve Yaşa, 2022:9). İletişim biçimlerine yönelik pratikleri büyük ölçüde değiştiren internet teknolojilerine ilişkin gelişmeler modern bilgisayarın icadı ve bilgisayar ağlarına yönelik ilgili araştırmalarla yakın tarihlerde paralel gerçekleşmiş ve bu çalışmalar ABD'de 1960'ların başından ABD Savunma Bakanlığı finansörlüğünde ortaya çıkmıştır (Mowery ve Simcoe, 2002: 1371). İnternetin askeri amaçlarla başlayan tarihsel serüveni, iletişim süreçlerini kolaylaştıran ve hızlandıran bir ortamı mümkün kılacağını göstermiş; bilgisayar teknolojilerinde yaşanan teknik gelişmeler neticesinde kamusal düzlemde hızla yaygınlaşmaya başlamıştır. Ancak Castells (2008:64-65), 1990'ların başında grafik ve veri aktarımındaki kısıtlılıklar nedeniyle İnternet kullanımının oldukça zor olduğuna dikkat çekmektedir. Yazara göre, İnternet'in asıl toplumsal yayılımı, 1990 yılında

CERN’de geliştirilen ve bilgiyi fiziksel konumundan ziyade içeriğine göre düzenleyerek erişimi kolaylaştıran “World Wide Web”in icadıyla mümkün olmuştur (Castells, 2008:64-65).

İnternetin kurumsal kullanımlarının ardından halk düzeyinde indirgenmesi ve bugünkü anlamda bir iletişim aracı olarak kullanılması Kaplan ve Haenlein (2010:60) de ifade ettiği gibi internet başlangıçta kullanıcıların birbirleriyle yazılım, veri, mesaj ve haber alışverişinde bulunmalarını sağlayan dev bir Bülten Tahtası Sistemi’ne (BBS) dayanmaktadır. 1990’lı yılların sonuna doğru bilgisayar teknolojilerinin gündelik kullanıma elverişli ve ulaşılabilir aygıtlara dönüşmesi, World Wide Web ile çeşitli protokoller üstünden hiper-metin yapısıyla birbirine bağlanan kaynakların küresel ölçekte erişimi sağlayan sistemin gelişmesi ve ticari internet servis sağlayıcılarının pazara dahil olması internetin geniş kitleler nezdinde erişilebilir ve etkin bir iletişim mecrasına evrilmesindeki belirleyici bir süreci ifade etmektedir. İlk tanınabilir sosyal ağ sitesi SixDegrees.com olup kullanıcıların profil oluşturmaya, arkadaşlarını listelemesine ve bu listeler arasında gezinmesine olanak tanımıştır (Kietzmann vd., 2011:242; Boyd ve Ellison, 2007:214). Bu erken platformlar, 1980’lerin ilk sanal toplulukları olan Well, Genie, Listserv ve IRC ile ilk sanal toplulukların deneyimleri üzerine inşa edilmiştir (Edosomwan vd., 2011:81). Friendster’ın 2002 yılındaki sosyal ağ sitelerinin yayılımına önemli ivme kazandıran çıkışı; teknik bir spesifikasyon güncellemesinden ziyade, web’in kullanım biçimlerindeki kümülatif değişimlere işaret eden ve etkileşimli bilgi paylaşımını, işbirliğini ve kullanıcı merkezli tasarımı kolaylaştıran web uygulamalarıyla ilişkilendirilen Web 2.0 teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte bugünün popüler sosyal medya platformları olan LinkedIn, MySpace ve Facebook gibi platformların kurulmasını tetikleyen ana gelişmeler olarak ifade edilebilir. (Taprial ve Kanwar, 2012:19; Sajithra ve Rajinda, 2013:72). Kuşkusuz sosyal ağ sitelerinin birer dijital kamusal alana dönüşmesi noktasında en önemli unsurun kullanıcı olduğu ve kullanıcının temel iletişim motivasyonlarının; sosyal medyayı genel olarak iki yönlü etkileşime ve geri bildirim olarak tanıyan herhangi bir etkileşimli iletişim kanalı olarak çalışması ve gerçek zamanlı etkileşim potansiyeli, anonimliğin azalması, yakınlık hissi, kısa yanıt süreleri veya sosyal ağa katılma yeteneği ile karakterize olmasına dayandığı ifade edilebilir (Carr ve Heyes, 2015:50). Boyd ve Ellison (2007:221) sosyal medya platformlarına yönelik erken çalışmalarında; MySpace ve Facebook’un ABD’li gençlerin aracı ortamlarda bir araya gelemedikleri zamanlarda bile arkadaşlarıyla sosyalleşmelerine olanak sağladığını ileri sürmekte olduğunu ve bu nedenle SNS’lerin tıpkı aracı kamusal alanların yaptığı gibi sosyalliği destekleyen “ağa bağlı kamular” olduğunu savunmaktadır (Boyd ve Ellison, 2007:221).

İnternet teknolojisi medya kültürüne yönelik pek çok ezberi bozarak daha önceki iletişim yöntemlerinin geleneksel olarak nitelendirilmesine neden olmuştur. Kitle iletişim araçlarının tek taraflı enformasyon akışını değiştirerek iki yönlü bilgi akışına olanak tanıyan Web 2.0 teknolojisi medya kullanım alışkanlıklarını ve pratiklerini değiştirerek yeni bir medyanın varlığını ilan etmiştir. Konvansiyonel kitle iletişim araçlarının geliştirdiği okuyucu, dinleyici, izleyici ifadeleriyle bireyin pasif durumunu ifade eden sıfatlandırmaları rafa kaldıran yeni medya teknolojileri, kullanıcı, üretici, geliştirici gibi nitelikleri kazandırarak bireyi medyanın adeta kalbine yerleştirmiştir. Jenkins (2006:20) yakınsama kültürü tartışmaları içerisinde katılımcı kültürü, tüketicinin eski pasif medya izleyiciliği konumundan çıkarak yeni içeriğin yaratılması ve yayılmasına etkin olarak katılan birey olarak tanımlamaktadır. Birey artık içerik üreten ve kişisel medyalarını yaratan birer patron haline gelmiştir. Sosyal medya platformları, kitle iletişim sisteminin geleneksel akışını dönüştürmekle birlikte bilginin üretim, dolaşım ve yeniden inşa süreçlerinde de radikal bir dönüşüm yaratmıştır. Bu değişim içerisinde bilgi; nesnel gerçekliğin temsili olduğu kadar toplumsal gruplar, bireysel çıkarlar ve kullanıcıların dijital varoluş mücadelesi içinde yeniden biçimlenen bir anlam alanına dönüşmüştür. İnternetin ve bilgisayar teknolojilerinin buluşması, kısa süre içerisinde internetin ticarileşerek halka açılması, ‘world wide web’ ve ‘web 2.0’ gibi teknolojilerin ve internet araçlarının geliştirilmesiyle ortaya çıkan sosyal medya platformları, bireylerin kitle iletişim tarihinin başından beri süregelen edilgen pozisyonunu yerinden ederek aktif birer özne haline getirmiştir. Kuşkusuz bu gelişmeler beraberinde enformasyon patlamasını getirmiştir.

Kuşkusuz, küresel ölçekte yaşanan tüm bu dönüşümlerin, kitlelerin sosyal yaşamlarında önemli kırılmalar yaratarak, iletişim enstrümanlarının artık kendi denetimleri doğrultusunda işlediğine dair güçlü bir özneleşme ve iktidar arzusuna zemin hazırladığı ifade edilebilir. Zira bu güç; geleneksel kitle iletişim araçlarının yüzyıllara dayanan hegemonik konumunun sona erip ermeyeceğine ilişkin muğlak ve gerilimli bir algısal atmosferi de beraberinde getirmiştir. Zira internet ortamlarının başlangıçta yaratmış olduğu algının ideal kamusal alan teamülleri ile yakında ilişkili olması; Taprial ve Kanwar’ın (2012:6) da ifade ettiği gibi insanların bir boşlukta konuşmadıklarını fark etmeleri; sohbetlere katılan ve müzakere kabiliyetine sahip olan son derece duyarlı bir kitlenin oluşmasına zemin hazırlayarak artık güçlülerin elinde acı çekmek, bağımlı kalmak ya da adalet ve sorunların çözümünü beklemek zorunda değillerdi. Zaman geçtikçe, insanlar sosyal medyanın çözebileceği şeyin sadece küçük sorunları olmadığını, aynı zamanda birlikte çalışarak karar verme sürecini de etkileyebileceklerini fark ettiler. Kendi başına, her

birey kendi ağı içinde, bazıları diğerlerinden daha fazla bir etkileyiciye dönüşüyordu (Taprial ve Kanwar, 2012:6). Bu bağlamlar çerçevesinde bilgisayar ve internet tabanlı gelişen teknolojilerin “*sonucu olan enformasyon çağı, endüstri devriminden daha büyük bir toplumsal dönüşüme neden olacaktır. Bu tür bir dönüşüm zamana endeksli maddi üretim sisteminde bir değişimin, özgür rekabetten sinerjik ekonomik sisteme, parlamenter demokrasiden katılımcı demokrasiye doğru bir değerler dönüşümünü içermektedir*” (Masuda’dan akt. Timisi, 2003:96).

Kitle iletişim araçlarının gelişimiyle birlikte farklı formlarda sıklıkla ele alınan deformatif kamusal alan tartışmaları internet tabanlı iletişim teknolojilerinin şekillendirdiği yeni medya pratikleri bağlamında, özgün bir düzlemde yeniden ele alınmayı gerekli kılmıştır. Zira geleneksel kitle iletişim araçlarına sıradan bir izleyicinin ulaşabilmesi veya herhangi bir topluluğun büyük medya konglomeraları karşısında nüfuz elde edebilmesi, aşılması güç yapısal engeller barındırmaktadır. Medya patronlarının ideolojik yaklaşımları, politik duruşları, ekonomik ilişkileri ve bu dolaylımlarla gelişen beklentilerin birbirleriyle uyumlu olması yahut çıkar ilişkilerinin benzeşmesi nadir karşılaşılan bir durum olarak nitelendirilebilir. Ancak medyayı tek yönlü işleten sistem, internet teknolojilerinin gelişmesi ve bunun medya sektörüne intikal etmesiyle başka bir boyut kazanmıştır. Sosyal medya platformlarının hiçbir ayırım gözetmeksizin vadettiği özgür imgesel ve söylemsel alan, internet altyapısına ulaşılabilen herkese ‘ücretsiz üyelik’ karşılığında devredilmiş ve bu vesileyle medya ortamlarına kullanıcıların transferi gerçekleşmiştir. Kullanıcılar artık kendileri için oluşturulan içeriği pasif bir şekilde izlemekle sınırlı olduğu web sitelerinin aksine sanal topluluklarda kullanıcı tarafından oluşturulan sosyal ağ siteleri, bloglar, wikiler, video paylaşım siteleri, web uygulamaları, mashuplar ve folksonomiler ile içeriğin yaratıcıları (promuser) olarak etkileşime girme ve iş birliği yapma özgürlüğü tanınmıştır (Sajithra ve Rajinda 2013:72).

Medya ortamlarında yüzyıllardır süregelen konumunu değiştirerek bilgiyi doğrudan inşa edebilen bireyin aktif bir özne biçimine evrilmesi; ifade, temsil ve etkileşim pratiklerini gerçekleştirdikleri dijital ortamların birer geliştiricisi, üyesi ve hatta ortağı rolünü üstlenmesine neden olmuştur. Sosyal medya platformlarının süreç içinde hızla kitleselleşmesi, kullanıcıların gündelik yaşamın sıradan aktörlerinden biri olmaktan çıkarak ve milyonlara erişebilme imkânı tanıyarak birer içerik üreticisi olmayı, daha açık bir ifadeyle tanınmayı yahut şöhreti arzulayan bireylere dönüşmesine neden olmuştur (Marwick ve Boyd, 2011; Senft, 2008). Öte yandan söz konusu bu yeni gelişmeler tıkanan siyasi ve ekonomi politikaları, farklı bir ifadeyle neoliberal adaptasyon süreçleri yahut dijitalleşen hegemonya için derin bir soluk,

yeniden inşa ve güncel bir pazarı ifade etmektedir. Böylece hem bireyler hem de siyasal-ekonomik güç odakları için dijital kamusal alanlar, stratejik bir temsil ve müdahale zemini geliştirmekte ve bu alanların en büyük kaynağını da kuşkusuz bilgi, bilgi kontrolü ve bilgiyi işleme yöntemleri oluşturmaktadır (Dean, 2003;2010, Fuchs, 2014).

Ortak yarar, müzakere ve kolektif eylem gibi normatif göndermeler etrafında şekillenen ve uzun bir tarihsel soyağaca sahip “kamusal alan” kavramı, Habermasçı literatürde tüm yurttaşların erişimine ve katılımına açık; özel bireylerin devlet bürokrasisinin ve özel çıkarların vesayetinden azade biçimde toplanıp örgütlenebildiği ve genel yarara ilişkin meseleleri rasyonel-eleştirel muhakeme içinde tartışabildiği bir uzam olarak tanımlanır. Ne var ki Habermas’ın liberal modeli—burjuva toplumunun gereksinimlerini devlete ileterek iktidarı rasyonel bir otoriteye dönüştürme ideali—kapitalist medya ve sosyal refah devleti koşullarında rasyonel tartışmaya dayalı kamusal iletişim ağının aşınarak çöktüğünü ileri sürer (Habermas, 2004:94–95). Fuchs’un, McCarthy’ye dayanarak vurguladığı gibi, “akılla bilgilendirilmiş yaşam” vaadi kapitalist modernleşmenin toplumsal biçimlerince deforme edildiği ölçüde kamusal alanın normatif vaadi kurtarılamaz; bu da Habermas’ın işaret ettiği çözülmenin bağlamsal nedenlerini açıklamada önemli referanslar oluşturur (Fuchs, 2014:63). Geç modern zamanda kamusal insanın narsistik bir tarzda kendi psişesine odaklandığını, temel kaygılarının ve fayda endişelerinin ‘ben’e dönüştüğüne değinen Sennet (2010:18), kamusal alanın bu dönüşümü içinde kamuya ait olan ile mahrem arasındaki çizginin bulanıklaştığını ifade etmektedir. Sennet’in kamusal yaşamın çöküşüne yönelik savları bilhassa mekân bağlamında şekillenmiş; kalabalıklaşan ve kamusal alanların daralarak yok olmasına neden olan modern şehir mimarilerinin yeni formel iletişim biçimlerini yarattığı üzerinde durmuştur.

Modern yaşam pratikleri, bireyselleşme ve kent yaşamının mekânsal kısıtlılıkları neticesinde fiziksel kamusal alanın aşınmasıyla ortaya çıkan boşluk; sanal mecralarda bir özgürleşme vaadi olarak kamusal alanın yeniden inşasına yönelik tahayyülde canlanmış olsa da post-dijital konjonktürdeki hegemonik müdahaleler ve yapısal dinamikler ile yeni bir dejenerasyon evresiyle karşı karşıya kalmıştır. Teknoloji tıpkı bıçağın iki yüzü gibi; gündelik yaşam içerisinde bir taraftan hız, kolaylık ve rahatlıklar sağlamakta diğer taraftan ise, insanı mekanikleştiren bir standart yaşam biçiminin ortaya çıkmasında temel etkenlerin başında gelmektedir (Söğüt, 2019:143). Zira dijital kamusal alanın yükselişi, demokratik ve katılımcı potansiyeller vaat etse de aynı zamanda literatürce (Habermas, 2004; Arendt, 1994) idealize edilen kamusal alan fikrinden uzaklaşan ciddi çelişkileri de beraberinde getirmiştir.

Geleneksel iletişim araçlarının editoryal denetim, etik normlar ve hukuki düzenlemeler çerçevesinde sınırlı biçimde gerçekleştirdiği bilgi iletimi; dijital iletişim teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla birlikte, kurumsal kontrol ve etik gözetimden bağımsız olarak bireylerin sınırsız enformasyon üretebildiği bir yapıya dönüşmüştür. Sosyal medya platformlarının yaygınlaşması, kamusal müzakerelerde yaygın bir kullanım pratiğine dönüşmesi ve dijital kültür içerisinde hegemonik bir konum kazanmasıyla birlikte; bu mecraların kolektif etki gücüne yön vermeye ya da bu güç üzerinde tahakküm kurmaya çalışan siyasal ve ekonomik aktörlerin müdahil olması, dijital kamusal alanın enformasyon akışını ve yapısal düzenini giderek daha karmaşık ve çok katmanlı bir hâle getirmiştir. Sayısal olarak sürekli artış gösteren dijital platformlar arasında rekabet dinamikleri, platformların kullanıcı etkileşimleri üzerinden üretilen büyük veri kümelerini dikkat ekonomisinin temel girdilerine dönüştürmeye itmiş; böylece kullanıcıların çevrimiçi var olma süresini en üst düzeye çıkarmaya yönelik algoritmik stratejiler ile platform mimarisinin merkezine yerleşmiştir. Şüphesiz böyle bir ortam içerisinde gerek bireysel gerek kurumsal olarak mevcut çıkar pastasından pay alma mücadelesine dönüşen kamusal bilgi ve müzakere ekosisteminin kirlenmesi ise kaçınılmazdır.

1. Dijital Çağda Bilgi Düzensizliğinin Kavramsal Haritası: Veri, Niyet ve Hakikat

İnsanlığın tarihsel serüveni içerisinde bireyler ve kitleler arası iletişimi mümkün kılmak için çeşitli yöntemler ve araçlar geliştirilmiştir. Bu anlamda internet tabanlı yeni iletişim teknolojilerinin geleneksel iletişim yöntemlerinden radikal biçimde farklılaştıran temel unsurlarından birinin enformasyon inşa etme ve dağıtma mekanizmalarında kurgusal bir aktör olma hususundaki mahiyeti olduğu ifade edilebilir. Kitle iletişiminin bilgi üretme ve dağıtma noktasında egemenlere atfettiği monopol yapıyı bozan bu yeni iletişimsel süreç bilgiyi tabana indirdiği ve özgürleştirdiği kadar yeni sorunların doğmasına da neden olmuştur. Zira konvansiyonel iletişim araçlarında alışıl gelmiş editoryal süreçlerin ve denetim mekanizmalarının sanal mecraların dinamik yapısı içinde varlık sürdürmesi yahut işlevsel olarak geçerlilik arz etmesi olanaksız hale gelmiştir.

Geleneksel yaklaşımla bilgi; bireysel, grup ve örgütsel düzlemlerde oluşan deneyim, değer, amaca/bağlama yönelik enformasyon ile uzmanlık görüşünün, yeni deneyim ve enformasyonla birlikte bir araya getirilip değerlendirilmesini mümkün kılan esnek bir çerçeve niteliğindeki anlamlı bütünselliğin dış dünya ile yaşanan bir değiş tokuş sürecidir (Davenport ve Prusak, 2001:27; Small ve Sage, 2005:154; Wiener, 1954:17). İnsanlığın

yaşam mücadelesinden büyük medeniyetler inşa etmesine değin tarihsel sürecin her noktasında büyük bir kutsiyet atfedilen bilgi yine benzer düzlem içerisinde manipülatif bir biçimde dolaşıma sokulması halinde tarihsel kırılma noktalarında derin krizlerin tetikleyicisi olarak toplumsal buhranların doğmasına sebebiyet vermiştir. Söz konusu bu durum enformasyon çağı olarak da nitelendirilen bugünün koşullarında; birey, aile ve kültürel dokuya sirayet edem yıkıcı bir tehdit unsuru; makro ölçekte ise OECD, NATO, AB, BM gibi uluslararası kuruluşların raporlarında küresel risk hiyerarşisinin en üstüne konumlanan çok katmanlı bir risk unsuru olarak değerlendirilmektedir.

İnternet tabanlı iletişim teknolojilerinin yarattığı sanal mecraların giderek yaygınlaşması bilginin demokratikleşmesini sağlarken öte yandan epistemik bir krizin de kapılarını aralamıştır. Küresel bir fenomen haline gelen bu krizin tanımlanabilmesi ve buna ilişkin tutarlı stratejiler üretilebilmesi kuşkusuz öncelikle söz konusu bu enformasyon kirliliğine ilişki sınıflandırılma yapılmasını gerekli kılmaktadır. Brexit Raporu (2016), ABD seçimleri ve Covid-19 salgınıyla birlikte akademik camianın yoğun biçimde yöneldiği dezenformasyon çalışmaları akışkan ve kirlenen bilgi ekosistemini belirli bir çerçeveye yerleştirme açısından önem arz etmektedir. Nitekin yanlış bilgi ve dezenformasyon kavramlarının iletişimin kendisi kadar uzun bir geçmişi vardır; ancak post-truth, dezenformasyonun geniş çapta yayıldığı ve sosyal medya tarafından kolaylaştırıldığı yönündeki bir gözlemden ibaret olduğu söylenememektedir. Aksine, 2016 sonrası dönemi hakikat sonrası dönem olarak tanımlamak, dezenformasyonun kamuoyunun görüş ve tutumlarını şekillendirmede etkili olduğunu ve dolayısıyla bazı vatandaşların siyasi katılımını yönlendirdiğini yansıtıyordu (Perez, 2023:77). Hakikat kavramının tartışmalı bir tarihi vardır; hakikat üzerine tartışmalar dijital teknolojiler aracılığıyla iletişimin parçalı doğasının bir ürünü değildir. Batıl inanç çağından aydınlanmaya ve endüstriyel, bilimsel ve teknolojik devrimlere kadar gerçeklik kavramlarının değişikliklere uğradığı bilinmektedir. (Perez, 2023:77-78).

Tarihsel olarak sahte bilgilendirmelerin gazete endüstrisi kadar eskiye dayandığı ifade edilebilir. İlk olarak 16. Yüzyılda rapor edilen sahte haber, son zamanlarda, haberlerin çevrimdışı dağıtımdan çevrimiçi dağıtıma dijital dönüşümü ve sosyal medyanın bir haber dağıtım kanalı olarak yükselişinin ardından radar ekranlarımıza geri döndü (Martens vd., 2018:8). Literatür içerisinde sahte habere ilişkin birçok tanımlamayla karşılaşmak mümkündür. Birleşik Krallık Cambridge Sözlüğü sahte haberi “haber gibi görünen, internette ya da diğer medya araçları kullanılarak yayılan, genellikle siyasi görüşleri etkilemek ya da hiciv amacıyla oluşturulan yanlış hikayeler” olarak tanımlamakta; ABD Collins Sözlüğü ise söz konusu kavrama ilişkin

tanımlamayı “habercilik kisvesi altında yayılan yanlış, genellikle sansasyonel bilgi” şeklinde ifade etmektedir (Martens vd., 2018:8-9). Bu tanımda “yanlış” kelimesinin yer alması, doğru ve yanlış haberlerin, altta yatan gerçeklerin doğrulanması yoluyla ayırt edilebileceğini göstermektedir. Reuters’e (2017) göre, yalan haberin tanımlanması güçlüklerle doludur çünkü genellikle üç farklı kategoriye uygulanmaktadır: (1) para kazanmak veya başkalarını itibarsızlaştırmak için uydurulan veya ‘icat edilen’ haberler; (2) haber gerçeklere dayanan, ancak belirli bir gündeme uyacak şekilde ‘döndürülen’ haberler; ve (3) insanların kendilerini rahat hissetmedikleri ya da aynı fikirde olmadıkları haberler (Martens vd., 2018:8-9). AB Üst Düzey Uzman Grubu (2018) ise sahte haber için “kasıtlı olarak kamu zararına yol açmak veya kâr amacıyla tasarlanan, sunulan ve tanıtılan her türlü yanlış, hatalı veya yanıltıcı bilgiyi içeren” dezenformasyon şeklinde benzer bir tanım benimsemiş, tanım “kâr amaçlı” ifadesi ticari tıklama tuzakları gibi platformların yapısal unsurlarına da değinirken yanlış bilgilendirmenin en önemli unsurlarından olan nefret söylemi ve hicvi açıkça kapsam dışı bırakmıştır (Martens vd., 2018:9). 2016 ABD Başkanlık seçimleri ve Brexit süreciyle birlikte küresel anlamda sıkça ifade edilen ‘sahte haber’ başlangıçta haber formatını taklit eden ancak editoryal süreçlerden yoksun uydurma bilgileri tanımlamak için kullanılmıştır (Lazer vd., 2018:1094; Allcott ve Gentzkow, 2017:213).

Bu tanımlarda ortak olan şey, sahte haberlerin gerçek haberlerin görünüşünü ve hissini nasıl benimsediğidir; web sitelerinin nasıl görüldüğünden, makalelerin nasıl yazıldığı; fotoğrafların nasıl atıflar içerdiğiyle ilgili. Sahte haberler, gerçek haber gibi görünmeye çalışarak bir çeşit güvenilirlik kazandığı için meşruluk kisvesi altında gizleniyor (Tandoc vd., 2018:147). Dolayısıyla kavramsal olarak sahte bilginin; temelde yanlış olan ancak kasıtlı manipülasyon içermeyen bilgi anlamına geldiği görülmektedir. Bu kavramsal farkı neticesinde sahte bilgi misenformasyon kavramından ayrılır. Zira sahte bilgi, kasıtlı olarak yanlış bilgi üretimini anlamını da kapsamakta, temel fark organize, sistemli bir manipüle stratejisine dayanmamasından ileri gelmektedir. Yanlış bilgi kavramı ise genellikle doğruluk kaygısı taşımadan, gelişigüzel, herhangi bir kaynağa dayanmayan, dolayısıyla yanlış anlamalardan, eksik bilgiye dayalı çıkarımlardan ve hatalı bilgi kaynaklarının referansları doğrultusunda üretilen gelişigüzel beyanlarını temsil etmektedir.

Sahte haberler, gerçek haberleri taklit ederek, kullanıcıların bazen yanlış olduğunu bilmelerine veya şüphelenmelerine rağmen daha paylaşılabilecek hale gelmektedir (Duffy’den akt. Melchior ve Oliveira, 2023:2) Bu içerikler, sosyal medya platformlarında bulunan gerçek içeriği yalnızca içerik veya dilbilimsel analiz yoluyla ayırt etmeyi mümkün kılmamakta zira sahte haberler kötü niyetli kullanıcılar tarafından gerçek bilgi gibi görünmesi ve kulağa hoş

gelmesi için kasıtlı olarak üretilebilme potansiyeline sahiptir (Shu vd akt. Melchior ve Oliveira, 2023:2). Bu bağlam etrafında değerlendirildiğinde; insanların, uydurma dezenformasyon ile bağlamdan arındırılmış kötü bilgi arasında net bir ayrım yapmadıkları bulgusu başlı başına önemli bir bulgudur: Gerçeğin daha göreceli hale geldiği zamanlarda insanlar da güvensizliğe kapılabilirler (Hameleers vd., 2022:10).

Bilginin dahi mutlak doğruyu içermek zorunda olmadığına, yanlış bilginin de bir bilgi türü olduğuna yönelik güçlü bir literatürün olması, yanlış bilgilendirmenin tüm türlerini ‘sahte haber’ altında değerlendirmelerin sınırlı kalmasına yol açabilmektedir. Nitekim Floridi (2010:104) genel bilgi tanımını; iyi biçimlendirilmiş anlamlı ve doğru veri olarak tanımlamaktadır. Floridi’nin bu tanımlamasını besleyecek ve destekleyecek yaygın literatürün varlığına rağmen bazı araştırmacılar (Fallis, 2015; Scarantino ve Piccinini, 2010), Pratoras ve sofistler, Nietzsche ve pespektivizm, William James/ John Dewey ve pragmatizm, Kuhn ve paradigma yahut Foucault ve postyapısalcılık gibi güçlü bakış açılarının da referans olabileceği gibi yanlış bilginin de birer bilgi türü olduğunu savunmaktadırlar. Bu anlamda gelişen geniş ve kapsamlı literatür içerisinde dijital kamusal alanlarda neyin dezenformasyon olarak nitelendirilebileceği ve nasıl sınıflandırılacağına yönelik soruların da temelini oluşturmaktadır. Bilgiye yönelik bu kavramsal kargaşa içinde yanlış bilgilendirme formlarını, salt ‘sahte’ kavramı altında incelemek, bilhassa sosyal medya çağının yarattığı enformasyonel yoğunluk karşısında, yanlış bilgi ekosistemini analitik bir düzlemde tasnif etme ve bütüncül bir kuramsal perspektif geliştirme noktasında açıklama gücünü kaybetmesine neden olabilmektedir.

Bu çok yönlü, kapsamlı ve güçlü literatür içerisinde dijital iletişim evrenindeki kavramsal ayrımların yapılması hususunda sıkça başvuru alan çerçevenin Claire Wardle ve Hossein Derakhshan’ın (2017) Avrupa Konseyi için hazırladığı ‘Information Disorder’ isimli rapor olduğu söylenebilir. Zira burada ele alınan ‘bilgi bozukluğu’ ve ‘bilgi düzensizliği’ yanlışlık ve zarar verme eksenlerinde ‘disinformation-misinformation-malinformation’ başlıkları altında kategorileştirilerek güçlü bir perspektif geliştirmiştir.

Modern yaşam pratikleri, yeni iletişim formları ve enformasyon kaynaklarının çeşitlenmesi epistemik kayganlığı da beraberinde getirebilmektedir. Post dijital çağ bilginin doğruluğundan ziyade enformasyona daha hızlı ulaşmayı buyurabilmektedir. Öte yandan enformasyon bolluğu her malumatın teyit edilmesini zorlaştırabilmekte, platformların yapısal sistemi doğru bilgiye ulaşmanın önünde engel teşkil unsurları barındırabilmekte yahut dijital medya okuryazarlık becerilerinin noksanlığı herhangi bir manipülatif enfor-

masyona karşı savunma geliştirebilmeyi güçleştirebilmektedir. Wardle ve Derakhshan (2017:20) yanlış bilgi ekosistemindeki bu tip yayılım durumlarını misenformasyon olarak değerlendirmekte; bilginin yanlış olduğu ancak paylaşılan kişinin zarar verme niyeti taşımadığı durum olarak nitelendirmektedir. Fallis'e (2015:402) göre burada kritik olan, bilginin yanlış olmasına rağmen, yayıcının bunu "bilgi" sanarak, kötü niyet gütmekten; bir hata sonucu paylaşmasıdır.

Dezenformasyon, bilginin yanlış olduğu ve kasten bir kişiye, sosyal gruba, kuruma veya ülkeye zarar vermek amacıyla üretildiği veya paylaşıldığı durumdur (Wardle ve Derakhshan, 2017:20). Bu anlamda dezenformasyonu yanlış bilgidan ayıran temel özellik niyet olduğu ifade edilebilir. Nitekim dezenformasyonda kişi veya gruplar yaydıkları enformasyonun yanlış olduğunu bilerek stratejik olarak tahribat yaratma veya doğru bir bilgiyi bağlamından kopararak yanıltma amacı taşıyabilmektedirler (Floridi, 2010; Fallis, 2015).

Wardle ve Derakhshan'ın taksonomisinde bir enformasyonun doğru bilgiler içermesi söz konusu içeriğin bilgi bozukluğu yaratmadığı anlamına gelmemektedir. Kişilerin veya grupların zarar verme niyeti taşıyarak stratejik biçimde enformasyon yayma eylemleri bilgi düzensizliği rejimi içerisinde malinformasyon olarak değerlendirilmektedir. Bu bilgi düzensizliği genellikle özel hayatının kamusallaştırıldığı, özel eylemlerinin ifşa edilmesi şeklinde kendini gösterebilmektedir.

Wardle ve Derakhshan (2017), yanlış bilgiyi Yanlışlık (Falseness) ve Zarar Verme Niyeti (Intent to Harm) ekseninde; kasıtsız hata, kasıtlı manipülasyon ve silahlı gerçeklik olarak Türkçeleştirilebilecek formda kategorize etmiş öte yandan 'Sahte haber' kavramının yetersizliğini aşmak için dijital ekosistemde karşılaşılan yanlış ve yanıltıcı içerikleri 7 farklı türde sınıflandırma yoluna başvurmuştur. Bu sınıflandırma, içeriğin ne kadar manipüle edildiğini ve bağlamın nasıl kullanıldığını açıklama hususunda önemli bir farkındalık yaratılmasına zemin oluşturmaktadır.



Wardle ve Derakhshan (2017)

1. *Uydurma İçerik (Fabricated Content)*: Tamamen yanlış, %100 uydurma olan ve kandırma/zarar verme amacıyla üretilen içeriklerdir.

2. *Manipüle Edilmiş İçerik (Manipulated Content)*: Gerçek bir bilginin veya görselin çeşitli yöntemlerle (Photoshop, deepfake vs.) yanıltma amacı taşıyarak değiştirilmesidir.

3. *Taklitçi İçerik (Imposter Content)*: Gerçek kaynakların (kurumsal logo, tanınmış kişi ismi vs.) taklit edilerek, içeriğe güvenilirlik kazandırılmasıdır.

4. *Hatalı Bağlam (False Context)*: Gerçek bir içeriğin (eski bir fotoğraf, farklı kişiye mal etme), tamamen farklı ve alakasız bir olayla ilişkilendirilerek paylaşılmasıdır.

5. *Yanıltıcı İçerik (Misleading Content)*: Bir konuyu veya kişiyi çerçevelemek için bilginin (örneğin istatistiklerin) seçici ve yanlış kullanımını ifade etmektedir.

6. *Hatalı Bağlantı (False Connection)*: Başlıkların, görsellerin veya alt yazıların içerikle uyuşmadığı, genellikle “tık tuzağı” (clickbait) olarak bilinen durumdur.

7. *Hiciv/Parodi (Satire/Parody)*: Zarar verme niyeti olmayan, ancak bağlamı anlaşılmadığında yanıltma potansiyeli taşıyan içeriklerdir.

Kuşkusuz sosyal medya ortamlarının sürekli güncellenen yapısı, yapay zeka teknolojileri, veri işleme biçimlerinde yaşanan değişimler ve değişen kullanıcı yapısı sosyal medya ortamlarındaki yanlış bilgi ekosisteminin

de statik bir seyir izlemeyeceğini, benzer dinamizme sahip olabileceğini göstermektedir. Zira Hameleers (2023), dezenformasyonun “bağlama-bağımlı” (context-bound) bir fenomen olduğunu vurgulamaktadır. Bir içerik, üreticisi tarafından “dezenformasyon” (kasıtlı) olarak yaratılsa bile, buna inanan ve yayan sıradan bir kullanıcı için “misenformasyon” (kasıtsız hata) haline dönüşebilir (Hameleers, 2022:2-3; Wardle ve Derakhshan, 2017:22). Bu durum, bilginin yanlışlığının ötesinde, nasıl tüketildiği, yorumlandığı ve paylaşıldığı ile ilgili sosyolojik bir süreç işaret eder. Sosyal medya kullanıcıları, sadece gerçeği arayan rasyonel aktörler değil; kimlik, aidiyet ve duygusal tatmin arayan öznelardır (Pennycook ve Rand, 2021:388). Bu nedenle, bilgi mücadelesi sadece bir doğruluk savaşı değil, aynı zamanda bir bağlam ve anlam savaşıdır.

2. Epistemik Kayganlık ve Toplumsal Kabul Dinamikleri

Değişen iletişim dinamikleri bilgi edinim pratiklerinde de köklü değişimlere neden olmuştur. Esteban’ın (2019) da ifade ettiği gibi sosyal medya dünyayı değiştirdi; bu teknolojilerin hızla ve yaygın bir şekilde benimsenmesi, ortak bulma, haberlerden bilgiye erişme ve siyasi değişim talep etmek için örgütlenme şeklimizi değiştirmekteydi. Bu eylemselliklerin yeni mekânları olarak dijital kamusal alanlar bilginin doğru veya yanlış olarak etiketlenmesi hususunda yeni deneyimler yaratsa da insanın temel motivasyonlarına dair kodlardan beslendiği gerçeğini değiştirmemektedir. Dolayısıyla internet tabanlı sanal mecralardaki enformasyon akışı salt olgusal bir doğrulama sürecinden ziyade, bireylerin kültürel, dini ve politik filtrelerinden geçen öznel bir kabul sürecini temsil ettiği söylenebilir. ‘Epistemik kayganlık (epistemic slipperiness)’ olarak adlandırılabilcek bu durum, bilginin nesnel değerinden koparak, ait olunan sosyal grubun değer yargılarına göre şekil alabilme potansiyelini ifade etmektedir. Aynı zamanda alıcının kabul gören veya reddedilen içeriklerden elde edilebilecek maddi kazançlar da bilginin değerlendirme ve içselleştirme sürecinde temel motivasyonlardan birini oluşturabilmektedir. Dolayısıyla bilginin kabul edilme sürecinin çok katmanlı bir yapıya sahip olduğu; bilginin doğruluğu ve yanlışlığı kadar bireyin içinde bulunduğu sosyo-kültürel yapı ve ekonomi-politik düzlemin de belirleyici olduğu söylenebilmektedir.

Bordia ve DiFonzo (2007), sosyal kimlik teorine atıfla, bireylerin kendilerini ait hissettikleri gruplardan gelen olumsuz bilgilendirmeleri reddetmeye, karşı veya muhalif topluluklara yönelik olumsuz enformasyonlara ise inanmaya yatkın olduklarını ifade etmektedir. Bu durum sosyal onay, benlik imajını sarsabilecek çeşitli kanıtlarla karşılaşmaktan kaçınarak olumlu benlik imajının sürdürülmesini sağlamak öte yandan gibi kendini geliştirme

(self-enhancement) ihtiyacını karşılayacak biçimde dış gruplara karşı ön yargılı davranmanın temelini oluşturmaktadır (Bordia ve DiFonzo, 2007:96-97). Wardle ve Derakhshan (2017) iletişimin salt bir enformasyon akışından ziyade inançların da bir temsili olduğunu söylemektedir. Ona göre (2017:42-44) kullanıcılar kendi kabileleri (siyasi, dini, etnik) ile bağ kurmak veya aidiyetlerini yinelemek açısından içerik paylaşımları yapmaya yönelebilirler ve dolayısıyla bu durum paylaşılan enformasyonların epistemik değerinden ziyade grup kimliğini pekiştirme açısından bir araca dönüşebilir. Söz konusu bu yaklaşımın bir örneği olarak; Akyüz ve Akpınar (2023) Türkiye’deki sosyal medya kullanıcılarının yanlış bilgiye verdikleri tepki üzerine yaptıkları araştırmada kullanıcıların tepkilerinin ‘politik yakınlığa’ göre biçimlediği sonucuna varmışlardır. Elde edilen bulgular doğruluk algısının politik aidiyet ekseninde nasıl bükülebileceğini göstermektedir (Akyüz ve Akpınar; 2023:168-171).

Sosyal medya kullanıcılarının mevcut inançlarını, sosyal aidiyetlerini ve kimliklerini destekleyen enformasyonlara yönelik doğal eğilimleri (Del Vicario vd., 2016:555), bireylerin yanlış bilgiyle etkileşiminde belirleyici rol üstlenen bilişsel önyargılar veya teyit önyargısı olarak ifade edilebilecek teyit önyargısını yaratmaktadır. Bu algının ortaya çıkmasında gündelik pratikler, yerel kültür, inanç, ihtiyaç ve arzu gibi etkenler ve medya uygulamaları ve içeriklerin yapısal unsurları da yer almaktadır (Söğüt, 2019:140). Aynı sonuçlar için bir başka açıklama da bireylerin hangi kaynakların doğru olduğuna yönelik farklı inançlara sahip olmalarıdır, çünkü kaynak inanırılığı ve güvenilirliğinin inançları etkilediği bilinmektedir (Druckman, Metzger, Pornpitakpan, Wilson’dan akt., Freiling vd., 2023:144). Sosyal medyada bireyler, paylaşımlarının yüksek görünürlüğü nedeniyle kimliklerini de gözeterek, güvenilir kamusal figürlerce ve kendi politik/ideolojik konumlarıyla uyumlu kaynaklarca yayılan içeriklere, ideolojik olarak uyumsuz kaynaklardan gelen içeriklere kıyasla daha fazla güvenme, onlarla etkileşime girme ve bunları yeniden dolaşıma sokma eğilimindedir (Freiling vd., 2023:144-145). Kullanıcılar, mevcut inançlarını ve dünya görüşlerini destekleyen bilgilere inanmaya ve bunları paylaşmaya daha meyllidirler (Del Vicario vd., 2016:555). Kuşkusuz bu durum sosyal medya platformlarının algoritmik kürasyon ve sosyal homofili gibi yapısal stratejileri içinde kullanıcıların kendi görüşlerini yankılayan gruplar içinde izole olmasına neden olarak, yanlış bilginin filtre balonları içinde hızla yayılmasını ve meşrulaştırılmasını kolaylaştırmaktadır. Zira sosyal ağlarda bir bilginin yakın çevre tarafından paylaşılması, o bilginin doğruluğuna dair bir kanıt olarak algılanabilmektedir (Christopoulou, 2018:25). Bu anlamda Wardle ve Derakhshan (2017:53) Filippo Menczer’in en son araştırmasına

atıfta bulunarak, bilgi akışının bunaltıcı olduğu durumlarda beynimizin güvenilirlik konusunda karar vermekte yaşadığı zorlukları vurgulamaktadır. Başka bir deyişle, normal insanların en doğru hikayeleri bulmak için bilgi sağanağı karşısında dikkatleri çok dağınıktır: “Görmediğiniz ve iyi olduğunu düşündüğünüz o beş hikâyeden çok daha iyi olan yüzlerce hikâyeye daha var”, dolayısıyla bu araştırmaya göre, yankı odaları ve teyit önyargısından bağımsız olarak, insanlar doğrulanmış hikayeleri kısmen hiç görmedikleri için paylaşmıyorlar (Wardle ve Derakhshan, 2017:53).

Öte yandan bilginin birey düzeyinde doğru ya da yanlış olarak addedilmesi salt dışsal faktörler doğrultusunda değil aynı zamanda bireyin bilgiye yaklaşım tarzına ve epistemik inançlarına göre de değişiklik gösterebilmektedir. Chua ve Banerjee (2017:36) internet kullanıcılarını bilginin kesin ve basit olduğuna inanan ‘epistemik naifler’ ve bilginin karmaşık bir yapıya sahip olduğuna ve bu nedenle irdelenmesi gerektiğine inanan ‘epistemik sağlamlar’ olarak ikiye ayırmaktadır. Pennycook ve Rand (2021:393-394) insanların yanlış bilgi üretimini ve yayımını sadece politik partizanlık üzerinden değerlendirmenin yahut buna ilişkin bir tasnif yapmanın yetersiz olduğunu vurgulamaktadır. Bu durumda en az dış etkenler kadar kişinin ‘bilişsel tembellik’ durumu da en önemli etkenler arasındadır.

Dijital kamusal anlardaki enformasyon yoğunluğu ve enformasyon kirliliğinin başlıca sebeplerinden birinin de post-dijital serüven içerisinde gelişen hız kültürü olduğu söylenebilir. Öyle ki günümüzün hızlanım dünyasında anlamlar ve yaşam tarzları arasındaki çizgi gittikçe daha da bulanıklaşmıştır (Karabulut, 2020a:2945). Bu kültürün; bilginin üretim, tüketim ve dağıtım süreçlerini ilişkin geleneksel düzeni ve temel parametrelerine yönelik etkisi; yanlış bilginin yayılmasına zemin hazırlayan sosyolojik, psikolojik ve iletişimsel dinamikleri de beraberinde getirmiştir. Hız kültürünün; Virilio’nun (1998) dromokrasi kavramıyla paralellik arz eden biçimde bir kontrol aracı ve iktidar olarak görev yapması, mekânın önemini yitirmesi ve tahakkümün coğrafi sınırlardan azade biçimde işlemesine zemin hazırlayabilmektedir. Karabulut’un (2020:100) ifadesiyle kitlelerin kendine benzemeyeni ezme meyili, ötekilerin barınamadığı aynının teröründe (Han, 2023) kişiler ancak benzeştikleri içinde var olabilmekte bu da hızın tetiklediği yanlış bilginin yayılımına önemli katkı sunmaktadır. Bu bağlamda gelişen algı ise bir tıknırcasına izleme şeklinde ifade edilebilecek “binge watching” biçimini alır. İnsanlar, sürekli yeni bir ‘aynı’ ile beslenen hayvanlar gibi, kendinden geçene kadar dijital içerik tüketirler (Han, 2023). Hızın tiranlığında oluşan aşırı enformasyon yüklemesi Han’cı literatürle ‘düşünmeyi lüzumsuz hale getirir’. Çünkü düşünmek, “tamamen başka olana” erişim gerektirir ve zaman alır; oysa hesaplama ve veri işleme hızlıdır

ve sadece olası korelasyonları gösterir, neden-sonuç ilişkisini (nedenselliği) açıklamaz (Han, 2023). Bu bağlamda enformasyon ekosistemi içerisinde düşünme zamanının yitirilmesi, bireyi yanlış yahut çarpıtılmış bilgiye karşı savunma sistemini çökertebilmektedir; zira doğruluğu sorgulama süreci (negatiflik) hız tarafından yok edilmiştir. Böyle bir ortamda bilgi, 'bilgilendirici' olmaktan çıkıp 'deforme edici' hale gelir; iletişim ise 'iletişimsel' değil, sadece 'kümülatif' bir hal alır (Han, 2023). Doğrulama ile hız arasındaki çatışmadan doğan dijital bilgi iklimi dezenformasyonun yayılımı için gerekli koşulları oluşturmaktadır. Hülasa Virilio'cu (1998) perspektifle muhtelif rasyonel müzakere zaman gerektirmektedir, hız ideal kamusal alanın yok edici unsurlarını bünyesinde barındırır.

İnternet ve sosyal medya aracılığıyla bireyler giderek artan miktarda bilgiye erişebilmektedir. Bununla birlikte, bilginin mevcudiyetinin bireylerin artan bilgisiyle ilişkili olmadığı bildirilmiştir. Bilgi mevcut olsa da net bir şekilde yapılandırılmamış, düzenlenmemiş ve hatta erişilebilir olmayabilir. Önceki çalışmalar bunun dört temel nedeni olduğunu belirtmiştir: (1) mevcut bilgilerin bir kısmı yanlış bilgidir, (2) mevcut bilgilerin çoğu ilgisizdir, (3) bilgi entropisi: bilgi kötü organize edilmiş ve sunulmuştur ve (4) aşırı bilgi yüklemesi: insanların anlamlandıramayacağı kadar çok bilgi vardır (Pentina, Laato'dan akt. İslam vd., 2020:2). Hızın ve enformasyon çokluğunun bir diğer sonucu olarak aşırı bilgi yüklemesi 'Bilişsel Yük Teorisi' perspektifinden ele alındığında kullanıcılar yeni ve yapılandırılmamış yoğun bilgi akışıyla karşılaştıklarında bilişsel kapasiteleri aşılmakta, bu da bilgiyi doğrulama yeteneklerini zayıflatarak yanlış bilginin paylaşılma olasılığını artırmaktadır (İslam vd., 2020:2; Whelan vd., 2020:289). Bu yorgunluk bireylerin daha az veya daha yavaş sosyal medya kullanımına veya sosyal medya faaliyetlerinden geri çekilmelerine değil, paradoksal bir şekilde daha dikkatsiz içerik üretmelerine ve yaymalarına neden olabilmekte, doğrulamadan paylaşma eğilimlerinin daha yüksek olacağına neden olmaktadır (Talwar vd., 2019:76). Öte yandan hız ve enformasyon yoğunluğunun doğal bir sonucu olarak aşırı bilgi yüklemesi ve çevrimiçi olma baskısı McGinnis'in (2004) FOMO olarak kavramsallaştırdığı gelişmeleri kaybetme korkusu yaratmaktadır.

Bu bağlamlar etrafında; sosyal medya platformlarının her geçen gün güncellemeler ile yeni özellikler sunması, dijital kamusal alana erişimin her geçen gün iyileşmesi, kapitalizmin sanala intikali ile yaratılan dikkat ekonomisi, kullanıcı profillerinin ve internet deneyimlerin gelişmesi ve yapısal unsurlar internet tabanlı iletişim teknolojilerindeki enformasyon akışını daha da girift ve çok katmanlı gri bir zemine taşıdığı ifade edilebilmektedir. Tüm bu unsurların hız kültürü ile iç içe geçmesi bilgi ekosistemini çözümlemeyi

güçleştirmekte, geliştirilen strateji ve yaklaşımların geçerliğini hızla kaybetmesine neden olmaktadır.

3. Platform Mimarisi ve Algoritmik Görünürlük: Dijital Bilgi Akışının Araçsal Yapısı

McLuhan'ın 'aracın' algıyı toplumsal organizasyon düzeyinde örgütlenme biçiminin, iletinin içerdiği anlamdan daha etkin olduğuna yönelik 'araç mesajdır' şeklindeki güçlü önermesinin dijital çağdaki tezahürü; internet tabanlı iletişim mekanlarının yalnızca içeriği taşıyan nötr kanallar oluşundan ziyade içeriklerin görünürlüğünü, yayılım hızını ve epistemik değerini belirleyen aktif aktörler haline gelmesiyle açıklanabilir. Bugünün çok katmanlı ve kompleks dijital iletişim platformlarında bu güçlü determinist yaklaşımın izlerini yok saymak mümkün görünmemektedir. Yeni kamusal mekânlarda bilgi düzensizliğine ilişkin bütüncül ve diyalektik bakış açısını geliştirmek kuşkusuz bilgi edinim sürecini epistemik algısal süreçler ile kullanıcı motivasyonların yanı sıra platform mimarisi, algoritmik yönlendirmeler ve tercihler, dikkat ekonomisi ve kötü niyetli aktörler perspektiflerini de değerlendirmekle mümkün olacaktır.

Bennet ve Segerberg'e (2012:748) göre yeni medya ortamlarının yaratılmasına olanak sağlayan internet teknolojileri getirdiği yarattığı imkânlar kadar yeni pek çok flu alanı ve tartışma ortamlarını da beraberinde getirmiştir. Nitekim yeni araçların sosyolojik etkilerini saptamak için söz konusu alanlara yönelik bulanık kavramların açınlanması ve belirli bir süre deneyimlenmesi gerekmektedir. Teknolojik dinamizm yeni kavramların sürekliliğini sağlasa da mevcut yenilikler temel değişimin sınırlarını oluşturmakta ve belirli yorumlamalara olanak tanımaktadır. Bireylerin dijital küresel ağlara katılımı için ön koşullar ise teknolojik öğrenimin ve ulaşımın yaygınlaştı 21.yüzyıl'da her geçen gün kolaylaşmaktadır. Temel ihtiyaç haline gelen internet pek çok kamusal ve özel alanda erişilebilir ve küçülen teknolojiler ile giyilebilir hale gelmektedir. İnternet medya özelliği taşımayan pek çok eşya ile entegre olarak nesnelerin interneti kavramını doğurmuş ve web 3.0, web 4.0 teknolojilerinin getirdiği yenilikler, algoritmalar, seo, veri bilimi ve yapay zekâ ile başka bir noktaya evrilmiştir.

Christopoulou'ya (2018:18) göre internet ve sosyal medya, bireylerin bilgiyi üretme, paylaşma, edinme ve yorumlama pratiklerini köklü biçimde dönüştürmüştür. Günlük yaşamda kullanılan çevrimiçi iletişim kanalları, bireylerin farkında olarak ya da olmadan verdikleri kararlara yön veren başat araçlar hâline gelmiştir; zira bu kanallar üzerinden edinilen bilgi doğrudan karar verme süreçlerini yapılandırmaktadır. Yazar, geleneksel gazetecilikten

sosyal medya çağının dinamiklerine geçişi, sosyal medyanın bilgi bozukluğu (information disorder) ekosistemindeki konumu ve bu mecraların kullanımındaki artış ile yanlış bilginin yükselişi arasındaki ilişki çerçevesinde ele almaktadır. Bu bağlamda Christopoulou, sosyal medya platformlarının bazı özgül niteliklerine ve yanlış bilginin dolaşımını teşvik eden dijital reklamcılık ile içerikten para kazanma modellerinin rolüne özellikle dikkat çeker. Ona göre, sosyal medyanın altında yatan teknolojik altyapı, haber üretim süreçlerinde radikal dönüşümleri mümkün kılmış ve dezenformasyonun çok daha kolay yayılabildiği bir ortam üretmiştir. Christopoulou, geleneksel ve çevrimiçi haber üretim süreçleri arasındaki temel farkları tartışırken, içeriğin artık yalnızca profesyonel gazeteciler tarafından üretilmesinin gerekmemesini, içerik üreticilerinin anonim kalabilmesini, bağlayıcı bir editoryal politikanın yokluğunu, neredeyse sınırsız bir yayın alanının varlığını ve nihayetinde, yeni teknolojiler aracılığıyla içerik tüketicilerinin hem bilginin bekçileri hem de diğer tüketicilerin neyi tüketeceğine karar verebilen yayılma düğümleri olarak üstlendikleri hayati rolü vurgular (Christopoulou, 2018:18).

Sosyal medya platformlarının yapısal unsurları, geleneksel ‘haber değeri’ kavramını algoritmik bir ‘paylaşılabirlik değeri’ dönüştürmektedir (Hastuti vd., 2025:2) Platformların çalışma prensipleri kullanıcıların dikkatini en üst düzeyde tutmak ve platformlarda geçirilen süreyi uzatma üzerine kurulu olup; bu durum algoritmaların etkileşim yaratan içerikleri hakikat değerinden bağımsız olarak ödüllendirmesine neden olmaktadır (Metzler ve Garcia, 2024:736). Zira araştırmalar duygu yoğunluğu daha yüksek iletilerin daha hızlı yayılım sağladığını göstermektedir (Berger ve Milkman, 2011:1). Dolayısıyla platform mimarilerinin nötr ve veya doğrulayıcı bilgiden ziyade, duygusal tepkiyi tetikleyen ve yanlış bilginin yayılımını yapısal olarak teşvik edebileceğini göstermektedir (Vosoughi ve Aral, 2018). Söz konusu bu yapısal tetikleyiciler, dijital kamusal alanlarda bilginin sansasyonel vaadinin görünürlüğün ön koşulu haline gelmesine zemin hazırlamaktadır.

Bilgi düzensizliğinin operasyonel ayağında, otantik olmayan davranışlar ile politik ve ekonomik algı yaratmada bot ve troll varlığını göz ardı etmek mümkün görünmemektedir. Botlar sosyal medya tartışmalarını manipüle etme potansiyeline sahip; gündem yaratma, algı oluşturma ve tarat toplama gibi temel argümanlarla hareket eden otomatik içerik üreten yazılımlardır (Rossetti ve Zaman, 2023). Söz konusu bu botların sıklıkla, bilhassa egemen güçlere alan açma, kamuoyu yoklaması yapma, politik kanaatlere nüfuz etme, tahakküm mekanizmalarının siyasi ve ekonomik stratejilerini yayma gibi manipülatif ve provakatif amaçlarla kullanıldığı söylenebilir. Sosyal medya platformlarının yapısal özellikleri ile çalışan bu yazılımların doğal

olarak sahte haber stratejileriyle dijital kamusal alanlarda varlık gösterdikleri söylenebilir (Ferrara vd., 2016; Rossetti ve Zaman, 2023). Literatürdeki ampirik bulgular botların özellikle dezenformasyon ve komplo teorilerinin yayılımında kritik bir rol oynadığını göstermektedir. Örneğin botlar yoğun siyasi tartışma zeminlerinde daha çok ortaya çıkmakta ve normal kullanıcılara kıyasla daha yüksek etkileşim reaksiyonları göstererek hedefli içerikleri paylaşma eğilimindedir (Rossetti ve Zaman, 2023). Yankı odalarının yalıtımını artıran bu tür eylemsellikler dezenformasyon yayılımını ve radikal tutumlar ile kanaat geliştirmelere neden olarak toplumsal kutuplaşmalara neden olabilmektedir.

Dijital yapısallığın bilgi akışını kişiselleştirmesi, kullanıcıların yalnızca kendi görüşlerini destekleyen içeriklerle donatılmış ‘filtre balonları (filter bubbles)’ ve Han’cı (2023) literatürle aynılarla eşleştirilmiş, Nyugen’in (2020:142) tanımlamasıyla; diğer ilgili seslerin/görüşlerin aktif biçimde itibarsızlaştırıldığı sosyal epistemik bir yapı olan ‘yankı odaları (echo chambers)’ etrafında şekillenen sınırlı kamusal tartışmalarını ortaya çıkarmıştır. Her ne kadar bazı çalışmalar yankı odalarının fazla abartıldığını ve kullanıcıların dijital bilgi akışı içerisinde farklı görüşlerle de karşılaştığını iddia etse de (Hartman vd., 2025), kaos ve kutuplaşmanın getirdiği sosyal medya etkileşim kapasitesinin platformların ana besleyici damarlarından biri olduğu ön kabulüyle, yankı odaları ve filtre balonlarının bilgi akışına doğrudan etki ettiğini söylemek mümkün görünmektedir. Paylaşılan bir kamusal alan teorisine yönelik en önemli zorluk, insanların kiminle bağlantı kurup kurmayacakları konusunda bir seçime sahip olduklarında, kendileriyle benzer görüşlere sahip insanlarla ilişki kurma ve sürdürme eğiliminde olmaları daha az bilişsel çalışma gerektirdiği için kullanıcılar ‘yankı odalarında’ vakit geçirmekten hoşlanmaya programlanmış durumdadır (Wardle ve Derakhshan, 2017:59). Platformların yapısal sınırlarının yanı sıra bu durumun sosyal onay, aidiyet ve kabile kültürü bağlamlarında da desteklenmeleri söz konusu filtrelemelerin hem sürdürülebilirliğini hem de etkisini artırma potansiyeline sahiptir. Pek çok yazar bu kamusal alan senaryosuna karşı çıkarak, internetin demokratik tartışmayı güçlendirmek yerine siyasi içeriğe seçici olarak maruz kalınması nedeniyle önceki siyasi görüşleri güçlendirdiğini öne sürmekte ve bu durumda internet, siyasi yönelimin yeniden teyit edildiği bir yankı odası işlevi görmektedir (Colleoni vd., 2014:318

Gerek çeşitli kamusal mekanlarda gerek çeşitli internet sitelerinde gerekse de sosyal medya platformları üzerinden edinilen enformasyonların bir teyit mekanizması olarak çalışan arama motorları da bilgi akışına doğrudan etki eden bir başka güçlü ortamı aracı temsil etmektedir. Milyonlarca site içerisinden hangisiyle karşılaşılabileceği, ilk sıralarda hangi sitelerin yer alacağı,

bilgi edinim sürecinde ne tür yönlendirmeler yapılacağına yönelik stratejiler enformasyon akışı içerisinde belirleyici bir rol üstlenmektedir. SEO (Arama Motoru Optimizasyonu) ve içerik optimizasyon stratejilerinin, hakikatin araçsallaştırılmasında kritik bir rol oynadığı görülür. Arama motoru önyargısının önemli toplumsal karar alma süreçleri üzerinde önemli bir etkisi olabilir (Lewandowsky vd. 2020:47). Zira Lewandowsky'nin (2020:48) belirttiği gibi tüm arama motorları eşit yaratılmamıştır. Stanford İnternet Gözlemevi'nin 2019'da yaptığı bir araştırma, Google'ın performansını Microsoft'un Bing arama motoruyla karşılaştırdı. Genel olarak Bing'in, Google'dan önemli ölçüde daha yüksek oranda dezenformasyon ve yanlış bilgi döndürdüğü görüldü; belirli arama terimlerinin yönlendirmesine gerek kalmadan kullanıcıları komployle ilgili içeriğe yönlendiriyordu ve ilgisiz sorgulara yanıt olarak beyazların üstünlüğünü savunan içerik döndürdü (Lewandowsky vd. 2020:48). Martens vd.'ne (2018:19) göre arama motorları, tüketiciler ile üreticileri eşleştiren çok taraflı pazarlar olarak işlev görür ve tüketicilerin arasından seçim yapabileceği makalelere ilişkin algoritma güdümlü bir sıralama üretir. Yazarlar, bu algoritmik sıralama mantığının, içerik üzerinde geleneksel olarak belirleyici olan editöryal kontrolü zayıflatıldığını vurgular. Nitekim basılı gazetelerde editörler, haberlerin "sıralamasına", sayfa üzerindeki konumlandırılmasına ve dolayısıyla görünürlüğüne karar verir; kalın başlıklarla ön sayfaya taşınan haberler, sonraki sayfalarda küçük puntolarla verilen haberlere kıyasla çok daha görünür ve daha fazla okunur. Martens vd. (2018:19), arama motorlarında ise bu mekânsal konumlandırma mantığının yerini doğrusal bir sıralamanın aldığını ve görünürlüğün, sayfa düzeninden ziyade algoritmik olarak belirlenmiş sonuç listesi içinde yukarıda yer alma biçiminde örgütlendiğini belirtir.

Arama motorları, tüketicileri ve üreticileri eşleştiren çok taraflı pazarlar şeklinde yorumlanmaya açıktır. Martens vd., (2018:19) arama motorlarının yaptığı optimizasyonlar neticesinde tüketicilerin aralarından seçim yapabileceği makalelerin algoritma güdümlü bir arama sıralamasını oluşturduğunu iddia etmektedir. Ona göre bu durum da editörün kontrolünü kaybetmesine neden olur. Geleneksel basılı gazetelerde editörler makalelerin "sıralamasına" ya da konumlandırılmasına ve görünürlüğüne karar verir. Kalın başlıklı ön sayfa makaleleri, sonraki sayfalarda yer alan küçük puntolarla yazılmış makalelere kıyasla daha görünür ve daha çok okunur. Bir arama motorunda bu konumlandırma özelliklerinin yerini doğrusal bir sıralama alır. (Martens vd., 2018:19). Manipülasyonlara oldukça açık bir formda organize olan bu yapı Arama Motoru Optimizasyonu (SEO) olarak bilinmekte ve söz konusu endüstrisi, büyüklük açısından reklam endüstrisiyle eşleşmektedir ve manipülasyon teknikleri, Google da dahil olmak üzere arama motoru

operatörleri için büyük bir sorun haline gelmiştir. (Martens vd., 2018:19). Arama sıralama algoritmalarını yönlendiren birçok faktörler tarama botları tarafından değişen talimatlar çerçevesinde belirli öğeleri üst sıralara taşımada kullanılabilmektedir.

Sonuç Yerine: Dijital Kamusalığın Krizi, Çoğulluğun Yönetişimi ve Ortak Zeminin Yeniden Tesisi

Kapsamlı literatür perspektifinde normatif sınırları tasavvur edilen kamusal alan, rasyonel eleştirel müzakere zemininde önce eşit erişim şartları sonrasında feodal ve modern şehir yaşamının getirdiği tarihsel konjonktür içinde sınırlılıklar barındırarak çeşitli eleştirel yaklaşımları ortaya çıkmasına neden olmuştur. Aynı kırılğan zemin post-dijital süreçte yeniden tekerrür etmiş; internetin ortaya çıkışıyla beraber eşitlik ve demokrasi vaatleri ile zamandan ve coğrafyadan bağımsız reel müzakere zemini için kolektif eylemlerin ideal mekânı olacağına inanılan sosyal medya platformlarında farklı engellere takılmıştır. Habermasçı burjuva kamusalığının kadınları, mülksüzleri ve köleleri dışlayan seçici oluşumu, ideal kamusalığın kapsayıcılık iddiasındaki paradoksu derinleştirmekte; erken internet döneminin determinist iyimserliği ise bu tarihsel dışlanmışlığı gidererek ‘yatay, eşitlikçi ve aracısız’ bir kamusal mekansallık yaratacağına dair güçlü bir inanç yaratmıştır. Lakin Fraser’ın (2004) ana akım medyanın tekeline kırma potansiyeli atfettiği alternatif ve karşı kamular; post-dijital evrede ideal kamusalığın kapsayıcılık ve aleniyet gibi temel bileşenlerini güçlendirmekten ziyade, paradoksal bir biçimde görünmezlik ve dışlanmışlığı yeniden inşa etmektedir.

Askeri ve akademik düzlemde başlayan internetin bilgisayar teknolojilerindeki gelişmeler ile halka indirgenmesi ve her geçen gün iyileştirilerek yaygınlaşması yeni sorunları da beraberinde getirmiştir. Zira internetin ilk kullanıcılarının Habermas’ın kamusal mekanlarındaki gibi seçkin kesimlerce sınırlı bir kitlenin elinde olması, aynı zamanda bu yeni iletişim aracının neler vaat edeceğine yönelik bilinmezlik, sanal platformların kitle iletişiminin tek taraflı hegemonik akışını yıkacak kusursuz kamusal mekanlar olarak inşa edileceğine yönelik kanaatleri güçlendirmiştir. Ancak internetin yeni iletişim aracı olarak benimsenmesi, web teknolojilerindeki gelişmeler, hızla artan platformlar ve kullanıcı sayıları bu yeni mekânların kusursuz tasavvurunda derin yarıklar oluşturmıştır. Bireylerin grup aidiyeti, sosyal onay, görünürlük, etkileşim, politik benzerlik yahut ekonomik çıkarlar gözetimindeki kullanım pratikleri ve sanal mecraların denetim mekanizmaları ile editoryal süreçlerden bağımsız yapısı çok katmanlı bir sistemi de beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda epistemik akışkanlık, hakikat rejimlerindeki değişimler ve platform mimarilerinin araçsal mantığı;

dijital kamusal alanın demokratik bir agora olmasından ziyade, görünürlük ve erişilebilirliğin algoritmik olarak düzenlendiği bir rejime evrildiğini göstermektedir. Nitekim son zamanlarda sosyal medyadaki bilgi akışları hakkındaki şüphelerin, yankı odalarının, insanlar ve botlar tarafından yanlış bilgilerin yayılması ve sahte haber üretiminin çeşitli biçimlerinin yaygın ve artan oranda görüldüğüne dair raporlar ve kanıtlarla bu hüviyetini kaybetmiş olması (Dahlberg, 2018:39), kamusal alanın müzakereci karakterinin zayıfladığına ve enformasyonel mücadelelerin manipülatif tekniklerle iç içe geçtiğine işaret etmektedir. Bu zayıflamanın, Tufekci'nin (2015) vurguladığı üzere, algoritmalar, bot hesaplar, yankı odaları (echo chambers) ve mikro-hedefleme (microtargeting) gibi insan-dışı/yarı-otonom aktörlerin bilgi sahalarına eklenmesiyle derinleştiği söylenebilir. Tüm bunlara ek olarak küresel şirketlerin (Google-YouTube, Facebook-WhatsApp-Instagram, vs.) evlilikleri neticesindeki veri aktarım süreçlerine etkisi de tartışılması gereken önemli bir başlığı oluşturmaktadır.

Bugün en büyük küresel risk faktörlerinin başında gösterilen yanlış bilgi ekosistemi; söz konusu bu gelişmelerin en derin sonuçlarından biri olarak ortaya çıkmıştır. Bilgi ekosistemindeki çarpıklıklar öylesine derinleşmiştir ki zaruri bir tasnifi gerekli kalmış ve bu bağlamda büyük bir literatür ortaya çıkmıştır. Bu enformasyon kirliliğinin sebebi salt bilgi akışında meydana gelen kopukluklar ve yanlışlıklardan kaynaklanmamakta; mimari-kurumsal ve ölçeklenebilir etkileşim göstergeleri üzerinden işleyen dolaşım sistemini ekonomi-politik perspektiften açıklanabilirliği de gerekli kılmaktadır. Söz konusu tüm bu durumlar kamusal kapsayıcılık formunu değiştirerek seçici görünürlük ve asimetri olarak geri dönüştürmekte ve 'kim konuşabilir?' sorusunu 'ne görünür olabilir' şeklinde normatif protokollere devretmektedir. Zira algoritmaların hükmettiği, temel argümanın kamusal söylem üretmek olmadığı, teknik olarak kapsayıcılık vaat edilse de eşit bir aleniyet mekânı yaratılmadığı, ortak yarardan ziyade kişiselleştirilebilir içerikler etrafında şekillendiği, müzakere zemininin 'aynı'lar etrafında döndüğü bir tür kamusal alanın Sennetçi literatürle çökmüş olmadığını ifade etmek pek mümkün görünmemektedir.

Ortaya çıkarılan tablo; determinist bir sistemin hegemonyasını duyurmaktan yahut dijital kamusal alanın çöktüğünü tekrar etmekten daha ziyade, kurumsal düzeneklerden çözülmüş çoğul ağlarda yeniden kuruluşun yollarını inşa etme üzerine bir durum analizini sunmaya çalışmaktadır. Dolayısıyla normatif ufkun tümünden terk edilmesi değil, duyarlı, çoğulcu ve hesap verebilir çerçevede güncellenmesi gerektiği savunulmaktadır. Kuşkusuz bu inşanın hem yapısal ve kurumsal hem de pedagojik-epistemik

ve normatif düzlemde eş zamanlı olarak ilerlemesi ve bu hususta kullanıcı-platform temelli kolektif bir çabanın gerektiği aşikardır.

Tüm bu bağlamlar çerçevesinde;

- Klasik medya okuryazarlığını aşan epistemik erdemlerin (kanıt talebi, kaynak çoğulluğu, bağlamsal okuma, bilişsel alçakgönüllülük) erken yaşta müfredatlara yerleştirilmesi; kullanıcıyı pasif tüketiciden epistemik sorumluluk sahibi kamusal özneye dönüştüren politikalar,
- Algoritmik bağımsızlık eğitimleri,
- Farkındalık ve ayırım kapasitesini artıracak platformlardan bağımsız mobil uygulamalar,
- Zorunlu dezenformasyon tanımlama testleri,
- VR/AR kamu spotları,
- Sosyal sorumluluk temelli dijital teşvik modelleri,
- Etik kodlu içerik üreticisi sertifikası,
- Öneri/kişiselleştirme sistemlerinin bağımsız denetime açılması ve algoritmik etki değerlerinin kamusallaştırılması ve kurumsallaştırılması,
- Görünürlük mimarisinin bağımsız puanlama, yüksek hızlı viralitye engelleyen formda güncellenmesi,
- Filtre balonlarından ve yankı odalarından sıyrılmak için; karşı kamuların ve çoklu kamuların birer seçenek olarak kullanıcılara sunulması,
- Gerçek kullanıcı geri bildirimlerin şeffaf mekanizmalar tarafından irdelenmesi, gibi yöntemler bu çalışma bağlamında başlıca önerilecek yaklaşımları oluşturmaktadır.

Kaynakça

- Akyüz, S. S., & Akpınar, G. (2023). Politik ve Kişisel Yakınlıkların Sosyal Medyada Yanlış Bilgi ve Yalan Habere Verilen Tepkilere Etkisi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 7(2), 158-174.
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Arendt, H. (1994). İnsanlık durumu (B. S. Şener, Çev.). İletişim Yayınları.
- Başaran, F. (2006). Bir Teknolojik Yenilik Olarak İnternetin Tarihi: Ulusal Yenilik Sistemi, Kamu Politikaları ve Standartlar. *Kültür ve İletişim*, 9 (2) (18), 9-32.
- Bennett WL, Segerberg A. (2012). The Logic of Connective Action, Information. *Communication & Society*. 15(5):739–768.
- Berger, J., & Milkman, K. L. (2012). What makes online content viral? *Journal of Marketing Research*, 49(2), 192–205.
- Bordia, P. & Difonzo, Nicholas. (2007). Psychological Motivations in Rumor Spread. *Rumor Mills*.
- Boyd, d. m., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46–65. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>
- Castells, M. (2008). *Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür: Cilt 1. Ağ toplumunun yükselişi* (E. Kılıç, Çev.; 2. bs.). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. (Orijinal eserin yayın tarihi 1996).
- Cevher, R., & Yaşa, H. (2022). Dijital medya, web, blockchain ve gazetecilik. In F. Ayaz & B. Taşdelen (Eds.), *Bir yaşam alanı olarak dijital medya: Kuramlar, uygulamalar, tartışmalar* (pp. 9–30). Eğitim Yayınevi.
- Christopoulou, A. (2018). The Information disorder Ecosystem: A study on the role of Social Media, the Initiatives to tackle disinformation and a Systematic Literature Review of False Information Taxonomies. International Hellenic University. School Of Science & Technology, A thesis submitted for the degree of Master of Science (MSc) in in e-Business and Digital Marketing.
- Chua, A. Y. K., & Banerjee, S. (2017). To share or not to share: The role of epistemic belief in online health rumors. *International Journal of Medical Informatics*, 108, 36–41. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2017.08.010>

- Colleoni, Elanor & Rozza, Alessandro & Arvidsson, Adam. (2014). Echo Chamber or Public Sphere? Predicting Political Orientation and Measuring Political Homophily in Twitter Using Big Data. *Journal of Communication*.
- Dahlberg, L. (2018). Visibility and the public sphere: A normative conceptualisation. *Javnost – The Public*, 25(1), 1–8. <https://doi.org/10.1080/13183222.2018.1418818>
- Davenport, T. ve Prusak, L. (2001). *İş Dünyasında Bilgi Yönetimi*, (Çev. Günhan Günay), İstanbul: Rota Yayınları.
- Dean, J. (2003). Why the Net is not a Public Sphere. *Constellations* Volume 10, No 1, 95-112. 2003. Blackwell Publishing Ltd.
- Del Vicario, M., Bessi, A., Zollo, F., Petroni, F., Scala, A., Caldarelli, G., Stanley, H. E., & Quattrociocchi, W. (2016). The spreading of misinformation online. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 113(3), 554-559. <https://doi.org/10.1073/pnas.1517441113>
- Edosomwan, S. & Prakasan, S.K. & Kouame, D. & Watson, J. & Seymour, T. (2011). The history of social media and its impact on business. *Journal of Applied Management and Entrepreneurship*. 16. 79-91.
- Esteban, Ortiz-Ospina. (2019). “The rise of social media” Published online at OurWorldInData.org. Retrieved from: ‘<https://ourworldindata.org/rise-of-social-media>’
- Fallis, D. (2015). What is disinformation? *Library Trends*, 63(3), 401-426.
- Ferrara, E., Varol, O., Davis, C., Menczer, E., & Flammini, A. (2016). The rise of social bots. *Communications of the ACM*, 59(7), 96–104. <https://doi.org/10.1145/2818717>
- Floridi, L. (2010). *Information: A very short introduction*. Oxford University Press
- Fraser, N. (2004). “Kamusal Alanı Yeniden Düşünmek: Gerçekte Varolan Demokrasinin Eleştirisine Bir Katkı”, (çev.) Meral Özbek-Cemal Bağcı, Kamusal Alan içinde, (der.) Meral Özbek, İstanbul: Hil Yayın, ss. 103-132.
- Freiling, I., Krause, N. M., Scheufele, D. A., & Brossard, D. (2023). Believing and sharing misinformation, fact-checks, and accurate information on social media: The role of anxiety during COVID-19. *New media & society*, 25(1), 141–162. <https://doi.org/10.1177/14614448211011451>
- Fuchs, C. (2014). *Social media: A critical introduction*. SAGE Publications.
- Habermas, J. (2004). “Kamusal Alan”. *Kamusal Alan* (iç.). Der. ve Çev. Meral Özbek. İstanbul: Hil Yayın. 95-102.
- Hameleers, M., van der Meer, T. G. L. A., & Dobber, T. (2022). You Won’t Believe What They Just Said! The Effects of Political Deepfakes Embedded as Vox Populi on Social Media. *Social Media + Society*, 8(3). <https://doi.org/10.1177/20563051221116346>

- Han, B.C. (2023). *Ötekini Korumak*. (M. Özdemir, Çev.). Ketebe Yayınları.
- Hartmann, D., Wang, S. M., Pohlmann, L., & Berendt, B. (2025). *A systematic review of echo chamber research: Comparative analysis of conceptualizations, operationalizations, and varying outcomes*. Journal of Computational Social Science, 8, Article 52. <https://doi.org/10.1007/s42001-025-00381-z>
- Hastuti, H., Maulana, H. F., Lawelai, H., & Suherman, A. (2025). Algorithmic influence and media legitimacy: A systematic review of social media's impact on news production. *Frontiers in Communication*, 10, 1667471. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1667471>
- Islam, A. K. M. N., Laato, S., Talukder, S., & Sutinen, E. (2020). Misinformation sharing and social media fatigue during COVID-19: An affordance and cognitive load perspective. Technological forecasting and social change, 159, 120201. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120201>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture Where Old and New Media Collide*, New York University Press
- Kaplan, A. M. ve Michael, H. (2010). "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media", Business Horizons, Vol. 53 No. 1, pp. 59-68.
- Karabulut, A. (2020a). Geç modern zamanda parrhesia ve kahramanlık üzerine bir değerlendirme. *Turkish Studies*, 15(7), 2943–2957. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.45615>
- Karabulut, A. (2020b). Kendi olma serüveninin ontik sancısı: Çirkin ördek yavrusu. *Akademik Hassasiyetler*, 7(14), 95–120.
- Kietzmann, J.H., Hermkens, K., McCarthy, I.P. and Silvestre, B.S. (2011). Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media. Business Horizons, 54, 241-251. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, E., Metzger, M. J., Nyhan, B., Pennycook, G., Rothschild, D., Schudson, M., Sloman, S. A., Sunstein, C. R., Thorson, E. A., Watts, D. J., & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. Science (New York, N.Y.), 359(6380), 1094–1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>
- Lewandowsky, S., Smillie, L., Garcia, D., Hertwig, R., Weatherall, J., Egidy, S., Robertson, R. E., O'Connor, C., Kozyreva, A., Lorenz-Spreen, P., Blaschke, Y., & Leiser, M. (2020). Technology and democracy: Understanding the influence of online technologies on political behaviour and decision-making (JRC Technical Report No. JRC122023). Publications Office of the European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2760/709177>

- Martens, B., Aguiar, L., GGmez, E. and Mueller-Langer, F. (2018). The Digital Transformation of News Media and the Rise of Disinformation and Fake News. SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3164170>
- Marwick, A. E., & Boyd, D. (2011). To see and be seen: Celebrity practice on Twitter. *Convergence*, 17(2), 139–158. <https://doi.org/10.1177/1354856510394539>
- McGinnis (2004). <https://www.harbus.org/post/social-theory-at-hbs-mcginnis-two-fos-1>
- Melchior, C. & Oliveira, M. (2023). A systematic literature review of the motivations to share fake news on social media platforms and how to fight them. *New Media & Society*. 26 (1-24)
- Metzler, H., & Garcia, D. (2024). *Social Drivers and Algorithmic Mechanisms on Digital Media*. *Perspectives on Psychological Science*, 19(5), 735–748. <https://doi.org/10.1177/17456916231185057>
- Mowery, D. C. ve Simcoe T. (2002).” Is the Internet a US Invention? An Economic and Technological History of Computer Networking.”*Research Policy*; 31(4): 1369-1387.
- Nguyen, C. T. (2020). *Echo Chambers and Epistemic Bubbles*. *Episteme*, 17(2), 141–161.
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2021). The psychology of fake news. *Trends in Cognitive Sciences*, 25(5), 388–402. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2021.02.007>
- Pérez-Escolar, M., Lilleker, D., & Tapia-Frade, A. (2023). A Systematic Literature Review of the Phenomenon of Disinformation and Misinformation. *Media and Communication*, 11(2), 76-87
- Pérez-Escolar, M., Lilleker, D., & Tapia-Frade, A. (2023). A Systematic Literature Review of the Phenomenon of Disinformation and Misinformation. *Media and Communication*, 11(2), 76-87
- Rossetti, M., & Zaman, T. (2023). Bots, disinformation, and the first impeachment of U.S. President Donald Trump. *PLOS ONE*, 18(5), e0283971. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0283971>
- Sajithra, K. & Rajinda P. (2013). Social Media – History and Components. *IOSR Journal of Business and Management*, 7, 69-74.
- Scarantino, A., & Piccinini, G. (2010). Information without truth. *Metaphilosophy*, 41(3), 313–330
- Senft, T. M. (2008). *Camgirls: Celebrity and community in the age of social networks*. Peter Lang.
- Sennett, R. (2010). *Kamusal İnsanın Çöküşü*. Çev. Serpil Durak ve Abdullah Yılmaz. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Söğüt, Y. (2019). Yeni hayat önerisi bağlamında kimlik inşası ve medya. In Y. Söğüt (Ed.), *Kavramdan pratiğe kimlik inşası* (pp. 135–147). Sonçağ Akademi Yayınları.
- T. Small, C. ve P. Sage, A. (2005). “Knowledge Management and Knowledge Sharing: A Review” *Information Knowledge Systems Management*: 5, IOS Press (2005/2006):153–169.
- Talwar, S., Dhir, A., Kaur, P., Zafar, N., & Alrasheedy, M. (2019). Why do people share fake news? Associations between the dark side of social media use and fake news sharing behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51, 72-82. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.05.026>
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “Fake News”: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153.
- Taprial, V. & Kanwar, P. (2012). *Understanding Social Media*. Bookboon, London.
- Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Dost Kitapevi, Ankara.
- Tüfekci, Z. (2015). Algorithmic harms beyond Facebook and Google: Emergent challenges of computation alagency. *Colorado Technology Law Journal*, 13(203), 203–218.
- Virilio, P. (1998). *Hız ve Politika*. (M. Cansever, Çev.). Metis Yayınları.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science* (New York, N.Y.), 359(6380), 1146–1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking (Vol. 27, pp. 1-107). Strasbourg: Council of Europe.
- Whelan, E., Islam, A. N., & Brooks, S. (2020). Is boredom proneness related to social media overload and fatigue? A stress–strain–outcome approach. *Internet Research*, 30(3), 869–887. <https://doi.org/10.1108/INTR-03-2019-0112>
- Wiener, N. (1954). *The human use of human beings - Cybernetics and society*. Garden City, New York: Doubleday Anchor Books.