

HAKİKATİN ÖLÜMÜ YA DA ÖLÜMLÜ HAKİKAT

Ali ÖZGAN*

Gönderim Tarihi: 05.02.2020 - Kabul Tarihi: 28.09.2020

Özgan, A. (2020). Hakikatin ölümü ya da ölümlü hakikat. *Etkileşim*, 6, 168-188.
doi: 10.32739/etkilesim.2020.6.80

Bu çalışma araştırma ve yayın etiğine uygun olarak gerçekleştirilmiştir.

Özet

Postmodernizm, modernizmin hâkimiyetini bitirirken elitlerin ekonomiden kültüre medyadan siyasete ayrıcalıklarını da azaltmıştır. İletişim kanalları ve teknolojilerinin gelişmesiyle sesi gür çıkmayan kesimler görünür olmaya başlamış ve bu durum demokrasinin katılımcılık şartını desteklemiştir. Pasif konumundan içerik paylaşan aktöre dönüşen insanoğlu, kendisini, sanal zekâlı yeni iletişim teknolojileri sayesinde benzerlerin seslerini duydukları, görüşlerini onayladıkları ama ötekine tahammül edilmeyen bir dünyada bulmuştur. Neticede körü körüne kutuplaşmalar doğmuş, nefret dili ve ötekileştirme kaçınılmaz hale gelmiştir. Hakikatin önemini yitirmesi de bu safhada başlamıştır. Bilimsel gerçekler sıradan insanın bakış açısından farklı sayılmamaya, gerçekliği evrensel olarak kanıtlanırsa da herkes istediği gerçeği yadsımaya, kendisine iyi gelen ve hoşuna giden söylemleri, yalnızca da kabul etmeye veya herkesten önce ortaya atmaya başlamıştır.

Anahtar Kelimeler: hakikat, Sofizm, safsata, amnezi, iletişim.

* Araştırmacı-Doktor/4. Sınıf Emniyet Müdürü, Bilecik İl Emniyet Müdürlüğü, Emniyet Genel Müdürlüğü, ozganali@gmail.com, Orcid: 0000-0002-4188-9980

DEATH OF THE TRUTH OR MORTAL TRUTH

Ali ÖZGAN*

Received: 05.02.2020 - Accepted: 28.09.2020

Özgan, A. (2020). Hakikatin ölümü ya da ölümlü hakikat. *Etkileşim*, 6, 168-188.
doi: 10.32739/etkileşim.2020.6.80

This study complies with research and publication ethics.

Abstract

Postmodernism, ending the dominance of modernism, also reduced the privilege of elites from economy to culture, from media to politics. Thanks to the development of communication channels and technologies, people whose voices could not be heard became visible, and this situation supported participatory democracy. Transforming from a passive position to an actor that shares content, human beings have found themselves in a world where, thanks to new communication technologies with virtual intelligence, they hear the voices of those who are similar to them, approve their views, but do not tolerate the other. As a result, people were polarized, language of hate and marginalization became inevitable. Truth began to lose its importance at this phase. Scientific facts are not regarded as different from the point of view of the ordinary person. Even if their reality is universally proven, everyone has begun to deny the truth the way they want. People have also begun to accept the discourses that are pleasing to them, even if these discourses are wrong, or put forward them before everyone else.

Keywords: truth, Sophism, fallacy, amnesia, communication.

* Researcher-PhD/4th Grade Police Commissioner, Bilecik Provincial Police Department, General Directorate of Police, ozganali@gmail.com, Orcid: 0000-0002-4188-9980

Giriş

2016 senesinde *Oxford Sözlük* tarafından yılın kelimesi olarak seçilen “post-truth”, Türkçeye “hakikat sonrası” olarak çevrilmektedir. 1992’de literatüre giren kavram ile anlatılmak istenen tarafsız, nesnel, var olan gerçekliğin kamuoyu oluşturmada önemini yitirmesi, insanların kişisel yargı ve kanaatlerinin nesnel gerçekliğin önüne geçmesi durumudur. Gerçekte ne olmuşsa olmuştur ve bu nesnel gerçeklik genel çoğunluğun kişisel kanaatini etkilemez hale gelmiştir. İnsanlar gerçeği umursamaz hale gelmiş ve inanmak istediklerine inanır olmuşlardır. Martin Shovel tarafından çizilen bir karikatür aslında durumu son derece net şekilde anlatmıştır. Karikatüre göre Descartes’ın “düşünüyorum o halde varım” sözü, post truth/gerçek ötesi/hakikat sonrası dönem için “inanıyorum öyleyse haklıyım” halini almıştır (Şimşek ve Yalı, 2019: 9). Başka bir ifadeyle “hakikat sonrası” dönemde kişiler, kendi görmek ve duymak istedikleri şeylere inanır hale gelmişlerdir. Kavramın siyasi olarak gündeme gelişi ise Uzunoğlu’na (ty.) göre tamamen politik bir tavır olarak başlamış ve Batı’da yaşanan demokrasi krizine müdahale amaçlı devam etmiştir.

İletişimsel Araçlarımız

Hakikat sonrası dönemin hayatımıza girmesinde teknolojinin insanların kontrolünden çıkarak insanları kontrol eder hale gelmesinin payı büyüktür. Günümüz bilim çağı insanoğlunun geçmişe nazaran değişimi yakalamakta en zorlandığı, anı yaşayamadığı, kendisini sürekli güncellemek zorunda hissettiği bir çağdır. Sistemin kendisini bu kadar hızlı değiştirip dönüştürdüğü ve işin içine çift taraflı bir iletişim boyutu kattığı başka bir döneme rastlamak mümkün değildir. Kitle iletişim araçları tarihi, papirüs kâğıtları ve çivi yazıları, dumanla haberleşme, posta güvercinleri dönemlerine kadar gidilmezse, genellikle matbaanın icadı ile başlatılır (Aymaz, 2018: 128). 15. yüzyılın ortalarına denk gelen matbaanın icadı ile fikirler çok daha hızlı biçimde kâğıda dökülmeye başlanmış, seri matbuat ile söyleyenle söylenenin aynı mekânda bulunması zorunluluğu ortadan kalkmış ve bilgi akışı sınırları aşarak seri şekilde hareket kabiliyetine kavuşmuştur. Matbaa ile bir kitabın çoğaltılması, el yazması eserlere göre daha kolay ve ekonomik olduğundan aynı şekilde bilginin daha geniş çevrelere ulaşması da seri olmuştur.

İletişim teknolojilerinin kendisini geliştirmesi ile birlikte durum daha da farklı bir boyut almıştır. 18. ve 19. yüzyıllarda telgraf ve telefonun icadıyla yeni bir iletişim dönemine girilmiş, iletilmesi gereken haberler, mesajlar eskiye nazaran yerine daha hızlı ulaşmaya başlamıştır. Telgraf öncesi dönem olan 19. yüzyılın başlarında Londra’dan Hindistan’a bir mektubun ulaşması beş ila sekiz ayı bulurken kötü iklim şartlarında cevabın gelmesi iki yıla çıkmaktadır. İlerleyen süreçte aynı rotada bu süre üç aya kadar inmiş, 1860’larda denizaltı kabloları ile mesajlar aynı gün iletilip cevaplanmaya başlamıştır (Aymaz, 2018: 136).

Bu gelişmeleri 19. yüzyılın sonunda radyonun icadı izlemiştir. Sesin de harfler gibi taşınır hale gelmesiyle birlikte radyo, 20. yüzyılın başlarında sanayileşmiş tüm ülkelerde yaygınlık kazanmıştır (Aymaz, 2018: 137). Sesin aktarımı ile beraber görüntü aktarımıyla da 20. yüzyılın ilk çeyreği dolmadan televizyon insanların hayatlarına girmiş ve radyo/televizyon ikiliğini ifade eden “geleneksel medya anlayışı” tüm dünyada egemen olmuştur. Geleneksel medyanın insan hayatına kattığı yenilikler kitlesel iletişim aracı olması, eş zamanlı imgeler ve temsiller üretebilmesi, bu imgelerin alıcı sayısı kadar çoğaltılabilmesi, bunun eş zamanlı ayarlanarak canlı yayın yapılabilmesidir (Altunay, 2012: 37). Bu noktada sinema ve televizyonun sesle beraber görüntüleri de aktarması bir devrimdir. Haberin ve bilginin aktarımının sürati ile ilgili bir örnek Giddens’tan gelmektedir. Giddens (2013) 11 Eylül 2001’de Dünya Ticaret Merkezi’ne yapılan uçaklı saldırılar ile 1865 tarihinde Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Abraham Lincoln’e Washington’da bir tiyatrodan düzenlenen suikastı karşılaştırır. İlk olaya dünyada iki milyar insan ekranları başında aynı anda canlı şahitlik ederken ikinci olayın Londra’da duyulması 12 günü bulmuştur (2013: 630).

Kitle iletişim araçları haber aktarma ile iletişimin yanı sıra zamanla farklı amaçlara da hizmet eder hale gelmişlerdir. Bu konuda sıklıkla dile getirilen husus özellikle kitle iletişim araçlarının kitleleri etkilemede ve manipüle etmedeki rolü üzerine olmuştur. Bu iki araç sinemadan farklı olarak mahrem alana, yani evlere kadar girmiştir. Bu sayede yeni bir kültürel temsil ve kültürel alan meydana gelmektedir (Altunay, 2012: 37). Bu araçların küresel anlamda kültürel hegemonya sağlaması, kültürel olarak tek tipleştirme gibi etkileri olduğu yönündeki eleştirel yaklaşımların varlığından söz etmek mümkündür.

20. yüzyılda iletişim çok farklı boyutlara ulaşmış ve telekomünikasyonun bambaşka bir dönüşümü hayata geçmiştir. İlk kez Pentagon’da 1969’da askeri amaçlı kullanılmaya başlanan internet (Giddens, 2013: 640), ilerleyen yıllarda bu amacını aşarak hem gelişen yazılım programları hem de yaygınlaşan ağ altyapısı ile tüm dünyada yaygınlaşmıştır. 2019 Temmuz istatistiklerine göre dünyada aktif internet kullanıcısı 4,3 milyar insana ulaşmış durumdadır (Clement, 2019). İnternet kullanımının gelişiminde Web 1.0, 2.0 ve 3.0 teknolojisinin seyri, kitle iletişim araçlarını anlama ve anlamlandırmada oldukça etkilidir.

Web 1.0 teknolojisinde insanlar internet sitelerinde bilgiyi edinirler ve çıkarlar. Sinema seyircisi gibi herhangi bir müdahalede bulunma durumları yoktur. Web 2.0 teknolojisi ile kullanıcılar bilgi alırken bilgi üreten, paylaşımında bulunan aktif internet kullanıcılarına ve içerik sağlayıcılara dönüşmüşlerdir. Sinema seyircisi ya da sadece pasif internet kullanıcıları gibi seyirci ya da edilgen varlıklardan başkalaşarak bir şeyler söyleyebilen aktif öznelere dönüşmüşlerdir. Web 1.0 ve 2.0 teknolojilerinin sadece insan anlamlandırmasına odaklı ve insanlar tarafından anlaşılabilir yapısının bir üst noktası Web 3.0 teknolojisi ya da diğer adı ile “semantik web”dir. Bu yapıda internet sağlayıcılarının içerik kontrolü yazılımlar tarafından sağlanır. Ağlar, internet siteleri, veri tabanları birbirleriyle iletişim ve etkileşim halindedir ve insanoğlu bir bakıma yapay

zekânın hayat bulmuş hali ile karşı karşıyadır. Bu sayede internette yaptığımız bir arama, örneğin X yazarının kitaplarıyla ilgili bir arama sonucunda başka bir gün ekranın sağında aynı yazarın farklı kitaplarını gösteren reklamlar, aynı konuda yazılmış farklı kitap, yayın, ilgimizi çekebileceği düşünülen internet sayfaları ile karşılaşırız. Bunun sebebi semantik web olarak adlandırılan veri tabanlarının etkileşimiyle tercih ve ilgi alanlarımızın bu akıllı depolarda saklanmasıdır. Böylece ticari küresel sermaye, tekilden tümele doğru, özelde şahıs olarak bizlerin, genelde ise o şehrin, bölgenin ya da ülkenin her türlü görüş, düşünce, politik tercih, nefret, ilgi ve benzer özelliklerine hemen herkesin elindeki aygıtlarla hâkim olabilmektedir. Bu sayede videolarını izlediğimiz herhangi bir dünya ya da dini görüşe dair farklı farklı fakat “hoşa gidecek” sayısız içerik her sayfa yenilememizde önümüze serilmektedir. Böylece zevk, fikir, nefret ya da ideolojilerimiz daha da perçinleşmekte, keskinleşmekte, yerleşmekte ve kemikleşmektedir. Bu sayede bizimle aynı şeylerden hoşlanmayan, aynı fikirleri paylaşmayan herkesi öteki olarak görme eğilimimiz de doğru orantılı olarak artmaktadır.

Medya Elitlerinin Sonu

Burada aslında uzun zamandır edilgen konumda olan izleyicinin ipleri eline alarak kendince alternatif medya meydana getirmesinden de söz edilebilir. Çünkü uzun zaman boyunca geleneksel medyada görünen, yani sesi (gür) çıkan kesim hemen her yerde aynıdır ve bellidir. Seçkin bakış açısıyla her toplumda elitler, seçkinler mevcuttur. Bu seçkinler eğitimden politikaya, ekonomiden medyaya kadar söz sahibi olup bu alanlara yön de vermektedirler. Elitist teorisyenlerden Mosca'nın da belirttiği gibi yönetenler her zaman örgütlü azınlıklardır ve bu azınlıklar dönemden döneme farklı yöntemlerle üstünlüklerini kabul ettirmişlerdir (akt. Çağla, 2010: 282). Mills'in de belirttiği üzere, Amerika Birleşik Devletleri'nde üç sacayağı olan elit bir statü grubu vardır. Bunlar ordu, sanayi ve politikada yer alan üst yöneticilerdir. Bu grup iktidarı paylaşmakta, iktidarı oluşturdukları üçgen sayesinde sürekli olarak kimseye devretmeden ellerinde tutmaktadırlar (akt. Çağla, 2010: 286-287).

Durum geleneksel medyadan yeni medyaya geçiş sürecinde de benzer sancıları bünyesinde barındırmaktadır. Nitekim geleneksel medyada medya patronlarının müsaade ettiği kadarı gazetelerde ve televizyonlarda yer bulmuştur. Alatlının (2019) da dediği gibi “medya özgür olamaz. Medya'nın başarısı umurunun zihniyeti doğrultusunda ürün vermesiyle kaimdir. Gazeteci, gerçek düşüncesini bağlı olduğu gazeteye sokmamak için para alandır”. Dolayısıyla geleneksel medyada uzun yıllar belirli bir kemik kadronun -ki bunun için “medya elitleri” tabiri kullanılabilir- tahakkümü söz konusu olmuştur. Geniş kesimlerce kabul gören ve normal olarak değerlendirilen kesimler boy gösterirken marjinal ya da öteki olarak görülen kesimlerin ana akım medyada yer alamaması da bundan dolayıdır. Ötekileştirme aygıtı olarak medya “biz ve onlar” ikiliğini bazen üretmekte bazen de bu ikiliğin kronikleşmesinde etkili olmaktadır. Bu

noktada medya elitleri denen ve gücü elinde tutanların çizdiği sınırlar içinde müsaade edilenler normal, diğerleri ise sıra dışı ve öteki addedilmektedirler.

Geleneksel Medya ve Propaganda

Hemen her iletişim teknolojisinin hayatımıza girmesi sonrası dönemin yaygın iletişim aracı ilgili şartlar içinde kendisinden maksimum fayda sağlanacak şekilde her kesim tarafından insanları etkilemek, manipüle etmek ve fikirlerini yönlendirmek amacıyla kullanılmıştır. Yaklaşık yüzyıllık geçmişle medyanın politik, psikolojik ile toplumsal sonuçlarına eğilen ve “iletişim araştırmaları” olarak adlandırılabilir çalışmalar gerçekleştirilmiştir (Cangöz, 2017: 39). Bu çalışmaların ana ekseninin medyanın propaganda aracı olarak nasıl kullanıldığı üzerine olduğu ileri sürülebilir. Bu minvalde kitle iletişim araçlarının kitleleri etkileme, yönlendirme, ikna etme, algı ve tutumlarında istendik yönde gelişmeler gerçekleştirilmesi amaçlanmıştır. İster tüketim toplumunda istendik tüketim kültürünün yaygınlaşması amacı ile olsun, ister politik olarak bir propaganda vasıtası olsun, amaç yeni bir değer oluşturmak ya da yaygın olan değerlerin ve algıların kemikleşmesi ile pekiştirilmesini sağlamaktır. Çünkü insan algısı dış müdahale ve etkilere, etkilenmelere açıktır. Kitleleri etkilemek için bazen bilginin gücünden bazen de kaynağın güvenilirliğinden yararlanmak etkili olmuştur. Örneğin ünlü birinin ya da bir konunun uzmanının bir markanın yüzü olarak reklamlarında oynatılması bundan dolayıdır. Bu bağlamda aynı araçlar artan endüstriyel üretimde pazar payını artırmak ve seri üretimi seri tüketime çevirebilmek amacıyla bir ikna aracı şeklinde kullanılmışlar ve etkili olmuşlardır (Cangöz, 2017: 40).

Bu bağlamda Althusser’in ‘ideolojik aygıt teorisi’ bu tezi destekler. Devletin aygıtlarını ideolojik ve baskı aygıtı olarak ele alan Louis Althusser’e göre devletin ideolojik aygıtları kilise, hukuk, siyasal sistem, sendikalar, edebiyat ve spor gibi kültürel aygıtlar ile basın, yayın, radyo, televizyon gibi haberleşme aygıtlarıdır. Tüm ideolojik aygıtların temel amacı aynıdır ve bu amaç üretim ilişkileri ve kapitalist sömürü düzeninin tekrar tekrar üretimidir. Her bir aygıtın kendine özel başka işlevleri de söz konusudur. Medyanın ideolojik amacı halkı düzenli olarak milliyetçilik, ahlakçılık gibi değerlerle şekillendirmek ve beslemektir (Althusser, 2002: 32-33, 43). Bu noktada medya elitlerinin elinde medya, insanları bazen kapitalist sistemde belirli ürünleri çılgınca tüketmeleri ve almaları için ikna etmekte bazen de “hassas duyguları” alevlendirmektedir.

Geleneksel medyanın bir propaganda ve ikna aracı olarak kullanılmasının özellikle iki büyük dünya savaşı arasında başladığı bilinmektedir. Bunun ana sebeplerinin savaşa katılımların ülkeler bazında büyük ölçekte olması, cephe ve gerisindeki kesimlerin bir komuta zinciri ile birliği içinde ortak hareket etmeleri ve denetim altında tutulabilmelerini sağlamak sayılabilir (Cangöz, 2017: 39-40). 20. yüzyıl başında sosyalist devrimde özellikle devrim yanlısı kesimlerin sinemayı, 2. Dünya Savaşı’nda Almanya’nın ise radyoyu etkin bir propaganda malzemesi olarak kullanması buna örnek teşkil etmektedir. Medyanın etkileyi-

ci gücü insanları olana inandırmama ya da olmayana inandırma konusunda da oldukça etkili olmuştur. Örneğin Orta Doğu'da 2010 yılında gerçekleşen hareketlilik kimi medya kuruluşlarınca Arap Baharı devrimi olarak nitelendirilirken, bazı kesimlerce halk ayaklanması ya da asilerin başkaldırısı olarak tanımlanabilmiştir (Cangöz, 2017: 51).

Gelenekselden Yeni Medyaya Doğru

Yeni medyayı geleneksel medyadan ayırmada ilk husus kitlesel iletişimde eski iletişim araçlarıyla kıyaslanamayacak ölçüdeki karşılıklı iletişim boyutudur. Televizyon, radyo, dergi, kitap tek kaynaktan çok alıcıya yani "tekten çoğa" iletişim sağlarken internet bazlı iletişim kaynaklarında "çoktan çoğa" iletişim sağlanmaktadır. Eskiden sadece takiple yetinmek durumunda kalan takipçi kitle artık tüketici rolünün yanı sıra içerik üreticisi de olabilmektedir (Şimşek ve Yalı, 2019: 106).

Geleneksel medyadan yeni medyaya geçişle gerçekleşen değişikliklerden ilki haberin yayılma hızının daha önceki araçların çok ötesine geçmesidir. Öyle ki bazen ana akım medyada ve birçok haber kaynağında konunun haber olmasından çok önce internette ve sosyal medyada ilgili konu konuşulmaya ve tartışılmaya başlanmaktadır. Herhangi bir yerde meydana gelen bir depremin araştırma enstitülerinin resmi sitelerinden çok önce sosyal medya platformlarında insanlar tarafından başlıklar açılarak bildirilmesi bunlara örnektir. Aynı şekilde sadece televizyon kanallarının canlı yayın yapabilme tekeli de artık kanallara ait olmaktan çıkmış ve sosyal medya kullanıcıları da kendi sosyal medya hesaplarından takipçilerine istedikleri zaman ve mekânda canlı yayın yapabilmeye başlamışlardır.

Yaşanan bir başka değişim de kültürel temsillerde gözlenmektedir. Bir bakıma özellikle sosyal medya platformları insanların kendilerini ifade etme, kendileri hakkında ipuçları verme yöntemi olarak kullanılmaktadır. Sadece belirli kesimlerin görünür olma tekeli ortadan kalkmış, her kesimden her inanç, düşünce, tercih ve birçok kategoriden insanın kendini ifade etme, görünür olma, birlik haline gelme gibi durumları yaygınlık kazanmıştır. Bu, uzun zaman boyunca ötekileştirilen kesimlerin kendilerini istedikleri gibi ifade edebilecekleri, boy gösterebilecekleri bir mecranın da doğuşu demektir. Dolayısıyla da "ötekilerin temsili" ile biz ve onlar ayrımında "onlar" olarak görülen kesimler de kendilerine söz hakkı bulabilmekte, görünür olabilmektedir. Başka bir deyişle artık herkesin kendi yöneticiliğini yaptığı "alternatif medyaları" oluşmuştur. Böylece demokrasinin olmazsa olmazlarından katılımcılık hayata geçebilmekte, bugüne kadar ekranın karşısında yıllardır pasif şekilde, olana bitene seyirci kalan kesimler aktif pozisyon alarak kendileri içerik sağlayıcılar haline gelebilmektedir.

Ancak yeni medyanın birtakım handikapları da söz konusu olmaktadır. Bunların ilki yeni medyanın nefret dilini rahatlıkla kullandırma imkânı olsa gerek.

Çünkü geleneksel medyanın tersine yeni medyanın kontrol ve denetimi kolay gözükmemektedir. Her ne kadar filtreleme, bloklama yöntemleri bir nebze çözüm olsa da asıl olanın kişinin kendi otokontrolünü sağlamak olduğu aşikârdır. Etik ilkeler yeni medyada askıya alınmış durumdadır. Çoğu zaman gerçek kimliklerin gizlenerek çeşitli takma adlarla açılan hesaplarla insanlar, gerçek dünyada dile getiremedikleri birçok fikri bu yolla dile getirmektedirler. Bu ise hem nefret suçlarını daha görünür kılmakta hem de sanal linçleri beraberinde getirmektedir. Bazen tek bir mesaj ya da etiketleme yöntemi ile geri dönülemez sonuçlara yol açabilecek hedef göstermeler yaşanabilmekte, sanal olarak başlayan bir hareket gerçek facialarla sonlanabilmektedir.

Doğru Bilgiye Ulaşabilme Sorunu

Yeni medyayla bir bakıma medya elitleri devrinden “algılar devrine” geçiş yapıldığı ileri sürülebilir. Bu noktada en çok yaşanan problemlerden biri meydana gelmiş olan bilgi kirliliğinin sonucu olarak “doğru bilgiye ulaşabilme sorunu”dur”. Çünkü yeni altyapı teknolojisi ile aktif medya kullanıcıları olarak içerik paylaşabilme potansiyeline sahip herkes, istediği her konuda paylaşım yapabildiği için paylaşılan bilgilerin doğruluğu sorunu ortaya çıkmaktadır. Hatta paylaşılan bilgiler sahte görseller hazırlanarak desteklenmekte ve inanılabilirlikleri artırılmaktadır. Bu kez internette dolaşan her bilginin doğru olup olmayacağını bilmek gerekliliği, okunan satırların teyide muhtaçlıkları ve eleştirel akıl süzgecinden geçirilme zorunlulukları kendisini göstermektedir. Lynch’in tabiri ile eskiden insanlar gördüklerine inanırlarken günümüzde insanlar *Google*’da bulduklarına inanmaktadırlar. Hatta internetteki her bilginin doğru olmayabileceğini bilen insanlar bile yine de *Google*’a girip araştırmadan durmamaktadırlar (akt. Reese, 2016).

Baudrillard (2018) da aslında hakikat sonrası dönemi önceleyerek “her geçen gün daha çok haber ve bilgiye karşın giderek daha az anlamın üretildiği bir evrende yaşıyoruz” (2018: 114) der. Bu aslında imgelerin zamanla gerçeklerin yerini almaya başlamasının da göstergesidir. Baudrillard’a benzer bir yaklaşım Naisbitt tarafından 1980’lerin başında şu şekilde ifade edilmiştir: “Enformasyonda boğuluyoruz, ama bilgi açlığından kırılıyoruz” (akt. Bundy, 2000: 12). Gerçekten de internette hemen her konuda sayısız kaynak, görüş ve bilgiye ulaşmamız çok kolay hale gelmiştir. Ancak bunların ne kadarının doğru olduğu tartışmalı olup aynı şekilde mevcut bilgilerinden de şüphe eder hale gelmiş insanlar topluluğu ile de karşı karşıya kalınmaya başlanmıştır. Gerçi bu durum sosyal medya öncesi geleneksel medyanın da baş sorunsallarından biri olmuştur. Gerek radyo, gerekse gazete ve televizyonların yaptıkları haberlerin tarafsızlığı sürekli tartışmalıdır. Buna rağmen birçok kişi hangi kaynakların taraflı ya da tarafsız olduğunun farkında dahi değilken tüm medya organlarının taraflı olduğunu düşünüyorsa bu kez lehine olan kanalı tercih etmektedir (Mcintyre, 2019: 88). Kişi tarafsız kaynak bulamayacağını düşünüyorsa bu kez kendine en yakın kaynağı tercih etmektedir. ABD’de yapılan araştırmaya göre *CNN* haber-

lerinin %4'ünde kişisel kanaatler etkili iken FOX kanalında haberlere kişisel kanaatlerin karışma oranı %68'dir. Ancak çıkan sonuca göre FOX haber kanalını izleyenler, hiç haber izlemeyenlere göre daha az bilgili çıkmışlardır (Mcintyre, 2019: 77). Bu da demektir ki ister geleneksel ister yeni medya olsun, sürekli bir şeyler paylaşılması ve anlatılması kitleleri bilinçlendirmeyebilmekte; bilgisini artırmayabilmektedir. Kısacası haber programı seyretmek insanları bazen haberdar etmeyebilmektedir.

Safsata ile Mücadele

Safsata, "boş, asılsız, temelsiz söz, gerçek gibi görüldüğü halde aslında esas-sız olan kıyas, gerçek süsü verilmiş yalan" (Ayverdi, 2016: 1044) ve "doğru bir akıl yürütme olmadığı halde, doğru bir akıl yürütmeymiş gibi görünen hileli bir yöntem" olarak tanımlanabilmektedir (Alpay, 2019: 20). Safsata ile beslenen hakikat sonrası söylemlerden kurtulmada eleştirel aklın ve mantığın sürekli devrede kalması önem arz etmektedir. Elbette ki insan aklının sınırlarının her şeyi kavramaya yetmeyeceği bilinen bir gerçektir. Ancak yaratılışın insanoğ-luna sunduğu imkânlar dâhilinde Alatlının da belirttiği üzere "duyulan, görülen her şeyi sorgulamayı öğrenmek" gerekmektedir (2018: 13). Zira "doğruymuş gibi görünen ancak doğru olmayan (yanlış) öncüllerden kurulmuş savlar" olarak tanımlanan safsata, bir yandan gücü elde tutmaya yararken psikolojik olarak ikna edici özellikleri de barındırmaktadır. Bundan dolayı kitlelerin saf-satalar karşısında savunmasız oldukları belirtilirken safsataları fark etmek, tanımlamak ve anlamak görevi mantığa düşmektedir (Alpay, 2019: 99, 101, 102).

Safsatalarda genellikle söylenen sözün içerdiği argümanlara karşı muhataba, haksız ya da yanlış olduğunu ispatlayan gerekçeli argümanlar sunulmadıkça yapılan sadece safsata olmaktadır. Örnek vermek gerekirse, tercih yapılması için sunulabilecek birçok seçenek varken insanları sadece iki seçenek arasında bir tercih yapmak zorunda bırakmak safsata yöntemlerinden biridir. 11 Eylül saldırılarından sonra Başkan Bush'un tüm dünyaya "ya bizlerlesiniz ya da teröristlerle" demesinde olduğu gibi bir devlet, hem Amerika Birleşik Devletleri'ni hem de terör eyleminin faili olduğu iddia edilen ülkeleri desteklememe gibi bir üçüncü seçenekten mahrumdur. İki seçenek arasında bırakılarak Amerika'ya açık destek vermemek terörist ilan edilmek için yeterli şart olabilmektedir.

Benzer şekilde bir kişinin ileri sürdüğü herhangi bir argümana karşılık olarak aslında konu ile hiç alakası olmadığı halde muhatabın kişiliği, ailesi ya da geçmişi ile ilgili bir hususta karşı cevap vermek de bir safsata yöntemidir. Amaç o kişiyi şaibeli hale getirip haklı olduğu konular da dâhil olmak üzere söylediği her söz ve eyleminde onu şüpheli ve güvenilmez bir duruma sokmaktır. Bu bağlamda safsatalar ile baş edebilme becerisi kazanmak, yalan haberlerle ya da kısmen gerçeği değiştirilmiş bilgilerle mücadele edebilmek için öncelikle bunların ayırdına varabilmek gerekmektedir.

Yeni Medyada Propaganda

Aslında yeni medyanın her tür kullanımı eninde sonunda 'etkilemek' merkezli eylemlerdir. Ulaşılabilen herkesi etkilemek, benzer fikirleri yaymak ve kabulünü sağlamak asıl olmaktadır. Ancak bu noktada duyulan her sesin, seyredilen her videonun ya da atılan her *tweet*'in ne kadarının haklılık payının olduğunu bilmek ve gerçeklerle ne kadar örtüştüğünü göz önünde bulundurabilmekte yatmaktadır. Gerçekle ilgisi olmayan en küçük yalan haber, kelebek etkisiyle hiç umulmadık sonuçlar doğurabilmektedir. Başka bir ifade ile "sanal söylemlerin gerçek eylemleri" doğabilmektedir. Teyit edilmeden, gerçekliği ve doğruluğu araştırılmadan hissî hareket edilerek gerçekleşen olaylar infiallerle sonuçlanabilme potansiyeline sahiptirler. Bu noktada propaganda faaliyetleri her zamankinden daha başarılı olabilmek gibi bir sonuca evrilebilir. Propaganda en çok, kişinin önceden de mevcut durumda olan inançları üzerine yoğunlaştığı için (Aronson vd. 2012: 467) yeni medyada kendi fikrinin yaygınlaşması saikiyle hareket eden kesimler kendi paydaşlarındaki hakikat ile örtüşmeyen paylaşımları gerçekmişçesine dolaşıma sokabilmekte, taraftar bulabilmekte ve insanlar, doğruluğu teyit edilmeden, bunların yılmaz savunucuları olabilmektedir. Gilman'dan alıntıyla "ister eski öğretiler ister yeni propagandalar olsun, yutmak ve peşine takılmak insan zihnine hâlâ egemen olan bir zayıflıktır" (akt. Aronson vd. 2012: 468). Stanley bu noktada propagandayla ilgili olarak, propagandanın amacının bilgi iletmek olmadığını, amacının bir taraf seçmemizi sağlamak olduğunu ileri sürmektedir (akt. Mcintyre, 2019: 88). Eğer propaganda başarılı olursa manipüle edilenler kendi hür iradeleriyle hareket ettiklerini düşüneceklerdir (2019: 109). Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Trump dâhil herkes medyanın bir tarafın sesini yükseltirken diğer tarafın sesini kısıtığını düşünüyor, hatta Trump hoşuna gitmeyen haberlere 'uydurma haber' diyebiliyorsa (Mcintyre, 2019: 88) bu kez taraflı olan geleneksel medyaya ait medya kanalları aradan çıkarılabilmektedir. Nitekim yeni medya aygıtları bir bakıma bu amaca hizmet etmektedir. Başkan, bir kanala açıklama yapıp o kanalın, demecinin kendi çıkarları ya da hizmet ettiği taraf lehine eğip bükmesi ihtimaline karşı araçlar olmadan mesajlarını *Twitter* gibi platformlar vasıtasıyla doğrudan halka verebilmekte, herkes kendi hakikatini aracısız şekilde ortaya sunabilmektedir. Sonuçta Arendt'in (1962) de "tecrübenin gerçekliği ile düşüncenin standartlığı" olarak adlandırdığı ayrımı, yani hakikat ile kurgu arasındaki ayrımı fark edemeyecek hale gelmiş olan (1962: 474) insanlar artık tüm medya araçlarının hedef kitlesi durumuna gelmiş ya da getirilmiş olmaktadır.

Yeni medya ya da başka bir deyişle modern kitle iletişim araçları, Jean Baudrillard'ın da ifade ettiği üzere, bize dünyayı göstermekle kalmamakta aynı zamanda yaşadığımız dünyanın nasıl olduğunu da belirlemektedir. Bu noktada "hipergerçeklik" kavramından hareket eden düşünürre göre içinde yaşadığımız dünyada kitle iletişim araçları aracılık görevinden soyutlanmış ve kendileri amaç olmuş, gerçek ile gerçek olmayan iç içe geçerek bireyler çaresizlik içinde duyarsızlaşmış, sanal görüntüler âleminde yaşar hale gelmişlerdir.

Düşünür Körfez Savaşı'ndan örnek vererek savaş öncesi "Körfez Savaşı çıkmaz" der ve savaşın ilanından sonra da "Körfez Savaşı olmadı" diyerek tezini savunur. Çünkü ona göre bu savaş tarihteki diğer savaşlardan farklı olarak George Bush ve Saddam Hüseyin'in bile savaşta neler olup bittiğini öğrenmek için CNN'i takip ettikleri bir medya çağı savaşı ya da televizyon gösterisidir (akt. Giddens, 2013: 648).

Buradan hareketle özellikle yeni medyanın gerçek olan ve gerçek olmayan arasındaki ayrımı muğlaklaştırarak neyin doğru neyin doğru olmadığı konusunda tereddütler yaşanmasına sebebiyet verdiği açıktır. Bununla beraber bu durum artık hakikatin eski değerini yitirmesi ve bunun yerine post-truth/hakikat sonrasının varlığının doğuşunun ilanıdır. Bu ilan hakikat ile gerçekliğin arasındaki farkın açıldığı, olmayan şeylerin olmuş gibi lanse edildiği, eğri ile doğrunun birbirine girdiği, insanların istediklerine inanmaya başladığı ve bu durumdan birilerinin faydalandığının açık bir resmidir.

Örneğin ABD Başkanı Donald Trump'ın seçimi kazandıktan sonra -aslında öyle olmasa da- Reagan'dan sonraki en büyük seçim başarısının kendi zaferi olduğunu iddia etmesi, CIA'de yaptığı konuşmanın ayakta alkışlandığını ama aslında salondakilere oturmaları söylenmediği için ayakta alkışlanmak durumunda kalınması, FBI verileri ABD'deki cinayet oranlarının son 47 yılın en düşük seviyesinde olduğunu belirtse de Trump'ın bu rakam için son 47 yılın en yüksek seviyede olduğunu ileri sürmesi (Mcintyre, 2019: 24-25) dezenformasyonun aslında hiç de zor olmadığını örnekleridir. Yine de başkanlık seçimlerinden önceki Ağustos ayından oylama gününe kadar doğrulama platformları tarafından başkan adaylarının demeçlerinde yer alan 217 farklı yalanın %79'unun Trump'a ait olması ancak seçim sonuçları göz önüne alındığında bahse konu yalanların Trump açısından bir sorun oluşturmaması (Alpay, 2019: 54) hem algı yönetiminin bir parçası olarak hem de hakikatin öneminin yitip gittiğine işaret etmek açısından önem taşımaktadır.

Postmodernizm ve Hakikat Sonrası

Alpay'ın (2019) ifadesine göre postmodernizmle birlikte hakikat kavramı itibarsızlaştırılmış, entelektüellik karalanmış, seçkinlik olumsuzlanmıştır (2019: 71). Postmodernizmin her şeyi müphem, muğlak, belirsiz bir hale getiren, yorumlar arasında herhangi hiyerarşik bir sıralamanın mümkün olmayacağını iddia eden bakış açısı "hakikat sonrasının" da bu açıdan öncüllüğünü üstlenmiştir. Hakikat sonrasının şüpheci ve göreceli bakış açısının tohumları postmodernizmin "keskinlik ve mutlaklıktan uzak" yaklaşımında yatmaktadır. Hakikat sonrası dönemde herkes kendi algılarından bir dünya meydana getirmekte ve kendi hakikati içinde yaşamaya başlamaktadır. McIntyre'a (2019) göre bu durum bir bakıma, gerçeğin kendisine yabancılaşmasıdır ve bunun bedelleri ağır olacaktır (2019: 153).

Bu ağır bedellerden öne çıkanı algı, imaj ve linçlerden ziyade hakikat de-

nen olgunun varlığının öneminin yitip gitmesidir. Baudrillard'ın Körfez Savaşı açıklaması insanların algılarının nasıl yönetildiğinin dışavurumu olduğu kadar "gerçekte ne olup olmadığı" sorusunu da akıllara, Laswell'in kitle iletişim araçlarının insanların beyinlerine göndermek istedikleri mesajları deri altına ilaç enjekte eden şırıngalar gibi gönderdiğini ileri sürdüğü kuramı "hipodermik şırınga" ya da "sihirli mermi" teoremi gibi (Neuman ve Guggenheim, 2011: 171) zerk etmektedir.

Mcintyre'in da dediği gibi hakikat sonrası kavramı ile asıl kastedilen "savaş sonrası" gibi zamansal bir sonralık değil, hakikatin artık önemsizleşip gözden düşmesi, belki de doğru olmadığını bildiğimiz bir şeye inandırmak maksadı ile manipüle edilmesidir (2019: 27, 29). O halde "yalan söylemekten farkı nedir" sorusuna ise şu cevabı vermek mümkündür: Yalanda gerçek bilinir ve örtbas edilmek istenirken hakikat sonrasında ise gerçekliğin varlığı hiçe sayılmaktadır (Mcintyre, 2019: 31). Ayrıca kitleler, kendi kanaat, önyargı ya da görüşlerine uygun ise yalanların yalan olduklarını bilmelerine rağmen onları hakikatmiş gibi benimseyebilmektedirler. Hileli akıl yürütme, yani safsata sürecinde olgusal verileri önemsemeden, sadece duygulara hitap eden ve hisleri hedef alan görsel ve dil hileleri kullanılırken hedef kitle rasyonel düşünebilen kesimler değil rasyonel düşünmekte zorluk çeken kesimler olmaktadır (Alpay, 2019: 29). Hatta safsatada olduğu gibi hakikat kasıtlı olarak saptırılmaktadır. Örneğin klimatoloji bilim dalınca bilimsel olarak ispatlanmış "iklim değişikliği" olgusu Trump'a göre aslında yoktur ve Çin tarafından Amerikan ekonomisini dibe çekmek adına ortaya atılmış bir safsatadır (Jacobson, 2016). Bir tür "bilim inkarcılığı" olarak isimlendirilen bu durum finansal ya da ideolojik sebeplerden ortaya çıkmaktadır ve kaybedecek bir şeyleri olanlarca başlatılır. Sonrasında bu yanlış bilgiler rüzgârına kapılanlarca devam ettirilir (Mcintyre, 2019: 41).

Ortalığı tozu dumana katıp suyu bulandırmak en çok bu durumu ortaya çıkaranların işlerine yaramaktadır. Bir bakıma hakikat sonralık, ceza hukukunda "suçsuzluk karinesi" olarak ifade edilen kavramla benzer şekilde şüpheden sanık yararlanırcasına ortaya çıkarılan şüpheden, şüpheyi ortaya çıkaranların faydalanmasıdır. Hakikat, bilimsel gerçeklere ve verilere dayansa bile hakikat ve bilim sorgulanarak önemini kaybeder. Bu yapılırken de akıl ve mantıktan kopulmaması konuyu klasik yalancılıktan farklı kılar.

"Kıyamet Tarikatı"nda Leon Festinger, "Arayışçılar" isimli bir grubu anlatır. Tarikat lideri Dorothy Martin dünyanın 21 Aralık 1954'te yok olacağını ve kendilerini uzaylıların gelip kurtaracağını söyler. Grup üyeleri de tüm mallarını satarak bir dağda uzaylıları bekler, ancak uzaylılar ortaya çıkmadığı gibi dünyanın sonu da gelmez. Mcintyre'in da dediği gibi bu aşamada normalde beklenen durum bilişsel uyumsuzluktur; yani insanların bir yalancı ile karşı karşıya kaldıklarını anlamaları ve yanlıştan dönerek durumun farkına varmalarını beklenir ancak tarikat lideri bir süre sonra tekrar ortaya çıkarak tarikat üyelerinin inançları ile dualarının gücü sayesinde uzaylıların planlarını iptal ettiklerini ve gruplarının dünyayı kurtardığını, kendilerinin birer kahraman olduklarını ileri sürer

(Mcintyre, 2019: 53). Görüldüğü üzere yanlış inançlar bile yeterli taraftar bulduğu takdirde rasyonelleşebilmekte, kişiler kendilerince akılcı gerekçeler ve bahaneler bularak bu durumu içselleştirebilmektedirler. Tüm bilimsel veriler, kanıtlar kişinin fikirleri ve inanmak istediğiyle uyuşmasa bile bir sorun teşkil etmemekte, kişi gerçeklerle uyumsuz bir şeye inanıyorsa onun için “gerçek” inandığı şey olmakta, aksi kanıtlar postmodernist yaklaşımla “sadece başka bir bakış açısı” olmaktan öteye gidememektedir.

Nitekim yine aynı şekilde aklın itibarının sorgulanmasıyla başlayan hakikatin önemsizleştirilmesi süreci mantığın da sonunu getirmiş, söylem aklın önüne geçmiş, ortama belirsizlik hakim olmuş, neticede kutuplaşma ve kaos içeren bir dünya meydana gelmiştir (Alpay, 2019: 79). Uzakları yakın eden internet, toplumsal bütünlüğü irili ufaklı birçok parçaya bölmüştür. Çünkü sosyal medya kullanıcıları bu sayede kendilerine benzerlerle bir araya gelerek kendi fikirlerinin daha keskin hale gelmelerini sağlamaktadır. Paylaşılan bilgilerin doğruluğu teyit edilemeyerek, her görüş kendini doğru, karşıtını hatalı çıkarmak adına yanlı ve rasyonel olmayan paylaşımlarda bulunmakta herhangi bir beis görmemektedir. Aynı şekilde algoritma üzerine işleyen sistem sayesinde hep aynı tarz ve kişinin beğeneceği haberler sayfasında görünmeye başlamakta, aksi görüşler ana akışta karşısına çıkmamakta, bundan dolayı yeni medya kullanıcıları kendilerinin görüşünün haklılığının kaçınılmaz olduğu sanısına kapılırken farklı görüşlere dair sanal bir körlüğe tutularak, akılcı değil duygusal saiklerle yalan haberlere de inanır hale gelmektedirler.

Hakikat Sonrası Amnezisi

İnsanları ikna etmenin önemli yöntemlerinden biri kaynağın güvenilirliğidir. Ancak hakikat sonrası dönemde kaynak çeşitliliği öylesine yoğun, iç içe geçmiş ve hangi kaynağın ne kadar güvenilir olduğu öylesine şüphelidir ki, enformasyon bombardımanına maruz kalmış olan bilinçlerde bu verilerin bir kısmı direkt esip geçmekte, bazısı yer etmekte, şüpheliler soru işareti bırakmaktadır. Uzunoğlu'nun (2017) da belirttiği üzere, gerçeklere dair birçok bilgi kişisel ya da kurumsal kimlikleri hakkında fikrimiz olmayan kaynaklarca üretilmekte ve insanoğlu neyin doğru ya da yanlış olduğunu ayırmaktan malul durumda bulunmaktadır.

Amnezi, psikoloji biliminin ilgilendiği bir kavram olup bellek kaybı olarak tanımlanırken bilgiyi anımsayıp nereden öğrenildiğini anımsayamamak ise “kaynak amnezisi” olarak adlandırılmaktadır (Mcintyre, 2019: 58). Hakikatten bağlarını koparmış birçok bilgi, haber, söz, iddia ortalıkta sahipsiz ve başıboş dolaşmakta, bunların kimler tarafından söylenip söylenmediği anımsanamamakta, bir süre sonra kimin söylediğinin önemi de kalmamaktadır. Kaynağı teyit edilmemiş bilgiler sosyal medyada doğruluklarına bakılmaksızın çok kez paylaşıldığı zaman daha çok taraftar toplayarak daha inanılır olmaktadır. Bir yalanın sık tekrar edilmesi durumunda inanılabilirliğinin artacağı bilinen gerçektir. Hem sık tekrarlanma hem kaynak muğlaklığının bir araya gelmesi neticesinde

insanlar suiistimale daha açık hale gelmektedir (Mcintyre, 2019:111).

Sosyal medya üzerinden gerçekleştirilen paylaşımlarda bilgilerin çarpıtıldığı ya da değiştirildiği genellikle tespit edilen bir durumdur. Bundan tarihsel bilgi, belge ve kişilerin de payını aldığı durumlar sıklıkla söz konusu olmaktadır. Örneğin Elon Musk'ın 2017'de gerçekleştirmiş olduğu Anıtkabir ziyareti sonrası Atatürk'e atfederek *Twitter*'dan paylaştığı "bir gün benim sözlerim bilime ters düşerse bilimi seçin" paylaşımı aynı gün içinde 200 binden fazla beğeni almış, aynı gün Amerika Birleşik Devletleri internet arama motorlarında "Atatürk" kelimesi en çok aratılan kelime olmuş, konu Türkiye'deki gazetelere başlık olarak yansımıştır (Şimşek ve Yalı: 2019: 112-113). Ancak "teyit.org" sitesinden durum teyit edildiğinde Atatürk'ün böyle bir sözüne *Nutuk*'ta, *Medeni Bilgiler* kitabında, Başbakanlık Basın Yayın Genel Müdürlüğü Halkla İlişkiler Dairesince hazırlanan Atatürk'ün sözlerini içeren eserde, Atatürk Araştırma Merkezi'nce hazırlanan eserlerde, Atatürk'ün 1924-1938 yılları arasında yaptığı meclis konuşmalarında rastlanılmadığı ifade edilmiştir (Arabacı, 2017).

Bir tür anonim kaynaklar tarafından üretilerek sosyal medyada dolaşıma sokulan haberlerin doğruluğunu ya da yanlışlığını göstermek, işlerini ciddiye alarak yapan ana medya kuruluşlarına düşmektedir. Aynı şekilde içeriklerin doğruluğunu test etmek, doğru ya da yanlışlıklarını halka açık şekilde paylaşmak olan bağımsız siyasi doğrulama (*fact-checking*) siteleri hakikat sonrası dönemde hatalı enformasyonla mücadele ettiklerini ileri sürmektedir. Bunların sayısının 2016 sonrasında 113'e yükseldiği ifade edilmektedir (Alpay, 2019: 53). Ancak daha önce de ifade edildiği üzere yanlış bilgi hızla yayılıp bilinçlerde yerini alırken üzerinden zaman geçtikten sonra yanlışın düzeltilmiş halinin bilinçlerde yer alma hızı hem bu kadar süratli olamamakta hem de bu yanlış duyumuş ve ihtimal dâhilinde inanmış kişilerin hepsine aynı şekilde ulaşamamaktadır. Yeni medyanın hızı ve paylaşım yoğunluğu ile ilgili olarak, bir göz açma kapama süresinde iki milyonun üzerinde e-mail gönderilmekte, 60 bin gb (gigabayt) üzerinde internet trafiği yaşanmakta, 8000'den fazla *tweet* atılmakta, sadece *Instagram*'da 800'ün üzerinde resim paylaşılmaktadır (Şimşek ve Yalı, 2019: 93). Bu hem hızın durumunu belirtmek açısından önemli iken hem de bu kadar karmaşıklık içinde gördüklerimiz ve okuduklarımız arasında hangisinin doğru ya da yanlış olduğunu ayırt etmemizin zorunluluğu ile zorluğu açısından önemli bir durumdur.

Hakikatin Ölümü

Sürekli kendi doğrularının en hakiki, nihai ve değişmez, eleştirilemez doğrular olduğunu düşünen kişiler, eninde sonunda farklılıklara tahammülsüzlük, kendi gibi düşünmeyen kesimlere karşı hoşgörüsüz ve görmezden gelme eğilimi sergilemektedir. Yeni medya adı verilen yeni kitle iletişim araçlarında kendi alternatif medyalarını hayata geçirebilen kişilerde de bu durum kendisini gerek istemediği kişileri engelleme, gerek bilimsel verilere aykırı olsa da kendi inanmak istediği yönde paylaşımlarda bulunma, gerekse sadece kendi

gibi düşünen, yaşayan kişileri ve içerik sağlayıcıları seçerek kurulan dünyada yaşama lüksü vermektedir. Buna ek olarak sosyal medya ve paylaşım sitelerinin algoritmalara dayalı içerik gösterme mekanizmaları kullanıcıların ilgilerini çekici ve hoşlanacakları, kendi dünya görüşlerine uygun içerikler sunmaktadır. Bu sayede kullanıcılar sürekli olarak kendi dünya görüşlerine uygun içeriklere rastlarken muhalif fikirlerden haberdar olamamaktadır (Şimşek ve Yalı: 2019: 115). Başka deyişle bu tarz platformlarda insanlar kendi görüşlerine uygun paylaşımlara maruz kalarak mevcut inançları daha da pekişmekte, kemikleşmekte ve sonunda kendi kanaatlerinden en küçük bir şüphe bile duyamaz hale gelmektedirler.

Hakikat sonrası dönemin önemli ayırt edici özelliği başkalarına tahammülünden ziyade evrensel hakikatlere dahi tahammülün kalmayarak herkesi kendi gerçekliğinde yaşamaya itmesidir. Artık hakikatin kendisi bile hakikati tekeline tutamamaktadır. Çünkü insanlar artık sadece duymak istediklerini duyar, okur ve seyrederek halleder. Aynı şekilde doğruluğu teyit edilmeden hoşya giden her bilgi aynı hızla ve denetlenmeden yayılmaktadır. Başka bir deyişle "hakikat ayağına pantolonunu geçirmeden, yalan dünyanın etrafında yarım tur atar" (Mcintyre, 2019: 116) sözü gerçek hayatta vücut bulmaktadır.

Yapılan bir analize göre Trump'ın başkanlık seçiminden önceki son üç ayda *Facebook*'ta paylaşılan 20 yalan haberin, aralarında *New York Times*, *Washington Post* gibi köklü medya kuruluşlarının yaptığı 20 gerçek haberden daha çok paylaşıldığı ortaya çıkmıştır (Silverman, 2016). 2018 yılında *Science* dergisinde yayımlanan ve 10 yıllık zaman aralığını inceleyen bir araştırmaya göre üç milyon *Twitter* kullanıcısının 126 bin mesajı incelendiğinde, hakikatin şaka, söylenti ve dedikodu ile asla başa çıkamadığı ifade edilmiştir. Yalan haber ve yanlış söylentiler daha çok insana ulaşmakta, sosyal ağların daha derinlerine nüfuz etmekte ve gerçek hikâyelerden daha hızlı yayılmaktadır. Yalan bir haberin 1500 kişiye ulaşabilme hızı, gerçek bir haberin 1500 kişiye ulaşabilme hızından altı kat daha fazladır (Meyer, 2018).

Tüm bunlara rağmen aslında yalan haberin elbette ki yeni medya ve internet çağı ile başladığını iddia etmek doğru olmayacaktır. Dikkat çekmek, ilgi odağı haline gelmek ya da ses getirmek adına haber yapma durumu geleneksel medya zamanında da çok defa hayat bulmuştur. Örneğin *Washington Post* gazetesinde 29 Eylül 1980 tarihinde Amerika Birleşik Devletleri'nin yoksul semtlerinde uyuşturucu ticaretine dikkat çekmek adına gazeteci Janet Cooke'un Jimmy isimli beş yaşındaki bir çocuğun uyuşturucu bağımlısı olduğuna dair haberi bunlardan biridir. Gazeteci Cooke gerek çocuğa yardım amaçlı ulaşılması için gerekse haber kaynağının teyit edilmesi için yapılan ısrarlara rağmen çocukla ilgili somut bir dayanak gösterememiş, ancak buna rağmen bu haberiyle Pulitzer Ödülü dahi almıştır. Ancak daha sonra böyle bir çocuğun aslında olmadığını söyleyerek işinden istifa etmekle kalmayıp aynı zamanda aldığı ödülü de iade etmiş ve konuyla ilgili olarak çarpıcı bir haber yapmasını isteyen gazete editörlerini suçlamış olsa da (Taş ve Taş, 2018: 187-188), kamunun duygusal

tepkilerine hitap edildiğinde ortaya çıkan sonuç açısından söz konusu haber önemli bir vakadır. Ancak yeni medya çağında sorun, hakikat sonrası haberlerin ve paylaşımların geleneksel medyada olduğu gibi öncelikle ilk kim tarafından yapıldığının tespitinin zorluğu, daha sonra ise paylaşımına sokularak hızla yayılmasını önlemenin imkânsızlığı, teyit edilmesinin yavaşlığı, teyit edildikten sonra eğer yanlış olduğu ispat edilmişse, bunun da aynı hızda ve yanlış halinin ulaştığı herkese ulaştırılamaması, denetlenmesinin güçlüğü, hesap verebilirlik mekanizmasının bulunmamasıdır.

Dunning-Kruger Etkisi

Asırlar boyu insanın kendini bilmesi başta varlık amacını anlamak, ardından da dünyayı anlayabilmek, sorgulayabilmek adına ilk düsturların başında gelmiştir. Ancak bu durum tahmin edildiği kadar kolay olmayabilmekte, sonunda “cahil cesareti” ya da “kendini bilmezlik, hadsizlik” gibi sonuçları doğurmaktadır. Nitekim bu durumu en iyi açıklayan tespitlerden biri “Dunning-Kruger Etkisi” olarak açıklanan durumdur. Bu etki şu şekilde özetlenebilir: Amerika Birleşik Devletleri'nin önemli üniversitelerinden biri olan Cornell Üniversitesi'nde öğrenciler üzerinde yapılan çeşitli testlerden sonra şu sonuçlara ulaşılmıştır; testin yüzde 25'lik en başarısız kesimi, sınavlarının çok iyi geçtiğini, sınav sonuçlarının çok yüksek olacağını beyan etmişlerdir. Başarı düzeyleri %12 olan bu kesim kendi başarılarının ilk testte %58, ikinci testte %62 ve diğer testlerde de benzer şekilde gerçek başarılarının çok üzerinde olacaklarını ileri sürmüşlerdir. Araştırmacıların vardıkları sonuç, kendi başarılarını abartan öğrenciler diğer gruptaki öğrencilere nazaran bir yeteneği anlayabilme, kavrayabilme ve kendi yetenek ile yeterliliklerinin ya da yetersizliklerinin farkına varabilme konusunda da yetersizdirler. Bundan başka yapılan diğer test sonuçları da benzerlikler göstermiş, zekâ seviyelerinin ve dilbilgisine sahip olup olmadıklarının farkına varmada da benzer şekilde, başarı düzeyleri düşük kesimin başarı beklentilerinin çok yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Buna paralel olarak sınav sonuçlarının başarı oranı 90 ve üzeri olan %10'luk kesimin ise tüm testlerde daha tevazu sahibi oldukları ve sınav sonuç beklentilerinin ise gerçek başarılarından daha düşük olarak %70 civarında olduğu ortaya çıkmıştır (Dunning ve Kruger, 2009: 33-38). Tüm araştırma sonuçları değerlendirildiğinde varılan sonuç; nitelik açısından yetersiz olan kişiler ne denli niteliksiz olduklarının farkında değildirler. Ayrıca niteliksiz olduklarının farkında olmayan kesimler aynı şekilde kendi niteliklerini olduklarından fazla göstererek bu durumu abartma eğilimindedirler. Kendilerini olduklarından fazla nitelikli göstererek niteliksiz olduklarının farkında olmayan kesimler aynı zamanda nitelikli kimselerin niteliklerini anlayabilme kapasitesinden de yoksundurlar. Bu insanlar niteliksiz olduklarının farkına ancak ve ancak eğitimleri arttıkça varabilirler (Dunning ve Kruger, 2009: 42-45). Bahse konu kesimin rasyonellik yerine duygusal hareket ederek hakikat sonrası dönemin olgular yerine kendi doğrularına inanan aktörleri olma potansiyellerinin yüksek olduğu ihtimali sonuçlara bakılarak iddia edilebilir.

Test sonuçlarını ‘hakikat sonrası’ dönemde yalan haber, yanlış enformasyonla mücadelede değerlendirecek olursak, en kesin ve köklü çözümün eleştirel aklı kullanmanın teşvik edilmesinde, eğitim seviyesinin yaygın hale getirilmesinde ve medya okuryazarlığının yaygınlık kazandırılmasında yattığı görülecektir. Merkezi Sofya’da bulunan Açık Toplum Enstitüsü’nün (*Open Society Institute*) 2018 yılında yayınlamış olduğu ‘Medya Okur Yazarlığı Endeksi’ bu noktada ciddi veriler sunmaktadır. Buna göre hakikat sonrasının, yalan haberlerin ve bunların dallanıp budaklanmalarının etkisinin en az olduğu, bu sürece karşı en dirençli toplumlar, başta Finlandiya olmak üzere İskandinav ülkeleri ile Hollanda, Estonya ve İrlanda iken puanı düşük ülkeler, başta Güneydoğu Avrupa ile Balkan ülkeleri olmuştur (Lessenski, 2018: 2). Bahse konu ülkelerin puanı yüksek olanlarının eğitim seviyesinin yüksekliği ile yalan haberlere karşı dirençlerinin yüksekliği doğru orantılı iken aynı şekilde bahse konu haberlere karşı dirençlerin düşüklüğü ile eğitim seviyelerinin düşüklüğü aynı şekilde doğru orantılıdır (Lessenski, 2018: 2). Eğitim seviyesi yükseldikçe yalan haberlere inanma oranı düşmekte, eğitim seviyesi düştükçe kandırılma oranı artmaktadır. Hakikatin önemsizleşmesinde önemli bir aktör olan halkın hakikat sonrası söylemlere destek veren kesimi, genellikle toplumun görece eğitimsiz ve gelir olarak düşük seviyedeki kesimidir. Bunun sebebi ise seçkinlerce öteki olarak görülmüş, söz hakkı elinden alınmış, görüşlerine saygı duyulmamış ve önemsizleştirilmiş kesimlerin (Alpay, 2019: 77-78) söylenenin doğru ya da yanlışlığından ziyade sahiplenilmek ve önemsenmek ihtiyacının giderilmesinde yatmaktadır.

Sofizmin Dönüşü

Herkesçe kabul edilebilir olgulardan ziyade kendi duygularına hoş gelen şeyleri doğru kabul etmek düşüncesi, felsefi açıdan akla “sofistleri” getirmektedir. Sofist sözcüğü “bilgiyi seven, bilgiyi öğreten” anlamında ele alındığında olumlu bir anlam içerir. Ancak Platon ya da Aristoteles’in baktığı gibi “bilgi tüccarı” olarak pejoratif anlamda kullanılırsa sofistleri “safsata pazarlayanlar” olarak (akt. Yalçınkaya, 2014: 67-68) ya da kendi çıkarlarını düşünen “bilgi şarlatanları” olarak görmek de mümkündür (Göze, 2015: 11). Sofistlere göre doğruluk görecelidir. Hatta her polis için ortak bir doğru bulmak gereksiz olup her polisin birbirinden farklı doğruları olmalıdır görüşü hâkimdir (Yalçınkaya, 2014: 70-71). Buradan sofistlerle ilgili ‘kimse için mutlak bilginin var olmayacağı’ sonucu çıkarılabilmektedir. Onlara göre varlık üzerinde yapılacak her tartışma boştur ve sonuçsuz kalmaya mahkûmdur. Protogaras, gerçeklik ya da varlık üzerine her tür söylemi yapanın insan olmasından hareketle “insan her şeyin ölçüsüdür” bakış açısına sahip olmuş, “herhangi bir şey bana nasıl görünüyorsa öyledir” demiştir (akt. Yalçınkaya, 2014: 74). Başka bir ifadeyle, insan her şeyin ölçüsü olduğuna göre ve gerçek denilen kavram da kişiden kişiye değiştiğine göre insanın dışında mutlak bir gerçek, iyi ve doğru da bulunmamaktadır (Göze, 2015:11). Herkes kendi inandığı gerçeği savunabilmeli ve insanları kendi inandıkları gerçeklere inandırmaya çalışabilmelidir. Bu noktada ise sofizm, gü-

venilmez bir araç olarak değerlendirilen duyumu tek hakikat kaynağı olarak ele almasından dolayı, duyuma dayalı bilginin yanlış olacağından hareketle eleştirilmiştir.

Bir diğer sofist Gorgias ise bir adım daha ileri giderek nihilizme varan bir hiççilik anlayışını ortaya koymuş ve “hiçbir şey yoktur, olsa bile bilemeyiz, bilsek de bildiremeyiz” kuşkuculuğunu ileri sürmüştür (akt. Yalçınkaya, 2014: 75). Bu şüphecilik ikinci kuşak sofistlerde de devam etmiş, Euthydemus “her şey, herkese, aynı zamanda ve aynı şekilde ve her zaman için aittir” ve “herkes her şeyi her zaman doğru olarak bilir” demiştir (2014: 77). Bu bağlamda sofizmin hakikat sonrası dönemle benzerliğini genel olarak “bana göre doğru” anlayışıyla özetlemek mümkündür. Olgusal ve bilimsel bir gerçekliğin sadece farklı bir pencereden farklı bir bakış açısı olarak basitleştirilmesi ve hileli akıl yürütmelerle tüm gerçekliğin inkârı neticesinde her şeyin inkâr edilerek herkesin kendi doğrusunun olabileceğini savunarak toplumsal hafızayı önemsiz görerek toplumsal kod birliğini zedelemesi, günümüz hakikat sonrası dönemle ciddi benzerlikler taşımaktadır.

Sonuç

Mcintyre (2019) hakikat sonrası bu kaos ortamı ile mücadele edilebilmesi için halâ zaman olduğunu ileri sürer. Ona göre yapılması gereken ilk iş, yalancıyı yalanından vazgeçirmeye çalışmak ya da onu doğruya/doğru yola iletmek için ikna etmeye çalışmak asla ve asla değildir. Asıl yapılması gereken şey; yalancıları cesurca karşıma almak, cehaletle kaplı yığınları, olguların ve aklın sesinin önemsiz sayıldığı, inkârcılığı düstur edinmiş, gönüllü cehalet ordusuna henüz kaptırmamışken, hiç olmazsa yalana yalan diye haykırmak, yalana karşı “karşı anlatılar” geliştirmek, asılsız iddiaların yayılmalarını doğruları daha basite indirgeyip anlatarak önlemeye çalışmaktır (2019: 142-143). Bunun için eleştirel aklı mutlaka ve mutlaka sürekli faal tutmak, öncelikli adımlardan biri olmalıdır. Özellikle Amerika eski senatörlerinden Patrick Moynihan’ın şu sözü, hakikat sonrası çağın ortaya çıkardığı sorunları başlamadan önlemede anahtar olabilecek mahiyettedir: “Herkes kendi fikrine sahip olma hakkına sahiptir, ancak kendi olgularına/gerçeklerine/hakikatlerine sahip olma hakkı yoktur” (akt. Alexander, 2013: 899). Eleştirel aklı kullanarak, aklımızı kiraya vermeyerek, hakikatlerden kopmayıp vicdanımızın ve inançlarımızın sesine kulak vererek “gözü aydın” olmak ya da duyduğumuz, okuduğumuz, seyrettiğimiz her şeyi sorgulamadan kabul ederek, kendi gerçeğimizi inşa edip somut verileri inkâr ederek gönüllü cehalet ordusunun “gözü kara militanları” olmak da kişinin kendi tercihidir.

Başta ötekileştirme, nefret söylemi, sanal linçin önüne geçilebilmesi ve asıl olarak da sosyal medya olmak üzere internette dolaşıma sokulmuş bilgilerin gerçekliğini, doğruluğunu algılayabilme ve eleştirel süzgeçten geçirebilme, gerektiğinde teyit edebilme yeteneğinin gelişebilmesi için “eleştirel medya okuryazarlığının” yurttaş eğitimi listesine alınması gerekmektedir (Aygül,

2010: 138). Mevcut haliyle yeni medyanın algısal eğilimlere olan yoğun içerik bombardımanından tabiri caizse hasar almadan kurtulabilmek için etkili yöntemlerden biri bu olsa gerekir.

Hakikat sonrası çağın yalanlarıyla başa çıkma konusunda Keyes (2019) ise en temel çözümün “dürüstlüğün dirilişi” olduğunu belirtir. Ona göre yalan her toplumda var olmuştur ve olmaya da devam edecektir. Yapılması gereken şey dürüstlüğün ödüllendirilip yalanın cezalandırılacağı bir bağlamın oluşturulması olmalıdır. Bir toplumun ortalama yüzde 10’u etik sahibi bir yapıda iken yüzde 10’u ise tam tersi bir mizaçtır ve geriye kalan yüzde seksenlik kısım şartlara göre ileri-geri hareket etmektedir. Asıl önemli olan bu büyük kesimi, etik sahibi olmayan yüzde 10’un yönlendirmesine müsaade etmemek olmalıdır. Bunun için de gerçeği duymak istediğimizi, en az gerçeği söyleme becerimiz kadar geliştirmemiz gerekmektedir. Ancak bu sayede üyelerinin birbirlerine güvendikleri insan grupları oluşturulabilecektir (2019: 328). Çünkü insani ilişkiler güven üzerine inşa edilmektedir. Güvenin olmadığı ya da günden güne zayıfladığı bir dünyada en büyük zararı toplumsal mutabakat alacaktır. İnsanları bir araya getiren ve toplumsal bir sözleşme ortaya çıkarmalarına sebep olan her ne kadar güvenlik saiki olsa da bir arada kalmalarını sağlayan şey birbirlerine duydukları güven duygusudur. Güvenin olduğu yerde şüphe olmayacağı gibi şüphenin bir kere sirayet ettiği bünyede de güven ağır yaralı demektir. Üstelik şüphe duyulan şey hakikatin kendisi ise o zaman durum daha vahim bir hal alacaktır. Hakikatin can çektiği, herkesin kendince doğrularının olduğu bir çağda hakikat er ya da geç “fani” bir varlık halini alır. Tüm bunlara ek olarak güvenin azaldığı bir dünyada ise “Hobbes, Locke ve Rousseau’nun kemikleri sızlayacaktır”.

Kaynakça

- Alatlı, A. (2018). *Ben böyle düşünüyorum demekle olmuyor*. İstanbul: Everest Yayınları.
- (2019). Yazar Alev Alatlı kaleme aldı: Ey oğul!. *Star*. 16.07.2019, <https://www.star.com.tr/guncel/yazar-alev-alatlidan-tutulasi-nasihatler-haber-1467630/>. 5 Kasım 2019.
- Alexander, R. (2013). *Legislative branch appropriations 2014*. Washington: U.S. Government Printing Office.
- Alpay, Y. (2019). *Yalanın siyaseti*. İstanbul: Destek Yayınları.
- Althusser, L. (2002). *İdeoloji ve devletin ideolojik aygıtları* (Y. Alp ve M. Özışık, çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Altunay, A. (2012). Geleneksel medyadan yeni medyaya: Görüntü yüzeyi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10, 33-44.

- Arabacı, A. O. (2017). 'Eğer bir gün benim sözlerim bilimle ters düşerse bilimi seçin' sözünün Atatürk'e ait olduğu iddiası. *Teyit.org*. <https://teyit.org/eger-bir-gun-benim-sozlerim-bilimle-ters-duserse-bilimi-secin-sozunun-ataturke-ait-oldugu-iddiasi>. 12 Kasım 2019.
- Arendt, H. (1962). *The origins of totalitarianism*. Cleveland ve New York: The World Publishing Company.
- Aronson, E., Wilson, D. T. ve Akert, M. R. (2012). *Sosyal psikoloji* (O. Gündüz, çev.). İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Aygül, E. (2010). Facebook'ta nefret söyleminin üretilmesi ve dolaşıma sokulması. Tuğrul Çomu (haz.), *Yeni Medyada Nefret Söylemi* (95-140). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Aymaz, G. (2018). İletişim araçlarının toplumsal tarihi için bir giriş. *Global Media Journal TR Edition*, 8(16), 124-139.
- Ayverdi, İ. (2016). *Misalli büyük Türkçe sözlük*. İstanbul: Kubbealtı İktisadi İşletmesi.
- Baudrillard, J. (2018). *Simulakrlar ve simülasyon* (O. Adanır, çev.). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Bundy, A. (2000). Drowning in information, starved for knowledge: Information literacy, not technology, is the issue. *Vala.org*. <https://www.vala.org.au/vala2000/2000pdf/Bundy.PDF>. 14 Kasım 2019.
- Cangöz, İ. (2017). İletişim araştırmaları. Hayati Tüfekçioğlu (ed.), *İletişim Sosyolojisi* (32-61). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Clement, J. (2019). Worldwide digital population as of July 2019. *Statista*. <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>. 5 Kasım 2019.
- Çağla, C. (2010). *Yeni başlayanlar için siyaset bilimi*. İstanbul: Omnia Yayınları.
- Dunning, D. ve Kruger, J. (2009). Unskilled and unaware of it: How difficulties in recognizing one's own incompetence lead to inflated self-assessments. *Psychology* (30-46). 1. https://www.researchgate.net/publication/12688660_Unskilled_and_Unaware_of_It_How_Difficulties_in_Recognizing_One's_Own_Incompetence_Lead_to_Inflated_Self-Assessments. 14 Kasım 2009.
- Giddens, A. (2013). *Sosyoloji* (C. Güzel, haz.) (Ş. Pala, çev.). İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Göze, A. (2015). *Siyasal düşünceler ve yönetimler*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Jacobson, L. (2016). Yes, Donald Trump did call climate change a Chinese hoax. *Politifact*. <https://www.politifact.com/truth-o-meter/statements/2016/jun/03/hillary-clinton/yes-donald-trump-did-call-climate-change-chinese-h/>. 08 Kasım 2019.
- Keyes, R. (2019). *Hakikat sonrası çağ: Günümüz dünyasında yalancılık ve aldatma* (D. Özçetin, çev.). İzmir: Deli Dolu Yayınları.

- Lessenski, M. (2018). Common sense wanted resilience to 'post-truth' and its predictors in the new media literacy index 2018. *Open Society Institute*. http://osi.bg/downloads/File/2018/MediaLiteracyIndex2018_publishENG.pdf. 11 Kasım 2019.
- Mcintyre, L. (2019). *Hakikat sonrası* (M. F. Biçici, çev.) İstanbul: Tellekt Yayınları.
- Meyer, R. (2018). The grim conclusions of the largest-ever study of fake news. *The Atlantic*. <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2018/03/largest-study-ever-fake-news-mit-twitter/555104/>. 10 Kasım 2019.
- Neuman, W. R. ve Guggenheim, L. (2011). The evolution of media effects theory: A six-stage model of cumulative research. *Communication Theory*, 21, (169-196). doi:10.1111/j.1468-2885.2011.01381. x.
- Reese, H. (2016). How the internet promotes a 'new way of knowing,' according to philosopher Michael P. Lynch. *Techrepublic.com*. <https://www.techrepublic.com/article/how-the-internet-promotes-a-new-way-of-knowing-according-to-philosopher-michael-p-lynch/>. 11 Kasım 2019.
- Silverman, C. (2016). This analysis shows how viral fake election news stories outperformed real news on Facebook. *BuzzFeed*. <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook>. 9 Kasım 2019.
- Şimşek, A. ve Yalı, S. (2019). *Gerçekte(n) öyle mi olmuş? Post-truth zamanlarda tarihin temsili*. İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.
- Taş, O. ve Taş, T. (2018). Post-hakikat çağında sosyal medyada yalan haber ve Suriyeli mülteciler sorunu. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 29, 183-207. doi: 10.16878/gsuilet.500943.
- Uzunoglu, S. (tarih yok). *Post-truth her açıdan kullanışlı bir kavram*. <http://panorama.khas.edu.tr/uploads/pdf/posttruth-her-acidan-kullanisli-bir-kavram.pdf>. 16 Kasım 2019.
- (11 Ocak 2017). Yalan haber nedir? Ona karşı neden savunmuyoruz". *Journo.com*. <https://journo.com.tr/yalan-haber-nedir>. 14 Kasım 2019.
- Yalçınkaya, A. (2014). Yunan uygarlığı içinde polis ve siyaset. M. A. Ağaoğulları (ed.), *Sokrates'ten Jakobenlere Batı'da siyasal düşünceler* (23-91). İstanbul: İletişim Yayınları.

Çıkar çatışması : Çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Finansal destek : Finansal destek bulunmamaktadır.

Conflict of interest : There are no conflicts of interest to declare.

Financial support : No funding was received for this study.