

Atıf Bilgisi: Sarıhan, Z. ve Taşcıoğlu, R. (2022). Post- Truth Çağında Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturma Gücü: Yeni İnfaz Düzenlemesi Örneği. *İNİF E- Dergi*, 7(1), 129-150.

POST- TRUTH ÇAĞINDA SOSYAL MEDYANIN KAMUOYU OLUŞTURMA GÜCÜ: YENİ İNFAZ DÜZENLEMESİ ÖRNEĞİ

*Öğr. Gör. Zekeriya SARIHAN**

*Prof. Dr. Raci TAŞCIOĞLU***

DOI: 10.47107/inifedergi.978185

Arastırma Makalesi***

Başvuru Tarihi: 03.08.2021

Kabul Tarihi: 11.01.2022

Öz

Bugün iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ve ilerlemelerle geleneksel medyanın yerini sosyal medyanın aldığı görülmektedir. Bu değişim ve dönüşüm insan ilişkilerinde yeni olanaklar ortaya çıkarsa da, bir takım olumsuzlukları da beraberinde getirmiştir. Teknolojik gelişmelerle birlikte sosyal medya kullanımındaki artış bu mecralarda yayılan bilgilerin doğruluğunun sorgulanmasına sebep olmuştur. Sosyal medyada özgürce içerik üretilip paylaşılırken, bu içeriklerin doğruluğu ya da yalan-sahte bilgiler içerip içermediği herhangi bir denetime tabi olmadığından rahatlıkla bireyleri yanıltabilmektedir. Politik alanda derin kutuplaşmanın ortaya çıkmasıyla birlikte sahte-yalan bilgilerin hızla dolaşıma sokulması ve diğer aday ya da partiyi karalamaya yönelik çabaların gittikçe arttığı görülmektedir. Böylesine bir ortamda bireyler kendi fikirleriyle aynı yönde olan bilgileri yanlış olduklarını bilseler dahi yoğun bir şekilde dolaşıma sokma gayreti içerisinde dir.

1990'lı yıllarla birlikte literatüre giren post-truth kavramıyla gerçekliklerin üstünün örtülmeye çalışıldığı bir döneme girilmiştir. Sözü edilen bu dönemde siyasal alanda ilk post-truth haber örnekleriyle karşılaşmıştır. 2000'li yıllarda ise sosyal medyanın gelişimiyle birlikte siyasal alanda yalan içerikli haberlerin yaygınlaştığı görülmektedir. Politik aktörler gerçek ötesi söylemlerini sosyal medya aracılığıyla hedef kitlelerine ulaştırarak onları duygusal yönden etkilemeye çalışmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, hakikat ötesi çağda sahte-yanlış haberlerin politik söylemler kullanılarak bireylerin duygularına hitap edecek şekilde dolaşıma sokulmalarının yansımalarını ortaya koymaktır. Çalışma Yeni İnfaz Düzenlemesine ilişkin 14-21 Nisan 2020 tarih aralığında Twitter'da dolaşıma sokulan paylaşımlar veri analiz yöntemlerinden olan betimsel analiz tekniğiyle incelenmiştir. Bu çalışmada bireyleri duygusal açıdan etkileyen sahte haberlerin dolaşıma sokulması, bireylerin rasyonel karar vermesinde ve onları yönlendirmesinde rolü olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Kamuoyu, Post- Truth, Sosyal Medya, Yeni İnfaz Düzenlemesi*

* Gümüşhane Üniversitesi, Torul Meslek Yüksekokulu, Görsel- İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı Bölümü, E-mail: zekeriya.sarihan@gumushane.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8278-005X

** Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, E-mail: tascio@atauni.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2917-295X

***Yazar / yazarlar, makalede araştırma ve yayın etiğine uyulduğuna ve kullanılan fikir ve sanat eserleri için telif hakları düzenlemelerine riayet edildiğine yönelik beyanda bulunmuştur.

THE POWER OF SOCIAL MEDIA TO CREATE PUBLIC OPINION IN THE POST- TRUTH ERA: SAMPLE OF NEW ENFORCEMENT ARRANGEMENTS

Abstract

Social media, now, is opted traditional media due to the advancements in communication technologies. Much as this change and transformation bring along new opportunities in human relations, it causes several problems at the same time. Along with technological improvements, increasing use of the social media has raised questions about the accuracy of the information circulated in these mediums. Since there is no audit regarding the accuracy of contents that are freely produced and shared on social media, relevant contents can misguide users easily. It is seen that efforts to defame the other candidate or party have increased via fake information after the deep polarization emerged in the political sphere. Individuals, in such an ambiance, are in an endeavor to circulate the fake information that agrees with their own ideas even if they know the incorrectness of relevant information.

With the concept of post-truth, which entered the literature with the 1990s, has been entered a period in which the realities were tried to hide. During this period, the first post-truth news examples were encountered in the political field. In the 2000s, with the development of social media, wide spreading of false news in political field was observed. Political actors have been trying to emotionally effect their target groups by sharing their post-true statements through social media.

The aim of this study is to reveal the repercussions of the circulation of fake-false news by using political rhetoric to address the feelings of individuals in a post-truth age. The circulated shares on Twitter between 14-21 April 2020 regarding the New Execution Regulation was examined in the study by descriptive analysis technique, which is one of the data analysis methods. It was concluded that the circulation of fake news, which affects individuals emotionally, influences rational decision making processes of individuals and drives them.

Keywords: Public Opinion, Post- Truth, Social Media, New Execution Regulation

Giriş

İletişim alanında yaşanan teknolojik gelişmelerle birlikte bireylerin medya tüketim alışkanlıklarının geleneksel medyadan sosyal medyaya doğru kaydığı gözlemlenmektedir. Geleneksel medya aracılığıyla ulaşılan bilgiler, uzman kişilerin denetiminden geçerek bireylere ulaşmakta iken, internet tabanlı sosyal mecraların ortaya çıkmasıyla birlikte bu bilgilerin gerçekliğini ve doğruluğunu denetleyecek kişilerin saf dışı bırakıldığı görülmektedir. Böylesi bir ortamda sosyal medya okur-yazarlığı deneyimi edinemeyen bireyler, etkiye açık bir şekilde sosyal medyada varlıklarını sürdürmektedir.

Günümüzde herhangi bir denetime tabi olmayan haberler sosyal medyada rahatlıkla üretilip dolaşıma sokulmaktadır. Bu haberler bireylerin görüşleriyle aynı doğrultuda olduğunda herhangi bir sorgulama yapılmaksızın daha fazla kişiye ulaştırılmaya çalışılmaktadır. Öyle ki bireyler bu haberlerin doğru olmadığını bilseler dahi, kutuplaşmaların yarattığı ortamdan ötürü bu haberleri çok daha şiddetli bir şekilde dolaşıma sokma gayreti içerisinde dirler.

Haberlerin hızla dolaşıma sokulduğu ve anında milyonlarca kişiye ulaştırıldığı bu ortam, siyasetçilerin iştahını kabartmaktadır. Artık siyasetçiler seçmene ulaşmak, onları etkilemek, yönlendirmek amacıyla yoğun bir şekilde sosyal medyayı kullanmaktadırlar. 2008 ABD başkanlık seçimlerinde sosyal medyanın rolü bilimsel çalışmalarla ortaya koyulduktan sonra, siyasetçilerin bu alanı propaganda aracı olarak kullandığı görülmektedir. Bu kapsamda siyasetçilerin paylaşımları artık anında milyonlarca kişiye ulaşmakta, her ne kadar yalan-sahte bilgi paylaşımında bulunsalar da, bu durum ortaya çıkıncaya kadar, o bilgiler milyonlarca kişiye ulaşmakta olup onları ikna etmektedir. İşte günümüz post-truth çağda bireylerin duygularına hitap edilerek ve rasyonel karar vermelerinin önüne geçilerek kararlarının etkilenmeye çalışılması bu çalışmanın problemine oluşturmaktadır. Hakikat ötesi çağda siyasal alanda yanlış ve sahte bilgiler

duygusallık yükleyerek dolaşıma sokulmasının yansımalarını ortaya koymak çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Bu çalışmada 14-21 Nisan 2020 tarihleri arasında Twitter’da dolaşıma sokulan iki haber içerik analizi yöntemiyle incelenmektedir. Çalışma, sahte ve yalan haberlerin doğru haberlere nazaran daha hızlı yayıldığı ve etkileşiminin daha çok olduğu varsayımına dayanmaktadır.

1. Post-Truth Kavramı

Post-truth sözcüğünün Türkçe karşılığı üzerinde literatürde tam bir uzlaşma sağlanamamakla birlikte sözcük Türkçede “gerçeklik sonrası”, “gerçek ötesi”, “post gerçeklik”, “hakikat ötesi”, “hakikat sonrası” gibi kavramlarla ifade edilmektedir. Bu kargaşa hiç kuşkusuz “post” ön eki ve “truth” sözcüğünün çevrilmesinden kaynaklanmaktadır (Alpay, 2019, s. 25).

İngilizcedeki “post” ön eki “sonra” anlamına gelmektedir. Dolayısıyla bu ön ekin bağlandığı sözcük belirli bir durumun “sonrasına, ötesine” atıfta bulunmaktadır (Bayram, 2007, s. 1). Ancak post-truth’daki “post” ön eki önüne geldiği sözcüğün önemsizleştiğini ve anlamını yitirdiğini anlatmaktadır (Alpay, 2019, s.25). Bir başka ifadeyle buradaki “post” ön eki zamansal bir bağlamdan daha çok hakikatin gözden düştüğüne ve önemini kaybettiğine işaret etmektedir (McIntyre, 2019, s. 26-27).

Türkçede “truth” kelimesini açıklarken “hakikat ve gerçeklik” kavramları kullanılmaktadır. Ancak unutulmaması gereken nokta şudur ki, bu iki kavram birbirinden farklı anlamlara gelmektedir. Truth sözcüğü felsefe ve ilahiyat bağlamında “hakikat” anlamına gelirken, önerimsel açıdan “doğruluk” anlamına gelmektedir (Baç, 2020, s. 22). Gerçeklik, esasında bir var olma durumunu (Köktürk, 2020, s. 36) ve nesnel gerçekliği, hakikat ise bu nesnel gerçekliğin zihinlerde yansımalarını simgelemektedir. Bu açıdan “truth” sözcüğü Türkçede hakikat (doğruluk) kavramını anlatmaktadır. Gerçeklik ile hakikat arasındaki bu fark dolayısıyla “post-truth” sözcüğünü kullanırken onu gerçeklik olarak algılamak bir karışıklığı ortaya çıkarmaktadır. Bu sebeple “post-truth” sözcüğüne karşılık “hakikatin-doğruluğun önemsizleştirilmesi” daha doğru bir kullanım sunmaktadır (Alpay, 2019, s. 26-27).

Oxford Sözlükleri kavramı, “nesnel gerçeklerin kamuoyunu şekillendirmede duygu ve kişisel inanca hitap etmekten daha az etkili olduğu koşullarla ilgili ya da bunları ifade eden” olarak tanımlamaktadır (Oxford Dictionaries, 2016). Oxford Sözlükleri Başkanı Casper Grathwohl, “bir haber kaynağı olarak sosyal medyanın yükselişi ve kuruluş tarafından sunulan gerçeklere duyulan güvensizlik sebebiyle ortaya çıkan bir kavram olarak gerçekler, bir süredir dilbilimsel temelini buluyor” ifadelerini kullandığı görülmektedir (Wang, 2016).

Gilchrist (2018, s. 16)’e göre post-truth, yanlış ve dezenformasyonun mevcut olduğu durumlar için kullanılan bir sıfattır. Salgado (2018, s. 318) tarafından kavramın en önemli özelliğinin duyguların gerçeklere, maddi ve somut bilgilere göre önceliği olduğu vurgulanmaktadır. Aynı şekilde gerçeklerden değil de duygusal argümanlardan daha çok etkilenildiği belirtilmektedir (Uluç ve Küngerü, 2018, s. 1136). Picciotto da (2019, s. 88) bu durumu, gerçeği yalanlayan manevi mekanizmaların devreye girmesi şeklinde açıklamaktadır.

Jagues vd. (2019, s. 3) gerçek ötesini, yapısal bir gizem süreci ile sürdürülen kapitalizm hegemonyası altında ideolojik mücadelenin yeni bir yönü olarak tanımlamaktadır. Bu tanım kavramın toplumda bir hegemonyanın oluşturulmasına yardımcı olacak bir aygıt olduğunu ifade etmektedir. Yine bir başka tanımda kavram,

sahte haberlerin, kasıtlı yanlış bilgilendirme veya aldatmacaların gazeteciliğin yardımı ile desteklenmesi ve özendirilmesi olarak belirtilmektedir (Grech, 2017, s. 118).

Alpay (2019, s. 29)'a göre post-truth, hakikatin önemsizleştirilmesi olarak ifade edilmektedir. Burada hakikatin önemsizleştirilmesi kitlelere yalan söylemekten ziyade, onları nesnel veriler ortaya koymadan, duygularına hitap ederek yanlış bir takım unsurlara inandırmaktır. Bu açıdan toplumu etkilemeye çalışanlar, rasyonel düşünen bireyleri ikna etmeye, inandırmaya çabalamazlar, onların asıl hedefi rasyonel düşünemeyen geniş halk kitleleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Köktürk (2020, s. 41-43)'e göre gerçek ötesi, algılanan gerçeği anlamsız hale getirirken yapay dünyayı anlamlı ve önemli hale getirmektedir. Ona göre post-truth, gerçeğin bilerek çarpıtılması değil, anlam ve önemin değişerek gerçeğin önüne geçmesini ifade etmektedir. Bir başka deyişle post-truth mevcut, nesnel, somut olan ve yaşanan gerçeklikten bilinçli bir şekilde vazgeçmeyi anlatmaktadır.

Hakikatin önemsizleştirilmesi bireylerin zihinlerine hitap etme yerine kalplerine hitap ederek duyguları olabildiğince harekete geçiren “şehitlik, kutsal görev, din, milliyetçilik” gibi yüce kavramlar ile kullanıldığı görülmektedir. Ayrıca “terör, savaş, kriz, afetler” gibi korku kavramlarını ve “şer odakları, ülkeyi yok etmeye çalışanlar, dış güçler, dış mihraklar, ötekiler, faşistler” gibi öfke ve nefret söylemleri hakikatin önemsizleştirilmesinde başvurulan kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Alpay, 2019, s. 30). Benzer bir yaklaşım Karadut (2020, s. 137) tarafından ileri sürülmektedir. Ona göre politikacılar olgulardan kopuk söylemlerde bulunmayı, seçmenler ise aklın ötesinde karar vermeyi tercih etmektedir. Olumsuz, kötümser, vatanperver söylemlerde bulunarak gerçeklerden kaçma uğraşı içerisine giren politikacıların popülist söylemleri, iletişim teknolojileri ile kampanya sürecinde bir silah ve zırh görevi üstlenmektedir.

Politikacıların gerçekdışı söylemleri ortaya çıksa da herhangi bir suçluluk duymadan, yalanlarla bireylerin duygularını sövmeye devam etmeleri, hiçbir şey olmamış gibi davranmaları post-truth kavramının en açık göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır (Sayın, 2020, s. 162).

Hakikatin önemsizleştirilmesinde nesnel verilere dayanmayan görsel ve dil hileleri kullanılmaktadır. Doğrudan duygulara hitap eden görsel hileler geleneksel ya da sosyal medya ile dolaşıma sokulmakta; çarpıtılmış, üzerinde oynanmış, bağlamından kopartılmış video veya fotoğraflar bu hileler içinde yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Dil hilelerinde ise veriler çarpıtılarak, yanlış veriler ortaya koyarak, onları önemsizleştirerek tartışmayı bitirmek ya da öteye götürmek amacıyla uydurma iddialar ileri sürülmektedir (Alpay, 2019, s. 29-30).

Keyes (2019, s. 25)'e göre hakikat sonrası çağda ne gerçeği yansıtan ne de yalan denilebilecek anlaşılması güç ifadelerin yer aldığı üçüncü bir alan bulunmaktadır. Buna zenginleştirilmiş, yapay, neo, hafif gerçek adı verilerek gerçekliği örtterek, dilsel yaratıcılık olağanüstü bir şekilde kullanılarak yalan söylemler yumuşatılmaktadır.

Erdoğan ve Uyan-Semerci (2020, s. 91-103) yapmış oldukları çalışmada hakikat sonrası dönemi akıl, bilim ve demokrasi karşıtlığı olarak betimlemektedirler. İnsanlar bu dönemde akıllarıyla değil duygularıyla hareket etmekte olup bu da akılı öldürmekte, bireyler kararlarını akılı yok sayarak duygularıyla almaktadır. Bilim karşıtlığında, bilimsel gerçeklerin tutarsız ve kısır tartışmalara konu edildiğini, bu durumun da bilim inkârcılığına kadar gidebileceğini belirtmektedirler. Demokrasi karşıtlığı durumunda ise hakikat sonrası dönemin politikacıları güçlendirdiğini, ellerine orantısız bir güç verdiğini vurgulamaktadırlar.

2. Post-Truth Kavramının Gelişimi

Kavramın ilk kez 1992’de Steve Tesich tarafından kullanıldığı görülmektedir (Tunçer, 2018, s. 370). Senarist ve oyun yazarı Tesich, 1992’de Kuzey Amerika halkını Başkan George Bush’un yönetimi tarafından yalanları sessizce kabul etmekle suçlamak için “post-truth” ifadesini kullanmakla (Vogelmann, 2018, s. 19) birlikte eleştirilerini şu ifadelerle sürdürmektedir (Tesich, 1992, s. 13):

Totaliter canavarların sadece hayallerinde saçmalayabilecekleri bir halkın prototipleri haline geliyoruz. Şimdiye kadar tüm diktatörler gerçeği bastırmak için çok çalışmak zorunda kaldılar. Davranışlarımızla bunun artık gerekli olmadığını, herhangi bir gerçeği yalanlayabilecek manevi bir mekanizma edindiğimizi söylüyoruz. Özgür insanlar olarak, hakikat ötesinde yaşamak istediğimize özgürce karar verdik.

Post-truth kavramını 2004 yılında kitap boyutunda Ralph Keyes ele alarak “*The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life*” başlıklı eserinde incelediği görülmektedir (Keyes, 2004). Hakikat sonrası dönemde Keyes, kitlesel sahtekarlığın ortaya çıktığını savunarak (Harsin, 2018, s. 7) yalan söylemenin norm haline geldiği bir döneme girdiğimizi ifade etmektedir (De Saint- Laurent vd, 2017, s. 148). Aynı yıl, *When Presidents Lie* (2004) adlı kitabında Eric Alterman, Bush’un II. Başkanlığına atıfta bulunarak “gerçek sonrası başkanlık” ifadesini kullandığı görülmektedir (Harsin, 2018, s. 7).

Keyes, eserinin bütün yalan ve yalancılara karşı bir isyan olmadığını belirterek, yalanların bireylerarası ilişkilerde ve toplumsal hayatta yol açacağı etkilere kaygıyla yaklaşmaktadır. Geçmişteki savaşlarda görevlilerce söylenen yalanların bireyleri ahlaken hissizleştirdiğini belirten Keyes, yalancılara tarih boyunca var olmasına karşın yalanın tereddüt edilerek, endişe haliyle, suçluluk, utanç ve mahcubiyet duyularak söylendiğini belirtmektedir. Oysa şimdi bilinçli bireylerin hiç suçluluk duymadan, rahatlıkla gerçekleri gizlemek adına yalana başvurduklarını ifade eden Keyes, bu duruma hakikat sonrası adını vermekte ve yaşadığımız çağın da hakikat sonrası çağ olduğunu ifade etmektedir (2019, s. 18-22).

1992 yılında ilk kez kullanılan post-truth sözcüğünün, popüler hale gelip yaygınlaşması 2016 yılında Oxford Sözlükleri tarafından yılın kelimesi seçilmesiyle başlamaktadır (Alpay, 2019, s. 24). Sözcük, 2016 yılında bir önceki yıla kıyasla %2000 oranında kullanımı artmakla birlikte (McIntyre, 2019, s. 23), kelimenin bu yılda popülerlik kazanması Birleşik Krallıktaki Avrupa Birliği referandumu (Brexit) ve ABD Başkanlık seçimlerindeki siyasi tartışmaların “gerçek ötesi” siyasetin başlangıcı olarak kabul edilmesinden kaynaklanmaktadır (Lockie, 2017, s. 1; Salgado, 2018, s. 318). Alan yazında post-truth siyasetin başlangıcı olarak bu iki gelişmenin üzerinde sıkça durulduğu görülmektedir. Bu iki olayla birlikte kavram ilk kez uluslararası bir düzlemde yoğun tartışmaların yapılmasına neden olmuştur. Artık örgütlü grupların bilinçli bir şekilde halkı yönlendirmek ve manipüle etmek için çaba sarf ettikleri görülmektedir. Bu bağlamda McIntyre (2019, s. 23-24), 2016 Brexit ve ABD başkanlık seçimlerini gerçeklerin üstlerinin örtüldüğü, akıl yürütmenin yaslandığı kanıtlanabilir ölçütlerin ortadan kaldırıldığı ve açık bir şekilde yalan söylendiği “dehşet verici” bir seçim olarak yorumlamaktadır.

2.1. Brexit Referandumu

Brexit kampanyasının, genel seçimlerde normalde oy kullanmayan seçmenlerin beklenmedik biçimde yüksek katılımı nedeniyle diğer referandum veya seçimlerden farklı olduğu görülmektedir. Referandum için seçmen katılımı %72,2 olurken, 2017 genel seçimlerinde %68,8, 2015'te %66,2, 2010'da %65,1, 2005'te %61,4 ve 2001'de %59,4'lük bir katılım gerçekleştiği tespit edilmektedir. Bu açıdan referandum, 1997'den bu yana %70 katılım oranının üzerine çıkan ilk önemli oylama olarak karşımıza çıkmaktadır (Marshall ve Drieschova, 2018, s. 89).

Brexit referandumunda göçmenler, ekonomi ve işsizlik konularında sahte haber ve istatistikler geleneksel ve sosyal medyada dolaşıma sokulmakta olup bu sahte haber ve çarpıtılmış istatistiklerle birlikte vatandaşların işlerinin göçmenler tarafından ellerinden alınacağı, ekonominin hızla kötüleşeceği ve ülkede kısa süre içerisinde bir göçmen istilası yaşanacağı yönünde söylemlerin geliştirildiği görülmektedir (Baron'dan aktaran Çömlekçi, 2019, s. 110). Bu söylemleri topluma yaymak ve toplumun desteğini kazanmak amacıyla referandum öncesinde destekçiler sosyal medyayı başarılı bir şekilde kullanmakta, öyle ki destekçiler Twitter'da rakiplerinden yedi kat, Instagram'da beş kat daha fazla aktif bulunmaktadırlar (Persily, 2017, s. 64).

Brexit taraftarları çalışmalarını üç tema üzerinden yürüttükleri görülmektedir. Bunlar (Reid, 2020);

- İngiltere, AB'ye haftada 350 milyon Sterlin göndermekte,
- İngiltere'ye göçün 333.000'i bulabileceği belirtilmekte,
- Türkiye ve diğer aday ülkelerin AB'ye katılacağı ifade edilmektedir.

Brexit yanlısı kampanya ile AB üyeliğinin İngiltere'ye haftada 350 milyon Sterline mal olduğunu ve bu paranın Ulusal Sağlık Servisine (NHS) harcanabileceği iddia edilmektedir (Barrera, 2020, s. 1; Rose, 2017, s. 556). Oysa resmi kurumlar bu sayının doğru olmadığını ifade etseler de bu haber ulusal basında uzun bir süre yer alarak hedef kitlelere ulaşmakta (Uluk, 2018, s. 70) ve onları etkilemektedir.

Türkiye'nin ve diğer çeşitli ülkelerin AB'ye katılabileceği ve bu ülkelerin vatandaşlarının Birleşik Krallıkta serbest dolaşımına izin verileceği yönünde haberler sosyal medyada sıklıkla işlendiği görülmektedir (Reid, 2020). Eski bakan Warsi, Brexit yanlılarının Türkiye'ye yönelik yalanları ortaya attıkları için kampanyaya destek vermeyeceğini, kampanyanın yabancı düşmanlığı ve ırkçı bir hal aldığını, Türkleri ötekileştirerek suç arasında bir bağ kurmaya çalışmaları, bütün Türklerin sanki İngiltere'ye gelmek için hazırlandıklarını iddia etmenin yalan olduğu, sahte haber yayarak korku oluşturulmak istendiğini belirtmektedir (<https://www.trthaber.com/>).

23 Haziran 2019'da Birleşik Krallığın, AB'den ayrılma kararı ile uluslararası kamuoyunu sarstığı ifade edilmektedir. Yapılan anketlerde son güne kadar Brexit destekçilerinin %46, karşıtların ise %48 olduğu gösterilse de, sürpriz bir şekilde referandumda %51,9 olarak zafer kazandıkları görülmektedir (Blanco, 2018, s. 422). Bu durum kuşkusuz gerçeklerin üstlerinin örtülerek, yanlış ve sahte bilgilerle korku ve endişe yayarak toplumun kısa süre içerisinde yönlendirildiği sonucuna ulaşmamıza neden olmaktadır.

Yapılan Brexit araştırmasında, referandum ve sonraki günü kapsayan 48 saatlik süre içerisinde Brexit hashtagi ile tweet atan 150,000'den fazla Rus kaynaklı hesap olduğu, atılan mesajların önemli bir kısmının ayrılık yanlısı olduğu ve bot olarak ifade edilen otomatik hesaplar oluşturulduğu belirtilmektedir. Kamuoyunu manipüle etmeye yönelik

seçimlerden bir gün önce oluşturulan mesajlar, filtre balonları ve yankı odaları aracılığıyla milyonlara ulaştırıldığı görülmektedir (Uluk, 2018, s. 70-71).

2.2. ABD Başkanlık Seçimi

Liberal siyaset bilimindeki rasyonel aktörün doğmasının ve haber medyasında nesnellik yanılması aksine, duygular her zaman siyaset ve medyada önemini korumaktadır. Hakikat ötesi, dünyanın dört bir yanındaki haberlerde ve özellikle Trump'ın seçim kampanyasındaki kutuplaşma siyaseti ile en üst noktaya ulaştığı görülmektedir (Boyer ve Davis, 2018, s. 75).

Scott Reinardy 2007-2016 yılları arasında ABD'de işten çıkartılan gazeteci sayısının 20.000 olduğunu belirtmektedir. Gazeteciliği ahlaki değerlere oturtmuş profesyonel insanların işini kaybetmesi kuşkusuz bu alanın yozlaşmasına sebep olmaktadır. Nitekim Trump'ın 2016 başkanlık seçimlerini kazanmasının nedenleri üzerine yapılan araştırmalar, Web'de dolaşan sahte, yalan, yanlış verilerin varlığına dikkat çekmektedir. Medya ajanlarının ortadan kaybolması ve toplumun politik açıdan kutuplaşması böylesi siyasi sonuçların ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır (Redondo, 2017, s. 51). Sosyal medyada yanlış, hatalı bilgilerin yaygınlığı, bilinçli siyasi karar almanın önündeki engelleri ortaya çıkararak seçmenlerin yoğun bir şekilde maruz kaldığı yalanlardan sıyrılıp, gerçek bilgilere dayalı seçim yapma olasılığını ortadan kaldırmaktadır (Persily, 2017, s. 70).

Trump'ın başkanlığına giden yolun, ırkçı iftiralarından, yanlış ifadelerden ve kanıtlanmamış komplo teorilerinden oluştuğu ifade edilmektedir. Obama'nın Kenya'da doğduğu, göçmenlerin suçlu ve tecavüzcüler olduğu, iklim değişikliğinin bir aldatmaca olduğu, Meksika'ya yönelik tehditler (Gibson, 2018, s. 3168), yanlış işsizlik rakamları, ABD'deki cinayet oranlarının en yüksek seviyelere çıktığı iddiası (Barrera, 2020, s. 1) gibi yalan, yanlış, abartı ve demagojik ifadeler seçim kampanyasının ana temalarını oluşturduğu görülmektedir.

Geleneksel medyanın yerini çevrimiçi medyanın almasıyla birlikte yalanlar ve sahte haberlerin dolaşımı çok daha hızlanmış ve sosyal medya botlarıyla bu yalanların insanlar arasında hızla yayıldığı görülmektedir. 2016 seçim kampanyasında sosyal medya botları propaganda ve sahte haber yaymada yeni bir boyuta ulaşmakla birlikte 16 Eylül-21 Ekim tarihleri arasında sosyal medya botlarının seçimlerle ilgili bütün tweetlerin beşte birini ürettiği görülmektedir. Üç başkanlık tartışmasında da Trump yanlısı Twitter botları, Clinton yanlısı botların yaklaşık dört katı kadar tweet üretmekte, özellikle son tartışma sırasında bu rakam yedi katına kadar çıkmaktadır (Persily, 2017, s. 70).

ABD Başkanlık seçim tartışmalarının başlamasından önce ve oylama gününe kadar teyit platformları adayların söylemlerinin doğruluğunu araştırmaya çalışmıştır. Adayların konuşmalarından ve ifadelerinden 217 gerçeği yansıtmayan açıklama olduğu tespit edilerek, bu açıklamaların %79'unun Trump'a, %21'inin Clinton'a ait olduğu belirtilmektedir (Zarzalejos, 2017, s. 11).

Facebook'ta Trump yanlısı 115 sahte haber 30 milyon kez paylaşılırken, Clinton yanlısı 41 sahte haberin 7,6 milyon kez paylaşıldığı görülmektedir (Allcott ve Gentzkow, 2017, s. 212). Yine Washington Post'a göre Trump seçim döneminin yalnızca ilk ayında 132 yalan ifade kullanmıştır. Bu hiç kuşkusuz içinde bulunduğunuz hakikat ötesi çağda kamuoyunu manipüle etmek için mükemmel bir formül oluşturmaktadır (Townsend, 2017, s. 45).

Kampanyanın kritik aylarında yalan haberlerin sosyal medyada dolaşıma sokulduğu ve bu haberlerin milyonlar tarafından paylaşıldığı, yorumlandığı ve beğeni aldığı

görülmektedir. Clinton'ın İŞİD'e silah sattığı iddiası ve Papa Francis'in Trump'ı desteklediğine dair sahte haberler seçim döneminin en çok ses getiren yalan haberleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Yine en çok etkileşim alan yirmi sahte haberin on yedisinin Trump lehine olması, sahte haberlerle birlikte vatandaşlar yanlış yönlendirilerek seçim sonuçlarının etkilendiği iddialarını kuvvetlendirmektedir (Uluk, 2018, s. 71).

ABD'deki 17 istihbarat örgütünün tamamı tarafından Rus hükümetinin yapılan seçimi etkilemeye yönelik adımlar attığı, Trump lehine birçok sahte haberin Rusya üzerinden dolaşıma sokulduğu, ayrıca Makedonya'daki küçük bir kasabada Trump yanlısı yüzden fazla internet sitesinin açıldığı belirtilmektedir. Bugün halen 2016 Başkanlık seçimlerine Rusların müdahale ettiğine yönelik tartışmalar devam etmektedir (McIntyre, 2019, s. 103-104).

Her ne kadar ABD Başkanlık seçimi ile çok büyük bir zafer elde edildiği belirtilse de, bu durumun demokratik açıdan bir zenginlik oluşturmadığını ifade etmek mümkündür. Çünkü ABD'nin nüfusu, vatandaşlığı bulunmayanlar dahil 325 milyondur ve oy kullanma hakkı olan 231,6 milyon olmasına rağmen bu seçimde 92,7 milyon oy kullanılmamakla birlikte, seçmenlerin yalnızca 138,8 milyonunun oy kullandığı görülmektedir. Bunun sonucunda Trump'ın oy kullanma hakkına sahip olan nüfusun yalnızca %27'si, genel nüfusun ise yalnızca %19'u tarafından seçildiği ortaya çıkmaktadır (Townsend, 2017, s. 44). Ancak bu durumun yalnızca ABD'ye özgü değil, bugün birçok Avrupa ülkesinde seçimlere katılım oranının çok düşük olduğu gözlemlenmektedir.

3. Post-Truth ve Sosyal Medya İlişkisi

İletişim teknolojilerinin hızla gelişmesiyle birlikte bireyler artık bilgi ve haberlere gazete, dergi, radyo ve televizyon gibi geleneksel iletişim araçlarından ziyade sosyal medya başta olmak üzere çevrimiçi platformlardan ulaşmaktadır (Uluk, 2018, s. 74).

Modern dönemde hakim olan ana akım medyanın, hakikate ulaşmada akıl yürüten entelektüellerin yönetimi altında olduğu ileri sürülmektedir. Çarpıtmalar, abartmalar, sahtelikler, gizlemeler bu dönemde görülse bile bunlar gerçek verilerle desteklenerek meşruiyet zeminine oturtulmaya çalışılmaktadır. Eğer bir sahtelik ortaya koyulacaksa bunun akıl, sorgulama ve entelektüel yaklaşımı aşabilecek kadar nitelikli olması gerekmektedir. Bu açıdan geleneksel ana akım medyanın hakikatin önemsizleştirilmesini engelleyici bir rol üstlendiği ifade edilmektedir (Alpay, 2019, s. 41). Geleneksel medyaya karşın hakikat ötesi dönemin en belirleyici unsuru olan sosyal medyada yalan haberlerin sık sık dolaşıma sokulması, toplumun medyaya olan güvenini olumsuz etkilemektedir (Çömlekçi, 2019, s. 108).

Reuters Enstitüsü 2019 yılı dijital haber raporuna göre, televizyon Türkiye'deki en önemli haber kaynağı olmaya devam ederken, sosyal ve dijital medya alternatif ve eleştirel bakış açıları için önemli bir kaynaktır. Basılı gazete ve dergilerin yıllık toplam tirajının 2013'ten 2017'ye kadar %33 düştüğü gözlemlenmektedir. Özellikle muhalefet partilerinin 2018 Cumhurbaşkanlığı seçim kampanyasında ve 2019 yerel seçimlerinde seçmenlere ulaşmak için sosyal medyayı yoğun bir şekilde kullandıkları görülmektedir. Bu kapsamda çevrimiçi haberlere kolaylıkla erişmek için en önemli cihaz akıllı telefonlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Reuters Institute Digital News Report, 2019).

"We Are Social" 2020 Türkiye Raporuna göre, 16-64 yaş arasındaki bireyler; günde ortalama 7 saat 29 dakika internette, sosyal medyada 2 saat 51 dakika, televizyon karşısında 3 saat 4 dakika, müzik platformlarında 1 saat 21 dakika ve oyun konsolunda 58 dakika zaman geçirmektedir. Yine bu rapora göre Türkiye'de 54 milyon aktif sosyal

medya hesabı bulunmakta ve yaklaşık nüfusun %64'ünün sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. Türkiye'de en çok kullanılan sosyal medya platformu sırasıyla; YouTube (%90), Instagram (%83), Whatsapp (%81), Facebook (%76), Twitter (%61) olarak karşımıza çıkmaktadır (www.wearesocial.com).

Haberlere ulaşmak için kullanılan cihazlara bakıldığında; %52 bilgisayar, %71 akıllı telefonlar ve %27 tabletler olduğu görülmektedir. Haber için kullanılan sosyal medya ve mesajlaşmalara bakıldığında ise; YouTube %49, Facebook %47, WhatsApp %33, Instagram %33, Twitter %33, Facebook Messenger %10 düzeylerinde sıralanmaktadır (Reuters Institute Digital News Report 2019). Bu verilerden yola çıkarak Türkiye'de sosyal medya platformlarının yoğun bir şekilde kullanıldığı, bireylerin haber alma kaynakları açısından geleneksel medya önemini korurken, sosyal medyanın da hızla yükseldiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Bugün seçim tartışmalarının yüksek dozda arttığı, popülist siyasetin etkinliğinin yükselerek yalan haberlerin yayıldığı, her ne kadar sahtelikler ortaya çıksa bile etkisini sürdürdüğü bir süreç yaşanmaktadır. Böyle bir dönemde insanlar artık akıllarıyla değil duygularıyla daha çok karar vermekte, bilimsel gerçekler akıl dışı yollarla tartışılmaktadır. Böyle bir ortamda kuşkusuz popülist siyaset yükselişe geçerek yalanlar, duygular ve algılamalar nesnellüğün önüne geçmektedir (Erdoğan ve Uyan-Semerci, 2020, s. 84). Ancak burada önemli olan nokta, politikacıların iddialarının doğru olup olmadığından ziyade, bu iddiaları dinleyenlerin gerçek olmasını isteyip istemedikleri ile ilgili ya da gerçeğin kanıtlarla değil dinleyicilerin mevcut inançları ve değerleriyle uyumlu olup olmamasıyla ilgili olduğu görülmektedir (Lockie, 2017, s. 1).

Post-truth çağda medyanın kamuoyu oluşumu üzerine etkisi ve rolü değerlendirildiğinde, olayların gerçekliğinin değiştirilip bireyleri gerçekliğin ötesine inandırma gayreti içinde bulunduğu görülmektedir. Bu dönemde siyasetçiler, duygulara hitap ederek kişisel kanaatlerini topluma dayatmak ve gerçeği gizleyerek bireyleri yanlış olana inandırma gayreti içerisinde (Uluç ve Küngerü, 2018, s. 1137). Daha açık ifadeyle aslında medya siyasetçilerin bu yönlendirmelerine katkıda bulunmaktadır.

Sosyal medyada yalan haberler yayılırken, özellikle de siyaset bağlamındaki konularda, kutuplaşma post-truth bir gerçeklik yaratmaktadır. Birçok siyasetçi bu durumun farkına vararak kutuplaşmayı körükleyici bir yol izlemektedir (Şimşek, 2018, s. 5-6). Öyle ki toplumsal kutuplaşmalar, hakikat ötesi içeriklerin ortaya çıkması ve yayılmasında önemli rol oynamaktadır. Bu durumun en önemli sebebi, sosyal medya algoritmalarının insanların etkileşime girdikleri alanlardaki içerikleri onların karşısına çıkarmalarıdır. Bu durum hiç kuşkusuz medyanın, gerçek bilgiye ulaşımı engelleyici bir ortam yaratmasına neden olmaktadır (Tarakcı ve Baş, 2018, s. 1115).

Sosyal medya ağları, kullanıcıların ürettikleri içeriklerle varlıklarını sürdürmektedir. Bu ağlar çoğunlukla nefret söylemleri, şiddet, tehdit ve pornografik metinler, görseller ve videolar sunmaktadır. Bu ağlarda bir konuyu manipüle etmek için oluşturulan metinler, üzerlerinde oynanmış video ve görseller, sahte haberler sıklıkla dolaşıma sokulmaktadır. Doğru haberlerden daha fazla kendine medyada yer bulan yalan, sahte haberlerin kullanıcıları yönlendirdiği ve kamuoyunu aldattığı yönünde görüşlerin ortaya çıkması sosyal medyanın sorgulanmasına neden olmaktadır (Uluk, 2018, s. 74).

Sosyal medyanın yalan haberleri ve sahteliği yayarak toplumu yönlendirdiğine karşın, bireylerin bilgi üretir konuma gelmeleri medyanın demokratikleşerek (Gooch, 2017, s. 14) birçok farklı fikir ve düşünceye yer vererek çok sesliliği sağladığı da savunulmaktadır (Karagöz, 2018, s. 685). Umberto Eco'ya göre, internet ve sosyal ağlar daha önce sesi çıkmayan "budala kalabalığa konuşma hakkı" vermektedir (Berckemeyer,

2017, s. 27). İnternetle birlikte bilgiye ve habere erişim memnuniyetle karşılanırsa da, yanlış haberlerin hızla yayılmasına da sebep olmaktadır (Pina, 2017, s. 41). Pew Araştırma Merkezinin 2016 yılında yapmış olduğu bir araştırmaya göre, ABD nüfusunun %62'si kendilerini güncel tutmak için sosyal medyayı kullanmaktadır. Ancak araştırmada sürekli haber akışıyla birlikte yanlış bilgilerin de aktarıldığı belirtilmektedir (Gooch, 2017, s. 15).

Erdoğan ve Uyan-Semerci (2020, s. 102) tarafından post-truth'un asıl gerçeği yok ederek, farklı yapay gerçeklikleri meşrulaştırarak yalanın ve yalancı siyasetçilerin önünü açtığı ifade edilmektedir. Bağımsız gazeteciliğin ve belirli standartların yok olmasıyla birlikte medyanın dördüncü güç olma özelliği artık kontrol edilemeyen sosyal medyaya geçmektedir. Bugün seçmenlerin politikacılarca rahatlıkla yönlendirilip, manipüle edildiği açıkça görülmektedir.

Yine hakikat ötesi kavramının, otoriter liderlerin cazibesini artırarak liberal demokrasiyi zayıflatacağı, güvensiz bir ortam yaratılarak kamusal alanda karar almayı zorlaştıracağı, iktidarı gerçeklikten uzaklaştırarak toplumsal çatışmayı teşvik edeceği ileri sürülmektedir (Picciotto, 2019, s. 91).

Shao vd. (2017, s. 1) tarafından ABD seçim kampanyası sırasında ve sonrasında Twitter'da 400 bin iddiayı yayan 14 milyon mesajın incelendiği görülmektedir. Bu bağlamda sosyal botların, sahte haberlerin yayılmasında kilit rol oynadığı ortaya koyulmaktadır. Ayrıca insanların bu manipülasyona karşı savunmasız oldukları belirtilerek, sahte haber yayan botların retweetlenerek bu haberlerin daha hızlı yayılmasına ön ayak oldukları belirtilmektedir.

Sosyal bot, otomatik olarak içerik üreten ve sosyal medyada insanlarla etkileşime giren, davranışlarını özendirmeye ve bireylerin davranışlarını değiştirmeye çalışan bir bilgisayar algoritmasıdır (Ferrara vd, 2017, s. 96-97). Sosyal botlar, sosyal medyada sahte haberleri manipüle etmek ve yaymak amacıyla oluşturulmaktadır. Yapılan araştırmalar sosyal botların 2016 ABD başkanlık seçimleri çevrimiçi tartışmalarını büyük ölçüde çarpıttığını ve seçim gününe kadar Trump ya da Clinton'ı desteklemek amacıyla yaklaşık 19 milyon bot hesabının tweet attığını ortaya koymaktadır. Yalnızca sosyal medya botları değil troller de, bireyleri duygusal bir tepkiye sürüklemeyi amaçlayarak, sahte haberlerin sosyal medyada yayılmasında önemli roller üstlenmektedir (Shu vd., 2017, s. 4).

4. Post- Truth Bağlamında Sosyal Medyada Yeni İnfaz Düzenlemesi Örneğinin İncelenmesi

4.1. Amaç, Kapsam Metodoloji

Gerçekleştirilen bu çalışma, Twitter'da dolaşıma sokulan post-truth haberlerinin bireyleri nasıl yönlendirdiğini ortaya koymayı amaçlanmaktadır. Bu ana amaç etrafında 14-21 Nisan 2020 tarihleri arasında yeni infaz düzenlemesi bağlamında Twitter'da dolaşıma sokulan iki haber ve bu haberler doğrultusunda açılan hashtagler nitel araştırma yöntemlerinden örnek olay incelemesi yöntemiyle incelenmektedir. Örnek olay, bir ya da daha fazla olay, grup ya da örgütün belirli bir zaman içerisinde sistematik bir biçimde derinlemesine incelenmesini ifade etmektedir (Karagöz, 2019: 962). Bir diğer ifadeyle örnek olay, belirli bir toplumsal olayın bir veya birkaç kesitinin derinlemesine araştırıldığı bir yaklaşımdır. Bu bağlamda örnek olay, belirli bir olaya odaklanarak belirli bir süre kesiti içerisinde nasıl ve neden sorularına cevap aramaktadır (Güçlü, 2019: 320-321). Karagöz (2019: 963) bu yöntem ile yaşamın bir kesitinin okuyucuya doğrudan sunulabileceğini ve bu kesite ilişkin derinlemesine bilgi sağlanacağını belirtmektedir. Bu doğrultuda örneklem dahilinde ele alınan haberlere yönelik oluşturulan hashtaglerin neler olduğu, hashtaglerle

ilgili atılan tweet sayıları, hashtaglerin gündemde kalma süresi, kullanıcılar tarafından atılan tweet içeriklerinin neler olduğu, politik aktörlerin haberlere ilişkin paylaşımlarına yönelik yorum, beğeni ve retweet sayıları incelenmektedir. Sözü edilen haberler ile ilgili Twitter’da yer alan paylaşımlar veri analiz yöntemlerinden olan betimsel analiz tekniğiyle ele alınmıştır. Bu analizle ulaşılan bulguların düzenlenmiş ve yorumlanmış biçimde ortaya koymak amaçlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 256). Bu çalışmanın amacı doğrultusunda oluşturulan araştırma soruları şu şekildedir:

- Sözü edilen haberlere ilişkin oluşturulan hashtagler nelerdir?
- Sözü edilen haberlere ilişkin açılan hashtaglerdeki tweet sayısı ne kadardır?
- Sözü edilen haberlerin gündemde kalma süresi ne kadardır?
- Sözü edilen haberlere ilişkin paylaşım yapan politik aktörlerin paylaşımlarına yönelik yorum, beğeni ve retweet sayısı ne kadardır?
- Sözü edilen haberler ile ilgili oluşturulan hashtaglerde kullanıcılar tarafından hangi içerikli iletiler paylaşılmıştır?

5. Bulgular

5.1. Çocuk İstismarının Affına İlişkin Haber

14.04.2020 tarihinde TBMM Genel Kurulu’nda kabul edilen “Ceza ve Güvenlik Tedbirlerinin İnfazı Hakkında Kanun ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun”, 15.04.2020 tarihinde Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girdiği görülmektedir. Belirlenen tarihler aralığında çocuk istismarının affına ilişkin Twitter’da oluşturulan hashtaglerin aşağıdaki gibi olduğu görülmektedir.

Tablo 1. Çocuk İstismarının Affına İlişkin Açılan Hashtagler

Hashtagler
#CocukİstismarınınAffiOlamaz
#ÇocukİstismarınınAffiOlmaz

Kaynak: <https://twitter.com>, (Erişim Tarihi: 14.04.2020).

Post-truth haberlere ilişkin 14.04.2020 tarihinde Twitter’da #CocukİstismarınınAffiOlamaz ve #ÇocukİstismarınınAffiOlmaz hashtagleri oluşturulduğu tespit edilmiştir.

Tablo 2. Hashtaglere İlişkin Atılan Tweet Sayısı

Hashtag	Tweet Sayısı
#CocukİstismarınınAffiOlamaz	114.475
#ÇocukİstismarınınAffiOlmaz	82.590

Kaynak: <https://twitter.com>, (Erişim Tarihi: 14.04.2020).

Tablo 2’de #CocukİstismarınınAffiOlamaz adlı hashtage ilişkin atılan tweet sayısının 114.475 olduğu görülürken, #ÇocukİstismarınınAffiOlmaz adlı hashtage 82.590 tweet atıldığı görülmektedir.

Tablo 3. Hashtaglerin Gündemde Kalma Süresi

Hashtag	Gündemde Kalma Süresi
#CocukİstismarınınAffiOlamaz	11.5 saat
#ÇocukİstismarınınAffiOlmaz	7.5 saat

Kaynak: <https://twitter.com>, (Erişim Tarihi: 14.04.2020).

Tablo 3’de görüldüğü üzere #CocukİstismarınınAffiOlamaz etiketi 11.5 saat gündemde kalırken, #ÇocukİstismarınınAffiOlmaz etiketi ise 7.5 saat gündemde kaldığı görülmektedir. Bu hashtaglerle birlikte siyasetçilerin de bu olaya ilişkin çok sayıda tweet

attığı görülmektedir. Çocuk istismarının affına ilişkin muhalefette bulunan X partisi milletvekili A tarafından aşağıdaki tweet atılmıştır.

Tablo 4. Politik Aktörlerin Paylaşımlarına Yönelik Yorum, Beğeni ve Retweet Sayısı

İçerik	Toplumun vicdanını kanatan bir infaz yasası çıktı. Tecavüzcü, çocuk istismarcısı, kadına şiddet uygulayanı, katili, gaspçısı, devleti dolandıranı, alayı serbest. Bunun hesabını bu millet sorar, göreceksiniz.!
Yorum	905
Retweet	2700
Beğeni	12200

Kaynak: <https://twitter.com>, (Erişim Tarihi: 14.04.2020).

Sözü edilen milletvekilinin attığı tweetin 905 yorum, 2700 retweet ve 12200 beğeni aldığı görülmektedir. Bu sayılar paylaşımın önemli düzeyde bir etkileşim yarattığını göstermektedir. Yeni infaz düzenlemesi başta İnfaz Kanunu olmak üzere 11 farklı kanunda değişikliği öngören toplam 69 maddeden oluşmaktadır. Bu maddelerde çocukların cinsel istismarına ilişkin herhangi bir düzenleme bulunmadığını ileri sürerek A'nın paylaşımını retweetleyip cevap veren iktidar bloğu içerisinde yer alan milletvekili B tarafından aşağıdaki tweet atılmıştır.

Tablo 5. Politik Aktörlerin Paylaşımlarına Yönelik Yorum, Beğeni ve Retweet Sayısı

İçerik	Terör, kasten öldürme, cinsel istismar, kadına şiddet ve uyuşturucu ticareti suçları infaz indirimi dışındadır... Yalanınız batsın
Yorum	213
Retweet	1300
Beğeni	3500

Kaynak: <https://twitter.com>, (Erişim Tarihi: 14.04.2020).

Milletvekili B tarafından atılan tweetin 213 yorum, 1300 retweet ve 3500 beğeni aldığı görülmekte birlikte bu sayılar A'nın attığı tweetlerin etkileşiminden çok daha az olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Her iki hashtag ile kullanıcılar tarafından çok sayıda tweet atılmış olup bunlardan bazıları aşağıdaki gibidir.

Tablo 6. Kullanıcılar Tarafından Atılan Tweetler

Etiket	Tarih	İçerik
#ÇocukİstismarınınAffiOlmaz	14.04.2020	Çekin o kirli ellerinizi çocukların üzerinden...
#ÇocukİstismarınınAffiOlmaz	14.04.2020	#infazyasası ile tecavüzcüyü, katili, cinsel suçluyu hapisten çıkarttınız. Büyük iş başardınız, bravo size!
#ÇocukİstismarınınAffiOlmaz	14.04.2020	Tacizcisini mahkeme salonunda görme korkusuyla kalp krizi geçiren 9 yaşındaki Yağmur'u unuttunuz mu gerçekten? Biz unutmadık
#ÇocukİstismarınınAffiOlmaz	14.04.2020	Bu yasa utanç yasasıdır! REZİLCEDİR! Okudukça kahroldum. Ellerinizi çekin çocuklarımızın üzerinden
#ÇocukİstismarınınAffiOlmaz	14.04.2020	Çıkan infaz yasasına göre tecavüz eden şahıs ile tecavüze uğrayan masum kişiler evlenince affedilecek
#CocukİstismarınınAffiOlamaz	14.04.2020	Çocuk istismarcısı, tecavüzcü, sapık, katil, vicdansızlar yeniden toplum içine salıverilecek!
#CocukİstismarınınAffiOlamaz	15.04.2020	Midesiz bir teklife vicdansız bir kabul
#CocukİstismarınınAffiOlamaz	15.04.2020	Af ettiğiniz bu sapıklardan Çocuklarımızı nasıl koruyacak Aileler?
#CocukİstismarınınAffiOlamaz	15.04.2020	Tüm dünya virüsle mücadele ederken biz virüsün dışında cehaletle de mücadele ediyoruz

Kaynak: <https://twitter.com>, (Erişim Tarihi: 14.04.2020).

Kullanıcılar tarafından atılan tweetler incelendiğinde çocukların istismarı ve tecavüzü, cinsel suçların affedilmesi, tecavüzün meşrulaştırılması, sapık ve katillerin salıverilmesi, çocukların tehlike altında olduğu ve ailelerin çocukları korumak için daha

fazla önlem alması gerektiğinin vurgulanmaya çalışıldığı görülmektedir. Olayla ilgili toplumun farklı kesimlerinden çok sayıda tweet atıldığı tespit edilirken, 14.04.2020 tarihinde gazeteci C tarafından aşağıdaki tweetin atıldığı görülmektedir.

Tablo 7. C Tarafından Atılan Tweete İlişkin Bilgiler

İçerik	Siyasetiniz batsın! Çocuklara yönelik cinsel istismar, kadınlara yönelik şiddet ve öldürme suçları neden affedilsin istiyorsunuz? Nasıl bu kadar kötü olabiliyorsunuz?
Yorum	153
Retweet	1589
Beğeni	5220

Kaynak: <https://twitter.com>, (Erişim Tarihi: 14.04.2020).

Tablo 7’de görüldüğü üzere C tarafından atılan tweetin 153 yorum, 1589 retweet ve 5220 beğeni aldığı görülmektedir. Bu sayılar paylaşımın önemli düzeyde bir etkileşim yarattığını göstermektedir. Ayrıca kullanıcı, görüşünü desteklemek amacıyla Görsel 1’deki yasaya ilişkin verildiği iddia edilen teklifi paylaşmıştır.

Görsel 1.

<p>CEZA VE GÜVENLİK TEDBİRLERİNİN İNFAZI HAKKINDA KANUNA GEÇİCİ MADDE EKLENMESİNE İLİŞKİN KANUN TEKLİFİ</p> <p>MADDE 1- 13/12/2004 tarihli ve 5275 sayılı Ceza ve Güvenlik Tedbirlerinin İnfazı Hakkında Kanuna aşağıdaki geçici madde eklenmiştir.</p> <p>“GEÇİCİ MADDE 10- (1) Cebir, tehdit, hile veya iradeyi etkileyen başka bir neden olmaksızın işlenen Türk Ceza Kanununun 103 üncü maddesinin ikinci fıkrasındaki suç bakımından;</p> <p>a) 10 Nisan 2020 tarihi itibarıyla mağdur ile failin evliliği olması,</p> <p>b) Suçun işlendiği tarihte failin başka biriyile evli olmaması,</p> <p>c) Mağdurun şikâyetinin bulunmaması,</p> <p>d) Suçun işlendiği tarihte mağdurun ondört yaşına girmiş olması,</p> <p>e) Mağdur ile fail arasında onbeş yıldan fazla yaş farkının bulunmaması,</p> <p>koşullarının birlikte gerçekleşmesi durumunda mahkemeye yazılmaya devam olunarak hüküm kurulur ve mahkûmiyet halinde cezanın infazının ertelenmesine karar verilir. İnfaz aşamasında olan hükümler bakımından da bu fıkra hükümleri uygulanır. Bu fıkra uyarınca infazın ertelenmesine karar verilmesi halinde mahkûmiyete bağlı hak yoksunlukları uygulanmaz.</p> <p>(2) Birinci fıkra uyarınca fail hakkında cezanın infazının ertelenmesine karar verilmesi durumunda, suç azmettiren veya işlenişine yardım edenler hakkında kanun davasının durmasına veya infazın ortadan kaldırılmasına karar verilir.</p> <p>(3) Birinci fıkra uyarınca verilen kararda, failin iki yıl süreyle denetime ibti tutulacağı belirtilir ve mahkemeye Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı uzmanlarından bir denetim görevlisi atanır. Denetim görevlisi, üç ayda bir mahkemeye rapor verir.</p> <p>(4) Aşağıdaki hâllerden birinin gerçekleşmesi durumunda birinci fıkra uyarınca ertelenen cezanın infazının devamına mahkemeye karar verilir:</p> <p>a) Failin üçüncü fıkrada belirtilen denetim süresi içinde aile birliğinden kaynaklanan sorumluluklarını yerine getirmemişliği veya eşine ve varsa çocuklarına karşı sorumluluklarını uygun davranmadığının tespiti edilmesi,</p> <p>b) İnfazın ertelenmesi kararının verildiği tarihten itibaren beş yıl içinde evliliğin failin kusuruyla sona ermesi,</p> <p>c) Dördüncü fıkrada belirtilen sürelerin yükümlülüklerine uygun hareket etmek suretiyle dolması halinde verilen ceza tüm sonuçlarıyla ortadan kalkar.</p> <p>(6) Birinci fıkrada yazılı koşulları taşıyıp da bu maddenin yürürlüğe girdiği tarihten önce kovulmuş veya hâkemedik tahliye tarihini tamamlamayanlar hakkında üçüncü ve dördüncü fıkra hükümleri ile mahkûmiyete bağlı hak yoksunlukları uygulanmaz. Ancak, evlenme tarihinden itibaren beş yıl içinde failin kusuruyla evliliğin sona ermesi halinde hak yoksunluğu devam eder. Kovulmuş salıverilen veya hâkemedik tahliye tarihini tamamlamayan, evlenme tarihinden itibaren beş yıl geçmemiş ise bu süre tamamlanuncaya kadar hak yoksunluğu bakımından dördüncü fıkranın (b) bendindeki denetime tabi tutulur.</p> <p>(7) Bu madde uyarınca verilen kararlara karşı istinaf ve temyiz kanun yoluna başvurulabilir.”</p> <p>MADDE 2- Bu Kanun yayımı tarihinde yürürlüğe girer.</p> <p>MADDE 3- Bu Kanun hükümlerini Cumhurbaşkanı yürütür.</p>

Kaynak: <https://twitter.com>, (Erişim Tarihi: 14.04.2020).

Yukarıdaki belgenin hızla sosyal medyada dolaştığını gören muhalefet bloğu içerisindeki Y partisi milletvekili D tarafından bu belge paylaşılarak aşağıdaki tweetin atıldığı görülmektedir.

Tablo 8. Politik Aktörlerin Paylaşımlarına Yönelik Yorum, Beğeni ve Retweet Sayısı

İçerik	Dün akşamdan itibaren TBMM’de “çocukların cinsel istismarının affına” ilişkin aşağıdaki teklifin kanunlaştığına ilişkin paylaşımlar yapılmaktadır. Bu bilgi tamamen gerçek dışıdır. Böyle bir teklif adalet komisyonuna gelmedi, mecliste görüşülmedi ve kanunlaşmadı. Bilginize...
Yorum	184
Retweet	1575
Beğeni	3178

Kaynak: <https://twitter.com>, (Erişim Tarihi: 14.04.2020).

Milletvekili D tarafından atılan tweetin 184 yorum, 1575 retweet ve 3178 beğeni aldığı görülmektedir. Bu etkileşim C’nin atmış olduğu tweet ile karşılaştırıldığında paylaşımına yönelik yapılan yorumun daha fazla, retweet ve beğenin daha az olduğu

sonucuna ulaşılmaktadır. Yine aynı partide yer alan bir diğer milletvekili E tarafından aynı belge paylaşılarak aşağıdaki tweet atılmıştır.

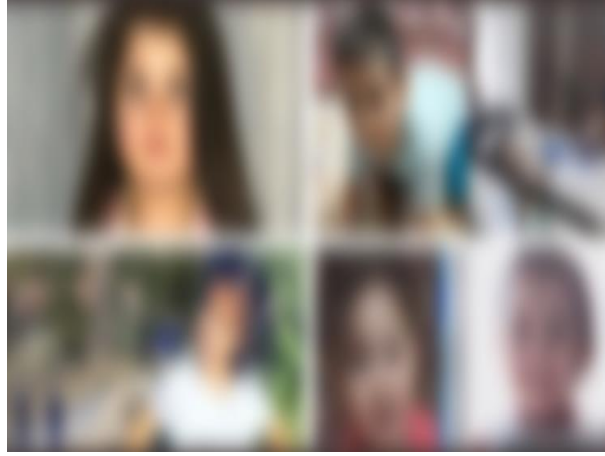
Tablo 9. Politik Aktörlerin Paylaşımlarına Yönelik Yorum, Beğeni ve Retweet Sayısı

İçerik	Dün akşamdan itibaren sosyal medyada “çocukların cinsel istismarının affına” ilişkin aşağıdaki teklifin kanunlaştığına dönük paylaşımlar yapıldığını görüyoruz ancak böyle bir teklif mecliste görüşülmedi ve kanunlaşmadı
Yorum	6
Retweet	14
Beğeni	72

Kaynak: <https://twitter.com>, (Erişim Tarihi: 14.04.2020).

Milletvekili E tarafından atılan tweetin 6 yorum, 14 retweet ve 72 beğeni aldığı görülmektedir. Yorum, retweet ve beğeni bakımından C ve D'nin atmış oldukları tweetlerle karşılaştırıldığında bu sayıların çok daha az olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Bu bağlamda yanlış ve hatalı haberlerin sosyal medyada çok daha hızlı bir şekilde yayıldığını söylemek mümkündür. Her iki hashtag ile binlerce tweet atılmış olup bireyleri duygusal açıdan etkilemek amacıyla daha önce vahşice katledilen masum çocukların Görsel 2'deki fotoğraflarının da kullanıldığı görülmektedir.

Görsel 2.



Kaynak: <https://twitter.com>, (Erişim Tarihi: 14.04.2020).

Bu görsellerle birlikte her iki hashtag ile birçok tweetin atıldığı görülmekle birlikte bu tweetlerin bazıları aşağıdaki gibidir.

Tablo 10. Kullanıcılar Tarafından Atılan Tweetler

Etiket	Tarih	İçerik
#ÇocukİstismarınınAffiOlmaz	14.04.2020	Çocuk tecavüzçülerine, çocuk tacizcilerine, ahlaksızlara, sapıklara af çıktı
#ÇocukİstismarınınAffiOlmaz	14.04.2020	Esas bundan sonra asıl karantina başlayacak. Bu şartlarda nasıl güvenli yaşayabiliriz ki?
#ÇocukİstismarınınAffiOlmaz	14.04.2020	Bu sapıklar salınca anne babalar huzurlu uyuyabilir mi?
#ÇocukİstismarınınAffiOlmaz	14.04.2020	Pedofili suçlarının hayat ile ilişkisi kesilmelidir çünkü #ÇocukİstismarınınAffiOlmaz
#ÇocukİstismarınınAffiOlmaz	14.04.2020	Bu çocukların ahı ve daha niceşinin ahı boynunuzda...
#ÇocukİstismarınınAffiOlmaz	14.04.2020	Şu resme bakıp da yüreğin vicdanın sızlamıyorsa insan değilsin
#ÇocukİstismarınınAffiOlmaz	15.04.2020	Bu çocukların ahı üzerinize olsun! Uyku uyuyamayın! Her gün acı çekin!

Kaynak: <https://twitter.com>, (Erişim Tarihi: 14.04.2020).

Kullanıcılar tarafından atılan tweetler incelendiğinde bu yasayla birlikte çocukların katillerce katledileceği, bir güvensizlik ortamının yaratılacağı, huzursuzluğun artacağı, çocukların katledilmesinden yasaya evet diyenlerin sorumlu tutulacağı vurgulandığı görülmektedir. Hiç kuşkusuz böyle bir yasa çalışması yapıldığında toplum olarak haklı tepkileri ve rahatsızlıkları dile getirmek bir vatandaşlık görevi olarak kabul edilmektedir. Ancak böyle bir yasanın çıkması söz konusu değilken, çıkarılan başka yasalarla ilişkilendirilmeye çalışılan ve bireylerin duygularına dokunarak onları yönlendiren bu durum post-trut siyaset olarak ifade edilebilir.

5.2.Ceylan Aslan'ın Katledilmesine İlişkin Haber

Benzer bir durumun 21.04.2020 tarihinde gerçekleştiği görülmektedir. Eşi ve çocuklarına sürekli şiddet uygulayan M.A. 16.04.2020 tarihi gecesi büyük kızı Ceylan Aslan'ı acımasızca dövmüş ve yapılan tüm müdahalelere rağmen masum çocuk dört gün sonra hayatını kaybetmiştir. Ceylan'ın hayatını kaybetmesiyle birlikte akşam saatlerinde Twitter'da oluşturulan hashtaglerin aşağıdaki gibi olduğu görülmektedir.

Tablo 11. Ceylan Aslan'ın Katledilmesine İlişkin Açılan Hashtagler

Hashtagler
#CeylanAslan
#TayyipAffi

Kaynak: <https://twitter.com>, (Erişim Tarihi: 14.04.2020).

Ceylan'ın katledilmesine ilişkin 21.04.2020 tarihinde Twitter'da #CeylanAslan ve #TayyipAffi hashtagleri tespit edilmiştir.

Tablo 12. Hashtaglere İlişkin Atılan Tweet Sayısı

Hashtag	Tweet Sayısı
#CeylanAslan	26.040
#TayyipAffi	22.549

Kaynak: <https://twitter.com>, (Erişim Tarihi: 14.04.2020).

Tablo 12'de #CeylanAslan adlı hashtage ilişkin atılan tweet sayısının 26.040 olduğu görülürken, #TayyipAffi adlı hashtage 22.549 tweet atıldığı görülmektedir. Ceylan'ın fotoğrafıyla birlikte atılan tweetlerin bazıları aşağıdaki gibidir.

Tablo 13. Kullanıcılar Tarafından Atılan Tweetler

Etiket	Tarih	İçerik
#CeylanAslan	21.04.2020	Eşini bıçakladığı için cezaevinde olan cani, tahliyesinin ardından 9 yaşındaki kızını döverek öldürdü. İnfaz yasası ile karşımıza çıkacak şiddete karşı kadınlar ve çocukları korumak için derhal harekete geçilsin
#CeylanAslan	21.04.2020	Bu çocuğun asıl katili af yasasına izin verenlerdir!
#CeylanAslan	21.04.2020	Ceylanı af yasasından faydalanıp, serbest kalan babası öldürdü. Bakın bu sizin başarınız. Sizler daha kim bilir kaç çocuğun, kaç insanın katili olacaksınız
#CeylanAslan	21.04.2020	Bu cinayetin sorumlusu kim? Güle oynaya infaz yasasını onaylayanlar değil mi? Eşini bıçakladığı için cezaevine giren adam şimdi de 9 yaşındaki kızını döverek öldürdü. Bu şiddet faillerini cezaevinden çıkarınlara soruyorum; kadın ve çocukları hangi yasa koruyacak?
#CeylanAslan	21.04.2020	Annesini öldürerek hapse giren babası hapisten çıkınca kızını da işkence ile öldürüyor sebebi de şurada ayda 20-30 bin tl maaş alıp bağırımdan birbirine laf atmaktan başka işleri olmayan "millet" vekilleri her şeye ret katillerin hapisten çıkarılmasına evet yazık", "Mutlusunuz sizin yasalarınız öldürdü
#CeylanAslan	21.04.2020	Gaziantep'te eşini bıçakladığı için yattığı cezaevinden

		afla çıkan babası M.A tarafından işkence edilerek öldürüldü
#CeylanAslan	21.04.2020	Sağdaki #CeylanAslan Katili babası. Solda ki resimde de Ceylan'ın ölümünün Azmettiricileri
#CeylanAslan	21.04.2020	İnfaz yasaını onaylayanlar, katil yalnız değildir
#CeylanAslan	21.04.2020	Katilini tanıyoruz
#CeylanAslan	21.04.2020	Nasıl vicdanımız rahat mı? Hadi bunu da kutlayın bakalım... Eserinizle övünebilirsiniz katiller...!

Kaynak: <https://twitter.com>, (Erişim Tarihi: 21.04.2020).

Kullanıcılar tarafından atılan tweetlerle 15.04.2020 tarihinde yürürlüğe giren yeni düzenlemeyle birlikte çocuk katillerinin salıverildiği, faillerin yasaya onay verenlerin olduğu vurgulanmıştır. Ayrıca bireylerin duygularına dokunmak amacıyla Ceylan'ın fotoğrafının sıklıkla paylaşıldığı görülmektedir.

Görsel 3.



Kaynak: <https://twitter.com>, (Erişim Tarihi: 21.04.2020).

Görsel 3'le birlikte yasanın savunucularının çocukların katledilmesinin ve kadına yönelik şiddetin artmasının sorumluları oldukları ima edilmektedir. Yeni infaz düzenlenmesinde olduğu gibi bu konuyla ilişkili olarak siyasetçilerin de çok sayıda tweet attıkları görülmektedir. Her iki hashtag ile paylaşımlar yapılırken aynı saatlerde konuya ilişkin Gaziantep Cumhuriyet Başsavcılığı'ndan yazılı bir açıklama yapılmıştır. Başsavcılık, şüpheli M.A'nın eşine karşı işlediği yaralama suçundan ötürü 31.05.2019 tarihinde tutuklandığını, 04.11.2019 tarihinde ise tahliye edildiğini bildirmiştir. Buradan iddia edildiği gibi bu katilin yeni infaz düzenlemesi kapsamında tahliye edilmediği, infaz düzenlemesinin 15.04.2020 tarihinde yürürlüğe girmesine rağmen katilin çok daha önce tahliye edildiği anlaşılmaktadır.

Görsel 4.



Kaynak: <https://twitter.com>, (Erişim Tarihi: 21.04.2020).

Yapılan incelemede Başsavcılığın yapmış olduğu açıklamanın Twitter'da çok az paylaşıldığı, asılsız iddiaların ise çok hızlı yayıldığı görülmektedir. Yine gerçek bilgiler yayıldıktan sonra, olayı anlamaya çalışan birey rahatlıkla gerçeklere ulaşabilecekken veya ulaşmışken halen gerçek olmayan, yanlış bilgilerin hızla paylaşılmaya devam edildiği gözlemlenmektedir. Bu durum kuşkusuz sosyal medyada da politik anlamda bir kutuplaşmanın olduğunu göstermektedir.

Sonuç

Yıllardır geleneksel medyanın sermayedarların elinde toplanması basının yansız ve tarafsızlığının tartışılmasına neden olmuştur. Son yıllarda iletişim teknolojisinde yaşanan değişimler, internet ile akıllı telefonların buluşması sosyal medyaya erişimi kolaylaştırmıştır. Sosyal medyanın yoğun bir şekilde kullanılmasıyla çok sesliliğin sağlandığı, farklı fikir ve düşüncelerin rahatlıkla ifade edildiği bir ortam yaratılarak çoğulcu demokrasi anlayışının gelişimine katkıda bulunulduğu ifade edilmektedir.

Ancak sosyal medyanın kontrol edilemez gelişimi bir takım olumsuzlukları da beraberinde getirmektedir. Bunun en bariz örneklerinden biri sosyal medyada dolaşıma sokulan gerçeği yansıtmayan haberlerdir. Sosyal medyada sözü edilen bu haberler ile ilgili yapılan paylaşımların anında binlerce kişiye ulaşarak onların tutum ve davranışlarını etkilediği görülmektedir.

Bu çalışmada yer alan haberlerle ilgili çeşitli hashtagler oluşturulduğu görülmektedir. Sözü edilen hashtagler kısa sürede gündemde kalmasına rağmen çok sayıda tweet atıldığı ve etkileşimin fazla olduğu sonucuna varılmıştır. Bu sonuç bağlamında post-truth haberlerinin sosyal medyada siyasal bağlamda yoğun ilgi gördüğü söylenebilir.

Politik aktörlerin sosyal medyada konu ile ilgili yaptığı paylaşımların yorum, beğeni ve retweet sayılarına bakıldığında, sosyal medya kullanıcılarının bu paylaşımlara karşılık verdiği görülmektedir. Dolayısıyla politik aktörlerin, toplumu olaylara karşı yönlendirmesinde rolü olduğu ifade edilebilir. Ayrıca politik aktörlerin kendi seçmenini konsolide etmek adına gerçek olmayan haberlere duygusal anlamlar yükleyerek onları dolaşıma soktuğu ve gündeme dahil ettiği görülmektedir.

Çalışmada belirtilen sınırlar dahilinde kullanıcıların paylaştığı tweetlerin içeriği genellikle çocuk istismarı, tecavüz, infaz yasası, katil, sapık, vicdansızlar, af, cinayet temalarını içermektedir. Bu tweetler değerlendirildiğinde kullanıcıların post-truth haberlere inanarak duygusal tepkiler verdiği ifade edilebilir.

Post-truth haberlerin doğru olmadığına dair paylaşılan tweetlerin yorum, beğeni ve retweet sayısına bakıldığında yalan haberlerin etkileşim sayılarından daha az olduğu görülmektedir. Bu sonuç doğrultusunda doğru haber ortaya koyulsa da kullanıcıların kendi görüşlerine uyumlu olan post-truth haberleri tercih ettiği söylenebilir. Bu doğrultuda sosyal medya kullanıcıları grup aidiyeti ve kimliğini ortaya koymak, grubun neferi olduğunu göstermek, diğer grupların itibarını zedelemek adına karşıt grupların aleyhine sahte-yalan olduğunu bildikleri haberleri paylaşmaya devam ettikleri görülmektedir.

Çalışmada elde edilen veriler incelendiğinde toplumsal olaylara karşı sosyal medya kullanıcılarının bilişsel davranıştan çok duygusal davranışlara yöneldiği görülmektedir. Kullanıcıların verdiği duygusal tepkilerin, post-truth haberlerinin daha kolay ve daha hızlı yayılmasına neden olduğu söylenebilir. Ayrıca siyasal aktörlerin kanaat önderleri olarak paylaştıkları post-truth haberlerin toplum tarafından kolayca benimsendiği düşünülmektedir. Bu nedenle kanaat önderi olarak kabul edilen politik aktörlerin etik ilkeler doğrultusunda paylaşımlarda bulunması gerekmektedir.

Extended Abstract

Social media, now, is opted traditional media due to the advancements in communication technologies. Much as this change and transformation bring along new opportunities in human relations, it causes several problems at the same time. Since there is no audit regarding the accuracy of contents that are freely produced and shared on social media, relevant contents can misguide users easily. It is seen that efforts to defame the other candidate or party have increased via fake information after the deep polarization emerged in the political sphere. Individuals, in such an ambiance, are in an endeavor to circulate the fake information that agrees with their own ideas even if they know the incorrectness of relevant information.

A period in which realities are tried to be covered up with emotionally charged interpretation has been entered by the 1990s when the post-truth concept started to be used in literature. Undoubtedly, this new period has reached a remarkable position in social media making ground in the political sphere too. The emergence of political conflicts and polarization accelerated this process. Political actors try to create a new artificial reality by distorting and decontextualizing events and ascribing emotional meanings to them to consolidate their bases and put their opponents in a difficult position. The construction of a social structure that avoids investigating and questioning paved the way for the birth of this situation.

It is observed when the social media platforms are reviewed that false information is circulated every day; politicians use this area as a political propaganda tool and manipulate society by misdirecting it. It is seen that not only politicians but also party supporters, trolls, and bot accounts try to influence society by producing fake content mixed with emotion and circulating them on various platforms. At this point, the goal of this study was to reveal the reflections of fake news in the post-truth age by using political discourses to circulate in a way that appeals to the emotions of individuals. In other words, this paper aims to show how people are obstructed regarding making rational decisions in a post-truth environment.

The circulated shares on Twitter on April 14-21, 2020 regarding the New Execution Regulation was examined in the study by descriptive analysis technique, which is one of the data analysis methods. The first of these news are the posts regarding the "Law on the execution of sentences and security measures and Law on the Amendment of some laws" adopted in the General Assembly of the Grand National Assembly of Turkey (TGNA) on 14.04.2020. Various hashtags about this news were started and comments, sharing, likes,

and retweets were seen on this issue. The new regulation was taken out of context, the fake information was included, and an effort was made to form public opinion and direct them. Moreover, the new legal regulation has been tried to be associated with child murders and sexual abuse of children in order to attract the attention of individuals and influence them. Emotive meanings were attributed to the related subjects by sharing especially the photos of innocent children who were brutally murdered.

The source of circulation of these sharing in social media is the political actors. This situation that is characterized as post-truth policy causes the public to misinterpret the realities because of the efforts of political actors on carrying people beyond the truth. These news which spread very quickly and are frequently shared by the party supporters direct public opinion. After a certain period of time, the public will be affected even if it is revealed that these news are not true and contain fake information.

Another matter that was researched in this study is the news and sharing regarding a child who was brutally slaughtered by his parent who released from prison with new execution regulations. There were many tweets on Twitter regarding this, and the ruling bloc that supported the enactment of the law was held responsible for this murder. Just as the first issue, political actors circulated photos that will affect individuals emotionally and also associated new regulations with hateful murder to stop the public from evaluating the case correctly. Much as Gaziantep Chief Public Prosecutor's Office made a written statement, these statements were shared very little on Twitter.

The fact that individuals only interact with accounts in line with their own views through the filter bubbles and reverb rooms that are constituted by social media algorithms causes them to evaluate events emotionally. These algorithms trigger individuals to be unable to negotiate with ideas that are contrary to their own and create polarization among groups. Individuals make effort to circulate the posts they know to be false to reveal group belonging and identity; show that he is a soldier of the group and also damage the reputation of other groups. Politicians, in such an environment with polarization send messages to communities converting realities to a form that can affect them. Masses who cannot evaluate issues rationally and are ready to be affected act like social media militants to send these news to more people.

Just as literature, it is seen specific to this study that fake news get around in social media much faster. Much as such information is refuted in a short time, individuals prefer what is compatible with their own views on the ground of polarization politics. Although fake news to some extent is excused in post-truth politics, it is not possible to accept the slightest doubt in news about children, women, faith, and race.

Kaynakça

- Allcott, H. and Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31 (2), 211-236.
- Alpay, Y. (2019). *Yalanın siyaseti*. İstanbul: Destek Yayınları.
- Baç, M. (2020). Hakikatin savuşturulması, ötelenmesi ve geri dönüşü üzerine. *Pasajlar Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (4), 17-34.
- Barrera, O., Guriev, S., Henry, E. and Zhuravskaya, E. (2020). Facts, alternative facts, and fact checking in times of post-truth politics. *Journal of Public Economics*, 182, 1-19.
- Bayram, Y. (2007). Postmodernizm (modernizm ötesi). *Baykara Dergisi*, (5), 1-5.

- Berckemeyer, F. (2017). The post- truth lie. *Uno*, 27, 26-27.
- Blanco, A. I. (2018). Beliefs, post-truth and politics. *Doxa Comunicación*, 27, 421-428.
- Boler, M. and Davis, E. (2018). The affective politics of the “post-truth” era: feeling rules and networked subjectivity. *Emotion, Space and Society*, 27, 75-85.
- Çömlekçi, M. F. (2019). Hakikat-ötesi dönemde medyaya güven: uluslararası raporlar üzerinden bir inceleme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (49), 107-121.
- De Saint-Laurent, C., Bresco, I., Awad, S. and Wagoner, B. (2017). Collective memory and social sciences in the post – truth era. *Culture & Psychology*, 23 (2), 147-155.
- Erdoğan, E. ve Uyan- Semerci, P. (2020). Hakikat sonrası tartışmalarının gerçek olmayan varsayımlarını ele almak: akıl, bilim ve demokrasi karşılığı. *Pasajlar Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (4), 83-108.
- Ferrara, E., Varol, O., Davis, C., Menczer, F. and Flammini, A. (2017). The rise of social bots. *Communications of the ACM*, 59 (7), 96-104.
- Gibson, T. A. (2018). The post-truth double helix: reflexivity and mistrust in local politics. *International Journal of Communication*, 12 (2018), 3167-3185.
- Gilchrist, A. (2018). Post-truth: an outline review of the issues and what is being done to combat it. *Ibersid*, 12 (2), 13-24.
- Gooch, A. (2017). In Pursuit of the Truth. *Uno*, 27, 14-15.
- Grech, V. (2017). Fake news and post-truth pronouncements in general and in early human development. *Early Human Development*, 117, 118-120.
- Güçlü, İ. (2019). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri teknik, yaklaşım, uygulama*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Harsin, J. (2018). Post-truth and critical communication studies. J. Nussbaum (Ed.), Oxford research encyclopedias: communication. (s. 1-36). London: Oxford University Press.
- <https://twitter.com>, (Erişim Tarihi: 21.04.2020).
- Jaques, C., Islar, M. and Lord, G. (2019). Post-truth: hegemony on social media and implications for sustainability communication. *Sustainability*, 2019 (11), 1-16.
- Karadut, İ. C. (2020). Hakikat- ötesi çağda hakikati söylemek: iki parrhesia vakası. *Pasajlar Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (4), 125-140.
- Karagöz, K. (2018). Post-truth çağında yayıncılığın geleceği. *TRT Akademi*, 3 (6), 678-708.
- Karagöz, Y. (2019). *SPSS AMOS META uygulamalı nitel, nicel, karma bilimsel araştırma yöntemleri ve yayın etiği*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Keyes, R. (2004). The post- truth era dishonesty and deception in contemporary life. New York: St. Martin’s Press.
- Keyes, R. (2019). *Hakikat sonrası çağ günümüz dünyasında yalancılık ve aldatma*. (Çev. D. Özçetin). Ankara: Ertem Basım Yayın Dağıtım.
- Köktürk, M. (2020). Post- truth ya da mağaraya dönüş. *Pasajlar Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (4), 35-55.

- Lockie, S. (2017). Post-truth politics and the social sciences. *Environmental Sociology*, 3 (1), 1-5.
- Marshall, H. and Drieschova, A. (2018). Post-truth politics in the uk's brexit referendum. *New Perspectives*, 26 (3), 89-107.
- McIntyre, L. (2019). *Hakikat sonrası*. (Çev. M. F. Biçici). İstanbul: Can Sanat Yayınları.
- Oxford Dictionaries. (2016). <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>, Erişim Tarihi: 03.03.2020.
- Persily, N. (2017). Can democracy survive the internet?. *Journal of Democracy*, 28 (2), 63-76.
- Picciotto, R. (2019). Is evaluation obsolete in a post-truth world?. *Evaluation and Program Planning*, 73 (2019), 88-96.
- Pina, C. (2017). True Friends: Legal Limits of Fake News. *Uno*, 27, 41-43.
- Redondo, M. (2017). Verify After The Global Storm. *Uno*, 27, 51-52.
- Reid, L. (2020). The UK's emotional brexit journey", <https://www.brandwatch.com/blog/react-the-uks-emotional-brexit-journey/>, Erişim Tarihi: 10.04.2020.
- Reuters Institute Digital News Report. (2019). <http://www.digitalnewsreport.org/>, Erişim Tarihi: 10.04.2020.
- Rose, J. (2017). Brexit, Trump, and post-truth politics. *Public Integrity*, 19 (6), 555-558.
- Salgado, S. (2018). Online media impact on politics. views on posttruth politics and postpostmodernism. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 14 (3), 317-331.
- Sayın, B. (2020). Post- truth çağında hakikati yeniden anlamlandırma imkanı olarak sanat: hakikatsi'den hakikate geri dönüş. *Pasajlar Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (4), 161-175.
- Shao, C., Ciampaglia, G. L., Varol, O., Flammini, A. and Menczer, F. (2017). The spread of fake news by social bots. *arXiv preprint arXiv:1707.07592*, 1-16.
- Shu, K., Sliva, A., Wang, S., Tang, J. and Liu, H. (2017). Fake news detection on social media: a data mining perspective. *ACM SIGKDD Explorations Newsletter*, 19 (1), 22-36.
- Şimşek, V. (2018). Post-truth ve yeni medya: sosyal medya grupları üzerinden bir inceleme. *Global Media Journal TR Edition*, 8 (16), 1-14.
- Tarakçı, E. İ. ve Baş, M. (2018). Post-truth medya ve tüketici davranışlarına etkisi: "genç yetişkinler" üzerine keşifsel bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10 (4), 1010-1122.
- Tesich, S. (1992). The watergate syndrome a government of lies. *January*, 6 (13), 12-14.
- Townsend, R. (2017). Enemy of the truth. *Uno*, 27, 44-45.
- Tunçer, S. (2018). Reinterpreting crisis communications in the post-truth era. *Moment Journal*, 5 (2), 368-382.
- Uluç, G. ve Küngerü, A. (2018). Yeni gerçek ötesi (post-truth) dönem: birleşik krallık tabloid gazetelerde brexit referandumunu incelemesi. *Route Educational and Social Science Journal*, 5 (1), 1134-1152.

Uluk, M. (2018). *Hakikat sonrası çağda yeni medya & yalan haber*. Eskişehir: Dorlion Yayınları.

Vogelmann, F. (2018). The problem of post-truth rethinking the relationship between truth and politics. *BEHEMOTH A Journal on Civilisation*, 11 (2), 18-37.

Wang, A. B. (2016). Post – Truth named 2016 word of the year by Oxford Dictionaries”, <https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/11/16/post-truth-named-2016-word-of-the-year-by-oxford-dictionaries/>, Erişim Tarihi: 10.04.2020

We Are Social 2020 Türkiye Raporu (2020). <https://wearesocial.com/digital-2020>, Erişim Tarihi: 10.04.2020.

Yıldırım, A., Şimşek, H. (2013). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Zarzalejos, J. A. (2017). Communication, journalism and fact- checking. *Uno*, 27, 11-13.

“Türkiye Yalanları” Nedeniyle Brexit’e Desteğini Çekti, <https://www.trthaber.com/haber/dunya/turkiye-yalanlari-nedeniyle-brexite-destegini-cekti-257166.html>, Erişim Tarihi: 10.04.2020.

Araştırmacı Katkı Oranı: Araştırmacılar çalışmaya eşit oranda katkı sunmuştur.

Destekleyen Kurum/Kuruluşlar: Herhangi bir kurum/ kuruluştan destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.