Yeni Medyanın Gerçekliği: Metaverse, Post-Truth ve Bireye Yeni Bir Bakış

The Reality of New Media: A New Look at Metaverse, Post-Truth and the Individual

Yasin Söğüt*

Öz

Yeni iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı değişim bilginin de dönüşümünü beraberinde getirmektedir. Medya ve insan ilişkisinde teknolojinin gelişmesi iletişim süreçlerinde yeni ortamların ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Bu ortamların başında yeni medya alanları gelmektedir. Yeni medya içinde Metaverse evrenleri güçlü toplumsal ilgi alanları oluşturmaktadır. 2022 yılının güçlü yeni medya mecralarının başında "Metaverse" dünyaları gelmektedir. Metaverse'de üretilen zaman ve mekân değişim, beraberinde yol açtığı gerçeklik kavramındaki evrilme durumu, bilginin doğruluğu noktasında da ciddi tartışmaları beraberinde getirmektedir. Bu anlamda çalışma; yeni medya, Metaverse ve gerçeklik kavramlarını Post-truth ekseninde yeni medya açısından betimsel analiz yöntemi ile yorumlamayı amaçlamaktadır. Bu amaçla, Post-truth kavramı açıklandıktan sonra, yeni medyanın yapısı ve Metaverse'nin tanımı yapılarak, bu kavramlar post-truth bağlamında değerlendirilmektedir. Ayrıca Metaverse mecrasının kendi ürettiği gerçek ile gerçek gerçeklik arasında simbiyotik bir etkileşim ürettiği anlaşılmaktadır. Son olarak çalışmada bireyin gerçeklik, mekân ve zaman ilişkisinde Metaverse ile bir kimlik oluşturma ilişkisi içinde bulunduğu da görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Yeni Medya, Post-truth, Gerçeklik, Birey, Metaverse*

Abstract

The rapid change in new communication technologies brings about the transformation of information. The development of technology in the relationship between media and people provides the emergence of new environments in communication processes. New media areas are at the forefront of these environments. Metaverse universes within new media constitute strong social areas of interest. "Metaverse" worlds are at the forefront of the powerful new media channels of 2022. The evolution of the concept of reality, caused by the change of time and space produced in the Metaverse, brings serious debates on the accuracy of information. In this sense, work; aims to interpret the concepts of new media, Metaverse, and reality on the Post-truth axis with a descriptive analysis method in terms of new media. For this purpose, after explaining the concept of Post-truth, the structure of new media and the definition of Metaverse are made and these concepts are evaluated in the context of post-truth. In addition, it is understood that the Metaverse medium produces a symbiotic interaction between the reality it produces and the real reality. Finally, in the study, it is seen that the individual is in a relationship of creating an identity with the Metaverse about reality, space and time.

Keywords: *New Media, Post-truth, Reality, Individual, Metaverse.*

* Dr. Öğr. Üyesi, Giresun Üniversitesi Tirebolu İletişim Fakültesi, E-posta: yasinsogut@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-5327-9234

Makale Geliş Tarihi: 01.12.2022 | Kabul Tarihi: 30.12.2022

Extended Abstract

The relationship between communication and human has a historical depth that has been going on since the first moment the world existed. The communication journey that begins with the person himself is constantly evolving by experiencing a process of development and transformation. As a result of historical, economic, sociological, and technological developments, people are now in a systematic communication order not only in their relationship with themselves but also with their environment. Media is at the center of the basic elements of the change experienced in the communication process. The fact that the concept of media is placed at the very center of communication and human relations has revealed a strong problematic area in the discussions and research on the "media and human" interaction. In the studies carried out, the evaluation of the relationship between humans and media is placed at the center of many discussions, and there are intense discussions on this issue. From a passive structure in which the society based on the "Drop Theory" put forward by G. Simmel in the literature is shaped through famous individuals chosen by the media, to the situation that sees people partially active in the "Uses and Gratifications" approach put forward by Katz, to the situation that sees people partially active in Adorno's "Cultural Industry".

Many theoretical evaluations have been made until the first quarter of the 21st century, until a media structure that he systematically criticizes. The number of channels in the new media and the number of people they reach is extremely high. However, as of 2022, Metaverse universes applications are at the beginning of the most common medium. The main difference here is that traditional media tools are not just new in these media, which is defined as new media. At this point, a more important and powerful change is the intellectual, cultural, economic, and sociological results that emerge with the changes in people's lifestyles caused by the applications of these channels. In an area of influence where the new media is strong, the transformation of human relations from mass to individuality should be expressed as a complete restructuring of information and information acquisition processes. While fast and easy access to information can be considered an advantage, the fact that content in many different styles and opposite directions reaches the individual in an environment also causes other problems.

The opportunities that technology provides to society, in general, bring changes in lifestyle systematics and attract the individual with the advantage of convenience and speed. On the axis of information and technology, new media tools seem to have gained strong momentum in the 2000s with the rapid development of technology. The first example of this acceleration continues its power in daily life as Metaverse universes and applications. Any political development in the world, any protest, accident, disaster, etc. With the algorithm of each individual's preference profiles, all information can be accessed instantly via smart devices. However, it is also a fact that new media tools are the producers of a disinformation and information environment that may arise due to excess information. In this case, the danger faced by the individual (introvert) is that the truth/reality (statement) becomes unimportant. In the study, an approach is advocated on the thesis that there is a distinction between truth and reality. The concept of truth is handled in a semantic field that includes an internal, metaphysical unity, and reality is handled in the light of a factual approach that includes expression and possibility. In a communication process where conceptual disinformation is experienced, the point where the individual loses the truth and then reality is one of the main problems that need to be discussed and constitutes the main problem of the study. Thus, in an environment where the preferences of the individual are constructed within a holistic system in the context of consumer culture or culture industry, the question "Is this any

information real? Or is it something beyond the truth?" is the fact that it isn't. This evaluation and the disappearance of the mental filter are directly related to the flow provided by the new media and the individual's literacy style. At this point, the concept of post-truth (the reality to be understood) becomes the engine of the perceptual process.

The study aims to interpret the post-truth concept on Metaverse, the new medium of the new media, with the descriptive analysis method. At this point, explaining what the Metaverse environment can create about the individual's perception of reality can be expressed as a sub-goal. Beyond being just a current example of entertainment and new communication technology, the question of what the Metaverse environment can transform into reality about the individual and information is also considered the study's research question. In traditional media and Metaverse universes, the concept of post-truth is information, changing information, etc. study. The descriptive analysis method was used in the study.

New media and Metaverse, Post-truth, and truth-reality concepts are explained with an interpretive analysis. In addition, the study is aimed to determine the interaction and relationship status of the points where the individual-reality relationship has come and gone with the change and transformation. As the smartest creature living on earth, man is in a life cycle that will make sense of his purpose and purpose in life. Life has always been an effort to question and make sense of reality based on constructing the whole world of meaning and thought in human relations. In this way, basic science and scientific fields continue to develop. It is the issue that the interaction between reality and the individual, which is revealed by the technological progress in this reality-seeking process, which constitutes the basic formation idea of the research, is experiencing a conceptual change as well as a structural change. As a result of the study, it is understood that the "Metaverse universes", which is a different world made suitable by new communication technologies, expands and strengthens the field of action of the post-truth concept.

Giriş

İletişim ve insan ilişkisi dünya var olduğu ilk andan bu yana devam eden tarihî bir derinliğe sahiptir. İnsanın kendisiyle başlayan iletişim yolculuğu gelişim ve dönüşümler yaşayarak durmaksızın sürmektedir. Yaşanan tarihi, ekonomik, sosyolojik ve teknolojik gelişmeler neticesinde insan artık sadece kendisiyle değil; çevresiyle olan ilişkisinde de sistematik bir iletişim düzeninin içinde bulunmaktadır. İletişim sürecinde yaşanılan değişimin merkezinde ise medya bulunmaktadır. İnsanın sosyal bir varlık olması ve hayatını sürdürmesinde temel başlıklardan olan iletişim kavramının yeri, "medya ve insan" etkileşimi üzerine yapılan tartışma ve araştırmaları güçlü bir sorunsal alanı olarak karşımıza çıkarmaktadır. Yapılan çalışmalarda birçok tartışmanın çıkış noktası, insan ve medya ilişkisinin değerlendirilmesi olmaktadır. Ayrıca bu hususta iletişim ve sosyal bilimler alanında çok yoğun tartışmalar devam etmektedir. Bu tartışmalara; literatürde G. Simmell'in "Damla Teorisi" ile temellendirdiği toplumun medya tarafından örnek seçtiği ünlü bireyler üzerinden şekillendirildiği fikri, Katz'ın ileri sürdüğü "Kullanımlar ve Doyumlar" yaklaşımında insanı kısmen aktif gören teorisi, Adorno'nun "Kültür Endüstrisi" diyerek sistemsel olarak eleştirdiği bir medya yapısına kadar, 21. yüzyılın ilk çeyreğine değin çok sayıda kuram örnek olarak verilebilir. İnsanın medya ile karşılıklı ilişki durumuna ve konumlanma biçimine farklı düşünceler geliştirilmesine karşın,

medyanın bilgilendirme işlevini nasıl yaptığı çok fazla sorgulanmamış aksine ortak kabul görmüştür. 1990'lı yıllarda başlayan teknolojik sıçrama 21. yüzyılın ilk çeyreğinde muazzam bir hız kazanarak iletişim teknolojilerinin son çağdaş tanımlaması "Yeni Medya" kavramının ortaya çıktığı süreci beraberinde getirmiştir.

Yeni medyada yer alan mecraların sayısı ve ulaştığı insan miktarı son derece fazladır. Ancak en yaygın mecraların başında 2022 yılı itibarıyla Metaverse evrenleri gelmektedir. Bu mecranın geleneksel medya araçlarından temel farklılığı sadece teknolojik açıdan yeni olarak tanımlanması değildir. Burada önemli olan nokta bu mecralar üzerinde bulunan uygulamaların insanların yaşam biçimlerinde sebep olduğu köklü değişimlerdir. Özellikle toplumu değiştiren yönüyle yeni medya mecralarının ortaya çıkardığı düşünsel, kültürel, ekonomik ve sosyolojik sonuçlardır. Yeni medyanın güçlü olduğu başka bir yönü de insan ilişkilerinin kitlesellikten bireyselliğe dönüşmesi, bilgi alma ve bilgi edinme süreçlerinin tümüyle yeniden yapılandırılmasıdır. Bilgiye hızlı ve kolay ulaşılması bir avantaj olmakla birlikte, çok sayıda zıt yönde içeriklerin aynı ortamda bireye ulaşması başlı başına yeni sorunsalların doğmasına neden olmaktadır. 19. yüzyılla birlikte medya araçlarının sahiplik yapıları, bilgi verme biçimleri, yayın politikaları, ürettikleri haberler, iktidarlar ve toplumsal yönetim biçimleri üzerinde oluşturdukları etki alanları önde gelen tartışma başlıklarıdır. Bununla birlikte 21. yüzyılda güçlü biçimde yaygınlaşan küreselleşme süreci, tartışmaları daha da derinleştirmektedir. Konunun insan ve iletişim ekseninde bilgi, gerçeklik, mekân, zaman algısı, kültürel biçimler, yaşam tarzı ve bireyin doğal iletişim biçimleriyle "kimliği oluşturan" yapısal bir olguya dönüştüğü görülmektedir. Teknolojinin kolaylık ve hız anlamında sağladığı tartışılmaz güç, yeni medya araçlarının birey açısından olumlu gelişimlerinin özetidir. Ancak doğal iletişim süreçlerinin zaman, gerçeklik ve mekan açısından doğal duyular ile tabii akış süreçlerinden uzaklaşmasıyla bir ekran içinde şekillenmesi ciddi bir sorunun başlangıcıdır. Ayrıca yeni medyanın bilginin merkezi olması neticesinde toplum yönetimde etkin bir mecra olarak güç kazanması son derece derin biçimde tartışılması gereken bir konudur. Dolayısıyla konunun insan ve toplum açısından tartışılması ve gelecek üzerindeki sarsıcı etkilerinin Post-truth kavramı ekseninde değerlendirilmesi önemli olacaktır.

Teknolojinin toplum geneline sağladığı olumlu faydalar aynı zamanda yaşam tarzı açısından da ciddi değişimleri beraberinde getirmektedir. Teknolojinin bireyi olumlu biçimde etkilediği başlıca konular kolaylık ve hız başlıklarıdır. Dolayısıyla birey haber ve bilgi edinme ihtiyacını geleneksel yollardan daha hızlı biçimde yeni medya mecrasına kaydırmakta ve düşünce dünyasını buradan sağlanan bilgilerle oluşturmaktadır. Yeni medya araçları teknolojinin hızlı gelişimiyle 2000'li yıllarla birlikte güçlü bir ilerleme süreci yaşamaktadır. Bu sürecin ilk örneği Metaverse evrenleri olarak gündelik yaşamda kendine yer bulmaktadır. Dünyada herhangi bir siyasi gelişme, protesto, kaza, felaket vb. tüm bilgiler akıllı cihazlarla her bireyin tercih profillerine yapay zeka algoritmasıyla anında ulaşır durumdadır. Ancak bu olumlu gibi görünen durumun yanında, yeni medya araçlarının çok fazla enformasyonu sayesinde bir dezenformasyon ve mezenformasyon ortamının gerçekleşme riski de bulunmaktadır. Böyle bir durumda bireyin karşı karşıya kaldığı tehlike (içedönük) hakikatin /gerçekliğin (dışavurum) önemsiz hâle gelmesi

durumudur. Bu çalışmada, bireyin yeni medyanın oluşturduğu bu ortamlarda hakikat ve gerçeklik arasındaki ayrımda ciddi risklerle karşı karşıya olduğu tezi üzerine bir yaklaşım savunulmaktadır. Çalışmanın çıkış düşüncesini, "kavramların yeni medya mecrasındaki karmaşalar yani gürültüler içinde kitleler tarafından savrulduğu ve gerçekliğin bu alanlarda ekseninden kaydığı fikri" oluşturmaktadır.

Hakikat bir içyüz tanımı, metafizik bütünlüğü kapsayan anlamsal bir alanın temsiliyken, gerçeklik ise; bir dışavurum ve mümkünü de kapsayan bir olgusal yaklaşımın izahıdır. Bireyin kavramsal dezenformasyon yaşanan bir iletişim sürecinde ilk önce hakikat ve ardından fizikî gerçekliği de kaybederek süreklendiği belirsiz nokta, tartışılması gereken iletişim sorunsallarının başında gelmektedir. Ayrıca bu sorunsal çalışmanın ana problematiğini de oluşturmaktadır. Sorulması gereken bir başka soru da; bireyin yaşam pratiklerinin, davranış ve tercihlerinin bütüncül bir sistemde tüketim kültürü veya kültür endüstrisi bağlamında inşa edilip edilmediğidir? Yani birey "herhangi bir bilginin gerçek mi? yoksa gerçek ötesi bir durum olup olmadığını nasıl ayırt edebilir? Bu değerlendirme yetisi ve akıl süzgecinin ortadan kalkması yeni medya mecrasından sağlanan güçlü akışla ve bireyin kendi okuryazarlık biçimiyle doğrudan ilişkilidir. Bu noktada post-truth (gerçek ötesi veya anlaşılması istenilen gerçeklik) kavramı algısal sürecin bir motoru hâline gelmektedir. Çalışmanın amacı yeni medyanın yeni mecrası olan Metaverse üzerinde Post-truth kavramının betimleyici analiz yöntemiyle yorumlanmasıdır. Bu noktada Metaverse ortamının bireyin gerçekliğe bakışına dair nelere sebep olabileceğinin anlaşılması da bir alt amaç olarak ifade edilebilir. Metaverse ortamının salt bir eğlence veya yeni iletişim teknolojisinin güncel örneği olmasının ötesinde, bireye ve bilgiye dair gerçekliği neye dönüştürebileceği hususu da çalışmanın araştırma sorusu olarak değerlendirilmektedir. Geleneksel medya ve Metaverse evrenlerinde Post-truth kavramının bilginin ötesi, bilginin değiştirilmesi vb. tanımlarla tartışıldığı bilinmektedir. Ancak güncel çalışmalarda dahil olmak üzere yeni medyanın en güçlü ve bütünlükçü mecrası olan Metaverse üzerinde herhangi bir değerlendirme yapılmaması çalışmanın önemini arttırmaktadır.

Post-Truth Kavramı ile Hakikatten Gerçek Ötesine Bir Bakış

Teknoloji çağı ile internette elde edilen bilgi ve dokümanlar sayesinde, geniş kitlelerin herhangi bir konu üzerinde fikir edinmesi veya ikna edilmeleri mümkündür (Jost vd., 2018; Postmes & Brunsting, 2002). Bilgi kaynaklarının ansiklopedi ve kitap gibi fizikî kaynaklardan dijital ortama kaymasıyla, gerçeklik kavramının fizikî mekânının da "gerçeklik ötesine" evrilme süreci hızlanmıştır (Myers, 2019). Oxford Sözlüğü'nün 2016'da yılın kelimesi seçtiği "post-truth" kavramı, (Mcintyre, 2018: 1) birçok alanda (demokrasi, medya tartışmaları, hakikat veya gerçeklik, kimlik inşası) tartışma konusudur (Davies, 2016; Corner, 2017; Waisbord, 2018). Kavram hakkında farklı bilimsel alanlarda çok sayıda tanımlama bulunmaktadır. Post-truth sosyolojik açıdan değerlendirdiğinde yalan söyleme durumunun sıradan bir norm hâlini alma ve toplum içinde normalleşmesi tehlikesine işaret etmektedir (Keyes, 2017).

İletişim açısından ele alındığında ise; "duygularla birlikte bireyin kendi düşüncelerinin nesnel olan gerçekleri aşarak toplumsal bir fikir inşa etme noktasında kamuoyu oluşturma"

ifadesinin karşılığıdır. Literatürde İngilizce tanımlama açısından kelimenin önündeki "post" ekinin anlamsal karşılığında, önemsizlik veya alakasızlığın karşılığı olan bir durum açıklanmaktadır (Oxford Languages, 2020). Ayrıca ortaya çıkan gerçeklik ötesi koşullar "sadece kişiye dair değil, ortama dair izler taşır" bir tanımlama bütünlüğünü anlatmaktadır (Şirin, 2017). Sözcük ilk defa Steve Tesich tarafından 1992'deki makalesinde, 2004 yılında ise Ralph Keyes tarafından bir kitapta kullanmıştır (Oxford Languages, 2020). Kavramın karşılığı Türkçede birçok kelime ile ifade edilmektedir. Bunlar: "gerçeklik sonrası", "hakikat ötesi", "post-gerçek/hakikat" vb. kavramlar olarak sıralanmaktadır. Kavramın tam bir ortak kullanımı bulunmamaktadır (Terzi, 2020: 81-84). Bu noktadan hareketle hem İngilizce hem de Türkçede Post-truth kavramının karşılığı "yalan" anlamında kullanılmamaktadır. Bu yönüyle gerçek kavramının tanımı göreceli bir hâl alırken bireye ulaşan bilgiler/veriler nesnel bir yaklaşımla değerlendirilmeye başlar. Kavramın tanımında duygu merkezli yaklaşımlar ön plana çıkarak bir başka yaklaşım biçimi ortaya çıkmaktadır (Zarzalejos, 2017: 12). Aynı zamanda bu kavram siyasetten İslamofobi'ye kadar söylem üretme, dikkatleri bir noktaya çekme, kamuoyu oluşturma hatta manipüle edilmesini dahi sağlayabilecek konu başlıkları altında kullanılmaktadır (Kutlu, 2020: 222). Dolayısıyla kavramın hangi açıdan yorumlanacağı çalışma açısından önemli hâle gelmektedir. Bu manada çalışma içinde Post-truth kavramına dair tanımlayıcı yaklaşım "gerçek ötesi" biçimde değerlendirilecektir. Gerçek ötesi, teknolojinin gelişmesiyle ortaya çıkan sanal ortam ve mecralarla birlikte literatürde güncel biçimde tartışılan bir kavram durumundadır. Kavramın bir başka tanımı: "insanların toplumu ilgilendiren veya herhangi bir bireyin öznel davranışının, toplum tarafından görülür hale gelmesiyle ortaya çıkan bir durumun izahı" biçimindedir. Ayrıca kavram bireysel yorumlar, yönlendiren kanıt ve güvenilirlik sorgulaması yapılmadan ortaya atılan aldatıcı sahte bilgiler ve haberlerle şekillenen gerçekliğin farklılaştırıldığı bir yeni olgudur (Glăveanu, 2017). Post-truth daha birçok bilimsel alanda yaklaşım ve tanımlama biçimlerine sahiptir. Bu noktada çalışmada iletişim alanındaki kullanım biçimi üzerinden bir değerlendirme yapılacaktır. Kavramın iletişim ekseninde ele alınmasıyla, sahte haber ve kitlesel yönlendirme yaklaşımı altında, hakikat ve gerçekliği bürüyen bir örtü biçiminden sosyal biçime rol verici bir görevinin de bulunduğu anlaşılmaktadır (Zarzalejos, 2017: 12-13). Post-truth olgusuna bu açıdan bakıldığında gerçekliği ve gerçekliğin oluşumunda toplumun yönlendirilmesi hususunda bir inşa aracı olarak çalıştığı düşüncesi ortaya çıkmaktadır.

Gerçeklik kavramı tartışmasının temelinde, yeni üretilen kavramlarda "makullük", "mümkünlük" değişimi ve dönüşümündeki rolü üzerine şekillenmektedir (Norris & Elkins, 2012: 352). Gerçeklik anlayışının ve hakikat olgusunun yerini alacak yeni kavramsallar yeni iletişim teknolojilerinin yol açtığı sanallaşma gediğinden ilerlemeye devam etmektedir. Gerçeğin ve hakikat anlayışının yer değiştirmesini, bir dönüşüm ortamının önemli izlerini gördüğümüz 21. yüzyıl iletişim teknolojilerinin çeşitlendiği ve zorunlu bir çıkış tercihi gibi sunulduğu Covid 19 pandemisi döneminde güçlü bir biçimde görmek mümkündür. Dünyada pandemi uygulamaları ile ortaya çıkarılan korku atmosferi insanları iki yıl kadar yüz yüze iletişimden uzak tutmuştur. İnsanlar virüs ile ölüm korkusu üzerinden yönetilerek kısıtlanmış bir yaşama hapsedilmiş ve çıkış olarak online ortamlar ve iletişim mecralarına yönlendirilmişlerdir. Alternatif

olarak sunulan yeni iletişim teknolojilerinin içinde sanallaşmanın son ürünü Metaverse evrenleri bulunmaktadır. Ancak bireylere önerilen Metaverse evrenlerinin tam da bu dönemde gelişim göstererek öne çıkması dikkat çekici bir tesadüftür! 2022 Mart dönemi sonu itibarı ile dünyada (5,2 milyar kişi) internet kullanmaktadır. Dünya nüfusunun 8 milyar olduğu düşünüldüğünde yaklaşık %65'i aşan bir oranda insanın internet kullandığı anlaşılmaktadır (Websiterating, 2022). Bu dönemde pandemi ile insanların doğal, sosyal ortamlar yerine iletişim ihtiyaçlarını yeni iletişim teknolojileri mecralarında sağladıkları ve ortalama bir internet kullanıcısının zamanının %50'den fazlasını mobil telefonlar ve online biçimde sosyal ağlarda geçirdiği görülür (Websiterating, 2022). 2022 yılı ilk çeyreğinde sanal ortamda en büyük Metaverse ortamlarında kullanıcı sayıları hızla artmaya devam etmektedir. Bu ortamların popüler olanlarının başında "Horizon Worlds, Somnium Space, HyperVerse, Decentraland, Roblox" gibi evrenler gelmektedir (Userspot, 2022). Örneğin 2022 ilk yarısı sonunda, Horizon Worlds evreninin kullanıcı sayıcı yaklaşık 10 katlık bir artış göstererek yarım milyona yaklaşmış durumdadır (Webtekno, 2022). Bu bağlamda Metaverse evrenlerini yeni iletişim araçlarının son olarak ürettiği güçlü mecralardan birisi olarak tanımlamak doğru olacaktır. Bu yönüyle geleneksel medyadan bu yana süregelen medya-birey ilişkisinde aktif ve pasif bir sürecin işleyişine dair önemli tartışmalar yapılmıştır. Ancak artık tamamen farklı bir ortam bulunmaktadır. Öyle ki bu mecra mekân, zaman ve gerçeklik üzerinde büyük bir değişiklik gücüne sahiptir. Hâlihazırda kültürden, modaya, tüketimden, siyasi ve ideolojik alanlara kadar süregelen bu tartışmaların temelinde gerçeklik kavramının bulunduğu düşünülmektedir. Gerçeğin kendisinin değişmesi, hakikatin evrilmesi ve ortaya başka bir gerçeklik hâlinin çıkması; algıdan, düşünceye, anlamdan kavrama kadar bütüncül bir etki üretmektedir. Bu yönüyle yeni medyanın son gücü olan Metaverse evrenlerinin bireyler tarafından doldurulmaya başlamasının olumlu ve olumsuz yanlarının değerlendirilmesi gerekmektedir. Aynı zamanda konunun bilimsel alanda tartışılması iletişimin sağlıklı biçimde sürdürülebilirliği açısından oldukça mühimdir.

Post-truth kavramı, bilginin kolaylıkla elde edildiği bu yeni mecralarda kendine daha geniş alanlar bulmakta (Aydın, 2020: 78-84) ve gerçeğin görünür olmaktan çıkmasını sağlamaktadır. Tüm bunlar neticesinde alanda kavramsal yenilikler ve mecraların gelişmesi konunun yeniden açıklanması ile kavramların yeni bağlamlar içinde çerçevelenmesi gerekmektedir (Güven, 2020: 21-24). Toplumsal konularda bireyin konumlandırılması, değişen iletişim mecralarıyla ilişkileri, elde edilen bilgi kaynaklarının çoğaltılması gibi birçok neden; yeniden değerlendirilmesi gereken ilişkiler yumağının akla ilk gelen başlıklarıdır. Gerçeklik kavramı ve insanın gerçeği nerede aradığı durumu, yeni medyanın son mecrası Metaverse evrenlerinde zaman, mekân ilişkisini aşarak ürettiği yeni gerçeklikle post-truth ilişkisi açısından değerlendirmek gerekmektedir. Bu nedenle çalışma birey-yeni medya düalizminde olduğu gibi, tarihsel bir akışla izah edilen gerçeklik-hakikat ilişkisi, karma gerçeklik ve gerçeklik ötesi gibi sınıflandırmalarla ortaya çıkan gerçekliğin yeniden tanımlanması amacını taşımaktadır. Gerçeklik sınıflandırması yapılırken ilk olarak gerçeklik ve hakikat arasındaki ince nüansa dair bir kavramsal çerçeve çizmek yerinde olacaktır. Yüzyıllardır gerçeklik ve hakikat kavramlarının birbirine eş değer olarak kullanılması, kavramsal bir ayrımın yapılmasını zorlaştırmaktadır. Türkçe kök

açısından "gerçek" sözcüğü, Arapçada "hakikat" sözcüğü biçiminde karşılık bulmaktadır. Ancak, "gerçek" ve "hakikat" kelimeleri arasında kavramsal çerçeve bakımından bir fark var mıdır? Yapılan incelemelerde bu iki kavramın çok sayıda sözlükte karşılaştırma yapılarak kullanıldığı görülmektedir (TDK, 2022). Genel tanımlama açısından "gerçek" kavramı, insan bilincinden bağımsız biçimde fizikî ve nesnel olanı açıklarken "hakikat" kavramı ise; gerçekliğin bilinçte gerçekleşen soyut bir yansımasının ifadesidir. Örnek vermek gerekirse elimizde gördüğümüz hissettiğimiz bir kaşık "gerçeği", onun zihin dünyamızdaki yansıması ise "hakikati" ifade etmektedir. Hakikat, gerçekliğin kendisi değildir. Ancak hakikat gerçeğin bir yansımasıdır. Bu; insanı insan yapan aklın, bilinçle ve düşünceyle kucaklaştığı bir uyumun sonucudur. Bu noktada tasavvuf alanındaki yaklaşımlar da konunun net anlaşılmasını kolaylaştırmaktadır. İnanç duygusu, bu yönde bir bilincin sonucu olarak hakikat arayışının çıktısıdır. (Hançerlioğlu'dan akt. İsi: 2015). Gerçek somut, hakikat ise soyuttur. Gerçeklik kavramı aynı zamanda, Osmanlıca olarak "fiilî" şeklinde; İngilizce karşılığı ise "real"; kelimeleri ile düşünceden arındırılmış kelime karşılıklarıyla açıklanmaktadır. Ayrıca gerçeklik, yanıltıcı bir yanı olan bir yansıma veya imge biçiminde açıklanmaktadır. Buna karşın hakikat, bir yönüyle dinî köklere uzanarak ahlaki açıdan bir bağı ifade eden, varlığı hem bilimsel hem de soyut yönlerle birlikte değerlendiren açıklamanın karşılığıdır. Daha öznel bir tanımlamada hakikat, gerçekliği kapsayarak anlamsal hâle dönüştüren ve bu anlamların iç içe geçerek öz olana ulaşmasını sağlayan bir farkındalık durumunun izahıdır.

Hakikat kavramı tasavvufi açıdan, doğum ve ölüm süresince insanın tüm iletişim kanallarını "neden" ve "ne için" geldiğini anlamak adına kullanmasıdır. Ayrıca bireyi hakikati arayan bir gezgin/yolcu olarak ifade etmektedir. Bu arayış içinde yaratılış nedenini insanı yaratan "Rab" üzerinden anlamlandırma çabasıdır. Dolayısıyla gerçeklik, "zihin ve anlam kısmının geride kaldığı" nesnel olanı anlatırken hakikat ise; "nesnel gerçekliklerin zihinde olan yansımaları" biçiminde karşılık bulmaktadır. Bununla birlikte her iki kavramın daha öznel tanımlamaları bulunmaktadır (Cevizci'den akt. İsi: 2015). Kavramların öznel olarak tanımlamaları, iki kavramın birbirinden nasıl ayrıştığının daha net görülmesini sağlamaktadır. Tüm bunlarla birlikte hakikat yerine gerçeklik kelimesinin kullanımının doğru olmadığı çıkarımını etimolojik açıdan felsefi tanımlamalarda bulmak mümkündür. Gerçeklik kavramı felsefi tanımlamalarda üç farklı açıdan izah edilmektedir (Baç, 2020: 20) Bunların ilki "sadece görülenin alanında olanlar", ikinci olarak "hermenötik gelenek ekseninde varlığın örtülü olmayan hâlleri" ve son olarak "deneyimlerle ilintili yaşam içinde olgusal olarak gerçekliğe kavuşanlar" olarak tanımlanmaktadır. Tüm bunlarla anlaşılmaktadır ki; gerçeklik görüntü ve fizikî durumu, hakikat ise metafizik ve imgelerle bir arayış/sorgulama hâlinin izahıdır. Bu noktada herhangi bir konu veya durum için gerçeklik arayışında, "bana göre" yaklaşımı kişiyi hakikatten uzaklaştırmaktadır (Baç, 2020: 37). Dolayısıyla gerçeklik kavramının karşılığında bireyin zihin dünyasının bir yansımasına bağlantılı olarak farklılıklar oluşacağı açıktır. Bu durumda evrensel bir gerçeklik tanımı imkânsız bir hâl almakta mıdır? Tam bu noktada post-truth kavramının anlaşılmasının önemi ortaya çıkmaktadır. Çünkü post-truth, nesnel olan doğrunun kamuoyunun algısını oluşturmasında, duygular ve kişisel inançlardan daha az etkinliğe sahip olduğu durumlara ilişkindir (Raptis, 2020:

58). Dolayısıyla nesnel doğruluk ya da nesnel gerçeklik gücünü kaybetmiş, artık kamuoyu algısını bireysel duygular ve inançlar üzerinden yönlendirmek çok daha belirleyici bir duruma dönüşmüştür. Duyguların düzleşmesi, çeşitliliğin azalması ve tek bir duyguya yönlendirme anlayışı değişmiştir. Artık nesnellik yerini öznelliğe bırakmıştır. Ancak yeni iletişim teknolojilerinin bu öznelliği kullanarak bireyi gerçeklik adına kısır ve tekdüze bir düşünceye yönlendirme tehlikesi bulunmaktadır.

Araştırma Yöntem, Amaç ve Önemi

Çalışmada betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Betimsel analiz yöntemi, sayısal verilerden uzak biçimde belirli temalar belirlenerek elde edilen verilerin bağlamsal olarak yorumlanmasıdır (Yıldırım & Şimşek, 2008: 221). Betimsel analizle temalar üzerinden bulgular değerlendirilir. Elde edilen bulgular arasındaki neden-sonuç ilişkisi tespit edilir. Ayrıca soyut kavramların değerlendirilmesi ve olgusal karşılaştırmalar yapılabilmesi mümkündür (Yıldırım & Şimşek, 2008: 224). Araştırmanın yönteminin betimsel analiz seçilmesinin nedeni, bu yöntemle yeni medya ve Metaverse, post-truth ve hakikat-gerçeklik kavramlarının karşılaştırılması sonrasında yorumlayıcı bir analizle açıklanabilmesi durumudur. Ayrıca çalışmada birey-gerçeklik ilişkinin yaşadığı değişim, geldiği ve gidebileceği noktaların yeni medya ile etkileşim durumunun tespiti amaçlanmaktadır. İnsan, dünya üzerinde yaşayan en akıllı varlık olarak kendi amacını ve yaşam gayesini anlamlandıracak bir yaşam döngüsü içinde bulunmaktadır. Yaşam-insan ilişkisinde, anlam ve düşünce dünyasını inşa temelinde gerçeklik üzerine hep bir sorgulama çabası süregelmektedir. Bu temelde bilim ve bilimsel alanlar gelişmeye devam etmektedir. Araştırmanın çıkış fikrini oluşturan, bu gerçeklik arayışı sürecindeki teknolojik ilerlemenin ortaya çıkardığı gerçeklik ve birey arasındaki etkileşimin yapısal değişimine ek olarak kavramsal bir değişimin de yaşanmakta olduğu düşüncesidir. Hakikat, gerçeklik, karma gerçeklik ve gerçek ötesi olarak yapılan sınıflandırmalar tüm bu dönüşüm sürecinin özetidir. Ayrıca bu süreç; birey, yeni medya ve Metaverse evrenleri içindeki yapısal izahın kavramsal temel düzlemini oluşturmaktadır. Bu yönüyle bireyin Metaverse evrenlerinde karşılaşacağı tüm değişim ve dönüşüm yapısı kavramsal bir izaha muhtaç durumdadır. Öyle ki bireyin karşı karşıya kaldığı yeni ortam ve durumda kendi anlam ve düşünce ekseninde bir yön çizebilmesi daha da zor bir hâle gelmektedir. Bu amaçla çalışmada yeni teknolojilerin iletişim süreçlerinde geldiği son nokta olan Metaverse evrenleri ve birey ilişkisinde gerçeklik ve post-truth kavramının tanımlaması yeniden yapılarak kavramsal ilişki izah edilmektedir. Çalışmada Metaverse içinde yapısal durum, gelişmeler vurgulanırken asıl ele alınan husus mekân ve zamandaki değişimle güçlü bir algısal etkinliğe kavuştuğu düşünülen bu mecranın gerçeklik ve post-truth üzerindeki bireysel olumlu veya olumsuz yansımalarını değerlendirmektir. Bu noktada literatüre, var olan bilgilerin yeniden değerlendirilerek yeni bir perspektifle gerçeklik ve post-truth kavramı ekseninde önermeler üretilmiştir. Tüm bunlarla birlikte çalışmanın alan yazındaki boşluğu doldurmanın yanında, bireyin düşünsel ve kimliksel alanlarda yaşayabilmesi muhtemel olumlu/olumsuz durumların anlaşılmasına katkı sağlayıcı yönüyle önemli olduğu düşünülmektedir.

Metaverse: Tanımı, Algoritma ve Birey İlişkisi

Teknolojinin baş döndüren dönüşümü hızla devam etmektedir. Teknoloji zaman, mekân algısını etkileyecek gerçekmiş gibi yaşatacak yeni uygulama alanları üretmektedir. Artık ekran başında olmaktan öteye geçerek ekranın içinde ayrı bir dünya gelişmektedir. Bu gelişmenin son güçlü örneği olan "Metaverse" 21. yüzyılın ilk çeyreğinde ortaya çıkar. Metaverse daha önce bir ekran içinde zaman zaman belli içeriklerle uyarılan bireyin artık tümüyle bütünlükçü bir yaşam alanına taşınmasını sağlamaktadır. Bireyin gündelik rutinlerinin yeniden oluşturulması ve bütünlükçü bir yapının sağlanması zaman, mekân ve gerçeklik ilişkisinin kontrolü ile mümkündür. Bu yönüyle Metaverse bireye zamandan farklı, ayrı bir mekânda başka dünyalarda; eğlence, haz, korkudan uzak, felaketlerden sıyrılmış "-mış gibi" birçok dünya sunmaktadır. Metaverse, "meta" (aşan veya aşkın anlamı) ön ekinin "evren" kelimesinin birleştirilmesi neticesinde ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda Metaverse fiziksel dünyadan bağlanılan ancak varsayım olarak üretilen sentetik bir ortamdır. Metaverse ilk defa 1992 yılında Neal Stephenson tarafından ortaya çıkarılmıştır (Dolanbay, 2019: 52-59). Yazarın bir romanında bahsettiği kavram devasa bir sanal ortamın izahıdır. Bu tanımlamanın yanında, yapay zekâ tarafından üretilen bir evren olan Metaverse, bir yaşam platformu, (Kaluarachchi vd., 2020), kaçış alanı, (Fussey & Roth, 2020) kolektif bir yapı, (Ku vd., 2019) bir yansımayla simülasyon dünyası (Wang vd., 2020) ve internetin zaman ve mekânla birleşen karşılığı gibi (Appel vd., 2020) çok sayıda tanımlamaya sahiptir.

Metaverse, ham veriyi alarak kullanıcının veya yapay zekanın algoritması ekseninde enforme edip internet ve web teknolojileri ve genişletilmiş gerçeklik (XR) arasındaki yakınsamanın kolaylaştırdığı, fiziksel ve dijitali harmanlayan sanal bir ortamdır. Milgram ve Kishino'nun Gerçeklik-Sanallık Sürekliliği vurgusu ışığında (Manca vd., 2021), Metaverse XR teknolojisi ekseninde dijital ve fiziksel çeşitliklerle, artırılmış gerçeklik (AR), karma gerçeklik (MR) ve sanal gerçeklik (VR) türlerinin entegre sürecini ifade etmektedir. Aynı zamanda Metaverse evreni, gerçek ve dijital dünyaların ikiliğinin görüldüğü bir yansıma alanıdır. Meta veri tabanında, herhangi bir dünyada veya hepsinde tek olmak üzere bireysel kullanıcılar; kendi gerçek dünyalarının bir metaforunu üretmektedirler. Kullanıcılar sanallıktaki alternatif bir yaşam adına, gerçeklikteki fiziksel benliklerine benzer biçimde kendi avatarlarını oluşturmak zorundadırlar. Böylece gerçek ve sanal ikiliğinin yeni bir yansıması ve Metaverse evrenlerinin geliştirdiği "İkame Kimlikler" ortaya çıkmaktadır. Dijital dünyada fizikî olanın yansıması avatarlar aynı zamanda bireyin gerçeklikte fıtrattan gelen kimliğinin izlerini taşıması ile çok karmaşık bir ikilem içinde kendini bulmaktadır. Bu ortamda oluşan ikame kimlik aslında yeni dijital ikiz varlıklar olarak ikame birey kavramı altında açıklanması gereken bir olgudur. Dijital ikiz tanımlaması içinde konumlandırılabilecek "İkame Birey", nesne hareketlerinin kopyası, sıcaklıktan kalp atışına kadar neredeyse tüm fiziksel benzerlerinin (Carr & Hayes, 2015) özelliklerini yansıtmaktadır.



Şekil 1. İkame Kimlik Modeli (Kaynak: Söğüt, 2019: 136)

Sanal, fiziksel ikame ve birey arasındaki bağ, verilerle sağlanmaktadır (Waisman vd., 2018: 188-191). O evrendeki tüm ürün tasarımları ve mimari yapılar bilgisayar (CAD), yapay zekâ destekli endüstriyel alt sistemler üzerinden geliştirilmektedir (Coyne, Stockdale & Summers, 2019: 79-82). Fiziksel olan gerçekliğin dijital ortamdaki yansıması ile ana yapılanma alanı oluşturulur. Ancak bireylerin kendi özel tercihleri, dijital sistemin elde ettiği veriler üzerinden kendi dünyalarında şekillenmektedir. Bu tür dijital kreasyonlar neticesinde, kullanıcı fiziksel dünyadaki kimliğini avatarı ile ilişkilendirebilmektedir. Aynı zamanda kullanıcı isterse bir süre sonra sadece dijital dünyadaki ikame birey kimliğiyle var olabilmektedir. Bu noktada hem sosyal hem kültürel hem de varoluşsal bir tehdit bulunmaktadır.

Bilim dünyası; iletişim merkezli teknoloji destekli bu kırılma döneminde insanın iletişim, kolaylık, fayda gibi olgular üzerinden varoluşsal bir tehdit içinde olup olmadığını tartışmak zorundadır. Çünkü bireyin Metaverse içindeki kimliksel değişimine ek olarak, kültürel, ekonomik, hukuki ve sosyal normlar gibi pek çok bağlantılı ekosistem bu dijital ortamda oluşmaktadır (Hülür & Macdonald, 2020: 558-561). Bu türden ekosistemler, fiziksel malların yanında maddi karşılığı olmayan içeriklerin de üretimini arttıran gerçek dünyadaki gibi toplumsal normlara ikame düzenlemelerin oluşmasına ortam sağlamaktadır (Plettenberg vd., 2020). Böylelikle orta vadede Metaverse evrenleri, fiziksel dünyadan kopuşu hızlandırarak kendine ait bağımsız alanlar oluşturarak kendi sistemini ve kendi kurallarını oluşturan kalıcı bir yaşam alanına dönüşme potansiyeline sahiptir. Dolayısıyla fiziksel dünyanın insan temsili olan avatarlar, teorik açıdan çoklu Metaverse dünyalarında sınırsız sayı ve eşzamanlı olarak kullanıcı ile eşleşmiş biçimde gerçek zamanlı heterojen bir aktivite süreci yaşayabilirler (Waisman vd., 2018: 191-194). Geleneksel medya ve iletişim ortamlarından farklı olarak meta veri deposu içerisinde farklı sanal dünyalardaki temsiller arasında etkileşim ve geçişkenlik mümkündür. Bu sayede kullanıcıların oluşturdukları içerikleri, oyun karakterlerini, kademe sayılarını, güçlerini ve biriktirdikleri tüm alt kazanımlarını sanal dünyalar içerisinde kullanabilme imkânı bulunmaktadır. Örnek olarak herhangi bir kullanıcı "Roblox" oyununda oluşturduğu

içerikleri ve karakterleri tıpkı bir avatar gibi "Minecraft" oyununa taşıyabilmektedir. Daha ileri bir seviyede, bu uygulamaların platformları çeşitli kanallar vasıtasıyla fiziksel dünya ile iletişim imkânı sunmaktadır. Bunun en güncel örneği (başa takılan giyilebilir ekranlar veya mobil kulaklıklar) "Microsoft Hololens" oyunudur.

Metaverse evrenlerini anlamak için internetin dışında gelişen yapay zekâ teknolojilerine dikkat etmek gerekmektedir. Bunların önemli örnekleri, sosyal ağlar ve oyun platformlarıdır. AR ve VR'nin ortaya çıkışından itibaren yüksek hızda ağ sistemleri, ileri düzey bilgi işlem sistematiği, yapay zekanın yükselişi (hiper defterler blok zinciri), meta veri evlerinin bilgi deposunu inşa eden temel alanlardır. Özellikle yapay zekanın algoritma mantığını "Google" üzerinden biriktirmesi devasa bir bilgi havuzunun milyonlarca bireyin sağladığı çeşmelerle doldurulmaya çalışıldığı bir durum gibidir. Bu dolan bilgi havuzunun sahibi yapay zekânın 2030'lu yıllarla birlikte tüm sosyal ve toplumsal hayata dair yönlendirme ve biçimlendirme kabiliyeti elde edeceği beklenmektedir. Buradaki temel sorun bu ileri düzeyli yapay zekanın "neye", "kime", "kim tarafından" ve nasıl yönetileceği hususudur. Dolayısıyla Metaverse evrenleri kavramı; iletişimden sosyolojiye, ekonomiden, siyasete, kitle iletişiminden, felsefeye kadar tüm bilimsel alanlarda paradigma değişimi üretecek bir dönüşüm sürecin işaret fişeğidir (Carr & Hayes, 2015: 61-64). Böylelikle Metaverse evrenlerinin tanımını, "Web 2.0 ile başlayan teknoloji devriminin, kullanıcı merkezli olan ve kullanıcıya ürettirilen içeriklerin, sonsuz etkileşime imkân bulduğu internet tabanlı uygulamalar dünyası" olarak yapmak mümkündür (Kaplan & Haenlein, 2010: 61-65; Erçetin & Menteşe, 2012: 105-107). Ayrıca Metaverse evrenlerinin ortaya çıktıkları 2015'li yıllarla birlikte sosyal davranışlar üzerinde nasıl bir etkileme biçimine sahip oldukları tartışması önemli başlıklar arasında bulunmaktadır (Erçetin & Menteşe, 2012: 105-109). Tüm bunlar neticesinde Metaverse, sosyal dünya ve birey ilişkisinde Postman (2012) hakikatin tanımlanmasındaki itici gücün bireye sağlanan enformasyon olduğunu belirtmektedir. Ayrıca düşünür, bu görevi gerçekleştiren medyanın temel unsur olarak sağladığı rolün büyüklüğüne dikkat çekmektedir. Bu açıdan 21. yüzyılda tartışılması gereken kavram, "post-truth" kavramının dijital medyanın epistemolojisine bağlı biçimde ortaya çıkardığı yeni gerçeklik iddiasıdır (Güven, 2020: 25-29). Bu gerçeklik yaklaşımı altında, Metaverse evrenlerinin ortaya çıkardığı yeni gerçeklik durumu ve bunun Post-truth perspektifinden birey açısından analiz edilmesinin önemli bir değerlendirme olacağı düşünülmektedir. Metaverse evrenlerinin gerçeklik üzerindeki temel gücünün, mekân-zaman ve toplumsal kavramlara dair teknolojik değişimle bilginin dezenformasyonun ve manipülasyonun kolay olarak kullanılabilmesi hususudur. Bu ortamda özellikle görsel malzemelerle güçlendirilmiş yönlendirici ve yanıltıcı içeriklerin, yalan bilgi, haber ve söylemlerin kullanıcı keyfine bağlı biçimde ve hiçbir denetim sistemi olmaksızın yaygınlaşması, algı oluşturma gücü açısından önemli bir sorundur (Şahin, 2018: 156-159). Ayrıca bireyin karşılaştığı diğer bir sorun sadece bilgi açısından değil, bireyin yalan enformasyonla kendini çevrelemiş bir dünyada kimliğini de etkileyecek bir yaşam dünyasına hapsolma tehlikesidir. Bu noktada bireyin içinde bulunduğu yeni mecranın post-truth kavramı ilişkisi açısından yeniden tanımlanması gerekmektedir. Dolayısıyla gerçeklik kavramı da sadece bilgi almadan öteye geçerek yapısal bir değişim yaşamaktadır. Böylelikle yeni iletişim teknolojileri sayesinde gerçeklik bilgi sağlamanın ötesine geçerek zaman ve mekân ekseninde desteklendiği bir yapıya kavuşmaktadır.

Metaverse Evrenlerini Yeni Post-truth Gerçeklik ile Yeniden Düşünmek

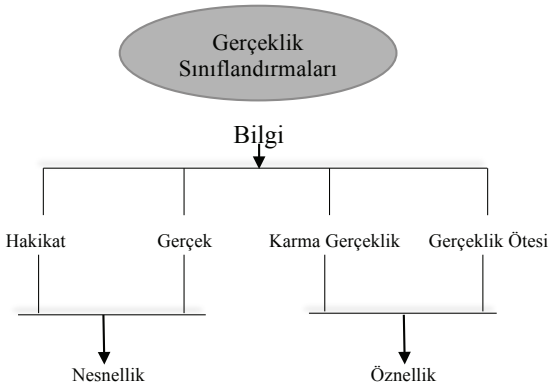
İnsanlar, yeni iletişim teknolojilerinin güçlü enformasyon akışı ve sürekli telkin hâli ile konvansiyonel medyaya nazaran algı ve yalan habere daha fazla maruz kalmaktadır. Yeni medya ortamının getirdiği değişimin son örneği Metaverse evrenleri, zaman-mekân ilişkisinin yanına gerçeklik algısını inşa edebilme kabiliyeti ile bu etkin gücü daha da arttırmaktadır. Metaverse iç yapılanması sayesinde bilgi, enformasyon ve haber akışını kendi ağı içinde şekillendirme imkanına sahiptir. ABD'de Pew Araştırma Merkezi uzmanlarının 2022 yılında yaptıkları çalışmada, 2040 yılında 500 milyondan fazla insanın Metaverse evrenlerinde yaşamlarını sürdürmeleri beklenmektedir (Pew Research Center, 2022). Ayrıca 2040 yılına kadar birçok satıcı şirket, piyasaya karma gerçeklik özelliklerine sahip düşük maliyetli kulaklıklar, gözlükler ve kontak lensler sunarak daha fazla insanın bu mecrada zaman geçirmelerini beklemektedirler. Bunun yanında hizmet sağlayıcılar, insan deneyimlerini destekleyen çok çeşitli hizmetler ve farklı uygulamaları sunacaktır (Pew Research Center, 2022). Böylece Metaverse evrenlerinin bireyler için temel haber alma kaynağı olması beklenmektedir. Dolayısıyla Metaverse evrenlerinin kendine has koşulları çerçevesinde mevcut post-truth kavramsalının tekrar anlamlandırmasını zorunlu kılmaktadır.

İlk bakışta, Metaverse evrenlerini kullanan bireylerin kendi görüşlerini her an her platformda özgürce paylaşabilmeleri ifade özgürlüğü bakımından çok değerlidir. Ancak bu durumun da kendisine has başka birtakım sorunları içinde barındırdığı bir gerçektir. Bunun basit olarak karşılığı sahte hesaplar konusudur. Sahte hesaplar aslında gerçek olmayan veya hiç var olmayan tüzel/gerçek kişilerin taklitleridir. Buna ek, yeni medya mecralarında sahte hesaplarla yapılan kamuoyu oluşturma ve yalan haber yayma konusu ayrı bir sorundur. Ayrıca bu sahte hesapların gerçek "-miş gibi" görünmesi adına belli gruplarca ciddi bütçeler ayrılmaktadır (Jackson & Matthews, 2020). Ortaya çıkan kullanıcı grupları ve bireysel hesaplar arasında sahte olanla gerçek hesabın ayrışması zorlaşmaktadır. Yayılan içeriklerle büyük kitleler enforme edilmekte hatta manipüle edilebilmekte böylelikle hayatın her alanına yayılan bir etki gücü ortaya çıkmaktadır. Ayrıca Metaverse evrenleri üzerinden "sahte haber" sayıları, kullanıcı artışı ve kitlenin büyümesi gibi birçok farklı nedenle artış göstermesi beklenmektedir. Bu mecra içinde sahte haberleri gündelik haber dışında her türlü farklı bilgi kaynağı dezenformasyonunda görmek mümkündür. Dezenformasyon, yanlış veya eksik biçimdeki bilgilerin dönüştürülmesi neticesinde bireye ulaştırılan haberin belirli bir amaç adına yanıltmak eylemidir (Çağlak, 2019: 113). Hâlihazırda sahte haberler üzerinden; birey, medya şirketleri veya siyasi kuruluşların iletişim mecraları vasıtasıyla üretilen içeriklere maruz kalmaktadırlar. Sahte içeriklerle, bu içeriklerin değersizleştirilmesi, algısal yönetimi, görsel iletişim teknolojik unsurları, mekân ve zamansızlık olanağı gibi hususlarda bir tarafgirlik oluşturmak adına kendine yer bulan bir kavramdır (Sismondo, 2017: 3-4). Wardle (2017) kendi çalışmasında sahte haber tiplerini yedi başlık altında tanımlamaktadır. Ancak Metaverse evrenlerinde bu alanda yapılan tanımlamalar geleneksel iletişim kanallarına göre farklılık göstermektedir. Bu kapsamda yeniden yapılan değerlendirme ile yeni post-truth dönem dokuz ana başlıkta değerlendirilmektedir.

- Hiciv veya Parodi Havası: Yıkıcı şiddetli bir dille fikirsel zeminin hazırlanması.
- Sanal Ortamda Eğlence ve Oyunla Alt Mesaj: Eğlence, boş vakit değerlendirme, haz alma başlıklarıyla görsel-işitsel nesnelerle düşünce dünyasının istenilen gerçekliğe hazırlanması ve yönlendirilmesi.
- Mekân ve Zamanın İçeriğe Etkisi: Konu veya kişi hakkında mekânsal ve zamansal doğruluğun sağlayarak genel doğru bir bilgi ile bireyin çerçevelemeye alınması
- Gerçeğin Çerçevelenmesi: Bireyin doğru bir bilgi üzerinden sahte bilgiye güven ortamının hazırlanması ve gerçek bilginin değişiminin sağlanması
- Sahte Doğrunun Üretimi: Gerçeklik çerçevelemesi sonrası kaynak bilgiye sahte enformasyonun eklenmesi
- Telkin, Tekrar ve Süreklilik: Yanlış olan bir bilginin sürekli tekrar edilmesi ve telkin biçimli bir dil kullanılması, kandırmak merkezlidir.
- Yanlış veya İlgisiz Görsel İşitsel Eklemeler: Konudan bağımsız biçimde, dikkat dağıtıcı, açık veya eksiklerin gizlenmesi için görsellerle farklı uyarıcılar kullanma biçimidir.
- Yanlış Anlamlar ile Sahte Bağlam Üretimi: Gerçeğin çerçevelenip, sanal ortamda üretilen ilgisiz enformasyonla kasıtlı zarar verici bağlamsal bilgiler üretilmesi.
- Dezenformasyona Uğramış Manipüle Sonuç: Gerçek bilgi ile başlayan enformasyona, dezenformasyona geçişi sağlanan ve sonuçta manipüle edilmiş bir gerçeklik, düşünsel kopuş (Wardle, 2017).

Başlangıçta yalnızca gazetecilik alanında üretilen içeriklerin güvenilirliğini değerlendirme ve yanlış bilginin bu mecralarda yayınlaşma durumlarını belirtmek için kabul edilen terim post-truth, 21. yüzyıl yeni iletişim teknolojilerinin geliştirdiği mecralardaki içeriklerde fotoğraf, video, WhatsApp yazışmaları, Tiktok ve Metaverse gibi sayısız alanlarda, sahte içerikler olarak çeşitlenmiştir (Torre, 2022, 119-120). Post-truth kavramı için hâlihazırda yapılan akademik çalışmalarda Metaverse ile ortaya çıkan yeni durum temel inceleme alanlarının başında gelmektedir (Yerlikaya & Aslan, 2020: 179-186). Konu o kadar güncel olmasının yanında çok hızlı bir evrilme sürecine sahiptir. Öyle ki bu mecrada gerçek dünya ve sanal gerçeklik arasında ayrım yapmak daha zor bir durum hâline gelmektedir. İletişim teknolojisinin ilgi çekiciliği, kullanım kolaylığı, beğeni dürtüsü ve hızı 1990'larda başlayan teknoloji furyasının sürüklediği son nokta olan Metaverse evrenlerinin hızlı bir ivme kazanarak yaygınlaşmasına katkı sağlayan birkaç başlıktır (Gooch, 2017). Bilginin mekân, zaman ve teyit edilir somut biçimi dışında "screen" (ekran) üzerinde görülen gerçeklik olarak kabul edilmesi post-truth dönemde bir gerçeklik kaosuna neden olmaktadır. Artık manipülasyonun ötesinde organize bir yalan sistematiğinin sanki gerçek "-miş" yerini aldığı kavramsal kargaşa dönemine girilmektedir. Bu noktada Metaverse evrenlerinin olumlu teknolojik fırsatlar sağladığı varsayılmakla birlikte bu açıdan ciddi olumsuz sonuçlar için uygun bir zemine sahip olduğu açıktır. Çünkü gerçeğin kendisinin sorgulandığı ve ikame edildiği bir ortamda sahte olanın çok ötesine geçilerek sahte olanın, gerçeğin yerini alarak onu yok

etme tehdidi bulunmaktadır. Böylelikle gerçek olan doğruların yerini, sahte doğruların alması ve nesillerin iletişim teknolojisi ile iletişimsizliğin zirvesine sürüklenme riski bulunmaktadır. Kalabalık yalnızlık tanımlaması konunun tam açıklayıcı kavramsal açıklaması olacaktır. Bu nedenle gerçeklik tanımlamasında sınıflandırma yapılması ve yeni iletişim teknolojilerinin bu noktada bulunduğu yerin yeniden tanımlanması gerekmektedir.

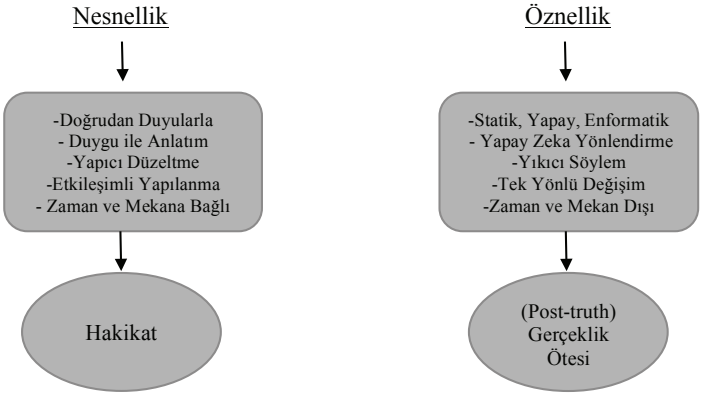


Şekil 2. Gerçeklik Sınıflandırmaları (Kaynak: Zhiyao Zhang, 2022)

Gerçeklik kavramının tanımlanması felsefeden, sosyolojiye, iletişim bilimlerinden, psikolojiye kadar çok sayıda bilim alanında birçok farklı yaklaşımla yapılmaktadır. Ancak temel ayrım, ham bilginin sınıflandırılması alanındadır. Ayrıca nesnel ve öznel yaklaşımlar açısından gerçeklik kavramının sınıflandırılması tamamen farklılaştırmaktadır. Yeni iletişim döneminde post-truth gerçekliğin anlaşılması için sınıflandırma biçimleri ayrıntılı biçimde yeniden değerlendirilmektedir. Şekil 2'de ham bilgiden başlayan temel iki çıktı verilmektedir. Birincisi gelenekselliği kapsayan nesnelllik, ikincisi yeni dönemi tanımlayan öznellik çıktılarıdır. Nesnellik çıktısı elde edilen sınıflamada gerçekliğin fizikî muhtevasının (gerçek) ve fizik ötesi duygusal ve düşünsel durumu (hakikat) iki başlık altında toplanmaktadır. Ancak yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi, gerçeklikte yaşanılan öznel tanımlamaları arttırmış ve birey merkezli bir gerçeklik tanımlamasının kapısının aralanmasını sağlamıştır. Öznellik çıktısına sahip gerçeklik sınıflandırmasında ise ilk olarak "karma gerçeklik" fizikî bir değişimi temsil ederken (Metaverse evrenleri, sanal gözlükler vb.) ikincisi "gerçeklik ötesi" kavramı gerçeğin kendisinin fizik ötesi biçimde terkedilmesini ifade etmektedir. Ayrıca gerçeklik ötesi ortaya çıkan sanallaşmanın gerçekliğin içeriğinin yapay zekâlara devredilmesi ve insanı insan yapan düşüncenin kullanımının ikame akıllara (yapay zekâ) bırakılmasını içermektedir.

Karma Gerçeklik ve Gerçeklik Ötesi kavramları birbirlerine çok benzer gibi olsa bile aslında önemli farklılıklara sahiptir. Karma Gerçeklik (Mixed Reality) yalnızca fizikî ortamdaki sanal objelerin gerçeklik diye eklenmesinin yanında, bir yönüyle de kullanıcıların aynı zaman diliminde bu sanal olan objelerle karşılıklı etkileşim halinde olabilmelerini açıklamaktadır (Holonext, 2022). Sanal olanla gerçek olanın karıştığı ve

sanal olanın "gerçeklik" gibi hareket ettiği bu yeni ortamda sahte ve gerçeğin ayrıştırılması önem kazanmaktadır. Bu yönüyle karma gerçeklik ve gerçeklik ötesi kavramları gerçeklik sınıflandırmaları içinde yeni medyanın son büyük mecrası Metaverse evrenleri içerisindeki durum ve koşulları ifade etmektedir. Bireyin algı, düşünce, idrak ve kavrama biçimlerinin hayal gücünün ve her türlü deneyim pratiklerinin ikame edildiği bir ortamda gerçeğin ikamesinin anlaşılması için gerçekliğin ötesinin kavramsal olarak başlı başına değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu yönüyle gerçek ötesi Metaverse evrenlerinde sanal gerçeklik yerine kullanılmalı ve büyüleyici hipnoz ortamının gerçekliği olarak değerlendirilmelidir. Post-truth döneminin yeni bir mecrada karşılığı olan gerçeklik tasarımlarının sınıflandırılması ve açılımı Şekil 3'te gösterilmektedir.



Şekil 3. Hakikat ve Post-Truth Gerçeklik Tasarımları[1]

Gerçekliğin yer değiştirdiği Metaverse ortamlarındaki ikame kimlikler, yeni iletişim teknolojilerin yol açtığı paradigma değişiminin sonucudur. Bu yönüyle 21. yüzyılın yeni medya mecrası Metaverse evrenleri kavramsal alanlarda da ciddi değişimleri tetiklemektedir. Hakikat yaklaşımının duygu ve anlam içeriğinden ayrışarak daha fizikî bir temele evrilen gerçeklik tanımlaması, değişen ortam, teknoloji ve çağla birlikte yerini karma gerçeklik alt tanımlamasına bırakmaktadır. Bu kavramsal değişim fütürist bir değerlendirme ile post-truth açısından yeni dönemde gerçek ötesi kavramına doğru evirmektedir. Nesnellikten daha öznel olana doğru bir gidiş neticesinde hakikat algısının yerini gerçeklik ötesi almaktadır. Doğrudan duyularla deneyimlenen hiçbir aracının olmadığı dokunulan, koklanan, hissedilen ve duyulan bir algıdan uzaklaşılmaktadır. Metaverse evrenleri dinamik gibi görünen ama kendi içindeki statikliği barındıran, bir algoritma ile yapayı temsil eden, ham bilgiden enforme edilmişe dönüşen bir gerçeklik ortamıdır. Daha duygu merkezli, anlatım odaklı olan düşünce ekseninden, bu kabiliyetini yapay zekânın üstlendiği bir gerçeklik olgusuna sürüklenen Metaverse dünyasının gerçeklik ötesinin bir başka tanımlamasıdır. Sanallaşmanın artması kolaylık ve hız sağlarken, insanın sağlıklı etkileşimi kendisinin sağladığı fizikî bir ortamdan, orada

1 Zhiyao Zhang, 2022, Post-Truth/ The Loss Of Objectivity, "Thesis Historical and Contextual Framework" üzerinden geliştirilmiştir.

olmamanın, koşullarını bilmeden konudan bihaber biçimde sadece taraf olmak bazlı yıkıcı bir söylemin olduğu dünyaya evrilmektedir. Ayrıca etkileşimlerin yüz yüze sağladığı yapıcılıkla çok yönlü bir yapılanma yerine, algoritma kontrolünde izin ve kısıtlamaların belli bir yapay zekâ sistematiği üzerinden yapılan tek yönlü değişim hakikatten gerçek ötesine sürüklenmenin ayrışan özelliklerindendir. Bu kavramsal ayrışmanın belki de en güçlü olduğu yönü hakikatte zaman ve mekân bağımlılığı olmasına karşın, gerçeklik ötesinde bu bağımlılık durumunun olmamasıdır.

Sonuç

21. yüzyıl teknolojisi, ekonomi, sağlık ve sosyoloji gibi birçok farklı alanda ciddi değişimlerin başlangıç noktası olmakla beraber, iletişim alanında yaşanılan dönüşümler devrimsel evrilişlere sebep olmuştur. İletişimin hammaddesi olarak "bilgi" kavramı bu noktada önemli bir değişim sürecine maruz kalmıştır. İletişim teknolojilerindeki değişimin ilk çeyrekteki temel devrimi olan Metaverse evrenleri bilginin hem yöntemsel hem de araçsal olarak çeşitlenmesini sağlamaktadır. Bilginin elde edilmesinde yaşanan kaynak değişimi önceki dönemlerden çok farklı biçimde hem fizikî hem de duyu merkezlerini etkileyecek güçtedir. Bu nedenle yeni iletişim teknolojilerinin muazzam gücü Metaverse, kendini birey ve gerçeklik arasındaki bağı yeniden tanımlayacak bir ağ hâline getirmiştir. Bu bağlamda 21.yüzyılın yarısı ve sonuna kadar Metaverse evrenlerinin doğal hayatın ikamesi yerine geçecek ikincil bir yaşam biçimi olması durumu hiç de uzak olmayan bir durumdur. Bu noktada salt teknolojik determinizm veya tamamen pragmatist bir yaklaşımla değil ortaya çıkan durumun olumlu ve olumsuz şartlarını belirlemek gerekmektedir. Böylelikle Metaverse evrenlerinin gerçeklik ile post truth açısından iletişim ve toplum merkezli bir değerlendirmesinin yapılması büyük önem taşımaktadır. Burada toplumun gelecekteki şartları ve koşulları bilimsel açıdan ortaya konulmalıdır. Bilginin tüm zamanlardaki en değerli hazine olduğu düşünüldüğünde, bu kavramın işlenmesi ve enformasyona dönüştürülmesinin sonuçlarına yönelik bilimsel çalışmalarda önemli değerlendirmeler yapılmıştır. Bunların başında post-truth kavramı gelmektedir. Bilginin gerçeklikten uzaklaşma ve sahte bir hâle dönüşmesi merkezinde ele alınan bu kavram yeni iletişim çağında ve özellikle Metaverse içinde daha önemli bir hâl almıştır. Öyle ki Metaverse fizikî gerçeklikten sıyrılan ve onun yerine kendi dünyasını sunan duyularla desteklenmiş, algıyı yöneten hatta gördüğünün gerçekten daha iyi olduğu fikrinin zeminini inşa eden bütüncül bir yaşam biçimini temsil etmektedir. Tam bu hususta bilginin gerçeklikle olan ilişkisini başkalaştıran fizikî olanı zaman ve mekân bakımından da koparan iletişim sistematiğini bulunduğu alana taşıyarak bütünlükçü bir ikame üreten yeni medyanın gücü Metaverse evrenleridir. Bu mecra gerçeklik algısında ikame bir "gerçeklik" oluşturmaktadır. Bu durumda post-truth kavramının sahte haber ile olan ilişki bu mecrada kavramsal olarak izah dışı kalmakta veya eksik bir duruma dönüşmektedir. Sahte haber kavramına gelmeden önce gerçeğin kendisinin sahte hâle geldiği bir ortamda post-truth ve gerçeklik kavramlarının yeniden bir kavramsal çerçevede tartışılması gerekmektedir. Bu açıdan çalışmada, gerçekliğin yeniden sınıflandırılmasına gidilerek iletişim mecrası, birey ile olan ilişkisi yeni iletişim teknolojileri ilişkisi yeniden izah edilmektedir.

Çalışmada, yeni iletişim teknolojileri ekseninde Metaverse evrenlerinin ortaya çıkışları neticesinde post-truth kavramı ile olan bağlamsal ilişkisi ve gerçeklik kavramı üzerine yaşanılan değişime dair tespitlerde gerçekliğin değiştiği ve gerçeklik ötesi kavramının ortaya çıktığı anlaşılmaktadır. Çalışmada ilk olarak post-truth kavramının tanımlamaları ele alınarak bu kavramın gerçeklik ile bağlamı epistemolojik bakış açısıyla hakikatten gerçeklik ötesine başlıkları ekseninde değerlendirilmektedir. Bu amaçla ilk olarak Metaverse evrenlerinin iletişim eksenli etkileşim açısından yaşam alanlarında ortaya çıkardığı ikincil yaşam tarzının ikame kimlik modeli içerisinde değerlendirilmesi yapılmaktadır. İkame kimlik oluşumu (Metaverse ortamındaki fizikî karşılığı avatarlar) neticesinde zamanı ve mekânı kontrol eden güçleridir. Ayrıca bu mecranın post-truth kavramında ortaya çıkardığı değişimler dokuz başlık altında tanımlanmaktadır. Gerçekliğin böyle bir mecrada sınıflandırılması ve değişimin çizgilerinin ortaya konulması açısından, gerçeklik sınıflandırılması ve gerçeklik ötesi tanımlaması yeni dönemdeki gerçeklik biçiminde izah edilmektedir. Bu tanımlama ve yaklaşımlardan öne çıkan ana bulgu ise yeni iletişim teknolojileri ve gelişim süreci dikkate alındığında Metaverse evrenlerinin gerçeklik kavramını tamamen değişime uğratma gücüne sahip olduğu tespitidir. Bu doğrultuda değişen gerçeklik kavramının üzerine oturan sahte haber merkezli post-truth kavramının bu süreçte yeniden değerlendirilmesi durumudur. Buna ek olarak post-truth kavramının varlığı ile gerçeklik değişiminin hızlanması hususudur. Bunun temel çıktısıysa Metaverse evrenleri vasıtasıyla kaynağı belli olmayan içeriklerin paylaşımının küresel çapta yaygınlık kazanmasının an mesele olmasıdır. Ortaya atılan her eksik, yalan, dezenformasyona büyük kitlelerin maruz kalma durumu Metaverse ortamında gerçek dünyadaki gibi okuryazarlık biçimiyle çözümlenebilecek bir durum değildir. Fiziken ve duyularla destekli bir (tabiri caizse rüya) ortamında hangi gerçek hangi sahtelik nasıl sınıflandırılır veya birey buna nasıl karşı koyucu çözümlemeler üretir? Buna dair çalışmaların yapılması toplumsal fayda için zorunluluktur. İletişim çağında iletişimin kiminle, nasıl, nerede ve ne biçimde sağlandığı başlıkları gerçeklik ayrımında temel hususlardan birkaçı olarak değerlendirilmelidir. Bireyin içinde bulunduğu durumu ve koşulları sağlıklı biçimde değerlendirmesi gerçeklik algısında, çözümleme yapabilme yeteneğine kadar tüm süreci etkilemektedir. Hakikatin ne olduğunun ve neler içerdiğinin alt başlıklarla izah edilmesi tüm bu nedenleri anlamak için temel oluşturma gayretidir. Hakikat ve gerçek ötesi ayrımı yeni dönemde bireyin sağlıklı iletişim kurabilmesi ve çözümleme yapabilmesi için "Duygu ve Bilinç Okuryazarlığı" kavramına da tanımsal bir katkı sağlamaktadır. Yapılan çalışma neticesinde yeni iletişim teknolojilerinin gelişiminin sonucu farklı dünya olan "Metaverse evrenlerinin" post-truth kavramının hareket alanını genişlettiği ve güçlendirdiği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla Metaverse evrenleri ve post-truth olgusu arasında gerçekliğin yeniden tartışılması ve bireye güçlü önermeler yapılması zaruridir. Son olarak çalışma neticesinde bu iki kavramın etkileşim durumlarının sınıflandırılması ve yeniden izahı yapılmıştır. Böylelikle hem yeni iletişim mecralarının yerinin epistemolojik açıdan hem de post-truth kavramı ontolojik açıdan yeniden değerlendirilmiş ve gelecek perspektifli bir önerme yapılmıştır. Çalışmanın bu yönüyle alana katkı sağlaması beklenmektedir.

Kaynaklar

Appel, G.; Grewal, L.; Hadi, R.; Stephen, A.T. (2020). The future of social media in marketing. *J. Acad. Mark. Sci*. 48, 79–95.

Aydın, A. F. (2020). Post-Truth dönemde Metaverse evrenlerinde dezenformasyon: Covid-19 Yeni Koronavirüs Pandemi Süreci. *Asya Studies*, 19 (12), 76–90.

Baç, M. (2020). Hakikatin savuşturulması, ötelenmesi ve geri dönüşü üzerine, *Pasajlar Dergisi: Post-Truth Çağı*, (2)4, 17-34.

Carr, C. T.; Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic journal of communication*, 23(1), 46-65.

Corner, J. (2017). "Fake news, post-truth and media–political change." *Media, Culture & Society*, 1100-1107.

Coyne, S. M.; Stockdale, L.; Summers, (2019). K. Problematic cell phone use, depression, anxiety, and self-regulation: Evidence from a three-year longitudinal study from adolescence to emerging adulthood. *Comput. Hum. Behav*., 96, 78–84.

Çağlak, E. (2019). Medyada algı yönetimi aracılığıyla kamuoyu oluşturulması: 1915 Avusturalyasında Broken Hill olayı üzerinden savaş söylemi çözümlemesi. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21, Ek Sayı, 109-125. DOI: 10.26468/trakyasobed.424502

Davies, W. (2016). *The age of post-truth politics*. The New York Times.

Dolanbay, H. (2019). A disciplined approach: The relationship between media literacy and social studies. Yildiz, M.N., Fazal, M., Ahn, M., Feirsen, R., Özdemir, S., (Eds.). In *Handbook of Research on Media Literacy Research and Applications across Disciplines.* (pp. 50–64). IGI Global.

Erçetin, Ş. Ş.; Menteşe, M. (2012). What is happening to students on social media? *Humanity&Social Sciences Journal*, 7(2), 104–109.

Fussey, P.; Roth, S. (2020). Digitizing Sociology: Continuity and Change in the Internet Era. *Sociology*, *54*(4), 659–674.

Glăveanu, V. P. (2017). Psychology in the post-truth era. *Europe's Journal of Psychology*, *13*(3), 375–377. https://doi.org/10.5964/ejop.v13i3.1509

Gooch, A. (2017). In pursuit of the truth. UNO Magazine. https://www.uno- magazine.com/number-27/in-pursuit-of-the-truth/

Güven, A. (2020). Hakikatin yitimi olarak Post-truth: Bir kavramsallaştırma denemesi. İnsan *ve* İnsan *Dergisi*, 7(23), 20–36.

Holonext. (2022, Şubat 2). Karma Gerçeklik / Mixed Reality Nedir? https://holonext.com/tr/karma-gercelik-nedir/

Hülür, G.; Macdonald, B. (2020). Rethinking social relationships in old age: Digitalization and the social lives of older adults. *Am. Psychol.*, 75, 554–566.

İsi, Hasan. (2015). "Gerçek" Ve "Hakikat" Sözcükleri Üzerine Felsefi ve Dilbilimsel İnceleme. *Journal of International Social Research*, *8*(41).

Jackson, Taylor; J., Matthews, S. (2020). The Influence of Traits Associated with Autism Spectrum Disorder (ASD) on the Detection of Fake News. In, HCI International 2020 – Late Breaking Papers: Interaction, Knowledge and Social Media. HCII 2020. *Lecture Notes in Computer Science*, Vol 12427. Springer, Cham.

Jaques, C., Islar, M., & Lord, G. (2019). Post-Truth: Hegemony on social media and implications for sustainability communication. *Sustainability*, 11(7), 2120.

Jost, J. T., Barbera, P., Bonneau, R., Langer, M., Metzger, M., Nagler, J., Tucker, J. A. (2018). How social media facilitates political protest: Information, motivation, and social networks. *Political Psychology*, *39*(11), 85–118. https://doi.org/10.1111/pops.12478

Kaluarachchi, C.;Warren, M.; Jiang, F. (2020). Responsible use of technology to combat Cyberbullying among adolescents. *Australas. J. Inf. Syst.*, 24, 1–17.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.

Keyes, R. (2017*). Hakikat sonrası* çağ. M. B. Albayrak (Ed.); D. Özçetin (Trans.). Tudem Yayın Grubu.

Ku, K.Y.; Kong, Q.; Song, Y.; Deng, L.; Kang, Y.; Hu, A. (2019). What predicts adolescents' critical thinking about real-life news? The roles of social media news consumption and news media literacy. *Think Skills Creativity*. 33, 100570.

Kutlu, M. (2020). Twitter hesaplarının post-truth içeriklerle İslamofobi aracına dönüştürülmesi: Geert Wilders örneği. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 3(2).

Manca, S.; Bocconi, S.; Gleason, B. (2020). Think globally, act locally: A glocal approach to the development of social media literacy. *Comput. Educ.* 160, 104025.

Myers, D. (2019). Psychological science meets a gullible post-truth world. In J. P. Forgas & R. Baumeister (Eds.), *The social psychology of gullibility: Fake news, conspiracy theories and irrational beliefs* (pp. 77–100). Routledge.

McIntyre, L. (2018). *Post-truth*. The MIT Press.

Norris, A., & Elkins, J. (Eds.). (2012). Truth and Democracy. University of Pennsylvania Press. pp.352 (cloth), ISBN: 978-0812243796.

Oxford Languages. (2020, December 22). Oxford Word of the Year 2016 |. https:// languages.oup.com/word-of-the-year/2016/

Postmes, T.; Brunsting, S. (2002). Collective action in the age of the Internet: Mass communication and online mobilization. *Social Science Computer Review*, *20*(3), 290–301. h ttps://d oi.org/10.1177% 2F089443930202000306

Postman, N. (2012). *Televizyon: Öldüren eğlence*. O. Akınhay (Çev.). Ayrıntı Yayınları.

Pew Research Center. (2022 Haziran 30). The Metaverse in 2040. https://www.pewresearch.org/internet/2022/06/30/the-Metaverse-in-2040/

Plettenberg, N.; Nakayama, J.; Belavadi, P.; Halbach, P.; Burbach, L.; Calero Valdez, A.; Ziefle, M. [User behavior and awareness of filter bubbles in social media]. In Proceedings of the Digital Human Modeling and Applications in Health, Safety, Ergonomics and Risk Management. Human Communication, Organization, and Work, Denmark, 19 July 2020.

Raptis, B. K. (2020). Böyle söylerdi Nietzsche: Nihilizm, Post-Truth ve benzerleri, *Pasajlar Dergisi: Post-Truth Çağı*, (2):4, 57-71.

Şahin, Ö. D. (2018). Hakikat ötesi (Post-truth) dönemde doğrulama platformları: Teyit.org örneği. [Dönüşen Dünyada Iletişimin Rolü] Uluslararası Sempozyum, 151– 162.

Söğüt, Y. (2019). Yeni Hayat Önerisi Bağlamında Kimlik İnşası ve Medya. Y. Söğüt (ed.) içinde *Kavramdan Pratiğe Kimlik İnşası* (ss. 135-147). Sonçağ Akademi.

Şirin, S. R. (2017). *Bir Türkiye hayali*. A. Güneş (ed.). Doğan Kitap.

Sismondo, S. (2017). Post-truth?. *Social studies of science*, 47(1), 3-6.

Oxford Languages. (2020, December 22). Oxford Word of the Year 2016. https:// languages.oup.com/word-of-the-year/2016/

TDK. (2022 December 24). Türk Dil Kurumu Sözlüğü. https://sozluk.gov.tr/.

Terzi, A. (2020). Post-truth kavramı ve türkçe karşılıkları üzerine. *Türk Dili*, 69(820), 80–86.

Torre G. L. (2022). Fake news, post-truth, and journalism: weaknesses and strategies in 2018 Brazilian elections. J.C. Correıa, P. Jerónımo, Inês A. (Eds.). In *Dısınformatıon Studıes Perspectıves From An Emergıng Fıeld*. (pp.115-150). LabCom Books. Isbn. 978-989-654-863-6

Userspot (2022 October 25). 10 Popüler Metaverse evreni. https://www.userspots.com/liste/populer-Metaverse-platformlari

Wardle, C. (2017). Fake News. It's Complicated. Retrieved from https:// medium. com/1st-draft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79

Wang, X.; Wang, W.; Qiao, Y.; Gao, L.; Yang, J.; Wang, P. (2020). Parental phubbing and adolescents' cyberbullying perpetration: A moderated mediation model of moral disengagement and online disinhibition. *J. Interpers Violence*. 1–23.

Waisbord, S. (2018). "Truth is what happens to news: On journalism, fake news, and post-truth." *Journalism studies* 19.13: 1866-1878.

Waisman, I.; Hidalgo, E.; Rossi, M.L. (2018). Screen use among young children in a city in Argentina. *Arch. Argent. Pediatr*.116,186–195.

Website rating. (2022 December 01). 100+ internet statistics and facts for 2022. https://www.websiterating.com/research/internet-statistics-facts/

Webtekno. (2022 Şubat 18). Modern Metaverse Çağını Başlatan Horizon Worlds'ünKullanıcı Sayısı Açıklandı: 3 Ayda 10 Kat Artış Yaşandı!. https://www.webtekno.com/meta-horizon-worlds-kullanici-sayisi-aciklandi-h120869.html

Yerlikaya, T.; Aslan, S. T. (2020). Social Media and Fake News in the Post-Truth Era. *Insight Turkey*, 22(2), 177-196.

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.

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

Zhiyao Z., (2022). *Post-Truth/ The Loss Of Objectivity, Thesis Historical, and Contextual Framework*. School of Design, Pratt Institute.