

İNFODEMİNİN GÖRSEL ÜRETİMİ ÜZERİNE ELEŞTİREL BİR OKUMA

Haldun NARMANLIOĞLU¹, Azime Ayşenur ÇELİMLİ²

¹Marmara Üniversitesi, Doç. Dr. (Türkiye)

hmarmanli@hotmail.com

²İstanbul Aydın Üniversitesi, Arş. Gör. (Türkiye)

azimeaysenurcelimli@aydin.edu.tr

Öz

İletişim teknolojileri ile enformasyon ve bilgi arasındaki sorunlu ilişki akademinin önemli tartışma konuları arasında yer almaktadır. Enformasyon bombardımanı, dezenformasyon, misenformasyon gibi kavramlar iletişim araçlarıyla yayılan yanlış, çarpıtılmış, bozuk enformasyona gönderme yapmaktadır. Sağlıksız enformasyon ve bilgi, sağlıklı bir kamuoyunun oluşumu önündeki en büyük engel olarak görülmektedir. Bütün dünyayı etkileyen Covid-19 salgınında da iletişim araçları ile bilgi arasındaki ilişki tekrar gündeme gelmiştir. “Yanlış, çarpıtılmış enformasyon epidemisi / pandemisi” olarak tanımlanabilecek “infodemi” farklı iletişim araçları yoluyla Covid-19 pandemisi hakkında kamuoyuna akan gerçekten uzak enformasyonu tanımlamaktadır. Öte yandan günümüzde görsel imajlar enformasyonun yayılmasında ve anlam üretiminde en önemli kaynak haline gelmiştir. Dijitalleşmeyle birlikte günlük hayatımız her zamankinden fazla yapay görsellerle sarmalanmış imaj dolu kültürle şekillenmektedir. Bu çalışmanın merakı “infodemi görsel imajlar yoluyla nasıl üretilmektedir?” sorusuna dayanmaktadır. Bu amaçla önemli sosyal paylaşım sitelerinden Twitter araştırma evreni olarak seçilmiştir. Çalışmada Türkiye’de Covid 19 aşısı hakkında yayılan infodeminin Twitter’da görsel yolla nasıl üretildiği içerik analiziyle çözümlenmiştir. Çözümleme için Douglas Kellner tarafından önerilen eleştirel görsel okuryazarlık yöntemi benimsenmiştir. Kellner’in önerisi doğrultusunda her kategorinin politik, ideolojik, dini vb. anlam yükleri yorumlanmaya çalışılmıştır.

Anahtar kelimeler: Infodemi, Görsel İmaj, Eleştirel Görsel Okuryazarlık, Instagram, Covid 19

Abstract

The problematic relationship between communication technologies and information and knowledge is among the important discussion topics of the academy. Concepts such as information bombardment, disinformation, and misinformation refer to incorrect, distorted, and corrupt information disseminated by means of communication. Unhealthy information and knowledge are seen as the biggest obstacle to the formation of a healthy public opinion. In the Covid 19 epidemic, which affects the whole world, the relationship between communication tools and information has come to the fore again. An “infodemic”, which can be defined as “false, distorted information epidemic / pandemic”, describes the truly distant information flowing to the public about the Covid 19 pandemic through different communication tools. On the other hand, today visual images have become the most important source in the dissemination of information and the production of meaning. With digitalization, our daily life is shaped by an image-filled culture surrounded by artificial visuals more than ever before. The curiosity of this work is “How is infodemic produced through visual images?” It is based on the question. For this purpose, Twitter has been chosen as the research universe of important social networking sites. In the study, how the infodemia spread about Covid 19 vaccine in Turkey was produced visually on Twitter was analyzed with content analysis. The critical visual literacy method proposed by Douglas Kellner was adopted for analysis. In line with the suggestion of Kellner, the political, ideological, religious and so on the semantic load has been tried to be interpreted.

Keywords: Infodemia, Visual Image, Critical Visual Literacy, Instagram, Covid 19

Giriş

Covid pandemisinin ilk olarak dünya kamuoyuna yansması 2019 yılının sonlarında Çin Ulusal Sağlık Komisyonu tarafından Wuhan kentinde kaynağı belli olmayan çeşitli zatürre vakaları yaşandığı bilgisini açıklamasıyla gerçekleşti (Wang vd, 2020). İlk belirtilerin yeni tip konoravirüsü işaret ettiği bilimsel tespitlerin ardından birkaç ay içerisinde Covid-19 adı verilen salgın hastalık 50’den fazla ülkeye yayılmıştı.

Tıp tarihinde ilk kez karşılaşılan bir virüse karşı alınacak önlemler küresel olarak tartışılmaya başlandı. Gerek bilim insanları gerek politik güçler tarafından salgına karşı verilecek klasik cevaplar ile yeni türe karşı geliştirilecek sofistike yöntemler hakkındaki görüşler yine küresel ölçekte medyanın en önemli konusu haline geldi. Tam da bu dönemde virüsün yaratmış olduğu tehlikelerin yanında bir başka tehlike hem tıp dünyasında hem de iletişim çalışmalarında sıklıkla dile getirilmeye başlandı: İnfodemi.

“Yanlış, çarpıtılmış enformasyon epidemisi / pandemisi” olarak tanımlanabilecek “infodemi” farklı iletişim araçları yoluyla Covid-19 pandemisi hakkında kamuoyuna akan gerçekten uzak enformasyonu tanımlamaktadır. Salgının çözümüne yönelik alınan tedbirleri kimi zaman baltalayan ve mücadeleyi daha sıkıntılı bir hale getiren (WHO, 2018) infodemi iletişim araçlarının küresel irtibatı sayesinde belki virüsün kendisinden daha hızlı bir biçimde yayılmaya başladı.

Pandemi ile mücadele etmesi gereken yetkililerin önünde yeni bir mücadele alanı olarak özellikle sosyal medyada herhangi bir sınıra takılmadan dolaşıma giren yanlış / çarpıtılmış bilgiler ortaya çıkmaktaydı. Virüs, salgının boyutu, ölüm oranları, tedavi yöntemleri gibi konularda bilimsel olmayan enformasyona dayalı içeriklerin yanında küresel güçler, gizli örgütler, dünyayı ele geçirmeye çalışan karanlık odaklar gibi birçok komplo teorisi pandemi döneminde iletişim ortamında yaygınlaşmaya başladı.

Bu süreçte infodemi ile mücadele hiç kuşkusuz yalnız karar verici alan olarak politikanın dışında özellikle akademi tarafından da üstlenildi. Kısa sürede yapılan birçok araştırma infodeminin zararlarını ortaya koyma, bozulmuş, çarpıtılmış, yalan bilgilerin yayılma hızını ortaya koyma gibi konulara odaklandı.

İnfodeminin yaygınlığı ve tehlikesini göstermek için Solomon ve arkadaşları tarafından yapılan bir çalışma oldukça çarpıcı sonuçlar barındırmaktadır. Çalışmaya göre pandemi ile birlikte hızla yayılan infodemi yalnız sıradan insanların özellikle sosyal medya paylaşımlarında değil birçok bilimsel akademik yayında bile göze çarpmaktadır (Solomon vd. 2020).

Brainard ve Hunter tarafından farklı salgın hastalıklar üzerinde bir modellemeye dayalı yapılan çalışmada ise çevrimiçi ortamda dolaşımdaki zarar veren bilgi ve yanlış tedavi tavsiyelerinin azalması ile salgınların şiddetinde azalma arasında güçlü ilişki tespit edilmiştir (Brainard ve Hunter, 2019). Yapılan çalışmaların ve özellikle Dünya Sağlık Örgütü’nün infodemi ile mücadele çağrılarının ortak noktası yanlış bilgi salgınıyla risk iletişim yoluyla mücadele edilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Risk iletişimi halkın bilmek istediği bilgi ile uzmanların halkın ne bilmesi gerektiği konusundaki boşluğu doldurmayı ve bu yolla pandeminin etkilerini minimuma indirmeyi hedefleyen bir strateji olarak tanımlanabilir (WHO 2016, Abdelwhab ve Hafez, 2011).

İnfodemiye karşı geliştirilecek iletişim stratejilerinin ilk basamağında mevcut infodemi koşullarının betimlenmesi diğer bir anlatımla infodemi nedeniyle ortaya çıkan durumun fotoğrafının çekilmesi gerekmektedir. İnfodeminin kaynakları nelerdir, infodemiye oluşturan temalar, konular hangileridir, infodemi içerikleri iletişim kanallarında hangi metinlerle yer almaktadır (yazı, video, ses, grafik, resim vb.) gibi tespitler, infodemi ile mücadele için geliştirilecek stratejilere önemli kaynak taban sağlayacaktır.

Bu çalışmanın ana amacı da durumun betimlenmesi, infodeminin sosyal medyada yer alan biçimlerinden görsel malzemelerin neler olduğunun ve hangi konu / temalar çerçevesinde üretildiğinin tespit edilmesi oluşturmaktadır. Çalışmanın ana sorusu “infodemi görsel imajlar yoluyla nasıl üretilmektedir?” şeklinde ifade edilebilir. Twitter araştırma evreni olarak seçilmiştir. Çalışmada Türkiye’de Covid-19 aşısı hakkında yayılan infodeminin Twitter’da görsel yolla nasıl üretildiği içerik analiziyle çözümlenmiştir. Çözümleme için Douglas Kellner tarafından önerilen eleştirel görsel okuryazarlık yöntemi benimsenmiştir. Kellner’in önerisi doğrultusunda her kategorinin politik, ideolojik, dini vb. anlam yükleri yorumlanmaya çalışılmıştır.

Kavramsal Çerçeve

Toplumda misenformasyonun artışı rasyonel karar verme süreçlerini doğrudan etkilemektedir. Dedikoduların ve şehir efsanelerinin gerçek gibi kabul edilmesi, kurgusal enformasyonun doğrularla yer değiştirmesi toplumun

gerçek ve doğru bilgiye erişmesi önündeki en önemli sorunlar arasında gösterilebilir. Yanlış veya çarpıtılmış bilginin kaynağı günümüzde oldukça çeşitlilik göstermektedir. Ana akım medyadan, çeşitli çıkar gruplarının belirli amaçlar doğrultusunda ürettiği bilgiye, devletlerden sosyal medyadaki bireysel üretimlere kadar yanlış ve çarpıtılmış bilgiye rastlanmaktadır. Özellikle internetin yükselişi ve kullanıcı yönelimli sosyal medya mecralarının kullanımının artmasıyla yanlış bilginin yayılmasında neredeyse rasyonel bir engel kalmamıştır.

Elbette dezenformasyon yeni bir kavram değildir. Sahte belgeler, kasıtlı olarak düzenlenmiş fotoğraflar, aldatıcı reklamlar, haritalar ve hükümet propagandaları yıllardır iletişim ortamında varlığını sürdürmektedir. Standart sözlük tanımı ile dezenformasyon “kasıtlı olarak yanıltıcı bilginin alenen veya bir hükümet veya özellikle bir istihbarat teşkilatı tarafından duyurulmasıdır. “ (American Heritage Dictionary of the English Language, 2006)

Dezenformasyon genellikle yazılı veya sözlü bilgidir. Fakat diğer yanlış bilgi türleri (örneğin, üzerinde oynanmış fotoğraflar) dezenformasyon da olabilir. İnsanlar tıpkı politik taraftarlıkta olduğu gibi dezenformasyon yoluyla objektif gerçekler karşısında bile dramatik bir biçimde bölünebilmektedir (Alesina vd. 2018).

Hakikat-ötesi olarak adlandırılan çağda araştırmaya ve olgulara dayanan gazetecilik yerini kişisel inanış ve kanaatlerin ağır bastığı bir medya ortamına bırakmıştır. “Sahte haber” kavramı, geniş çapta dezenformasyon ve yanıltıcı haberlerin medyada ve çevrimiçinde yayılması olarak tanımlanmaktadır (Allcott & Gentzkow, 2017). “Sahte haberler” tartışmalı bir terimdir, ancak genellikle çevrimiçi ortamda ve konvansiyonel medyada dolaşan çok çeşitli dezenformasyon ve yanlış bilgilere (misenformasyon) atıfta bulunur.

Haberler, ironik bir şekilde terimin kendisini bir dezenformasyon biçimi haline getirmektedir. Konunun nasıl etiketlendiğine bakılmaksızın, yanlış veya yanıltıcı bilgilerin yayılması, kamuoyunun haber tüketimi üzerinde gerçek ve olumsuz etkilere neden olmaktadır. Yanlış bilgi çürütüldüğünde bile, insanların tutumlarını şekillendirmeye devam edebilmektedir.

Akademik açıdan bakıldığında son yıllarda misenformasyon konusunda çeşitli araştırmalar yürütüldüğü görülmektedir. Bilişsel psikoloji, siyaset bilimi, eğitim, bilgisayar bilimleri ve nihayet iletişim araştırmaları giderek artan bir ilgiyle misenformasyonu, kaynaklarını, yayılma hızını, üretim motivasyonlarını, etkilerini anlamaya çalışmaktadır.

Misenformasyona dayalı yanlış eğilimler bir süre sonra cehalet olarak adlandırılabilir çok güçlü inanışlara dönüşebilmektedir. Örneğin iklim değişikliği konusundaki bilimsel bulguları reddeden insanlar toplumda en doğru bilgiye kendilerinin sahip olduğunu düşünebilmektedir (Cook vd. 2015:2). Daha kötü bir çıkarımla denilebilir ki misenformasyon düzeltilmeye karşı bağımsızlığa sahiptir. Bu bağımsızlığın nedeni yanlış bilginin özellikle sosyal medya yoluyla bir kez kayıt altına alınıp dolaşıma devam etmesinde yatmaktadır. Yanlış bilgi uzmanlar, ilgililer ve bilim insanları tarafından düzeltilse bile eski çarpık bilgiler siber uzamda yol almaya devam etmektedir. Bu yönüyle bakıldığında yeni medyanın misenformasyonun yayılması konusunda konvansiyonel medya ile kıyaslanamayacak bir gücü bulunmaktadır. Bu nedenle, var olan yanlış bilgi türlerini ayırtmak ve bunların yaratılması ve yayılması için motivasyonları araştırmak önemlidir (Marwick & Lewis, 2017).

Misenformasyon yalnızca enformasyonun kıt olduğu toplumlarda değil aksine yeni iletişim ve enformasyon teknolojilerinin kullanıldığı iyi enforme edilmiş toplumlarda da etkide bulunmaktadır (Cook vd. 2015:2). Farklı bilim disiplinleri içerisinde yapılan araştırmalardan ziyade bu çalışmanın konusu olan pandemi açısından bakıldığında misenformasyonun veya dezenformasyonun anti-bilim inanışlarına ve kampanyalarına kaynaklık ettiği görülmektedir. Bilim camiası tarafından üzerinde uzlaşmaya varılmış, uzun bilimsel araştırmalar sonucu ulaşılmış birçok gerçek, hiçbir rasyonelitesi olmayan dedikoduların veya dezenformatif bilginin yaygınlaşmasıyla kolaylıkla reddedilebilmektedir. Toplumsal kabuller dezenformasyon yoluyla yayılmış bilgilere dayanmaya başlamıştır.

Bilimsel konsensüs ile toplum üyeleri arasındaki bağın kopması örneğin dünyanın şeklinin yuvarlak olmadığından aşuların güvensiz olmasına kadar bir dizi yanlış bilginin sosyal olarak yerleşmesine neden olmaktadır. Geçmişte HIV virüsünün ortaya çıktığı ilk dönemlerde dedikodu, komplo teorileri ve konvansiyonel medya yoluyla oluşmuş yanlış bilgiler hala hastalığın görüldüğü bölgelerde geçerliliğini korumaktadır (Mian and Khan, 2020:1).

Yanlış bilgilere dayalı kanaatler hem birey hem toplum sağlığı açısından çok kötü sonuçlar doğurabilmektedir. Yanlış bilgilendirilmiş insanlar hem kendileri hem ailelerini sağlık açısından zora sokacak kararlar alabilmektedir. Örneğin, internet ortamında aşı karşıtlığı üzerine hazırlanmış bir site ailelerin çocuklarını aşılatmalarını engelleyebilmektedir. Böyle yanlış bilgiye dayalı kararlar aşıyla önlenemeyen hastalıkların toplum içerisinde

yayılmasını kolaylaştırmaktadır. Hastaneye yatış oranları, ölüm vakaları, büyük miktarda maddi kayıplar bu tür yanlış kararlardan kaynaklanabilmektedir (Lewandowsky vd. 2012).

Günümüz Covid pandemisi insanların hastalık hakkında bilgi sahibi olmak için yeni iletişim teknolojilerini ve özellikle sosyal medyayı büyük ölçekte kullandığı tarihteki ilk salgındır. Aynı zamanda, bağlı kalmaya ve bilgilenmeye güvendiğimiz teknoloji, küresel tepkiyi baltalamaya devam eden ve pandemiyi kontrol altına almak için önlemleri tehlikeye atan bir infodemiye de mümkün kılmaktadır.

Dünya Sağlık Örgütü'nün "İnfodemi" (Infodemic) olarak tanımladığı ve mücadele için seferber olduğu bu yanlış bilgi salgını, hastalıkla ilgili korunma, tedavi ve etkileri konusunda yanlış bilgilerin yayılmasına ve virüsle birlikte insan hayatının ikinci bir tehditle karşı karşıya kalmasına neden olmuştur. (who.int, 2020)

Bir infodemi, hem çevrimiçi hem de çevrimdışı olarak aşırı bilgi bolluğu olarak da tanımlanabilir. Halk sağlığı tepkisini zayıflatmak ve grupların veya bireylerin alternatif gündemlerini geliştirmek için kasıtlı olarak yanlış bilgi yayma girişimlerini de içermektedir. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ), "alkolün Korona virüsü yendiği", "hastalığın planlı bir deney olduğu", "virüsün laboratuvarında üretildiği" gibi iddia ve komplo teorilerinin yaygınlık kazanması üzerine, bu tür bilgileri "İnfodemi" kavramıyla tanımlayarak yeni çalışmalar başlatmış, "İnfodemioloji" konferansları düzenlemiştir. (who.int, 2020)

Görsel Anlam Üretimi

İletişimin bilgisayarla aracılanması önceki konvansiyonel medya döneminde yalnız alıcı olan insanların sosyal ve politik süreçlerle ilgili tepkilerini ifade etme yollarını çeşitlendirmiştir. İnternet sosyal ve politik ilgilerin hiç olmadığı kadar hızlı şekilde yerel ağları aşarak küresel çapta yayılmasına kaynaklık etmektedir. Yeni ortamdaki kullanıcıların aynı anda içerik üreticisi olması, istedikleri içeriği İnternetle birbirine bağlanmış değişik sosyal ağlarda dolaşıma sokması her türden bilginin / enformasyonun hiçbir bariyere takılmadan dolaşıma girmesine neden olmaktadır.

Yeni medyanın sosyolojisinde önemli bir yer tutan Castells'e (2012:21) göre internet sıradan insanlara profesyonel medya egemenliğindeki anlam üretme süreçlerinin dışında öz iletişim fırsatı sağlamaktadır. Mesajı oluşturan sıradan insanların mesaj üretimine özerk olarak karar vermesi öz iletişim olarak değerlendirilebilir. Yine Castells'e göre (2012:20-22) günümüzde simgesel inşalar büyük oranda yeni iletişim ortamında üretilen, formatlanan ve dolaşıma sokulan iletilere dayanmaktadır.

Sıradan insanların oluşturduğu öz iletişim ortamı sosyal aktörler olarak bireylerin her türden yerleşik kurumlar karşısında özerkliğini inşa ettiği bir platformun adıdır. Tarihi olarak bugüne kadar deneyimlenmemiş bu platform sayesinde insanlar kendi anlamlarını hızlı, ucuz ve kolayca yaratmaktadır. Daha ötesi üretilen anlamlar herhangi bir sınırı bulunmayan coğrafyasız siber uzamda dolaşıma sokulmaktadır.

Diğer yandan günümüzde özellikle yeni medya araçlarının artan imkanlarıyla her türlü anlam üretiminde görsel imajların yaygınlığı artmaktadır. Konvansiyonel medyada sinema ve televizyonun başını çektiği görsel imaj üretimi günümüz dijital dünyasıyla perçinlenmiş, görsel kültür hayatımızın her alanına dokunur hale gelmiştir. Günümüz iletişim tarihi açısından bakıldığında her zamankinden fazla görsellerle sarmalanmış bir kültür ortamının adı olmuştur. İnternet yoluyla üretim gücüne ulaşın sıradan insanlar yalnız yazılı dil yardımıyla değil, kullandıkları görsel imajlar yoluyla da anlam üreterek iletişim ortamında düşüncelerini, tavırlarını dile getirebilmektedir. Fotoğraf, resim ve karikatür gibi klasik görsel malzemelerin yanında "mem", "infografik", "caps" gibi İnternet ortamında beliren yeni görsel türler anlam üretimi ve düşünce ifadesi açısından önemli araçlar olarak belirmektedir.

Görsel anlam üretiminde İnternet ortamının sosyal paylaşım mecraları ağırlıklı bir yer işgal etmektedir. Twitter yazılı dilsel anlam üretiminin dışında sıradan insanlara görsel imajlar yoluyla da anlam üretimi ve paylaşımı imkanı tanımaktadır. Görsel imajlara dayalı mesajların sınırsız bir şekilde aktığı Twitter bu yönüyle sıradan insanların anlam üretimlerinin anlaşılması açısından önemli kaynak haline gelmiştir.

Yöntem

Araştırmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analiziyle elde edilen verilen Douglas Kellner (2002) tarafından önerilen görsel eleştirel okuryazarlık perspektifiyle yorumlanmaya çalışılmıştır.

Çalışma için Twitter'da 06.01.2021 – 16.01.2021 tarihleri arasında #aşıolmayacağım ve #aşıyahayir hashtagleri

altında paylaşılan görseller ayrıntılı arama seçeneği kullanılarak incelenmiştir. Çalışma için bu tarih aralığının seçilmesinin nedeni Türkiye’ye ilk Covid-19 aşısının bu dönemde gelmesidir. Sağlık Bakanlığı tarafından yine bu tarih aralığında (13.01.2021) Çin’den getirilen Coronavac aşısına acil kullanım onayı verilmiştir.

Araştırma için söz konusu iki hastagin seçilme nedeni yapılan taramada en çok kullanılan ifadeler olarak ön plana çıkmasıdır. #çipliaşı, #asibiosilah gibi hastaglere söz konusu dönemde rastlanmamış, #pandemityatrosu, #maskeyehayir, #covidyalani gibi pandemi süreciyle ilgili ancak doğrudan aşı ile ilgili olmayan hastagler ile arama yapılmamıştır. Bunun yanında aramaya dahil edilmeyen ve yukarıda belirtilen hastagler ile benzerlerinin aramaya dahil edilen #aşıolmayacağım ve #aşıyahayir hastagleri ile çoğu zaman birlikte kullanıldığı görülmüştür. Diğer yandan araştırma kapsamında birçok görselin, aşı karşıtlığını ve infodemiye eleştirmek için de benzer hastagler ile paylaşıldığı görülmüştür. Bu tür paylaşımlar da araştırma kapsamı dışında tutulmuştur. Çalışmada Twitter’da bulunan fotoğraf sekmesi tercih edilmiş, video sekmesi çalışma dışında bırakılmıştır.

Çalışmada kullanıcıların öncelikle hangi tür görsel imajlar yoluyla anlam üretmeyi tercih ettiği sorusuna odaklanılmıştır.

Çünkü Kellner’e (2002:82) göre günümüz kültürü özellikle yapay görsellerle sarmalanmış haldedir. Çoklu medya görsel imajları kültürde merkezi bir konuma yükselmiştir. Salt “anı” donduran fotoğraf yerine artık dijital ortamda, hem teknolojik araçların (bilgisayar tabanlı iletişim araçları) hem de sosyal medya mecralarının sağladığı yeni imkanlarla yapay görsel üretimi çok kolay hale gelmektedir. Ham görsel malzemenin değişik teknolojiler yardımıyla yeniden üretilmesi konvansiyonel dönemde profesyonel bir çabayı gerektirmekteyken günümüzde sıradan medya kullanıcılarının sıradan bir işlemine dönüşmüştür. Ham görüntüler üzerinden anlam üretmeyle kıyaslandığında yapay görseller yoluyla istenilen anlamın daha kolay açığa çıkarılabileceği, vurgulamaların daha rahat yapılacağı aşikardır.

Bu nedenle yapılan taramada öncelikle 2 kategori belirlenmiştir: İşlenmemiş görsel, yapay görsel. Ham görsel kategorisi, kullanıcıların üzerinde herhangi bir işlem yapmadan paylaştıkları fotoğraf, resim gibi görsel içerikleri kapsamaktadır. Yapay görsel kategorisi ise kolaj, fotomontaj gibi tekniklerin yanında üzerlerine yazı, emoji gibi farklı içerikler eklenmiş görsellerden, karikatür ve çizimlerden oluşmaktadır. Son kategori ise bilgisayar tabanlı iletişim araçlarının son yıllarda izin verdiği, bir başka kullanıcıya ait dijital ortam görüntüsünün fotoğraflanarak kaydedildiği ve paylaşıldığı içeriklere gönderme yapmaktadır. Bu kategoride görsel içeriğin anlamının “üretimden” ziyade “paylaşım” yoluyla üretildiği varsayılmıştır.

Kellner (2002:84) önyargıların, ideolojilerin ve arzulanın etkinin görsel malzemeye gizlendiğini belirterek bunların açığa çıkarılmasına vurgu yapmaktadır. Yine görsel malzemeyle sunulan temsilin ardındaki anlayışın da açığa çıkarılması görsel eleştirel okuryazarlığın önemli bir amacı olarak ortaya çıkmaktadır. İmajların demokrasi, bireysel haklar gibi olumlu değerlere mi yoksa cinsiyetçilik ya da ırkçılık gibi olumsuz değerlere mi atıf yaptığının belirlenmesi önemli hale gelmektedir.

Çalışmada Kellner tarafından çerçevesi çizilen önyargıların, ideolojilerin, olumsuz değerlerin üretirken belirli kişiler, kurumlar ve yapıları gösteren ya da ima eden görsellerin kullanıldığı tespit edilmiştir. Bu nedenle söz konusu olumsuz değerlerin üretilirken hangi konuların temel alındığını belirlemek için ikinci bir kategorizasyon yapılmıştır: Bilim, politika, ekonomi ve din. Ardından bu kategorilerdeki ana temalar belirlenerek eleştirel görsel okuryazarlık çerçevesinde yorumlanmıştır.

Bulgular ve Tartışma

Çalışmada toplam 180 görsel paylaşım incelenmiştir. 19 paylaşım kullanılan hastaglere rağmen ilgisiz içeriklere sahip olduğundan kapsam dışı bırakılmıştır.

Birinci kategoride içeriklerin yalnız 13 tanesi üzerinde bir oynama ya da ekleme yapılmamış ham fotoğraflardan oluşmaktadır. Geriye kalan 148 paylaşım ise yapay görsel kategorisine uymaktadır. Bu da Kellner’in (2002:82) günümüz dijital kültürünün özellikle yapay görsellerle sarmalandığı tespitini doğrular niteliktedir. Gerçekten de infodemi çerçevesinde görsel içerik yoluyla üretilmeye çalışılan anlamlar için insanların ham görüntüler üzerinde oynamalar yaptıkları görülmektedir. Söz konusu oynamalar genellikle kullanılan ham görselin başka anlamlar çağrıştıracak şekilde farklı görsellerle kolajlanması, foto montajlanması şeklinde gerçekleşmektedir. Örneğin sağlıkla ilgili amblem ya da işaretlerin şeytan sembolleriyle birlikte montajlanması anlam üretiminde yapay görsel kullanımına basit bir örnek olarak gösterilebilir. Bunun yanında birçok görselin istenilen anlamı vermesi için çeşitli yazılar kullanılarak capslere ve memlere dönüştürüldüğü görülmüştür.

Çalışmanın ikinci aşamasında tespit edilen kategoriler ile sayısal verileri aşağıdaki gibidir:

Bilim: 110

Politika: 92

Din: 17

Ekonomi: 12

Bilim kategorisi güven ve güvensizlik temaları üzerine kurulmuştur. Bu kategoride öne çıkan temalar, “bilime ve bilim insanlarına güvenmeme” ve çoğunluğu kim oldukları belli olmayan sağlık çalışanları ve akademisyenlerden oluşan “güvenilir bilim insanları” şeklinde sıralanabilir.

Bilime ve bilim insanlarına güvensizlik teması genel olarak kısa sürede aşı bulunması şüpheli hatta kesin bir aldatmaca olarak gösteren içeriklerle işlenmiştir. Bu görsellerde farklı hastalıklar için geliştiren aşuların kaç yılda üretilbildiğini gösteren kaynağı belirsiz tablolar ve ekran görüntüleri kullanılmıştır. Örneğin Mustafa Kemal Atatürk’ün “Beni Türk hekimlerine emanet ediniz!” sözünün bulunduğu görseller paylaşılarak aşının yabancı ülkelerde bulunması şüpheyle yorumlanmıştır.

Özellikle BioNTech aşısını geliştiren Uğur Şahin ve Özlem Türeci’nin aşı olmadığıyla ilgili haberler bilim insanlarına güvenilmemesi gerektiği temasını işlemektedir.

Güvensizlik temasını besleyen en önemli paylaşımların kaynağı belirsiz haberler olduğu görülmüştür. Aşının ölümlere ya da ağır sağlık problemlerine neden olduğunu belirten kimliği bilinmeyen sağlık personellerine dayandırılan mesaj görüntüleri, çoğu yabancı dilde yazılmış yine kaynağı belirsiz haberler bu güvensizliğin rasyonel gerekçeleri olarak sunulmuştur.

Güvenilir bilim insanları üzerinden aşı karşıtlığı teması ise yine kaynağı bilinmeyen mesaj ve haber paylaşımlarına dayanmaktadır. Çoğunlukla kimliği bilinmeyen sağlık çalışanı ve akademisyene ait olduğu iddia edilen söz ve yorumlara ait görseller bu temayı beslemektedir.

Bu temayı besleyen görsel içeriklerin kimi zaman hiçbir irrasyonel bir gerekçe bile gösterilmeden paylaşıldığı görülmüştür. Örneğin aşılama hakkında “hurafelere kulak tıkamalıyız” şeklinde açıklama yapan bir sağlık personelinin televizyondan alınan ekran görüntüsü “doktor müsveddesi” yorumuyla paylaşılmıştır.

Politika kategorisindeki görsellerin içeriklerin temel olarak dört tema üzerine kurulduğu görülmüştür. Bu temalar “güvenilmez politikacılar”, “güvenilir politikacılar”, “güvenilmez yabancı ülkeler” ve “küresel politik sistem” olarak sıralanabilir.

Görsellerin öne çıkan birinci temasında genellikle politikacıların aşı olma resimleri kullanılarak politikacıların aslında aşı olmadıkları, halkı yanıltmak için “aşı olmuş gibi” basına poz verdikleri iddiası karşımıza çıkmaktadır. Bazı paylaşımlarda aşı gibi gösterilen şırıngaların içerisinde gerçekte su ya da insülin olduğu yazılmıştır.

Söz konusu yaklaşımı desteklemek için geçmişte yaşanan Çernobil nükleer sızıntı faciasının ardından bazı politikacıların Türkiye’de bir sorun olduğunu göstermek için basın karşısında su ya da çay içerken çekilmiş görüntüleri paylaşılmıştır. Söz konusu eski görüntüler aşı olan siyasetçilerin görüntüleriyle kolajlanarak anlam yaratılmıştır.

Güvenilir politikacılar yoluyla aşı olunmaması gerektiği temasını işleyen yalnız 4 örneğe rastlanılmıştır. Bu örneklerden biri Necmettin Erbakan’a atfedilen ve “dış güçlerin oyunları” konulu bir sözün aşılama kampanyasına uyarlanmasıdır. Diğer örnek Muammer Kaddafi’nin 2009 yılında Birleşmiş Milletlerde yaptığı iddia edilen bir konuşmanın günümüzdeki pandemiye işaret ettiğine yönelik bir görsel paylaşımıdır. Son 2 örnek ise İran ruhani lideri Ayetullah Hamaney’in aşı karşıtlığını gösteren açıklamalarıyla ilgili haberlerdir.

Güvenilmez yabancı ülkeler temasında ilk sırayı Çin almaktadır. Hem Covid-19 virüsünün ortaya çıktığı ilk yer hem de aşığı ilk geliştiren ülkelerden birinin Çin olması aşı karşıtlığı için rasyonel dayanak olarak sunulmuştur. Bunun yanında Çin’in Almanya’dan aşı aldığı şeklindeki haberlere dair ekran paylaşımları yine bu temanın dayanakları arasındadır. “Politik kötülük” de aşı karşıtlığı için bir mazeret olarak gösterilmiştir. Birçok görsel

içerikte Çin'in Doğu Türkistan politikası nedeniyle aşı olunmaması gerektiği belirtilmiştir.

Son tema olarak “küresel politik sistem” ile ilgili eleştiriler görsellerde ağırlıklı bir yer işgal etmektedir. Bu temayı destekleyen görsel içeriklerde uluslararası belirli bir kurum ya da örgüt ismi verilmeden veya bir tanımlama yapılmadan genellemeler yapıldığı görülmüştür. Söz konusu genellemeler daha çok “küreselciler” ve “küresel çete” vurgularıyla yapılmıştır.

Din araştırmada en az rastlanan ikinci kategoridir. Kategoride temel tema “helal/haram” vurgusudur. Görsellerde aşı üretiminde domuz ve maymunlardan yararlanıldığı bilgisi sıkça vurgulanmıştır. Domuz DNA'sının insana geçme riski gibi vurgular bu temayı beslemiştir. İki görselde de “dini karışıklık” temasının aşı karışıklığı için kullanıldığı görülmüştür. Bu görseller Papa'nın aşı kullanımı onay verdiği bilgisi paylaşılarak aşı karışıklığı rasyonelleştirilmeye çalışılmıştır.

Ekonomi kategorisi, bütün araştırmada en az örneğine rastlanılan kategoriyi oluşturmuştur. Bu kategorinin tek teması olarak karşımıza “ekonomik sömürü” vurgusu çıkmaktadır. Dünya zenginlerinin aşığı bir sömürü olarak kullandığı, ekonomik zenginliğe sahip aktörlerin dünyayı yönetebilmek için aşığı kullandıkları vurgusu ağırlıklı görülmektedir. Bu temanın cisimleşmiş tek aktörü olarak “Bill Gates” fotoğraflarının yine yapay görselleştirmeler içerisinde kullanıldığı görülmüştür.

Sonuç

Konvansiyonel medyada enformasyonun / bilginin tek yönlü bir şekilde aktarılması medya çalışmalarında önemli bir eleştiri noktası oluşturmaktadır. Merkezi, seçilmiş enformasyonun haber profesyonelleri tarafından ekonomik, siyasal vb amaçlar doğrultusunda çarpıtılabilmekte, propaganda için kullanılabilir. Dezenformasyon, misenformasyon, enformasyon bombardımanı gibi kavramlar konvansiyonel medya eleştirilerinde kullanılan kavram olarak belirmiştir.

Yeni medyanın eşitleştirici yapısı, enformasyonu / bilgiyi demokratikleştirici özellikleri iletişime imkân sağlayan özellikleri akademik ilgide her zaman konvansiyonel medya ile kıyaslandığında bir ümidi beslemiştir. Ancak konvansiyonel medya döneminin izleyicilerini / dinleyicilerini / okuyucularını kullanıcıya dönüştüren ve böylelikle merkezlessiz yatay iletişime imkan veren yeni medya ortamında da bozulmuş, çarpıtılmış bilginin sınırlara takılmadan aktığı görülmektedir.

Bütün dünyayı etkileyen Covid 19 pandemisi bir yılı aşkın süredir tıpkı konvansiyonel medyanın olduğu gibi İnternet tabanlı yeni iletişim ortamının da en önemli konuları arasına girmiştir. Dünya çapında üretilen enformasyon / bilgi küresel düzeyde akışa girdiğinde hem bozulmalara uğrayacak hem beraberinde bilinçli olarak bozulmuş, çarpıtılmış enformasyon / bilgiyi de yanında taşıyacaktır. Pandemiyle birlikte yaygınlaşan yanlış bilgi paylaşımı ve bu bilgilerin yeniden farklı yorumlar eklenerek paylaşılmasını tanımlamak için kullanılan infodemiye, konvansiyonel medyadan daha fazla yeni iletişim ortamında rastlanılmaktadır.

Virüs, pandemi, korunma yöntemleri hakkındaki rasyonellikten uzak çarpık bilgiler, hem bireysel olarak insan sağlığını tehlikeye atmakta hem de pandemiye karşı verilen küresel mücadeleyi engelleyici özellik göstermektedir. Maske kullanmayı reddetme, tedavi yöntemlerine, korunma kurallarına karşı çıkma gibi birçok tutum infodemi ile ilgili görülmektedir. Bunlardan en önemlisi de günümüzde pandemi karşısındaki en etkili korunma yöntemi olarak geliştirilen aşılar karşı tavrı sergileme olarak karşımıza çıkmaktadır.

Aşı karışıklığının infodemi içerisinde değerlendirildiği bu çalışmada, yeni medya ortamındaki görsellerde hangi anlamların üretildiğine odaklanılmıştır. Çünkü günümüzde dünya tarihinde hiç olmadığı kadar görsel imajlarla sarmalanmış bir görsel kültür içerisinde.

Çalışma öncelikle infodemi kavramına uygun olarak anlam üretiminde insanların rasyonellikten uzak bir tavrı sergiledikleri görülmüştür. Kullanıcılar açısından aşı karışıklığı politika, bilim, ekonomi ve din temaları çerçevesinde temellendirilmiştir. Ancak bütün temaların dokusunda hissedilen “yabancılar” ve “biz” çerçevesindeki millî kimlik hissidir. Gerek güvenilir politikacılar, güvenilir bilim insanları, gerek küresel sistem “bizden olmayan yabancılar olarak tanımlanmaktadır. Yabancılar olan güvensizlik bütün temaların dokusunda hissedilmektedir. Aşı etrafından dönen ekonomik sistem bize değil yabancılar yaramaktadır. Aşılar dini açıdan bize uygun değil, yabancılar uygundur.

Söz konusu karşıtlık üzerinden üretilen anlamlar yanında temalarda ağırlığı hissedilen diğer bir vurgu politik karşıtlıktır. Söz konusu anlayıştaki görsel anlam tasarımlarında genel olarak karşıt politik görüşteki insanların yerel politikacılar ve onların uygulamış olduğu sağlık politikaları üzerinden aşî karşıtlığı geliştirdikleri görülmüştür.

Tüm anlam üretimlerinde çoğu zaman bir rasyonel gerekçelendirilmeye ihtiyaç duyulmadığı görülmüştür. Rasyonel olarak gerekçelendirilmeye çalışılan anlam üretimleri için çoğu yukarıda belirtilen biz ve yabancılar dikotomisine dayanmaktadır. Sonuç olarak denilebilir ki aşî karşıtlığı için üretilen infodemi çerçevesindeki görsel anlamlar irrasyonelliğin rasyonelliği ile yüklüdür.

Kaynakça

- [1]Abdelwhab E. Hafez HM. (2011). “An overview of the epidemic of highly pathogenic H5N1 avian influenza virus in Egypt: Epidemiology and control challenges”. *Epidemiol Infect*, 139:647–57.
- [2]Alesina, A. Stefanie S., and Edoardo. (2018), “Intergenerational Mobility and Preferences for Redistribution,” *American Economic Review*, 108 (2), pp.521–554.
- [3]Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 . *Journal of Economic Perspectives*, 211-236.
- [4]American Heritage Dictionary of the English Language. (2006, 4). The Oxford English Dictionary.
- [5]Castells, M. (2012). İsyân ve Umut Ağları İnternet Çağında Toplumsal Hareketler, (E. Kılıç, Çev.), İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları
- [6]Cook, J., Ecker, U., Lewandowsky, S. (2016), “Misinformation and How to Correct It”, *Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences*. pp 1-17.
- [7]Julii B. Paul R.H. (2019). “Misinformation making a disease outbreak worse: outcomes compared for influenza, monkeypox, and norovirus”, *Simulation*, Vol. 96, 365-374.
- [8]Kellner, D. (2002) Critical Perspectives on Visual Imagery in Media and Cyberculture, *Journal of Visual Literacy*, 22:1, 81-90
- [9]Lewandowsky S., Ecker, U., Seifert, C., Schwarz, Norbert., Cook, J., (2012). “Misinformation and Its Correction: Continued Influence and Successful Debiasing”, *Psychological Science in the Public Interest*, 13: 3, pp. 106-131.
- [10]Marwick, A., & Lewis, R. (2017). *Media Manipulation and Disinformation Online*. Data & Society.
- [11]Mian, A., Khan, S., (2020), “Coronavirus: the spread of misinformation”, *BMC Medicine*, 18:89, pp.1-3.
- [12]Solomon, D., Bucala, R., Kaplan, M., Nigrovic, P. (2020). The “Infodemic” of COVID-19, *Arthritis & Rheumatology*, Vol. 72, No. 11, pp 1806–1808.
- [13]Wang C, Horby PW, Hayden FG, Gao GF. (2020). “A novel coronavirus outbreak of global health concern”. *Lancet*. 395:470–3.
- [14]who.int. (2020,). Munich Security Conference. 20. 03. 2021 tarihinde who.int: <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/munich-security-conference> adresinden alındı
- [15]who.int. (2018), *Managing Epidemics: Key Facts about Major Deadly Diseases*. Geneva, Switzerland: 03.22.2021 tarihinde <https://www.who.int/emergencies/diseases/managing-epidemics-interactive.pdf> adresinden alındı.
- [16]who.int. World Health Organization (2016) Risk communication – A moving target in the fight against infectious hazards and epidemics. *Wkly Epidemiol Rec*. 91:82–7. 10.04.2021 tarihinde <https://apps.who.int/iris/handle/10665/254293> adresinden alındı.