

Dezenformasyonun Psikolojisi



İçindekiler

Yalan Söylemenin Psikolojisi / 4



Dezenformasyonun Psikolojisi / 12



Dezenformasyona Kanmak: Devekuşu Fenomeni / 18



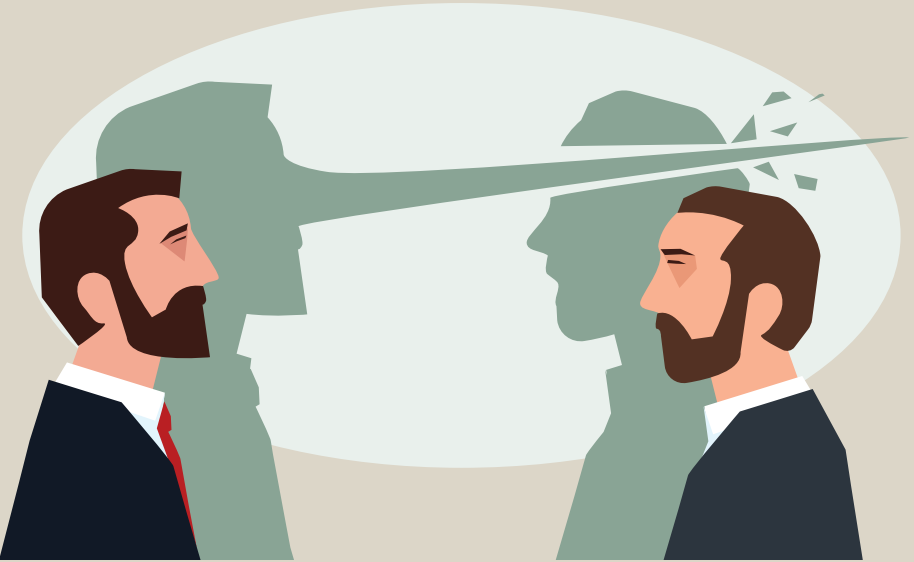
Mezenformasyonun Psikolojisi / 22



Yaymak İnanmayı Varsayar mı? / 26



Yalan Söylemenin Psikolojisi



Yalan, bir uyarıcı olmaksızın bireyin kaynağı doğru olmayan bir inanç oluşturma yönündeki başarılı veya başarısız girişimi olarak tanımlanmıştır (Vrij, 2008). Bir ifadenin yalan olabilmesi için, bireyin söz konusu girişim konusunda istekli ve bilinçli olması gerekir. Psikoloji, kriminoloji, felsefe, sosyoloji ve iletişim alanlarının tamamında önemli bir yer teşkil eden yalan kavramı, temelde bir "kandırma" maksadı güdülen ifade edilmiş yanlış bilgi; veya yanlış bir etki bırakması amacıyla (Znakov, 1995), sözlü, yazılı veya sembolik olarak ifade edilmiş bir mesaj (Bok, 1978) olarak ifade edilmiştir.

Celse ve Chang'a göre (2019) yalan söyleme davranışı, insanın sahip olduğu yetilerin arasında en ihtilafli olanıdır. Machiavelli, Nietzsche ve Wilde doğruyu herkesin söyleyebileceğini, iyi yalan söyleyebilmenin bir yetenek olduğunu vurgulamışlardır. Montaigne ise gerçeğin tek, yalanınsa binlerce yüzü olduğuna dikkat çekmiştir.

"Hedefi on ikiden vurmanın tek, kaçırmanın sonsuz yolu olması gibi, yalan söylemek de sınırları olmayan bir sahadır ve bu nedenle, önlerine sunulan birçok fırsattan faydalanmamak için herhangi bir sebep göremeyenlere çekici gelir" (Keyes, 2017).

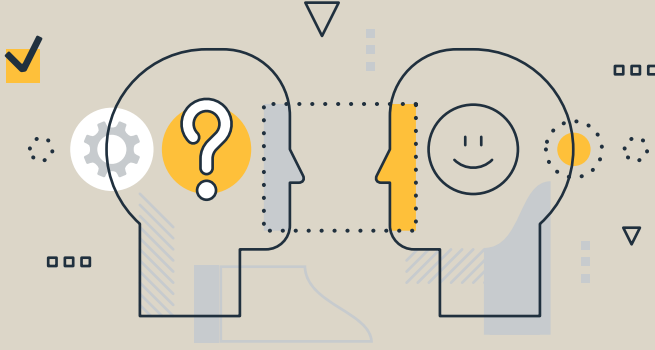
İnsanlar bir yandan kendilerine yalan söylenmesinden hoşlanmaz ve yalan söyleyen insanları anlamadıklarını ifade ederlerken; öte yandan eğer gerekli olduğuna ve söylemeye değeceğine inanırlarsa yalan söyleme davranışında bulunurlar. DePaulo, (2004) insan zihninin hayatta kalabilmek, üretebilmek ve yok edebilmek için her türlü çevresel koşula adapte olabilecek denli muhteşem olduğunu ifade etmiştir. Diğer bir deyişle, insan mental anlamda yalan veya doğrudan birine yatkın olarak doğmamış, her iki türden davranışta

bulunabilecek kapasitede dünyaya gelmiştir. Yalan söyleme davranışının söyleyen kişiye derhal veya uzun vadede bir fayda getirdiği koşullarda ortaya çıktığını söylemek mümkündür (DePaulo, 2004). Kişinin yalan davranışının getireceği fayda ve zararları gözden geçirdiği, ve yalnızca bunu yapmaya değecek bir sonuç varsa yalan davranışında bulunacağı öne sürülmüştür (Becker, 1968).

Örneğin, araştırmacılar aynaya bakan insanların kendileri hakkında iyi hissetmek ve iyi imajlarını korumak istediklerini, ve pozitif imajı korumanın en kestirme yolunun doğru olmayan fakat yine de iyi hissettiren bir söz, yani yalan söylemek olduğunu öne sürmüşlerdir (Ayal ve Gino 2011; Barkan, Ayal, & Ariely, 2015). Benzer başka bir araştırmada, katılımcılardan tanımadıkları bir kişi ile ikili gruplar oluşturmaları ve görüşme esnasında karşısındaki insana

- (a) hoş görünmeleri,
- (b) yetkin görünmeleri,
- (c) sadece karşısındaki insanı tanımaya çalışmaları istenmiştir.

Görüşmeden sonra katılımcılardan kendi kayıtlarını izlemeleri ve karşısındaki insanı kandırdıkları cümleleri bulmaları istenmiştir. Sonuçlara bakıldığında, sevimli ve yetkin görünmek isteyen katılımcıların sadece kendilerini tanıtmaya güden katılımcılardan çok daha fazla yalana başvurdukları ortaya çıkmıştır (Fredman vd., 2010). Virginia Üniversitesi'nden DePaulo, yirmi yıldan uzun bir süre, pek çok farklı açıdan ne sıklıkla, kime, nasıl ve neden yalan söylediğimizi ölçmesi sonucu benzer bir veriye ulaşmıştır: İyi bir izlenim bırakmakta ne kadar istekliyse, yalan söyleme ihtimalimiz o kadar yüksektir.



Lindskol and Walters'a (1983) göre, başkalarını etkilemek, kendini daha iyi göstermek veya kazancını korumaya ek olarak insanların yalan söyleme motivasyonu dört şekilde açıklanabilir: Birini zarardan veya utançtan korumak, kendini veya başkasını cezalandırılmaktan veya dışlanmaktan korumak, kendi kazancı uğruna insanların bir şeyler yapmaya ikna etmek, kendi kazancı uğruna insanlara zarar vermek.

Piano ds

Yapılan bir araştırmada, özellikle internet ortamında yalan söylemeyi tercih eden insanların nitel veri olarak "herkes yalan söylüyor" ifadesine yer verdikleri gözlemlenmiştir (Drouin vd., 2016). New York Times muhabirlerinden Michel Marriott'un dediği gibi, "internette, 'gerçek' fikri tamamen heba olup gitmiştir." Katılımcıların sadece 16-32%'si kendi ifadelerinin dürüstlüğünü bildirirken, 0-2%'si ise başkalarından dürüstlük beklediğini ifade etmişlerdir.

Araştırma, başkalarının yalan söylediği yönünde tahmin yürüten katılımcının, kendi yalan söyleme oranını gösterdiği çıkarımına varmıştır. Bu veriyi destekleyen bir başka araştırmada, yalan söyleme oranının toplumu etkileyen liderler gibi dışsal etmenlerden tetiklendiğini, "siyasiler yalan söylüyor, öyleyse ben de söylerim"

şekilde nitel verilerin ortaya çıktığını göstermiştir (Celse&Chang, 2019).

"Herkesin yalan söylediği" varsayımında, insanların kimliğinin belirsiz olmasının büyük etkisi vardır.

DePaulo, (2004) kimlik belirsizliğinin sonuçlarını test ettiği bir deneyde, insanın kendini anonim hissettiği durumların yıkıcı davranışlarda bulunma potansiyelini ortaya çıkardığını göstermiştir. Deneyde, genç bir kadın cam arkasına yerleştirilmiş, ve kadından ayananın diğer tarafında oturan iki kadına elektro şok vermesi istenmiştir. Elektroşok düğmesine basması istenen kadınların yarısına kimliklerinin belirsiz olacağı söylenmiş ve isimleri yerine numaralar atanmış, diğer yarısına ise kimliklerinin açık olacağı söylenmiş ve kendi isimleriyle hitap edilmiştir. Deneyin sonuçlarına göre, kimliklerinin belirsiz olacağı söylenen kadınlar, isimleriyle çağrılan kadınlara nazaran iki kat fazla elektroşok düğmesine basmıştır. Diğer bir deyişle, insanın kendini anonim hissettiği, diğer insanların onun kim olduğunu bilmediğini düşündüğü durumlar, insanda yıkıcı davranışlarda bulunma potansiyelini artırmaktadır.

Bu perspektiften bakıldığında, Keyes (2017) günümüzde yalancılığın istisna olmaktan çıkıp norm gibi görüldüğünü, insanların suçluluk duymadan paçayı kurtarabilmek için gerçeği örtbas etmeye gerekçeler bulabildiğini söyler. Hatta, gündelik dilimizde sıkça kullandığımız "açıkçası", "dürüst olmak gerekirse", "samimiyetle diyebilirim ki", "doğruyu söylemek gerekirse", "doğrusu": "gerçeği söylemek gerekirse", "gerçek şu ki", "gerçekten", "tüm açık sözlülüğümle", "hakikaten", "içtenlikle söylersen" ve "tamamen açık konuşmak gerekirse" gibi sözel alışkanlıkların, birbirimizi ne kadar düzenle aldatıyor

olduğumuzun kaba bir ölçüsü olduğunu ifade etmiştir. Çünkü durum bu şekilde değilse, tüm bu taahhütlerin sık kullanımı anlamsız olacaktır (Keyes, 2017, s.13).

Steve Tesich (1992) içinde bulunduğumuz çağı, “Hakikat Sonrası” olarak isimlendirmiş, Hakikat Sonrası’nın, etik açıdan bir alacakaranlık kuşağında yer aldığını, insanların yalancı olduğunu düşünmeden gerçeği gizleyebilmesini sağladığını söylemiştir. Keyes’e (2017) göre yalancılığın artış nedeni, “etiğin düşüşünden ziyade doğruluğa yeterince vurgu yapmayan bir toplumsal bağlamla ilgilidir.”

Doğruluk vurgusunun beraberinde doğruluk getireceği öngörüsüne orantılı bir şekilde, yapılan bir araştırma doğruyu söyleyen insanların, diğer insanların doğruyu söylediğine inandığını ortaya koymuştur (Perez & Spigelman, 2013). İnsanların hedefledikleri amaca dürüstlikle ulaşabilecekleri durumda dürüstlüğü seçtiğini, fakat dürüstlüğün onları istenen hedefe ulaştırmadığı durumlarda yalana başvurduklarını öne süren bir çalışmada, katılımcıların dürüst mesajları %98-100 oranında seçebilme, üretebilme ve gözlemleyebildikleri görülmüştür (Levine vd., 2010).



İnsanların dürüstlikle ulaşamadıkları noktalara yalan yoluyla ulaşmaları konusunu, Ichak Adizes’in (1989) kitabında şöyle özetlenmiştir: “İnsanlar yapamayacakları şeyler konusunda ne kadar çok yalan söylerlerse, o kadar ödüllendirilirler.” Jensen (2003), “Yalan Söylemeleri İçin Para Ödemek: Bütçe Sisteminin Gerçeği” ismini verdiği makalesinde birçok insanın yaygın bütçe sisteminde yalanı öğrendiğini, çünkü doğruyu söylediklerinde cezalandırıldıklarını ve yalan söylediklerinde

ödüllendirildiklerini ifade etmiştir. Bu sistem içerisinde bir kez yalan söylemeyi öğrenen insanlar, bu davranışı sosyal sistemdeki diğer ilişkilerine de yaymaktadır. Bu doğrultuda, yalanın ödüllendirme getirdiği durumlarda insan zihninin cezalandırmadan kaçarak yalanı tercih ettiği ortaya konmuştur. Keyes (2017) içinde bulunduğumuz Hakikat Sonrası Çağ'da, yalancılığa göz yuman koşulların yükseldiğini, dürüstlüğü teşvik eden koşulların ise düşüşte olduğunu vurgular. İnsanların daha fazla yalan söylemesinin sebebinin çağdaş yaşamın bağlamının yalancılığı yeterli derecede cezalandırmaması olduğunu ifade eder.

"Bu sistem içerisinde bir kez yalan söylemeyi öğrenen insanlar, bu davranışı sosyal sistemdeki diğer ilişkilerine de yaymaktadır."





Dezenformasyonun Psikolojisi



İnsanları yanlış yönlendirebilmek maksadıyla üretilmiş yanlış veya hatalı bilgi anlamına gelen dezenformasyon, maksatlı ve bilinçli bir şekilde ifade edilmesi ve insanların zihinlerinde kaynağı doğru olmayan bir inanç oluşturmayı hedeflemesi yönüyle yalan kavramının altında değerlendirilebilir. Pennycook (2021) kasti bir şekilde yanıltma hedefi güden dezenformasyona insanların kanmasının altındaki bilişsel nedeni üç başlık altında incelemiştir: Aşinalık, güvenilirlik ve duygusal nedenler.

Yargı ve karar verme konusunda yapılan araştırmalar (Smelter & Calvillo, 2020) insanların haber başlıklarını okuduklarında yargısal kestirmelerde bulduklarını ortaya koymuştur. Dezenformasyonun hangi spesifik özellikleri insanların sezgilerini etkilemekte, veya onları yargılama konusunda yanıltmaktadır?

Dezenformasyonun hedefine ulaşabilmesi için, üretilen haberlerin insanda güçlü duygular uyandırması amaçlanır. Yalan haber başlıkları sıklıkla duygusal olarak insanda güçlü duygular uyandıracak şekilde tasarlanmakta; bir tür şoka, korkuya, öfkeye (Kozyreva vd., 2020, Quandt, 2018) veya daha genişçe ele almak gerekirse başkalarının çiğnediği ahlaki değer veya standartlara yönelik haklı bir öfke, tikslenme veya iğrenme duygularına neden olması amaçlanır. Yapılan bir araştırmaya göre, haberi okuduğu esnada olumlu ya da olumsuz duyguları fazla deneyimlediğini ifade eden katılımcılar, yalan haber içeriklerine çok daha fazla inanmakta; ve duygularına güvenmeleri söylenen katılımcılar yalan haber başlıklarına daha fazla itibar etmektedir (Martel vd., 2020).

Yalan haberlere otomatik olarak inanmanın altında yatan anahtar sözcüklerden bir diğeri, yayılan çarpık bilginin aşınası olmaktır (Pennycook & Rand, 2019). Gerçeğin ne olduğuna dair daha önceden defalarca maruz kalınmış, Yanıltıcı Hakikat Bilgisi (Illusory Truth Effect, Hasher vd. 1977) olarak isimlendirilen bu geçmiş yargıların, dezenformasyon içeriklerine inanmada büyük rol oynadığı kanıtlanmıştır (Fazio vd., 2019, Pennycook, 2018). Bu verilere göre, insanlar tekrarlara dayanarak öğrendikleri bilgilere, yeni öğrendikleri bilgilerden çok daha fazla inanma eğilimi gösterirler.

İkinci Dünya Savaşı süresince insanlar, halk arasında dolaşan savaş dedikodularının içerisinde kendilerine aşına gelen haberlere çok daha fazla inanmışlardır (Allport & Lepkin, 1945). Bu durumu destekleyen bir diğer veri ise, insanların dezenformasyon amaçlı üretilmiş bir haber başlığını bir kez görmüş olmasının, sonraki seferlerde habere yönelik inançlarını artırmasıdır (Smelter & Calvillo, 2020). Sözkonusu yalan haber son derece mantıksız ve kişinin kendi politik görüşüyle uyumsuz olsa bile, daha önce denk geldikleri habere tekrar denk gelen insanların yalan habere inanmaya meyilli oldukları ortaya konmuştur (Fazio vd., 2019, Pennycook, 2018). Bu nedenle, kişinin habere daha önce denk gelerek aşinalık kazanmış olması, dezenformasyona kanma konusunda büyük rol oynamaktadır.



Polage (2012) insanların yanlış bilgilere aşinalık kazanmasının hafızalarında bir yanılgıya neden olup olmayacağını araştırmıştır. Katılımcılar deney ortamı dışında yanlış bilgileri okumaya maruz bırakılmış fakat bu haberler kendilerine doğru bilgiler gibi gösterilmiştir. Beş hafta sonra, yanlış bilgileri daha önceden okumuş

olan katılımcılar, bu bilgileri okumamış olanlara kıyasla, bilgileri çok daha inandırıcı ve makul olarak oylamışlardır. Haberleri tekrar okuyan katılımcılar, deneyden önce bir yerlerde okuduklarını “hatırlamış” ve bu nedenle haberlerin doğru olması gerektiği çıkarımına varmıştır. Tüm bu sonuçlar, dezenformasyona tekrar tekrar maruz kalmanın insanların ona inanmasını güçlendirmesinin yanında, referans aldıkları ilk kaynak konusunda hata yapmalarına da neden olduğunu göstermektedir.

Fragale ve Heath (2004) insanların yalan habere ne kadar aşina hale gelirse, haberi işittikleri kaynağın o kadar güvenilir olduğu varsayımında bulduklarını öne sürmüştür. Seçim kampanyalarında rakip parti hakkında yayılan dezenformasyon tekrar tekrar halka sunulmasındaki amacın, insanların aşinalık kazandığı bu tekrarlı bilginin kaynağının doğru olduğunu varsayması olduğu ifade edilmiştir.

İnsanların bir haberi yargılamada kullandıkları bir diğer önemli referans noktası ise, haberi aldıkları kaynaktır. Yapılan bir araştırmaya göre, katılımcılar “güvenilir olduğunu düşündükleri” insanlardan gelen bilgiye inanma konusunda yatkınlık göstermiştir (Pornpitakpan, 2004). Sosyal medya platformlarındaki sosyal geri bildirimler (örn. “beğeni sayısı”), özellikle de mezenformasyon bağlamında insanların bu kaynağın güvenilir olduğunu düşünmesine ve habere olan inançlarının artmasına neden olmaktadır (Avram, 2020).

Tam da bu nedenle yalan haber üreticileri, insanların beğeni, paylaşım ve yorumlarını kazanabilmek için tık tuzağı ismi verilen sahte içerikler üretmektedir (Tandoc, 2020). Beğeni sayısı ne kadar yüksekse, güven de o kadar artacak, dezenformasyonun yayılması kolaylaşacaktır.

Fragale and Heath'ın (2004) araştırmasına göre, insanların güvenilir bir kaynaktan öğrendiklerini düşündükleri haberi yayma hızı çok daha yüksektir. Örneğin pazarlama alanında, ürün hakkında yayılan temelsiz iddialar eğer katılımcıların yakın arkadaşları veya tarafsız bir kişi tarafından yayıldıysa, bu iddialar o kadar güvenilir bulunmuş ve ürünün satışında o kadar artış görülmüştür. İnsanların bilgiyi yargılama konusunda başvurduğu kestirme yolların sorunu, bu kestirme yargıların sıklıkla yanlış sonuçlara varmasıdır. Söz konusu araştırmalarda bahsi geçen "sosyal onay" mekanizması (rneğin, yakın arkadaşın bir haberi retweetlemiş olması) dezenformasyonun yaygınlaşmasında önemli bir rol oynar. Güvenilir olduğu düşünülen yakın çevreden gelen bilginin gerçek bilgi sayılması, dezenformasyonun bu denli yaygınlaşmasının en önemli nedenleri arasında gösterilebilir.

"İnsanların güvenilir bir kaynaktan öğrendiklerini düşündükleri haberi yayma hızı çok daha yüksektir."





Dezenformasyona Kanmak: Devekuşu Fenomeni



İnsan zihninin şaşırtıcı bir oranla gerçek ile yalanı birbirinden ayırt edebildiği birçok araştırmada kanıtlanmıştır. Yalan haber ve gerçek haberlerin bir arada gösterildiği deneylerde, katılımcılar gerçek haberlere daha fazla doğruluk payı vermişlerdir (Bago, Rand, ve Pennycook 2020; Pennycook et al. 2020, 2021; Pennycook and Rand 2019). Fakat aynı zamanda, insanlar yalanı doğrudan ayırt etme becerilerini görmezden gelerek (Elaad, 2003) günlük yaşamlarında birçok kez yalana inanmayı tercih ederler.

İnsan zihninin gerçeği yalandan ayırt etme becerisi bu denli yüksek iken dezenformasyon karşısında kandırılmayı seçmesinin nedeni, Vrij'e (2008) göre dezenformasyonu tespit etme motivasyonunun düşük olmasıdır. Bir yalanın fark edilmeme nedenlerinden en önemlisi, gerçeği öğrenmek istemeyen insanların gerçek olmayan haberi ortaya çıkarmak istememesidir. Keyes (2017), zihinsel süreçler üzerine yapılan araştırmaların, inanmanın inkâr etmekten çok daha az çaba gerektirdiğini gösterdiğini söyler. Yalanı inkar ederek gerçeği öğrenmeye çalışmak, her an tetikte olmayı, duygusal, bedensel ve ruhsal olarak efor sarf etmeyi gerektirecek; bu efor bir tür ihtiyat yorgunluğuna neden olacaktır.

Festinger'in (1957) ortaya koyduğu Bilişsel Uyumsuzluk Teorisi, dezenformasyon çerçevesinde göz önünde bulundurması gereken önemli psikolojik kavramlardan bir diğeridir. Bilişsel Uyumsuzluk Teorisine göre, insanlar içsel anlamda psikolojik tutarlılığı arzular ve kendi bütünlük duygularıyla çatıştıklarını düşündükleri bir fikirle karşı karşıya geldiklerinde bir rahatsızlık hissederler. Çatışmayı ortadan kaldıracılar için bazen kendi fikirlerinden vaz geçmeyi, çatışma yaratan

diğer fikri görmezden gelmeyi veya uyumlu olduğunu düşündükleri fikre gereğinden fazla önemli addetmeyi seçebilirler. İnsanların endişe, korku ve belirsizlik gibi psikolojik bütünlük açısından tehdit arz eden duyguları hissettiklerinde, çatışmayı ortadan kaldırabilmek için yalan haberlere itibar etmeleri Bilişsel Uyumsuzluk Teorisi bağlamında açıklanabilir.

Dezenformasyona kanmak, veya devekuşu fenomeni olarak isimlendiren bu durumda, bireylerin gerçeği öğrenmek istememesinin olası üç nedeninden bahsedilmiştir. İlki, yalanın gerçekten daha hoş olduğu durumlardır. Bu durumda gerçekle yüzleşmektense, yalanı görmezden gelmek tercih edilir. Örneğin, yalandan da olsa bir bireye iltifat edildiğinde, birey kendisine dair gerçekleri araştırma zahmetine girmeyecektir. İkincisi, gerçekle yüzleşildiğinde ödenecek bedelin ağır olduğu durumlardır. Bu durumda, birey kendisine söylenen yalanı sorgulamayacaktır. Örneğin, kadınların %40'ı ve erkeklerin %50'si evlilik dışı ilişki yaşamakta, ancak durumu fark eden eşler boşanma riskini göze alamadıkları için durumu görmezden gelmektedir (Feldman & Cauffman, 1999). Gerçeğin bilgisi bazen bireye bir kazanç yerine, bu bilgiyle ne yapacağını bilmeme endişesi getirir. İnsan zihni, doğru ortaya çıkması durumunda daha fazla olumsuz sonuç doğuracaksa, yalana inanmayı tercih eder.

Gerçekleri görmezden gelmenin üçüncüsü nedeni ise, yalan tespit edildikten sonra bireyin ne yapacağını bilmediği durumlardır. Kişi dezenformasyonu fark ettiğinde ve gerçek ortaya çıktığında, bu gerçekle yoluna nasıl devam edebilir? Bu sorunun cevabının belirsiz olduğu durumlarda, insanların gerçeğe kör

kalmayı tercih ettiği görülmüştür (Vrij, 2008). Örneğin, COVID-19 virüsünün ilk yayılmaya başladığı zamanlarda özellikle Batı dünyasında virüsün varlığı görmezden gelinmiş, virüsün varlığını yalanlayan sahte haberlere daha çok itibar edilmiştir. Gerçeği kabul etmenin bilişsel anlamda tehlikeli bulunduğu bir durumda inkar, kaygıyı azaltıcı bir rol üstlenir. Bazı insanlar için, her ne kadar objektif veriler virüsün varlığını işaret etse de, virüsü bir tehdit olarak görmeyen sahte haberlere itibar etmek durumu kısa vadede daha az kaygılı hale getirmiştir (Walker & McCabe, 2021).

Bireylerin gerçeği öğrenmek istememesinin bir başka nedeni de, taraf tutmaktır: Doğrulama/teyit yanlılığı olarak da isimlendirilen bu durumda, insanlar kendi politik görüşleriyle uyumlu olan haber içeriklerine inanmaktadır (Pereira, 2020, Pennycook, 2020). Öte yandan, kayda değer bir başka araştırmanın sonucuna göre, politik olarak kişilerin görüşleriyle uyumlu haberlerin inanç üzerindeki etkisinin, haberlerin doğruluğundan çok daha küçük olduğu tespit edilmiştir (Pennycook, 2021). Diğer bir deyişle, insanlar doğru olup politik olarak kendi görüşlerine aykırı olan haberlere, yalan olup politik olarak kendi görüşleriyle uyumlu olan haberlere kıyasla daha çok itimat etmişler; politika, hakikate galip gelmemiştir.



Mezenformasyonun Psikolojisi



Mezenformasyon, yanlış, hatalı veya yanlış yönlendirici bilgidir. Fakat dezenformasyonun aksine, mezenformasyon kasti ve bilinçli olarak insanları yanlış yönlendirmeyi hedeflemez. Bilmeden ve kasıtsızca yanlış bilginin üretilmesi veya yayılması söz konusudur. Gerçek dışı bilginin yayılmasında insanların bir kasıt gütmekten rol oynamasının ve mezenformasyonun bir parçası olmasının en önemli nedenlerinden biri, “otomatik süreç” denilen düşünme şeklinde yaşamalarıdır. “Çift süreç teorisi”ne göre, insan zihni iki şekilde düşünür: Otomatik süreç (veya Sistem 1) olarak isimlendirilen düşünme biçimi daha az çaba gerektirirken, analitik süreç (veya Sistem 2) olarak isimlendirilen düşünme biçimi daha fazla çaba gerektirir. Diğer bir deyişle, yapmayı seçtiğimiz eylem konusunda kararımızı etkileyen iki zihnimiz vardır (Evans, 2003; Evans & Frankish, 2009). Ancak insan zihni bilişsel bir cimri (olduğu için genellikle otomatik süreçte kalmayı seçer (Pennycook, 2017). Nitekim Reber ve Schwarz (1999) insanların işitmesi veya okuması kolay olan yanlış bilgiyi gerçek saymaya yatkın olduğunu ifade etmişlerdir.

Otomatik işlemde yaşamı sürdürmek, iki nedenle mezenformasyon riski taşır. İlki, işleme kolay olan bilginin gerçek bilgi olduğu düşünülür. Gerçek olmayan bilginin sırf işleme kolay olduğu için gerçek olarak algılanması sonucunda, yanlış bilgiye inanma veya yayılma süreci başlamış olur. İkincisi, zihnin otomatik işleme hızı çoğunlukla önemli detayları atlayarak çalışır. Bu durumda kişi internette okuduğu bir bilgiyi hatırlarken, aynı bilginin çürütüldüğü gerçeğini unutabilir.

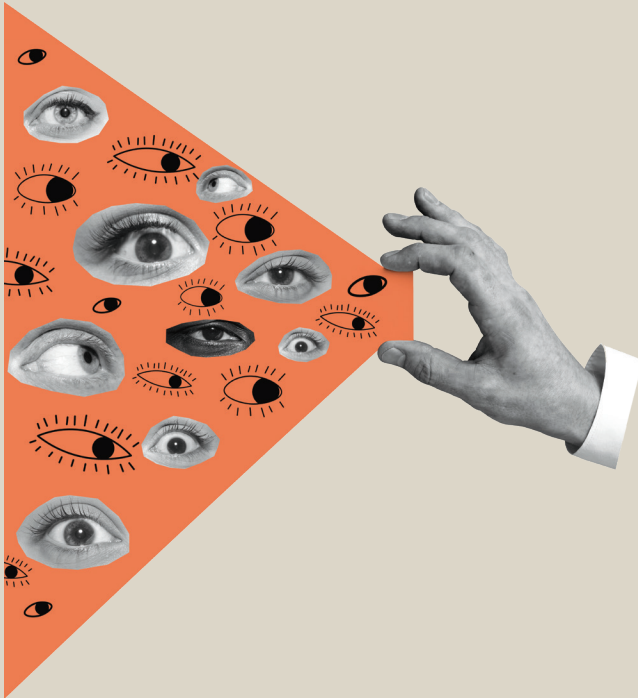
Tüm bu veriler mezenformasyona kapılmada insanların eyleme geçmeden önce yavaşlayarak, analitik işlem olarak isimlendirilen düşünme biçimiyle duyduklarını ve okuduklarını gözden geçirmesinin önemine işaret etmektedir.

Araştırmalar, bu yavaşlama ve gözden geçirme sürecinde geçmiş bilgilerin bilişsel yargılamada hayati bir rol oynayacağına işaret etmektedir. Eęer kişinin geçmiş bilgileri dezenformasyonla çarpıtılmış bilgilerse, analitik işleme sürecinin gerçeğe ulaşma konusunda bir yardımı olmayacaktır. Dolayısıyla, mantıksal işleme sürecinde gerçeğin gerçek olmayandan ayırt edilememesinin nedeni, insanların geçmiş bilgileri üzerinde yeteri kadar vakit ayırıp, bu bilgiler üzerine analitik olarak dūřünmemesidir. Otomatik işleme ile hızlıca karar veren insanların gerçek ile sahte içeriği ayırma konusunda daha çok yanıldıkları (Pennycook, 2015), yavaşlayabilen ve derin dūřünebilen insanların ise sahte içeriklere kanma oranının çok daha dūřük olduğu bu araştırmaların ortaya koyduğu bir sonuçtur. Bu anlamda, insanların otomatik işleme hızını yavaşlatarak sosyal medyada gördüklerinin doğruluğu üzerine analitik olarak dūřünmeye teşvik eden girişimlerin mezenformasyonun yaygınlaşmasını önleme konusunda büyük önem taşıdığı ifade edilebilir.

Otomatik işleme kavramının yanında, “Üçüncü Kişi Etkisi” olarak bilinen kavram mezenformasyonun yaygınlaşmasının ardındaki bir başka neden olarak gösterilebilir. Bu hipoteze göre, kişiler mezenformasyonun kendileri üzerinde değil diğer insanlar üzerinde daha güçlü bir etkiye sahip olduğuna inanırlar. PEW Araştırma Merkezi’nin (Mitchell, 2019) raporuna göre, Amerika vatandaşlarının yarısı, toplumdaki diğer insanlara nazaran gerçek olmayan bilgiyi tespit etme konusunda kendilerine güven duyduklarını ve bu konuda yetkin olduklarını bildirmişlerdir. Kişiler, kendilerine yakın insanların gerçek olmayan bilgiyi tespit etme konusunda daha yetkin olduklarına inanırken, hiç tanımadıkları

insanların bu konuda yetkin olmadığını düşündüklerini ifade etmişlerdir (Corbu, vd., 2020).

Kutlu (2021) yaptığı araştırmada, katılımcıların çevrimiçi mezenformasyonu tespit etme konusunda kendilerine güven duymasının üçüncü kişi etkisini artıran en önemli değişken olduğunu göstermiştir. Bunun nedeni, kişilerin kendi mezenformasyon tespit güçlerine inandıkları oranda diğer insanları dijital alanda daha bilgisiz ve daha savunmasız olarak algılama eğilimlerinin güçlenmesidir. Son olarak Kutlu'nun (2021) verileri, dijital mezenformasyona maruz kalma durumunun üçüncü kişi etkisini artırdığını ortaya koymuştur. Kişiler, mezenformasyona maruz kaldıkları oranda enformasyon doğrulama davranışları geliştirmişler, bunun yanında üçüncü kişilerin kendilerinden daha savunmasız olduklarına yönelik inançları artmıştır.



Yaymak İnanmayı Varsayar mı?



Sıklıkla, insanların bir haberin doğruluğuna inandıkları için haberi paylaştıkları düşünülür. Buna bağlı olarak, dünya genelinde yayılan yalan haberlerin sayısındaki artışın, insanların sahip olduğu yanlış inanışlardaki artışın bir kanıtı olduğu söylenir (Chatfield, 2019, Steinmetz, 2018). Ancak son iki senede yapılan araştırmalar sosyal medyada bir haberi yaymanın, haberin doğruluğu ile ilişkili olmadığını; insanların haberlerin doğruluğunu büyük oranda ön görmesine rağmen yine de paylaşmayı tercih ettiğini gösteriyor. Bu konuda yapılan araştırmanın sonucuna göre, yalan haberlerin paylaşılmasının haberin doğruluğunu değerlendirme becerisi eksikliğinden kaynaklanmamakta; fakat bu doğruluk değerlendirme becerisinin, haberi paylaşma konusunda yönlendirici etkisinin başarısız olmasından kaynaklanmaktadır. Örneğin COVID-19 konusundaki bazı yalan haberler kendilerine gösterildiğinde, katılımcılar bu haberlerin muhtemelen yalan olduğunu düşünmekle beraber, bu haberleri sosyal medyada paylaşmaya istekli olduklarını belirtmişlerdir (Pennycook, 2020, 2021).

Doğru olmayabileceği düşünülen bir haber, bireyler tarafından niçin paylaşılır? Bir araştırmaya göre pek çok haber, haberin doğruluğunun yanında, “doğru olsa ne kadar ilginç olurdu” düşüncesi nedeniyle (Altay vd., 2020) paylaşılıyor. 904 kişinin katıldığı bu araştırmada, kendilerine yalan ve doğru haberler gösterilmiş ve katılımcılardan haberlerin doğruluğunu, eğer doğru olsaydı ne kadar ilginç olacağını ve paylaşmaya ne kadar istekli olacaklarını oylamaları istenmiştir. Sonuçlar, katılımcıların eğer doğru olduğu takdirde ilginç olabilecek ve doğru olduğunu varsaydıkları haberleri paylaşmaya çok daha istekli olduğunu göstermiştir. Bu verilerden yola çıkarak araştırmacılar, doğruluğundan

emin olunmayan haberlerin insanlar tarafından kazara paylaşılmadığını, aksine sözkonusu haberlerin yalan olma durumunu telafi edebilecek önemli bir özellik olan “doğru olsa ne kadar ilginç olurdu” özelliğini barındırdığını öne sürmüşlerdir.

Bir başka araştırmada, çoğunlukla “kaos yaratma ihtiyacı” içinde olan ve “dünya yansa umrunda olmayacak” yapıdaki insanların yalan haberleri paylaşma oranının yüksek olduğunu göstermiştir. Bu kimseler için haberlerin doğruluk oranı ile paylaşma istekleri arasında bir korelasyon yoktur (Petersen, Osmudsen, ve Arceneaux, 2018). Kaos verisinin aksi olan ilişki odaklı başka bir araştırmada ise, insanların haber paylaşmanın ilişkisel fonksiyonuna odaklanarak, sosyal bağları güçlendireceği düşüncesiyle paylaştıkları haberin mizah yönünün güçlü olmasını doğru olmasından daha çok önemsediklerini vurgulanmıştır (Berriche and Altay 2020; Duffy and Ling 2020).

İster kaos yaratmak için, isterse sosyal bağları güçlendirmek için yayılmış olsun, Michigan Üniversitesi’nden Paul Resnick’e göre, yalan haber bir kez yayıldığında, haberin doğrusunun onunla aynı hızda yayılması ve aynı insanlara ulaşması mümkün değildir. Resnick, Twitter’daki söylentileri takip ederek insanları yalan haberleri yayan ve bu yalan haberleri ifşa edenler olarak ikiye ayıran bir yazılım sistemi geliştirmiştir. Yayılan yalan haber verilerine bakıldığında, yalan haberi yayan takipçi sayısının yalan haberi ifşa eden takipçi sayısından çok daha fazla olduğu, takipçi kitlesinin ise çok dağınık olduğu görülmüştür. Yalan haberin ulaştığı insan sayısı ile doğru haberin ulaştığı insan sayısı birbirine yakındır, fakat bu insanlar aynı insanlar değildir.

Resnick'in doğru haberin yalan kadar hızlı yayılmadığı görüşüne ek olarak, araştırmacılar, yanlış bilginin düzeltildikten sonra bile insanlara tesir etmeye devam ettiğini ifade etmişlerdir. "Devam eden tesir etkisi" veya "inanç yankıları" olarak da adlandırılan bu olguda, bilginin düzeltilmesi teşebbüsleri başarısız olur. Bunun nedeni, yanlış bilginin çürütülerek bağlamıyla açıklansa dahi, insanlar tarafından daha sonra gerçek bir bilgi gibi hatırlanmasıdır.

Yalan haberlerin doğrusunun o kadar da hızlı yayılmaması, yalan haberi okuyan ve paylaşan insanlara ulaşmaması, ve yanlış bilginin çürütüldükten sonra dahi gerçek bir bilgi gibi hatırlanması içinde bulunduğumuz Hakikat Sonrası Çağ'ın, belki de en önemli sorunları arasında yer alıyor.

"Resnick'in doğru haberin yalan kadar hızlı yayılmadığı görüşüne ek olarak, araştırmacılar, yanlış bilginin düzeltildikten sonra bile insanlara tesir etmeye devam ettiğini ifade etmişlerdir."



Kaynakça

A Allen, J., B. Howland, M. Mobius, D. Rothschild, and D. J. Watts. 2020. "Evaluating the Fake News Problem at the Scale of the Information Ecosystem." *Science Advances* 6 (14): eaay3539.

Allport, F.H., Lepkin, M. (1945). Wartime rumors of waste and special privilege: why some people believe them. *J. Abnorm. Soc. Psychol.*, 40, pp. 3-36.

Altay, Sacha & de Araujo, Emma & Mercier, Hugo. (2021). "If This account is True, It is Most Enormously Wonderful": Interestingness-If-True and the Sharing of True and False News. *Digital Journalism*. 1-22. 10.1080/21670811.2021.1941163.

Avram, M. et al. (2020). Exposure to social engagement metrics increases vulnerability to misinformation. *Harvard Kennedy Sch. Misinformation Rev.*, 1, pp. 1-11.

Ayal, S., & Gino, F. (2011). Honest rationales for

dishonest behavior. In M. Mikulincer, & P. R. Shaver (Eds.), *The social psychology of morality: Exploring the causes of good and evil* (pp. 149-166). Washington, DC: American Psychological Association.

B

Bago, B., D. G. Rand, and G. Pennycook. 2020. "Fake News, Fast and Slow: Deliberation Reduces Belief in False (but Not True) News Headlines." *Journal of Experimental Psychology: General* 149 (8): 1608-1613.

Barkan, R., Ayal, S., & Ariely, D. (2015). Ethical dissonance, justifications, and moral behavior. *Current Opinion in Psychology*, 6(DEC), 157-161.

Becker, G. S. (1968). Crime & punishment: An economic approach. *Journal of Political Economy*, 76(2), 169-217.

Berriche, M., and S. Altay. 2020. Internet Users Engage More With Phatic Posts Than With Health Misinformation On Facebook. *Palgrave Communications* 6: 71. doi:10.1057/s41599-020-0452-1

Bok, S. 1978. *Lying: Moral choice in public and private life*. New York: Pantheon Books.

C

Celse, J., Chang, K., Max, S., & Quinton, S. (2016). The reduction of employee lying behavior: Inspiration from a study of envy in part-time employees. *Journal of Strategy and Management*, 9(2), 118-137.

Chatfield, T. (2019) Why we believe fake news. BBC Future Published online September 9, 2019. <http://www.bbc.com/future/story/20190905-how-our>

brains-get-overloaded-by-
The-21st-century

Corbu, N., Oprea, D., Negrea-Busuioc, E., & Radu, L. (2020). "They can't fool me, but they can fool the others!" Third person effect and fake news detection. *European Journal of Communication*, 35(2), 165-180.

D DePaulo, B. M. (2004). The many faces of lies. In A. G. Miller (Ed.), *The Social Psychology of Good and Evil* (ch. 12, pp. 303-326). New York: Guilford Press.

Duffy, A., and R. Ling. 2020. "The Gift of News: Phatic News Sharing on Social Media for Social Cohesion." *Journalism Studies* 21 (1): 72-87.

Drouin, M., Miller, D., Wehle, M.J., Hernandez, E. (2016). Why do people lie online? "Because everyone lies on the internet", *Computers in Human Behavior* (64), 134-142.

E Elaad, E. (2003). Effects of feedback on the overestimated capacity to detect lies and the underestimated ability to tell lies. *Applied Cognitive Psychology*, 17, 349-363.

Evans, J. S. B. T. (2003). In two minds: Dual-process accounts of reasoning. *Trends in Cognitive Sciences*, 7(10), 454-459. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2003.08.012>

Evans, J., & Frankish, K. (2009). *In two minds: Dual processes and beyond*. Oxford, UK: Oxford University Press.

F Fazio, L.K. et al. (2019). Repetition increases per-

ceived truth equally for plausible and implausible statements. *Psychon. Bull. Rev.*, 26, pp. 1705-1710.

Feldman, S. S., & Cauffman, E. (1999). Sexual betrayal among late adolescents: Perspectives of the perpetrator and the aggrieved. *Journal of Youth and Adolescence*, 28, 235-258.

Feldman, R. S., Forrest, J. A., & Happ, B. R. (2002). Self-presentation and verbal deception: Do self-presenters lie more? *Basic and Applied Social Psychology*, 24(2), 163-170. <https://doi.org/10.1207/153248302753674848>

Festinger, L. (1957). A theory of cognitive dissonance. Stanford, CA: Stanford University Press.

Fragale, A. R., & Heath, C. (2004). Evolving informational credentials: The (Mis)attribution of believable facts to credible sources. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30, 225-236.

H Hasher, L. et al. (1977). Frequency and the conference of referential validity. *J. Verbal Learn. Verbal Behav.*, 16, pp. 107-112.

J Jensen, Michael C., Paying People to Lie: The Truth About the Budgeting Process (Revised September, 2001). Harvard NOM Research Paper No. 01-03, and HBS Working Paper No. 01-072, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=267651> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.267651>

K Keyes, R. (2017). Hakikat sonrası çağ: Günümüz dünyasında yalancılık ve aldatma. (Çev: Deniz Özçetin). İzmir: Tudem Yayıncılık.

Kozyreva, A. et al. (2020). Citizens versus the internet: confronting digital challenges with cognitive tools. *Psychol. Sci. Public Interest*, 21, pp. 103-156.

L Loftus, E. F., Miller, D. G., & Burns, H. J. (1978). Semantic integration of verbal information into a visual memory. *Journal of Experimental Psychology: Human Learning and Memory*, 4(1), 19-31. <https://doi.org/10.1037/0278-7393.4.1.19>

Loftus, E. F., & Palmer, J. C. (1974). Reconstruction of automobile destruction: An example of the interaction between language and memory. *Journal of Verbal Learning & Verbal Behavior*, 13(5), 585-589. [https://doi.org/10.1016/S0022-5371\(74\)80011-3](https://doi.org/10.1016/S0022-5371(74)80011-3)

M Martel, C. et al. (2020). Reliance on emotion promotes belief in fake news. *Cogn. Res. Princ. Implic.*, 5, pp. 1-20.

Mitchell, A., Gottfried, J., Stocking, G., Walker, M., & Fedeli, S. (2019, June 5). 3. Americans think made-up news and videos create more confusion than other types of misinformation. Retrieved December 2, 2020, from Journalism.org: <https://www.journalism.org/2019/06/05/3-americans-thinkmade-up-news-and-videos-create-more-confusion-than-other-types-of-misinformation/>

People Lie for a Reason: Three Experiments Documenting the Principle of Veracity. October 2010; *Communication Research Reports* 27(4):271-285.

L Lindskol, S., & Walters, P. S. (1983). 'Categories of acceptability of lies'. *The Journal of Social Psychology*

gy, 120, 129-136.

P

Pennycook, G., & Rand, D. G. (2021). The psychology of fake news. *Trends in Cognitive Sciences*, 25(5), 388-402. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2021.02.007>

Pennycook, G. et al. (2021) Shifting attention to accuracy can reduce misinformation online. *Nature* <http://dx.doi.org/10.1038/s41586-021-03344-2>

Pennycook, G., McPhetres, J., Zhang, Y., Lu, J. G., & Rand, D. G. (2020). Fighting COVID-19 Misinformation on Social Media: Experimental Evidence for a Scalable Accuracy-Nudge Intervention. *Psychological Science*, 31(7), 770-780. <https://doi.org/10.1177/0956797620939054>

Pereira, A. et al. (2020) Identity concerns drive belief: the impact of partisan identity on the belief and dissemination of true and false news. *PsyArXiv* Published online September 18, 2018.

Pennycook, G. and Rand, D.G. (2019) Lazy, not biased: susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. *Cognition* 188, 39-50.

Pennycook, G., Rand, D.G. (2019). Who falls for fake news? The roles of bullshit receptivity, overclaiming, familiarity, and analytic thinking. *J. Pers.*, 88 (2019), pp. 185-200.

Pennycook, Gordon. (2017). A Perspective on the Theoretical Foundation of Dual Process Models. 10.4324/9781315204550-2.

Pennycook, G. et al. (2015) What makes us think? A threestage dual-process model of analytic engagement. *Cogn. Psychol.* 80, 34-72.

Polage, D. C. (2012). Making up History: False Memories of Fake News Stories. *Europe's Journal of Psychology.* 8. 245-250. 10.5964/ejop.v8i2.456.

Pornpitakpan, C. (2004). The persuasiveness of source credibility: a critical review of five decades' evidence. *Journal of Applied Social Psychology.*, 34, pp. 243-281.

Reber, R., & Schwarz, N. (1999). Effects of Perceptual Fluency on Judgments of Truth. *Consciousness and Cognition*, 8, 338-342.

Q Quandt, T. (2018). Dark participation. *Media Communication*, 6 (2018), pp. 36-48.

S Steinmetz, K. (2018) How your brain tricks you into believing fake news. *Time* Published online August 9, 2019. <https://time.com/5362183/the-real-fake-news-crisis/>

Smelter, T.J., Calvillo, D.P. (2020). Pictures and repeated exposure increase perceived accuracy of news headlines. *Appl. Cogn. Psychol.*, 34, pp. 1061-1071.

T Tandoc E.C. (2021) Tools of Disinformation: How Fake News Gets to Deceive. In: Jayakumar S., Ang B., Anwar N.D. (eds) *Disinformation and Fake News*. Palgrave Macmillan, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-15-5876-4_3

V Vrij, A. (2007). Deception: A social lubricant and a selfish act. In K. Fiedler (Ed.), *Frontiers of social psychology: Social communication* (pp. 309-342). New York: Psychology Press.

Vrij, A. (2008). *Detecting lies and deceit: Pitfalls and opportunities*. (pp. Chichester: John Wiley. Chicago.

W Walker, G., & McCabe, T. (2021). Psychological defence mechanisms during the COVID-19 pandemic: A case series. *The European journal of psychiatry*, 35(1), 41-45. <https://doi.org/10.1016/j.ejpsy.2020.10.005>

Z Znakov, V. V. 1995. ,Why lie to the Americans and Russian: Reflections on the book of the Russian psychologist Paul Ekman'. *Questions of psychology*, (2), 84-91.



