

Seçim Dönemlerinde Sosyal Medya Manipülasyonları

TURGAY YERLİKAYA

- Sosyal medya ve siyaset ilişkisinin boyutları nelerdir? Sosyal medya siyaseti etkiler mi?
- Sosyal medyanın seçim dönemlerindeki manipülatif etkisinin küresel örnekleri nelerdir?
- 24 Haziran seçimlerine gidilen süreçte olası sosyal medya manipülasyonları nelerdir?

SOSYAL MEDYA VE SİYASET İLİŞKİSİ

Yeni teknolojilerin imkanları ölçüsünde ortaya çıkan internet ve modern tekniğin yeni konfigürasyonları olan sosyal medya platformları toplumsal ve politik tartışmaların farklı bir boyut kazanmasına yol açmıştır. Aralık 2010'da Tunus'ta başlayan, sonrasında Mısır ve Suriye'yi içerisine alan devrim/karşı devrim hareketlerinin sosyal medya mecraları aracılığıyla etkisini göstermesi bu alanlara yönelik ilgiyi artırmıştır. Toplumsal hareketlerde etkisi test edilen internet mecraları zamanla toplumsal hayatın vazgeçilmez bir parçası olmuş ve siyaseti de derinden etkilemiştir.

İnternet teknolojisinin yarattığı dönüşüme paralel olarak değişen siyaset alanında da sosyal medya kullanımını zaman içerisinde mecburi bir hal almıştır. Sosyal medyayla birlikte konvansiyonel siyaset yapma tarzlarında yaşanan değişiklik yeni siyasal iletişim modellerini ortaya çıkartmış ve politik aktörler bu alanda da kendilerini göstermiştir. Siyasi parti ve yöneticilerinin daha geniş kitlelere ulaşmak amacıyla kullandıkları sosyal medya araçları süreç içerisinde siyasetin vazgeçilmez araçları olmuştur. Nitekim sosyal medya

kullanan siyasi parti liderlerinin daha geniş kitlelere erişimi ve söz konusu kitlelerin de politikacıları takibi mümkün olmuş ve bu mecra propaganda açısından elverişli bir alan olarak kabul edilmiştir.

Teknolojideki dönüşümle birlikte siyaset alanında yaşanan bu farklılıklar birtakım riskleri de beraberinde getirmiştir. Öyle ki sosyal medya son dönemlerde küresel alanda siyasete ve seçmen davranışlarına etki eden manipülatif bir araç olarak kabul edilmektedir. 2016 ABD başkanlık seçimlerinde Rusya'nın etkisi olduğuna dair güçlü iddialar konunun bu yönleriyle tartışılmasını mecburi kılmış ve devletler egemenliğini tehdit eden bu girişimlere karşı önlemler alma yoluna gitmişlerdir. Geçtiğimiz aylarda kamuoyuna mal olan ve sosyal medyanın siyaset alanını manipüle etmeye dönük etkilerinin bütün boyutlarıyla tartışılmasına yol açan Cambridge Analytica skandalı sosyal medyanın seçim sonuçlarını etkileyebileceği iddialarının ciddiye alınmasını sağlamış ve bu alandaki risklerin bütün boyutlarını ortaya koymuştur.¹

1. Turgay Yerlikaya, "Cambridge Analytica Risk Toplumu ve Sosyal Ağlar", *Star Açık Görüş*, 21 Nisan 2018.

TURGAY YERLİKAYA

Lisans eğitimini 2012 yılında Kocaeli Üniversite'sinde tamamlayan Turgay Yerlikaya, yüksek lisansını 2014 yılında "Türk Medyasında Self-Oryantalizm" başlıklı tez ile Marmara Üniversitesi İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı'nda tamamladı. Marmara Üniversitesi Kişiler Arası İletişim Ana Bilim Dalı'nda doktora çalışmalarını sürdüren Yerlikaya iletişim teorileri, Osmanlı-Türk modernleşmesi, oryantalizm, İslamofobyaya, toplumsal hareketler ve Sosyoloji alanlarında çalışmaktadır.

SOSYAL MEDYANIN SEÇİM DÖNEMLERİNDEKİ MANİPÜLATİF ETKİSİ

Sosyal medyanın seçimleri manipüle ettiğine yönelik iddiaların ciddiyet kazanması ve kamuoyunda geniş bir biçimde tartışılmasına neden olan husus 2013'te kurulan Cambridge Analytica adlı şirketin bir uygulama aracılığıyla Facebook'tan milyonlarca kullanıcının verilerini çekmesi ve bu yolla seçimlere müdahale ettiğinin ortaya çıkmasıdır. Söz konusu olayın basit bir veri kullanımı olmadığı ve seçmen davranışlarının belirlenmesinde oldukça etkisi bulunduğu görülmesiyle birlikte şirket yetkilileri durumu kabul etmiş ve tartışmalar bir üst boyuta taşınmıştır. Özellikle Trump'ın başkan seçildiği ABD'deki seçimler başta olmak üzere Brexit referandumu, Nijerya, Hindistan, Fransa ve Arjantin gibi ülkelerdeki seçimlerde de kullanılan bu yöntemin kitleler tarafından da bilinmesi ciddi bir tedirginliğe yol açmıştır. Skandalın bu denli büyük bir alana yayılması sebebiyle şirkete yönelik güven kaybı yaşanmış ve bu olay şirketi kapanmaya kadar götürmüştür.²

2016'da Trump ile Clinton arasında geçen başkanlık yarışını Trump'ın kazanmasının ardından seçimlere hile karıştırıldığı yolunda iddialar ortaya atılmıştır. Bu iddiaların ardından Facebook 2015-2017 arasında ABD'de yayınlanan reklamların Rus internet araştırma ajansı tarafından yapıldığını açıklamış ve söz konusu iddiaların ciddiyetini ortaya koymuştur.³ İddiaya göre Facebook, Twitter ve Instagram gibi sosyal medya mecraları başkanlık süreci içerisinde Rusya tarafından manipülatif olarak kullanılmış ve seçim sonuçlarına sahte hesaplar aracılığıyla etki edilmeye çalışılmıştır. Hillary Clinton hakkında alçaltıcı bilgiler vermek, Ted Cruz ve Marco Rubio gibi diğer adayları kötü göstererek Trump'ın ön planda olmasını sağlamak ve böylece seçilmesini kolaylaştırmak gibi sosyal medya manipülasyon iddiaları öne çıkan konular arasındadır. Bugün halen tartışılmakta

olan bu olayın ABD yargısına intikal ettiği bazı kişi ve kurumlarla ilgili seçimlerde manipülasyon yaptıklarına dair soruşturma başlatıldığı bilinmekte ve konu kamuoyu tarafından yakın bir biçimde takip edilmektedir.⁴

Sosyal medyanın manipülatif bir şekilde araçlaştırılmasına verilebilecek diğer bir örnek de Fransa'daki başkanlık seçimleridir. Rusya'nın söz konusu seçimlere müdahil olduğu iddiasıyla başlayan tartışmalarda "fake news" (sahte haber) sorunu ön plana çıkmış ve seçimlerde bu yolla bir sonuç elde edilmeye çalışıldığı dile getirilmiştir. İddialara bakıldığında seçimlere birkaç gün kala sosyal medya üzerinden dolaşıma sokulan sahte haberlerin seçim sonuçlarıyla ilgili spekülatif bir enformasyon akışı sağladığı ve istenilen yönde bir sonuç alınmaya çalışıldığı ifade edilmektedir.

Sosyal medya üzerinden dolaşıma sokulan "fake" haberler incelendiğinde seçimlerin Ulusal Cephe lideri Marine Le Pen'in galibiyetiyle sonuçlanacağı algısının yaratılmaya çalışıldığı görülmüştür. Bu nedenle seçimlerle ilgili en dikkat çeken manipülasyon anketlere müdahale edilmesi ve gerçekçi olmayan anket sonuçlarının paylaşılması şeklinde kendisini göstermektedir. Seçimlerin hemen öncesinde paylaşılan bir ankette aşırı sağ aday François Asselineau'nun ilk turda yüzde 56,91 oranında oy alacağı, diğer ankette ise bir diğer aday Jean-Luc Melenchon'un ilk turu kazanacağına iddia edilmesi sosyal medyada yapılan manipülasyonlara önemli birer örnektir.⁵ Kurgulanan anketlerle istenilen adayın önde olduğu ve diğer adayların bu yarışta şanslarının bulunmadığı algısını yaratmak ve seçim döneminde kamuoyunun tercihlerini yönlendirmeye çalışmak manipülasyonların temel amacı olarak gözükmektedir.

4. Söz konusu iddiaların ardından Savcı Robert Mueller 37 sayfalık iddianame hazırlamış ve Rusya'nın sosyal medya aracılığıyla seçim döneminde ABD kamuoyunu etkilemeye çalıştığı iddia edilmiştir. Garrett M. Graff, "A Blockbuster Indictment Details Russia's Attack on US Democracy", *Wired*, 16 Şubat 2018; John Swaine, "Mueller Charges 13 Russians with Interfering in US Election to Help Trump", *The Guardian*, 17 Şubat 2018.

5. "French Social Media Awash with Fake News Stories from Sources 'Exposed to Russian Influence' ahead of Presidential Election", *Independent*, 22 Nisan 2017.

2. "Cambridge Analytica Closing after Facebook Data Harvesting Scandal", *The Guardian*, 2 Mayıs 2018.

3. Helle C. Dale, "Russia Used Facebook Ads to Wield Influence in America. We Need Greater Transparency", *The Daily Signal*, 4 Ekim 2017.

Le Pen lehine olduğu anlaşılan sosyal medya manipülasyonlarının diğer bir türevi de Le Pen'in karşı-sındaki adaylarla ilgili yapılan dezenformasyon ve yıpratma haberleridir. Bu iddialardan biri Fransa seçimlerinde aday olan mevcut Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron ile ilgilidir. Macron'un bir offshore hesabı bulunduğu ve illegal biçimde bu hesabı kullandığı bot olarak tarif edilen hesaplar üzerinden dolaşıma sokulmuş ve Macron aleyhinde bir kamuoyu oluşturulmaya çalışılmıştır. Macron'un kazanmasını engellemeye dönük olduğu anlaşılan bu manipülasyonlar sadece seçim sonuçlarını etkilemeye dönük kurgu anketlerle sınırlı kalmamış, dezenformasyon ve yıpratma haberlerinin ön planda olduğu çoklu bir strateji benimsenmiştir.

Sosyal medyanın seçim dönemlerinde negatif ve manipülatif kullanımı olarak değerlendirilebilecek bu örnekler sadece ABD ve Fransa'ya özgü bir durum değildir. Son dönemde internetin manipülatif etkisini ülke örnekleri ile birlikte ele alarak farklı boyutlarıyla ortaya koyan çalışmalar sosyal medyada üretilen "fake news" ve yapılan manipülasyonların demokrasi açısından ne denli tehlikeli sonuçlar ortaya çıkarttığını dünya ölçeğinde göstermektedir. Devletler başta olmak üzere diğer bazı aktörlerin sosyal medyayı domine ederek seçim sonuçları ve sosyal mecralardaki tartışmaları etkilediği yönünde bulgular her geçen gün artmakta ve devletlerin bu alanda önlemler alması kaçınılmaz hale gelmektedir.⁶ Nihai kertede dijitalleşen dünyada geleneksel siyaset kodları değişmekte ve siyaset alanı da risklerden payını almaktadır. Son dönemde Türkiye'deki kritik toplumsal olaylar ve seçimlerde de çokça tartışılan asılsız haber ve manipülasyon iddiaları konunun bütün boyutlarıyla tartışılmasını mecburi kılmaktadır.

TÜRKİYE'DE SEÇİM ÖNCESİ OLASI SOSYAL MEDYA MANİPÜLASYONLARI

Sosyal medya marifetiyle seçimlerde manipülasyon yapılması Türkiye'nin yabancı olduğu bir konu de-

ğildir. Rusya'nın ABD seçimlerine müdahale ettiği iddiasının yanı sıra Cambridge Analytica aracılığıyla Arjantin, Hindistan ve İngiltere'de yapılmaya çalışılan manipülasyonlarla benzerlikler taşıyan Türkiye'deki müdahaleler özellikle son dönemde artış göstermiştir. 2013'teki Gezi Parkı Şiddet Eylemleri döneminde ve özellikle 7 Haziran ve 1 Kasım seçimleriyle 16 Nisan referandumunda ortaya konan sosyal medya operasyonlarının istenilen yönde bir kamuoyu oluşturma ve seçim sonuçlarını etkilemeye dönük olduğu açık biçimde görülmektedir.

Söz konusu operasyon biçimlerine bakıldığında teknik düzlemde bir manipülasyonla birlikte asılsız iddia ve haberlerin dolaşıma sokulması gibi stratejilerin ön plana çıktığı anlaşılmaktadır. Bot hesap olarak tanımlanan sahte kullanıcıların özellikle seçim dönemlerinde Suriyelilerle ilgili dezenformasyon ve kışkırtma yöntemlerini kullandıkları açıktır. Suriyelilerin seçimlerde oy kullanması, sınavsız üniversite, kimlik kartı ve vatandaşlık, maaş, telefon faturasının devlet tarafından ödenmesi, TOKİ evlerinin bedava verilmesi gibi mesnetsiz iddialar sosyal medya mecralarında tartışılmakta ve bu konuda bir kamuoyu oluşturulmaya çalışılmaktadır. Sosyal medya aracılığıyla dolaşıma sokulan bu mesnetsiz iddiaların siyasetçiler tarafından içselleştirilmesi ve 24 Haziran seçimleri öncesinde Suriyeli mültecilerin bu ve benzer iddialardan hareketle ötekileştirilmeleri seçim sonuçlarını etkilemeye dönük bir girişim olarak değerlendirilebilir.⁷

Son dönemde yaşanan tamam-devam tartışması da benzer bir sosyal medya manipülasyonu şeklinde yorumlanabilir. Cumhurbaşkanı Erdoğan'a yönelik olduğu bilinen "tamam" etiketli muhalif paylaşımların özellikle yurt dışındaki bot hesaplar aracılığıyla yaygınlaştırılması ve siyasetçilerin gündelik hayatta bu üretilere destek vermesi sanal ortamlarda yapılmaya çalışılan manipülasyonların ne denli etkili olduğunu göstermektedir. Nitekim sosyal medyada tamam-devam etiketleriyle başlayan tartışmalar kısa sürede iç siyasette kullanılan bir argüman olmuş ve eş zaman-

6. "Manipulating Social Media Undermine Democracy", Freedom House Report, freedomhouse.org/report/freedom-net/freedom-net-2017, (Erişim tarihi: 5 Haziran 2018).

7. Turgay Yerlikaya, "Muhalefetin Taşıdığı Potansiyel Faşizm", *Star Açık Görüş*, 3 Haziran 2018.

lı olarak uluslararası kamuoyunda da ses getirmiştir.⁸ Sosyal medya aracılığıyla örgütlenen muhalefetin reel siyasette ne kadar etkili olduğu bir kenara kısa süreliğine de olsa gündem oluşturulduğu ve bazı tartışmaların seyrine etki edildiği görülmektedir. Bu nedenle internetin sunduğu imkanlar hem resmi hem de enformel yönleriyle kullanılmakta ve özellikle seçim dönemlerinde bu stratejiler izlenilerek istenilen yönde sonuç alınmaya çalışılmaktadır.

Seçim dönemlerinde sosyal medyada kullanılan stratejilere bakıldığında ters propaganda taktığının de bir manipülasyon türü olarak ön plana çıktığı görülmektedir. Tıpkı ABD seçimlerindeki gibi kendisini karşı olduğu tarafta göstererek paylaşımlarda bulunan kişiler muhalif ve özellikle kararsız seçmenleri rahatsız edici bir dil kullanmakta ve karşı olduğu partiyi bu yolla halk nezdinde itibarsız kılmaya çalışmaktadır. Asılsız haber ve özellikle görsel kullanımıyla manipüle edilmeye çalışılan kitlelerin duygusal zafiyetleri hedef

8. George Pierpoint, "Turkish Social Media Row over Erdogan 'Enough' Comment", BBC, 9 Mayıs 2018.

alınmakta ve karşı olunan partiye yönelik dezenformasyon yapılmaktadır.

Örneklerden de anlaşılacağı üzere internet ve sosyal medya mecraları seçim dönemlerinde manipülasyon amaçlı kullanılmaktadır. Devletlerin egemenliğini tehdit eden sosyal medya araçlarının bu yönde işlevselleştirilmesini önlemeye yönelik çalışmalar yapılmakta birlikte dijital alanda yaşanan baş döndürücü gelişmeler bazen sonuç almayı zorlaştırmaktadır. Bu nedenle her zaman bu tip manipülasyon çalışmaları kendisini gösterecek ve bu yolla sonuç alınmaya çalışılacaktır. Sosyal medyanın bu tip etkilerini kırmaya dönük başta Avrupa olmak üzere birçok bölgede çalışmalar yapılmakta ve özellikle seçim dönemlerinde güvenli bir ortam tesis edilmeye gayret edilmektedir. Özellikle Avrupa Birliği ülkeleri egemenlik açısından problem olarak algıladıkları, terör ve radikalleşme konuları başta olmak üzere seçim manipülasyonları ve "fake news" konularında da sosyal medya şirketlerine yönelik yaptırım içeren yasal düzenlemeler ihdas etmekte ve bu yönde önleyici tedbirler almaya çalışılmaktadır.



SIYASET, EKONOMİ VE TOPLUM ARAŞTIRMALARI VAKFI
FOUNDATION FOR POLITICAL, ECONOMIC AND SOCIAL RESEARCH
مركز الدراسات السياسية والاقتصادية والاجتماعية

www.setav.org | info@setav.org | @setavakfi

SETA | Ankara

Nenehatun Cd. No: 66 GOP Çankaya
06700 Ankara TÜRKİYE
Tel: +90 312 551 21 00 | Faks: +90 312 551 21 90

SETA | İstanbul

Defterdar Mh. Savaklar Cd. Ayvansaray Kavşağı
No: 41-43 Eyüpsultan İstanbul TÜRKİYE
Tel: +90 212 315 11 00 | Faks: +90 212 315 11 11

SETA | Washington D.C.

1025 Connecticut Avenue, N.W., Suite
1106 Washington D.C. 20036 USA
Tel: 202-223-9885 | Faks: 202-223-6099

SETA | Cairo

21 Fahmi Street Bab al Luq Abdeen
Flat No: 19 Cairo EGYPT
Tel: 00202 279 56866 | 00202 279 56985