

Göçmen Karşıtlığının Dijitalleşmesi: Çevrimiçi Sosyal Ağlar ve Aktörler¹

Mehmet Gökay Özerim² ve Zeynep Elif Turgut³

Öz

Bu çalışma, çevrimiçi sosyal ağların göçmen karşıtı söylemlerin yayılmasındaki rolünü ve bu süreçte etkin olan kötü niyetli aktörlerin stratejilerini incelemektedir. 2022-2025 yılları arasında yürütülen bir uluslararası araştırma projesi kapsamında geliştirilen taksonomi kılavuzu aracılığıyla; aktör türleri, yöntemleri ve içerik stratejileri analiz edilmiştir. Çalışmada Telegram, Facebook ve X (eski adıyla Twitter) gibi platformlarda göç karşıtı dezenformasyonun nasıl yayıldığı, mevcut akademik yazın ve örnek olaylar üzerinden değerlendirilmiştir. Sonuçlar, sosyal medya algoritmalarının yankı odaları oluşturduğu, kriz dönemlerinde dezenformasyonun arttığı ve partiizan aktörlerin kutuplaşmayı derinleştirdiğini ortaya koymaktadır. Göç karşıtı çevrimiçi söylemin planlı ve sistematik şekilde yapılandırıldığı vurgulanmakta ve dijital dezenformasyonla mücadelede aktör-strateji ilişkilerinin anlaşılmasının önemine dikkat çekilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Göç karşıtlığı, çevrimiçi sosyal ağlar, dezenformasyon, kötü niyetli aktörler, dijital stratejiler, kutuplaşma

ABSTRACT IN ENGLISH

The Digitalization of Anti-Immigrant Sentiment: Online Social Networks and Actors

This study explores the role of online social networks in spreading anti-immigrant discourse and the strategies employed by malicious actors within these platforms. Based on a taxonomy developed through an international research project conducted between 2022 and 2025, the analysis categorizes different actor types, methods, and content strategies. Case studies from platforms like Telegram, Facebook, and X (formerly Twitter) reveal how anti-immigrant disinformation spreads and intensifies during crises. The findings highlight the role of algorithm-driven echo chambers, the strategic use of emotional triggers, and the increasing visibility of partisan actors in polarizing public discourse. The study argues that anti-immigrant narratives are often systematically structured and emphasizes the necessity of understanding the actor-strategy nexus to effectively combat digital misinformation.

Keywords: Anti-immigration, online social networks, disinformation, malicious actors, digital strategies, polarization

¹ Bu çalışma İstanbul Beykent Üniversitesi tarafından 18-20 Şubat 2025 tarihinde düzenlenen Türkiye Göç Konferansında sunulmuştur. Ayrıca bu araştırma TÜBİTAK 2209-A programı kapsamında desteklenmiştir.

² Profesör Doktor, Yaşar Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü, Türkiye, gokay.ozerim@yasar.edu.tr, gokay.ozerim@yasar.edu.tr, 0000-0002-3895-1624

³ Araştırmacı, Yaşar Üniversitesi, AB Jean Monnet Mükemmeliyet Merkezi, Türkiye, elif.turgut@yasar.edu.tr



Giriş

Çevrimiçi sosyal ağlar (Online Social Networks- OSNs), giderek artan kullanıcı sayıları ile internet üzerinden yayılan söylemlerin oluşumu ve paylaşımı için olduğu kadar artık kamusal alanlardaki tartışmalar için de en önemli mecralardan birine dönüşmektedir. Bu durum, dijital teknolojileri ve toplulukları toplumsal dönüşümleri de şekillendirir hale getirmiştir. Bahsi geçen mecralar, bilgi paylaşımı işlevi görebildiği gibi yanlış bilginin oluşumu ve yayılması için de kullanılabilir. Bunun en önemli sebeplerinden biri, çevrimiçi sosyal ağlarda bilgi paylaşım yapısının manipülasyona oldukça açık bir şekilde olması gösterilebilir.

Bu manipülasyonu yapan aktörler, “kötü niyetli aktörler” (malicious actors) olarak adlandırılmaktadır ve sistemsal açıkları başarılı bir şekilde kullanabildikleri gibi ayrıca zaman içerisinde birçok yeni strateji geliştirebilmişlerdir. Kötü niyetli aktörler, günlük akış içerisinde aslında süreçlerin farkında olmadan bu platformları kullanan bireylerin de algılarını çarpıtabilmektedir (Shah et al., 2023). Daha da önemlisi, bu aktörler kriz dönemlerinde daha sistematik yaklaşımlar ve taktikler geliştirerek yanlış ve yanıltıcı bilgileri kasıtlı olarak yayabilmekte ve süreçleri daha da çözümsüz hale getirebilmektedir.

Göç konusu, çevrimiçi sosyal ağların en popüler konularından birini teşkil etmektedir ve bu ağlar, göç konusunun görünürliğini arttırdığı gibi yanlış bilginin dolaşımını da besleyebilmektedir. Bu çerçevede, "bilgi kirliliği" (misinformation) ve "dezenformasyon" (disinformation) terimlerinden yola çıkarak sosyal medya başta olmak üzere çevrimiçi sosyal ağlarda aktörlerinin bu yapılarla nasıl ilişkilendiği, önemli bir tartışma konusu haline dönüşmüştür.

Genel olarak değerlendirildiğinde akademik yazında ilgili çalışmalar özellikle bu platformlarda göç karşıtı söyleme odaklanırken, aktör yapıları, stratejilerinin farklı boyutları ve yaklaşımları üzerine sistematik analiz ve çalışmalar halen sınırlı kalmaktadır. Bu çalışmada bu stratejilerin neler olduğu tartışıldıktan sonra göç karşıtı söylem ve kötü niyetli aktörlerin kullandığı temel stratejileri 2022-2025 yılları arasında yürüttüğümüz uluslararası araştırma projemizin yarattığı taksonomi kılavuzu ve geniş kapsamlı literatür taraması ekseninde tartışmaktayız. Çalışmada özellikle 2015 sonrası Avrupa'daki “göç krizi” olarak etiketlenen sürecin etkisiyle belirginleşen çevrimiçi kutuplaşma ve nefret söylemi, Telegram, Facebook ve X (eski adıyla Twitter) gibi platformlar üzerinden değerlendirilmiştir. Bunun için projemiz kapsamında geliştirilen taksonomiden yararlanılmış, çevrimiçi zararlı aktörlerin sınıflandırılması ve strateji tipolojisi çerçevesinde vaka analizleri yapılmıştır.

Çevrimiçi Sosyal Ağlar (OSN'ler) nedir?

Çevrimiçi Sosyal Ağlar (OSN'ler), hem bireylerin hem de grupların iletişim ve sosyal etkileşimlerini sağlayan, içerik alışverişinde bulunan kullanıcıların oluşturduğu karmaşık bir yapıya sahip dijital platformlar olarak nitelendirilmektedirler (He ve diğerleri, 2016). Bu ağlar “çevrimiçi topluluklar”, “dijital topluluklar” ya da “sanal topluluklar” olarak da anılabilmektedir. Bu adlandırmaların tümü, temelinde benzer ilgi ve/veya değerlere sahip bireylerin etkileşimine olanak sağlayan yapıları ifade etmektedir ve 1990 itibarıyla internete erişim olanaklarının geniş kitlelere yayılmasıyla eş zamanlı olarak önemi ve görünürlükleri de artmış bulunmaktadır (Oksanen ve diğerleri, 2024).

Çevrimiçi Sosyal Ağlar, etkileşim yoluyla ortak normların ve aidiyet duygusunun gelişimine olanak sağlayan dijital ortamlar olarak değerlendirilmektedirler ve oyun ortamlarından



forumlara, sosyal medya gruplarından bloglara birçok dijital ortam “Çevrimiçi Sosyal Ağ” işlevi görebilmektedir (Hammond, 2017). Bu konuda genel olarak Facebook, Instagram ve Telegram grupları sosyal medya örneklerini oluştururken, Amerika Birleşik Devletleri’nde Reddit ve Türkiye’de Ekşi Sözlük alt grupları gibi platformlar, benzer işlevleri gösteren en bilinen örnekler olarak sayılabilir.

Bu ağların sahip olduğu yapısal dinamikler ve sunduğu olanaklar hem kullanan bireylerin davranışlarını hem de toplumsal olarak daha kolektif tepkileri ve hareketleri tetikleme potansiyeline sahiptir (Bond et al., 2012). Dolayısıyla çevrimiçi sosyal ağlar geleneksel iletişim araçlarından farklı yönler sergiler ve bu durum onları hem birçok yeni fırsata hem de yeni tehditlerin oluşumuna açık hale getirmektedir. Ancak hiç şüphesiz ki içinde bulunduğumuz dönemin en önemli bilgi transfer araçlarından birine dönüşmüşlerdir.

Bu ağları günümüzün en önemli tartışma alanlarından biri haline getiren temel unsur, bilginin yayılmasındaki rolleridir. Bu ağlar herkesin katılımına açık olabilmekle birlikte etkin kullanıcılar bir süre sonra bu ağlar ve toplulukların en etkili bilgi yayıcıları haline dönüşebilmekte, bu ağlardaki bilginin niteliğini olduğu kadar duygu iklimini de büyük oranda etkileyebilmektedirler. Dolayısıyla ağlara ilişkin önemli bir husus; kolektif paylaşım alanları olarak gözükmekle birlikte küçük yankı odalarının ve bilgiyi empoze eden ya da manipüle eden aktörlerin etkin rol almasına olanak sağlayabilmeleridir. Dolayısıyla çevrimiçi sosyal ağlar, kamuoyunu büyük ya da küçük ölçekte şekillendirebilmekte, duygu ve davranışları da dönüştürebilmektedir. Topluluk ve aidiyet hissiyatları oluşturabilmelerinin dışında halen bu ağları en güçlü kılan ve talep oluşturan yönlerden biri olarak, anonimlik sağlaması gösterilmektedir. Tabii ki bunun sahte kimliklere dayalı boyutlarının tartışması da mevcuttur ve etik ile ilgili geniş tartışmalara yol açabilmektedir. Bu husus, bu çalışmamızda çevrimiçi ağlarda bilgi kirliliği ve kötü niyetli aktörler tartışmamızın önemli çıkış noktalarından birini teşkil etmektedir.

Genel olarak bu grupların etkisi halen tartışma konusudur. Mevcut tartışmaların bir bölümü çevrimiçi sosyal ağların dezavantajlı grupların seslerini duyurmasını sağlayarak ve kolektif hareketlerin gelişimine olanak sağlayarak bir köprü ve bağ kurma işlevi olduğunu savunup olumlu yönlerine dikkat çekerken diğer bir bölümü de “clicktivism” (tık aktivizmi) ile yüzeysel bir eylem ve aktivizm duygusu yarattığı, bilgi kirliliği ve manipülasyona açık olduğu savlarıyla şüpheli bir tutum takınmaktadırlar.

Çevrimiçi Sosyal Ağlar ve Bilgi Kirliliği

Şüpheli yaklaşımların büyük çoğunluğu, bahsedildiği üzere sosyal medya platformları başta olmak üzere yanlış bilginin yayılmasında çevrimiçi sosyal ağların rolüne odaklanmaktadır. Bunun en güncel örnekleri arasında yer alan konular, COVID19 pandemisi süresince ve sonrasında oluşan aşı karşıtlığı ile birlikte göç karşıtlığı konularıdır. Aşı karşıtlığı özelinde baktığımızda aşı hakkında kamuoyunun algı ve tercihlerini şekillenmesinde çevrimiçi ağların rolünü ortaya koyan birçok çalışma bulunmaktadır (Pierri et al., 2021; Murić ve arkadaşları, 2021).

Küresel çapta en dikkat çeken örnekler bunlar olmakla birlikte her toplumun politik ve sosyal konularının değişen kapsamına bağlı olarak örnekler de çeşitlenebilmektedir. Sonuç olarak bugün siyaset biliminden sosyolojiye, bilgisayar mühendisliğinden yazılım mühendisliğine

birçok disipline bağlı geniş bir akademik yazın, çevrimiçi sosyal ağlarda bilgi kirliliğinin oluşumu, yayılımı ve bu yayılımı önlemenin yollarına odaklanmaktadır.

“Kriz” ve “kutuplaştırma”, çevrimiçi sosyal ağlarda manipülasyon ve bilgi kirliliğini en fazla arttıran unsurlar olarak sayılabilir. Kriz süreçlerinde ve sonrasında anksiyete içindeki topluluklarda kamuoyunun algısını şekillendirmek için gerekli altyapıyı sağlamada sosyal ağlar etkili araç işlevi görebilmektedir. Bu durumlarda çoğu zaman kamuoyu geleneksel medya araçlarının hızını aşan bir bilgi ihtiyacı ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu bilgi ihtiyacını çevrimiçi sosyal ağlar daha rahat şekilde sağlama olanağına sahiptir; ancak kriz ve aşırı kutuplaşma gibi durumlarda yanlış bilginin yayılımı kolaylaşırken bunun önlenmesi ise daha da zorlaşabilmektedir (Bridgman ve diğerleri, 2020).

Çevrimiçi sosyal ağlarda bilgi kirliliğinin önemli bir sebebi, sadece dahil olan aktörler değil bu ağların yapısıdır. Çünkü bilgi kirliliği sosyal botlar ve algoritmik stratejiler ile daha kolay yayılabilmektedir ki bu da botların sahte ve yanlış bilgiyi daha hızla yayma kapasitesini büyük ölçüde güçlendirebilmektedir (Shao ve diğerleri, 2018). Algoritmik içerik sıralamaları kullanıcı etkileşimine bağlı olarak, özellikle sosyal medya platformları örneğinde görüldüğü üzere, bazı içerikleri kolaylıkla daha görünür kılabilir ve bu platformlar hem yankı odalarının hem de filtre balonlarının oluşumunu kolaylaştırabilmektedir. Bunları da bilgi kirliliğini oluşturan tetikleyici unsurlar olarak sayabiliriz (Bakshy et al., 2015; Pariser, 2011).

Benzer düşüncelere sahip bireyleri bir araya getiren alanlara dönüşebilme potansiyeli çok yüksek olan çevrimiçi sosyal ağlar, yanlış bilginin de dolaşımına ve yayılımına katkı sağlarken yüksek etkileşim almaları algoritmalar tarafından “önemli” olarak görülmesi ve daha da öne çıkarılmasına yol açabilmektedir (Vosoughi, Roy & Aral, 2018). Öte yandan, Sunstein'in (2007) sosyal medyanın yankı odaları oluşturarak bölünmeleri arttırdığını ve bunun da ötesinde toplumsal kutuplaşma oluşturduğunu tartışmaktadır. “Yankı odası” kavramı, sosyal medyada kullanıcıların farklı görüşleri incelemesini engelleyerek önyargılarını ve kavramlarını güçlendirmelerine yol açtığını savunmaktadır. Bu bağlamda Stein vd. (2023) yankı odalarını, kullanıcıların kendileriyle aynı siyasi ideolojilere sahip olan kullanıcılarla birlikte olduklarında aşırı görüşlerini paylaşırken kendilerini daha güvende hissettikleri alanlar yaratan sosyal ağ kullanıcı grupları olarak tanımlamaktadır. Bunu destekler şekilde, Cinelli vd. (2021), sosyal medya odaklı ağların ve grupların, kullanıcılarını onların görüşlerine uygun olan içeriklerle konumlandırmaya ve yankı odaları oluşturmaya eğilimli olduğunu vurgulamıştır.

Birçok çalışma, çevrimiçi sosyal ağların popülerliği ile birlikte yanlış bilginin yayılması için de öncü rol üstlenmesinde yukarıda tartıştığımız hızlılık ve algoritmalara dayalı olma özelliklerinin yanı sıra kısalık unsurunu da öne çıkarmaktadır. Burada kısalık infografikler ve meme’ler gibi daha hızlı tüketilebilen görsel içerikleri, X’teki twitler gibi kısa yazıları, Tiktok ve Instagram’daki gibi kısa videoları nitelendirmektedir. Bu bilgiler kolay tüketilebilir olmakla birlikte gerçeği çarpıtmada ya da gerçeğin sadece bir kısmını vermede işlev görürler ve eksik bilgi de bir süre sonra bilgi kirliliğine kolaylıkla dönüşebilmektedir (Highfield, 2016 & Cinelli et al., 2020)

Ayrıca bu ağlar bireylerin duygularını harekete geçirici stratejileri de başarıyla kullanabilmekte, öfke ve korku gibi duygulara hitap ederek bilgiyi manipüle edebilmektedirler (Brady et al., 2017; Heath, Bell & Sternberg, 2001). Çalışmalar, aynı zamanda bireylerde yanlış da olsa bilgi paylaşımı sonrası ilgi çekme ve tatmin duygusunun da bu konuda bilgiyi çarpıtmada etkin rol aldığını göstermektedir (Marwick & Boyd, 2011; Friggeri et al., 2014).



Çevrimiçi Sosyal Ağlarda Bilgi Kirliliği Yayan Aktörlerin Stratejileri

Genel olarak incelendiğinde çevrimiçi ağlarda bilgi kirliliği yayan aktörlerin çok farklı stratejiler izlediği gözlemlenmektedir. Aşağıda 2022-2025 yılları arasında yürüttüğümüz “Çevrimiçi Sosyal Ağlarda Kötü Niyetli Aktörlerin Profillendirilmesi ve Yapay Zeka Yoluyla Tespiti” projemiz kapsamında uluslararası bir konsorsiyum olarak bu aktörlerin türleri ve stratejilerine ilişkin yarattığımız taksonomi, bu çeşitliliği gösterir niteliktedir.

Tablo 1: Çevrimiçi Sosyal Ağlarda Bilgi Kirliliği Yaratan Aktörlerin Roller

Rol Tipi (A1)	Tanım
Yaratıcı (Creator)	Dezenformasyonu üreten ve yayılmasını tetikleyen aktör; genellikle kişisel veya finansal kazanç motivasyonu ile hareket eder.
Yayıcı (Spreader)	Dezenformasyonu paylaşan, yayan ve destekleyen kullanıcı; davranışı bilişsel yapılarına ve bağlamsal faktörlere bağlıdır.
Belirsiz (Ambiguous)	Hem üretici hem yayıcı rolleri üstlenebilen, sınırları net olmayan aktör.

Çevrimiçi ağlarda bilgi kirliliği yayan aktörler, içeriğin doğrudan yaratıcısı ya da yayıcısı olabilmektedirler (Tablo 1). Ancak birçok durumda esas rolünü anlamak, çevrimiçi ağların yapısı dolayısıyla kolay değildir. Bir Telegram kanalında 'göçmenler COVID virüsünü yaydı' temalı ilk yalan haberin üretilmesini sağlayan aktör yaratıcı olarak kabul edilebilir. Diğer yandan, Facebook'ta göçmenleri suçlayan bir sahte haberin sadece paylaşımını yapan, yayıcı rolünü üstlenmiş olmaktadır.

Tablo 2: Çevrimiçi Sosyal Ağlarda Bilgi Kirliliği Yaratan Aktörlerin Özelliklerine Göre Sınıflandırılması

Aktör (A2)	Özelliği	Tanım
Sıradan Kullanıcı		Gündelik içerik etkileşimlerinde bulunan bireyler.
Aktivistler		Belirli bir amaç uğruna çevrimiçi ve çevrimdışı faaliyet gösteren birey veya gruplar.
Şirketler		Kâr amacı güden organizasyonlar.
Komplocular		Gerçek dışı anlatıları yayan bireyler veya gruplar.
Aşırıcular		Aşırı ideolojileri savunan, grup bağlılığını ön planda tutan bireyler.
Etkileşim Firmaları		Kullanıcı verilerini manipüle ederek bilgi yayılım hizmeti sunan şirketler.

Influencerlar	Sosyal medya veya geleneksel medyada yüksek etkileşim gücüne sahip bireyler.
Bilgi Birlikleri	Organize şekilde yanlış bilgi yayan gönüllü ya da görevlendirilmiş bireyler.
Partizanlar	Bir parti veya ideolojiye sıkı sıkıya bağlı bireyler.
Şakacılar	Sadece eğlence amacıyla yanıltıcı içerik üreten bireyler.
Halkla İlişkiler Şirketleri	Dezenformasyonun yayılması amacıyla ücretli içerik üreten özel şirketler.
Ağ Fraksiyonları	Siyasi duruşlara sahip, çevrimiçi etkileşim içinde olan gevşek örgütlenmiş topluluklar.
Botlar	Yazılım tabanlı otomatik içerik üretici ve dağıtıcı sistemler.
Troller	Amacı provoke etmek ve çatışma yaratmak olan bireyler.
Siborglar	İnsan tarafından yönetilen, otomatik davranış sergileyen hibrit hesaplar.

Bu ağlarda üstlendikleri rollerin alt özelliklerine baktığımızda ise Tablo 2’de sıralanıp açıklandığı üzere sayısız role bürünebilecekleri tespit edilmiştir. Çoğu zaman bu aktör özelliklerinin de iç içe geçtiği görülmektedir.

Tablo 3: Çevrimiçi Sosyal Ağlarda Bilgi Kirliliği Yaratın Aktörlerin Yöntemleri

Yöntem (B)	Tanım	Kaynak
Reklam	Ücretli arama sonuçları, basın bültenleri veya sponsorlu içeriklerle yapılan promosyon.	Jamison et al., 2019
Botnet	Etkileşim ölçütlerini yapay olarak artırmak amacıyla kullanılan bot ağı.	Yang et al., 2019; Latah, 2020; Kumar et al., 2017
Ucuz Sahte (Cheap Fake)	Görüntüleri basit düzenlemelerle yanıltıcı hale getirme.	Donovan, 2022
Deepfake	Makine öğrenmesi ile değiştirilmiş sahte video veya görseller.	Donovan, 2022



Bilimi Maskeleye	Bilimsel söylem ve normlarla ideolojik veya politik ajandaları gizleme.	Donovan, 2022
Copypasta	Aynı metnin farklı platformlarda tekrar tekrar paylaşılması.	Donovan, 2022
Delil Kolajı	Farklı kaynaklardan alınan içeriklerin görsel bir kolajla ikna aracı olarak sunulması.	Donovan, 2022
Sahtecilik	Sahte belgeler üreterek yanıltıcı içerik yayma.	Donovan, 2022
Ele Geçirilmiş Hesaplar	Başkasına ait hesapların yetkisiz kullanımı.	Donovan, 2022; Ferrara et al., 2016
Kimliğe Bürünme	Gerçek bir kişi veya grup gibi davranmak.	Donovan, 2022; Yang et al., 2019
Anahtar Kelime İşgali	Özgün anahtar kelimeleri manipüle ederek arama sonuçlarını yönlendirme.	Donovan, 2022; Mbona & Eloff, 2023
Sızıntı	Hassas bilgi ve belgelerin yetkisiz paylaşımı.	Donovan, 2022
Meme	Hızla yayılan, genellikle mizahi görseller veya kısa içerikler.	Donovan, 2022; Dupuis & Williams, 2020
Yanlış Bilgi Grafiği	Yanıltıcı bilgi içeren infografikler.	Donovan, 2022
Phishing	Güvenli görünen yollarla kullanıcı bilgisi toplama.	Donovan, 2022; Latah, 2020
Bağlamdan Koparılmış Medya	Orijinal bağlamından çıkarılmış görsel veya video kullanımı.	Donovan, 2022; Zubiaga et al., 2018
Senkronize Paylaşım (Swarming)	Toplulukların eş zamanlı yanıltıcı paylaşım yapması.	Vasu et al., 2018; Donovan, 2022
Tanıklıklar	Duygusal tepkiler yaratmak için kişisel hikâyelerin kullanımı.	Donovan, 2022

Duygu Bulaşması	Korku, öfke gibi duygularla kullanıcı davranışını etkileme.	Menczer & Hills, 2020; Patel & Constantiou, 2020
Trol Davranışı	Kışkırtıcı ve bölücü içeriklerle provokasyon yaratma.	Donovan, 2022; Jamison et al., 2019
Yazım Hataları Alan Adı	Popüler alan adlarının yazım hatalı versiyonlarını kullanarak kullanıcıyı kandırma.	Donovan, 2022; Orabi et al., 2020
Doğrulanmamış Anonim Kaynak	Kanıt sunmaksızın anonim kaynaklara atıfla anlatılar oluşturma.	Donovan, 2022
Viral Sloganlar	Kısa ve çarpıcı ifadelerle manipülatif mesajlar üretme.	Donovan, 2022

Çevrimiçi ağlarda bilgiyi manipüle etme yöntemleri Tablo 3'te gösterildiği üzere mevcut bilgiyi bağlamından çıkarmaktan görselleri çeşitli yollarda değiştirmeye kadar birçok unsuru içermektedir.

Son olarak aktörlerin bu amaçlarla izledikleri spesifik stratejiler (Tablo 4), çevrimiçi ağların yoğunlaşarak ilerleyen tarihi ve kapsamı içerisinde çok boyutlu hale ulaşmıştır. Burada not edilmesi gereken önemli bir husus, günlük kullanıcılar tesadüfen bu yöntemleri kendi kendilerine kullanabildiği gibi aynı zamanda bu stratejileri kullanmak zaman içerisinde bilgi manipülasyonu için profesyonel hale de dönüşmüştür.

Tablo 4: Çevrimiçi Sosyal Ağlarda Bilgi Kirliliği Yaratan Aktörlerin İçerik Stratejileri

Strateji (C1)	Tanım	Kaynak
Spam	Kötü amaçlı bağlantılar içeren veya istenmeyen içeriklerin yayılması.	Alom et al., 2018; Donovan, 2022
Astroturfing	Gerçekte olmayan halk desteğini varmış gibi göstermek.	Pastor-Galindo et al., 2020
Etkileyciliği Şişirme	Algoritmaları manipüle ederek sahte popülerlik yaratma.	Ferrara et al., 2016; Yang et al., 2019
Kelebek Saldırısı	Marjinal grupların söylemini taklit ederek içeriden bölme ve güven kaybı yaratma.	Donovan, 2022; Mbona & Ellof, 2023
Dağıtılmış Yükseltme	Katılımcıların kişisel hesaplarından hızlı paylaşım yapmasıyla anlatının yayılması.	Donovan, 2022; Providel, 2021



Algoritma Manipülasyonu	Yanlış içeriğin popüler gibi görünmesini sağlamak için algoritmalara müdahale.	Donovan, 2022; Ferrara et al., 2016
Meme Savaşı	Politik memeler yoluyla toplumsal kutuplaşma yaratma.	Donovan, 2022; Dupuis & Williams, 2020
İtibar Yönetimi	Olumsuz içerikleri bastırarak pozitif içeriklerin yaygınlaştırılması.	Donovan, 2022
Hedefli Taciz	Birey veya gruplara yönelik sistematik çevrimiçi saldırı ve tehditler.	Donovan, 2022; Stella et al., 2018
Yukarıya Taşıma	Yerel veya niş bir anlatının ulusal medyaya taşınması.	Pastor-Galindo et al., 2020; Donovan, 2022
Mikro Hedefleme	Küçük gruplara özel içerikler sunarak davranışı etkileme.	Patel & Constantiou, 2020; Leshner, 2022
Filtre Balonları	Kullanıcılara sadece kendi görüşlerini destekleyen içeriklerin gösterilmesi.	Donovan, 2022; Jamison et al., 2019
Sayısal Propaganda	Botlar ve algoritmalar yoluyla siyasi iletişim manipülasyonu.	Leshner, 2022; Khaund, 2022

Çevrimiçi Sosyal Ağlarda Göç Karşısı Aktörler ve Stratejileri

Göçle ilgili tartışmaların yoğunlaştığı 2015 yılı ve sonrasında göç alan ülkelerde göçmen karşıtı duygular ve söylemler; özellikle batı toplumlarının çoğunda kamusal alanda merkeze oturmuştur. Eş zamanlı olarak göç olgusu Avrupa’da birçok ülkede kamuoyu tartışmalarında ve seçim kampanyalarında ana temalardan biri haline gelmiştir. Bu dönem, aynı zamanda göç konusunun geleneksel medyada olduğu kadar yeni medya kanallarında da öne çıkışını ifade etmektedir (Krzyżanowski & Ledin, 2017; De Coninck vd., 2022).

Aldamen’e göre (2023, ss. 3-5) özellikle internetin gelişmesinden sonra bireyler toplumun temel sorunlarını görünür kılmada çevrimiçi sosyal ağları daha başarılı ve etkin bulmaya başlamışlardır. Bunun en önemli sebeplerinden biri olarak çevrimiçi mecraların kullanıcılarına geleneksel medya söyleminden farklı bir seçenek sağlayarak kullanıcıların yeni bağlantılar kurabileceği, sosyal ağını ve etkisini genişletebileceği bir alan oluşturması verilebilir (Ahmed, 2019; Ahmed, 2021). Bu kapsamda, göç ve göçmen karşıtı söylem de çevrimiçi sosyal ağlarda kendine yer bulabilmiştir. Ayrıca çevrimiçi ağlar ve toplulukların en belirginlerine ev sahipliği yapan platform olan sosyal medya, göçmen karşıtı söylemi yayan ve teşvik eden gruplar için yankı odaları (eco chambers) oluşturabilmektedir (Kopacheva & Yantseva, 2022). Dolayısıyla Van Dijk’in (2013) belirtmiş olduğu gibi, bu platformlar yalnızca iletişim ve ağ oluşturma için güvenli bir alan olmakla kalmamakta aynı zamanda ırkçı bir dil kullanarak veya kullanıcılarını taraflara ayırarak göç karşıtı söylem ve duyguyu da yayabilmektedirler (Szakács & Bognár, 2021). Böylece birçok forum, çevrimiçi topluluk, site veya sayfanın açıkça veya üstü örtülü bir halde göçmen karşıtı söylemi yaydığı ve artırdığı gözlemlenmektedir.

Çevrimiçi sosyal ağlardaki göçmen karşıtı aktörler incelendiğinde, genelde ırkçı bir dil kullandıkları, merkezlerinde toplumlarının göçmenler tarafından saldırı altında olduğu konusunun bulunduğu ve göçmenlerin kadınlara karşı tehdit yaratacak kişiler olarak görüldüğü gibi içeriklerin yayıldığı gözlemlenmektedir. İnternetin sağladığı olanaklar sayesinde çeşitli karşıt ideolojiler ve göçmen karşıtlığı hareket geleneksel medya araçlarından daha geniş bir coğrafi konuma yayılabilme olanağına kavuşmuştur (Gerstenfeld vd., 2003). Bu çalışmanın çevrimiçi sosyal ağların yapısını tartıştığımız bölümünde de vurguladığımız üzere, bu mecralar bilgiyi hızlı yayabildiği gibi göçmen karşıtı içerikleri de hızla yaymakta ve bu konuda gruplaşmayı desteklemektedir (Nasuto vd., 2023). Bu durum hem göçmen karşıtı içeriği yaymayı hem de zaten bu konuda kendine dayanak arayan kullanıcının kendi yankı alanına uygun göç karşıtı materyale daha kolay ulaşabilmesini sağlamaktadır. Böylece, sosyal medyadaki nefret söylemi gittikçe daha güçlü ve tehditkâr hale gelebilmiştir. Daha da önemlisi, bu durumun kamusal alandaki yansıması, bu platformları sadece günlük hayatta sıradan şekilde kullanan vatandaşlarla sınırlı kalmamakta, aşırı sağ topluluklar veya popülist siyasal partiler başta olmak üzere politik aktörlerin de göç karşıtı dezenformasyonu üretebilmesi ve yayabilmesi için sınırsız ve kendi kendini besleyen bir kaynak yaratmaktadır (Törnberg & Wahlström 2018).

Çevrimiçi sosyal ağlarda dezenformasyon yaratan aktörler, kullanıcıları aldatma veya manipüle etme amaçları ekseninde genel bir isimle 'kötü niyetli aktörler' olarak adlandırılmaktadır. Ancak aslında bu kötü niyetli aktörlerin kaynağı, oluşma faktörleri ve stilleri oldukça çeşitlidir. Bireyleri, toplumsal hareketleri, devletleri veya çeşitli bağımlı veya bağımsız kuruluşları temsil edebilirler; birincil motivasyonları ideolojik, toplumsal veya finansal olabilir; kampanyaları kapalı veya koordineli bir şekilde planlanmış olabilir ve hedef kitleleri belirli seçmenler veya tüm halk olabilir (Culloty & Suiter, 2021). Belirtilen bu durumlar, göçmen karşıtı dezenformasyonda duruma göre değişken derecelerde önemlidir. Bu dezenformasyon tipi, genellikle sağcı popülistler, aşırı sağcı aşırılıkçılar ve alternatif sağ etkili aktörlerle ilişkilendirilir. Fakat unutulmamalıdır ki bu aktörler ortak olarak göçe karşıt bir tutum izleseler de ideolojik olarak pek çok yönden farklı olabilmektedirler (Culloty & Suiter, 2021).

Bir Strateji Olarak Krizler ve Kutuplaştırma

“Yoğunlaştırma” ve “kutuplaştırma”, dijital dünyada topluluklarda göç karşıtlığı için temel iki strateji olarak işlev görebilmektedir. Çevrimiçi sosyal ağlarda dolaşıma giren göçmen karşıtı içerikler, göçmenlere ilişkin korku ve önyargıları yoğunlaştırdığı için kamuoyunu da doğrudan ya da dolaylı olarak etkilemektedir (Butcher & Neidhardt, 2020, ss. 5-6). Böylece dijital ortamda artan nefret söylemi nedeniyle, kamuoyunun bölünmesini keskinleştirmekte (Schäfer vd., 2021) ve bu durum da kutuplaşmayı derinleştirmektedir. Örneğin Nasuto ve Rowe (2024), Birleşik Krallık'ta göç hususunda Twitter üzerinden yapılan kamuoyu tartışmasının çoğunlukla kutuplaşmış olduğunu ortaya koymuştur. Burada çok açık bir şekilde özellikle duygular üzerinden “Duygu Bulaşması” ve “Kutuplaştırıcı İçerik Tasarımı” (Tablo 3) gözlenebilir. “Partizan” veya “Fraksiyon Aktörler” ise (Tablo 2) yaygın kutuplaşma yaratan içerik üreticileri rolündedirler.

Yine benzer bir ilginç araştırma Singapur'da yapılmış; sosyal medyayı daha fazla bilgi alma amacıyla kullanan kişilerin göçmen karşıtı duygulara sahip olmaya daha yatkın olduğu ortaya koyulmuştur (Ahmed vd., 2024: 12-13). Genel olarak bu durum, dikkat çeken bir kutuplaşma derecesini gözler önüne sermektedir çünkü çevrimiçi topluluklar çoğunlukla izolasyon



duygusunu arttıran, geriye kalan görüşleri ve inançları güçlendiren belirli ve seçilmiş yankı odalarında yer almaktadır. Bu ağlar içerisinde özellikle sosyal medya, kullanıcılarını göçmen karşıtı söylemlere yöneltebilmekte (Menshikova & Van Tubergen, 2022) ve aşırı ifadeleri yaymakta (Ekman, 2019), ırkçı dil kullanarak veya hedef kitleleri bölerek göçmen karşıtı duyguları genişletebilmekte (Van Dijck, 2013) veya yankı odası (*eco-chamber*) oluşumunu kolaylaştırabilmektedir (Sunstein, 2007; Flaxman vd., 2016; Kopacheva & Yantseva, 2022).

Genel olarak baktığımızda göç karşıtı çevrimiçi sosyal ağlar, kutuplaştırıcı, ırkçı ve dışlayıcı söylemlerle sosyal uyum için tehdit oluşturlarken kendilerini toplumun ve vatandaşların daha çok alan kazanmasını sağlayan, aşağıdan yukarıya doğru (*bottom-up*) oluşumu olan bir topluluk olarak görmektedirler. Ancak aslında popülist politik stratejilerin uygulanması ve sağ görüşlü politikacıların seçimlerde başarılı olmasının sağlanması gibi yukarıdan aşağıya (*top-down*) doğru bir oluşumun hedefleri ve stratejileri doğrultusunda görevlerini yerine getirmektedir (Krzyżanowski & Ledin, 2017). Bu noktada sahte taban hareketi izlenimi yaratma girişimi mevcut olduğu için önceki bölümde açıkladığımız “Astroturfing” stratejisi etkin olarak kullanılmaktadır (Tablo 3).

Gruplar içerisindeki kutuplaşma düzeylerinin yüksekliği incelendiğinde bu konuda birçok arka plan sebebi sayılabilir; ancak ilginç bir biçimde göçmen karşıtı çevrimiçi topluluklar, göçmenleri destekleyen çevrimiçi topluluklarla karşılaştırıldığında büyüklük ve oranlarının daha düşük olduğu tespit edilmiştir (Nasuto & Rowe, 2024). Buna rağmen göçmen karşıtı çevrimiçi toplulukların çok daha yakın ve grup içi bağlarının “sıkı” olduğu, göçmen karşıtı kullanıcı aktörlerin ise topluluklarına daha bağlı olduğu ortaya çıkmıştır (Nasuto & Rowe, 2024). Dolayısıyla küçük, yakın ve seçilmiş bir kullanıcı grubu, göç konusunda kutuplaşmaya yol açan mesajların büyük bir bölümünü ana yaratıcıları ve yayıcıları olduğunu ve buna dayanarak çevrimiçi tartışmaları etkilemede büyük bir etkiye sahip olmaktadır. Bu tür gruplar, “partizan ya da fraksiyon aktör” yapıları (Tablo 2) olarak değerlendirilebilir; izole olmuş ancak algoritmalar tarafından güçlendirilen yankı odalarında dezenformasyonu sistematik biçimde yayabilmektedirler.

Kriz durumları, çevrimiçi sosyal ağlarda daha aşırı, ırkçı, milliyetçi ve popülist duruşlar sergileyen çeşitli aktörlerin ortaya çıkmasını da kolaylaştırmaktadır. Örneğin, göçle ilgili tartışmaların yoğunlaştığı dönemi ifade eden 2015 yılı, Meriç (Evros) sınır krizi ve Moria mülteci kampı yangını gibi doğrudan göçle ilgili olaylar ya da COVID 19 pandemisi gibi küresel krizler, bu ağlarda tetikleyici işlev görebilmektedir. Bu gibi krizler, çevrimiçi aktörlerin Tablo 4’te açıkladığımız stratejiler kapsamında zayıf anları kullanarak göç karşıtı anlatıları daha hızlı yaymasına olanak sağlayabilmektedir. “Reaktif Dezenformasyon”, krize bağlı olarak bu aktörlerin çevrimiçi etkinlikleri ile daha güçlü hale gelebilmektedir.

Arcila-Calderón vd. (2021), belirli önemli olayların çevrimiçi platformlarda nefret söylemini teşvik edebileceğini veya artırabileceğini öne sürmüştür. Bu doğrultuda, göçmen karşıtlığı vakasına örnek olarak Miro-Llinares ve Rodriguez-Sala (2016), 2015 yılında Paris’te gerçekleşen Charlie Hebdo saldırılarının ardından Twitter söylemlerini analiz ettiklerinde Charlie Hebdo saldırılarının, sosyal medyada önemli bir halk tepkisi edindiğini ve Twitter’da birçok şiddet ve nefret içerikli tweetlerin atılmasında neden olduğunu ortaya koymuşlardır (Miro-Llinares & Rodriguez-Sala, 2016: 408-410). Bir başka örnek olarak, Menshikova ve Van Tubergen (2022) analizlerinde göçmen karşıtı tutumun zamana ve kapsama göre önemli ölçüde değiştiğini belirtmektedir. Özellikle göçle ilgili haberlerin arttığı zaman aralıklarından

sonra; kullanıcıların daha fazla tweet atar ve tweetlerinde göç hakkında daha karamsar ifadeler kullanır hale gelmiş olduklarını tespit etmişlerdir. Bunun yanı sıra, batılı olmayan göçmenlerin yaşadığı alanlarda yaşayan veya daha fazla batılı olmayan göçmen takipçisi olan kişilerin göçmenlerle ilgili attıkları tweetlerin daha az karamsar olduğu ve daha az göçmen karşıtı duygu gösterdiklerini ileri sürmektedirler.

Ek olarak, Arcila-Calderón vd. (2021), bu tür argümanları analiz etmek amacıyla, Haziran 2018’de İspanyol hükümetinin bir tekneyle ilgili yaptığı açıklamanın öncesi ve sonrasında Twitter üzerinden paylaşılan mesajların akışını incelemişlerdir. Araştırma sonucunda, mesajların bir kısmının çoğunlukla olumlu duygular içerdiği, ancak önemli bir kısmının ise mültecilere, göçmenlere ve politik aktörlere yönelik nefret söylemleriyle olumsuz duygular taşıdığı ve göçmenlerin terörist ya da ülkeye maddi yük olarak gösterildiği önyargılar ve klişeler içerdiği tespit edilmiştir. Bu vaka çerçeveleme, duygusal tepki üretme ve önyargı temelli anlatılar üzerinden bilgi kirliliği yaratılmasının (Tablo 3 ve Tablo 4) önemli örneklerini sunmaktadır.

Benzer biçimde, Menshikova ve Van Tubergen (2022) de Birleşik Krallık üzerine yaptıkları çalışmada, göçmen karşıtı duyguların ve söylemlerin zaman içerisinde önemli ölçüde değişiklik gösterdiğini ortaya koymuşlardır. Araştırmacılar, grup tehdit kuramına (*group threat theory*) dayalı olarak, göç olgusunun belirgin biçimde gündeme gelmesinden sonra sosyal medya kullanıcılarının göç ve göçmenlere ilişkin olumsuz içerikli tweetler atmaya daha yatkın hale geldiklerini saptamışlardır. Buna ek olarak, temas kuramına (*contact theory*) uygun biçimde, haberlerde göçle ilgili içeriklerin daha görünür hale gelmesinin, göçmenlikle ilgili tweetlerdeki olumsuzluk oranı ve paylaşım sıklığı ile paralel bir artış gösterdiği de ortaya konmuştur (Menshikova & Van Tubergen, 2022, ss. 701–704). Bu bağlamda, Ekman (2018, ss. 1–2), özellikle 2015 yılında Köln’de gerçekleşen Yılbaşı kutlaması saldırılarının ardından, Avrupa’nın çeşitli bölgelerinde birçok tehlikeli grubun çevrimiçi topluluklar olarak örgütlendiğini ve sosyal medya platformlarında bir araya gelerek göçün yarattığı güvensizlik ortamını tartıştıklarını belirtmektedir. Bu gruplar, göçmenlerin ve mültecilerin zorla geri gönderilmesi (*enforced displacement of migration*) gibi politikaları savunmakta ve kendilerini, özellikle mültecilerin varsayılan cinsel ve fiziksel saldırganlığından vatandaşları koruyan birer toplumsal aktör olarak konumlandırmaktadırlar. Bu tarz içerikler, cinsel tehdit temalı korku söylemleriyle kullanıcıların duygusal tepkilerini tetikleyerek duygu bulaşması (Tablo 3) yaratır ve Tablo 4’te açıklanan stratejiler kapsamında mültecilerin ‘tehdit’ çerçevesinde çerçevelenmesini sağlar.

Kullanılan stratejiler genellikle kamusal alan ve politik tartışmalarda kullanılanlarla benzer olmakla birlikte dijital dünyada bu stratejiler daha da çeşitlenebilmektedir; çünkü çevrimiçi ortam, işitsel ve görsel materyalleri de manipülatif veya tamamen sahte üretimle kullanma şansına sahiptir. Göçmenlerle ilgili içerikler, sosyal medyada öncelikle suç ve tehdit ile alakalı konular açısından çerçevelenmekte ve bununla ilgili söylemlere odaklanmaktadır (Pöyhtäri vd., 2019). Ek olarak, sosyal medyadaki ve çevrimiçi topluluklardaki bu yorumlarda ayrıca ülkenin vatandaşlarının mülteciler tarafından mağdur edilmesi, “biz ve onlar” ayrımı, mültecilere yönelik insanlık dışı ifadeler ve dikkat çekici olarak erkek göçmenleri cinsel saldırganlar ve güçsüz varlıklar olarak veya tüm göçmenlerin illegaller ve teröristler veya acımasız ve saldırgan failler olarak görülmesi yer almaktadır. (Gualda & Rebollo, 2016; Rettberg & Gajjala, 2015; Horsti, 2017; Ekman, 2018; Ekman, 2019). Bu tür yaklaşımlar, çerçeveleme stratejisi (Tablo 4) olarak kabul edilebilir ve göçmenleri kriminalize eden dışlayıcı dili yaratmaktadır.



Dijital platformlarda göçmen karşıtlığı, çoğu zaman ırkçılık ile iç içe geçmiş durumdadır. Sosyal medya dünyanın neredeyse her yerinde çeşitli sosyo-politik alanlara hâkim hale geldikçe, çevrimiçi topluluklarda yeni ve eski tipte ırkçı uygulamalar giderek daha fazla yer almaya başlamıştır. ırkçı söylem böylece, “meme”lerin (*memes*) kullanılması, sahte veya benzer hesaplar kurulması gibi üstü örtülü stratejilerin de dahil olmasıyla sosyal medyada gelişmeye sosyal medya sahnesinde artış göstermeye başlamıştır (Farkas vd., 2017; Lamerichs vd., 2018). Bu tarz stratejiler bir önceki bölümde Tablo 3’te açıklanan “meme savaşı” ve/veya “mizah yoluyla manipülasyon” yöntemlerine yönelmektedir.

Bu stratejilere ek olarak Papacharissi ve De Fatima Oliveira (2012, 278-279) Twitter’da hashtag’lerin, toplumsal olguları, örgütleri ve olayları tanımlamak için kullanıldığını belirtmişlerdir. X (eski adıyla Twitter) etiketlerinin bu bağlamda, aynı zamanda kullanıcıların duygusal ve ifade edici söylemi kullanmasını teşvik ederek güç iddia etme arayışı olarak da öne sürülmektedir. Bu kapsamda dijital platformlar dışlayıcı içeriklerin kaynağı olabilir ve göçmen karşıtı çevrimiçi topluluklar tarafından ironi yaratmak ya da sosyal medyayı manipüle etmek amacıyla sıklıkla kullanılabilir (Miltner & Highfield, 2017; Catibag et al., 2022). Örneğin, Hasselström (2024), İsveç’te göç karşıtı nefret suçlarındaki artışın, çevrimiçi platformlarda yabancılarla alay eden ve ırkçı aktörleri yücelten ironik ve ayrımcı paylaşımlar tarafından tetiklendiğini saptamıştır. Yine benzer şekilde, SkyNews araştırmacılarının sosyal medya verileri üzerine yaptığı analizler, aşırı sağ grupların göçmen karşıtı hareketinin Southport’ta üç çocuğun ölümüyle sonuçlanan saldırının ardından Birleşik Krallık’ta başlayan aşırı sağcı gösterilerle birlikte daha fazla görünürlük ve sosyal medya siteleri üzerinden daha geniş bir erişim kazandığını ortaya koymuştur. Bu süreçte, #enoughisenough, #farrihthugsunite ve #TwoTier gibi göçmen karşıtı etiketler artış göstermiş; aynı yıl 29 Temmuz ile 7 Ağustos tarihleri arasında yaklaşık dört milyon etkileşim almıştır. Buna karşın, #RefugeesWelcome, #AsylumSeekersWelcome ve #NoRacismNoFascism gibi göçmen yanlı etiketler yalnızca 22.000 etkileşimde kalmıştır (Simon, 2024). Bu etiketler, sosyal medyada kullanıcı katılımını artıran viral sloganlaştırma örnekleri olarak görülmektedir ve Tablo 3’te açıkladığımız stratejilerin bir uzantısı olarak politik gündemi şekillendirme aracı haline gelmiştir.

Dijital Platformlarda Parti Politikaları

Birçok araştırma, sosyal medya sitelerinin ve çevrim içi ağların sayesinde aşırı milliyetçi, ırkçı ve aşırı sağ popülist siyasi aktörlerin, kullanıcıların güvensizliğini ve korkusunu başarılı bir şekilde kullanabileceği hususunda hem fıkirdir (Ekman, 2019; Farkas vd., 2018; Szakács & Bognár, 2021). Sosyal medya platformları politik partilere ve onların siyasi liderlerine, geniş kitlelerle iletişim kurmak ve onları ikna etmek için yeni fırsatlar yaratmıştır. Böylece, bu yeni alandan yararlanan özellikle radikal sağ partilerin, göçmen karşıtı fikirleri yayması için bir avantaj haline gelmiştir (Heidenreich vd., 2020; Klein, 2024). Bu doğrultuda, siyasi liderlerin ve diğer siyasi aktörlerin sosyal paylaşım sitelerindeki aktifliği hızla artmakta ve bu durum politikacıların artık yeni politikaları veya fikirleri yaymak için tercih ettikleri mecraların sosyal medya kanalları olduğunu göstermektedir (Bossetta, 2018; Van Leuven vd., 2019; Esser & Pfetsch, 2020). Ayrıca bu bağlamda Van Leuven vd. (2018), göç karşıtı davranışlar ile benzer görüşlere sahip siyasi partilere destek arasında güçlü bir bağlantı olduğu için sosyal medyanın siyasi aktörlerin politik gündemlerini belirlemeleri için takip edilmesi gereken çok önemli bir platform olduğunu belirtmiştir (Esser ve Pfetsch, 2020; De Coninck ve diğerleri, 2022).

Sosyal medya hesapları üzerinden herhangi bir siyasi partiyi takip etmek, sadece yüzeysel bir etkileşim gibi görünse de oy verme davranışıyla güçlü bir ilişki içerisinde olduğu düşünülmektedir (De Coninck vd., 2022). Buna ek olarak Keller ve Königsłow (2018) göç olgusu hakkında olumsuz düşünen ve sağ partilerin sosyal medya hesabını takip eden kişilerin sağ partiye oy verme eğiliminde olduğunu ortaya atarken bunun tam tersi olan durumun ise sol partiler için geçerli olduğunu belirtmiştir. De Coninck ve diğerlerinin (2022) çalışmasına göre göç konusuna karşı olumsuz duruşu olan sosyal medya kullanıcıları sağ partilerin, olumlu bir duruşu olanlar ise sol partilerin sosyal medya hesaplarıyla daha çok etkileşime geçmektedir. Genel olarak bu analizler sayesinde, sosyal medya hesapları üzerinden siyasi partilerle etkileşim durumunun bireylerin göç konusundaki tutumlarıyla ilişkili olduğu anlaşılmıştır.

Bu çerçevede göç karşıtı dezenformasyon; politik aktörler ile birçok aşırı sağcı, aşırılık yanlısı, milliyetçi ve komplo teorisi destekçisi için ortak bir zemin haline gelmiştir. Institute for Strategic Dialogue (2021) tarafından yapılan bir analiz, sosyal medyadaki kullanıcı gruplarının ana akım sağ partileri aşırı sağcı aşırılık yanlısı gruplarla ilişkilendirdiğini ortaya koymaktadır. Bu durum, siyasi partileri destekleyen çevrimiçi kullanıcıların internet ortamında radikalleşmiş çevrelerle kolayca temas kurabildiğini göstermektedir. Dolayısıyla, göç krizi bağlamında göçmen karşıtı hareketin çevrimiçi topluluklar ile siyasi aktörler arasında bir köprü oluşturduğu görülmektedir. Bazı siyasi aktörler, bu süreçte göçmen karşıtı dezenformasyonu açıkça desteklemekte ve söylemlerini aşırı sağ grupların sıklıkla kullandığı terimlerle çeşitlendirmektedir. Bu duruma örnek olarak, Almanya'daki aşırı sağcı AfD partisinin bazı seçilmiş üyelerinin mültecilere yönelik nefret söylemi ve dezenformasyon kampanyalarına aktif katkı sunmaları gösterilebilir. Özellikle dikkat çeken bir örnek olarak, AfD milletvekili ve Bundestag üyesi Johannes Huber, aşırı sağcı ve aşırılık yanlısı gruplar tarafından göçmenleri tanımlamak için yaygın şekilde kullanılan “Doğudan gelen işgalciler” (*“oriental invaders”*) ifadesini Almanya siyasetinde ilk kez kullanan kişi olmuştur (Institute for Strategic Dialogue [ISD], 2021, s. 22). Bu söylem de Tablo 4’te açıklanan “Algıyı Yönlendirme”/ “Astroturfing Dili”ni kullanırken Tablo 3’te belirtilen Sloganlaştırma / Yabancılaştırıcı Dil üzerinden bir süreç inşa etmeye çalışmaktadır.

Bu araştırmalarla paralel olarak, Van Leuven vd. (2018) Flaman politikacıların 1.528 tweetini analiz ederek dört yaygın göç yaklaşımlarının sırasıyla davetsiz misafir, kurban, refah uçurumu ve kazan-kazan (*intruder, victim, wealth gap, and win-win*) kavramsallaştırmaları çerçevesinde oluşumlarını araştırmıştır. Çalışmaları sonucunda; tüm tweetler arasında en çok görülen çerçeve davetsiz misafir olmuştur (%73,1), ardından kurban çerçevesi (%22,0), refah uçurumu çerçevesi (%3,7) ve kazan-kazan çerçevesi (%1,2) gelmiştir. Davetsiz misafir çerçevesi, aşırı sağcı parti Vlaams Belang ve Flaman milliyetçi partisi N-VA'nın politikacılarının tweetlerinde açık ara en belirgin olanıyken, diğer dört (ılımlı duruşlu partilerden sol partilere doğru olarak) politikacının ise çoğunlukla kurban çerçevesini kullandığı belirtilmiştir (Van Leuven vd., 2018). Bu çalışmanın sonuçları aynı zamanda Heidenreich vd. (2020)'nin çalışmasına da yansımaları sunmuştur. Heidenreich vd. (2020) göçün olgusunun Almanya, İsveç, Avusturya, Birleşik Krallık, İspanya ve Polonya'da ideolojik olarak daha aşırı partilerin (*özellikle sağ duruşlu partilerin*) Facebook paylaşımlarında daha belirgin olduğu göstermiştir.

Geleneksel medyanın aşırı ve düşmanlaştırma amacı taşıyan tutumlara göreceli olarak daha kapalı olması ve denetim mekanizmaları, parti politikaları için çevrimiçi ağları ve grupları daha sınırsız bir mecra haline getirmektedir. Bu ağlar ve medya kanalları, göç ve göçmenler konusunda kamuoyunu etkileme açısından eleştirel bir duruşa sahiptir ve vatandaşlara



güvensizliklerini göçmenler üzerinden yansıtmaya alan sağlayarak ve internetteki aşırı sağ, milliyetçi ve popülist aktörler tarafından yayılan göçmen karşıtı tutumlara izin vermektedir. Dolayısıyla daha önce aşırı sağcı internet sitelerinde marjinalleştirilen ve bireylerin ancak doğrudan arama suretiyle ulaşabildiği aşırı milliyetçi, ırkçı ve ırkçı söylemler artık Facebook ve Twitter gibi popüler sosyal medya platformlarında daha geniş bir kitleye ulaşmaktadır (Ekman 2019; Farkas vd., 2018).

Bu bağlamda sosyal medyanın duygusal etkileşimi kolaylaştırarak aidiyet ve dayanışma duygularına dayalı daha geniş toplulukları harekete geçirdiği gözlemlenmiştir (Papacharissi, 2014). Buna örnek olarak Froio ve Ganesh (2018), Fransa, Almanya, İtalya ve İngiltere'deki aşırı sağ hareketler için X (eski adıyla Twitter) üzerinden yapmış oldukları araştırmada, bu çeşitli ülkelerdeki grupların aralarındaki ortak noktanın özellikle Avrupa'nın güvenliği, finansal dengesi, geleneği ve kültürüne yönelik bir tehdit olarak çerçevelenen Müslüman göçü sorununun merkezinde birleştiğini tespit etmiştir. Böylece, İslamofobi'nin çevrimiçi aşırı sağ toplulukları birbirine bağlayan uluslararası ortak nokta haline gelebileceği de ortaya koyulmuştur (Froio & Ganesh, 2018:19). Yine önemli ve dikkat çekici bir not olarak, göçmenlik konusunda aldatıcı iddiaları sosyal medya platformlarında yayma hususunda alternatif sağ grupların daha güçlü bir rolü olduğu saptanmıştır; çünkü bu grupların ırkçılık içerikli dezenformasyon stratejileri ve görüşleri aşırı sağ gruplara göre daha belirsiz ve daha kapalıdır (Marwick & Lewis, 2017). Bunu destekler biçimde, Hartzell (2018, 8), alternatif sağ, aşırı sağın “genç, entelektüel, beyaz yanlısı” kesimi olarak tanımlamaktadır ve bu kesimin “ana akım kamusal söylem ile beyaz milliyetçiliği” arasında bir köprü görevi gördüğünü belirtmektedir.

Göçmen karşıtı akımlardan yararlanabilecek olan ağlar, sadece ulusal ya da bölgesel değil uluslararası düzeyde de yapılabilmektedir. Bu kapsamda dijital dünyanın tanıdığı olanaklardan da yararlanarak göç konusunu Avrupa genelinde ihtilafa yol açan konu (*wedge issue*) haline getirmişlerdir. Bu doğrultuda, göçün finansal ve toplumsal dayanıklılık üzerindeki olumsuz etkisi alanındaki endişeleri arttırarak, insanların tüm azınlık gruplarına karşı nefretlerini artırmasına neden olmayı amaçlamaktadırlar (Institute for Strategic Dialogue (ISD), 2021).

Sonuç

Çevrimiçi sosyal ağlar, hiç kuşkusuz günümüz toplumlarının çoğunda bilgi aktarımı, etkileşim ve ayrıca alternatif destek mekanizmaları yaratmak için önemli işlevler görmektedir. Bununla birlikte konunun artan görünürlüğü ve toplumsal boyutlarıyla birlikte bu araştırmamızda bilgi kirliliği ve yanlış bilginin yayılması açısından da taşıdıkları roller ve riskleri ele alırken; artık kurumsallaşabilen bazı stratejileri de inceledik. Mevcut örnek ve analizler göstermektedir ki çevrimiçi sosyal ağların bu boyutu, günümüz toplumlarının kutuplaşmaya dayalı sorunlarını da besleyebilmekte; bu çerçevede ilgili mecralar söylem ve duygusal manipölasyonun yeniden üretildiği alanlara dönüşebilmektedir.

Mevcut akademik yazındaki örneklerle araştırma projemizi kapsamında ürettiğimiz taksonomiye birleştirerek yaptığımız analiz, çevrimiçi bilgi kirliliği stratejilerinin göç konusunda geniş bir aktör spektrumu tarafından araçsallaştığını göstermektedir. Bu spektrumun içerisinde bireysel kullanıcılar olduğu kadar medya kuruluşları, siyasi kampanya birimleri ve siyasi partiler, bot hesaplar ve organize troller gibi farklı aktörler yer almaktadır. Bu aktörlerin kullandığı stratejiler ise büyük bir çeşitlilik gösterirken özellikle metinsel manipölasyon, etiket (hashtag)

kampanyaları, duygu bulaşması ve algoritmik yönlendirme gibi stratejiler ve bu stratejilere dayalı yöntemler öne çıkmaktadır.

Bu stratejilerin çeşitleri değişmekle birlikte göçmelere yönelik kamusal alanda kullanılan “çerçeveleme” tekniklerinin de benzer şekilde işlevselleştirildiği gözlemlenmektedir ve bu çerçeveleme ile endişe, öfke ve korku gibi farklı olumsuz duygular tetiklenmektedir. Bunun çıktısı ise dezenformasyonun gücünün artması olarak yansımaktadır. Sonuç olarak, çoğu zaman bireysel kullanıcılar üzerinden stratejiler yürütülmüş gözükse de mevcut örnekler çevrimiçi göç karşıtlığının bu ağlarda genellikle, planlı örgütlü ve belirli stratejiler üzerinden yapılandırılmış şekilde geliştiğini ortaya koyar niteliktedir ve sistemsal bir boyutu olduğunu göstermektedir.

Kaynakça

- Ahmed, S., Chen, V. H. H., Jaidka, K., Hooi, R., & Chib, A. (2021). Social media use and anti-immigrant attitudes: evidence from a survey and automated linguistic analysis of Facebook posts. *Asian Journal of Communication*, 31(4), 276–298. <https://doi.org/10.1080/01292986.2021.1929358>
- Ahmed, S., Jaidka, K., Chen, V. H. H., Cai, M., Chen, A., Emes, C. S., Yu, V., & Chib, A. (2024). Social media and anti-immigrant prejudice: a multi-method analysis of the role of social media use, threat perceptions, and cognitive ability. *Frontiers in Psychology*, 15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1280366>
- Arcila-Calderón, C., Blanco-Herrero, D., Frías-Vázquez, M., & Seoane-Pérez, F. (2021). Refugees Welcome? Online Hate Speech and Sentiments on Twitter in Spain during the Reception of the Boat Aquarius. *Sustainability*, 13(5), 2728. <https://doi.org/10.3390/su13052728>
- Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, 348(6239), 1130–1132.
- Bossetta, M. (2018). The Digital Architectures of Social Media: Comparing Political Campaigning on Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat in the 2016 U.S. Election. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(2), 471–496. <https://doi.org/10.1177/1077699018763307>
- Brady, W. J., Wills, J. A., Jost, J. T., Tucker, J. A., & Van Bavel, J. J. (2017). Emotion shapes the diffusion of moralized content in social networks. *PNAS*, 114(28), 7313–7318.
- Bridgman, A., Merkley, E., Loewen, P., Owen, T., Ruths, D., Teichmann, L., ... & Zhilin, O. (2020). The causes and consequences of covid-19 misperceptions: understanding the role of news and social media. HKS Misinfo Review. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-028>
- Catibag, P. J. A., Guerrero, J. M., Casauay, A. F. F., Esteban, F. C., Salazar, F. B., Aquino, J. A. S., Turqueza, R. B., Erece, R., Ramos, P. S., & Cabansag, G. L. (2022). A review on the Microaggressions on the Internet: A Framework to a Discrimination-Free Cyberspace. *International Journal of Arts, Sciences and Education*, 34–45. <https://ijase.org>
- Cinelli, M., et al. (2020). The COVID-19 social media infodemic. *Scientific Reports*, 10(1), 16598.
- Culloty, E., & Suiter, J. (2021). Anti-immigration disinformation. In *Routledge eBooks* (pp. 221–230). <https://doi.org/10.4324/9781003004431-25>
- De Coninck, D., Boomgaarden, H. G., Buiters, A. M., & D’Haenens, L. (2022). Linking citizens’ anti-immigration attitudes to their digital user engagement and voting behavior. *Communications*, 48(2), 292–314. <https://doi.org/10.1515/commun-2021-0071>
- Ekman, M. (2018). Anti-refugee mobilization in social media: The case of Soldiers of Odin. *Social Media + Society*, 4(1). <https://doi.org/10.1177/2056305118764431>
- Ekman, M. (2019). Anti-immigration and racist discourse in social media. *European Journal of Communication*, 34(6), 606–618. <https://doi.org/10.1177/0267323119886151>
- Esser, F., & Pfetsch, B. (2020). 19. Political Communication. In *Oxford University Press eBooks* (pp. 336–358). <https://doi.org/10.1093/hepl/9780198820604.003.0019>



- Farkas, J., Schou, J., & Neumayer, C. (2017). Cloaked Facebook pages: Exploring fake Islamist propaganda in social media. *New Media & Society*, 20(5), 1850–1867. <https://doi.org/10.1177/1461444817707759>
- Farkas, J., Schou, J., & Neumayer, C. (2018). Platformed antagonism: racist discourses on fake Muslim Facebook pages. *Critical Discourse Studies*, 15(5), 463–480. <https://doi.org/10.1080/17405904.2018.1450276>
- Flaxman, S., Goel, S., & Rao, J. M. (2016). Filter bubbles, echo chambers, and online news consumption. *Public Opinion Quarterly*, 80(S1), 298–320. <https://doi.org/10.1093/poq/nfw006>
- Friggeri, A., et al. (2014). Rumor Cascades. In *ICWSM*.
- Froio, C., & Ganesh, B. (2018). The far right across Borders. Networks and Issues of (Trans)National Cooperation in Western Europe on Twitter. In *transcript Verlag eBooks* (pp. 93–106). <https://doi.org/10.1515/97838389446706-007>
- Gerstenfeld, P. B., Grant, D. R., & Chiang, C. (2003). Hate Online: A Content Analysis of Extremist Internet Sites. *Analyses of Social Issues and Public Policy*, 3(1), 29–44. <https://doi.org/10.1111/j.1530-2415.2003.00013.x>
- Gualda, E., & Rebollo, C. (2016). THE REFUGEE CRISIS ON TWITTER: A DIVERSITY OF DISCOURSES AT a EUROPEAN CROSSROADS. *DOAJ* (*DOAJ: Directory of Open Access Journals*). <https://doaj.org/article/28941243fb4743dda516663b2875dfe1>
- Hammond, M. (2017). What is an online community? A new definition based around commitment, connection, reciprocity, interaction, agency, and consequences. *International Journal of Web Based Communities*, 13(1), 118–136.
- Hartzell, S. L. (2018). Alt-White: Conceptualizing the “Alt-Right” as a Rhetorical Bridge between White Nationalism and Mainstream Public Discourse. In *Journal of Contemporary Rhetoric* (Vol. 8, Issue 1/2, pp. 6–25).
- Hasselström, A. E. (2024, November 22). This is how social media made Swedish far-right extremism normal online. *ScienceNorway*. <https://www.sciencenorway.no/researchers-zone-share-your-science-social-media/this-is-how-social-media-made-swedish-far-right-extremism-normal-online/2433589>
- He, J., Liu, H., Lau, R., & He, J. (2016). Relationship identification across heterogeneous online social networks. *Computational Intelligence*, 33(3), 448–477. <https://doi.org/10.1111/coin.12095>
- Heath, C., Bell, C., & Sternberg, E. (2001). Emotional selection in memes. *J. Personality and Social Psychology*, 81(6), 891–908.
- Heidenreich, T., Eberl, J., Lind, F., & Boomgaarden, H. (2019). Political migration discourses on social media: a comparative perspective on visibility and sentiment across political Facebook accounts in Europe. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 46(7), 1261–1280. <https://doi.org/10.1080/1369183x.2019.1665990>
- Highfield, T. (2016). *Social media and everyday politics*. Polity Press.
- Institute for Strategic Dialogue (ISD). (2021). The networks and narratives of anti-refugee disinformation in Europe. In the *Institute for Strategic Dialogue (ISD)*. <https://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2021/07/The-networks-and-narratives-of-anti-migrant-discourse-in-Europe.pdf>
- ISD (2021). *The networks and narratives of anti-refugee disinformation in Europe*. Institute for Strategic Dialogue.
- Keller, T. R., & Königslöw, K. K. (2018). Followers, spread the message! Predicting the success of Swiss politicians on Facebook and Twitter. *Social Media + Society*, 4(1), 205630511876573. <https://doi.org/10.1177/2056305118765733>
- Klein, O. (2024). Anti-immigrant rhetoric of populist radical right leaders on social media platforms. *Communications*, 49(3), 400–420. <https://doi.org/10.1515/commun-2023-0113>
- Kopacheva, E., & Yantseva, V. (2022). Users’ polarisation in dynamic discussion networks: The case of refugee crisis in Sweden. *PLoS ONE*, 17(2), e0262992. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0262992>

- Krzyżanowski, M., & Ledin, P. (2017). Uncivility on the web: Populism in/and the borderline discourses of exclusion. *Journal of Language and Politics*, 16(4), 566–581. <https://doi.org/10.1075/jlp.17028.krz>
- Lamerichs, N., Nguyen, D., Puerta Melguizo, M. C., Radojevic, R., & Lange-Böhmer, A. (2018). Elite male bodies: The circulation of alt-Right memes and the framing of politicians on Social Media. In *Creative Business, Creative Business* (Vol. 15, Issue 1, pp. 180–182).
- Marwick, A. E., & boyd, d. (2011). The drama! Teen conflict, gossip, and bullying in networked publics. *A Decade in Internet Time: Symposium on the Dynamics of the Internet and Society*.
- Marwick, A., Lewis, R., & Data & Society Research Institute. (2017). Media manipulation and disinformation online. In *Data & Society Research Institute*. https://www.datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety_MediaManipulationAndDisinformationOnline.pdf
- Menshikova, A., & Van Tubergen, F. (2022). What Drives Anti-Immigrant Sentiments Online? A Novel Approach Using Twitter. *European Sociological Review*, 38(5), 694–706. <https://doi.org/10.1093/esr/jcac006>
- Miltner, K. M., & Highfield, T. (2017). Never Gonna GIF You Up: Analyzing the cultural significance of the animated GIF. *Social Media + Society*, 3(3). <https://doi.org/10.1177/2056305117725223>
- Miro-Llinares, F., & Rodríguez-Sala, J. (2016). Cyber hate speech on Twitter: Analyzing disruptive events from social media to build a violent communication and hate speech taxonomy. *International Journal of Design & Nature and Ecodynamics*, 11(3), 406–415. <https://doi.org/10.2495/dne-v11-n3-406-415>
- Nasuto, A., & Rowe, F. (2024). Understanding anti-immigration sentiment spreading on Twitter. *PLoS ONE*, 19(9), e0307917. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0307917>
- Nasuto, A., Rowe, F., & Geographic Data Science Lab, University of Liverpool, UK. (2023). Exposing Hate: Understanding Anti-Immigration Sentiment Spreading on Twitter. In *Geographic Data Science Lab, University of Liverpool, UK* [Journal-article].
- Neidhardt, A. H., & Butcher, P. (2020). Fear and Lying in the EU: Fighting disinformation on migration with alternative narratives. *ISSUE PAPER EUROPEAN MIGRATION AND DIVERSITY PROGRAMME EUROPEAN POLITICS AND INSTITUTIONS PROGRAMME*. https://www.medam-migration.eu/fileadmin/Dateiverwaltung/MEDAM-Webseite/Publications/Policy_Papers/EPC_Fear_and_lying_in_the_EU/Disinformation_on_Migration.pdf
- Oksanen, A., Celuch, M., Oksa, R., & Savolainen, I. (2024). Online communities come with real-world consequences for individuals and societies. *Communications Psychology*, 2(1), 71.
- Papacharissi, Z. (2014). *Affective publics: sentiment, technology, and politics*. <http://ci.nii.ac.jp/ncid/BB18834327>
- Papacharissi, Z., & De Fatima Oliveira, M. (2012). Affective news and networked publics: The rhythms of news storytelling on #Egypt. *Journal of Communication*, 62(2), 266–282. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01630.x>
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin Press.
- Pierri, F., Perry, B., DeVerna, M., Yang, K., Flammini, A., Menczer, F., ... & Bryden, J. (2021). Online misinformation is linked to covid-19 vaccination hesitancy and refusal (preprint).. <https://doi.org/10.2196/preprints.32237>
- Pöyhtäri, R., Nelimarkka, M., Nikunen, K., Ojala, M., Pantti, M., & Pääkkönen, J. (2019). Refugee debate and networked framing in the hybrid media environment. *International Communication Gazette*, 83(1), 81–102. <https://doi.org/10.1177/1748048519883520>
- Rettberg, J. W., & Gajjala, R. (2015). Terrorists or cowards: negative portrayals of male Syrian refugees in social media. *Feminist Media Studies*, 16(1), 178–181. <https://doi.org/10.1080/14680777.2016.1120493>



- Rettberg, J. W., & Gajjala, R. (2015). Terrorists or cowards: negative portrayals of male Syrian refugees in social media. *Feminist Media Studies*, 16(1), 178–181. <https://doi.org/10.1080/14680777.2016.1120493>
- Schäfer, S., Sülflow, M., & Reiners, L. (2021). Hate Speech as an Indicator for the State of the Society. *Journal of Media Psychology Theories Methods and Applications*, 34(1), 3–15. <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000294>
- Shah, A., Varshney, S., & Mehrotra, M. (2023). deepmui: a novel method to identify malicious users on online social network platforms. *Concurrency and Computation Practice and Experience*, 36(3). <https://doi.org/10.1002/cpe.7917>
- Shao, C., Ciampaglia, G., Varol, O., Yang, K., Flammini, A., & Menczer, F. (2018). The spread of low-credibility content by social bots. *Nature Communications*, 9(1). <https://doi.org/10.1038/s41467-018-06930-7>
- Simon, M. I. (2024, August 8). *Far-right outnumbers anti-racist movement when it comes to social media posts and engagement*. Sky News. <https://news.sky.com/story/far-right-outnumbers-anti-racist-movement-when-it-comes-to-social-media-posts-and-engagement-13192784>
- Sunstein, C. R. (2007). *Republic.com 2.0*. <http://ci.nii.ac.jp/ncid/BA83208228>
- Suspected foreign accounts aid UK extremists to incite riots*. (2024, August 7). Bloomberg. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2024-08-07/suspected-foreign-agitators-boost-uk-extremists-to-inflame-riots>
- Szakács, J., & Bognár, É. (2021). The impact of disinformation campaigns about migrants and minority groups in the EU. In *European Parliament*. <https://doi.org/10.2861/693662>
- Törnberg, A., & Wahlström, M. (2018). Unveiling the radical right online: Exploring framing and identity in an online anti-immigrant discussion group. *Sociologisk Forskning*, 55, 267–292. <http://du.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2:1230181>
- Van Dijck, J. (2013). The culture of connectivity: a critical history of social media. *Choice Reviews Online*, 50(12), 50–6579. <https://doi.org/10.5860/choice.50-6579>
- Van Leuven, S., Deprez, A., Joye, S., & Ongenaert, D. (2018). How do Flemish politicians talk about migration? A study on the political framing of migration in Belgium 2016–2018. In *Erasmus University Rotterdam*. <https://biblio.ugent.be/publication/8575484>
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151.

EXTENDED ABSTRACT IN ENGLISH

The Digitalization of Anti-Immigrant Sentiment: Online Social Networks and Actors

This paper examines the digital transformation of anti-immigration discourse on online social networks (OSNs), focusing on the role of malicious actors and their strategic methods for spreading disinformation. Drawing on data and analysis from a multidisciplinary international research project conducted from 2022 to 2025, the study builds a comprehensive taxonomy of disinformation actors and tactics, which include bots, trolls, influencers, and political factions. It dissects how these actors utilize platforms like Telegram, Facebook, and X to systematically circulate content that fosters xenophobia and public distrust toward migrants. The research identifies three primary actor roles: creators, spreaders, and ambiguous actors—each with varying motivations and levels of influence. Moreover, it explores the structural affordances of OSNs that make them vulnerable to manipulation, such as algorithmic content prioritization and user behavior reinforcement via echo chambers and filter bubbles. These elements are exacerbated during periods of crisis, where misinformation is more readily

consumed and shared, often fueled by emotional appeals and fear-based narratives. In-depth case studies illustrate how online polarization is not merely a spontaneous phenomenon but often the result of coordinated efforts involving astroturfing, emotional contagion, and the use of memes, hashtags, and decontextualized media. It also explores how these strategies align with political agendas, particularly among right-wing populist parties that exploit digital platforms for electoral gain. Notably, it discusses how the dissemination of anti-immigration narratives is increasingly aligned with broader nationalist, racist, and exclusionary ideologies, often under the guise of protecting national identity or economic stability. By linking individual user behavior with systemic digital architectures, the study reveals a multilayered and transnational web of disinformation that challenges both academic analysis and public policy. It argues that combating anti-immigration disinformation requires a nuanced understanding of both content and context, emphasizing the intersection between digital culture, political communication, and social psychology. The findings underscore the importance of monitoring and regulating online platforms to mitigate the effects of manipulative content, especially during politically or socially volatile periods. Ultimately, this research contributes to the broader discourse on digital governance, civic resilience, and the ethical responsibilities of platform providers and policy makers in addressing xenophobic rhetoric online.

This research process was carried out within the scope of the international project titled "Malicious Actors Profiling and Detection in Online Social Networks through Artificial Intelligence (222N310)" supported by TÜBİTAK 1071 under the CHIST-ERA program of the European Union, and with the support of the European Union DIV-EU Jean Monnet Centre of Excellence at Yaşar University.

