StratejiCo.

Astroturfing'den Rage Baiting'e Stratejik İletişimin Tehlike Rehberi

Yazar: Barış Keleş

Kurumsal itibar uzun yıllar süren birikimle inşa edilir; ancak iyi yönetilemeyen bir krizle kısa sürede sarsılabilir. Bunu en iyi bilenlerin başında iletişim profesyonelleri gelir.

Kriz anlarında doğru iletişim kurmak, kurumların en stratejik süreçlerinden biridir. Ne üretirseniz üretin, hangi hizmeti sunarsanız sunun; iletişim her şeydir. Bu sınav yalnızca kurumun kendi mesajlarıyla da sınırlı değildir. Dijital ortamda yayılan manipülatif içerikler, krizlerin seyrini değiştirebilir.

Günümüzde **[“astroturfing”]**, **[“gri propaganda”]**, **[“sleeper account”]** ve **[“rage baiting”]** gibi kavramlar, iletişim stratejilerini doğrudan etkileyen unsurlar haline gelmiştir. Bu yazıda, kurumsal iletişim profesyonelleri için (dijital) kriz anlarında karşılaşılan bu manipülasyon olgularını stratejik iletişim perspektifiyle ele alacağız.

1. Astroturfing

Aslında bir çeşit manipülasyon türü olan **[“astroturfing”]** etimolojik olarak tesadüf demeyeceğimiz bir kökene sahip. Doğal çim yerine kullanılan sentetik çim şirketi olan “AstroTurf” markasından türetilmiş olan (halen aktif olarak faaliyet gösteren bir markadır) astroturfing, kamuoyunda bir görüşün veya hareketin tabandan gelen doğal bir destek gibi gösterilerek aslında yapay olarak oluşturulması olarak tanımlanıyor. Genellikle sahte hesaplar, paralı yorumcular veya sponsorlukla oluşturulmuş topluluklar aracılığıyla yürütülür. Bu bağlamda Orwell’in meşhur aforizması dikkat çekicidir: **“Journalism is writing what someone else does not want published: everything else is public relations.”** Yani gazetecilik, “birilerinin” yayınlamak istemediklerini yazmaktır; geri kalan her şey halkla ilişkilerdir diyen Orwell aslında gazetecilik mesleğinde de doğrudan doğruya **[“astroturfing”]** yani manipülasyon sorununun varlığından zamanında bahsetmişti.

> **Günümüzde bir ürünün yeni sosyal mecralarda “beğenildiği” izlenimi yaratmak, ya da bir markanın krizine karşı toplumdan yoğun destek varmış gibi göstermek bu yöntemin tipik örneklerindendir.**

Ancak işin ehli olmayan kişilerce yönetilen ve astroturfing üzerinden gerçekleştirilen ilişkiler ağı da uzun vadede marka itibarını zedeleyebilir. Kurumsal itibar inşa edilirken, iletişimde iş birliği yapılan aktörleri titizlikle seçmek kritik öneme sahiptir. Aksi senaryoda marka iletişim yönetiminizin ifşa olduğu, geri dönülmesi zor bir güven kaybı yaşamak kaçınılmaz oluyor.

Political Gaslighting ile Bağlantısı

Astroturfing marka iletişimi dışında siyasal iletişim (veya siyasi danışmanlık) alanında oldukça tanıdık yöntemlerle karşımıza çıkıyor. Bu noktada, astroturfing'in yarattığı sahte "halk desteği" atmosferi, yalnızca manipülasyon değil, aynı zamanda bir tür **[political gaslighting] (politik gerçeklik çarpıtması)** işlevi görmektedir.

> **Political gaslighting, bir topluluğun siyasi, toplumsal ve ekonomik konulardaki kolektif algısını sarsmak ve kendi deneyimlerinden şüphe etmesini sağlamak amacıyla bilinçli biçimde çarpıtılmış gerçeklik sunmak olarak tanımlanabilir.**

Gerçeği bükerek, algılarla olguları yer değiştirten astroturfing metotları, özellikle politik alanda, gerçek kamuoyu eğilimlerini perdeleyip yapay bir çoğunluk yanılsaması yaratarak bu çarpıtmayı sistematik hale getirebilme potansiyeline sahiptir. Böylece bireyler rıza üretim süreçlerine dahil olarak,"Ben mi yanlış düşünüyorum?" sorusunu kendine sorarken, aktörlerin yer değiştirdiği senaryoda da bu sefer politikacılar da kamuoyu baskısı varmış gibi bu yöntemle yönlendirilebilir. Politikacıların kriz sonrası dönemlerde nedamet getirdikleri süreçlerde çok duymuşuzdur; "sosyal medyanın gazına geldik" lafını. Bu manipülasyonların etkisini çoğu zaman kendileri de kabul eder.

2. Gri Propaganda

Propagandanın siyahı ve beyazı kadar, gri olanı da vardır. Propaganda kelimesinin ilk kez 1622'de, Protestan kiliselerinin ortaya çıkmaya başladığı bir dönemde Roma Katolik kilisesi tarafından kullanıldığı bilinmektedir. Bu dönemde kilise, öğretilerine karşı gelenleri propaganda ile yola getirmeyi amaçlamıştır. Galilei'nin "dünya güneşin etrafında dönüyor" tezinden vazgeçirilmesi buna örnektir.

> **Gri propaganda, bilgiyle manipülasyon arasındaki belirsiz hatta faaliyet gösterir. Kaynağı açıkça belirtilmeyen ya da kasıtlı olarak belirsiz bırakılan içeriklerle kamuoyunun algısı şekillendirilir.**

Örneğin, sosyal medyada tarafsız bir haber hesabı gibi davranan bir profil, kriz anında bir siyasi figürün ya da markanın lehine içerikler üretmeye başlıyorsa burada gri propaganda devrededir. Bu tür hesaplar, güven kazanmış olmaları nedeniyle etkili olur. Özellikle kriz dönemlerinde hızlı yayılan ve güvenilir görünen bu mesajlar, adeta tereyağından kıl çekercesine kamusal algıyı yönlendirebilir. Ancak bilinçli medya okuryazarları ve iletişim ajansları burada dönen oyunları kolaylıkla fark edebilir. Tabii burada sayıları ve etki alanı oldukça sınırlı bir kitleden bahsediyoruz.

3. Sleeper Account

"Uyuyan hesap" olarak da adlandırılan sleeper account'lar, kriz anlarına kadar dikkat çekmeyen, hatta çoğu zaman güven veren içerikler paylaşan hesaplardır. Fakat belirli bir anda —bir toplumsal olay, ekonomik kriz ya da markaya dair gelişme gibi— aktifleşir ve aniden yönlendirici içerikler paylaşmaya başlar.

Bu hesaplar genellikle:

- **Objektif haber formatında içerik paylaşır.**
- **Algoritma dostu dil ve etiketler kullanır.**
- **Belirli bir an geldiğinde stratejik bir pozisyon alır.**

Sleeper account'lar, dijital PR kampanyalarının ya da daha karmaşık iletişim stratejilerinin bir parçası olabilir. Güven kazanmak için sessizce büyür, gerektiğinde mesaj verir.

4. Rage Baiting + Influencer Seeding

> **Rage baiting, kullanıcıların duygularını özellikle öfke, tiksinti ve şok ile tetikleyerek yüksek etkileşim kazanmayı hedefleyen bir taktiktir.**

Günümüzde algoritmaların bu tür içerikleri daha görünür kılması, maalesef yöntemin yaygınlaşmasına sebep olmuştur. Post-truth çağında rage baiting, hem izleyicilerin öfkesine hitap ederek duygusal bir bağ kurar hem de algoritmaların etkileşim odaklı yapısı sayesinde içerikleri daha görünür hale getirir.

Bu içerikler:

- **Toplumsal fay hatlarına (ırk, din, cinsiyet yönelimleri, ideoloji vb.) dokunur.**
- **Provokatif dil ve başlıklar içerir.**
- **Viral yayılım hedefler.**

> **Influencer seeding ise, belirli mesajları yaymak üzere önceden seçilmiş, etki gücü yüksek influencer'ların stratejik olarak kullanılmasıdır.**

Rage baiting içerikleri, bu influencer'lar aracılığıyla daha geniş kitlelere ulaşır ve dikkat çekici hale getirilir. Böylece etkileşim ve görünürlük sağlanırken; influencer, bir şeylerin altını çizdiği için "cesur" ya da "gerçekleri konuşan kişi" olarak kamuoyu nezdinde konumlanır.

Stratejik İletişim İçin Öneriler

Bu manipülatif iletişim tekniklerinin varlığı, stratejik iletişim uzmanlarının hem daha dikkatli hem de daha çevik hareket etmesini gerektiriyor. Stratejik iletişim ajanslarıyla çalışmanın yanı sıra kurumların kendi içinde alabileceği temel aksiyonları kısaca sıralayabiliriz:

- **Dijital erken uyarı sistemleri kurun:** Gri propaganda ya da sleeper account'ları tespit edebilmek için sosyal medya takip raporları (algı analizleri, konuşulma hacmi vb.) ve kriz odaklarını tespit ettiğiniz bir şema kullanın.
- **Etkileşim değil, bağ kurun:** Kısa vadeli etkileşimleri değil, uzun vadeli güveni hedefleyen iletişim kurun.
- **Yanıt stratejisi belirleyin:** Her içeriğe yanıt vermek yerine, hangi manipülasyonlara nasıl pozisyon alınacağını önceden belirleyin.
- **Şeffaflığı esas alın:** Kriz anlarında her zaman sessiz kalmak doğru olmayabilir. Doğru içeriklerle kamuoyuna açık, net ve yönlendirici bir iletişim kurun.

Dijital Manipülasyon Taktikleri – Kavramlar, Özellikler ve Amaçları

Terim	Tanım	Özellik	Amaç
Astroturfing	Yapay halk desteği yaratma. Görünürde organik ama gerçekte organize destek izlenimi verir.	Sahte yorumlar, sahte topluluklar, botlar	Destek varmış gibi göstererek karar vericileri ve kamuoyunu etkilemek
Gri Propaganda	Kaynağı belirsiz ya da muğlak bırakılmış manipülatif bilgi paylaşımı	Kısmen doğru bilgi, objektiflik algısı, kaynak gölgede	Güven kazanarak algı yönlendirmek
Sleeper Account	Güven kazanmak için tarafsız duran, kriz anında manipülasyona başlayan sosyal medya hesabı	Önce tarafsız ve sessiz, sonra aktif ve yönlendirici	Kriz anında kamuoyunu yönlendirmek
Shill Account	Kim adına konuştuğu belli olmayan, gizli PR yapan sosyal medya hesabı	Marka/siyasi figür lehine içerikler, bağını gizler	Görünürde bağımsız durup ajandayı yaymak
Influencer Seeding	Mesajları yaymak üzere önceden seçilmiş, etki gücü yüksek influencer'ların planlı kullanımı	Güvenilir görünen kişiler, hedefli içerik yayılımı	Yaygın etki ve inandırıcılık kazanmak
Rage Baiting	İzleyicileri öfkelendirerek dikkat ve etkileşim çekmeye dayalı içerik üretimi	Kutuplaştırıcı dil, provoke edici başlık ve görseller	Viral yayılım ve dikkat kazanımı (özellikle algoritmalar için)

İletişimde Yeni Gerçeklik: Etik, Strateji ve Sessizlik

Dijital çağda iletişim artık sadece mesaj üretmekle sınırlı değil. Aynı zamanda görünmeyeni görmek, manipülasyonu analiz edebilmek ve gerektiğinde stratejik sessizlikle konumlanabilmek de bu sürecin parçası haline geliyor.

> **Astroturfing'den rage baiting'e uzanan manipülatif iletişim yöntemleri, stratejik iletişim yönetimini yalnızca teknik değil; etik bir beceri alanına dönüştürüyor.**

Dolayısıyla günümüzde gerçek ile "inorganik" içerik arasındaki çizginin gittikçe bulanıklaştığı bu dönemde, güveni korumak ve itibarı yönetmek hiç olmadığı kadar stratejik bir yetkinlik alanı haline geldi.

> **Stratejik iletişim yönetimi, zayıf planlanmış ve güvene dayalı olmayan (sadece maddi ilişki çerçevesinde) ilişki ağları üzerinden yürütüldüğünde, kurumlara uzun vadede güven ve itibar kaybı olarak geri dönebilir.**

Toplumda, bu yazıda ele alınan kavramlara karşı farkındalık oluşturmak da, kurumsal iletişimin geleceği için artık ertelenemez bir ihtiyaç. Günümüzde medya okuryazarlığı seviyesi, ne yazık ki arzu edilenin oldukça gerisinde.

Tüm bu konularla paralel okuma yapmak adına post-truth çağında iletişim paradigmalarının dönüşümüne dair makalemize buradan ulaşabilirsiniz.