

26 Mart 2024

2024 Türkiye Yerel Seçimleri Siyasi Mikro Hedefleme Kampanyalarının Analizi

Seçimler yaklaşırken, Facebook'taki reklam harcamaları **günlük 10 milyon liraya** yaklaştı. Reklamları analiz etik:

- **Milliyetçiler yoğun hedef altında:** Ülkü Ocakları, milliyetçi müzik gibi kategoriler hem AK Parti hem de CHP mikro hedefleme stratejilerinde sıkça kullanılıyor.
- **Dinî hassasiyetlere yönelik** mikro hedefleme stratejilerinin yoğun kullanıldığı, Ekrem İmamoğlu'nun vaatlerini yerine getirmediği iddiasını yaygınlaştıran "İstanbul Gerçekleri" hesabı, en çok harcama yapan 10. hesap konumuna yükseldi.
- Facebook'un dezenformasyonla mücadeledeki zayıflığı, **Türkiye'de seçimleri tekrar tehlikeye atıyor.**

Seçimler yaklaştıkça, Meta (Facebook) platformunda gerçekleştirilen siyasi reklam harcamaları artıyor. Sadece 22 Mart gününde, 2077 hesap üzerinden siyasi ve sosyal meselelerle ilgili 9 milyon 270 bin 411 TL reklam harcaması gerçekleştirildi. Harcamaları inceledik.

Dijital seçim reklamları ve mikro hedefleme, siyasi partiler ve adaylar için seçmenlere özelleştirilmiş mesajlar sunma kapasitesi açısından faydalar sağlasa da bu tekniklerin manipülasyon ve dezenformasyon için kullanılması demokratik süreçler üzerinde ciddi riskler oluşturuyor.

Özellikle Facebook gibi sosyal medya devlerinin, siyasi reklamları yeterli dezenformasyon kontrolünden geçirmemesi, yanıltıcı bilgilerin hızla yayılmasına ve seçmenlerin manipüle edilmesine zemin hazırlıyor. Bu durum, demokrasilerin temelinde yatan bilgilendirilmiş seçmen ilkesini tehlikeye atarak, kamusal alanın bütünlüğünü bozuyor ve toplumsal kutuplaşmayı derinleştiriyor.

Son günde en çok dijital reklam harcaması yapan 10 Meta hesabı**Harcamalar sadece 22.03.2024 gününü kapsamaktadır.**

Facebook Hesap Adı	Harcama Tutarı (₺)	İlişkili Siyasi Parti	Açıklama
Cumhuriyet Halk Partisi - CHP	2.163.648	CHP	Siyasi parti hesabı
Deva Partisi	424.251	Deva Partisi	Siyasi parti hesabı
Muhittin Böcek	260.816	CHP	Antalya Büyükşehir Belediye Başkan Adayı
Murat Kurum	254.454	AK Parti	İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayı
AK Parti İstanbul	232.926	AK Parti	Siyasi parti hesabı
Mansur Yavaş	167.013	CHP	Ankara Büyükşehir Belediye Başkan Adayı
Zeydan Karalar	153.661	CHP	Adana Büyükşehir Belediye Başkan Adayı
Turgut Altınok	133.490	AK Parti	Ankara Büyükşehir Belediye Başkan Adayı
Mithat Bülent Özmen	111.973	CHP	Eyüpsultan Belediye Başkan Adayı
İstanbul Gerçekleri	102.229	-	-

Son 7 günde en çok dijital reklam harcaması yapan 10 Meta hesabı**Harcamalar 16-22.03.2024 aralığını kapsamaktadır.**

Facebook Hesap Adı	Harcama Tutarı (₺)	İlişkili Siyasi Parti	Açıklama
Cumhuriyet Halk Partisi - CHP	7.343.601	CHP	Siyasi parti hesabı
Ekrem İmamoğlu	2.293.435	CHP	İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayı
Deva Partisi	2.240.484	Deva Partisi	Siyasi parti hesabı
AK Parti	1.310.039	AK Parti	Siyasi parti hesabı
Murat Kurum	1.112.546	AK Parti	İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayı
Hakan Tütüncü	1.063.940	AK Parti	Antalya Büyükşehir Belediye Başkan Adayı
AK Parti İstanbul	838.744	AK Parti	Siyasi parti hesabı
Muhittin Böcek	800.972	CHP	Antalya Büyükşehir Belediye Başkan Adayı
Milliyetçi Hareket Partisi (MHP)	609.252	MHP	Siyasi parti hesabı
Zeydan Karalar	564.060	CHP	Adana Büyükşehir Belediye Başkan Adayı

Mikro Hedefleme Strateji İncelemesi

16 Mart - 22 Mart 2024 aralığında hem gün bazında, hem hafta bazında en çok harcama yapan hesapları inceledik.

En çok harcama yapan 10 hesabın mikro hedefleme stratejilerini inceledik. Bu harcamalar arasında yer alan Mithat Bülent Özmen, Turgut Altınok, Zeydan Karalar, Muhittin Böcek, AK Parti, MHP ve Deva Partisi'nin Meta hesapları, kategori temelli mikro hedefleme stratejileri uygulamadıkları için bu analizde yer almamaktadır.

Dinî hassasiyetler üzerine hedefleme gerçekleştiren Meta hesabı "İstanbul Gerçekleri", harcamalarını artırdı.

Tesettür, Gazze, Arapça, Filistin, Semerkand Aile, İlahiyat Fakültesi... İslami hassasiyetler üzerine hedefleme yapan "İstanbul Gerçekleri" hesabı, tek bir iddiayı yaygınlaştırmak üzere kurulmuş görünüyor: Ekrem İmamoğlu'nun vaatlerini yerine getirmediği. [2024 Yerel Seçimleri analizimizde](#) de, "Unutma İstanbul" hesabıyla beraber algı hesabı olarak yer verdiğimiz iki sayfadan biri olan "İstanbul Gerçekleri," harcamalarını gittikçe artırarak 22 Mart günü en çok harcama yapan 10. hesap konumuna geldi.

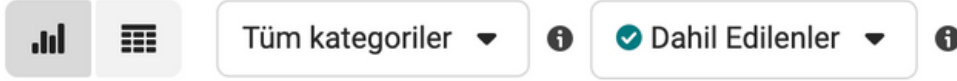
Tespit ettiğimiz algı hesaplarından yaygınlaştırılan bilgilerin doğruluğu konusunda bir çalışmamız bulunmuyor. Ancak üzerinden para kazandığı bu hesaplarda yanlış bilgiye yer verilmemesini sağlamak, Facebook'un sorumluluğunda. Facebook'un dezenformasyonla mücadelede etkin olduğuna dair iddialarının aksine, platformun bu konudaki performansı oldukça zayıf. Platformun önemli gelir kaynaklarından biri olan dijital reklamların denetimi konusunda ciddi eksiklikler var. Bu durum, kullanıcıların yanıltıcı bilgilere maruz kalmasına yol açabilir.

CHP Meta hesabının son 7 günde yaptığı dijital reklam harcaması toplamı:
₺7.343.601

Cumhuriyet Halk Partisi - CHP Facebook reklam hesabının en çok harcama yaptığı 10 mikro hedefleme kategorisi:

Detaylı hedefleme ⓘ

Reklamverenler, hedef kitlelerini demografik özellikler, ilgi alanları ve davranışlar gibi bilgilere göre



Harcanan tutarın yüzdesi ⓘ ↓

%0

%25

Küçük işletmeler arası kurumsal çalışanlar (10-200 çalışan)

Büyük işletmeler arası kurumsal çalışanlar (500+ çalışan)

Orta ölçekli işletmeler arası kurumsal çalışanlar (200-500 çalışan)

Kamu Hizmetleri ve Sosyal Hizmetler

Yemek ve Restoranlar

Yüksek lisans öğrencisi

Üniversite öğrencisi

İşletmeler ve Finans

Hesaplama ve Matematik



Sanat, Eğlence, Spor ve Medya

Ekrem İmamoğlu Meta hesabının son 7 günde yaptığı dijital reklam harcaması toplamı: ₺2.293.435

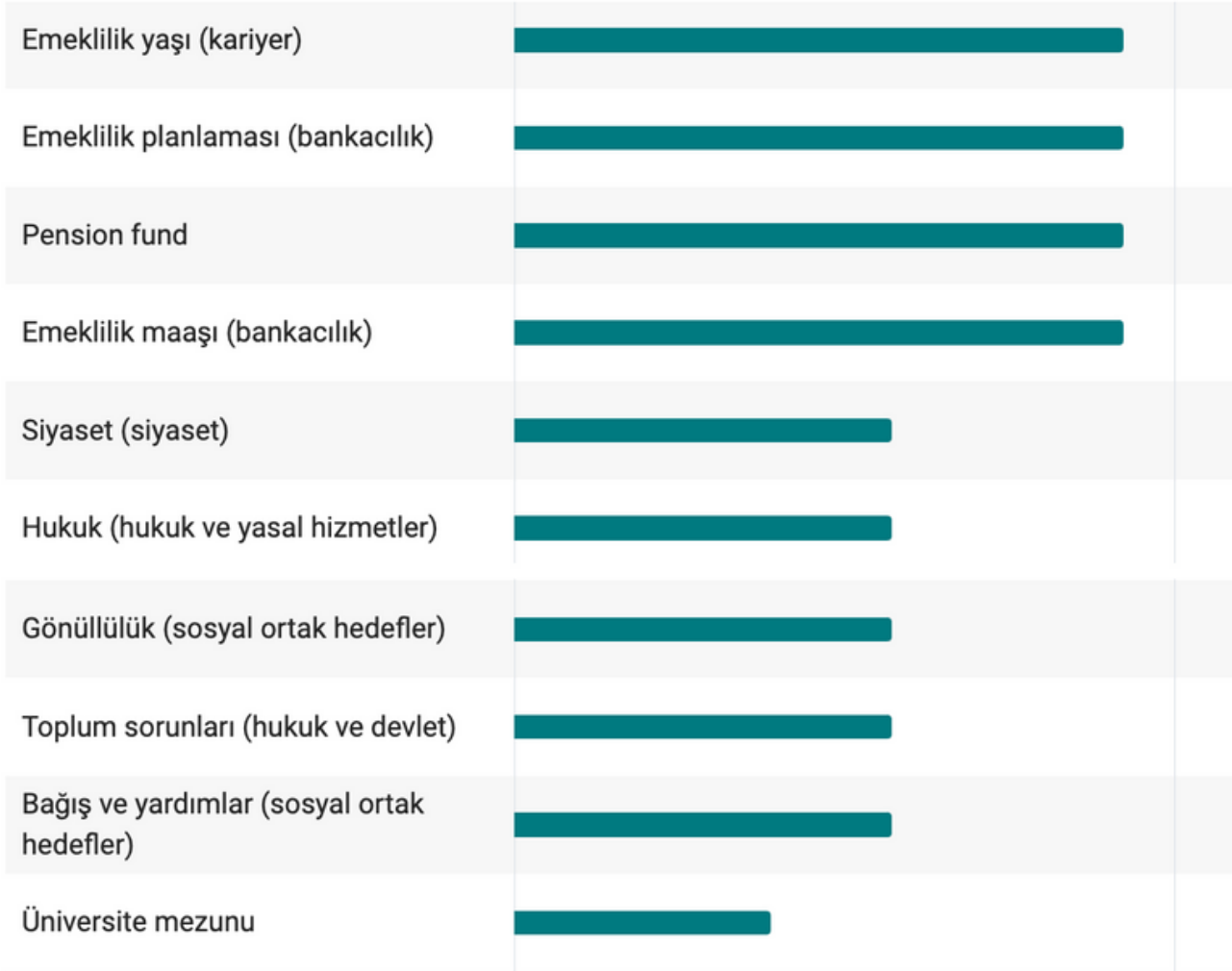
Ekrem İmamoğlu Facebook Reklam Hesabının en çok harcama yaptığı 10 mikro hedefleme kategorisi:

Detaylı hedefleme ⓘ

Reklamverenler, hedef kitlelerini demografik özellikler, ilgi alanları ve davranışlar gibi bilgilere göre

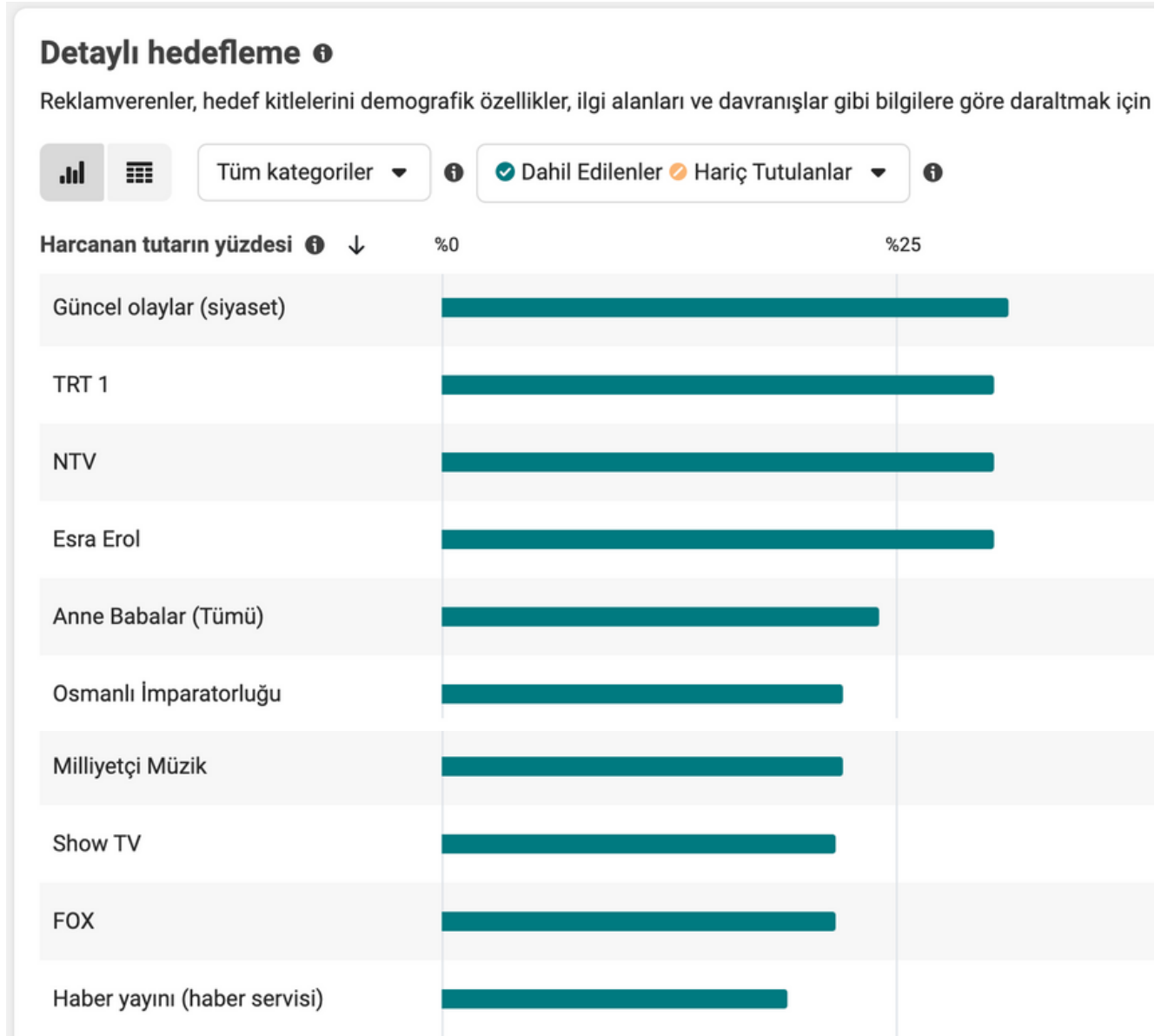
  Tüm kategoriler ⓘ Dahil Edilenler Hariç Tutulanlar ⓘ

Harcanan tutarın yüzdesi ⓘ ↓ %0 %25



Murat Kurum Meta hesabının son 7 günde yaptığı dijital reklam harcaması toplamı: ₺1.112.546

Murat Kurum Facebook Reklam Hesabının en çok harcama yaptığı 10 mikro hedefleme kategorisi:





Hakan Tütüncü Meta hesabının son 7 günde yaptığı dijital reklam harcaması toplamı: ₺1.063.940

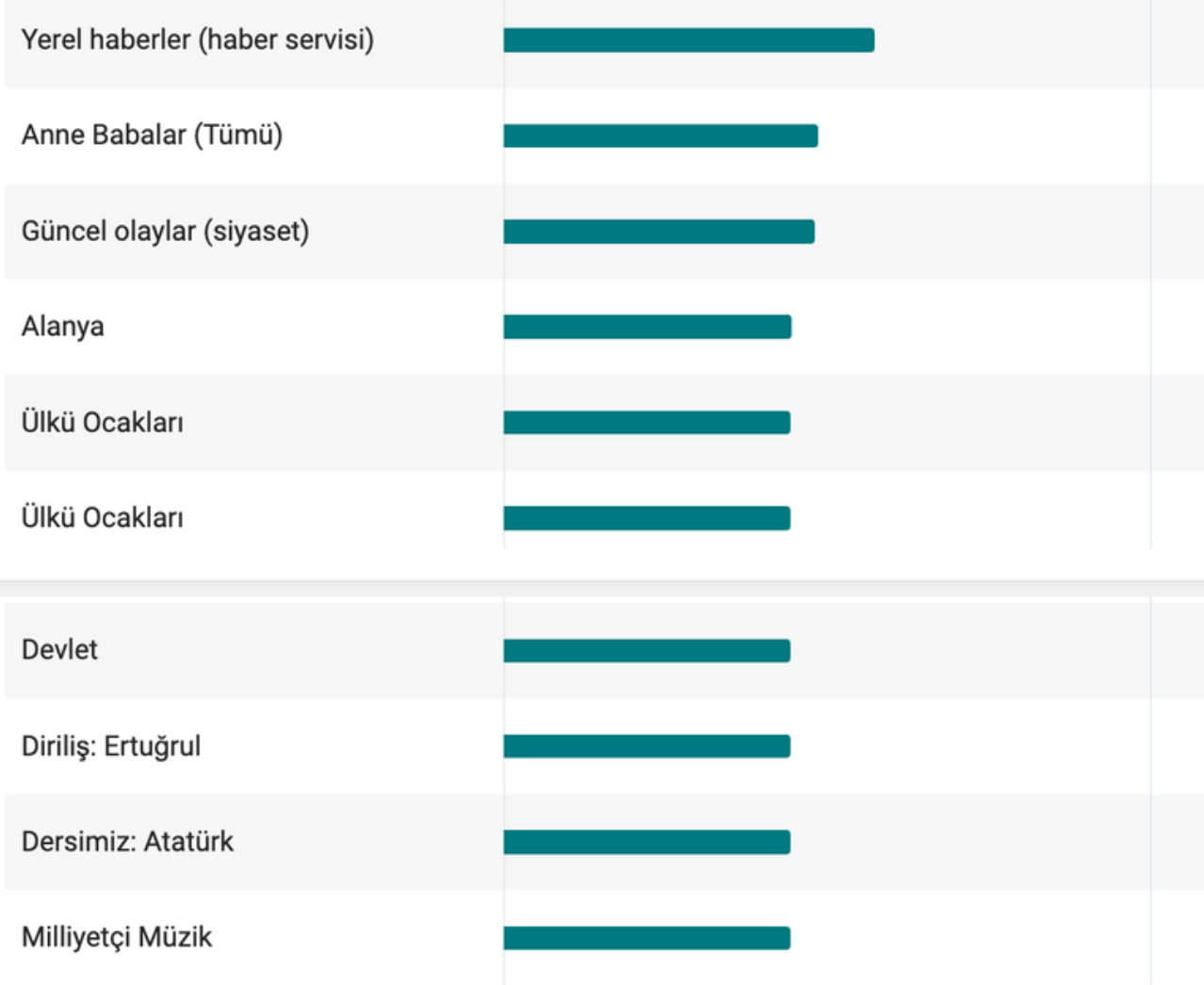
Hakan Tütüncü Facebook Reklam Hesabının en çok harcama yaptığı 10 mikro hedefleme kategorisi:

Detaylı hedefleme ⓘ

Reklamverenler, hedef kitlelerini demografik özellikler, ilgi alanları ve davranışlar gibi bilgilere göre

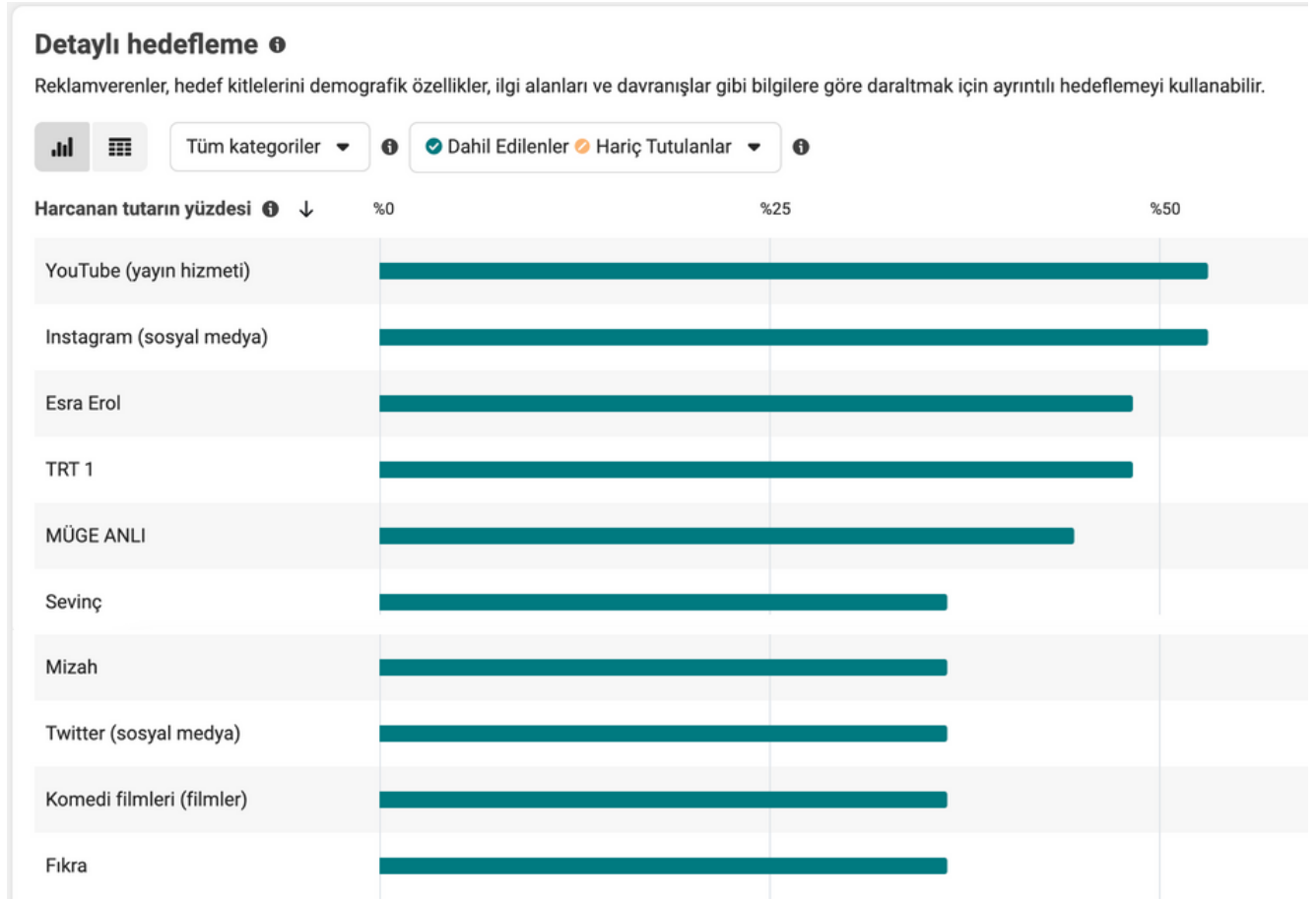
  Tüm kategoriler ⓘ Dahil Edilenler Hariç Tutulanlar ⓘ

Harcanan tutarın yüzdesi ⓘ ↓ %0 %25



AK Parti İstanbul Meta hesabının son 7 günde yaptığı dijital reklam harcaması toplamı: ₺838.744

AK Parti İstanbul Facebook Reklam Hesabının en çok harcama yaptığı 10 mikro hedefleme kategorisi:





**İstanbul Gerçekleri Meta hesabının son 7 günde yaptığı dijital reklam
harcaması toplamı: ₺545.382**

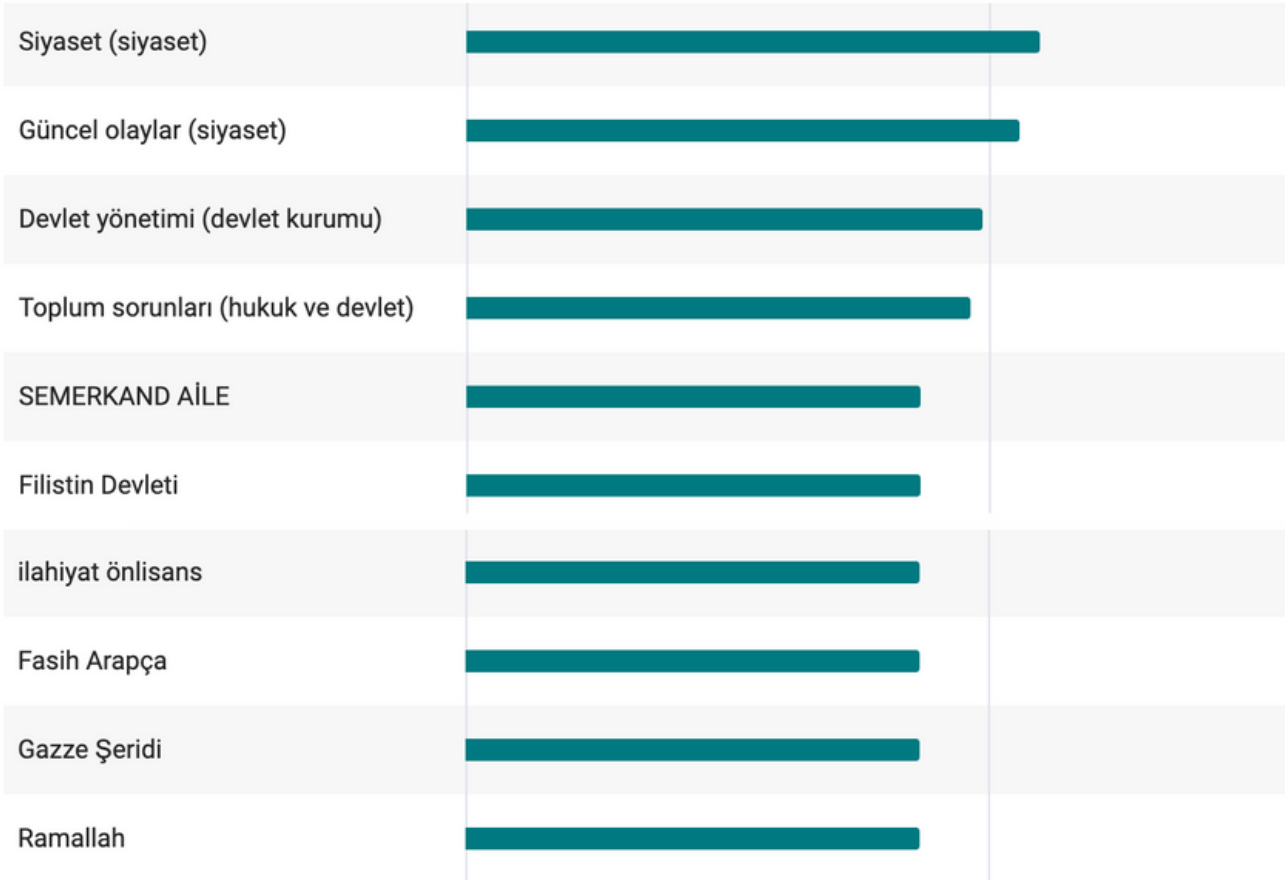
İstanbul Gerçekleri Facebook Reklam Hesabının
en çok harcama yaptığı 10 mikro hedefleme kategorisi:

Detaylı hedefleme ⓘ

Reklamverenler, hedef kitlelerini demografik özellikler, ilgi alanları ve davranışlar gibi bilgilere göre daraltmak için

  Tüm kategoriler ⓘ Dahil Edilenler Hariç Tutulanlar ⓘ

Harcanan tutarın yüzdesi ⓘ ↓ %0 %25



Mansur Yavaş Meta hesabının son 7 günde yaptığı dijital reklam harcaması toplamı: ₺267.760

Mansur Yavaş Facebook Reklam Hesabının en çok harcama yaptığı 10 mikro hedefleme kategorisi:

