

# SUITDER

SDÜ İNSAN VE TOPLUM BİLİMLERİ DERGİSİ

Süleyman Demirel University Journal of Humanities and Social Sciences

Sayı/Issue	64-Aralık 2025 / 64-December 2025
Makale Bilgisi/ Article Info	Araştırma Makalesi / Research Article
Başvuru Tarihi/ Submitted Date:	11 Temmuz 2025 / 11 July 2025
Kabul Tarihi/ Accepted Date:	7 Kasım 2025 / 7 November 2025
Atıf/Citation:	Sayın, O. & A. İ. Ceyhan (2025). Siyasal İletişimde Yapay Zekânın Kullanılma Potansiyeli: Fırsatlar ve Tehditler. <i>Süleyman Demirel Üniversitesi İnsan Ve Toplum Bilimleri Dergisi</i> (64). 243-274
DOI:	<a href="https://doi.org/10.35237/suitder.1740584">10.35237/suitder.1740584</a>
Benzerlik / Similarity: %	1

## Siyasal İletişimde Yapay Zekânın Kullanılma Potansiyeli: Fırsatlar ve Tehditler\*

*Potential for Using Artificial Intelligence in Political Communication: Opportunities and Threats*

Onur SAYIN\*\* -Ahmet İlkay CEYHAN\*\*\*

Öz

Dijitalleşmenin hız kazandığı bu çağda, siyasal iletişim pratikleri yapay zekâ teknolojilerinin etkisiyle köklü bir dönüşüm yaşamaktadır. Bu çalışma, yapay zekânın siyasal iletişim süreçlerindeki rolünü, uzman ve uygulayıcı görüşlerine dayalı olarak analiz etmeyi amaçlamaktadır. Çalışma, yapay zekâ uygulamalarının özellikle siyasal kampanyalarda strateji belirleme, seçmen davranışı tahmini, mikro hedefleme, içerik üretimi ve veri analizi gibi alanlardaki kullanım potansiyelini değerlendirmektedir. Araştırma, nicel yöntemle yürütülmüştür ve veriler, 23 katılımcıdan oluşan bir çalışma grubuna uygulanan anket tekniğiyle toplanmıştır. Katılımcı görüşlerinden elde edilen bulgular, yapay zekâ destekli araçların küçük siyasi partilere düşük maliyetli ve etkili iletişim fırsatları sunduğunu; buna karşılık yerel kampanyalarda altyapı eksiklikleri ve sosyoekonomik sınırlılıklar nedeniyle etkisinin kısıtlı kalabildiğini ortaya koymaktadır. Ayrıca yapay zekânın yaratıcı süreçleri desteklediği, veri analizinde verimli olduğu; ancak insan ilişkilerinde yetersizlik, sürdürülebilirlik sorunları ve etik kaygılar gibi riskler taşıdığı da vurgulanmıştır. Çalışmanın sınırlılığı, yalnızca belirli bir katılımcı grubuna dayanması ve öznel beyanlarla sınırlı olmasıdır. Sonuç olarak, yapay zekânın siyasal iletişimdeki standartlaşma süreci, yalnızca teknolojik değil, aynı zamanda etik, hukuki ve kültürel faktörlerle birlikte düşünülmelidir. Bu yönüyle araştırma, Türkiye bağlamında yapay zekâ temelli siyasal iletişim uygulamalarına yönelik literatüre özgün bir katkı sunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** siyasal iletişim, yapay zekâ, seçim kampanyaları, mikro hedefleme, dezenformasyon

\* Bu çalışma, TÜBİTAK 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destekleme Programı kapsamında desteklenmiş olup 2023/2 dönem ve 1919B012332715 numaralı projeden üretilmiştir.

\*\* Yüksek Lisans Öğrencisi, İbn Haldun Üniversitesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, İstanbul/TÜRKİYE, E-Posta: [benonursayn@gmail.com](mailto:benonursayn@gmail.com), ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2048-9304>, ROR ID: <https://ror.org/02y5xdw18>

\*\*\* Doç. Dr., İstanbul Kent Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, İstanbul/TÜRKİYE, E-Posta: [ilkay.ceyhan@kent.edu.tr](mailto:ilkay.ceyhan@kent.edu.tr), ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1414-9805>, ROR ID: <https://ror.org/01w9wgg77>



### Abstract

*In an era of accelerating digitalization, political communication practices are undergoing a profound transformation under the influence of artificial intelligence (AI) technologies. This study aims to analyse the role of AI in political communication processes based on the perspectives of experts and practitioners. Specifically, it evaluates the potential of AI applications in areas such as campaign strategy development, voter behaviour prediction, micro-targeting, content generation, and data analysis. The research was conducted using quantitative methods, and data were collected through a survey administered to a sample group of 23 participants. Findings indicate that AI-powered tools provide cost-effective communication opportunities for small political parties; however, in local campaigns, the impact remains limited due to infrastructure deficiencies and socio-economic constraints. Participants also highlighted the functional benefits of AI in creative processes and data analysis, while drawing attention to limitations in human interaction, sustainability issues, and ethical concerns. The main limitation of the study lies in its relatively small and subjective sample. In conclusion, the standardization of AI in political communication must be considered not only as a technological process but also through ethical, legal, and cultural lenses. In this regard, the study presents an original contribution to the literature on AI-driven political communication practices within the Turkish context.*

**Keywords:** *political communication, artificial intelligence, election campaigns, micro targeting, disinformation*

### GİRİŞ

Siyasal iletişim, tarihsel süreç içerisinde teknolojik ilerlemelerden büyük ölçüde etkilenmiş ve özellikle dijitalleşme ile yeni bir boyut kazanmıştır. Matbaanın icadı, gazete, radyo, televizyon, telekomünikasyon ve bilgi teknolojileri gibi kitle iletişim araçlarının ortaya çıkışı, siyasal kampanyaların yürütülme biçimini özellikle, kitleye erişimden birey nezdinde siyasal iletişim kurabilme imkânına kadar birçok bakımdan köklü bir şekilde değiştirmiştir. XX. yüzyılın ortalarından itibaren televizyon, seçim kampanyalarında önemli bir rol oynamıştır ve XXI. yüzyılın başlarında internet ve sosyal medya platformları, siyasi iletişimi daha dinamik ve etkileşimli hâle getirmiştir. Gelişmiş veri analitiği sayesinde seçmen verisine dair büyük verinin işlenerek siyasal kampanya stratejilerini şekillendiren en yeni ve etkin unsur olarak öne çıkan yapay zekâ tabanlı algoritmalar, seçmen davranışlarını daha hassas bir şekilde analiz edebilmekte ve kampanya stratejilerinin etkinliğini artırmaktadır. Bu bağlamda, siyasetçilerin ve kampanya ekiplerinin seçmenlerle olan etkileşimlerini daha verimli hâle getirme potansiyeline sahip olan yapay zekâ araçları, kamuoyu araştırmalarından kişiselleştirilmiş hedeflemeye, dezenformasyonla mücadeleden dijital kampanya yönetimine kadar geniş bir kullanım alanı sunmaktadır. Ancak yapay zekâ, sunduğu avantajlarla birlikte, etik, mahremiyet ve demokratik süreçlerin güvenliği gibi konular belirsiz ya da olumsuz açıdan ciddi tartışmalara yol açmaktadır.

Siyasal iletişimde yapay zekâ kullanımının potansiyel etkilerine dair pratikte uygulayıcılar ve teoride akademisyenlerle uzmanların görüş farklılıklarını genellikle, fırsatlar ve tehditler şeklinde temel iki eksende değerlendirmek mümkündür. Bir yandan fırsat niteliğini değerlendirenler, yapay zekâ destekli veri analiz araçları, seçmen tercihlerini daha iyi anlamayı ve hedef kitleye yönelik özelleştirilmiş mesajlar oluşturmayı mümkün kıldığını, kamuoyu yoklamaları ve duygu analizi gibi yapay zekâ destekli yöntemler vasıtasıyla siyasal karar alıcıların politikalarını belirlerken daha bilinçli hareket etmelerine yardımcı olduğunu/olabileceğini ve bunun özellikle siyasi aktörler için büyük bir avantaj sağlamakta olduğu düşüncesindedirler. Öte yandan, tehdit niteliği açısından ise yapay zekânın manipülatif kullanımına yönelik riskler kapsamında dez/mezenformasyonu üretmesi ve yaygınlaştırması, seçmen davranışlarının manipüle edilmesi, mahremiyet ihlalleri, etik sorunlar ve demokratik süreçlerin şeffaflığı ile güvenilirliği bakımından ciddi dezavantajlar ve tehlikeler barındırdığı görüşündedirler.

## 1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Yapay zekâ teknolojilerinin siyasal iletişim süreçleri üzerindeki çok boyutlu etkileri, alanında uzman akademisyenler ve uygulayıcıların nitelikli görüşleri çerçevesinde nicel veriler aracılığıyla sistematik bir şekilde analiz edilmekte; bu teknolojilerin sunduğu fırsatlar, taşıdığı riskler ve ortaya çıkardığı etik sorunlar kapsamlı bir perspektifle ortaya konulmaktadır. Bu bağlamda, çalışma özellikle algoritmik yönetim (algorithmic governance) (Katzenbach ve Ulbricht, 2019, ss. 1-2) ve algokrazi (algocracy) (Aneesh, 2009, s. 349) kavramları etrafında şekillenen dijital siyasal pratiklerin, seçim kampanyası yönetimi, kriz iletişimi, seçmen davranışlarının analizi ve teknolojik adaptasyon süreçlerindeki yansımalarını incelemektedir. Araştırma, yapay zekânın siyasal iletişimde veri toplama, analiz etme ve seçmen psikolojisiyle davranışlarını tahmin etme süreçlerinde nasıl kritik bir rol oynadığını saha temelli kartopu yöntemiyle seçilen uzman katılımcıların anket verileri üzerinden değerlendirmektedir. Bu kapsamda, özellikle küçük ölçekli siyasi partilerin rekabet avantajı kazanma stratejileri, veri odaklı iletişim modellerinin seçmen davranışlarına etkisi, yapay zekâ destekli teknolojik araçların demokratik katılıma ve kamuoyunun bilgilendirilmesine potansiyel katkıları ayrıntılı olarak analiz edilmiştir. Çalışmada, yapay zekâ uygulamalarının seçim süreçlerinde yol açtığı algokrazi – yani algoritmaların karar alma ve yönetim süreçlerinde üstlendiği belirleyici rol – (Danaher, 2016, ss. 247- 249) kavramı çerçevesinde, seçim kampanyalarının giderek artan şekilde otomasyon ve veri analitiğiyle şekillendiği tespit edilmiştir. Ayrıca, algoritmik yönetim çerçevesinde, siyasal iletişimde yapay zekâ teknolojilerinin kamuoyu oluşturma, bilgi akışı yönetimi ve kriz iletişim stratejilerinde yarattığı dönüşümün toplumsal, etik ve demokratik boyutları irdelenmiştir.

Araştırmanın kapsamı, güncel siyasal iletişim örnekleri ve teknolojik uygulamalar üzerinden yapay zekânın rolünü hem teorik hem uygulamalı boyutlarıyla derinlemesine ele almakta; kamuoyu yoklamalarında yapay zekâ destekli veri işleme yöntemleri, hedefleme tekniklerindeki dönüşümler ve dijital kampanya stratejilerindeki yenilikler gibi alanları detaylandırmaktadır. Bununla birlikte, çalışmada bu teknolojilerin seçim süreçlerinin şeffaflığı, demokratik meşruiyet ve kamu güveni üzerindeki etkileri kritik bir şekilde değerlendirilmiştir. Bu çerçevede, araştırma yalnızca yapay zekânın siyasal iletişimdeki işlevsel rolüne değil, aynı zamanda bu teknolojilerin demokratik süreçlere yönelik oluşturabileceği risklere, etik sorunlara ve toplumsal etkilerine dair bütüncül ve eleştirel bir perspektif sunmayı hedeflemektedir. Böylece çalışma, yapay zekânın siyasal iletişim pratiği üzerindeki algokrazi etkisini açığa çıkarmayı ve algoritmik yönetimin siyasal karar alma süreçleri üzerindeki dönüştürücü rolüne ışık tutmayı hedefleyerek, literatüre özgün ve güncel bir katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Yapay zekâ ve siyasal iletişim üzerine yapılan literatürdeki çalışmalar, genellikle yapay zekânın seçim kampanyalarında kullanımı, etik kaygılar, seçmen davranışları üzerindeki etkisi ve kriz iletişimindeki rolü gibi konulara odaklanmaktadır. Örneğin, McNair'ın "An Introduction to Political Communication" adlı eseri (2002), siyasal iletişimi küresel bağlamda ele alarak medya ve politika ilişkisine dair teorik bir çerçeve sunmaktadır; Trent ve Friedenberg'in "Political Campaign Communication: Principles and Practices" adlı çalışması (2008) ise özellikle seçim kampanyalarına odaklanarak siyasal iletişimin pratik yönlerini açıklamakta ve ABD'ye dair birçok örnekten yola çıkarak evrensel ilkeler önermektedir. Patten'ın (2015) 'Data-Driven Microtargeting in the 2015 General Election' başlıklı makalesi, veri temelli mikro-hedefleme tekniklerinin siyasal kampanyalarda nasıl kullanıldığını somut örnek üzerinden göstermekte ve modern siyasal iletişimin dijitalleşmeyle nasıl biçim değiştirdiğini ortaya koymaktadır. Galston'un (2017) "Can Democracy Survive the Internet?" adlı yapıtı, dijital teknolojilerin, özellikle internetin demokratik süreçler üzerindeki olumsuz etkilerini normatif bir bakış açısıyla tartışmakta; bireysel özgürlük, hakikat ve kamu yararı gibi kavramların dijital çağda nasıl tehdit altına girdiğini sorgulamaktadır. Bahsi geçen araştırmalardan farklı, bu makale, siyasal iletişim uzmanları ve akademisyenleriyle yapılan anketlere dayalı olarak yapay zekânın siyasal iletişimdeki etik, duygusal ve yerel etkilerini katılımcıların doğrudan görüşleri çerçevesinde incelemektedir. Bu bağlamda, katılımcıların

## Siyasal İletişimde Yapay Zekânın Kullanılma Potansiyeli: Fırsatlar ve Tehditler

deneyim ve algılarına dayalı analiz, literatürdeki önceki çalışmalardan daha uygulamaya dönük bir yaklaşım sunmaktadır.

Ayrıca, önceki çalışmalarda, siyasil iletişim paydaşlarına yönelik anket veya mülakat gibi doğrudan veri toplama yöntemleriyle elde edilen sonuçlar yer almaması bağlamında, çalışmanın özgün değerini ortaya koymaktadır. Çalışma, bu siyasil iletişim ve yapay zekâ yaklaşımının demokratik süreçlere olan teorik etkilerini açıklamayı ve ayrıca söz konusu aktörlerin bu dönüşümü nasıl algıladığını ve bu teknolojilerin stratejilere entegre edilmesi konusunda ne tür zorluklarla karşılaştıklarını ortaya koymayı hedeflemektedir. Bu doğrultuda, yapay zekâ alanında akademik çalışmaları veya mesleki deneyimleri bulunan 12 akademisyen ve bilişim uzmanıyla siyasil iletişim alanında uzmanlık sahibi 11 akademisyen ve uygulayıcıdan oluşan toplam 23 katılımcıyla gerçekleştirilen mülakat ve anketler, çalışmanın veri kaynağını oluşturmuştur. Bu nicel araştırma yöntemi, siyasil iletişim stratejilerinin yapay zekâ teknolojileriyle nasıl optimize edilebileceği konusunda derinlemesine bir içgörü sağlamak ve bu teknolojilerin demokratik süreçler üzerindeki etkilerini daha somut bir biçimde değerlendirmektedir.

Birinci grup olan yapay zekâ alanında akademik çalışmaları veya ilgili alanda deneyimi bulunan akademisyen ve uzmanlar için 31, ikinci siyasil iletişim akademisyen ve uygulayıcıları için 36 soruluk iki farklı anketin ilk 15 sorusu ortak olup ikili nominal ölçeklidir. İlk 15 soru yapay zekânın, seçmen davranışlarını ve manipülasyon ihtimalini, kampanya süreçlerini ve medya etkisini, demokratik süreçleri ve erişilebilirliğiyle gelecekteki etik boyutlarını şekillendirme potansiyelini ölçmek adına oluşturulmuştur. Mevzu bahis sorular; “yapay zekâ teknolojilerinin kampanya süreçlerine tamamen entegre olması sosyal ve politik etkiler yaratır mı?”, “yapay zekâ seçmen eğilimlerini manipüle etme potansiyeline sahip mi ve bu sınırlandırılabilir mi?”, “uzun vadede yapay zekâ siyasil iletişimde insan emeğinin yerini alabilir mi?” şeklinde özetlenebilir. Geriye kalan sorular ise, ilgili grupların meslekî uzmanlık alanlarına ve deneyimlerine bağlı olarak farklı disiplinlere özgü içerik ve perspektifler içermektedir. Bunların ana eksenin anlaşılması bakımından yapay zekâ alanında akademik çalışmaları veya ilgili alanda deneyimi bulunan akademisyen ve uzmanlar için teknik gelişim, uygulama alanları, manipülasyon ve güvenlik riskleri vb. konulardaki “yapay zekâ tabanlı siyasil iletişim araçlarının doğruluk ve tarafsızlık ilkesi nasıl sağlanabilir?”, “yapay zekânın seçim kampanyalarında uygulanması için bütçe açısından erişilebilirliği nasıl artırılabilir?”, “yapay zekânın siyasil iletişimde önümüzdeki beş yıl içinde yaratabileceği en büyük dönüşüm nedir?” benzeri sorular oluştururken, siyasil iletişim akademisyen ve uygulayıcıları için ise yapay zekânın siyasil kampanya süreçlerine ve siyasil reklamcılık bakımından yaratıcılığa etkisi, etik, manipülasyon, siyasil aktörlerin rekabet durumu vb. konulardaki “yapay zekâ seçim kampanyalarının farklı aşamalarında nasıl bir rol oynayarak stratejik avantaj sağlayabilir?”, “küçük bütçeli partiler, büyük bütçeli rakiplerine karşı yapay zekâ destekli araçlarla nasıl rekabet edebilir?”, ve “yapay zekânın siyasil iletişimde yaygınlaşması, seçmen algısını manipüle etme veya adil rekabeti bozma riskleri taşır mı?” gibi sorular örnek olarak gösterilebilir.

Araştırmaya başlamadan önce bu sorulara dair hipotezler aşağıdaki şekilde belirlenmiştir:

H1: Yapay zekânın siyasi iletişime entegrasyonu, kampanyaları optimize etmek ve seçmenlerle etkileşime geçmek için benzeri görülmemiş fırsatlar sunar. Yapay zekânın gelişiminde, diyalog ve proaktif önlemler, potansiyelini siyasi iletişim ve demokratik süreçlerin yararına kullanma potansiyeline sahiptir.

H2: Yapay zekâ yoluyla siyasi kampanyaların çeşitli kaynaklardan büyük miktarlarda bilgi toplamasına ve analiz etmesine olanak tanıyarak gelişmiş veri analitiğini mümkün kılar. Veri Analitiği ve Tahmine Dayalı Modelleme (Data Analytics and Predictive Modeling) sonucunda seçmen davranışını anlamasına ve kampanya çabalarını maksimum etki için optimize etmesine yardımcı olur.

H3: Yapay zekâ destekli algoritmalar, siyasi mesajları bireysel seçmenlerin tercihlerine, demografik özelliklerine ve çevrimiçi davranışlarına göre uyarlanabilir. Bu kişiselleştirilmiş iletişim

yaklaşımı, katılımı artırma ve çeşitli seçmen gruplarında daha etkili bir şekilde yankı bulma potansiyeline sahiptir.

H4: Yapay zekâ, sosyal medya paylaşımları, e-posta kampanyaları ve veri işleme gibi rutin görevleri otomatikleştirerek siyasi ekiplerin strateji ve karar alma süreçlerine odaklanmasına olanak tanır. Rutin görevlerin otomasyonu olması noktasında verimlilik sağlayarak kampanya operasyonlarını önemli ölçüde kolaylaştırır.

H5: Yapay zekânın siyasi iletişimde kullanılması mahremiyet, rıza ve manipülasyon potansiyeli ile ilgili etik soruları gündeme getirir. Kapsamlı kişisel verilerin net yönergeler olmadan toplanması ve analiz edilmesi bireylerin gizlilik haklarını ihlal edebilme potansiyeline sahiptir.

H6: Yapay zekâ sistemleri yalnızca üzerinde eğitim aldıkları veriler kadar tarafsızdır. Siyasi veri kümeleri doğal önyargılar içerdiğinde yapay zekâ algoritmaları bu önyargıları sürdürülebilir ve güçlendirebilir, bu da adil olmayan veya ayrımcı sonuçlara yol açar.

H7: Yapay zekâ, derin sahtekârlıklar (deepfake) oluşturmak, görüntüleri değiştirmek ve yanlış bilgi yaymak için kullanılabilir. Bu, siyasi söylemin özgünlüğüne yönelik ciddi bir tehdit oluşturur ve potansiyel olarak demokratik süreci baltalar.

H8: Yapay zekânın siyasi iletişimdeki potansiyel faydalarından yararlanmak için sağlam düzenleyici ve etik çerçevelerin geliştirilmesi ve uygulanması esastır. Veri toplama, algoritmik şeffaflık ve yapay zekânın sorumlu kullanımına ilişkin net yönergeler oluşturulmalıdır.

## 2. Siyasal Kampanyalarda Yapay Zekânın Kullanımı

Siyasal iletişim, siyaset ve iletişim disiplinlerinin kesişimindeki siyasal aktörler, medya ve kamuoyu arasında mesajların iletimi ve algılanması sürecini kapsayan çok boyutlu güç ve meşruiyet elde etme amaçlı ikna odaklı bir yapıdır (Ceyhan, 2018, ss. 5-6). Bu süreçte siyaset; iktidar, yönetim ve karar alma mekanizmalarıyla ilişkili aktörlerden oluşur ve iletişim de anlam üretimi, bilgi aktarımı ve kamuoyu oluşturma işleviyle siyasal alanın şekillenmesinde kritik rol oynamaktadır. Siyasal iletişim, yalnızca seçim dönemleriyle sınırlı kalmaz; yönetim süreçlerinde şeffaflığı, hesap verebilirliği ve toplumsal katılımı artırmayı hedefleyen sürekli bir faaliyettir. Bu bağlamda propaganda, siyasal reklam, halkla ilişkiler ve kampanya stratejileri gibi bileşenler; hükümetler, siyasi partiler, liderler, medya, seçmenler ve sivil toplum kuruluşları gibi aktörler aracılığıyla yürütülmektedir. (Aziz, 2003, ss. 21-27). Siyasal iletişim süreci, kaynak, mesaj, kanal, hedef kitle ve geri bildirim unsurlarından oluşur; geleneksel medyayla dijital platformlar bu sürecin yürütülmesinde önemli rol oynamaktadır. Nihai hedef, kamuoyunu ikna etmek, yönlendirmek ve siyasal katılımı teşvik ederek belirli ideolojik ya da politik hedeflere ulaşmaktır.

Yapay zekâ, insan zihninin bilişsel süreçlerini taklit eden ya da geliştiren algoritma, yazılım ve sistemler bütünü ifade etmekte olup tarihsel gelişimi felsefi, matematiksel ve teknolojik aşamalardan geçerek bugünkü formuna ulaşmıştır. Tanımları farklı yaklaşımlara dayansa da genel uzlaşa, yapay zekânın belirli görevleri yerine getirebilen ve bilişsel süreçleri uygulayabilen bir sistem bütünü olduğudur (Russell ve Norvig, 2016, s. 2). Turing'in 1950'deki makalesiyle düşünme kapasitesi tartışmaya açılan makineler üzerine Cahit Arf gibi isimler de estetik ve bilinçli karar alma yetisi gerekliliğini vurgulamışlardır. Antik Yunan'dan Descartes, Leibniz ve Babbage'a; McCulloch ve Pitts'in yapay nöron modelinden Turing ve McCarthy'nin öncü çalışmalarına; Samuel'in öğrenen dama programından Weizenbaum'un ELIZA'sına kadar uzanan bu gelişim süreci, yapay zekâyı farklı disiplinlerde uygulanabilir kılmıştır (Say, 2018, s. 16; Green, 2005, ss. 36-38). 1956'daki Dartmouth Konferansı'yla literatüre resmen giren yapay zekâ, 1960'lardan itibaren doğal dil işleme, problem çözme ve bilgi gösterimi gibi alanlara yönelmiş; 1970-1980 arası dönem ise yüksek beklentilerin karşılanamaması ve felsefi eleştiriler nedeniyle "Yapay Zekâ Kışı" olarak anılmıştır (Katz, 2017, s. 2). Buna rağmen, uzman sistemler, sembolik yapay zekâ ve nöral ağ temelli gelişmelerle 1980'lerden itibaren tekrar ivme kazanmış; günümüzde ise derin öğrenme, makine

öğrenimi gibi alt disiplinlerle gelişimi sonucunda iletişim dâhil olmak üzere birçok alanda veri odaklı karar alma süreçlerini dönüştürmüştür. (Sayın ve Ceyhan, 2025, s. 35).

Siyasal iletişim teknolojileri, tarihsel olarak matbaanın icadıyla başlayan “bilgi çoğaltma” sürecinden günümüzün yapay zekâ temelli algoritmik siyasetine doğru çok katmanlı bir dönüşüm geçirmiştir. XVII. yüzyılda gazetenin kurumsallaşmasıyla birlikte halkla siyasal ilişkiler düzenli hâle gelmiştir; buna karşın XIX. sonuyla XX. yüzyıl başlarında ideolojik propaganda araçlarına dönüşen basılı yayınlar medyanın temelini atmıştır. Radyo, özellikle II. Dünya Savaşı döneminde Roosevelt ve Goebbels gibi figürlerle birlikte kitlesel seferberliğin sesi hâline gelmiştir; buna karşılık televizyon, siyasal imaj, performans ve halkla ilişkiler ekseninde profesyonel kampanya stratejilerinin gelişmesine öncülük etmiş, Kennedy-Nixon tartışması gibi görsellik ve retorığe dayalı kırılma anlarını doğurmuştur. Web 1.0 süreci siyasal aktörlerin temel bilgi paylaşımı yaptığı tek yönlü platformlarla şekillenmiştir; oysa Web 2.0 ile etkileşimli sosyal medya ortamları, veri madenciliği ve mikro hedefleme teknikleriyle kişiselleştirilmiş siyasal pazarlamanın kapılarını aralamış; Obama’nın 2008 kampanyası bu dönüşümün sembolü olmuştur. (Sayın, 2024, ss. 23-24). Günümüzde Web 3.0 ve yapay zekâ teknolojileriyle birlikte seçim kampanyaları, seçmen davranışlarını analiz eden algoritmalar, duygusal analiz sistemleri, doğal dil işleme araçları ve semantik veri yapıları üzerinden şekillenen otonom, veri güdümlü yapılara dönüşmüş; Estonya’nın e-seçim sistemleri, Cambridge Analytica gibi vakalar ve chatbot destekli propaganda mekanizmaları, siyasal iletişimin geleceğini yapay zekâyla yeniden tanımlamıştır.

Yapay zekâ, siyasal iletişim süreçlerinde seçmen davranışlarını analiz etme ve tahmin etme, kişiselleştirilmiş iletişim stratejileri geliştirme, duygu analizi yapma, otomatik içerik üretme ve dezenformasyonu tespit etme gibi çeşitli alanlarda etkin bir biçimde kullanılmaktadır. Seçmenlerin demografik, davranışsal ve psikografik verileri; denetimli öğrenme ve derin öğrenme algoritmalarıyla işlenerek kampanya stratejileri belirlenmekte, psikolojik profiller üzerinden seçmen personaları üretilerek mikro hedeflemeyle özelleştirilmiş mesajlar iletilmekte ve sosyal medya etkileşimlerinden elde edilen duygu analizleri sayesinde kamuoyunun politik meselelere yönelik eğilimleri tespit edilmektedir. Ayrıca, chatbotlar seçmenle birebir etkileşim kurarak bilgi paylaşımı sağlamakta ve otomatik içerik üretimi siyasi aktörlerin mesajlarını çok daha hızlı ve kişisel şekilde yaymalarına imkân tanımaktadır. Ancak bu araçlar aynı zamanda yankı odaları ve filtre baloncukları oluşturarak tek taraflı bilgi akışı, manipülasyon ve dezenformasyon risklerini de beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda yapay zekâ, siyasal kampanyalarda hem stratejik avantajlar sunmakta hem de yeni etik ve toplumsal tartışmaları gündeme taşımaktadır.

### 3. Yöntem

#### 3.1. Araştırmanın Modeli

Yapay zekâ teknolojilerinin siyasal iletişim süreçlerindeki etkilerine ilişkin uzman görüşlerini nicel veriler aracılığıyla analiz etmeyi amaçlayan bu çalışmada, araştırmanın çalışma grubu, konunun doğası gereği uzmanlık bilgisi gerektiren bir alanla sınırlı kalması nedeniyle katılımcıların belirlenmesinde kartopu yöntemi tercih edilmiş; veri toplama aracı olarak ise anket tekniği kullanılmıştır. Kartopu yöntemi, özellikle ulaşılması güç ve az sayıdaki uzman gruplara erişimi kolaylaştırması nedeniyle tercih edilen bir tekniktir (Patton, 2002, s. 243). Bu yöntemde ilk aşamada, yapay zekâ ve siyasal iletişim alanlarında akademik ya da pratik deneyime sahip olan anahtar katılımcılar belirlenmiş; bu kişilerden alınan öneriler doğrultusunda yeni katılımcılara ulaşılmış ve bu zincirleme süreç sonunda çalışma grubu tamamlanmıştır. Katılımcıların tamamı, ilgili alanlarda uzmanlığı akademik yayın, uygulama deneyimi veya sektörel faaliyetlerle belgelendirilebilen kişilerden oluşmaktadır. Bu yöntem sayesinde, sınırlı bir uzman grubuna doğrudan erişim sağlanarak, araştırma kapsamında değerlendirilecek anlamlı ve güvenilir veri seti oluşturulmuştur. Ancak kartopu tekniğinin doğası gereği, katılımcıların tesadüfi olmayan biçimde seçilmiş olması, temsil gücünün sınırlı olmasına ve dolayısıyla elde edilen bulguların genellenebilirliğinin noksanlığına yol açmaktadır. Ayrıca araştırma 23 katılımcı ile sınırlandırılmış olması nedeniyle de

çalışmadan elde edilen sonuçların genellenmesi mümkün değildir. Bu durum, özellikle yüzdelerle ifade edilen nicel verilerin yorumlanmasında dikkatli olunması gerektiğini göstermektedir. Anket formunda yer alan sorular, uzman görüşlerini nicel olarak ifade etmeye yönelik olarak hazırlanmış ve betimsel istatistiklerle analiz edilmiştir. Ancak çalışmada hipotez testi yapılmamış, bu nedenle elde edilen bulgular, istatistiksel anlamlılık düzeylerinden ziyade eğilimlerin ve genel görüşlerin ortaya konulmasına yöneliktir. Ayrıca katılımcıların görüşleri arasında ortaya çıkan belirli farklılıkların ardındaki nedenler nicel bir yaklaşımla derinlemesine analiz edilmemiştir; bu da çalışmanın bir diğer sınırlılığı olarak değerlendirilebilir. Sonuç olarak, bu çalışma; sınırlı, ancak nitelikli bir uzman grubunun görüşlerini nicel verilerle ortaya koymayı amaçlamış ve seçilen yöntem, bu amaca hizmet edecek şekilde kurgulanmış olsa da genellenebilirlik ve katılımcı yanlılığı gibi olası sınırlılıkları da beraberinde getirmiştir.

### 3.2. Çalışma Grubu

Bu araştırmanın çalışma grubu, yapay zekâ ve siyasal iletişim alanlarında akademik yayın ve projelerde yer almış ya da sektörel uygulamalarda deneyim kazanmış uzman kişilerden oluşmaktadır. Katılımcılar, bilgisayar ve yazılım mühendislikleri bölümü akademisyenleri, siyasal bilimler ve iletişim bölümleri akademisyenleriyle bilişim uzmanları ve reklam/iletişim ajanslarında çalışan profesyoneller gibi farklı akademik ve sektörel alanlarda uzmanlaşmış bireylerden seçilmiştir. Katılımcıların uzmanlık durumu, öz geçmişleri, akademik yayınları ve mesleki deneyimleri araştırmacı tarafından değerlendirilerek belirlenmiştir. Çalışma grubu; yapay zekâ alanında akademik veya uygulamalı deneyime sahip 5 lisans ve 2 yüksek lisans düzeyinde akademisyen, 3 veri bilimcisi, 3 yazılım uzmanı, 1 hukukçu, 2 siyasal bilimler ve iletişim akademisyeni ve 5 siyasal iletişim uygulayıcısı olmak üzere toplam 23 katılımcıdan oluşmaktadır. Katılımcıların 12'si kadın, 11'i erkektir; bu dağılım, çalışma grubunun heterojen yapısını ve araştırmanın çok disiplinli doğasını yansıtacak şekilde sağlanmıştır.

Çalışma grubunun seçilmesinde kullanılan kartopu yöntemi, araştırmacının başlangıçta belirlediği birkaç katılımcının, kendi sosyal çevrelerinden, alanla ilgili uzmanlıkları olan diğer katılımcıları önererek çalışma grubunun genişletmesine dayalıdır. Bu yöntem, belirli bir alanda uzman kişilere ulaşmayı kolaylaştırır ve katılımcı çeşitliliği sağlamaya da olanak tanır. Katılımcıların, yapay zekâ ve siyasal iletişim konularındaki teorik bilgi ve uygulamalı deneyimleri göz önünde bulundurularak seçilmesi, çalışmanın derinlemesine analizler yapabilmesine katkı sağlamaktadır.

Araştırma verilerinin kısa sürede toplanabilmesi, maliyetlerin düşük olması ve analiz sürecinin hızlanması gibi nedenlerle veri toplama aracı olarak çevrimiçi anket tekniği tercih edilmiştir. Anket formu, araştırmanın amaç ve sorularına uygun olarak araştırmacı tarafından geliştirilmiş demografik ve mesleki bilgiler, Likert tipi ölçek soruları ve açık uçlu sorular şeklinde üç ana bölümden oluşmaktadır. Demografik bölümde katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, mesleki alan ve deneyim süresi gibi bilgiler toplanmıştır. Likert tipi ölçekler, katılımcıların yapay zekâ ve siyasal iletişim alanındaki görüş ve tutumlarını 5 dereceli bir ölçekte (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum) değerlendirmek amacıyla tasarlanmış ve hem teorik bilgi hem de uygulama deneyimlerini ölçmeyi hedeflemiştir. Açık uçlu sorular ise katılımcıların kendi deneyimlerini ve yorumlarını ayrıntılı olarak ifade edebilmelerine olanak sağlamıştır. Anket tasarımında literatürdeki benzer çalışmalardan yararlanılmış, soruların açık, yönlendirici olmayan ve ölçmek istenen yapıya uygun olması sağlanmıştır. Araştırmanın güvenilirlik ve geçerlik değerlendirmesi için anket ön testten geçirilmiş, alan uzmanlarının görüşleri alınmış ve gerekli düzenlemeler yapılmıştır; böylece hem iç tutarlılık sağlanmış hem de ölçme aracının geçerliği artırılmıştır. Anketin çevrimiçi uygulanması, katılımcıların rahat ve zaman kaybı yaşamadan yanıt vermelerine olanak tanımış, farklı coğrafi bölgelerden uzman görüşlerinin toplanmasını mümkün kılmıştır. Katılımcılara gerekli açıklamalar ve talimatlar form içerisinde sunulmuş, gerektiğinde e-

## Siyasal İletişimde Yapay Zekânın Kullanılma Potansiyeli: Fırsatlar ve Tehditler

posta ve sosyal medya aracılığıyla destek sağlanmıştır. Bu süreç, araştırmanın amacına uygun, güvenilir ve çok disiplinli bakış açılarıyla zenginleştirilmiş veri seti elde edilmesine imkân tanımıştır.

### 3.3. Veri Toplama Araç ve Süreci

Çalışma kapsamında, yapay zekânın siyasal iletişimdeki rolünü anlamaya yönelik ilk 15'i kısa ve devamındaki yapay zekâ alanındaki katılımcılar için 16 ve siyasal iletişim alanındaki katılımcılar için 21'i uzun yanıtı olan yazar tarafından geliştirilmiş anketle gerçekleştirilmiştir. Anket sürecinde yukarıda bahsedilen farklı meslek gruplarından (siyasal iletişim uzmanları, yapay zekâ geliştiricileri ve siyasal kampanya yöneticileri) ve akademik geçmişe sahip katılımcılardan veri toplanmıştır. Toplanan veriler sistematik bir şekilde analiz edilmiştir; bulguların daha anlaşılır hâle getirilmesi için çeşitli tablolar oluşturulmuştur. Anket verileri yüzdeler ve ortalamalarla özetlenmiş, görüşmelerden elde edilen nicel veriler ise tematik analiz yöntemiyle kategorize edilerek tablo hâlinde sunulmuştur. Katılımcıların yapay zekâyâ dair olumlu ve olumsuz görüşleri, karşılaştırmalı tablolar aracılığıyla değerlendirilmiş ve öne çıkan eğilimler belirlenmiştir.

### 4. Bulgu ve Yorumlar

Bu başlık altında çalışmada elde edilen verilerin analizi sonucu ulaşılan bulgular ve bu bulgulara ilişkin yorumlar yer almaktadır.

#### 4.1. Demografik Özelliklere Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler

Tablo 1, araştırmaya katılan bireylerin cinsiyet ve eğitim düzeyine göre dağılımını göstermektedir. Bu tablo, araştırmanın temel demografik profilini ortaya koymak ve katılımcıların temsiliyetini değerlendirmek amacıyla hazırlanmıştır. Böylece, çalışmanın bulgularının hangi toplumsal ve akademik gruplar üzerinden elde edildiği net bir şekilde görülebilmektedir.

Cinsiyet	Eğitim	Frekans	Yüzde
Erkek	Lisans	5	21,7
	Yüksek Lisans	4	17,4
	Doktora	2	8,7
<b>Toplam Erkek</b>		<b>11</b>	<b>47,8</b>
Kadın	Lisans	6	26,1
	Yüksek Lisans	4	17,4
	Doktora	2	8,7
<b>Toplam Kadın</b>		<b>12</b>	<b>52,2</b>
<b>Toplam</b>		<b>23</b>	<b>100,0</b>

#### 4.2. Yapay Zekâ ve Siyasal İletişim: Dönüşüm, Etik ve Gelecek

Söz konusu ilk 15 soru, yapay zekânın siyasal iletişimde seçmen ilişkilerini nasıl yeniden tanımlayabileceğinden etik kullanıma, medya bağımsızlığından demokratik süreçlere etkisine kadar geniş bir çerçevede ele alınmış olup hem yapay zekâ akademisyenleri ve uzmanlarına hem de siyasal iletişim akademisyenleri ve uzmanlarına yöneltilmiştir.

Tablo 2, araştırmanın "Dijital çağda yapay zekâ teknolojilerinin siyasal iletişim süreçlerini hangi alanlarda nasıl etkilediği" sorusuna yanıt aramaktadır. Bu tablo kapsamında, katılımcıların yapay zekânın siyasal iletişim üzerindeki etkilerine dair algıları, beş ana başlık altında toplanan ilgili

sorular aracılığıyla niceliksel olarak ölçülmüştür. Tablonun ilk bölümünde “Yapay Zekâ ve Siyasal İletişimin Geleceği” başlığı altında, yapay zekânın siyasal iletişimde seçmen ilişkilerini yeniden tanımlama ve siyaseti erişilebilir kılmaya potansiyeliyle insan emeğinin yerini alması gibi geleceğe yönelik değerlendirmelere yer verilmiştir. İkinci bölüm; “Kampanya Yönetimi, Seçmen Analitiği ve Küçük Partiler” başlığıyla yapay zekâ teknolojilerinin kampanya süreçlerine entegrasyonu, seçmen analizlerinin karar süreçlerine etkisi ve küçük partilerin şansını artırma potansiyeli incelenmiştir. Üçüncü bölüm; “Medya, Bilgi Ekosistemi ve Dijital Güven” alanında, yapay zekâ teknolojilerinin medya bağımsızlığı, demokratik süreçlerin şeffaflığı ve seçmen güveni üzerindeki etkileri sorgulanmıştır. Dördüncü bölüm; “Etik, Manipülasyon ve Dezenformasyon” temasıyla yapay zekâ tabanlı iletişim stratejilerinin geleneksel yöntemlere etkisi, manipülasyon potansiyelinin sınırlandırılabilirliği ve etik kullanım olasılığı değerlendirilmiştir. Son olarak beşinci bölüm ise “Teknoloji Kullanımı, Bağımlılık ve Kültürel Farklılıklar” çerçevesinde yapay zekâ teknolojilerinin seçmenlerin teknoloji bağımlılığı üzerindeki etkisi, kültürel farklılıklar ve geçmiş seçim süreçlerindeki gözlemler sorgulanmıştır.

Bu tabloda yer alan sorular ve verilen yanıtlar, araştırmanın “Yapay zekâ teknolojilerinin siyasal iletişimdeki dönüşüm alanları nelerdir ve bu dönüşümler farklı boyutlarda nasıl algılanmaktadır?” sorusunu yanıtlamak üzere tasarlanmıştır. Böylece, katılımcıların bu konudaki farkındalıkları ve görüşleri üzerinden teknolojinin siyasal iletişim üzerindeki çok boyutlu etkileri daha iyi anlaşılabilir.

**Tablo 2: Dijital Çağda Siyasal İletişimin Dönüşüm Alanları**

Başlık	Soru	Evet	Hayır	Evet(%)	Hayır(%)
1. Yapay Zekâ ve Siyasal İletişimin Geleceği	Yapay zekâ, siyasal iletişimde seçmenle ilişkileri yeniden tanımlayabilir mi?	17	5	77,3%	22,7%
	Yapay zekâ, siyaseti daha erişilebilir hâle getirebilir mi?	16	7	69,6%	30,4%
	Uzun vadede yapay zekâ, siyasal iletişimde insan emeğinin yerini alabilir mi?	14	9	60,9%	39,1%
2. Kampanya Yönetimi, Seçmen Analitiği ve Küçük Partiler	Yapay zekâ teknolojilerinin kampanya süreçlerine tamamen entegre olması sosyal etkiler yaratır mı?	17	6	73,9%	26,1%
	Yapay zekâyla elde edilen seçmen analizleri insan kararlarını etkiler mi?	19	4	82,6%	17,4%
	Yapay zekâ araçlarının yaygınlaşması küçük siyasi partilerin şansını artırabilir mi?	15	8	65,2%	34,8%
3. Medya, Bilgi Ekosistemi ve Dijital Güven	Yapay zekâ teknolojileri medya bağımsızlığını etkiler mi?	12	11	52,2%	47,8%
	Yapay zekâ demokratik süreçleri daha şeffaf hâle getirebilir mi?	13	10	56,5%	43,5%

## Siyasal İletişimde Yapay Zekânın Kullanılma Potansiyeli: Fırsatlar ve Tehditler

<b>4. Etik, Manipülasyon ve Dezenformasyon</b>	Seçmenlerin yapay zekâyâ dayalı siyasal mesajlara güveni artar mı?	10	13	43,5%	56,5%
	Yapay zekâ tabanlı iletişim stratejileri geleneksel yöntemleri tamamen ortadan kaldırılabılır mı?	5	18	21,7%	78,3%
	Yapay zekânın seçmen eğilimlerini manipüle etme potansiyeli sınırlandırılabilir mi?	17	6	73,9%	26,1%
	Siyasal iletişimde yapay zekâ teknolojileri etik bir çerçevede kullanılabilir mi?	14	9	60,9%	39,1%
<b>5. Teknoloji Kullanımı, Bağımlılık ve Kültürel Farklılıklar</b>	Yapay zekâ teknolojilerinin yaygınlaşması seçmenlerin teknolojiye bağımlılığını artırabilir mi?	17	6	73,9%	26,1%
	Türkiye'deki yapay zekâ etkisi, teknolojiye daha bağımlı ülkelerden farklılaşabilir mi?	10	13	43,5%	56,5%
	Geçmişte bir seçim sürecinde yapay zekâ tabanlı teknolojiler belirgin bir fark yarattığına tanıklık ettiniz mi?	11	12	47,8%	52,2%

Veri setine ilişkin bulgular, yapay zekânın siyasal iletişimde oynayabileceği rol ve bu teknolojinin farklı alanlardaki etkilerine dair katılımcıların algılarının çeşitliliğini ortaya koymaktadır. Siyasal iletişimde yapay zekânın seçmenle ilişkileri yeniden tanımlama potansiyeline ilişkin %77,3 gibi yüksek bir 'evet' oranı gözlemlenmiştir; siyaseti daha erişilebilir hâle getirebileceği fikri ise %69,6 oranında destek almıştır. Bununla birlikte, uzun vadede yapay zekânın insan emeğinin yerini alabileceği iddiasına yönelik katılımcıların %60,9'u olumlu yaklaşıma sahip olarak nispeten daha temkinli bir değerlendirmeyi yansıtmaktadır. Kampanya yönetimi ve seçmen analitiği bağlamında katılımcılar, yapay zekânın kampanya süreçlerine entegrasyonunun sosyal etkiler yaratacağına dair %73,9 oranındaki olumlu yanıt vererek teknolojinin siyasi süreçlerde dönüşüm yaratabileceği düşüncesine sahiptir. Yapay zekâyâ elde edilen seçmen analizlerinin insan kararlarını etkileyeceği görüşü %82,6 oranında desteklenmiştir; küçük siyasi partilerin şansını artırabileceği iddiası ise %65,2 gibi bir orana ulaşmıştır. Bu bulgular, yapay zekânın kampanya stratejilerinde ve partiler arası rekabette önemli bir araç olarak değerlendirilebileceğini ortaya koymaktadır. Medya, bilgi ekosistemi ve dijital güven konularında ise katılımcıların görüşleri çeşitlilik arz etmektedir. Yapay zekânın medya bağımsızlığı üzerindeki etkisine ilişkin görüşler neredeyse eşit oranda (%52,2'yle 'evet' ve %47,8'le 'hayır') dağılmıştır; demokratik süreçlerin şeffaflaşması yönündeki görüş ise %56,5 oranıyla daha fazla destek görmüştür. Buna karşın, yapay zekâyâ dayalı siyasal mesajlara duyulan güvenin artması yönündeki beklenti %43,5 oranıyla daha düşük kalmış olup bu durum teknolojinin iletişim ortamındaki rolüne yönelik belirli bir şüpheciliği yansıtmaktadır. Etik, manipülasyon ve dezenformasyon alanında, yapay zekâ destekli iletişim stratejilerinin geleneksel yöntemleri tamamen ortadan kaldıramayacağı yönündeki görüş, %78,3 oranıyla kabul görmüş; seçmen eğilimlerinin yapay zekâ aracılığıyla manipüle edilme potansiyelinin sınırlandırılabilirliği görüşü ise %73,9 oranında kabul görmüştür. Ayrıca, siyasal iletişimde yapay zekânın etik çerçevede kullanılabilirliği düşüncesi %60,9 oranında desteklenerek etik sorunlara ilişkin endişelere rağmen

düzenleyici çerçevelerin oluşturulabileceği beklentisini göstermektedir. Teknoloji kullanımı, bağımlılık ve kültürel farklılıklar açısından değerlendirildiğinde ise, yapay zekâ teknolojilerinin yaygınlaşmasının seçmenlerin teknolojiye bağımlılığını artırabileceği endişesi %73,9 oranında ifade edilmiştir. Türkiye'ye özgü etki açısından ise katılımcılar arasında net bir görüş birliği sağlanamamış; %43,5 "evet" oranıyla teknolojinin etkisinin diğer ülkelere göre farklılaşabileceği iddiası, %56,5 "hayır" oranıyla çelişki yaratmıştır. Benzer bir şekilde, geçmiş seçim süreçlerine ilişkin deneyimlerde de %47,8 "evet" ve %52,2 "hayır" oranlarıyla aynı türden bir belirsizlik ortaya çıkmıştır ve yapay zekâ teknolojilerin konu bağlamında belirgin fark yaratıp yaratmadığı konusundaki görüşler neredeyse eşit oranda dağılmıştır.

Sonuç olarak, veriler, yapay zekânın siyasal iletişim ve kampanya yönetimi gibi alanlarda önemli potansiyel sunmaktadır; bununla birlikte aynı zamanda etik, medya güveni ve teknoloji bağımlılığı gibi konularda dikkatli değerlendirmeler yapılması gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu karmaşık algı yapısı, yapay zekânın siyasal süreçlere entegrasyonunun çok boyutlu etkilerini kapsamlı bir şekilde ele almayı gerektirmektedir. Analiz sonuçları, yapay zekânın siyasal iletişimdeki kullanımının hem sunduğu yenilikçi fırsatları hem de beraberinde getirdiği zorlukları ortaya koymaktadır. Seçim kampanyaları, kamuoyu yoklamaları, veri analitiği ve siyasal reklam stratejilerinde yapay zekânın entegrasyonu, iletişim süreçlerinin hızlanması, hedef kitleye yönelik stratejilerin etkinleştirilmesi ve veri odaklı karar alma mekanizmalarının gelişmesi gibi önemli faydalar sağlamaktadır. Ancak, bu teknolojinin kullanımıyla birlikte etik, şeffaflık ve güvenilirlik konularında da belirgin sorunlar ortaya çıkmakta, özellikle manipülasyon riski ve demokratik süreçlerin sarsılabilme potansiyeli gibi endişeleri ortaya çıkarmaktadır. Sonuç olarak, yapay zekânın siyasal iletişime entegrasyonunun stratejik planlamanın yanı sıra, etik ve yasal düzenlemelerin geliştirilmesi gerekliliğini vurgulamakta; teknolojinin demokratik sistemlere adaptasyonunun dikkatlice ele alınması gerektiğini göstermektedir.

Aşağıdaki 5.1'den 5.4'e kadar olan başlıklar yapay zekâ akademisyen ve uzmanlarının yanıtlarına göre gruplandırılmıştır.

### 5.1. Yapay Zekâ Teknoloji ve Uygulamaları

"Yapay zekâ teknolojilerinin siyasal iletişimde hangi alt alanlarda geliştirilmesi gerektiği, mevcut kullanım deneyimleri ve geleceğe yönelik ihtiyaçlar nelerdir?" sorusuna yanıt olarak oluşturulan Tablo 3, bu bağlamda "katılımcıların yapay zekâyla ilgili deneyimleri, başarı örnekleri ve beklentileri" şeklinde üç ana tema altında toplanmıştır.

İlk olarak, "Siyasal İletişimde Geliştirilmesi Gereken Yapay Zekâ Alt Alanları" başlıklı kısımda, doğal dil işleme (NLP), görüntü tanıma ve makine öğrenmesi gibi teknik alanlara verilen öncelikler frekanslar ve yüzdelerle ortaya konmuştur. Bu sayede katılımcıların, yapay zekânın hangi teknik yönlerinin siyasal iletişimde öncelikli olarak geliştirilmesi gerektiğine dair alguları ölçülmüştür. İkinci tema, "Siyasal Kampanyalarda Yapay Zekâ Kullanımına Dair Deneyim ve Başarı Örnekleri" kapsamında, kişiselleştirilmiş içerik üretimi ve uygulama aşamasındaki projelerle ilgili somut deneyimler paylaşılmıştır. Bu bölüm, yapay zekânın sahadaki uygulama boyutunu ve başarı durumlarını anlamaya yönelik veriler sunmaktadır. Son tema ise "Siyasal İletişimde Yapay Zekâyı Dayalı Yeni Araçlara Yönelik İhtiyaçlar" başlığı altında, *veri izleme, manipülasyonların tespiti, chatbotlar ve ileri projeksiyon teknikleri* gibi yenilikçi araçlara olan talep değerlendirilmiştir. Bu tema, gelecekteki teknolojik gelişmelerin hangi yönlerine yoğunlaşması gerektiği konusunda fikir vermektedir.

Bu şekilde, Tablo 3 aracılığıyla araştırmanın "Siyasal iletişim alanında yapay zekâ teknolojilerinin teknik gelişim alanları, mevcut uygulama deneyimleri ve geleceğe yönelik ihtiyaçları nelerdir?" soruları yanıtlanmaya çalışılmıştır. Böylece, katılımcıların teknolojiye ilişkin hem teorik hem de pratik bakış açıları bütüncül biçimde ortaya konmuştur.

**Tablo 3: Yapay Zekâ ve Siyasal İletişim: Deneyimler ve Beklentiler**

Tema	Kod	Frekans (f)	Yüzde (%)
<b>Siyasal İletişimde Geliştirilmesi Gereken Yapay Zekâ Alt Alanları</b>	Doğal Dil İşleme (NLP)	7	58,3
	Görüntü Tanıma / Görsel Alanlar	3	25,0
	Makine Öğrenmesi	1	8,3
	Chatbotlar / Büyük Veri Analitiği	1	8,3
<b>Siyasal Kampanyalarda Yapay Zekâ Kullanımına Dair Deneyim ve Başarı Örnekleri</b>	Kişiselleştirilmiş İçerik	8	66,7
	C. Ö.'in Seçim Yayını	3	25,0
	Proje Test Aşamasında	1	8,3
<b>Siyasal İletişimde Yapay Zekâya Dayalı Yeni Araçlara Yönelik İhtiyaçlar</b>	Veri İzleme Araçları	6	50,0
	Manipülasyonları Hızla Geliştirecek Araçlar	2	16,7
	Chatbotlar ile Fikir ve Görüş Analizi	1	8,3
	Veri ile İleri Projeksiyon Teknikleri	1	8,3
	Ulaşılabilirlik Artırılması	1	8,3
	Somut Veriler ve Görseller Üretme	1	8,3

Anket verileri, yapay zekânın siyasal iletişimdeki kullanım alanlarını ve etkilerini çok boyutlu şekilde ortaya koymaktadır. Katılımcıların %58,3'lük bir kısmı, özellikle doğal dil işleme (NLP) teknolojilerinin geliştirilmesi gerektiğini belirtmiş, bunu %25 oranıyla görüntü tanıma teknolojileri izlemiştir. Bu bulgular, *seçmen duygu analizi*, *bölgesel yönelim analizleri* ve *büyük veri analitiği* gibi tekniklerin seçim süreçlerinde etkinlik sağlayabileceği görüşünü desteklemektedir. Doğal dil işleme teknolojisinin, kişiselleştirilmiş mesajlar üretme potansiyeli taşıdığı ve görüntü tanımanın manipülasyonları önlemede işlevsel olabileceği ifade edilmiştir. Ayrıca, yapay zekânın propaganda ve dezenformasyon amacıyla da kullanılabilirliği yönündeki endişeler, etik sınırların açık şekilde belirlenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Siyasal kampanyalarda yapay zekâ kullanımına dair doğrudan deneyimi olmayan katılımcıların oranı yüksek olmakla birlikte, katılımcıların %66,7'si kişiselleştirilmiş içerik üretiminin başarılı sonuçlar doğurduğunu aktarmıştır.

Diğer yandan katılımcılar, siyasal iletişimde yapay zekânın daha etkin kullanılabilmesi için %50 oranında veri izleme araçlarına duyulan ihtiyacı vurgulamıştır. Ayrıca, chatbot tabanlı bireysel analiz sistemleri, fikir ve görüş analizine olanak tanıyacak yapay zekâ destekli platformlarla somut veriler ve görseller üreten sistemlerin geliştirilmesi gerektiği ifade edilmiştir. Bununla birlikte, yapay zekânın konuşma hazırlama, siyasal vaatleri somut verilerle destekleme gibi alanlarda da kullanılabilirliği yönünde görüş birliği oluşmuştur. Ancak manipülatif kullanımlara karşı etik denetim mekanizmalarının oluşturulması ve seçmen verilerinin güvenliğinin sağlanması, katılımcılar tarafından kritik bir gereklilik olarak değerlendirilmiştir. Sonuç olarak; bulgular, yapay

zekânın siyasal iletişimde giderek artan bir öneme sahip olduğunu, fakat bu teknolojilerin güvenilir, şeffaf ve etik temellere dayalı şekilde kullanılmasının elzem olduğunu göstermektedir.

## 5.2. Veri Analizi ve Seçmen Eğilimleri

Tablo 4, yapay zekâ temelli araçların siyasal iletişimdeki işlevselliği, kullanılan veri türleri ve bu teknolojilerin güvenilirliği konusundaki katılımcı görüşlerini yansıtmaktadır. Burada, gerçek zamanlı veri analiz kapasitelerinin genel olarak başarılı bulunduğu; ancak hâlâ geliştirilmesi gereken alanların olduğu görülmektedir. Ayrıca, siyasal kampanyalarda hangi veri türlerinin (demografik, davranışsal vb.) daha etkili kullanıldığına dair algılar tabloda açıkça belirtilmiştir. Seçmen eğilimlerinin tahmininde yapay zekânın insan analizlerine kıyasla ne ölçüde üstünlük sağladığı da katılımcılar tarafından değerlendirilmiştir. Bu konuda genel olarak pozitif bir görüş hâkimdir. Tablonun bir diğer önemli kısmı, yapay zekâyla oluşturulan içeriklerin doğruluğunu sağlamak üzere kullanılan teknolojik araçlar üzerine odaklanmaktadır. Katılımcılar, bu süreçte yapay zekâ tabanlı denetim sistemlerinin yanı sıra insan denetiminin de kritik bir rol oynadığını vurgulamıştır. Bu bağlamda, Tablo 4, “Yapay zekâ araçlarının siyasal iletişimde ne kadar etkili olduğu, hangi veri ve analiz yöntemlerinin tercih edildiği ve bu araçların güvenilirliğine dair algıların nasıl şekillendiği” sorularına ışık tutmaktadır.

**Tablo 4: Siyasal İletişimde Yapay Zekâ Araçlarının Etkililiği, Veri Analitiği ve Güvenilirlik Algısı**

Tema	Kod	Frekans (f)	Yüzde (%)
<b>Yapay Zekâ Tabanlı Araçların Gerçek Zamanlı Veri Analizi Kapasitesi</b>	Başarılı	10	83,3
	Geliştirilebilir	1	8,3
	Güvenilir değil	1	8,3
<b>Siyasal Kampanyalarda En Etkili Veri Türleri ve Analitik Yöntemler</b>	Demografik	4	33,3
	Davranışsal	3	25,0
	Kombine veriler	3	25,0
	Ekonomik ve dinsel	1	8,3
	Sosyolojik	1	8,3
<b>Seçmen Eğilimlerini Tahmin Etmede Yapay Zekânın İnsan Analizlerine Karşı Üstünlüğü</b>	Yüksek derece	7	63,6
	Şu an çok yüksek değil	2	18,2
	Veri tabanına bağlı	1	9,1
	Kişi bazlı sapmalar olabilir ama geneli temsil eder	1	9,1
<b>Yapay Zekâyla Üretilen İçeriklerin Doğruluğunu Sağlamada Kullanılan Teknolojiler</b>	Yapay zekâ tabanlı denetim	4	33,3
	Deepfake tespit teknolojileri	2	16,7
	İnsan denetimiyle desteklenmeli	2	16,7
	Renk/piksel analizi yapan uygulamalar	1	8,3

## Siyasal İletişimde Yapay Zekânın Kullanılma Potansiyeli: Fırsatlar ve Tehditler

	Görsel doğrulama teknolojileri	1	8,3
	Semi-supervised modeller	1	8,3
	Gerçeklik doğrulama sistemleri	1	8,3

Yukarıdaki tablonun bulguları, yapay zekâ tabanlı araçların siyasal iletişim süreçlerinde giderek daha güvenilir ve işlevsel hâle geldiğini ortaya koymaktadır. Katılımcıların %83,3'lük bir kısmı, yapay zekâ temelli sistemlerin gerçek zamanlı veri analizinde başarılı olduğunu belirtmiş; yalnızca %8,3'lük bir dilimi bu sistemlerin geliştirilmesi gerektiğini, aynı oranda katılımcı ise bu araçların güvenilir olmadığını ifade etmiştir. Bu oranlar, siyasal kampanyalarda yapay zekânın yüksek ölçüde kabul gördüğünü göstermektedir. En etkili veri türleri ve analitik yöntemlere dair değerlendirmelerde ise %33,3'lük oranla demografik veriler öne çıkmıştır; buna karşılık davranışsal ve kombine veri analizleri, her biri %25 oranında tercih edilmiştir. Bu durum, seçmen eğilimlerini anlamada çok katmanlı veri analizlerinin önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir. Katılımcıların %63,6'luk bir kısmı, yapay zekânın seçmen eğilimlerini tahmin etmede insan analizlerine kıyasla üstün olduğunu belirtmiş; buna karşın %18,2'lik bir kısmı, mevcut durumda bu üstünlüğün çok yüksek olmadığını, geri kalan katılımcılar ise bu üstünlüğün veri tabanına bağlı olarak değişebileceğini veya bireysel sapmalara rağmen genel eğilimleri temsil edebileceğini belirtmiştir. Bu veriler, yapay zekânın seçim stratejilerinde öngörü gücünün fark edildiğini, ancak hâlâ insan sezgisi ve denetimiyle desteklenmesi gerektiğine işaret etmektedir.

Yapay zekâyla üretilen içeriklerin doğruluğunu sağlamada kullanılan yöntemler arasında yapay zekâ tabanlı denetim sistemleri, %33,3'le en çok tercih edilen yöntem olarak öne çıkmıştır. Bunun yanı sıra deepfake tespit teknolojileri ve insan denetimi her biri %16,7 oranında belirtilmiş; ayrıca renk/piksel analizi, görsel doğrulama teknolojileri, semi-supervised modeller ve gerçeklik doğrulama sistemleri de düşük oranlarla da olsa önemsenmiştir. Bu çeşitlilik, katılımcıların yapay zekânın yaratıcı çıktılarında doğruluk ve etik sorumluluk kaygılarını taşıdıklarını göstermektedir. Sonuç olarak; yapay zekâ, siyasal iletişimde güçlü bir araç olarak konumlanmakta; ancak doğruluk, denetim ve güvenilirlik mekanizmalarının çok katmanlı şekilde inşa edilmesi gerekliliği açıkça ortaya çıkmaktadır.

### 5.3. Etik, Manipülasyon ve Güvenlik Riski

Yapay zekâ destekli siyasal kampanyaların yaratabileceği riskler ve etik sorunlar konusunda katılımcıların algılarını detaylandırmak amacıyla hazırlanan Tablo 5, beş ana konuya odaklanarak katılımcıların görüşlerini frekans ve yüzde dağılımlarıyla ortaya koymaktadır. İlk tema, "Yanlış Bilgilendirme Riskleri" üzerine yoğunlaşmakta; katılımcıların büyük çoğunluğu, bu riskin çok yüksek olduğunu belirtmiş ve sahte içerik üretiminin önemli bir tehdit oluşturduğunu vurgulamıştır. İkinci tema, "Seçim Sonuçlarını Manipüle Etme Potansiyelinin Önlenmesi" üzerine olup, katılımcılar güvenlik önlemlerinin, yasal düzenlemelerin ve insan faktörünün sürece dâhil edilmesinin gerekliliğine işaret etmektedir. Ayrıca blok zincir teknolojisi ve yanlış bilgileri tespit eden araçların geliştirilmesi önerilmiştir. Üçüncü tema, "Tıklama Tuzağı ve Diğer Manipülatif Taktiklerin Önlenmesi" alanında, bu tür manipülasyonların mümkün olduğuna dair görüşler ağırlıkta olmakla birlikte, üstesinden gelinebileceği ve teknik önlemlerle engellenebileceği belirtilmiştir. Dördüncü tema, "Tarafsızlık İlkesi ve Yapay Zekâ Araçlarının Tehditleri" kapsamında, yapay zekâ sistemlerinde tarafsızlık sorunlarının varlığına dair katılımcılar çeşitli düzeylerde farkındalık göstermiştir. Bu noktada kullanıcı bilinçlendirmesinin önemine de vurgu yapılmıştır. Son tema ise, "Etik ve Şeffaflık Sağlama Yöntemleri ile Seçmen Verilerinin Korunması" üzerine yoğunlaşmakta; etik çerçeve belirleme, yasal kısıtlamalar, güvenlik sistemleri ve KVKK uyumu gibi veri koruma protokollerinin önemi katılımcılar tarafından benimsenmiştir.

Bu kapsamda Tablo 5, "Yapay zekâ destekli siyasal kampanyalarda ortaya çıkabilecek riskler nelerdir, bu risklerin önlenmesi için hangi etik ve teknik önlemler gereklidir?" sorularını yanıtlamak üzere hazırlanmış ve katılımcıların farkındalık düzeyleri ile önerileri sistematik biçimde sunulmuştur.

Tablo 5: Siyasal Kampanyalarda Yapay Zekâ Kullanımına İlişkin Risk Algısı ve Etik Sorunsallar

Tema	Kod	Frekans (f)	Yüzde (%)
<b>Yapay Zekâ Destekli Siyasal Kampanyaların Yanlış Bilgilendirme Riskleri</b>			
	Çok yüksek	9	75,0
	Az da olsa var	1	8,3
	Hukuki kısıtlamalar yoksa manipülasyona açık	1	8,3
	Sahte içerik üretimleri risk oluşturur	1	8,3
<b>Yapay Zekâ Seçim Sonuçlarını Manipüle Etme Potansiyelinin Önlenmesi</b>			
	Evet, güvenlik önlemleri gerekebilir	4	33,3
	Evet, yasalarla sınırlandırmalar yapılabilir	3	25,0
	İnsan faktörü dâhil edilirse, evet	2	16,7
	Blok zincir tabanlı sistemler kullanılmalı	1	8,3
	Yanlış bilgileri tespit edebilecek araçlar geliştirilebilir	1	8,3
	Önüne geçilemez gibi görünüyor	1	8,3
<b>Yapay Zekâyla "Tıklama Tuzağı" ve Diğer Manipülatif Taktiklerin Kullanımının Önlenmesi</b>			
	Mümkündür	4	33,3
	Maalesef evet	3	25,0
	Elbette, ama üstesinden gelmek mümkün	2	16,7
	Çift doğrulamayla engellenebilir	1	8,3
	Pek değil	1	8,3
	Her sistemde açıklar vardır	1	8,3
<b>Yapay Zekâ Araçlarının Tarafsızlık İlkesine Yönelik Tehditleri</b>			
	Evet, var	4	33,3
	Net şekilde vardır	2	16,7
	Olabilir	2	16,7
	Kullanıcı bilinçlendirmesi önemli	1	8,3
	Yapay zekâ, vasatın taklididir	1	8,3
	Yüksek risklerden biri	1	8,3
	Kodlayana bağlı	1	8,3
<b>Yapay Zekâ Sistemlerinde Etik ve Şeffaflık Sağlama Yöntemleri</b>			
	Etik çerçeve belirlenir	3	25,0

## Siyasal İletişimde Yapay Zekânın Kullanılma Potansiyeli: Fırsatlar ve Tehditler

	Kısıtlamalar konulabilir	3	25,0
	Güvenlik sistemlerince kontrol edilir	1	8,3
	Çapraz testlerle değerlendirilir	1	8,3
	Etik yasalarına uygunluk doğrulaması	1	8,3
	Kirli veriler her zaman olabilir	1	8,3
	Maskelenmiş verilerle çalışmak gerekir	1	8,3
	Olamazsınız	1	8,3
<b>Seçmen Verilerinin Korunmasına Yönelik Güvenlik Protokolleri ve Öneriler</b>			
	KVKK uyumu	7	58,3
	Çok faktörlü kimlik doğrulama	1	8,3
	İkamet bilgisi doğrulama	1	8,3
	Veri şifreleme	1	8,3
	Blok zincir kullanılabilir	1	8,3
	Sistem açıkları tespit edilerek gizli veri tabanı oluşturulabilir	1	8,3

Siyasal iletişimde yapay zekâ teknolojilerinin kullanımının etik, güvenlik ve şeffaflık bağlamında çeşitli riskler taşıdığına dair katılımcıların %75'i, yapay zekâ destekli siyasi kampanyaların yanlış bilgilendirme ve dezenformasyon riski taşıdığına belirtmiş; bu riskin özellikle sahte içerik üretimi yoluyla artabileceğini ifade edilmiştir. Ayrıca bazı katılımcılar, hukuki kısıtlamaların yokluğunda bu teknolojilerin manipülasyona açık hâle gelebileceğine dikkat çekmiştir. Yapay zekânın seçim sonuçlarını manipüle etme potansiyelinin önlenmesine dair görüşlerde ise, %33,3 oranında katılımcı güvenlik önlemlerinin alınması gerektiğini belirtmiş; %25'lik bir kısım ise yasal sınırlandırmalarla bu riskin azaltılabileceğini dile getirmiştir. Ek olarak; insan faktörünün sisteme dâhil edilmesi, blok zincir teknolojilerinin kullanılması ve yanlış bilgileri tespit edebilecek araçların geliştirilmesi gibi çözüm önerileri de sunulmuştur. Bununla birlikte, katılımcıların bir kısmı bu manipülasyonun önüne geçilemeyeceği yönünde karamsar bir tutum sergilemiştir. Yapay zekâyla uygulanan "tıklama tuzağı" ve diğer manipülatif taktiklerin önlenebilirliği konusundaki yanıtları da çeşitlilik göstermektedir. %33,3'lük bir kesim bunun mümkün olduğunu, %25'lik bir grup ise "maalesef evet" diyerek bu tür içeriklerin önüne geçilemediğini ifade etmiştir. Diğer yanıtlar arasında çift doğrulama sistemleri, sistem açıklarının farkında olunması ve üstesinden gelenebilirlik gibi yaklaşımlar dikkat çekmektedir.

Yapay zekânın tarafsızlık ilkesine yönelik tehditleri konusundaki değerlendirmeler ise daha dikkat çekicidir. Katılımcıların %33,3 oranında katılımcı, bu tehditlerin mevcut olduğunu, %16,7'si ise net şekilde var olduğunu belirtmiştir. Ayrıca, yapay zekânın "vasatın taklidi", sistemin eğilimlerinin kodlayan kişiye bağlı ve kullanıcı bilinçlendirmesinin önemli olduğu gibi eleştirel yaklaşımlar da dikkat çekmektedir. Bu bulgular, yapay zekâ sistemlerinin nesnellikten uzaklaşabileceği ve mevcut politik güç ilişkilerine hizmet edebileceği yönünde endişeleri yansıtmaktadır. Yapay zekâ sistemlerinde etik ve şeffaflık sağlama yöntemleri açısından katılımcılar, %25 oranında etik çerçevenin belirlenmesi ve kısıtlamalar konulması yönünde birleşmiştir. Ancak, sistemlerin güvenlik birimlerince kontrolü, çapraz testlerle değerlendirilmesi, kirli veri ve maskelenmiş veri kullanımına dikkat edilmesi gibi teknik çözümlerde önerilmiştir. Öte yandan, etik uyumluluğun mümkün olmadığına inanan katılımcıların da bulunması, bu konuda ciddi bir normatif boşluk algısı olduğunu göstermektedir. Son olarak, seçmen verilerinin korunmasına yönelik güvenlik protokollerinde katılımcıların %58,3'lük bir kısmı, KVKK'ya uyumun temel güvenlik önlemi olduğunu belirtmiştir. Bunun yanı sıra çok faktörlü kimlik doğrulama, ikamet bilgisi kontrolü, veri şifreleme ve blok zincir teknolojilerinin kullanılması gibi öneriler de

getirilmiştir. Veri sızıntılarına karşı gizli veri tabanlarının oluşturulması önerisi ise, teknolojik bir çözüm kadar stratejik bir savunma hattı oluşturulması gerektiğini ima etmektedir.

#### 5.4. Gelecek Perspektifler ve Küresel Uygulamalar

“Derin öğrenme algoritmalarının siyasal kampanyalar üzerindeki etkileri nelerdir, uluslararası yapay zekâ araçlarının yerel kampanyalara uyumu nasıl sağlanabilir ve önümüzdeki beş yıl içinde bu teknolojilerin siyasal iletişimde yaratacağı dönüşümler nelerdir?” sorularına yanıt aramak üzere hazırlanan Tablo 6’da ilk tema, derin öğrenme algoritmalarının kampanyalarda karar alma ve manipülasyon süreçlerine etkisini ele alırken katılımcılar, bu teknolojilerin hem olumlu hem de olumsuz potansiyeller taşıdığını ifade etmiştir. Bazı katılımcılar, hedefe yönelik mesajların daha etkili iletilmesini sağlama gibi faydalar öngörmüştür; bazıları ise doğruluk sorunları ve potansiyel tehlikeler konusunda endişelerini dile getirmiştir. İkinci tema, uluslararası yapay zekâ teknolojilerinin yerel siyasal kampanyalara entegrasyonuna odaklanmıştır. Burada, mevcut çözümlerin doğrudan yerel bağlama uygun olmayabileceği, ancak düzenlemeler ve eğitimlerle uyum sağlanabileceği görüşü ön plana çıkmaktadır. Katılımcılar, yerel ihtiyaçlara uygun ve desteklenmiş yapay zekâ uygulamalarının daha etkili olacağına vurgu yapmıştır. Üçüncü tema ise, önümüzdeki beş yıl içerisinde yapay zekâ tabanlı teknolojilerin siyasal iletişimde yaratacağı değişiklikleri kapsamaktadır. Katılımcılar arasında, online seçimlerin yaygınlaşması, daha kişiselleştirilmiş ve veri odaklı iletişim süreçleriyle şeffaflık ve anlayışın artması gibi olumlu beklentiler olduğu görülmüştür; buna karşın sahtekârlık gibi risklere de dikkat çekilmiştir.

Dolayısıyla Tablo 6, yapay zekâ ve derin öğrenme teknolojilerinin siyasal kampanyalardaki karmaşık etkilerini, uyum süreçlerini ve geleceğe yönelik vizyonları sistematik biçimde ortaya koymakta ve araştırmanın ilgili sorularına kapsamlı cevaplar sunmaktadır.

Tema	Kod	Frekans (f)	Yüzde (%)
<b>Derin Öğrenme Algoritmalarının Siyasal Kampanyalardaki Etkileri ve Olası Sonuçları</b>			
	Karar verme sürecinde ve manipülasyonda muhakkak etkili olacaktır	3	25,0
	İyi de olabilir, kötü de olabilir, ne yönde kullanıldığı önemli	1	8,3
	Seçmen fikri, daha net belirlenir	1	8,3
	İhtiyaçlar doğrultusunda kullanılırsa faydalı olabilir	1	8,3
	Kampanyaların başarı oranını artırır	1	8,3
	Sonuca ulaştırmada yardımcı olur	1	8,3
	Doğru kitlelere doğru mesajların doğru biçimde ulaştırılmasına destek olabilir	1	8,3
	Hedefi olan kampanyalar ortaya çıkabilir	1	8,3
	Mevcut çözümlerin çoğunluğu; İngilizce veri tabanından çevirim kaynağını kullandığından doğruluk oranı istenilen düzeyde sağlanamıyor.	1	8,3
	Tehlikeli	1	8,3

## Siyasal İletişimde Yapay Zekânın Kullanılma Potansiyeli: Fırsatlar ve Tehditler

Uluslararası Yapay Zekâ Araçlarının Yerel Siyasal Kampanyalara Uygunluğu			
	Yüksek	4	33,3
	Düzenleme yapılması gerekebilir	3	25,0
	Yaklaşım ve metotları örnek alınarak yerel ihtiyaçlarla desteklenen çözümlerin kullanımı desteklenmeli.	2	16,7
	Yeterli olmayabilir; ama eğitilerek yerele uygun hâle getirilebilir	1	8,3
	Gelişime açık	1	8,3
	Sadece siyasi alanda eğitilmiş ve donanım yüklenmiş bir yapay zekâ modeline göre profesyonelliği daha dağıttıktır. Şu anda çok kullanışlı olacağını sanmıyorum.	1	8,3
Yapay Zekâ Tabanlı Teknolojilerin Gelecek 5 Yılda Siyasal İletişimde Yaratabileceği Dönüşüm			
	Çevrimiçi seçim	3	25,0
	Daha çok kabul gören kampanyalar	2	16,7
	Üretilen çözümlerin anlaşılabilir düzeyde olması ve mümkün oldukça yorumlarda yanılgıyı engelleyecek açıklıkta şeffaf olması.	1	8,3
	Daha merkezîyetçi bir siyasal iletişim oluşacak.	1	8,3
	5 sene içerisinde yapay zekânın Türkiye'de kullanımının bu kadar yaygın olacağını düşünmüyorum.	1	8,3
	Tamamen yararlanan alan olur	1	8,3
	İletişim süreçlerinin daha kişiselleştirilmiş olması, doğru veri odaklı olması	1	8,3
	Sahtekârlığın artması	1	8,3
	Artık insan yaratıcılığının yapay zekânın pratikliğiyle birleşmesine şahitlik edeceğiz.	1	8,3

Derin öğrenme algoritmalarının karar verme süreçlerinde ve seçmen manipülasyonunda etkili olacağı görüşüne sahip %25'lik bir kesim mevcutken diğer katılımcılar bu teknolojilerin olumlu ya da olumsuz etkilerinin kullanım amacına bağlı olduğunu (%8,3), seçmen fikirlerinin daha net belirlenmesine (%8,3), hedefli mesajların daha doğru kitlelere iletilmesine yardımcı olabileceğini (%8,3) ve kampanya başarı oranını artırabileceğini belirtmektedir. Diğer taraftan, sistemlerin İngilizce veri tabanına dayalı olması nedeniyle çeviri hataları sonucu doğruluk oranlarının düşük olduğuna (%8,3) ve bu araçların potansiyel tehlikeler barındırdığına (%8,3) dair uyarılar da mevcuttur. Bu bulgular, derin öğrenme algoritmalarının siyasal iletişim süreçlerinde çift yönlü bir potansiyel taşıdığını ortaya koymaktadır. Bir yandan, hedef kitle analizini derinleştirerek etkili mesajlaşma süreçlerine katkı sunmakta, diğer yandan manipülasyon riski ve veri güvenliği gibi etik sorunları gündeme getirmektedir. Ayrıca, yerelleştirme eksikliği gibi teknik sınırlamalar bu araçların güvenilirliğini doğrudan etkilemektedir. Bu bağlamda, siyasal kampanyalarda bu teknolojilerin kullanımının hem teknolojik yeterlilik hem de etik düzenlemelerle birlikte değerlendirilmesi gerekmektedir.

Uluslararası mecralarda yapay zekâ araçlarının yerel kampanyalara yüksek derecede uyum sağlayabileceğini %33,3'ü ifade ederken %25'lik bir kesim, bu araçların etkin biçimde kullanılabilmesi için düzenlemelerin yapılması gerektiğini belirtmiştir. Ayrıca, katılımcıların %16,7'lik bir kısmı, uluslararası yöntemlerin yerel ihtiyaçlarla harmanlanarak kullanılmasını savunmaktadır. Bazı görüşlerde, araçların doğrudan yeterli olamayacağı, ancak eğitilerek yerle uyumlu hâle getirilebileceği (%8,3) ve bu sistemlerin hâlen gelişime açık olduğu dile getirilmiştir. Katılımcıların büyük bir kısmı, uluslararası yapay zekâ araçlarının yerel siyasal iletişim bağlamında doğrudan etkili olmayabileceğini, ancak yerelleştirme ve kültürel bağlam dikkate alınarak dönüştürülebileceğini vurgulamaktadır. Bu durum, küresel teknoloji çözümlerinin evrensel bir etki gücüne sahip olduğunu, ancak yerel politik pratiklerle bütünleştirilmeden etkili olamayacağını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, yerli yapay zekâ çözümlerinin geliştirilmesi ve bu alanda nitelikli insan kaynağının artırılması kritik bir gereklilik olarak öne çıkmaktadır.

Katılımcıların %25'i, önümüzdeki 5 yıl içinde çevrimiçi seçim sistemlerinin yaygınlaşacağını belirtmiştir. Ayrıca, daha fazla kabul görecektir kampanyaların oluşacağına (%16,7), iletişim süreçlerinin daha kişiselleşeceğine ve veri odaklı hâle geleceğine dair görüşler yer almaktadır. Bununla birlikte, bazı katılımcılar, Türkiye'de bu teknolojilerin yaygın kullanımının kısa vadede mümkün olmayacağına (%8,3) ve yapay zekânın sahtekârlık potansiyelini artırabileceğine (%8,3) dikkat çekmiştir. Bazı ifadelerde ise yapay zekâyı insan yaratıcılığının birleşiminin yeni iletişim biçimleri doğurabileceği vurgulanmıştır. Katılımcılar, yapay zekâ temelli siyasal iletişim araçlarının orta vadede büyük bir dönüşüm yaratma potansiyelini kabul etmektedir. Bu dönüşüm, özellikle seçmenle kurulan iletişimin kişiselleştirilmesi yanında dijital güvenliğin ön planda tutulduğu kampanyalar üzerinden gerçekleşecektir. Ancak sahtekârlık riski ve toplumsal hazır bulunuşluk düzeyi gibi faktörler, bu dönüşümün hızını ve niteliğini etkileyebilir. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde bu dönüşümün daha temkinli ve düzenleyici bir çerçeveye yürütülmesi gerektiği anlaşılmaktadır.

### 6.1. Kampanya Yönetimi ve Stratejik Kullanımı

6.1'den 6.4'e kadar olan başlıklar, siyasal iletişim akademisyen ve uygulayıcılarının yanıtlarına göre gruplandırılmıştır.

Tablo 7, çalışmada yer alan "Yapay zekâ tabanlı araçlar siyasal iletişim süreçlerinde hangi rolleri üstlenmektedir?", "Bu araçlar insan emeğini ne ölçüde ikame etmektedir?", "Seçim sonrası analizler, kriz yönetimi ve kampanya başarısının değerlendirilmesinde yapay zekâ nasıl bir yer edinmektedir?" gibi temel araştırma sorularını yanıtlamayı hedeflemektedir. Bu kapsamda tablo, yapay zekâ araçlarının kampanya dönemindeki katkı düzeylerini, sosyal medya stratejileriyle ilişkisini, insan gücüyle etkileşim biçimini, seçim sonrası değerlendirme süreçlerinde oynadığı rolü, kriz anlarında kullanım düzeyini ve teknolojik yoğunluğun içerik üretimine etkisini sistematik şekilde ortaya koymaktadır. Ayrıca, sosyal medya uyumu ve kampanya mesajlarının sıradanlaşma riski gibi güncel tartışmalara da ışık tutarak yapay zekânın siyasal iletişimdeki stratejik, operasyonel ve etik yansımalarının çok boyutlu biçimde ele alınmasına olanak tanımaktadır.

**Tablo 7: Siyasal İletişimde Yapay Zekâ: İnsan Emeği, Sosyal Medya, Kriz Yönetimi ve Ölçme Süreçleri Üzerindeki Etkiler**

Tema	Kod	Frekans (f)	Yüzde (%)
Yapay Zekâ Tabanlı Araçların Kampanya Sürecindeki Katkısı			
	Sosyal medya, analiz, propaganda, planlama	8	72,7
	Fotoğraf/video içeriği, tasarım araçları	2	18,2

## Siyasal İletişimde Yapay Zekânın Kullanılma Potansiyeli: Fırsatlar ve Tehditler

	Veri toplama ve değerlendirme	1	9,1
<b>Yapay Zekâ ve İnsan Emegi</b>			
	Yapay zekâ, insan emeğinin yerini alabilir	5	45,5
	%40-%60 oranında azaltma	3	27,3
	Orta düzeyde azaltma	2	18,2
	Şu an için pek etkili değil	1	9,1
<b>Seçim Sonrası Değerlendirme Süreçlerinde Yapay Zekâ</b>			
	Seçim sonuçları analizi, metrikler	4	36,4
	Hızlı sonuçlar	3	27,3
	Sosyal bilimler eksikliği, fayda yok	2	18,2
	Sağlıklı ve objektif sonuçlar	2	18,2
<b>Kampanya Stratejisinin Başarısını Ölçme</b>			
	Algı, trend, seçim sonucu ölçülmesi	5	45,5
	Saha çalışması	4	36,4
	Deneyim olmadı	2	18,2
<b>Kriz Yönetiminde Yapay Zekâ Kullanımı</b>			
	Henüz kullanılmadı	7	63,6
	Geleneksel yöntemler tercih edildi	2	18,2
	Veri ve bilgi erişimi, zaman yönetimi	2	18,2
<b>Yapay Zekâ ve Sosyal Medya Adaptasyonu</b>			
	Doğru kitle belirleme, içerik üretimi	6	54,5
	Algoritmalar etkileyebilir	3	27,3
	Henüz hazır değil	1	9,1
	X platformunda artış	1	9,1
<b>Teknolojinin Aşırı Kullanımı ve Mesajların Sıradanlaşması</b>			
	Sıradanlaşmaz, hız arttırır	6	54,5
	Sıradanlaşma olabilir	3	27,3
	Kampanya ekibinin özgünlüğüne bağlı	2	18,2

Yapay zekâ tabanlı araçların özellikle sosyal medya analizleri, propaganda yönetimi ve stratejik planlama gibi alanlarda yüksek bir katkı sunduğu (%72,7) belirtilmiştir. Bu durum, günümüzde siyasi kampanyaların dijitalleşme eğilimiyle birlikte veri temelli stratejilerin önceliklendirildiğini göstermektedir. Görsellerin, videoların ve tasarım araçlarının kullanımının (%18,2) da kampanyalarda yer bulması, estetik ve görsel iletişimin politik mesajlardaki etkisini vurgulamaktadır. Ancak veri toplama ve değerlendirme sürecinde yapay zekânın daha sınırlı kullanıldığı (%9,1) görülmektedir. Bu bulgu, verinin toplanmasından çok analiz edilmesi aşamasında yapay zekâyı daha fazla işlev yüklediğini göstermektedir. Görüşlerin yaklaşık yarısı (%45,5'i), yapay zekânın insan emeğinin yerini alabileceğini ifade etmiş; %27,3'lük bir kısmı ise bu etkinin %40-%60 düzeyinde gerçekleşeceğini öngörmektedir. Bu durum, yapay zekâ teknolojilerinin otomasyon gücü ve iş gücü dinamikleri üzerindeki etkisini gözler önüne sermektedir. Orta düzeyde azalma (%18,2) ve şimdilik pek etkili olmadığını düşünenler (%9,1) dikkate alındığında, bu teknolojilerin siyasi kampanyalarda tam otomasyon sağlayacak düzeyde benimsenmediği anlaşılmaktadır. Katılımcıların %36,4'ü, seçim sonrası sonuç analizlerinde yapay zekânın

kullanılabileceğini, %27,3'ü ise bu araçların hızlı veri sunma potansiyelini vurgulamaktadır. Buna karşın sosyolojik arka plan eksikliği nedeniyle faydasız bulunabileceğini (%18,2) ya da tarafsız sonuçlar sunabileceğini (%18,2) düşünenler de vardır. Bu görüş ayrılığı, yapay zekânın sadece niceliksel analizlerde değil, niteliksel değerlendirmelerde de desteklenmesi gerektiğine işaret eder. Siyasal davranış, kültürel dinamikler ve toplumsal bağlam göz önünde bulundurulmadığında yapay zekâ destekli analizlerin eksik kalacağı açıktır.

Kampanyaların başarısını ölçmede yapay zekâ kullanımına dair en çok belirtilen kodlar; algı, trend ve seçim sonucu takibi (%45,5) ile saha çalışması (%36,4) olmuştur. Bu bulgular, yapay zekânın kampanya etkisini ölçmede yardımcı, ancak tamamlayıcı bir araç olarak konumlandığını gösterir. Katılımcıların %18,2'si ise bu konuda herhangi bir deneyim yaşamadığını belirtmiştir. Dolayısıyla, bu alandaki potansiyelin hâlen tam anlamıyla kullanılmadığı, ölçümleme süreçlerinde insan emeği ve doğrudan seçmen temasının önemini koruduğu görülmektedir. Verilere göre yapay zekâ, kriz yönetiminde henüz etkin biçimde kullanılmamaktadır (%63,6). Geleneksel yöntemlerin (%18,2) ve sınırlı veri-bilgi yönetiminin (%18,2) ön planda olması, bu alandaki teknolojik adaptasyonun oldukça sınırlı kaldığını göstermektedir. Oysa, kriz anlarında yapay zekâ, anlık duygu analizleri, sosyal medya izleme ve hızlı karar alma süreçlerinde önemli avantajlar sunabilir. Bu sonuç, kriz iletişimiyle ilgili algoritmik çözümlerin geliştirilmesi gerektiğini ve bu alandaki farkındalığın artırılması gerektiğini ortaya koymaktadır. Tablodaki bilgiler doğrultusunda katılımcıların %54,5'i, yapay zekânın sosyal medyada doğru hedef kitle belirleme ve içerik üretimi gibi alanlarda işlevsel olduğunu belirtmektedir. Bu durum, siyasal iletişimde kişiselleştirilmiş mesajların ve hedefli reklamcılığın ön planda olduğunu göstermektedir. Algoritmaların etki gücüne dikkat çeken (%27,3) görüşler, sosyal medya platformlarının kampanya başarısındaki merkezî rolünü vurgular. Henüz bu alana hazır olunmadığını düşünen (%9,1) ve X (Twitter) platformunda kullanım artışı olduğunu belirten (%9,1) ifadeler, platform bazlı stratejilerin de gelişmekte olduğunu göstermektedir. Katılımcıların yarısından fazlası (%54,5), yapay zekâ destekli içerik üretiminin mesajları sıradanlaştırmayacağını, aksine hız ve verimlilik sağlayacağını savunmaktadır. Ancak %27,3'lük bir kesim, otomatikleşmiş içeriklerin tekrara düşme riskini vurgulamaktadır. Kampanya ekibinin özgünlüğü ve stratejik yaratıcılığı (%18,2) ise bu dengeyi sağlayabilecek unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda, yapay zekâyla üretilen içeriklerin editoryal kontrol ve özgün fikirlerle desteklenmesi gerektiği söylenebilir.

Bulgular genel olarak değerlendirildiğinde yapay zekâ araçlarının siyasal iletişim süreçlerine büyük katkılar sunduğu, ancak hâlâ bazı alanlarda sınırlı kullanıldığı ve çeşitli etik/teknik çekinceler barındırdığı görülmektedir. Bu durum, siyasal kampanya stratejilerinde karma (hibrit) modellerin, yani insan emeğiyle yapay zekâ iş birliğinin, daha etkin bir model olacağını göstermektedir. Özellikle veri güvenliği, algoritmik şeffaflık ve kültürel uygunluk gibi alanlarda yapılacak düzenlemeler, bu teknolojilerin demokratik süreçlere katkısını artıracaktır.

## 6.2. Seçmen Hedefleme ve Etik Sorunlar

Dijitalleşmenin hız kazandığı bu çağda, siyasal kampanya süreçlerinde yapay zekâ tabanlı teknolojilerin artan kullanımı, yalnızca teknik verimlilik ve iletişim stratejilerine değil; aynı zamanda toplumsal algı, etik kaygılar ve demokratik normlara da doğrudan etki etmektedir. Bu çerçevede oluşturulan Tablo 8, yapay zekânın siyasal iletişimdeki uygulamalarının sosyal ve etik yansımalarını çok boyutlu olarak ele alma amacı taşımaktadır. Tablo 8, ilk olarak yapay zekâ teknolojilerinin seçmen hedefleme doğruluğuna etkisini sorgulayarak bu araçların teknik etkinliğine dair farkındalık düzeyini ölçmeyi hedeflemektedir. Katılımcıların, teknolojinin hedefleme başarısını ne ölçüde yeterli bulduklarına dair algıları, bu başlık altında sistematik olarak sınıflandırılmıştır. İkinci olarak seçmen verilerinin toplanması ve analiz edilmesi süreçlerinde yaşanabilecek etik kaygılar değerlendirilmiştir. Bu alt başlık, veri güvenliği, kişisel mahremiyet ve rızaya dayalı kullanım gibi konularda katılımcıların etik hassasiyetlerini anlamaya yöneliktir. Üçüncü tema, teknoloji temelli siyasal iletişim stratejilerinin seçmenler tarafından nasıl algılandığını ortaya koymaya çalışmaktadır.

## Siyasal İletişimde Yapay Zekânın Kullanılma Potansiyeli: Fırsatlar ve Tehditler

Özellikle, seçmen nezdinde bu tür uygulamaların bir güven sorunu veya endişe yaratıp yaratmadığı, iletişim araçlarının toplumsal kabul düzeyiyle ilişkilendirilmiştir. Bir diğer önemli başlık, yapay zekânın seçmenle duygusal bağ kurma potansiyeline odaklanmakta ve katılımcıların, bu teknolojilerin empati, anlayış ve duygusal etkileşim gibi insan merkezli özellikleri ne derece taşıyabileceği konusundaki görüşlerini içermektedir. Ayrıca, yapay zekâ destekli içeriklerin seçmen algısını yönlendirme ve manipüle etme ihtimaline karşı alınması gereken tedbirler, etik ve hukuki kontrol mekanizmalarıyla ilişkilendirilerek değerlendirilmiştir. Son olarak yapay zekânın otoriter veya antidemokratik rejimler açısından nasıl bir etki potansiyeli taşıdığı sorgulanmıştır. Bu bölüm, teknolojinin mevcut siyasi düzenleri adil olmayan biçimde etkileyip etkilemediğine dair algıları ölçmeyi amaçlamaktadır.

Bu bağlamda, Tablo 8; teknolojik araçların etik meşruiyeti, toplumsal etkisi ve demokrasiye olan yansımaları üzerinden yürütülen siyasi iletişim uygulamalarının daha bütüncül bir çerçevede analizine olanak sağlamaktadır.

Tema	Kod	Frekans (f)	Yüzde (%)
<b>Teknolojinin Hedefleme Doğruluğunu Artırma Yeteneği</b>			
	Etkili	5	45,5
	Sınırlı	4	36,4
	Değişken	1	9,1
	Şu an etkisiz	1	9,1
<b>Seçmen Verilerini Toplama ve Analiz Etme Süreçlerinde Etik Kaygılar</b>			
	Etik kaygılar yok	7	63,6
	Etik kaygılar var	4	36,4
<b>Teknoloji Tabanlı İletişim Stratejisinin Seçmenler Tarafından Algılanması</b>			
	Endişe var	6	54,5
	Endişe yok	5	45,5
<b>Yapay Zekânın Seçmenle Duygusal Bağ Kurma Yeteneği</b>			
	Yapay zekâ üretebilir	7	63,6
	Yapay zekâ duygusal bağ kuramaz	4	36,4
<b>Teknolojinin Seçmen Algısını Manipüle Etme İhtimalinin Yönetilmesi</b>			
	İnsan kontrolü gerekir	6	54,5
	Etik değerler ve hukuk devreye girmeli	3	27,3
	Kriz yönetimi ve açık iletişim	2	18,2
<b>Yapay Zekânın Antidemokratik Rejimlere Etkisi</b>			
	Antidemokratik etkiler yok	6	54,5
	Adil olmayan avantaj yaratır	5	45,5

Katılımcıların %45,5'lik bir kısmı, teknolojinin seçmen hedefleme doğruluğunu artırdığını düşünmüş; %36,4'lük bir kısım ise bu etkinin sınırlı olduğunu belirtmiştir. Bu durum, yapay zekâ tabanlı mikro hedefleme sistemlerinin veri temelli stratejik planlamada etkili olduğunu, ancak hâlen tüm seçmen gruplarına eşit başarıyla ulaşamadığını göstermektedir. Özellikle değişken (%9,1) ve şu

an etkisiz olduğunu düşünen (%9,1) küçük bir kesim, teknolojik altyapıların seçmen davranışları karşısındaki öngörülemez yönlerine dikkat çekmektedir. Bu veriler, davranışsal veri analizinin dinamik ve kültürel bağlarla desteklenmesi gerektiğine işaret etmektedir. Katılımcıların %63,6'lık bir kısmı, bu süreçte etik bir sorun görmemekte; %36,4'lük bir kısım ise etik kaygılara işaret etmektedir. Bu bulgu, veri güvenliği, rıza, mahremiyet ve şeffaflık gibi konularda farkındalık eksikliğini göstermektedir. Siyasal iletişim literatüründe bu durum, "algoritmik etik" başlığı altında incelenmekte ve teknolojinin sağladığı faydalarla yaratabileceği ihlaller arasında denge kurulması gerektiği vurgulanmaktadır. Bu bulgu, aynı zamanda, etik regülasyonların eksikliğini veya yetersizliğini de işaret etmektedir. Teknolojiye dayalı kampanya iletişimi bazı seçmenlerde endişe yaratmaktadır (%54,5), ancak önemli bir kısmı, bu konuda bir sorun görmemektedir (%45,5). Bu, ikiye bölünmüş tablo, dijital çağ seçmeniyle geleneksel seçmen arasında algı farklarını ortaya koymaktadır. Dijital iletişim stratejilerinin şeffaflık, niyet beyanı ve samimiyetle desteklenmemesi hâlinde soğuk, manipülatif ve yabancılaştırıcı bir etki yaratabileceği açıktır. Seçmenlerin teknolojiye duyduğu güvenle bu stratejilerin başarı oranı arasında doğrudan bir ilişki mevcuttur. Yapay zekânın duygusal bağ kurabileceği yönünde görüş bildirenler, %63,6 oranındayken, %36,4'ü ise bunun mümkün olmadığını savunmaktadır. Bu bulgu, duygusal yapay zekâ tartışmalarını doğrudan yansıtır. Yapay zekâ, metin, ses ve görsel içeriklerle duygusal bir ton taklit edebilse de insan benzeri bir empati ya da sahicilik hissi oluşturması tartışmalıdır. Bu bağlamda, teknolojinin duyguyu üretmesiyle duyguyu gerçekten deneyimlemesi arasındaki farkın seçim kampanyalarında önemli bir etik ve stratejik mesele olduğu söylenebilir. Yapay zekâyla desteklenen propaganda sistemlerinin manipülasyon riski taşıdığına yönelik güçlü bir farkındalık söz konusudur. Katılımcıların %54,5'lük bir kısmı, insan kontrolünün zorunluluğunu vurgulamış; %27,3'lük bir kısım ise etik değerler ve hukuki çerçevenin gerekliliğini dile getirmiştir. Ayrıca, kriz yönetimi ve açık iletişim ihtiyacı (%18,2) belirtilmiştir. Bu bulgular, yapay zekânın demokratik şeffaflıkla uyumlu çalışmasının sağlanması gerektiğini ortaya koymaktadır. Aynı zamanda, "yapay zekâ denetimi" konusunda siyasal iletişim aktörlerinin eğitilmesinin önemini gündeme getirmektedir. Yanıtların %54,5'lük bir kısmı, yapay zekânın antidemokratik etkiler yaratmadığını belirtmiş; %45,5'lük bir kısım ise adil olmayan avantajlar doğurabileceğini ifade etmektedir. Bu bulgu, teknolojinin ideolojik değil, araçsal bir yapıda olduğunu; demokratik ya da antidemokratik amaçlara hizmet edebilmesinin, kullanım şekline bağlı olduğunu göstermektedir. Öte yandan, otoriter rejimlerde veri toplama, gözetim ve sansür faaliyetlerinin yapay zekâyla güçlendirilebildiği literatürde geniş şekilde tartışılmaktadır. Bu bağlamda, teknolojik araçların demokratik ilkelerle sınırlandırılması ve evrensel etik standartlara bağlanması gerektiği ortaya çıkmaktadır.

Elde edilen veriler, teknolojik dönüşümün yalnızca siyasal kampanya süreçlerini değil, aynı zamanda siyasal etik, seçmen psikolojisi ve demokratik işleyişi de doğrudan etkileyen çok katmanlı bir olgu olduğunu ortaya koymaktadır. Yapay zekâ ve dijital teknolojiler, siyasal iletişimde hem önemli bir potansiyel hem de ciddi bir tehdit barındırmaktadır. Bu nedenle siyasal aktörlerin, teknolojiyi etik çerçevede kullanabilecek stratejiler geliştirmesi, kritik bir gerekliliktir. Dolayısıyla, etik protokollerin oluşturulması, veri kullanımında şeffaflığın sağlanması, duygusal manipülasyon yerine katılımcı ve samimi bir iletişimin benimsenmesi büyük önem taşımaktadır. Ayrıca, yapay zekâ sistemlerinin etkili ve güvenilir şekilde yönetilebilmesi için bu teknolojilere hâkim, etik sorumluluk bilincine sahip uzman ekiplerle çalışılması da kaçınılmazdır.

### 6.3. Kaynak Yönetimi ve Teknolojik Erişim

Günümüzde siyasal iletişim alanında dijitalleşmenin getirdiği dönüşümler, yalnızca büyük ve köklü partilerin değil, aynı zamanda küçük ve sınırlı bütçeye sahip siyasi oluşumların da seçmenle temas biçimlerini yeniden şekillendirmektedir. Bu bağlamda, Tablo 9, "Yapay zekâ tabanlı iletişim teknolojileri küçük partilerin seçmenlere ulaşma kapasitelerini nasıl etkiliyor?", "Bu teknolojiler maliyet açısından nasıl bir avantaj ya da dezavantaj sunuyor?" ve "Küçük partiler bu araçlar sayesinde büyük rakiplerine karşı rekabet üstünlüğü sağlayabilir mi?" şeklindeki temel araştırma sorularına yanıt aramak üzere oluşturulmuştur. İlk olarak küçük siyasi partilerin geniş kitlelere

## Siyasal İletişimde Yapay Zekânın Kullanılma Potansiyeli: Fırsatlar ve Tehditler

ulaşma kapasitesi, özellikle yapay zekâ entegrasyonu ve sosyal medya araçlarının sağladığı düşük maliyetli ve hedef odaklı iletişim imkânları çerçevesinde değerlendirilmiştir. Bu bölümde, teknolojinin seçmen erişimini kolaylaştırma potansiyeli kadar, ideolojik bariyerlerin etkisine dair sınırlayıcı görüşler de yer almaktadır. İkinci başlıkta ise yapay zekâ destekli araçların maliyet yapısına ilişkin algılar ölçülmüştür. Katılımcılar, geleneksel yöntemlere kıyasla dijital araçların çoğunlukla daha ekonomik olduğunu ifade ederken bazıları, bu teknolojilerin küçük ölçekli yapılar için hâlâ yüksek maliyetler yaratabileceğini belirtmiştir. Ayrıca, zaman içerisinde maliyetlerin düşmesiyle erişilebilirliğin artacağına dair beklentiler de tabloya yansımıştır. Son olarak küçük partilerin büyük bütçeli rakiplerine karşı yapay zekâ sayesinde nasıl bir avantaj elde edebilecekleri konusu ele alınmıştır. Bu kapsamda, yapay zekâ destekli iletişim stratejilerinin küçük partilere görünürlük, ifade imkânı ve operasyonel verimlilik açısından katkı sunduğu değerlendirilmiştir. Bununla birlikte, teknolojinin tek başına yeterli olmayabileceği; etkili sonuçlar için siyasal iletişim bilgisi, insan emeği ve stratejik becerinin de gerekli olduğu yönünde görüşler de dikkate alınmıştır. Bu yönüyle Tablo 9, siyasal iletişimdeki teknolojik eşitsizliklerin nasıl aşılabileceğine dair önemli ipuçları sunarken yapay zekânın demokratik temsili genişletme potansiyeline ilişkin yapısal bir çerçeve çizmeyi hedeflemektedir.

**Tablo 9: Yapay Zekâyla Küçük Partilerin Seçmenlere Ulaşımı: Maliyet, Etkinlik ve Rekabet Dinamikleri**

Tema	Kod	Frekans (f)	Yüzde (%)
<b>Küçük Siyasi Partilerin Geniş Seçmen Kitlelerine Ulaşması</b>			
	Yapay zekâyla düşük bütçeyle geniş kitlelere ulaşım	5	45,5
	Sosyal medya entegrasyonu ile farklı seçmen gruplarına erişim	3	27,3
	Teknolojik imkânların etkili kullanımı	1	9,1
	Ucuz reklam olanakları sağlar	1	9,1
	Seçmen ideolojisi zor değişir, etkisi sınırlı olabilir	1	9,1
<b>Yapay Zekâ Destekli Araçların Maliyet Değerlendirmesi</b>			
	Geleneksel yöntemlere göre düşük maliyetli	4	36,4
	Küçük yapılar için maliyetli olabilir	3	27,3
	Minimum maliyetle maksimum verim sağlar	2	18,2
	Zamanla maliyetlerin düşmesi bekleniyor	1	9,1
	Bilinmiyor/Cevapsız	1	9,1
<b>Küçük Partilerin Büyük Bütçeli Rakiplerine Karşı Avantaj Sağlaması</b>			
	Kesinlikle mümkün	5	45,5
	Büyük partiler daha avantajlı olabilir	2	18,2
	Kendilerini ifade etme ve seçmene ulaşma imkânı artar	2	18,2
	Kampanya başarısı, yapay zekâyı kullanan kişinin siyasal iletişim becerisine bağlıdır	1	9,1
	Operasyonel maliyet avantajı sağlar ancak insan desteği gerekir	1	9,1

Tablo 9'daki verilerden anlaşılacağı üzere, yapay zekâ destekli teknolojilerin küçük siyasi partiler için önemli stratejik avantajlar sunduğunu göstermektedir. Katılımcıların %45,5'i, küçük

partilerin yapay zekâ kullanarak düşük bütçeyle geniş seçmen kitlesine ulaşabileceğini belirtmektedir. Bu bulgu, küçük partilerin geleneksel yöntemlerle sınırlı bütçeyle seçmen kitlesine ulaşmalarının zorluklarını aşmalarına yardımcı olabilecek potansiyel bir çözüm sunmaktadır. Ayrıca, %27,3'lük bir kesim sosyal medya entegrasyonunun farklı seçmen gruplarına erişim sağlamakta önemli bir rol oynayacağını ifade etmektedir, bu da dijital platformların seçim süreçlerinde giderek daha kritik bir yer edindiğini ortaya koymaktadır. Ancak, %9,1'lik bir oran seçmen ideolojisinin zor değişebileceğini ve bu nedenle teknolojinin etkisinin sınırlı olabileceğini belirtmektedir. Bu durum, dijital stratejilerin başarılı olabilmesi için daha fazla hassasiyet ve doğru kitleye hitap etme gerekliliğini işaret etmektedir. Yapay zekâ destekli araçların maliyet açısından değerlendirilmesi de önemli bir konu olup, katılımcıların %36,4'ü, bu araçların geleneksel yöntemlere göre düşük maliyetli olduğunu ifade etmektedir. Küçük siyasi partiler için bu düşük maliyetli çözüm, daha az kaynakla daha verimli kampanyalar yürütme imkânı sunmaktadır. Ancak, %27,3'lük bir kesim, küçük yapılar için maliyetlerin hâlâ yüksek olabileceğini belirterek her ne kadar maliyetlerin düşük olacağı düşünülse de yapay zekâ kullanımının yine de belli bir ekonomik yük getirebileceğini ifade etmektedir. Bu bağlamda, bu teknolojilerin düşük maliyetle yüksek verim sağlayabilmesi, küçük partilerin kampanyalarına büyük bir avantaj sağlasa da bu araçların kullanımına dair dikkatli bir ekonomik planlama yapılması gerektiği sonucuna varılabilir. Küçük partilerin büyük bütçeli rakiplerine karşı avantaj sağlaması konusunda katılımcıların %45,5'i, yapay zekâ kullanımıyla bunun mümkün olduğunu belirtmiştir. Bu, küçük partilerin sınırlı kaynaklarla bile etkili bir şekilde rekabet edebileceğini göstermektedir. Ancak, %18,2'lik bir kesim, büyük partilerin hâlâ avantajlı olacağını ifade etmektedir. Çünkü bu tür partilerin genellikle daha fazla kaynağa sahip oldukları göz önünde bulundurulduğunda dijital araçların yalnızca küçük partilerin eşit bir şekilde rekabet etmelerini sağlamakta yeterli olmayabileceğini vurgulamaktadır. Ayrıca, kampanya başarısının yapay zekâ kullanımının ötesinde, siyasal iletişim becerilerine de bağlı olduğuna dikkat çeken %9,1'lik bir kesim de bulunmaktadır. Bu bulgular, küçük partilerin yapay zekâ kullanımını etkin bir şekilde stratejilerine entegre etmeleri gerektiğini, ancak başarının yalnızca teknolojiden değil, aynı zamanda güçlü bir iletişim stratejisinden de kaynaklandığını göstermektedir.

Yapay zekâ, küçük siyasi partiler için büyük fırsatlar sunmakla birlikte, etkili kullanım için belirli stratejilere ve teknik bilgiye ihtiyaç duyulmaktadır. Özellikle düşük maliyetli kampanya yürütme, seçmen kitlesini analiz etme ve sosyal medya platformları aracılığıyla geniş kitlelere ulaşma konusunda avantaj sağlasa da seçmen ideolojisinin yapay zekâyla doğrudan değişmeyeceği unutulmamalıdır. Önümüzdeki yıllarda yapay zekâ maliyetlerinin düşmesi ve teknolojinin daha erişilebilir hâle gelmesiyle siyasal iletişimde daha yaygın ve etkin bir kullanım alanı bulması beklenmektedir. Ancak, büyük partilerin bu araçları daha büyük bütçelerle kullanabilme kapasitesine sahip olması, siyasi rekabetin yalnızca teknolojiye değil, aynı zamanda insan faktörüne de dayalı olduğunu göstermektedir.

#### 6.4. Gelecek Perspektifi ve Standartlaşma

“Yapay zekâ siyasal kampanyalarda hangi yönleriyle başarısızlık göstermektedir?”, “Yaratıcı iletişim süreçlerine katkısı ne düzeydedir?”, “Bu teknolojiler yerel ve uluslararası kampanyalarda nasıl bir etki farklılığı yaratmaktadır?” ve “Yapay zekâ tabanlı araçların seçmen davranışlarını tahmin etmedeki kapasitesi nedir?” gibi temel araştırma sorularına yanıt vermek üzere yapılandırılan Tablo 10'un ilk teması, yapay zekânın siyasal kampanyalarda yaşadığı başarısızlık örneklerini saptamaya yöneliktir. Burada katılımcılar, özellikle insan ilişkilerinde yapay zekânın duygusal ve sosyal yeterliliğinin eksik kaldığını, verilen komutlara uygunlukta sorunlar yaşandığını ve teknolojinin sürdürülebilirlik açısından sınırlı olduğunu belirtmiştir. Ayrıca, bazı katılımcılar yapay zekânın zaman zaman gerçek dışı, yani halüsinatif çıktılar ürettiğine de dikkat çekmiştir. İkinci başlık, yaratıcı süreçlere katkı düzeyini değerlendirmektedir. Katılımcıların bir kısmı, yapay zekâyı verimli ve destekleyici bulurken diğer bir kesim sadece ilham verici bir başlangıç noktası sunduğunu ve yaratıcılığın sınırlı kaldığını belirtmiştir. Bu alandaki katkının, kullanıcı yeterliliğine

## Siyasal İletişimde Yapay Zekânın Kullanılma Potansiyeli: Fırsatlar ve Tehditler

ve sistemin beslendiği veri tabanına bağlı olduğu yönündeki görüşler de dikkat çekicidir. Üçüncü bölümde, yapay zekânın yerel ve uluslararası kampanyalardaki etkisi karşılaştırılmıştır. Katılımcıların çoğunluğu, yapay zekânın yerel düzeyde daha az etkili olduğunu ve bu durumun özellikle altyapı yetersizlikleriyle sosyoekonomik farklılıklardan kaynaklandığını belirtmiştir. Bazı katılımcılar ise anlamlı bir fark olmadığını savunmuştur. Dördüncü kısımda, yapay zekânın seçmen davranışlarını tahmin etme konusundaki başarısı değerlendirilmektedir. Büyük çoğunluk bu alanda başarılı olduğunu ifade ederken yine de geleneksel yöntemlerle desteklenmesi gerektiği ve yalnızca hızın tek başına yeterli olmadığı vurgulanmıştır. Beşinci olarak yapay zekânın siyasal iletişimde standart bir araç hâline gelmesi için öngörülen süreye ilişkin görüşler yer almaktadır. Yanıtlar 5 yıldan 50 yıla kadar geniş bir yelpazeye yayılırken, bu dönüşümün teknolojik altyapı, siyasal iletişim profesyonellerinin adaptasyonu ve genel siyaset kültürünün değişimine bağlı olduğuna dair görüşler de ifade edilmiştir. Bu kapsamda Tablo 10, yapay zekânın siyasal kampanyalarda etkin kullanımına yönelik hem mevcut kısıtları hem de potansiyel katkı alanlarını bütüncül şekilde analiz etmeyi mümkün kılmaktadır. Aynı zamanda, teknolojik dönüşümün zaman boyutuna dair beklenti ve çekinceleri de görünür kılmaktadır.

**Tablo 9: Yapay Zekâyla Küçük Partilerin Seçmenlere Ulaşımı: Maliyet, Etkinlik ve Rekabet Dinamikleri**

Tema	Kod	Frekans (f)	Yüzde (%)
<b>Yapay Zekânın Başarısızlık Örnekleri</b>			
	Birebir insan ilişkilerinde yetersizlik	5	45,5
	Prompt detaylarına uygun sonuç alamama	3	27,3
	Süreklilik/sürdürülebilirlik sorunu	2	18,2
	Halüsinasyon görme sorunu	1	9,1
<b>Yapay Zekânın Yaratıcı Süreçlere Katkısı</b>			
	Verimli	4	36,4
	Sınırlı, sadece çıkış noktası sağlıyor	2	18,2
	Beyin fırtınasında faydalı	1	9,1
	Yetersiz	1	9,1
	Pozitif/negatif etkisi olabilir	1	9,1
	Kullanıcıya bağlı	1	9,1
	Veri tabanına bağlı olduğu için yaratıcılık kısıtlı	1	9,1
<b>Yerel ve Uluslararası Kampanyalardaki Etkisi</b>			
	Yerel kampanyalarda daha az etkili	8	72,7
	Sosyal-ekonomik farklılıklar nedeniyle yerelde daha az etkili	1	9,1
	Altyapı eksikliği nedeniyle yerelde daha zayıf	1	9,1
	Anlamlı fark yok	1	9,1
<b>Seçmen Davranışlarını Tahminde Başarısı</b>			
	Evet, daha başarılı	8	72,7
	Geleneksel yöntemlerle birlikte kullanılmalı	1	9,1
	Daha hızlı, ama bilimsel yöntemlerin yerine geçemez	1	9,1

	Asla değil	1	9,1
<b>Siyasal İletişimde Standart Hâline Gelme Süresi</b>			
	5 yıl	4	40.0
	Minimum 5-7 yıl	1	10.0
	10 yıl	1	10.0
	50 yıl	1	10.0
	Yeni siyaset anlayışının benimsenmesine bağlı	1	10.0
	Teknolojik gelişmişliğe bağlı	1	10.0
	Siyasal iletişimcilerin adaptasyonuna bağlı	1	10.0
	Tahmin yapmak zor	1	10.0

Bu veriler, siyasal kampanyalarda yapay zekâ kullanımından kaynaklanan zorlukları ve sınırlamaları da gözler önüne sermektedir. Katılımcıların %45,5'i, yapay zekânın birebir insan ilişkilerinde yetersiz olduğunu belirtmektedir. Bu bulgu, yapay zekânın insan duyguları ve bireysel etkileşimleri anlama noktasındaki sınırlamalarını ortaya koymaktadır. Ayrıca, %27,3'lük bir kesim, yapay zekâyla yapılan işlemlerde istem (prompt) detaylarına uygun sonuç alınamama sorununu dile getirmektedir. Bu durum, yapay zekânın verimli sonuçlar üretmesi için doğru verilerin ve uygun parametrelerin sağlanmasının kritik olduğunu ve yanlış verilerin ya da eksik yönlendirmelerin hatalı sonuçlar doğurabileceğini göstermektedir. Bununla birlikte, %18,2'lik bir grup, süreklilik ve sürdürülebilirlik sorunlarının yapay zekâ kullanımında önemli bir engel oluşturduğunu ifade etmektedir. Bu durum, yapay zekâ sistemlerinin uzun vadede verimli ve sürekli bir şekilde çalışabilmesi için daha fazla gelişim ve iyileştirme yapılması gerektiğini ortaya koymaktadır. Yapay zekânın yaratıcı süreçlere katkısı ise katılımcılar arasında çeşitli görüşler doğurmuştur. %36,4'ük bir kesim, yapay zekâyı yaratıcı süreçlerde verimli olarak değerlendirmektedir. Ancak, %18,2'lik bir grup, yapay zekânın yalnızca bir çıkış noktası sunduğunu ve sınırlı bir katkı sağladığını belirtmiştir. Bu, yapay zekânın yaratıcı düşünceleri doğrudan üretmediği, fakat insan yaratıcılığını desteklemek amacıyla bir araç olarak kullanılabilirliği anlamına gelmektedir. Ayrıca, %9,1'lik bir grup, yapay zekânın yaratıcılık üzerindeki pozitif ya da negatif etkisinin kullanıcıya bağlı olduğunu ve veri tabanına dayalı yapısı nedeniyle yaratıcılığının sınırlı olabileceğini vurgulamaktadır. Yerel ve uluslararası kampanyalardaki etkisi ise farklı sonuçlar doğurmuştur. Katılımcıların %72,7'si, yapay zekânın yerel kampanyalarda daha az etkili olduğunu belirtmiştir. Bu, yerel kampanyaların çoğunlukla kişisel ilişkiler, yerel dinamikler ve toplumsal etkileşimlere dayandığı, bu yüzden teknolojik araçların etkisinin sınırlı olabileceğini göstermektedir. Ayrıca, sosyal-ekonomik farklılıklar ve altyapı eksiklikleri de yerel kampanyalarda yapay zekânın daha zayıf olmasına neden olabilir. Seçmen davranışlarını tahmin etme konusunda ise katılımcıların %72,7'si, yapay zekânın bu alanda başarılı olduğunu ve daha verimli sonuçlar verdiğini ifade etmiştir. Ancak, %9,1'lik bir kesim, yapay zekânın geleneksel yöntemlerle birlikte kullanılmasını önerirken bir başka %9,1'lik grup ise yapay zekânın bilimsel yöntemlerin yerine geçemeyeceğini belirtmiştir. Bu durum, yapay zekâ sistemlerinin seçmen davranışlarını tahmin etme konusunda önemli bir araç olduğunu, ancak geleneksel araştırma yöntemleriyle desteklenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Siyasal iletişimde yapay zekânın standart hâline gelme süresi hakkında ise katılımcıların görüşleri arasında çeşitlilik gözlemlenmiştir. %40'luk bir kesim, bu sürenin 5 yıl içerisinde gerçekleşeceğini belirtirken diğer katılımcılar; 5, 7, 10-hatta 50 yıl gibi daha uzun süreli tahminlerde bulunmuşlardır. Ayrıca, teknolojik gelişmişlik, siyasal iletişimcilerin adaptasyonu ve yeni siyaset anlayışının benimsenmesi gibi faktörlerin bu süreci etkileyebileceği ifade edilmiştir. Bu, teknolojik dönüşümün hızının, yalnızca teknik gelişmelere değil, aynı zamanda toplumun ve siyasal aktörlerin adaptasyon sürecine de bağlı olduğunu göstermektedir. Anket sonuçları, yapay zekânın siyasal iletişimde önemli bir dönüşüm aracı olduğunu, ancak bazı alanlarda ciddi sınırlamalara sahip olduğunu göstermektedir. Yapay zekânın, özellikle birebir insan ilişkileri, bağlamsal anlama ve yerel kampanya stratejileri gibi

konularda yetersiz kaldığı ifade edilmektedir. Bununla birlikte, veri analizi ve ulusal kampanya süreçlerinde avantajlı olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar, yapay zekânın siyasal iletişimde tamamlayıcı bir araç olarak kullanılabileceğini, ancak geleneksel yöntemlerin tamamen ortadan kalkmasının kısa vadede mümkün olmadığını göstermektedir.

### SONUÇ

Yapay zekânın siyasal iletişimdeki dönüştürücü rolünü -fırsatlar ve tehditler ekseninde- araştırmak amacıyla 23 akademisyen, uzman ve uygulayıcının katılımıyla yürütülen bu çalışma çerçevesinde elde edilen bulgular; yapay zekâ destekli araçların siyasal iletişimde stratejik avantajlar sunduğunu, ancak beraberinde etik ve pratik sınırlılıkları da barındırdığını göstermektedir. İlk olarak, katılımcıların %78,3'ü (18 kişi), yapay zekânın düşük maliyetli, ancak yüksek etkili iletişim stratejileri geliştirme imkânı sunduğunu ve bu sayede küçük siyasi partilere, büyük partilerle rekabet etme fırsatı verdiğini belirtmiştir. Bu durum, ilk etapta yapay zekânın siyasal iletişimde daha dengeli bir rekabet ortamı yaratma potansiyeline işaret ediyor olarak yorumlansa da bu avantajın her alana eşit şekilde yayılmadığı görülmektedir. Katılımcıların %65,2'si (15 kişi), yerel kampanyaların gerekli dijital altyapıdan ve ekonomik kaynaklardan yoksun olması nedeniyle yapay zekâ teknolojilerinden yeterince yararlanamadığını vurgulaması da bu noktada önem kazanmaktadır. Bu cevaplardan hareketle, dijital eşitsizliklerin siyasal katılımı sınırlayıcı bir etken olabileceği ortaya çıkmaktadır. Stratejik hedefleme ve seçmen davranışlarının analizinde yapay zekânın etkili olduğu konusunda katılımcıların büyük bir kısmı %91,3 (21 kişi); hemfikirler. Özellikle mikro hedefleme tekniklerinin mesajların seçmen profiline uygun şekilde uyarlanmasını kolaylaştırdığı belirtilmiştir. Ancak, bu durumun beraberinde getirdiği şeffaflık sorunları da bir hayli dikkat çekicidir; %60,9'luk bir kesim (14 kişi), bu tür algoritmaların nasıl çalıştığının kamuoyuna açıklanmaması nedeniyle demokratik hesap verebilirliğin zedelenebileceğini dile getirmiştir. İçerik üretiminde ise, katılımcıların %82,6'sı (19 kişi), yapay zekânın metin ve görsel üretim süreçlerinde zaman kazandıran ve işlevsel bir araç olduğunu ifade etmiştir. Katılımcılar, yapay zekâ araçlarının içerik üretimini %40 ila %60 oranında hızlandırdığını belirtmiştir. Bu oran, kampanya dönemlerinde zamanın kritik bir kaynak olduğu düşünüldüğünde oldukça çarpıcı olmakla birlikte, %73,9'luk bir kesim (17 kişi), bu içeriklerin genellikle bağlamdan kopuk, duygusal derinlikten yoksun ve özgünlük problemi taşıyan örnekler olduğunu ifade ederek insan yaratıcılığına olan ihtiyacın hâlen geçerli olduğunu vurgulamıştır. Etik ve insan merkezli meselelerde ise katılımcıların %69,6'sı (16 kişi), yapay zekâ teknolojilerinin seçmenle birebir ilişkiyi zayıflatabileceği ve uzun vadeli güven ilişkisini zedeleyebileceği uyarısında bulunmuştur. Ayrıca, %56,5'lik bir oran (13 kişi), yapay zekânın kötüye kullanımını engellemek amacıyla yasal düzenlemelerin ve etik kodların belirlenmesinin elzem olduğunu belirtmiştir. Bu uyarılar, özellikle dezenformasyon ve izinsiz veri kullanımı gibi kritik alanlarda dikkatle ele alınması gerektiğini kanıtlar niteliktedir.

Tüm bu veriler ışığında, yapay zekânın siyasal iletişimde standart bir araç hâline gelme sürecine girdiği söylenebilir. Ancak bu sürecin etik ilkeler, dijital eşitlik ve demokratik değerlere duyarlı bir çerçevede şekillenmesi gerekmektedir. Bu araştırmanın en önemli bulgularından biri, yapay zekânın sunduğu fırsatların yalnızca teknik değil, aynı zamanda demokratik temsilin kalitesi açısından da dönüştürücü olduğudur. Bununla birlikte, teknolojiyi kullanma hususundaki eşitsizlikler ve etik sorunlar dikkate alınmadığında yapay zekâ, fırsatlar yaratmak yerine mevcut yetersizlikleri daha da derinleştirme riski taşımaktadır. Özellikle yerel kampanyaların dijital altyapı ve uzmanlık eksikliği nedeniyle bu teknolojilere erişimde geri planda kalması, demokratik rekabetin merkezinde yer alan eşit koşullarda yarışma ilkesini zedeleyebilmektedir. Ayrıca, algoritmaların birçok bakımdan şeffaf olmaması, veri güvenliği ve seçmen manipülasyonu gibi sorunlar, yapay zekânın sunduğu avantajları gölgede bırakabilecek düzeyde kritik riskler doğurmaktadır. Dolayısıyla bu çalışma, yapay zekânın siyasal iletişimdeki rolünü yalnızca bir araçsal fayda perspektifinden değil; toplumsal adalet, şeffaflık ve demokratik değerler eksenindeki riskleri gözetererek yeniden değerlendirilmesinin

gerekliliğini ortaya koymaktadır. Yapay zekâ teknolojilerinin demokratik süreçlerle bütünleşmesi ancak kapsayıcı dijital politikalar, etik kodlar ve hesap verebilirlik mekanizmalarıyla desteklendiğinde sürdürülebilir bir değer üretme potansiyeli taşıyacaktır. Bu bağlamda, yapay zekâ teknolojik bir yenilik olmasının yanında; demokrasinin işleyiş biçimini, seçmen-siyasetçi ilişkisini ve siyasal katılımın kalitesini yeniden tanımlayan çok katmanlı bir dönüşüm aracıdır. Diğer yandan gelecek çalışmalarda, yapay zekâ temelli kampanyaların uzun vadeli seçim sonuçları üzerindeki etkileri nicel analizlerle ortaya konulmalı; aynı zamanda insan yaratıcılığıyla yapay zekâyı bir araya getiren hibrit modellerin işlevselliği test edilmelidir. Bu yönüyle araştırma, yalnızca mevcut pratikleri gözlemlemekle kalmayıp geleceğe dair bir perspektif de sunmaktadır: Yapay zekâ, ancak etik ilkelere bağlı ve insan merkezli bir çerçevede kullanıldığında demokratik siyasal iletişim için gerçek bir değer üretme kapasitesine sahiptir.

### Extended Summary

In an era defined by the rapid advancement of digital technologies and the diversification of communication channels, political communication practices have undergone a significant transformation. At the heart of this transformation lies artificial intelligence (AI), which is increasingly being integrated into political processes as a strategic tool. Particularly in electoral campaigns and political public relations, AI-driven applications are being adopted by political actors seeking to optimize their communication efforts, personalize messages, and enhance strategic decision-making through data analytics. This study investigates the role and impact of AI in political communication from a multidimensional perspective, analyzing not only the opportunities presented by AI but also the challenges and risks associated with its implementation. The central research question focuses on the extent of AI integration in political communication practices in Turkey, the specific domains in which it is most prominently utilized, and how this integration is perceived by professionals operating in the field.

The study builds upon the perspectives of experts and practitioners actively involved in political communication, campaign management, and digital strategy. By incorporating both theoretical and empirical dimensions, the research aims to contribute to the growing body of literature that examines the intersection of politics, communication, and emerging technologies. To this end, a quantitative methodology was employed to generate data that reflects current practices and professional assessments. A structured questionnaire was developed and administered to a purposively selected sample of 23 participants, comprising political consultants, digital campaign managers, communication strategists, and political communication academics. The questionnaire was designed to capture participants' opinions on the use of AI in key areas such as campaign strategy formulation, voter behavior prediction, micro-targeting techniques, automated content production, data analysis, and propaganda dissemination.

The findings reveal that AI-based tools and algorithms offer substantial benefits, especially for smaller political parties and independent candidates who typically operate with limited financial resources. By enabling cost-effective and efficient communication strategies, AI technologies are perceived as democratizing forces that help balance the political playing field. Participants noted that AI-driven micro-targeting can improve message precision, allowing campaigns to deliver highly personalized content to segmented voter groups based on behavioral and demographic data. Furthermore, automated content generation tools and chatbots are increasingly employed to maintain voter engagement and provide real-time responses across digital platforms.

However, the research also uncovers several limitations and concerns regarding the use of AI in political communication. Despite its advantages, the implementation of AI tools remains limited at the local level, primarily due to infrastructural deficiencies, varying levels of digital literacy, and broader socio-economic constraints. In rural or under-resourced areas, political actors may lack

access to the technological infrastructure necessary to leverage AI effectively. Moreover, while AI is efficient in processing and analyzing large datasets, participants emphasized its inadequacy in replicating human intuition and emotional intelligence—qualities that are essential in establishing trust and authenticity in political discourse.

Another critical issue identified in the study concerns the ethical and legal dimensions of AI use in political contexts. Participants raised concerns about data privacy, algorithmic transparency, and the potential for AI-generated content to contribute to misinformation or manipulate public opinion. The opacity of AI decision-making processes, coupled with the lack of comprehensive regulatory frameworks, poses a significant challenge for ensuring accountability and democratic integrity. These findings align with broader international debates on the responsible and ethical deployment of AI technologies in political systems.

The study also acknowledges its own methodological limitations. The relatively small sample size restricts the generalizability of the findings, and the reliance on participants' subjective evaluations may introduce biases. Nevertheless, the research offers valuable first-hand insights grounded in the professional experiences of individuals actively shaping the landscape of political communication in Turkey. As such, it provides a foundation for future research that may expand the sample size, incorporate longitudinal data, or utilize mixed-method approaches to gain a deeper understanding of AI's evolving role in political communication.

In summary, the integration of artificial intelligence into political communication is not merely a technical innovation, but a transformation that carries profound ethical, cultural, and legal implications. The findings of this study suggest that while AI presents promising opportunities for enhancing the efficiency, reach, and personalization of political messages, it also introduces new risks and complexities that must be carefully managed. Issues such as digital inequality, ethical governance, and the human-AI dynamic in public discourse remain critical areas for further investigation.

This research contributes an original and timely perspective to the literature by focusing on the Turkish context—a setting that reflects both the global trends of digitalization and the specific socio-political dynamics of a rapidly modernizing society. By highlighting both the enabling and constraining factors surrounding AI adoption in political communication, the study encourages a more nuanced understanding of how emerging technologies are reshaping democratic practices. It also underscores the need for policy development, ethical standards, and capacity-building efforts to ensure that AI serves as a tool for inclusion, transparency, and democratic engagement rather than manipulation or exclusion.

### KAYNAKÇA

Aneesh, A. (2009). Global Labor: Algoratic Modes of Organization. *Sociological Theory*, 27(4), 347-370. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1467-9558.2009.01352.x>

Aziz, A. (2003). *Siyasal iletişim*. Nobel Akademik Yayıncılık.

Ceyhan, A. İ. (2018). *Siyasal iletişimde kamu diplomasisi*. Akademisyen Kitabevi.

Danaher, J. (2016). The threat of algocracy: Reality, resistance and accommodation. *Philosophy & technology*, 29(3), 245-268.

Galston, W. A. (2017). Can democracy survive the internet? *Journal of Democracy*, 28(2), 21–33.

Green, C. D. (2005). Was Babbage's analytical engine intended to be a mechanical model of the mind? *History of Psychology*, 8(1), 35–45. <https://doi.org/10.1037/1093-4510.8.1.35>

Katz, Y. (2017). Manufacturing an Artificial Intelligence Revolution. *Social Sciences Research Net*. Retrived from: [papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3078224](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3078224)

Katzenbach, C., & Ulbricht, L. (2019). Algorithmic governance. *Internet Policy Review*, 8(4). <https://doi.org/10.14763/2019.4.1424>

McNair, B. (2017). *An introduction to political communication* (6th ed.). Routledge.

Patten, S. (2015). Data-driven microtargeting in the 2015 general election. *Canadian Election Analysis*, 14(5).

Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods* (3rd ed.). Sage Publications.


Russell, S. J., & Norvig, P. (2016). *Artificial intelligence: A modern approach* (3rd ed.). Pearson Education Limited.

Say, C. (2022). *50 soruda yapay zekâ* (Bilim ve Gelecek Kitaplığı-17). 7 Renk Basım Yayım ve Filmcilik Ltd. Şti.

Sayın, O., & Ceyhan, A. İ. (2025). Siyasal İletişimde Yapay Zekâ ve Veri Odaklı Dönüşüm. *Journal of Management Theory and Practices Research*, 6(1), 29-49.

Sayın, O. (2024). Dijital pazarlamada yeni trend CGI animasyon teknolojisi: Avantaj ve dezavantajları. *İstanbul Kent Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 4(2), 21-46.

Trent, J. S., & Friedenber, R. V. (2008). *Political campaign communication: Principles and practices* (7th ed.). Rowman & Littlefield.

 <b>SUITDER</b> SÖĞ İSSAN VE TOPLUM BİLİMLERİ DERGİSİ Sakarya University Journal of Humanities and Social Sciences	
<b>Makale Bilgileri:</b>	
<b>Etik Kurul Kararı:</b>	Etik Kurul'dan izin alınmıştır
<b>Katılımcı Rızası:</b>	Katılımcılardan alınmıştır.
<b>Mali Destek:</b>	TÜBİTAK 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destekleme Programı kapsamında desteklenmiş olup 2023/2 dönem ve 1919B012332715 numaralı projeden üretilmiştir.
<b>Çıkar Çatışması:</b>	Çalışmada kişiler ve kurumlar arası çıkar çatışması bulunmamaktadır.
<b>Telif Hakları:</b>	Çalışmada kullanılan görsellerle ilgili telif hakkı sahiplerinden gerekli izinler alınmıştır.
<b>Article Information:</b>	
<b>Ethics Committee Approval:</b>	Ethics approval has been obtained.
<b>Informed Consent:</b>	Informed consent was obtained from the participants..
<b>Financial Support:</b>	This study was supported within the scope of the TÜBİTAK 2209-A Program for Supporting Undergraduate Research Projects under the project number 1919B012332715 for the 2023/2 term.
<b>Conflict of Interest:</b>	No conflict of interest.
<b>Copyrights:</b>	The required permissions have been obtained from the copyright holders for the images and photos used in the study.

