İletişim Bilimlerinde

YAPAY ZEKÂ PARADİGMASI

Editör: **Doç. Dr. Arzu Kalafat Çat**

EĞİTİM
yayınevi

İLETİŞİM BİLİMLERİNDE YAPAY ZEKÂ PARADİGMASI

Editör: Doç. Dr. Arzu Kalafat Çat

Yayınevi Grubu Genel Başkanı: Yusuf Ziya Aydoğan (yza@egitimyayinevi.com)
Genel Yayın Yönetmeni: Yusuf Yavuz (yusufyavuz@egitimyayinevi.com)
Sayfa Tasarımı: Kübra Konca Nam
Kapak Tasarımı: Eğitim Yayınevi Grafik Birimi

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı
Yayıncı Sertifika No: 76780

ISBN: 978-625-5014-78-8
E-ISBN: 978-625-5014-79-5
1. Baskı, Ekim 2026

Baskı Cilt: Vadi Grafik Tasarım ve Reklamcılık Ltd. Şti.
İvedik Org. San.1420. Cad. No: 58/1 Yenimahalle/Ankara
Matbaa Sertifika No: 47479

Kütüphane Kimlik Kartı

İLETİŞİM BİLİMLERİNDE YAPAY ZEKÂ PARADİGMASI
Editör: Doç. Dr. Arzu Kalafat Çat
ISBN: 978-625-5014-78-8
E-ISBN: 978-625-5014-79-5
IV+196 s., 160x240 mm
Kaynakça var, dizin yok.

Copyright © Bu kitabın Türkiye'deki her türlü yayın hakkı Eğitim Yayınevi'ne aittir. Bütün hakları saklıdır. Kitabın tamamı veya bir kısmı 5846 sayılı yasanın hükümlerine göre kitabı yayımlayan firmanın ve yazarlarının önceden izni olmadan elektronik/mekanik yolla, fotokopi yoluyla ya da herhangi bir kayıt sistemi ile çoğaltılamaz, yayımlanamaz.

EĞİTİM yayınevi

Yayınevi Türkiye Ofis:
Konya: Eğitim Yayınevi Tic. Ltd. Şti., Fevzi Çakmak Mah. 10721 Sok. B Blok, No: 16/B, Safakent, Karatay, Konya, Türkiye
İstanbul: Salon Yayınları, Atakent mah. Yasemen sok. No: 4/B, Ümraniye, İstanbul, Türkiye
Santral: +90 332 351 92 85
Editör hatları: +90 533 151 50 42, +90 507 151 50 43
bilgi@egitimyayinevi.com

Yayınevi Amerika Ofis: New York: Egitim Publishing Group, Inc.
P.O. Box 768/Armonk, New York, 10504-0768, United States of America
americaoffice@egitimyayinevi.com

Lojistik ve Sevkiyat Merkezi: Kitapmatik Lojistik ve Sevkiyat Merkezi, Fevzi Çakmak Mah. 10721 Sok. B Blok, No: 16/B, Safakent, Karatay, Konya, Türkiye
İnternet Satış: www.kitapmatik.com.tr
Whatsapp hattı: +90 553 950 50 37
bilgi@kitapmatik.com.tr

Kitabevi Şubesi: Eğitim Kitabevi, Şükran mah. Rampalı 121, Meram, Konya, Türkiye
Whatsapp hattı: +90 501 651 92 85
bilgi@egitimkitabevi.com

EĞİTİM YAYINEVİ GRUBU

İÇİNDEKİLER

VERİ, YAPAY ZEKÂ VE GAZETECİLİK: TARİHSEL BİR DEĞERLENDİRME 1
Halil Saç, Nurcan Törenli

REKLAMCILIK VE YAPAY ZEKÂ 27
Engin Coşkun

HALKLA İLİŞKİLERDE YAPAY ZEKÂ KULLANIMI 41
Hacer Hande Ergin Çağatay

ALGORİTMİK ANNELİK: *I AM MOTHER* FİLMİNDE YAPAY ZEKÂ VE EBEVEYNLİK PERFORMANSININ YENİDEN İNŞASI 57
Ülkü Hayriye İnci

PLATON, BAUDRİLLARD VE LEVİNAS BAĞLAMINDA COMPANİON (KUSURSUZ ARKADAŞ) FİLM ANALİZİ: YAPAY ZEKÂ ÇAĞINDA İLETİŞİM, HİPER-GERÇEKLİK VE ÖTEKİNİN İNŞASI 85
Vildan Doğanay

YAPAY ZEKÂ FENOMENLERİ TARAFINDAN GERÇEKLEŞTİRİLEN REKLAM İŞ BİRLİKLERİNE YÖNELİK TÜKETİCİ ALGISININ İNCELENMESİ 101
Arzu Kalafat Çat, Fuad Zamanov

YAPAY ZEKÂ DESTEKLİ ALGORİTMALARIN KISKACINDA İŞ HAYATINDAKİ VE DIŞINDAKİ GENÇ YETİŞKİNLER: TİKTOK, DİJİTAL YALNIZLIK VE FENOMEN ETKİSİ.....119
Cansel Arkalıç Shakır, Muhammed Ali Yetgin

DEZENFORMASYON VE YAPAY ZEKÂ.....131
İrem Ebru Yıldırım

ÜRETKEN YAPAY ZEKÂ VE DİJİTAL MAHREMİYET KRİZİ: GROK ÖRNEĞİ 143
Sevgi Pilgi

KURUMSAL İLETİŞİM VE YAPAY ZEKÂ 167
Süleyman Güven

STRATEJİK İLETİŞİM VE YAPAY ZEKÂ: KRİZ, DEZENFORMASYON VE ALGI YÖNETİMİ BAĞLAMINDA ÖRNEK OLAYLAR.....181
Aydın Yeşilyurt

STRATEJİK İLETİŞİM VE YAPAY ZEKÂ: KRİZ, DEZENFORMASYON VE ALGI YÖNETİMİ BAĞLAMINDA ÖRNEK OLAYLAR[1]

Aydın Yeşilyurt[2]

GİRİŞ

Dijitalleşme, stratejik iletişim süreçlerini yalnızca araçsal düzeyde değil, kurumların, liderlerin ve siyasal aktörlerin kamuoyu ile ilişki kurma biçimleri açısından da dönüştürmüştür. Stratejik iletişim, örgütlerin amaçlarını gerçekleştirmek için iletişimi bilinçli ve amaçlı biçimde kullanması olarak tanımlanmakta; yönetim, halkla ilişkiler, siyasal iletişim, pazarlama ve kampanya iletişimi gibi farklı alanları kesiştiren geniş bir çerçeve sunmaktadır (Hallahan vd., 2007). Bu çerçevede stratejik iletişim yalnızca hedef kitlelere mesaj ulaştırma faaliyeti değil; algı yönetimi, itibar koruma, kriz yanıtı, güven inşası ve kamuoyu ile sürdürülebilir ilişki kurma süreci olarak görülmektedir.

Sosyal medya platformları, çevrim içi haber ağları, algoritmik dolaşım ve anlık paylaşım pratikleri, stratejik iletişimi daha hızlı, görünür, kırılgan ve çok aktörlü bir alana taşımıştır. Bu dönüşüm, özellikle kriz, savaş ve seçim dönemlerinde doğru bilginin hızlı biçimde üretilmesini, sahte içeriklerin ayırt edilmesini ve kamuoyu güveninin korunmasını daha önemli hâle getirmiştir. Kriz iletişimi literatüründe Coombs'un durumsal kriz iletişimi kuramı, krizlerin kurumların itibarı üzerinde tehdit oluşturduğunu ve paydaşların krize yönelik algılarının yönetilmesinin stratejik önem taşıdığını vurgulamaktadır (Coombs, 2007). Bu nedenle yapay zekâ çağında kriz iletişimi, yalnızca açıklama yapma veya bilgi verme süreci değil; itibarın korunması, sorumluluğun çerçevelenmesi ve güvenin yeniden inşasıyla ilişkili bir stratejik iletişim alanı olarak değerlendirilmelidir.

Dijital iletişim ortamlarının hıza dayalı yapısı, dezenformasyonun yayılma kapasitesini de artırmaktadır. Wardle ve Derakhshan (2017), yanlış bilgi,

1 Bu çalışmada incelenen görsellerin betimlenmesi, örnek olayların tematik olarak sınıflandırılması ve metnin akademik dil açısından düzenlenmesi sürecinde yapay zekâ destekli araçlardan yardımcı kaynak olarak yararlanılmıştır. Çalışmanın konusu, nihai değerlendirmesi ve yorumları yazar tarafından gerçekleştirilmiştir.

2 Arş. Gör., Akdeniz Üniversite, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, Antalya, ayesilyurt@akdeniz.edu.tr, ORCID: orcid.org/0000-0003-3136-2437

dezenformasyon ve kötü niyetli bilginin birlikte ele alınması gerektiğini belirterek dijital ortamda bilgi düzensizliğinin çok katmanlı bir sorun alanı oluşturduğunu ortaya koymaktadır. Yapay zekâ destekli sahte video, yapay ses kaydı ve sentetik görseller bu bilgi düzensizliğini daha karmaşık hâle getirmektedir. Çünkü bu içerikler yalnızca yanlış bilgi üretmemekte; aynı zamanda görsel ve işitsel kanıt algısını da zayıflatmaktadır. Bu noktada Entman'ın çerçeveleme yaklaşımı da önemlidir. Entman'a göre çerçeveleme, gerçekliğin bazı yönlerini seçip öne çıkararak belirli bir problem tanımı, nedensel yorum, ahlaki değerlendirme ve çözüm önerisi üretir (Entman, 1993). Yapay zekâ ile üretilen veya manipüle edilen içerikler de kriz, savaş ya da seçim süreçlerinde kamuoyunun olayı nasıl algılayacağını belirleyen güçlü çerçeveler oluşturabilmektedir.

Üretken yapay zekâ, metin, görüntü, video ve ses üretimini kolaylaştırarak stratejik iletişim aktörlerine daha hızlı, yaratıcı ve dikkat çekici içerikler üretme imkânı sunmaktadır. Bununla birlikte aynı teknoloji, sahte video, yapay ses kaydı ve sentetik kriz görsellerinin inandırıcılığını artırarak kurumlar, liderler ve kamuoyu arasındaki güven ilişkisini zayıflatabilmektedir (Leslie ve Perini, 2024). Bu nedenle yapay zekâ, stratejik iletişim açısından çift yönlü bir teknoloji olarak değerlendirilmelidir. Bir yandan iletişim süreçlerini hızlandıran ve çeşitlendiren bir araç olarak işlev görmekte; diğer yandan deepfake videolar, yapay ses kayıtları ve sahte kriz görselleri aracılığıyla dezenformasyon, siyasal manipülasyon ve gerçeklik krizi yaratabilmektedir (Doss vd., 2023; Kılıç ve Kahraman, 2023; Leslie ve Perini, 2024).

Yöntem

Bu çalışmada nitel araştırma desenlerinden örnek olay analizi yaklaşımı benimsenmiştir. Örnek olay analizi, belirli bir olgunun kendi bağlamı içinde ayrıntılı biçimde incelenmesine imkân tanıdığı için bu araştırma açısından uygun görülmüştür (Stake, 1995; Yin, 2018). Araştırmada yapay zekâ destekli sahte ya da şüpheli içeriklerin stratejik iletişim süreçlerinde nasıl riskler ürettiği; kriz yönetimi, itibar, algı yönetimi, lider imajı, güven ve doğrulama pratikleri bağlamında ele alınmıştır.

Çalışmada amaçlı örnekleme yoluyla dört örnek olay seçilmiştir. Bu olaylar, yapay zekânın stratejik iletişim alanındaki farklı risk boyutlarını temsil etmeleri nedeniyle tercih edilmiştir. "Volodimir Zelenski'nin teslim olduğunu gösteren deepfake videosu, *savaş döneminde lider imajı, moral yönetimi ve psikolojik savaş bağlamında*"; "Pentagon yakınında patlama olduğunu iddia eden yapay zekâ görseli, *kriz iletişimi, güvenlik algısı ve panik yönetimi bağlamında*"; "Joe Biden'ın sahte robocall ses kaydı, *seçim iletişimi, seçmen davranışı ve lider sesinin manipülasyonu bağlamında*"; "Benjamin Netanyahu'nun kahve videosu tartışması ise *lider imajı, sosyal medya güveni, otantiklik ve doğrulama krizi bağlamında*" incelenmiştir.

Tablo 1. Araştırmada Kullanılan Örnek Olaylar

Olay	Yıl	Yapay zekâ kullanımı	Dijital diplomasi açısından önemi	Baskın tema	Haber Linki
Volodimir Zelenski'nin teslim olduğunu gösteren deepfake videosu	2022	Lider görüntüsünün sahte video ile yeniden üretilmesi	Savaş diplomasisinde dezenformasyon ve psikolojik savaş	Savaş dezenformasyonu	https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-60793392
Pentagon yakınında patlama gösteren AI görseli	2023	Sahte kriz görüntüsü	Kriz iletişimi, güvenlik algısı ve piyasa etkisi	Kriz ve panik üretimi	https://www.ntv.com.tr/dunya/pentagonun-yakinindaki-sahte-patlama-goruntusu-abd-borsasinda-panige-neden-oldu,gd0SFi4KVECvNDK53x61oA
Joe Biden sahte robocall ses kaydı	2024	Lider sesinin yapay zekâ ile taklit edilmesi	Seçim sürecinde siyasal manipülasyon ve lider otoritesinin taklidi	Seçim manipülasyonu	https://www.aa.com.tr/tr/dunya/bidenin-sahte-ses-kaydini-bir-sihirbazin-yapay-zekayla-yaptigi-ortaya-cikti/3146358
Benjamin Netanyahu kahve videosu	2026	Gerçek videonun yapay zekâ ürünü olduğu iddiası	Lider imajı, savaş bağlamında sosyal medya diplomasisi ve doğrulama krizi	Gerçeklik krizi	https://teyit.org/dosya/netanyahunun-yapay-zeka-ile-uretildigi-iddia-edilen-kahve-videosu-hakkinda-neler-soylenebilir

Veri toplama sürecinde haber metinleri, doğrulama platformlarının analizleri, akademik çalışmalar ve kamuya açık dijital içerikler kullanılmıştır. Çalışma, görüşme ya da anket uygulamasına değil, kamuya açık ikincil veriler üzerinden yürütülen betimsel ve yorumlayıcı analize dayanmaktadır. Dokümanların nitel araştırmalarda veri kaynağı olarak kullanılması, olayların bağlamsal, söylemsel ve iletişimsel yönleriyle incelenmesine imkân sunduğu için bu çalışma açısından uygun görülmüştür (Bowen, 2009).

Analiz sürecinde her örnek olay; olayın bağlamı, yapay zekânın kullanım biçimi, hedef alınan aktör ya da kurum, dolaşıma girdiği medya ortamı, stratejik iletişim açısından oluşturduğu risk ve baskın tema üzerinden değerlendirilmiştir. Böylece örnekler yalnızca "sahte" ya da "gerçek" olma yönüyle değil; lider imajı, kamuoyu algısı, kriz iletişimi, itibar, güven ve doğrulama pratikleri üzerindeki etkileriyle birlikte ele alınmıştır. Bu yaklaşım, örnek olay analizinin bağlamsal çözümleme mantığıyla uyumludur (Stake, 1995; Yin, 2018).

Bulgular dört ana tema altında yapılandırılmıştır. İlk tema, savaş döneminde lider imajı ve moral yönetimine yönelik yapay zekâ destekli müdahalelere odaklanmakta ve Zelenski deepfake videosu üzerinden tartışılmaktadır. İkinci tema, sahte kriz görsellerinin güvenlik algısı ve panik üretimi üzerindeki etkisini Pentagon patlama görseli üzerinden ele almaktadır. Üçüncü tema, yapay ses

kayıtlarının seçim iletişimi ve seçmen manipülasyonu açısından taşıdığı riskleri Biden robocall örneği üzerinden incelemektedir. Dördüncü tema ise gerçek ya da şüpheli içeriklerin lider imajı, otantiklik ve doğrulama krizini nasıl gündeme getirdiğini Netanyahu kahve videosu örneği üzerinden değerlendirmektedir.

Araştırma, dört örnek olayla ve kamuya açık ikincil verilerle sınırlıdır. Bu nedenle yapay zekâ destekli sentetik içeriklerin stratejik iletişim alanındaki tüm görünümlerini kapsama iddiası taşımamaktadır. Ayrıca olayların sosyal medya platformlarındaki yayılım hızları, algoritmik görünürlükleri, kullanıcı etkileşimleri ve hedef kitle üzerindeki etkileri doğrudan ölçülmemiştir. Bununla birlikte seçilen örnekler, yapay zekâ destekli içeriklerin savaş, kriz, seçim ve lider imajı bağlamında stratejik iletişim süreçlerinde nasıl riskler üretebildiğini karşılaştırmalı biçimde tartışmaya imkân sunmaktadır.

Bulgular

Bu bölümde, yapay zekâ destekli sahte ya da şüpheli içeriklerin stratejik iletişim süreçlerinde nasıl riskler ürettiği dört örnek olay üzerinden değerlendirilmiştir. İncelenen olaylar, yapay zekânın yalnızca teknik bir içerik üretim aracı olmadığını; savaş iletişimi, kriz yönetimi, seçim iletişimi, lider imajı, güven, otantiklik ve doğrulama süreçleri üzerinde doğrudan etkiler yaratabildiğini göstermektedir. Bulgular dört ana tema altında ele alınmıştır: savaş döneminde lider imajı ve moral yönetimine yönelik yapay zekâ destekli müdahaleler; sahte kriz görselleri ve panik üretimi, yapay ses kayıtları ve seçim iletişiminde manipülasyon; lider imajı, otantiklik ve doğrulama krizi.

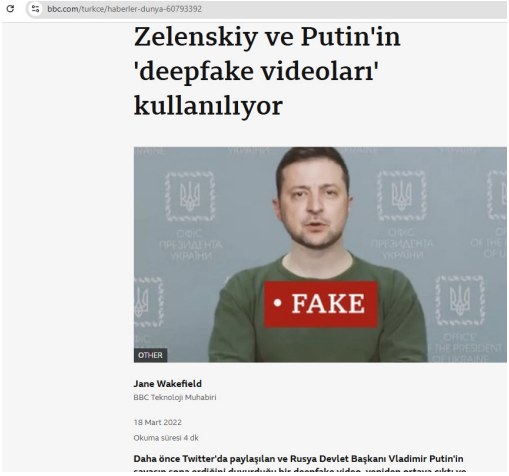
Savaş Döneminde Lider İmajı ve Moral Yönetimine Yönelik Yapay Zekâ Destekli Müdahaleler: Zelenski Deepfake Videosu

Savaş dönemlerinde stratejik iletişim, yalnızca askerî gelişmelerin duyurulması ya da resmî açıklamaların kamuoyuyla paylaşılmasıyla sınırlı değildir. Liderlerin kamuoyuna seslenme biçimleri, ulusal direniş anlatısı, askerî moral, uluslararası destek ve kriz anlarında güven üretme kapasitesi de savaş iletişiminin temel unsurları arasında yer almaktadır. Bu nedenle savaş dönemlerinde lider imajına yönelik müdahaleler, yalnızca bireysel bir temsil sorunu değil; aynı zamanda devletin direnç kapasitesini, kamuoyunun moralini ve uluslararası algıyı etkileyebilecek stratejik bir iletişim meselesidir. Volodimir Zelenski'nin teslim olduğunu gösteren deepfake videosu, yapay zekâ destekli sahte içeriklerin savaş iletişiminde lider imajını ve moral yönetimini nasıl hedef alabileceğini göstermesi bakımından dikkat çekici bir örnektir.

Tablo 2 Örnek Olaylar

Olay	Yıl	Yapay zekâ kullanımı	Stratejik iletişim açısından önemi	Baskın tema	Haber Linki
Volodimir Zelenski'nin teslim olduğunu gösteren deepfake videosu	2022	Lider görüntüsünün sahte video ile yeniden üretilmesi	Savaş diplomasisinde dezenformasyon ve psikolojik savaş	Savaş döneminde lider imajı, moral yönetimi ve psikolojik savaş	https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-60793392

Rusya-Ukrayna savaşı sırasında dolaşıma giren ve Ukrayna Devlet Başkanı Volodimir Zelenski'nin Ukrayna askerlerine teslim olma çağrısı yaptığını gösteren deepfake video, savaş ortamlarında lider temsilinin yapay zekâ aracılığıyla nasıl manipüle edilebileceğini ortaya koymaktadır. Reuters'ın aktardığına göre söz konusu video, Zelenski'nin Rusya'nın taleplerine teslim oluyormuş gibi gösterildiği düşük kaliteli ancak dikkat çekici bir deepfake içeriktir. Videoda Zelenski'nin askerlerine silah bırakmaları çağrısında bulunduğu izlenimi yaratılmıştır (Reuters, 2022). Her ne kadar video kısa sürede sahte olarak tespit edilse de bu örnek, yapay zekâ destekli içeriklerin savaş dönemlerinde psikolojik savaş ve dezenformasyon aracı olarak kullanılabileceğini göstermektedir.



Görsel 1 Rusya-Ukrayna Savaşı Sırasında Dolaşıma Giren ve Ukrayna Devlet Başkanı Volodimir Zelenski'nin Ukrayna Askerlerine Teslim Olma Çağrısı Yaptığını Gösteren Deepfake Videonun Görseli

Bu olayın stratejik iletişim açısından önemi, Zelenski'nin savaş sürecindeki liderlik performansıyla doğrudan ilişkilidir. Zelenski, savaş boyunca sosyal medya videoları, uluslararası konuşmalar ve doğrudan halka seslenişleri aracılığıyla hem Ukrayna kamuoyuna hem de uluslararası topluma direnç, kararlılık ve meşruiyet mesajı vermiştir. Bu nedenle onun görüntüsünün yapay

zekâ aracılığıyla manipüle edilmesi, yalnızca sahte bir video üretimi değil aynı zamanda savaş döneminde inşa edilen lider imajına, ulusal moral anlatısına ve uluslararası destek arayışına yönelik bir müdahale olarak düşünülmektedir. Başka bir ifadeyle deepfake video, stratejik iletişim açısından liderin sözünü, bedenini ve otoritesini sahte biçimde yeniden üreterek kamuoyunun güvenini zayıflatmayı hedefleyen bir kriz iletişimi sorunu üretmektedir. Boháček ve Farid de Rusya-Ukrayna savaşının yalnızca sahada değil, dezenformasyon cephesinde de sürdüğünü; Zelenski'nin teslim olduğunu gösteren deepfake videonun bu bilgi savaşının bir örneği olduğunu belirtmektedir (Boháček ve Farid, 2022).

Zelenski deepfake videosu, savaş iletişiminde görsel kanıt algısının kırılganlığını da ortaya koymaktadır. Dijital çağda liderlerin video mesajları, özellikle kriz ve savaş dönemlerinde güven üretmenin önemli yollarından biri hâline gelmiştir. Ancak üretken yapay zekâ teknolojileri, bu güven biçimini tartışmalı hâle getirmektedir. Bir liderin görüntüsünün ve sesinin taklit edilebilmesi, kamuoyunun resmî açıklamalara, sosyal medya paylaşımlarına ve görsel içeriklere yönelik güvenini zayıflatabilir. Bu durum, yalnızca sahte içeriğin kendisiyle sınırlı değildir; aynı zamanda gerçek içeriklerin de kuşkuyla karşılanmasına yol açabilecek daha geniş bir gerçeklik krizini beslemektedir.

Bu örnek, stratejik iletişimde hızlı doğrulama ve karşı mesaj üretme kapasitesinin önemini de göstermektedir. Savaş dönemlerinde yanlış bilginin yayılma hızı, kurumların ve liderlerin bu bilgiye vereceği yanıtın hızını da kritik hâle getirmektedir. Zelenski örneğinde deepfake videonun kısa sürede sahte olarak tespit edilmesi, dezenformasyonun etkisini sınırlamıştır. Ancak bu durum, gelecekte daha gelişmiş ve daha inandırıcı deepfake içeriklerin benzer bağlamlarda daha güçlü etkiler yaratabileceği riskini ortadan kaldırmamaktadır. Bu nedenle savaş dönemlerinde stratejik iletişim, yalnızca doğru mesaj üretme değil; aynı zamanda sahte mesajları hızlı biçimde teşhis etme, kamuoyunu bilgilendirme ve güveni yeniden kurma süreci olarak değerlendirilmelidir.

Zelenski deepfake videosu, yapay zekâ destekli sahte içeriklerin savaş iletişiminde lider imajı, moral yönetimi ve psikolojik savaş açısından ciddi riskler yaratabileceğini göstermektedir. Bu örnek, stratejik iletişim aktörlerinin kriz ve savaş dönemlerinde yalnızca kendi mesajlarını planlamalarının yeterli olmadığını; aynı zamanda sahte video, deepfake ve manipülatif içeriklere karşı hızlı doğrulama, açık bilgilendirme ve güven inşası mekanizmaları geliştirmeleri gerektiğini ortaya koymaktadır.

Sahte Kriz Görselleri ve Panik Üretimi: Pentagon Patlama Görseli

Kriz dönemlerinde stratejik iletişimin en önemli işlevlerinden biri, kamuoyuna hızlı, doğru ve güvenilir bilgi sunmaktır. Ancak yapay zekâ ile üretilen sahte görseller, gerçek bir kriz yaşanmadan da kriz algısı yaratabilmekte

ve kurumları ani açıklama yapmaya, yanlış bilgiyi düzeltmeye ve kamuoyunu yatıştırmaya zorlayabilmektedir. Bu bağlamda Pentagon yakınında patlama olduğunu gösteren yapay zekâ üretimi sahte görsel, stratejik iletişim açısından kriz algısı, panik yönetimi, güvenlik endişesi ve kurumsal doğrulama ihtiyacı bakımından dikkat çekici bir örnek oluşturmaktadır.

Tablo 3 Örnek Olaylar

Olay	Yıl	Yapay zekâ kullanımı	Stratejik iletişim açısından önemi	Baskın tema	Haber Linki
Pentagon yakınında patlama gösteren AI görseli	2023	Sahte kriz görüntüsü	Kriz iletişimi, güvenlik algısı, panik yönetimi ve kurumsal doğrulama ihtiyacı	Kriz ve panik üretimi	https://www.ntv.com.tr/dunya/pentagonun-yakinindaki-sahte-patlama-goruntusu-abd-borsasinda-panige-neden-oldu,gd0SFi4KVECvN-DK53x61oA

NTV'nin haberine göre, Pentagon yakınında patlama olduğunu gösteren sahte fotoğraf sosyal medyada yayılmış; mavi tikli bazı Twitter hesapları da dâhil olmak üzere çeşitli hesaplar tarafından paylaşılmıştır. Haberde, görselin ABD borsasında kısa süreli dalgalanmaya neden olduğu, Dow Jones'ta yaklaşık 80 puanlık düşüş yaşandığı ve S&P 500'de de kısa süreli gerileme görüldüğü aktarılmıştır. Arlington'daki polis ve itfaiye yetkilileri ise bölgede herhangi bir patlama veya yangın olmadığını açıklamıştır (NTV, 2023).



Görsel 2 Pentagon Yakınında Patlama Olduğunu Gösteren Yapay Zekâ Üretimi Sahte Görsel

Bu olay, yapay zekâ destekli sahte görsellerin stratejik iletişim açısından yalnızca yanlış bilgi sorunu olmadığını, aynı zamanda kriz üretme kapasitesine sahip olduğunu göstermektedir. Pentagon gibi askerî ve sembolik değeri yüksek bir kurumun hedef alınması, görselin etkisini artırmıştır. Çünkü Pentagon,

yalnızca bir bina değil; ABD'nin savunma kapasitesini, güvenlik mimarisini ve askerî otoritesini temsil eden stratejik bir mekândır. Bu nedenle Pentagon yakınında patlama olduğu izlenimini veren sahte bir görsel, kamuoyunda güvenlik endişesi yaratabilecek güçlü bir kriz çerçevesi üretmiştir.

Bu örnekte dikkat çekici olan nokta, sahte görselin etkisinin yalnızca sosyal medya kullanıcılarıyla sınırlı kalmamasıdır. Görselin bazı doğrulanmış hesaplar tarafından paylaşılması ve kısa süreli de olsa finansal piyasalarda dalgalanma yaratması, yapay zekâ üretimi içeriklerin kriz iletişimi açısından ne kadar hızlı sonuçlar doğurabileceğini göstermektedir. Bu durum, stratejik iletişimde doğrulanmamış görsel içeriklerin yalnızca enformasyon alanını değil, ekonomik ve kurumsal güven alanını da etkileyebileceğini ortaya koymaktadır.

Pentagon örneği, kriz iletişiminde hız ile doğruluk arasındaki gerilimi de görünür kılmaktadır. Dijital platformlarda kriz iddiası taşıyan içerikler çok kısa sürede yayılabilmekte; kurumların ise bu içerikleri doğrulaması, açıklama yapması ve kamuoyunu yatıştırması gerekmektedir. Bu süreçte geç kalınan her açıklama, sahte içeriğin daha fazla yayılmasına ve kamuoyunda belirsizliğin artmasına neden olabilmektedir. Ancak hızlı açıklama yapma baskısı da eksik ya da hatalı bilgi verme riskini beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla yapay zekâ çağında kriz iletişimi, yalnızca hızlı yanıt verme becerisi değil; aynı zamanda doğrulanmış, açık ve güvenilir bilgi üretme kapasitesi gerektirmektedir.

Bu olay aynı zamanda kurumların sosyal medya ekosistemindeki kırılgan konumunu da göstermektedir. Geleneksel kriz iletişiminde kurumlar çoğunlukla gerçek bir olay karşısında açıklama yaparken, yapay zekâ destekli sahte içeriklerle birlikte kurumlar artık gerçekleşmemiş olaylara da yanıt vermek zorunda kalmaktadır. Pentagon örneğinde herhangi bir patlama yaşanmamış olmasına rağmen, sahte görsel kurumları ve yerel yetkilileri açıklama yapmaya zorlamıştır. Bu durum, stratejik iletişim aktörlerinin kriz protokollerini yalnızca gerçek krizlere göre değil, sentetik kriz senaryolarına göre de yeniden düşünmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Pentagon sahte patlama görseli, algı yönetimi açısından da önemlidir. Görsel, olayın gerçekleştiğine ilişkin güçlü bir izlenim üretmiş; duman, bina ve patlama kompozisyonu aracılığıyla izleyicide acil bir güvenlik krizi algısı oluşturmuştur. Bu bağlamda yapay zekâ üretimi görseller, yalnızca bilgi aktaran içerikler değil, aynı zamanda belirli bir duygusal ve bilişsel tepki üreten çerçeveler olarak değerlendirilmelidir. Sahte bir görselin "kriz var" algısı yaratması, stratejik iletişimde görsel kanıtların artık daha dikkatli doğrulanması gerektiğini göstermektedir.

Pentagon yakınında patlama olduğunu gösteren yapay zekâ üretimi sahte görsel, stratejik iletişim açısından kriz algısı, panik üretimi, kurumsal güven ve

hızlı doğrulama ihtiyacını görünür kılan önemli bir örnektir. Bu olay, yapay zekâ destekli sahte içeriklerin yalnızca dezenformasyon üretmediğini; aynı zamanda kurumları kriz yönetimine zorlayan, piyasa tepkileri yaratabilen ve kamuoyunun güvenlik algısını etkileyebilen güçlü iletişimsel sonuçlar doğurabileceğini ortaya koymaktadır. Bu nedenle yapay zekâ çağında kriz iletişimi, gerçek krizlere yanıt verme kapasitesinin yanında, sahte kriz içeriklerini hızlı biçimde teşhis etme ve kamuoyunu güvenilir bilgiyle yönlendirme kapasitesini de içermelidir.

Lider İmajı, Siyasal Temsil ve Gerçeklik Krizi

Yapay zekâ destekli içerikler, liderlerin ses ve görüntülerini yeniden üretilebilir hâle getirerek siyasal temsilin güvenilirliğini tartışmaya açmaktadır. Lider imajı, dijital diplomasi açısından yalnızca kişisel popülerlik meselesi olarak görülmemektedir. Ayrıca devletin güvenilirliği, kriz yönetimi kapasitesi ve uluslararası kamuoyuna verilen mesajlarla doğrudan ilişkili olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle liderin sesinin veya görüntüsünün yapay zekâ ile taklit edilmesi hem iç kamuoyunu hem de dış kamuoyunu etkileyebilecek bir siyasal iletişim sorunu olarak değerlendirilebilir. Joe Biden'ın sahte robocall ses kaydı ve Benjamin Netanyahu'nun kahve videosu tartışması, bu bağlamda lider temsili ve gerçeklik krizi açısından dikkat çekici iki örnek olarak ele alınmaktadır.

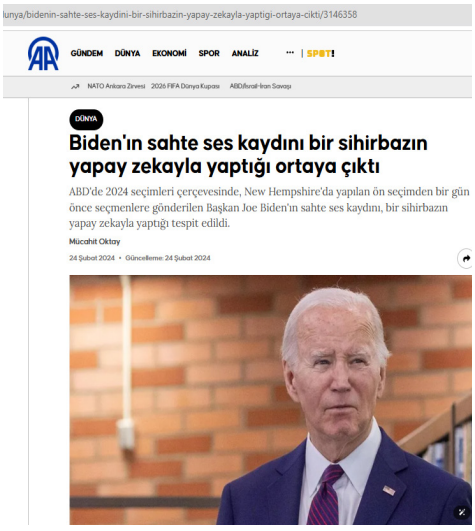
Yapay Ses Kayıtları ve Seçim İletişiminde Manipülasyon: Biden Robocall Örneği

Seçim dönemleri, stratejik iletişimin en yoğun ve en kırılgan biçimde işlediği süreçlerdir. Adayların söylemleri, lider imajları, kampanya mesajları, seçmen davranışları ve medya dolaşımı bu süreçte doğrudan siyasal sonuçlar üretebilmektedir. Yapay zekâ teknolojilerinin ses taklidi yapabilme kapasitesi ise seçim iletişimine yeni bir risk alanı eklemiştir. Liderlerin seslerinin yapay zekâ aracılığıyla taklit edilmesi, seçmenleri yanıltma, adayların otoritesini kötüye kullanma ve demokratik süreçlere müdahale etme potansiyeli taşımaktadır. Joe Biden'ın sahte robocall ses kaydı, yapay zekâ destekli ses manipülasyonunun seçim iletişimi açısından nasıl bir stratejik iletişim sorunu oluşturabileceğini göstermesi bakımından dikkat çekici bir örnektir.

Tablo 4 Örnek Olaylar

Olay	Yıl	Yapay zekâ kullanımı	Stratejik iletişim açısından önemi	Baskın tema	Haber Linki
Joe Biden sahte robocall ses kaydı	2024	Lider sesinin yapay zekâ ile taklit edilmesi	Seçim iletişimi, seçmen davranışı ve lider otoritesinin manipülasyonu	Seçim manipülasyonu	https://www.aa.com.tr/tr/dunya/bidenin-sahte-ses-kaydini-bir-sihirbazin-yapay-zekayla-yaptigi-ortaya-cikti/3146358

ABD'de 2024 seçimleri kapsamında New Hampshire'da yapılan ön seçimden bir gün önce seçmenlere dönemin Başkanı Joe Biden'ın sesini taklit eden sahte bir robocall gönderilmiştir. Anadolu Ajansı'nın haberine göre, Biden'ın sahte ses kaydının bir sihirbaz tarafından yapay zekâ kullanılarak üretildiği tespit edilmiştir. Haberde, söz konusu ses kaydını oluşturan kişinin New Orleans'ta sihirbazlık gösterileriyle geçinen Paul Carpenter olduğu; Carpenter'ın bu kaydı, Demokrat Parti'deki başka bir aday için çalışan Steve Kramer'in talebi üzerine hazırladığını söylediği aktarılmaktadır (Anadolu Ajansı, 2024).



Görsel 3 Joe Biden Sahte Robocall Ses Kayıt Haberi

Bu örnekte yapay zekâ, liderin görüntüsünü değil, sesini taklit ederek seçim iletişimine müdahale eden bir araç hâline gelmiştir. Ses, siyasal iletişimde liderliğin, otoritenin ve doğrudan hitabın önemli unsurlarından biridir (Katz–Navon vd., 2025). Bir liderin sesinin taklit edilmesi, yalnızca teknik bir sahtecilik değil; liderin sözüne, otoritesine ve seçmenle kurduğu güven ilişkisine yönelik bir müdahale olarak değerlendirilebilir. Biden örneğinde yapay zekâ ile üretilen ses kaydının seçmenleri oy kullanmamaya yönlendiren bir içerik olarak dolaşıma sokulması, yapay zekâ destekli manipülasyonun demokratik katılım üzerinde doğrudan etki yaratma potansiyelini göstermektedir.

Stratejik iletişim açısından bu olayın önemi, yapay ses kayıtlarının düşük maliyetle, hızlı biçimde üretilebilmesi ve seçmenlere doğrudan ulaşabilmesidir. Robocall gibi otomatik arama sistemleri, kişiselleştirilmiş ya da hedeflenmiş siyasal mesajların kısa sürede çok sayıda seçmene iletilmesine imkân tanımaktadır. Bu sistemlerin yapay zekâ ile üretilmiş sahte lider sesleriyle birleşmesi, seçim kampanyalarında yeni bir dezenformasyon biçimi ortaya çıkarmaktadır. Böylece seçmen, doğrudan liderden geldiğini düşündüğü bir

mesajla karşılaşabilmekte; ancak bu mesaj gerçekte manipülatif bir içerik olabilmektedir.

Biden robocall olayı, seçim iletişiminde güvenin ne kadar kırılgan hâle geldiğini de göstermektedir. Seçmenlerin adaylardan, kampanya ekiplerinden ya da resmî kurumlardan geldiğini düşündüğü sesli mesajlara güvenmesi, demokratik iletişim sürecinin önemli bir parçasıdır. Ancak yapay zekâ ile üretilen ses taklitleri, bu güven ilişkisini zayıflatmaktadır. Bu durum yalnızca sahte ses kaydının etkisiyle sınırlı değildir; gelecekte gerçek ses kayıtlarının da "yapay zekâ ile üretilmiş olabilir" şüphesiyle karşılanmasına yol açabilir. Dolayısıyla yapay ses teknolojileri hem sahte içerik üretimi hem de gerçek içeriklere yönelik kuşku üretimi bakımından stratejik iletişim alanını dönüştürmektedir.

Bu örnek, algı yönetimi açısından da önemlidir. Sahte robocall kaydı, Biden'ın sesini kullanarak seçmen davranışını yönlendirmeye çalışmıştır. Burada yapay zekâ, yalnızca bir içeriği sahte biçimde üretmekle kalmamış; aynı zamanda seçmenlerin karar alma sürecine müdahale edebilecek bir iletişim ortamı yaratmıştır. Bu nedenle yapay ses kayıtları, seçim dönemlerinde yalnızca bireysel bir aldatma girişimi değil, kamuoyu algısını ve demokratik süreci etkileyebilecek stratejik bir risk olarak değerlendirilmelidir.

Biden örneği, kriz yanıtı ve doğrulama mekanizmalarının seçim iletişiminde de kritik hâle geldiğini göstermektedir. Seçim dönemlerinde sahte içeriklerin etkisi, zaman baskısı nedeniyle daha güçlü olabilir. Çünkü seçmen davranışını etkilemek amacıyla üretilen bir içerik, seçimden hemen önce dolaşıma sokulduğunda kurumların, kampanya ekiplerinin ve medya kuruluşlarının yanıt verme süresi oldukça sınırlıdır. Bu nedenle seçim iletişiminde yapay zekâ kaynaklı manipülasyonlara karşı hızlı doğrulama, seçmenleri bilgilendirme, resmî açıklama yapma ve platformlarla iş birliği içinde hareket etme süreçleri stratejik önem taşımaktadır.

Joe Biden'ın sahte robocall ses kaydı, yapay zekâ destekli ses teknolojilerinin seçim iletişimi, seçmen davranışı, lider otoritesi ve demokratik güven açısından ciddi riskler yaratabileceğini göstermektedir. Bu olay, stratejik iletişim aktörlerinin yalnızca görsel deepfake içeriklere değil, yapay ses kayıtlarına karşı da hazırlıklı olması gerektiğini ortaya koymaktadır. Yapay zekâ çağında seçim iletişimi, yalnızca kampanya mesajlarının tasarlanması ve seçmene ulaştırılması süreci değil; aynı zamanda sahte içeriklerin tespiti, seçmen güveninin korunması ve demokratik iletişim ortamının savunulması süreci olarak değerlendirilmelidir.

Lider İmajı, Otantiklik ve Doğrulama Krizi: Netanyahu Kahve Videosu

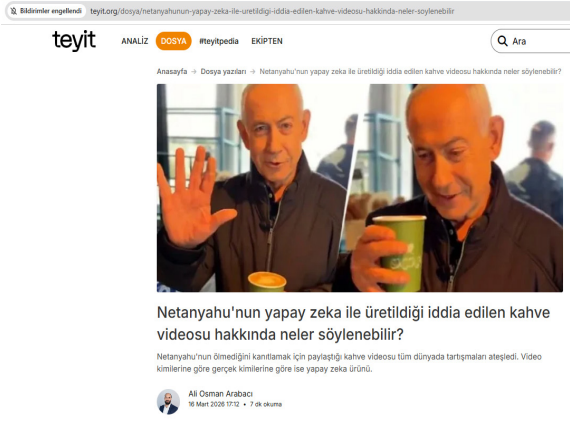
Yapay zekâ destekli içerikler, yalnızca sahte görüntü ya da ses üretimi yoluyla değil, gerçek içeriklerin de şüpheyle karşılanmasına neden olarak stratejik

iletişim süreçlerini dönüştürmektedir. Bu durum, özellikle lider imajı ve kriz dönemlerinde kamuoyu güveni açısından önemli bir sorun alanı oluşturmaktadır. Bir liderin resmî hesabından paylaştığı görüntünün bile yapay zekâ ürünü olup olmadığına dair tartışma yaratması, stratejik iletişimde otantiklik, doğrulama ve güven inşasının ne kadar kırılgan hâle geldiğini göstermektedir. Benjamin Netanyahu'nun kahve videosu tartışması, bu bağlamda lider imajı, sosyal medya güveni ve doğrulama krizi açısından dikkat çekici bir örnek olarak düşünüldüğünden araştırmaya dahil edilmiştir.

Tablo 5 Örnek Olaylar

Olay	Yıl	Yapay zekâ kullanımı	Stratejik iletişim açısından önemi	Baskın tema	Haber Linki
Benjamin Netanyahu kahve videosu	2026	Gerçek videonun yapay zekâ ürünü olduğu iddiası	Lider imajı, savaş bağlamında sosyal medya diplomasisi ve doğrulama krizi	Gerçeklik ve doğrulama krizi	https://teyit.org/dosya/netanyahunun-yapay-zeka-ile-uretildigi-iddia-edilen-kahve-videosu-hakkinda-neler-soylenebilir

Teyit'in analizine göre Benjamin Netanyahu, 15 Mart 2026'da resmî X hesabından Kudüs Tepeleri'ndeki bir kafede kahve sipariş ettiği bir video paylaşmıştır. Bu video, Netanyahu'nun hayatını kaybettiğine ilişkin sosyal medyada yayılan iddialara yanıt niteliği taşımaktadır. Ancak video, ölüm iddialarını sona erdirmek yerine yeni bir tartışma başlatmış; bazı kullanıcılar videonun yapay zekâ ile üretildiğini ileri sürmüştür. Teyit, X'in yapay zekâ sohbet botu Grok'un videoyu "yüzde 100 deepfake" olarak nitelendirdiğini, Hive Moderation adlı aracın ise videodan alınan bir kare için yüzde 99,9 oranında "yapay zekâ üretimi" sonucu verdiğini aktarmaktadır. Buna karşılık videonun çekildiği kafenin ziyareti bağımsız fotoğraflarla doğruladığı ve farklı tespit araçlarının farklı sonuçlar ürettiği de belirtilmektedir (Teyit, 2026).



Görsel 4 Benjamin Netanyahu'nun Kahve Videosu

Bu örnek, yapay zekâ çağında stratejik iletişim açısından yeni bir gerçeklik krizine işaret etmektedir. Biden robocall örneğinde sahte bir ses kaydı lider otoritesini taklit ederken, Netanyahu örneğinde gerçek olduğu yönünde güçlü kanıtlar bulunan bir video yapay zekâ şüphesiyle tartışmalı hâle gelmiştir. Bu durum, stratejik iletişimde sorunun yalnızca sahte içerik üretimiyle sınırlı olmadığını göstermektedir. Yapay zekâ teknolojilerinin yaygınlaşması, gerçek içeriklerin de şüphe altında kalmasına yol açmakta; böylece liderlerin kamuoyuna doğrudan seslenme ve güven üretme kapasitesi zayıflayabilmektedir.

Netanyahu videosunun stratejik iletişim açısından önemi, lider imajı ve kriz yanıtı ile doğrudan ilişkilidir. Ölüm iddiaları gibi yüksek belirsizlik içeren durumlarda liderin görünür olması, kamuoyuna güven verme ve söylentileri sonlandırma açısından önemli bir iletişim stratejisidir. Ancak bu örnekte liderin görünürlüğü, beklenen güven etkisini üretmek yerine yeni bir doğrulama tartışmasının konusu olmuştur. Böylece video, bir kriz yanıtı aracı olmaktan çıkarak bizzat krizin parçası hâline gelmiştir. Bu durum, yapay zekâ çağında stratejik iletişim aktörlerinin yalnızca içerik üretmeye değil, ürettikleri veya paylaştıkları içeriklerin nasıl doğrulanacağına da odaklanması gerektiğini göstermektedir.

Bu olay, sosyal medya platformlarında güvenin nasıl parçalı ve tartışmalı hâle geldiğini de ortaya koymaktadır. Resmî bir hesaptan paylaşılan içerik, geleneksel olarak güvenilirlik işareti olarak değerlendirilebilir. Ancak yapay zekâ çağında resmî paylaşım tek başına yeterli görülmemekte; kullanıcılar, doğrulama platformları ve yapay zekâ tespit araçları içeriğin gerçekliğini ayrıca sorgulamaktadır. Üstelik bu tespit araçlarının çelişkili sonuçlar üretmesi, doğrulama sürecini daha da karmaşık hâle getirmektedir. Teyit'in analizinde de farklı yapay zekâ tespit araçlarının aynı içerik hakkında farklı sonuçlar verdiği vurgulanmaktadır (Teyit, 2026). Bu durum, yapay zekâ tespit teknolojilerinin stratejik iletişimde yardımcı araçlar olarak kullanılabileceğini, ancak tek başına kesin kanıt olarak değerlendirilmemesi gerektiğini göstermektedir.

Netanyahu kahve videosu, otantiklik kavramının stratejik iletişimdeki önemini de görünür kılmaktadır. Lider imajı, yalnızca liderin ne söylediğiyle değil ne zaman, nerede ve nasıl göründüğüyle de inşa edilmektedir. Kriz dönemlerinde liderin fiziksel olarak görünmesi, süreklilik, kontrol ve güven mesajı üretebilir. Ancak bu görünürlüğün yapay zekâ şüphesiyle tartışmalı hâle gelmesi, liderin imaj yönetimini zorlaştırmaktadır. Bu nedenle yapay zekâ çağında lider görünürlüğü, sadece bir iletişim fırsatı değil aynı zamanda doğrulanabilirlik gerektiren bir risk alanı olarak da görülmektedir.

Bu örnek, kamuoyu algısının yönetimi açısından da önemlidir. Sosyal medyada yayılan ölüm iddialarına karşı paylaşılan video, bir karşı mesaj

niteliği taşımaktadır. Fakat videonun yapay zekâ ürünü olabileceğine ilişkin tartışmalar, karşı mesajın etkisini zayıflatmıştır. Böylece stratejik iletişimde "mesaj vermek" kadar, mesajın güvenilir biçimde kabul edilmesini sağlayacak bağlamsal ve teknik desteklerin de önemli olduğu görülmektedir. Özellikle yapay zekâ çağında kurumların ve liderlerin kriz anlarında paylaştıkları görsel içerikleri açık kaynak doğrulama, çoklu kanıt sunma, zaman/mekân bilgisi verme ve bağımsız teyit mekanizmalarıyla desteklemeleri gerekebilir.

Netanyahu kahve videosu, yapay zekâ çağında stratejik iletişimin yalnızca sahte içeriklerle mücadele etmekten ibaret olmadığını göstermektedir. Gerçek içeriklerin de yapay zekâ şüphesiyle tartışmalı hâle gelmesi, lider imajı, sosyal medya güveni, otantiklik ve doğrulama süreçleri açısından yeni bir kırılganlık üretmektedir. Bu nedenle stratejik iletişim aktörleri, kriz dönemlerinde içerik üretiminin yanında içeriklerin doğrulanabilirliğini, bağlamsal şeffaflığını ve kamuoyu nezdindeki güvenilirliğini de iletişim stratejisinin temel unsurları arasında değerlendirmelidir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma, yapay zekâ destekli sahte ya da şüpheli içeriklerin stratejik iletişim süreçlerinde nasıl riskler ürettiğini dört örnek olay üzerinden incelemiştir. Zelenski deepfake videosu, Pentagon sahte patlama görseli, Biden sahte robocall kaydı ve Netanyahu kahve videosu tartışması, yapay zekânın savaş, kriz, seçim ve lider imajı bağlamlarında stratejik iletişimi doğrudan etkileyebildiğini göstermektedir.

İncelenen örnekler, yapay zekânın yalnızca teknik bir içerik üretim aracı olmadığını; güven, itibar, algı yönetimi, kriz yanıtı ve doğrulama süreçlerini dönüştüren güçlü bir iletişim unsuru hâline geldiğini ortaya koymaktadır. Zelenski örneği, savaş dönemlerinde lider imajının ve moral yönetiminin deepfake içeriklerle hedef alınabileceğini göstermiştir. Pentagon örneği, yapay zekâ ile üretilen sahte bir görselin gerçek bir kriz yaşanmadan panik, güvenlik endişesi ve piyasa tepkisi oluşturabileceğini ortaya koymuştur. Biden örneği, yapay ses kayıtlarının seçim iletişiminde seçmen davranışını manipüle etme potansiyeline işaret etmiştir. Netanyahu örneği ise yapay zekâ çağında yalnızca sahte içeriklerin değil, gerçek içeriklerin de şüphe altında kalabileceğini göstermiştir.

Bu bağlamda yapay zekâ, stratejik iletişim açısından hem fırsat hem de risk üreten çift yönlü bir teknoloji olarak değerlendirilmelidir. Ancak bu çalışmada ele alınan örnekler, özellikle risk boyutunun kriz, seçim ve lider imajı gibi hassas alanlarda daha görünür hâle geldiğini göstermektedir. Yapay zekâ destekli içerikler, kurumların ve liderlerin güvenilirliğini zayıflatabilmekte, kamuoyunun gerçeklik algısını tartışmalı hâle getirebilmekte ve stratejik

iletişim süreçlerinde hızlı doğrulama ihtiyacını artırmaktadır.

Bu nedenle stratejik iletişim aktörlerinin yapay zekâ çağında yalnızca etkili mesaj üretmeye değil, aynı zamanda sahte içerikleri hızlı biçimde tespit etmeye, kamuoyunu doğru bilgilendirmeye ve güveni yeniden inşa etmeye odaklanması gerekmektedir. Kriz ve seçim dönemlerinde resmî açıklamaların hızlı, açık ve doğrulanabilir biçimde yapılması; yapay zekâ ile üretilen içeriklerin etiketlenmesi, platformlar, medya kuruluşları ve doğrulama birimleriyle iş birliği kurulması önem taşımaktadır. Sonuç olarak yapay zekâ çağında stratejik iletişim, mesaj yönetiminin ötesine geçerek güven, doğrulama, itibar ve kriz dayanıklılığı ekseninde yeniden düşünülmesi gereken bir alan hâline gelmiştir.

Araştırmanın Sınırlılığı ve Gelecek Çalışmalara Öneriler

Bu çalışmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. İlk olarak araştırma, yapay zekâ destekli sahte ya da şüpheli içeriklerin stratejik iletişim süreçlerindeki etkisini dört örnek olay üzerinden incelemiştir. Bu nedenle çalışma, yapay zekânın stratejik iletişim alanındaki tüm kullanım biçimlerini kapsama iddiası taşımamaktadır. İkinci olarak araştırma, kamuya açık haber metinleri, doğrulama platformları ve ikincil kaynaklar üzerinden yürütülmüştür. Dolayısıyla olayların sosyal medya platformlarındaki yayılım hızları, kullanıcı etkileşimleri, algoritmik görünürlükleri ve hedef kitle üzerindeki doğrudan etkileri ölçülmemiştir. Son olarak çalışma nitel ve yorumlayıcı bir çerçevede yürütüldüğü için bulgular genelleme amacı taşımamakta; yapay zekâ destekli içeriklerin stratejik iletişim açısından ürettiği riskleri anlamaya yönelik bir tartışma zemini sunmaktadır.

Gelecek çalışmalarda yapay zekâ destekli sahte video, yapay ses kaydı ve sentetik görsellerin kriz, seçim ve savaş iletişimindeki etkileri daha geniş örneklemlerle incelenebilir. Bu içeriklerin sosyal medya platformlarındaki yayılımı; beğeni, paylaşım, yorum, görüntülenme ve etkileşim oranları üzerinden nicel olarak analiz edilebilir. Ayrıca kullanıcıların deepfake video, yapay ses kaydı ve sahte kriz görsellerini nasıl algıladığını, bu içeriklere ne ölçüde güvendiğini ve doğrulama davranışlarının nasıl şekillendiğini ortaya koymak amacıyla anket, deneysel tasarım veya odak grup görüşmeleri yapılabilir. Böylece yapay zekânın stratejik iletişim alanındaki etkileri kullanıcı, kurum, platform ve politika düzeylerinde daha bütüncül biçimde değerlendirilebilir.

KAYNAKÇA

Anadolu Ajansı. (2024, 24 Şubat). *Biden'ın sahte ses kaydını bir sihirbazın yapay zekayla yaptığı ortaya çıktı*. https://www.aa.com.tr/tr/dunya/bidenin-sahte-ses-kaydini-bir-sihirbazin-yapay-zekayla-yaptigi-ortaya-cikti/3146358

Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal, 9*(2), 27-40. DOI: 10.3316/QRJ0902027.

Coombs, W. T. (2007). Protecting organization reputations during a crisis: The development and application of situational crisis communication theory. *Corporate Reputation Review, 10*(3), 163-176. DOI: 10.1057/palgrave.crr.1550049.

Doss, C., Mondschein, J., Shu, D., Wolfson, T., Kopecky, D., Fitton-Kane, V. A., Bush, L. ve Tucker, C. (2023). Deepfakes and scientific knowledge dissemination. *Scientific Reports, 13*(1), 13429. DOI: 10.1038/s41598-023-39944-3.

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication, 43*(4), 51-58.

Hallahan, K., Holtzhausen, D., van Ruler, B., Verčič, D. ve Sriramesh, K. (2007). Defining strategic communication. *International Journal of Strategic Communication, 1*(1), 3-35. DOI: 10.1080/15531180701285244.

Kılıç, B. ve Kahraman, M. E. (2023). Current usage areas of deepfake applications with artificial intelligence technology. *İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi, 3*(2), 301-332. DOI: 10.59534/jcss.1358318.

Leslie, D. ve Perini, A. M. (2024). Future shock: Generative AI and the international AI policy and governance crisis. *Harvard Data Science Review, Special Issue 5*. DOI: 10.1162/99608f92.88b4cc98.

McNulty, J. (1993). Television's impact on executive decision making and diplomacy. *The Fletcher Forum of World Affairs, 17*(1), 67-83.

NTV. (2023, 23 Mayıs). *Pentagon'un yakınındaki sahte patlama görüntüsü, ABD borsasında paniğe neden oldu*. https://www.ntv.com.tr/dunya/pentagonun-yakinindaki-sahte-patlama-goruntusu-abd-borsasinda-panige-neden-oldu,gd0SFi4KVECvNDK53x61oA

Reuters. (2022, 16 Mart). *Deepfake footage purports to show Ukrainian president capitulating*. https://www.reuters.com/world/europe/deepfake-footage-purports-show-ukrainian-president-capitulating-2022-03-16/

Stake, R. E. (1995). *The art of case study research*. Thousand Oaks: Sage.

Teyit. (2026, 16 Mart). *Netanyahu'nun yapay zeka ile üretildiği iddia edilen kahve videosu hakkında neler söylenebilir?* https://teyit.org/dosya/netanyahunun-yapay-zeka-ile-uretildigi-iddia-edilen-kahve-videosu-hakkinda-neler-soylenebilir

Wardle, C. ve Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe.

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods*. Thousand Oaks: Sage.