



YAPAY ZEKÂ DESTEKLİ POPÜLİZM: SİYASİ KAMPANYALARDA YENİ DİNAMİKLER VE RİSKLER

ARTIFICIAL INTELLIGENCE-DRIVEN POPULISM: NEW DYNAMICS AND RISKS IN POLITICAL CAMPAIGNS

Umut Turgut YILDIRIM

İnönü Üniversitesi

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

umutturgut.yildirim@inonu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-2676-7157

ÖZ

Geliş Tarihi:

25.07.2025

Kabul Tarihi:

08.10.2025

Yayın Tarihi:

04.12.2025

Anahtar Kelimeler

Popülizm,
Yapay Zekâ,
Siyasi Kampanyalar.

Keywords

Populism,
Artificial
Intelligence,
Political Campaigns.

Bu çalışma, yapay zekânın popülist siyasi kampanyalarda ne tür yeni dinamikler yarattığını, popülist aktörlere ne gibi avantajlar sunduğunu ve bu sürecin beraberinde getirdiği temel sorunları analiz etmeyi amaçlamaktadır. Çalışmada, yorumsamacı ve eleştirel sosyal bilim paradigmalarından beslenen nitel bir araştırma deseni benimsenmiş; literatür analizi, önceki araştırmaların karşılaştırmalı analizi, ikincil veri analizi ve doküman analizi teknikleri kullanılmıştır. Çalışmadaki temel sorunsal, yapay zekânın popülist söylem ve stratejileri nasıl dönüştürdüğü, ne tür somut avantajlar sağladığı ve özellikle mahremiyet, manipülasyon ve demokratik hesap verebilirlik bağlamında hangi sorunları gündeme getirdiğidir. Bu minvalde, popülist stratejilerin yapay zekâ teknolojileriyle etkileşiminin özellikle seçmen hedefleme, mesaj kişiselleştirme, içerik üretimi ve dezenformasyon yayılımı gibi pratikler üzerinden siyasi iletişim süreçlerini nasıl yeniden şekillendirdiği temel inceleme alanını oluşturmaktadır. Sonuç olarak bu çalışma, yapay zekâ destekli popülizmin demokratik katılım, kamusal tartışmanın niteliği ve seçim süreçlerinin adilliği açısından hem dönüştürücü fırsatlar hem de önemli riskler barındıran karmaşık ve çok boyutlu bir olgu olduğunu ileri sürmektedir.

ABSTRACT

This study aims to analyse the new dynamics created by artificial intelligence in populist political campaigns, the advantages it offers to populist actors, and the fundamental problems that this process entails. The study adopts a qualitative research design drawing on interpretative and critical social science paradigms, utilizing methods such as literature analysis, comparative analysis of previous research, secondary data analysis, and document analysis. Its core problematic concerns how artificial intelligence transforms populist discourse and strategies, what concrete advantages it provides to populists, and what issues its use raises, particularly in the context of privacy, manipulation, and democratic accountability. Within this framework, the primary area of investigation is the interaction of populist strategies with artificial intelligence technologies and how this interaction reshapes political communication processes, especially through practices like voter targeting, message personalization, content generation, and disinformation dissemination. In conclusion, this study claims that artificial intelligence-supported populism is a complex and multidimensional phenomenon, presenting both transformative opportunities and significant practical risks for democratic participation, the quality of public debate, and the fairness of electoral processes.

DOI: <https://doi.org/10.30783/nevsosbilen.1750472>

Atıf/Cite as: Yıldırım, U. T. (2025). Yapay zekâ destekli popülizm: Siyasi kampanyalarda yeni dinamikler ve riskler. *Neveşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi, Sosyal Bilimlerde Yapay Zekâ: Kuram, Uygulama ve Gelecek Perspektifleri Özel Sayısı*, 352-367.

Giriş

Popülist hareketlerin küresel ölçekte dikkat çekici bir yükselişinin söz konusu olduğu günümüz siyasetine (Cox, 2018: 10) yapay zekâ (YZ) teknolojilerinin nüfuz ettiği dikkate alındığında, teknoloji çağında siyasetin yeni bir dönüşümün eşiğinde olduğu gözlemlenmektedir. Geleneksel yöntemlerden uzaklaşarak siyasi iletişimin teknolojik yeniliklerle donatıldığı bu dönemde, popülist aktörlerin YZ'yi bir araç olarak kullanma biçimleri, hem sunduğu imkânlar hem de barındırdığı riskler açısından güncel ve kritik bir araştırma konusu olarak öne çıkmaktadır. YZ-popülizm arasındaki bu kesişim noktası, mevcut demokratik süreçlerin geleceği üzerine derinlemesine düşünmeyi zorunlu kılmaktadır. Bu uğraş, akademik çevrelerce giderek sahiplenilmeye başlamıştır. Örneğin, önde gelenlerden Tomic vd.,'in (2023) çalışması, bu teknolojilerin kampanya stratejilerini, seçmen hedeflemesini ve genel seçim sürecini nasıl etkilediğini inceleyerek YZ'nin siyasi kampanyaların verimliliğini ve etkinliğini artıran merkezî bir araç hâline geldiği sonucuna varmıştır. Zira değişen medya ortamlarında seçim kampanyalarının ve stratejilerinin dönüşümü (Delli Carpini ve Williams, 2020), geleneksel ve yeni medyanın siyasal pazarlama, kamuoyu ve seçim sonuçları üzerindeki etkileri (Baban ve Güzel, 2015; Marletti, 2002) ve geleneksel medyadan alternatif medyaya geçiş gibi konular, literatürde hâlihazırda geniş yer bulmaktadır. Son yollarda siyasi reklamlardaki ikna stratejileri (Baker, 2009), modern kampanyalarda profesyonellik, teknoloji ve veri analitiğinin rolü (Cohen, 2021) ve farklı medya kanallarının seçmen davranışı ile kampanya etkinliği üzerindeki etkileri, siyaset-teknoloji arasındaki ilişkiye odaklanmış çalışmaların başlıca konuları arasındadır. Bu çalışmalar genel anlamda, teknolojinin siyaseti özellikle iletişim noktasında ileriye götürdüğü kavşaklarında birleşmişlerdir. Bununla birlikte, Howard (2005: 169) gibi bazı çalışmalar dijital medyanın siyasi bilgiyi daha geniş tabanlara yaymasına rağmen siyasi katılımı yüzeyselleştirdiğinin ve zayıf vatandaşlık olgusuna yol açabileceğinin altını çizmektedir. Diğer ifadeyle de-politizasyona neden olabileceği vurgulanmaktadır.

YZ-medya-siyaset ilişkisindeki bu tartışmalar, özellikle popülist siyasetin yükselişi ve YZ gibi ileri teknolojilerin seçim kampanyalarına giderek daha fazla entegre olduğu yakın tarihte karmaşık bir hâl almaktadır. Bu nedenle, popülist aktörlerin yeni teknolojik araçları nasıl kullandığını ya da kullanabileceğini, bu kullanımın siyasi kampanyalara ne gibi yenilikler getirdiğini ve gelecekte ne tür fırsatlar veya riskler barındırdığını inceleyen literatürün önemi giderek artmaktadır. Mevcut çalışmalarla bu önem, belirli bir birikimi var etmiştir. Örneğin Levy'in (2018) çalışması, özellikle mavi yaka ve büro işlerinde YZ kaynaklı istihdam kayıplarının, popülist siyasetçilerin halk ile elit arasındaki kutuplaşmayı körükleyerek siyasi sermaye devşirmelerine olanak tanıdığını ve bu durumun 2016'daki Amerika Birleşik Devletleri (ABD) başkanlık seçimleri gibi vakalarla desteklenebileceğini öne sürmektedir. YZ'nin popülist siyasetteki rolüne ilişkin farklı bir boyut, Radulescu (2024) tarafından algoritmik popülizm kavramıyla tartışılmıştır. Buna göre sosyal medya algoritmalarının popülist mesajları geniş kitlelere ulaştırarak demokrasiye yönelik önemli riskler barındırdığı ve istihbarat faaliyetleri açısından da güvenlik sorunları doğurduğu ileri sürülmektedir. Öte yandan, YZ'nin bizzat elitler tarafından ideolojik bir araç olarak kullanılma potansiyeline dikkat çeken Vesa ve Tienari (2020), YZ tabanlı akıllı sistemlerin rasyonelleştirilmiş hesap vermeme algısı yaratarak güç yoğunlaşmasına sebebiyet verebileceğini ve bunun bir tür elit popülizmini doğurabileceğini belirtmektedir. Bununla birlikte, Burova (2022) popülist liderlerin basit ve gelenekselci yöntemlerle kitleleri mobilize etmeye çalıştıklarını vurgulayarak, YZ ve dijitalleşme gibi küresel teknolojik dönüşümler karşısında etkili iletişim politikaları üretmekte yetersiz kaldıklarını ve popülizmin YZ toplumları karşısında bir kriz çözümünden çok bir tepkisellik aracı olduğunun altını çizmektedir.

YZ teknolojilerine maruz kalmanın bireylerin popülist tutumları ve yeniden dağıtım talepleri üzerindeki etkisini araştıran Manschein (2023), YZ deneyiminin ardından popülist tutumlarda kısmi bir artış olduğunu, fakat yeniden dağıtımda bir değişiklik olmadığını tespit etmiştir. Öte yandan, popülist hükümetlerin çevrimiçi platformların algoritmik parametrelerini manipüle ederek söylemler ürettiği Syeda (2023) tarafından ortaya koyulmuştur. Çalışmada, mikro hedefleme ve kişiselleştirme yoluyla bu sürecin kolaylaştırıldığı ve veri koruma yasalarındaki eşitsizliklerle birleşerek küresel demokratik çerçeveyi (özerklik, ifade özgürlüğü, çoğulculuk gibi) tehdit ettiği vurgulanmıştır. Saffulah ve Parveen (2022) de teknolojik dönüşümün bir başka göstergesi olarak siyasi partilerin ve politikacıların yeni teknolojilere giderek daha fazla güvendiğini ya da güvenmek zorunda olduğunu ileri sürmüşlerdir. Büyük veri, YZ ve makine öğrenmesinin artık seçmen davranışlarının analizi için değil, strateji oluşturma ve uygulama süreçlerindeki sayısız diğer işlem için de kullanıldığını belirtmişlerdir. Bu tespitten hareketle, siyasi kampanyaların teknolojiye olan bağımlılığının arttığı ve partilerin seçmenle etkileşim kurma bakımından strateji geliştirme yöntemlerinin köklü bir dönüşümden geçtiği ifade edilebilir. Örneğin,

Yunanistan'daki 2019 genel seçimleri bağlamında popülist iletişimin ve Facebook kampanyalarının kesişimini aktör merkezli bir yaklaşımla inceleyen Triantafyllidou ve Lappas (2022), popülist partilerin Facebook'taki kullanıcı etkileşimi açısından seçimi kazanan ana akım Yeni Demokrasi Partisi tarafından geride bırakıldığını ortaya koymuştur. Çalışma, ayrıca, popülist ve popülist olmayan aktörler arasında kullanılan iletişim stratejileri açısından önemli farklar olduğunu ve bu stratejilerin kullanıcı etkileşimi üzerindeki etkisinin adayların popülist kimliğine ve siyasi yelpazedeki konumuna göre değiştiğini göstermiştir. Bu tartışmalar, YZ'nin popülist siyasetteki rolünün çok boyutlu olduğunu ve hem fırsatlar hem de ciddi riskler barındırdığını ortaya koymaktadır. Her ne kadar mevcut literatür YZ'nin seçim kampanyalarındaki rolünü ve popülist siyaset üzerindeki etkisini genel hatlarıyla ortaya koymuş olsa da popülist aktörlerin YZ araçlarını nasıl ve hangi stratejilerle kullandığına ilişkin sistematik ve kapsamlı çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bu nedenle mevcut çalışma, YZ teknolojilerinin siyasi kampanyalara entegrasyonunun, popülist hareketlerin siyasi söylemlerini ve seçmen etkileşimlerini nasıl değiştirdiğini ve bunun demokrasi için ne gibi fırsatlar ve tehditler barındırdığını incelemeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda, şu temel sorulara yanıt aranmaktadır:

YZ, popülist söylemin ve stratejilerin siyasi kampanyalardaki yerini nasıl değiştirmektedir/değiştirebilir? Diğer ifadeyle YZ, popülist söylemlerin hedef kitlelere ulaştırılma yöntemlerini nasıl değiştirebilir ya da değiştirme potansiyeline sahiptir? Popülist aktörler, YZ teknolojilerinden siyasi kampanyalarında ne tür somut avantajlar elde etmektedir/edebilir? Son olarak da YZ'nin popülist kampanyalarda kullanımı hangi temel soru(n)ları gündeme getirmektedir ve bu sorunların demokratik süreçler açısından önemi ne olabilir?

Çalışmada, popülist stratejilerin YZ teknolojileriyle nasıl iç içe geçtiğine ve bu etkileşimin yeni siyaset pratiklerini nasıl yeniden şekillendirdiğine odaklandığı belirtilebilir. Çalışmanın yöntemi, sosyal bilimlerdeki temel araştırma yaklaşımları referans alınarak hazırlanmıştır. Sosyal bilimlerde toplumsal araştırmalar genellikle pozitivist sosyal bilim, yorumsamacı sosyal bilim ve eleştirel sosyal bilim olmak üzere üç temel yaklaşım kullanılarak yürütülmektedir. Pozitivist sosyal bilim yaklaşımı, eski ve yaygın yaklaşım olup, insan etkinliğinin genel kalıplarını kestirmek amacıyla olasılığa dayalı nedensel yasaları bulmaya ve doğrulamaya odaklanmaktadır. Yorumsamacı sosyal bilim, insanların birbirleriyle nasıl etkileşime girdiği, kendi toplumsal dünyalarını nasıl oluşturduğu ve sürdürdüğü hakkında anlayış ve yorumlara varmak üzere toplumsal olarak anlamlı eylemin doğrudan ayrıntılı gözlem yoluyla sistematik analizini içerir. Eleştirel sosyal bilim yaklaşımı, insanların koşulları değiştirmesine ve kendileri için daha iyi bir dünya kurmasına yardımcı olmak üzere maddi dünyanın gerçek yapılarını açığa çıkarmak için yüzeydeki illüzyonların ötesine geçen eleştirel bir sorgulama sürecini benimser (Neuman, 2013). Bu çalışma daha ziyade yorumsamacı ve eleştirel sosyal bilim yaklaşımlarından beslenmektedir. Popülizmin manipülatif doğası ve YZ teknolojilerinin siyasal sistem üzerindeki subjektif etkiler dikkate alındığında yorumsamacı ve eleştirel bir sorgulama yaklaşımının, bu konunun incelenmesi açısından önemli avantajlar sunacağı düşünülmüştür. Bu çerçevede literatür analizi, önceki araştırmaların karşılaştırmalı analizi, ikincil veri analizi ve doküman incelemesi gibi spesifik teknikler kullanılarak elde edilen bulgular betimsel olarak analiz edilmiş ve değerlendirmeler sentezlenmiştir. İlk olarak, literatür ışığında popülizm ve YZ'nin kavramsal çerçevesi çizilmiş, sonrasında bu iki olgunun kavşak noktaları incelenmiştir. Tartışma bölümünde YZ'nin popülist siyasete getirdiği dinamikler ve riskler ele alınmıştır. Sonuç bölümünde değerlendirmelere ve gelecek öngörülerine yer verilmiştir.

Popülizm ve Yapay Zekâ

Popülizm kavramının etimolojik kökenleri 19. yüzyılın sonlarına uzanmaktadır. İngilizcede "halk" anlamına gelen "people" sözcüğünden türemiştir. Kavram, ilk dönemlerde yeni bir olgu olarak halkın siyasi düzende merkezi bir aktör olarak konumlandırılmasını ve demokratik prensiplerin ön plana çıkarılmasını ifade etmekteydi (Orhan, 2020: 800). Bu ilk anlamıyla popülizm, tarih sahnesine 1891 yılında Amerikan Halk Partisi'nin siyasi eylemlerini tanımlamak amacıyla girmiştir (Çarkoğlu vd. 2022). "Sıradan" bireylerin siyasal sistemde söz sahibi olmalarının, entelektüel çevreler ile siyaset-devlet adamları tarafından dirençle karşılandığı bir dönemde ortaya çıkan popülizm, sıklıkla entelektüel karşıtı bir karakter kazanarak gelişmiştir. Bu süreçte, siyasetçilerin halkın gündelik sorunlarını ve taleplerini siyasi ajandalarının merkezine taşıyarak politikalar üretme yoluna gitmeleri, popülizm için dönüm noktası olmuştur. Kitleleri mobilize etmek amacıyla karşıt grup veya düşünce yaratarak (öteki) entelektüelleri, varlıklı kesimleri veya devlet erkânını halk iradesinin önündeki engeller olarak sunan ve

bu yolla geniş halk kitlelerinin desteğini sağlamaya çalışan hareketler, popülizmin temel karakterini çizmiştir (Kuzminski, 2008). Popülizm, ortaya çıkışını takip eden süreçte yalnızca Amerikan Halk Partisi taraftarlarıyla sınırlı kalmamış, farklı coğrafyalara yayılarak ülkelerin özgün siyasi, sosyal ve ekonomik koşullarından da etkilenmiştir. Başlangıçtaki dar anlamından uzaklaşarak çeşitli politik hareketleri, aktörleri ve olayları tanımlamak ve nitelemek için başvurulmuş daha geniş kapsamlı bir kavram hâline gelmiştir (Orhan, 2020). Bu süreç, kavramın grift bir yapıya dönüşmesine ve anlamının muğlaklaşmasına neden olmuştur. Fakat kavram, tanımlamak amacıyla ilk olarak 1967 yılında Londra Ekonomi Okulu'nda düzenlenen konferansta tartışılmış olsa da ortak bir tanım üzerinde fikir birliğine varılamamıştır (Yılmaz, 2017: 36). Bununla birlikte, literatürde öne çıkan ve kabul gören dört temel tanımdan bahsetmek mümkündür (Baykan, 2019: 15).

Bu yaklaşımlardan ilki ve literatürde yaygın referans gösterileni Cas Mudde'ye aittir. Mudde (2004: 543) popülizmi, "toplumun 'saf halk' ve 'yozlaşmış elit' olmak üzere iki homojen ve birbirine karşıt gruba ayrıldığını varsayan ve siyasetin halkın genel iradesinin bir ifadesi olması gerektiğini savunan, ince merkezli bir ideoloji" olarak tanımlamaktadır. İkinci öne çıkan tanım, Kurt Weyland'ın Güney Amerika'daki popülist iktidarlar üzerine yürüttüğü çalışmalar neticesinde şekillenmiştir. Weyland (2001:14) popülizmi, bir liderin önderliğindeki siyasi hareketin iktidarı elde etmek veya kullanmak amacıyla aracı kurumları devre dışı bırakarak, genellikle örgütsüz ve geniş bir taraftar kitlesinin doğrudan desteğine dayandığı siyasi strateji olarak tanımlamıştır. Üçüncü olarak kabul gören tanımlama da Ernesto Laclau tarafından geliştirilmiştir. Laclau'ya (2018) göre popülizm, ne bir ideoloji ne de sabit bir dünya görüşüdür. Popülist iktidarlar halkı homojen bir bütün olarak inşa etmeye çalışır ve toplumu biz ve onlar şeklinde iki kutba ayırır. Bu ayrım, ortak bir çıkar ve kimlik oluşturma çabasıyla gerçekleştirilir ve bir anlamda toplum yeniden inşa edilir. Laclau (2018) popülizmi, çeşitli toplumsal taleplerin bir araya getirilerek belirli bir siyasi yönelime doğru seferber edildiği hegemonik bir söylem olarak değerlendirmiştir. Dördüncü olarak Pierre Ostiguy'nin (2017) kültürel-ilişkisel yaklaşımı literatürde kabul görmektedir. Bu yaklaşım, popülizmi yalnızca siyasi veya ekonomik bir olgu olarak değil, kültürel ve sosyolojik bir ilişki biçimi olarak da ele almıştır. Ostiguy, popülizmi analiz ederken dikey (üst-alt) ve yatay (merkez-çevre) boyutları kullanmıştır. Dikey popülizm, halk ile elit arasındaki gerilimi ifade ederken yatay popülizm ülkede hakim olan genel kültürel ve sosyal değerler ile yeni ortaya çıkıp marjinal kabul edilen değerler veya toplumsal değişimler arasındaki çatışmaları tanımlamıştır. Örneğin, yatay popülizmde yabancılar veya mülteciler, "ülkenin kalkınması ve kültürel bütünlüğü önündeki yegâne engel" olarak sunulmuştur (Yıldırım, 2023: 125).

Popülizmin "ince merkezli" olması, varlığını sürdürebilmesi ve siyasi bir çerçeve kazanabilmesi için genellikle daha "yoğun merkezli" ideolojilerle birleşme veya onlara eklenme ihtiyacını beraberinde getirmiştir. Bu nedenle popülist hareketler ve iktidarlar, politikalarını ve söylemlerini genellikle sosyalizm, liberalizm, muhafazakârlık veya İslamcılık gibi köklü ideolojilerden biri veya birkaçının temel prensipleri üzerine inşa etmişlerdir (Nas, 2018: 184). Canovan (1981: 7) bu durumu, Külkedisi metaforuyla açıklamaktadır. Bu metafora göre popülist liderler, siyasi amaçlarına ve konjonktüre en uygun ideolojik "ayakkabıyı" bulana dek farklı ideolojik çerçeveler arasında bir arayış içinde olurlar. Bu esnek ve eklektik doğası nedeniyle de popülizm literatürde sıklıkla "sağ popülizm" ve "sol popülizm" gibi farklı yaklaşımlar etrafından analiz edilmektedir.

İdeolojilerle birleşen popülist söylemin ve stratejinin temelinde genellikle üç ana unsur göze çarpmaktadır: idealize edilmiş bir "halk", bu halkın sorunlarının kaynağı olarak gösterilen ve "öteki"leştirilen bir grup ve kendisini halkın gerçek sesi ve temsilcisi olarak sunan karizmatik bir "lider". Halk, genellikle sömürülen, adaletsizliğe maruz kalan ve baskı altında tutulan bir kitle olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca daha çok kızgınlık, korku ve öfke gibi güçlü duygusal tepkilerin belirgin olduğu bir topluluk olarak algılanmaktadır. Zira popülizmin yükselişte olduğu veya iktidara geldiği toplumlarda genellikle ani ve sarsıcı toplumsal değişimler veya kriz dönemlerinin yaşandığı belirtilmektedir. Örneğin, 2008 yılında küresel ölçekte hissedilen ekonomik kriz, Suriye İç Savaşı ile tetiklenen ve zirveye ulaşan sığınmacı sorunu, 2020'de başlayan Koronavirüs pandemisi ve ardından gelen aşı tartışmaları gibi olaylar, popülist hareketlerin taban bulmasını ve yaygınlaşmasını kolaylaştıran faktörler olarak değerlendirilmektedir. Popülist söylemde bu kriz ve değişim süreçlerinin sorumlusunu arama, ikinci temel unsur olan "elitler", "göçmenler", "yerleşik düzen siyasetçileri" veya benzeri gruplar var etmekte ve bu grupla hedef gösterilmektedir. Avrupa'daki aşırı sağcı popülist partilerin, göçmenleri ve diğer azınlık gruplarını sıkça siyasi bir hedef hâline getirmesi ve bu yolla toplumsal kaygıları mobilize etmesi, bu minvalde değerlendirilebilir (Öner, 2018: 42-43; Tahincioğlu, 2020: 284).

Popülist denklemdeki üçüncü ve merkezî unsur ise liderdir. Popülist siyasette lider, muhalefeti “halk düşmanı” olarak kodlayıp kendisini halkın yegâne savunucusu olarak tanıtmaktadır (Nas, 2018: 184). Böylelikle temsil ettiği halk adına çalıştıklarını öne sürerek bir meşruiyet zemini inşa ederken, bu anlatıya direnen veya farklı düşünen kesimleri de “gerçek halk” olmamakla itham etme eğilimi gösterirler (Tahincioğlu, 2020: 284). Popülist liderler halkla doğrudan bir bağ kurma arayışıyla, aracı kurumları ve geleneksel yapıları baypas etmeyi tercih ederler. Bu nedenle popülizmin güç kazandığı toplumlarda, bürokrasinin ve kurumsal mekanizmaların rolünün genellikle ikinci plana itildiği görülmektedir. Liderler kurumların yanı sıra tarafsız veya muhalif olarak gördükleri medyaya karşı da derin bir güvensizlik besler ve bu medya organlarının halkın gerçek sesini yansıtmadığını iddia ederler. Bununla birlikte, popülist liderler genellikle karmaşık sorunlara yönelik hızlı, basit ve kesin çözüm vaatlerinde bulunurlar. Bu vaatler, seçmenlerde geçmişte var olduğu iddia edilen bir huzur ve refah döneminin yeniden tesis edilebileceği umudunu yeşertmek için oluşturulur (Bonansinga, 2022: 90). ABD başkanlık seçimlerinde Donald Trump’ın kullandığı “Amerika’yı Tekrar Harika Yap (Make America Great Again)” sloganı, bu nostaljik ve restorasyoncu vaadin çarpıcı bir örneğidir.

Popülizmin temel tartışmalarının ertesinde popülist siyasetin dönüşümündeki teknolojik unsurlara odaklanmak gerekmektedir. Bu bağlamda, günümüz siyasal iletişim süreçlerinde hızla yaygınlaşan ve popülist söylemin seçmenlerle buluşmasını köklü biçimde değiştiren YZ’nin ne olduğunu ve nasıl işlediğini kavramsal olarak açıklamak lazım gelir. YZ çalışmalarının düşünsel temeli, bilgisayar biliminin öncülerinden Alan Turing’in 1950 tarihli Bilgi İşlem Makineleri ve Zekâ (Computing Machinery and Intelligence) başlıklı makalesinde sorduğu “Makineler düşünebilir mi?” sorusuna dayanmaktadır (Turing, 1950: 433). Bilgisayar teknolojilerindeki hızlı gelişmeler, bu temel sorunun pratik uygulamalara dönüşmesini kısa sürede mümkün kılmıştır. YZ’nin bağımsız bir akademik çalışma alanı olarak ortaya çıkışı ise 1956 yılında düzenlenen Dartmouth Yaz Yapay Zekâ Araştırma Projesi (DSRPAL) konferansıyla gerçekleşmiştir. Bu konferansta, insan zekâsını taklit edebilen bilgisayarlar geliştirmek üzere farklı disiplinlerden bilim insanlarını bir araya getirecek bir akademik alan oluşturmak, temel hedef olarak belirlenmiştir (Kaplan ve Haenlein, 2019: 15-16). “Yapay zekâ” terimi de ilk kez bu etkinlikte kullanılmış, konferansın düzenleyicileri arasında yer alan Marvin Minsky, Claude Shannon, Nathaniel Rochester ve Herbert Simon gibi bilim insanları, bu yeni alanın öncüleri olarak kabul edilmiştir.

YZ’nin öncülerinden Marvin Minsky (1968) bu yeni teknolojiyi, insanların zekâ gerektiren eylemlerini makinelerle yaptırma bilimi olarak tanımlamıştır. Howard Gardner (1987) da YZ’yi bir bilgisayar aracılığıyla belirli sistemler kullanarak insanlar tarafından zeki olarak algılanan çıktılar üretmeyi hedefleyen bir yapı olarak görmüş ve terimdeki yapay niteliğe dikkat çekmiştir. Daha kapsamlı bir tanım sunan John McCarthy (2007), YZ’yi akıllı makineler, özellikle de akıllı bilgisayar programları geliştirme bilimi olarak ifade etmiş, bu görevin insan zekâsını anlamak için bilgisayar kullanımına benzediğini, fakat YZ’nin biyolojik sınırlamalara tabi olmadığını altını çizmiştir. Bu yönüyle McCarthy’nin insan zekâsını referans noktası olarak kabul ettiği görülmektedir. Bir diğer tanımda YZ, bir sistemin dış verilerini doğru yorumlayarak öğrenmesi ve bu öğrenilenleri belirli hedeflere ulaşmak için esnek bir şekilde uyarlayarak kullanmasıdır (Kaplan ve Haenlein, 2019: 16).

YZ, genel anlamıyla makinelerin akıllı davranış sergileme kapasitesine karşılık gelmektedir. Bu yönüyle, makinelerin insan müdahalesi olmaksızın otonom hareket edebileceği ve öğrenebileceği bir teknolojiyi tanımlamaktadır. Dolayısıyla kalıpları saptamak, eylemlere karar vermek ve gelecekteki sonuçları öngörmek amacıyla bir algoritmanın verilere uygulanması süreci olarak tanımlanabilir (Marr, 2022). Öte yandan YZ, insan benzeri davranışlar sergileyebilen makinelerin ve robotların geliştirilmesini sağlayan yeni bir teknoloji olarak da görülmektedir. Bu teknoloji çeşitli verileri işleyerek tahminler, öneriler ve kararlar üretebilmek için insani düşünme yeteneği ile makine zekâsını birleştirebilmektedir (Kavut, 2024). Çeşitli tanımlar incelendiğinde, YZ’nin insan benzeri bir “otonomi” ile kendi başına hareket etme, verileri işleyip “yorumlama” yoluyla “öğrenme” ve nihayetinde duruma göre “esnek” biçimde “karar verme” ve “sonuç üretme” gibi ortak kavramlar etrafında tanımlanabileceği ifade edilebilir. YZ’nin bu çok yönlülüğü, siyasal alanın dinamiklerini de dönüştürmektedir. Özellikle popülist söylem ve stratejilerin dijital ortamda yeniden üretiminde üstlendiği rol, dikkat çekici bir inceleme alanı sunmaktadır.

Yapay Zekânın Popülist Siyasete Entegrasyonu: Kavşak Noktalar

YZ'nin popülist siyasete entegrasyonu ile ortaya çıkan yeni fırsatların ortaya koyulması, YZ teknolojilerinin sunduğu imkânlar ile popülist siyasetin temel stratejileri arasında nasıl bir kesişim kümesinin oluşabileceğinin incelenmesini şart kılar. İlk olarak siyasi alanın doğasına değinmek gerekirse, siyasi faaliyetin öncelikli amacının iktidarı elde etmek ya da etki oluşturmak olduğu ifade edilebilir. Bu hedefe ulaşmak için tarih boyunca çeşitli yöntemlere başvurulmuş ve içinde bulunulan döneme, coğrafyaya, siyasi sisteme ve kültüre göre farklı stratejiler ortaya çıkmıştır. Kimi iktidarlar zor/güç kullanılarak, kimileri de meşruiyete dayalı olarak kurulmuştur. Modern demokratik ulus-devletlerde meşruiyete dayalı kurulan iktidar, halkın onayını ve desteğini, diğer ifadeyle rızasını almaya mecbur kılınmıştır. Bu mecburiyet, iktidarı etkilemek ya da elde etmek amacındaki siyasi aktörlere seçmen tabanıyla etkileşim içinde olmayı gerektirmiştir (Guzman, 2018). Çünkü seçmen rızasını kazanmak (iktidarı etkileme ya da ele geçirmenin şartı olarak) siyasi programın seçmene aktarılması sürecinden başlayıp seçimlerde kendilerine oy vermeye ikna etmeye kadar giden bir süreci kapsamaktadır. Siyasal iletişim de bu noktada önem kazanmış ve iktidar talipleri seçmenle iletişimi sağlayacak çeşitli yol/yöntemler kullanmıştır. Bu anlamda, geleneksel medya araçları ve teknolojik gelişmelerin akabinde ortaya çıkan yeni medya araçları, siyasi iletişimin kritik bir dönüm noktası olmuştur. Siyasi aktörler, internet ve yeni medya teknolojilerini hızlı biçimde keşfederek kendi amaçları doğrultusunda seçim kampanyalarında aktif olarak kullanmaya başlamış ve böylelikle yeni medya da siyasal iletişim alanında önemli bir araç hâline gelmiştir (Aziz, 2014).

Siyasi kampanyaların seçmene aktarılmasının gerekliliği, medya-siyaset ilişkisinin farklı tezahürlerde gerçekleşmesine olanak sağlamış, siyasetçiler geleneksel ya da modern medya araçlarını kullanarak seçmenleri ikna etmeye çalışmışlardır (Barlas, 2021; Hadma ve Anggoro, 2022). Medya-teknoloji-siyaset üçgeninde yaşanan gelişmeler, seçmen-siyasi alan-aktör ilişkisini giderek arttırmış, çeşitlendirmiş ve grift bir hâle dönüştürmüştür. Bu ilişki, son dönemde ortaya çıkan dijital iletişim araçlarının yarattığı dönüşümlerle birlikte yeni bir boyut kazanarak siyasi iletişim pratiklerini ve siyasetçi-seçmen ilişkisini yeniden tanımlamaya başlamıştır. YZ ve makine öğrenmesi olarak ortaya çıkan bu yeni teknolojiler, siyasi kampanyaların ve medyanın etkileşim biçimini yeniden şekillendirmiş ve günümüz demokrasilerinde yeni kapılar aralamıştır. Siyasetin geleneksel aktör-kurum-işleyiş yapısı, yeni döneme adapte olmaya başlamış ve siyasi partiler başta olmak üzere birçok siyasi aktörün YZ araçlarını kullanımı artmaya başlamıştır. Böylelikle YZ, siyasi alanda hem mevcut ilişkileri dönüştüren hem de yeni ilişki biçimlerini ortaya çıkaran bir teknoloji niteliği kazanmıştır. Partiler; seçmenleri özel mesajlarla etkilemek, sosyal medyayı yönetmek ve konuşma metinleri gibi içerikler oluşturmak gibi çeşitli amaçlarla YZ'yi kullanırken, medya kuruluşları haber üretmek, içeriği kişiselleştirmek ve verileri analiz etmek için YZ'yi kullanmaya başlamıştır (Panagopoulou, 2025; Tomic vd., 2023).

YZ'nin siyasi kampanyalara entegrasyonu, siyasi iletişimde yeni bir dönemi başlatmış ve kampanyaların hem medya hem de seçmenlerle etkileşim biçimlerini temelden değiştirmiştir (Juneja, 2024). YZ destekli araçlar, seçmenin büyük verisini analiz etmek için kullanılmaya başlanmış ve bu yenilik kampanyaların belirli demografik grupları özel olarak hazırlanmış mesajlarla mikro düzeyde hedeflemesine olanak tanıyarak politikacıların seçmene ulaşma kapasitelerini ve verimliliğini artırma yönünde etkiler doğurmuştur (Jayakumar vd., 2020). Ayrıntılı kişiselleştirme, kampanyaların seçmenlerle daha bireysel bir düzeyde etkileşime girmesine, seçmenlerin özel endişelerine ve değerlerine hitap etmesine imkân tanımıştır. Popülist stratejiler açısından bu yenilik, “halkın sesi”ni daha etkin bir şekilde yansıtmaya potansiyeline sahip olması, duygusal bağ kurmaya daha fazla olanak tanıyabilmesi ve kutuplaştırma mesajlarının hassas bir şekilde hedeflenmesine aracılık edebilmesi bakımından önemli imkânlar olarak değerlendirilebilir. Çünkü YZ algoritmalarının seçmen davranışlarını giderek artan bir doğrulukla tahmin edebiliyor olması, kampanya kaynaklarının daha etkin bir şekilde tahsis edilmesine, kararsız seçmenlerin ikna edilmesine ve seçmen tabanının mobilize edilebilmesine olanak tanımaktadır (Juneja, 2024; Kreps ve Kriner, 2023).

Bir diğer kavşak noktasının, sosyal medya platformları ile YZ'nin entegrasyonunda olduğu belirtilebilir. Çünkü sosyal medya, siyasi mesajların yayılım hızı ve etki alanı dramatik biçimde arttırmış ve popülist aktörlerin ana akım medya tarafından dışlanan mesajları alternatif kanallar üzerinden yaymalarını mümkün kılmıştır (Engesser vd., 2017). Bu bağlamda YZ'nin seçmen hedeflemenin ötesine geçerek söylem ve gündem belirleyebilmesinin ve kamuoyu duyarlılığını değerlendirebilmesinin, popülist aktörlerin ana akım medyanın eleştirel süzgecinden kaçınarak ya da kendi “alternatif gerçekliklerini” inşa ederek halk ile doğrudan iletişim kurmasına aracılık edebilme potansiyelinde olduğu belirtilebilir. Zira YZ, deepfake'ler (YZ tabanlı sahte görüntü, video ve ses vb.)

ve kişiselleştirilmiş videolar gibi oldukça ilgi çekici ve paylaşılabılır içeriklerin oluşturulmasını kolaylaştırarak, bu içeriklerin sosyal medya platformlarında daha geniş bir kitleye yayılmasını ve kamuoyunu etkilemesini sağlayabilmektedir (Amoore, 2023). Bu doğrultuda, YZ'nin popülist siyasal kampanyalarda söylem üretimi, seçmen mobilizasyonu ve kamuoyu yönlendirmesi süreçlerinde hem stratejik bir araç hem de potansiyel bir risk unsuru olarak öne çıktığı görülmektedir.

Siyasi Kampanyalarda Yapay Zekânın Popülist Kullanımı: Yeni Dinamikler ve Riskler

Dördüncü kuvvet olarak kabul edilen medya, kamuoyunu şekillendirmede ve siyasi aktörler ile vatandaşlar arasındaki ilişkiyi düzenlemede kritik bir rol oynamaktadır (McNair, 2017). Siyasal iletişimin dijital dönüşümüyle birlikte medya kavramı gelenekselin ötesine geçerek sosyal medya ağlarını ve algoritma temelli içerik sistemlerini de kapsayacak şekilde genişlemiştir. Eş zamanlı olarak, öğrenme, akıl yürütme ve problem çözme gibi tipik olarak insan zekâsı gerektiren görevleri yerine getirme yeteneği olarak tanımlanan YZ, siyasi kampanya yürütme de dâhil olmak üzere çeşitli alanlarda dönüştürücü bir güç olarak ortaya çıkmıştır. Geçmişte kitle iletişim araçlarına ve yüz yüze mobilizasyona dayanan siyasi kampanyalar, artık giderek daha fazla veri odaklı, kişiselleştirilmiş ve dijital olarak yönetilmektedir (Kreiss, 2016). YZ teknolojileri de seçmenlerin mikro hedeflemesini, otomatik içerik üretimini, sosyal medya stratejisi optimizasyonunu ve gerçek zamanlı duygu analizini kolaylaştırmaktadır (Chadwick ve Stromer-Galley, 2016; Howard, 2020).

Sahip olduğu bu dönüştürücü imkânlar sayesinde YZ, günümüzde geniş bir kullanım alanına ulaşmış ve temas ettiği her alanda kalıcı ve derinlemesine değişiklikler yaratmaya başlamıştır. Bu değişimden etkilenen önemli alanlardan biri de siyasi alandır (Kurnaz, 2022: 7). Popülizm ile YZ arasındaki ilişki de burada kuralabilir. 21. yüzyılın başından itibaren küresel ölçekte yükselen popülist siyasi hareketlerin, bu yeni teknolojilerin sunduğu imkânları kendi stratejik hedefleri doğrultusunda nasıl kullandığı ya da kullanabileceği çeşitli açılardan tartışılabilir. Bununla birlikte, popülist siyasetin YZ'yi temel olarak bir danışman gibi stratejik karar alma süreçlerinde, toplumu homojenleştirme ve radikalleştirme faaliyetlerinde, belirli grupları konsolide etmede, muhalifleri veya öteki olarak tanımlanan kesimleri hedef göstermede, kitlelerle doğrudan iletişim kurma ve mobilize etmede kullanabileceği, diğer ifadeyle YZ'nin bu alanlarda çeşitli imkanlar sunduğu, ileri sürülebilir.

İlk olarak, YZ'nin büyük veriyi işleme kapasitesinin popülistler için değerli bir imkân olduğu belirtilebilir. Çünkü dijitalleşmeyle birlikte seçmen tabanı kapsamlı bir veri kaynağı hâline gelmiştir. Seçmen verilerini toplamak, işlemek ve siyasi kampanyalarda kullanmak YZ teknolojileri mümkündür. Farklı formatlardaki verileri ve ilişkileri analiz edebilen YZ, seçmen davranışlarına dair isabetli tahminlerde bulunabilmektedir. Vatandaşların oy verme örüntülerini, demografik özelliklerini ve siyasi eğilimlerini çözümleyerek hedef kitleye özel kampanyalar tasarlayabilen YZ, popülistlere seçmeni analiz etmede göre daha tutarlı imkânlar sunabilmektedir. Zira verileri hızlı ve esnek karar alma yetenekleriyle birleştirerek geleneksel programlardan daha doğru analizler yapabilen YZ'nin otonom karar mekanizmaları, seçmen kitlelerinin daha iyi anlaşılmasına ve uygun kişiselleştirilmiş politikalar ile mesajlar geliştirilmesine olanak tanıyabilmektedir (Aslan ve Yıldız, 2021: 2401; Şahnagil, 2023: 3514). Popülist siyasetin “halkın taleplerini” anlama iddiası dikkate alındığında, YZ'nin bu veri analizi ve segmentasyon kapasitesi, popülist söylem inşası ve duygusal seferberlik için kritik bir altyapı sunabilmektedir.

Günümüzde milyonlarca insanın verisini toplayıp siyasi kuruluşlara sunan şirketler mevcuttur. Örneğin, ABD'deki 300 milyon vatandaşın verisine sahip olan Experian, ülkenin toplam nüfusunun % 95'ini kapsayan ve kültürel, ekonomik ve geleneksel birikimi temel alan 67 kategoriden oluşan kapsamlı bir veri tabanına sahiptir (Anstead, 2017). Bu veriler; arama kayıtları, internet ayak izleri, mobil ağlar, konum bilgileri, sosyal medya profilleri ve görsel içerikler gibi çeşitli kaynaklardan toplanıp işlenerek davranışsal verilere dönüştürülmektedir. Örneğin Trump, 2016 başkanlık seçimlerinde bu verileri etkin bir şekilde kullanmıştır. Seçmenlerin sosyal medya paylaşımları analiz edilerek ilgi alanları, görüşleri ve siyasi eğilimleri saptanmış, bu verilerle seçmenler belirli gruplara ayrılarak her gruba özel seçim stratejileri uygulanmıştır. YZ destekli bu yaklaşımın etkinliği, seçim sonuçlarıyla da desteklenmiştir. Seçim öncesi anketlerde rakibi Hilary Clinton'ın %70 ila %99 olasılıkla kazanacağı öngörülmesine rağmen Trump başkan seçilmiştir (Kurtbağ, 2020: 153; Mercer vd. 2016). Trump'ın 2016 zaferi istisnai bir örnek de değildir. Günümüzde dünya genelinde siyasi kurumlar, veri şirketlerinin sunduğu analizlere dayanarak seçim stratejileri geliştirmektedir.

İkinci olarak, YZ sayesinde popülist siyasetçiler seçmenle iletişimini çeşitlendirebilir ve etkinliğini arttırabilir. YZ destekli sohbet botları bu anlamda popülist liderler tarafından seçmene mesaj aktarımına ve doğrudan iletişime katkı sağlayabilir. Örneğin, 2020 ABD’de Başkan Adayı Joe Biden seçim kampanyasında Facebook Messenger üzerinden YZ destekli bir sohbet botuyla seçmen etkileşimi sağlamıştır. Pakistan eski Başbakanı İmran Han’ın partisi, yeni seçim çalışmaları kapsamında YZ destekli bir sanal miting düzenlemiştir. Bu mitingin dikkat çekici yanı, Han’ın hapisteyken YZ ile kopyalanmış sesi, yazılmış metni ve oluşturulmuş görüntüsüyle gerçekleştirilmiş olmasıdır. Bu durum, bir politikacının fiziksel varlığı olmaksızın dahi siyaset yapılabileceğini göstermektedir. İnsan benzeri etkileşimler kurabilen ve karmaşık soruları yanıtlayabilen bu botlar (Şahnağil, 2023: 3516), liderin veya partinin ideolojisiyle donatılarak propaganda yapma, bilgi verme, soruları yanıtlama ve bağış toplama gibi amaçlarla seçmenlerle iletişim kurabilme imkânı sunmaktadır. Özellikle seçim dönemlerinde işlevsel olan bu araçlar, popülistler için kritik öneme sahip seçmen ile parti/lider arasındaki bağı sürekli kılmaya yardımcı olabilirler (Kurtuluş, 2023). Sanal miting örnekleri YZ’nin gelişim düzeyini gösterse de potansiyeli bununla sınırlı değildir. Günümüzde, herhangi bir kişiyle fiziki bağı olmayan, fakat parti tarafından yönetilen ve bir iletişim aracı olarak halk desteğini kazanmayı amaçlayan otonom siyasi YZ’ler de geliştirilmektedir. Örneğin, 2018 Rusya seçimlerinde muhalif bir parti, Vladimir Putin’in karşısına Alisa adlı bir YZ programını aday göstermiş ve Alisa kayda değer bir oy oranına ulaşmıştır (Edmonds, 2024). Yeni Zelanda’da SAM ve Danimarka’da Lider Lars gibi benzer amaçlarla geliştirilmiş YZ tabanlı adaylar da bu durumun önemini ortaya koymaktadır.

Bu doğrultuda, YZ’nin konuşma ve içerik üretimi alanında önemli fırsatlar sunduğu ifade edilmelidir. Kampanya konuşmaları, basın bültenleri ve e-postalar YZ tarafından üretilerek mesajlarda tutarlılık sağlanabilir ve içerik farklı kitlelere göre uyarlanabilmektedir. Popülist liderlerin sık sık kullandığı “halkın dilinden konuşma” stratejisi, bu tür araçlarla daha kolay taklit edilebilir veya üretilebilir hâle gelmiştir. YZ destekli sohbet robotları seçmen sorularını yanıtlayabilir, adayların platformları hakkında bilgi sağlayabilir ve seçmen kaydını kolaylaştırarak seçmen etkileşimini ve katılımını artırabilmektedir (Kurtuluş, 2023). YZ, adaylara ve konulara yönelik kamuoyu duyarlılığını ölçmek için sosyal medya gönderilerini, haber makalelerini ve kamu açıklamalarını analiz ederek kampanya stratejisi oluşturulmasına da katkı sağlayabilir (Sahly vd. 2019). Ayrıca kampanyaların potansiyel zafiyetlerinin belirlmesine, mesajlarını iyileştirmesine ve politika önerilerine veya kampanya etkinliklerine yönelik kamuoyu tepkilerinin öngörülmesine de olanak tanımaktadır. Bu anlamda YZ, adayları veya partileri hedef alan yanlış bilgi ve dezenformasyon kampanyalarını belirleyip analiz ederek kampanyaların seçimde etkili bir karşılık bulmasına da olanak tanıyan teknolojiler sunmaktadır (Kurtuluş, 2023).

YZ’nin siyasi iletişim süreçlerine sağladığı bu tür avantajların yanı sıra popülistlerin elinde toplumsal bölünmeyi derinleştirme ve manipülatif içerik üretimini kolaylaştırma gibi demokratik riskleri de beraberinde getirdiği yadsınamaz. Toplumsal bölünmeyi derinleştirmek ve belirli kesimleri hedef göstermek, popülist iktidarların varlıklarını sürdürebilmeleri için başvurdukları temel stratejilerdendir. Çünkü toplumsal ayrışma olmaksızın popülist bir yapı, uzun süre işlevsel kalamayabilir (Hellström, 2023). Bu nedenle, popülistler kitlelere ulaşmak ve algı yönetimi amacıyla medyayı yoğun bir şekilde kullanmaktadırlar. Narin’in (2018) ifade ettiği gibi siyasetçilerin ve siyasi kurumların medya aracılığıyla halkı kutuplaştırıp destek toplamak için kullandığı üç temel strateji, popülist stratejiler için de geçerlidir: filtre balonu, yankı odası ve siberbalkanizasyon. Popülistler, bu stratejileri dünya genelinde siyasi yelpazenin farklı kesimlerinden oy ve destek sağlamak amacıyla kullanılmaktadırlar. YZ’nin medya üzerindeki artan etkisi ise bu stratejilere yeni dinamikler katmaktadır.

Bu stratejilerden ilki olan filtre balonu, kişiselleştirilmiş veri toplama ve işleme pratiklerinin bir ürünüdür. Zaman tasarrufu sağlayan hedef odaklı bir teknoloji olarak görülse de kullanıcıların genellikle yalnızca kendi görüşlerine yakın içeriklere maruz kalmasına yol açarak bilinçsizce önyargılarını pekiştirmelerine neden olabilmektedir (Narin, 2018: 233). Hatta bireyler, aynı arama motorunda aynı terimleri aratsalar dahi kendi algoritmalarıyla uyumlu farklı sonuçlarla karşılaşabilirler ve kullanıcıların çoğunlukla böyle bir filtrelemeye maruz kaldıklarının farkında olmayabilirler (Pariser, 2011). YZ destekli kişiselleştirme ile oluşan filtre balonları, bireylerin düşüncelerini etkileyerek farklı görüşteki içeriklere erişimini zorlaştırır ve bir tür düşünsel tek tipleşmeye zemin hazırlayabilir (Kurnaz, 2022: 108). Dolayısıyla bu teknoloji, kasıtlı veya kasıtsız olarak siyasi kutuplaşmaya yol açıp ön yargılı bir kamuoyu oluşturma potansiyeli taşımaktadır.

İkinci strateji olan yankı odaları, filtre balonlarının doğal bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Kişiselleştirilmiş bilgi akışıyla kendi filtre balonlarına hapsolan kullanıcılar, ağırlıklı olarak benzer görüşlere sahip kişilerin içerikleriyle karşılaşır ve bu durum “yankı odası” olarak adlandırılan homojen toplulukların oluşumuna yol

açmaktadır. Yankı odaları, farklı görüşlere ya hiç yer verilmeyen ya da yetersiz temsil edilen, bireylerin kendi politik ideolojileri ve davranış örüntüleriyle uyumlu diğer insanlarla iletişim kurduğu ve bunun sonucunda mevcut inanışların ve eğilimlerin pekiştirildiği kapalı iletişim alanlarıdır (Ertürk, 2022: 152). Dolayısıyla yankı odalarındaki bireyler sürekli kendi düşüncelerini teyit eden haber ve içeriklerle karşılaşır. Bu gruplar, dışarıdan farklı bilgi akışına kapalı kalarak ve kendi iç yansımalarına hapsolarak zamanla radikalleşebilir ve kendileri dışındaki görüşlere karşı daha keskin bir kutuplaşma yaşayabilirler (Barbera vd. 2015: 1539). YZ algoritmalarının desteklediği bu odalarda, kullanıcıların kendi iradeleri dışında bir filtreleme sürecine tabi tutulup yankı odalarına hapsedilmeleri toplumsal ayrışmayı artırma riskini de beraberinde getirmektedir (Ertürk, 2022: 154).

Üçüncü strateji olan siberbalkanlaşma, “siber” ve “Balkanlaşma” kelimelerinin birleşiminden türetilmiştir. Balkanlaşma terimi, tarihsel olarak Balkanlar’daki siyasi ve etnik bölünmelerden esinlenerek bir bölgenin küçük ve genellikle birbirine düşman gruplara ayrışmasını ifade eder. Siberbalkanlaşma da internet kullanıcılarının ve dijital toplulukların belirli ilgi alanları, ideolojiler veya kültürel bağlar etrafında kümelenerek, daha geniş ve çeşitli çevrimiçi ortamlar yerine dar ve homojen sanal topluluklarda etkileşimde bulunmasını tanımlamaktadır (Chan ve Fu, 2017). Bu durum, küreselleşmenin sınırları kaldırıp bütünleşmeyi artıracığı yönündeki yaygın beklentinin aksine çevrimiçi ortamda daha az etkileşim ve farklı gruplara karşı daha fazla karşıtlık ve ayrışma eğilimlerine neden olabileceği riski taşımaktadır (Williams, 2007). Diğer ifadeyle, dijital kamusal alanın birbiriyle rekabet hâlinde olan ve birbirine karşıt duran çok sayıda küçük gruplara parçalanması riski ortaya çıkabilmektedir.

Bu manipülasyon stratejilerinin en bilinen örneği Cambridge Analytica skandalıdır. Bu veri şirketi, 25 yılı aşkın sürede 60’tan fazla ülkede davranış değişikliği programları uygulamış ve 2016 ABD başkanlık seçimlerinde Donald Trump’ın, 2016’daki Brexit oylamasında ise Avrupa Birliği’nden ayrılma taraftarlarının kazanmasında önemli bir rol oynamıştır. Şirketin topladığı yaklaşık 87 milyon kişiye ait veriler, Trump’ın seçim kampanyasında kullanılmıştır. Cambridge Analytica eski yöneticisi Richard Nix, ABD’de bir bireyden veri toplanabilecek ortalama 4-5 bin farklı nokta olduğunu ifade etmiştir (Illing, 04/06/2024). Bu verilere dayanarak detaylı siyasi profiller oluşturulmuş, Trump’ı destekleyenlere ve muhalif olanlara, YZ yönlendirmesiyle kişiselleştirilmiş farklı içerikler sunulmuştur. Ayrıca spesifik profillere özel olarak üretilen yalan haberler ve deepfake teknolojisiyle oluşturulan manipülatif içerikler de dolaşıma sokulmuştur. “Papa Donald Trump’ın başkan adaylığını destekliyor” veya “Hillary Clinton’ın İŞİD’e silah sattığı Wikileaks tarafından doğrulandı” gibi uydurma haberler bu süreçte web ortamında yayılmıştır (Özdemir, 2022: 25-26).

YZ’nin deepfake teknolojisi, politikacıların seslerini taklit edip videolardaki dudak hareketlerini değiştirerek veya sahte görseller üreterek rakipler hakkında olumsuz bir algı yaratma riskini de beraberinde getirmiştir. Çünkü YZ algoritmaları, siyasi rakiplere zarar verebilecek gerçekçi ama sahte ses veya video içerikleri (örn. Deepfake’ler) oluşturmak için kullanılabilir (International IDEA, 2024). Rakip araştırması ve saldırı stratejileri de YZ ile yürütülebilir. YZ, rakiplerin on yıllarca süren konuşmalarını, oylarını ve sosyal medya paylaşımlarını tarayarak bir insanın muhtemelen gözden kaçıracağı zafiyetleri belirleyebilir ve kampanyalarda seçmenleri etkilemek için olumsuz reklamlar, sosyal medya gönderileri ve “meme”ler oluşturabilir (Sahly vd. 2019). 2016 ABD başkanlık seçimleri öncesinde viral olan ve Kuzey Kore lideri Kim Jong Un ile Rusya Devlet Başkanı Vladimir Putin’in Amerikalıları demokrasilerinin kırılganlığı konusunda uyardığı iddia edilen bir video, bu tür manipülasyonlara örnek teşkil etmektedir (Karakoç ve Zeybek, 2022: 59). Bir başka deepfake örneğinde de ABD eski Başkanı Obama’nın, adaylığını açıklayan Trump’a yönelik hakaret içeren ifadeler kullandığı iddia edilmiştir. Trump’ın Latin kökenli göçmenlerin yoğun yaşadığı Nevada eyaletinde seçimi kazanmasının ardından, X (eski adıyla Twitter) platformunda YZ tarafından kontrol edilen ve Latin göçmenleri taklit eden binlerce sahte hesaptan “#Trumpkazandı” (#Trumpwon) etiketiyle paylaşımlar yapıldığı tespit edilmiştir (Berk, 2020; Howard vd. 2018).

Bu bağlamda, YZ’nin siyasi kampanyalarda kullanılmasının demokratik süreçler üzerindeki etkilerinin dikkatle değerlendirilmesini gerektiren karmaşık bir fırsatlar ve zorluklar etkileşimi sunduğu gözlemlenmektedir. YZ’nin büyük hacimli verileri işleme ve yorumlama kapasitesi, kampanyalara seçmen tercihlerini ve davranışlarını anlama konusunda ciddi bir fırsat sunmaktadır. Bununla birlikte kampanyalar, seçmenlerin yalnızca mevcut önyargılarını doğrulayan bilgilere maruz kaldığı yankı odaları oluşturmak için YZ’yi kötüye kullanabilir, böylece kutuplaşmayı güçlendirebilir ve yapıcı diyalogları engelleyebilir. Ayrıca YZ algoritmalarının şeffaf olmaması, kararların nasıl alındığını anlamayı zorlaştırarak hesap verebilirlik ve şeffaflık konusunda da sorunlar doğurabilecektir. Bu pencereden dikkate alındığında, YZ’nin dezenformasyon ve sahte haberler yoluyla bir silah olarak kullanılması, demokratik kurumlara ve medyaya olan kamu güvenini sarsma potansiyeline sahiptir (Jayakumar vd. 2020; Kreps

ve Kriner, 2023). Popülist söylemin sıklıkla gerçek ile yalan/sahte arasındaki çizgiyi bulanıklaştırdığı göz önüne alındığında, bu riskler daha da önem kazanmaktadır. Dolayısıyla, çağdaş dönem demokrasileri açısından temel meselenin bu teknolojik araçların etkinliğini yerine meşruiyetini ve etik sınırlarının nasıl tanımlanacağına odaklanması gerekmektedir.

Genel Değerlendirme ve Sonuç

İnsani düşünme mantığına sahip olma iddiasındaki YZ, hassas hedeflemeli içeriklerin sunulmasından sosyal medya etkileşiminin yönetilmesine ve hatta ikna edici söylemlerin üretilmesine kadar uzanan geniş bir yelpazede, siyasi kampanya stratejilerine girmekte ve siyasi kampanyaların nasıl ele alındığını ve algılandığını etkileme iddiasındadır. Bu çalışma, günümüz siyasal iletişiminin belirleyici iki unsuru olan YZ ve popülizmin kesişim noktalarını ele alarak, bu etkileşimin siyasi kampanyalarda yarattığı yeni dinamikleri, popülist aktörlere sunduğu avantajları ve beraberinde getirdiği sorunları analiz etmeyi amaçlamıştır. Kavramsal çerçevede popülizmin “ince merkezli” yapısı, farklı ideolojilere eklenilebilme kapasitesi ve “halk”, “elit”, “öteki” gibi temel unsurları ile YZ’nin veri işleme, öğrenme ve otonom karar alma yetenekleri ortaya konulmuştur. Bu zemin üzerinde, YZ’nin popülist siyasi kampanyaların yürütülüş biçimini kökten dönüştürme potansiyeli taşıdığı görülmektedir.

Popülizmin etkinliğinde, özellikle son yıllarda YZ teknolojileri önemli bir rol oynamaya başlamıştır. Ortaya çıkışından yaklaşık yarım asır sonra geniş kitlelerin gündemine giren YZ, kısa sürede akla gelebilecek her alanda köklü değişimler yaratma kapasitesini kanıtlamıştır. Fakat YZ’nin getirdiği bu dönüşümler, sunduğu faydaların yanı sıra önemli riskleri de beraberinde getirmiştir. Henüz yeni bir teknoloji olması nedeniyle kullanımına ilişkin yasal düzenlemelerin yetersiz kaldığı YZ’nin, siyasi mecralarda ve özellikle de popülist hareketler tarafından demokratik ya da değil çeşitli gayelerle kullanıldığı görülmektedir. Nitekim popülist aktörler, bu yeni teknolojik imkânları kendi stratejik hedefleri doğrultusunda kullanmaktan çekinmemektedir. Günümüz siyasi kampanyalarında YZ, popülistlerin önemli yardımcılarından biri hâline gelmiştir. Sağladığı veri analizi ve stratejik danışmanlık hizmetlerinin yanı sıra manipülasyon, kutuplaşma ve algı yönetimi gibi süreçlere yaptığı etkiler, YZ’yi popülistler için söylem aktarımının kolaylaştıran bir araç hâline getirmiştir.

Bu çalışmada detaylandırıldığı üzere YZ destekli mikro-hedefleme, kişiselleştirilmiş mesajlar, filtre balonları, yankı odaları ve dezenformasyon yayılımı gibi pratikler, popülistlerin “halk” ile “elit” veya “öteki” arasında kurduğu karşıtlıkları derinleştirmesine, duygusal seferberliği artırmasına ve kendi anlatılarını daha etkin bir şekilde yaymasına olanak tanımaktadır. Sohbet botları ve sanal mitingler gibi uygulamalar da geleneksel medya ve kurumları by-pass ederek doğrudan kitle iletişimi kurma ve lider kültürünü pekiştirme şansı sunmaktadır. Bununla birlikte, YZ olmadan yürütülecek popülist kampanyaların kutuplaştırma, algı yönetimi ve hedef gösterme gibi konularda daha az etkin olacağı ve bu durumun popülist iktidarların ömrünü ve etki kapasitesini sınırlayabileceği de hesaba katılmalıdır. Bu nedenle, YZ tıpkı dünya genelindeki farklı görüşlerden diğer siyasi aktörler için olduğu gibi popülistler için de siyasal rekabette avantaj elde etmeyi sağlayan kritik bir araç olarak daha da önemli bir konum edinmektedir. Bu nedenle, demokratik süreçlere uygun bir şekilde kullanımını sağlamak günümüzün önemli siyasal ve toplumsal meselelerinden biri olarak belirtilebilir. YZ’nin popülistler tarafından araçsallaştırılmasının önlenmesine yönelik çabalar mevcut olsa da bu çabaların henüz yetersiz kaldığı görülmektedir. Ayrıca verilerin toplanması, kişiselleştirilmiş içerik sunumu ve algoritmik şeffaflık gibi konularda yasal mevzuattaki eksiklikler ve bu durumdan önemli maddi çıkarlar sağlayan büyük teknoloji şirketlerinin düzenlemelere yönelik isteksizliği, sorunu daha da karmaşıklştırmaktadır.

Sonuç olarak YZ teknolojilerinin siyaset ve medya ile buluşması, siyasi kampanyaların doğasını ve seçmen etkileşimlerini dönüştürerek popülizm için yeni fırsatlar sunmaktadır. Fakat bu fırsatların yanında manipülasyon ve dezenformasyon gibi demokratik riskler de artmaktadır. Bu bağlamda, farklı ülkelerde gerçekleşen seçim kampanyaları üzerinden yapılacak karşılaştırmalı vaka çalışmaları, bu etkileşimin boyutlarını daha iyi anlamak ve demokratik süreçlere yönelik etkilerini daha kapsamlı biçimde değerlendirmek açısından önem taşımaktadır.

Çıkar Çatışması Beyanı

Yazar (lar), bu makalenin araştırma, yazarlık ve/veya yayın süreci ile ilgili herhangi bir potansiyel çıkar çatışması olmadığını beyan eder.

Mali Destek

Yazar(lar) bu makalenin araştırılması, yazılması ve/veya yayınlanması için herhangi bir mali destek almamıştır.

Yayın Etiği Beyanı

Çalışmada etik dışı bir husus bulunmadığını, araştırma ve yayın etiğine özenle uyulduğunu beyan ederiz.

Yazar Katkı Oranı

Çalışma, araştırmacılar arasında eşit bir işbirliği ile yürütülmüş ve raporlanmıştır.

Etik Kurul İzni

Çalışma kapsamında herhangi bir anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney ya da başka görüşme teknikleri kullanarak katılımcılardan veri toplanmadığını, insan ve hayvanlar üzerinde deney yapılmadığını ve literatüre dayanarak çalışmanın hazırlandığını bildirir, çalışmanın etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalardan olduğunu beyan ederiz.

Kaynakça

- Anstead, N. (2017). Data-driven campaigning in the 2015 United Kingdom general election. *The International Journal of Press/Politics*, 22(3), 294-313.
- Amoore, L. (2023). Machine learning political orders. *Review of International Studies*, 49(1), 20-36.
- Aslan, M., & Yıldız, A. (2021). Yapay zekanın uluslararası ilişkiler alanında yarattığı değişimler. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi*, 56(4), 2401-2416.
- Aziz, A. (2014). *Siyasal iletişim*. Nobel Yayıncılık.
- Baban, E., & Güzel, E. (2015). Digital activism and social movements: How the world perceives the Gezi movement. *Amity Journal of Media & Communications Studies (AJMCS)*, 5(1-2), 16-26.
- Baker, F. W. (2009). *Political campaigns and political advertising: A media literacy guide*. Greenwood Press.
- Barbera, P., Jost, J., Nagler, J., Tucker, J. A. & Bonneau, R. (2015). Tweeting from left to right: Is online political communication more than an echo chamber? *Psychological Science*, 26(10), 1531-1542.
- Barlas, N. (2021). Siyasal iletişimde dijitalleşme: 24 Haziran 2018 cumhurbaşkanlığı seçimleri üzerine karşılaştırmalı bir Twitter analizi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 5(3), 269-285.
- Baykan, T. S. (2019). Türkiye’de ideolojik ve programatik olmayan parti-seçmen bağları üzerine kavramsal bir tartışma: Popülizm, personalizm, patronaj. *Toplum ve Bilim Dergisi*, (147), 10-46.
- Berk, M. E. (2020). Dijital çağın yeni tehlikesi “deepfake”. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(28), 1508-1523.
- Bonansinga, D. (2021). Insecurity narratives and implicit emotional appeals in French competing populisms. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 35(1), 86-106.
- Burova, O. (2022). Populism: Drivers, measurements and protectors. *Sociology: Theory, Methods, Marketing*, 4, 46-55.
- Canovan, M. (1981). Populism. *Harcourt Brace Jovanovich*. <http://archive.org/details/populism00cano>
- Chadwick, A., & Stromer-Galley, J. (2016). Digital media, power, and democracy in parties and election campaigns: Party decline or party renewal? *The International Journal of Press/Politics*, 21(3), 283-293.
- Chan, C., & Fu, K. (2017). The relationship between cyberbalkanization and opinion polarization: Time-Series analysis on Facebook pages and opinion polls during the Hong Kong occupy movement and the associated debate on political reform. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 22(5), 266-283.
- Cohen, M. D. (2021). *Modern political campaigns: How professionalism, technology, and speed have revolutionized elections*. Rowman & Littlefield Publishers.

- Cox, M. (2018). Understanding the global rise of populism. *LSE IDEAS*. <https://www.lse.ac.uk/ideas/Assets/Documents/updates/LSE-IDEAS-Understanding-Global-Rise-of-Populism.pdf>
- Çarkoğlu, A., Elçi, E., & Erol, F. & Paksoy, C. (2022). Popülizm teorileri ışığında Türkiye’de popülizmin tarihsel gelişimi: Siyasi partiler üzerine bir inceleme. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 323-348.
- Delli Carpini, M. X., & Williams, B. A. (2020). Campaigns and elections in a changing media landscape. In E. Suhay, B. Grofman & A. H. Trechsel (Eds.), *The Oxford handbook of electoral persuasion* (pp. 405-426). Oxford University Press.
- Edmonds, D. (2024). *AI morality*. Oxford University Press.
- Engesser, S., Ernst, N., & Esser, F. & Büchel, F. (2017). Populism and social media: How politicians spread a fragmented ideology. *Information, Communication & Society*, 20(8), 1109-1126.
- Ertürk, H. A. (2022). Yeni medya ekseninde ideolojiyi anlamak: Filtre balonu ve yankı odaları. *Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 1(2), 137-159.
- Gardner, H. (1987). *The mind’s new science: A history of the cognitive revolution*. Harper Collins Publishers.
- Guzman, S. G. (2018). Rational legal authority. In G. Ritzer & C. Rojek (Eds.), *The Blackwell Encyclopedia of Sociology* (pp. 1-2). John Wiley & Sons.
- Hadma, A. M., & Anggoro, J. D. (2022). Political communication in the age of social media. *COMMICAST*, 3(1), 1-7.
- Hellström, A. (2023). The populist divide in far-right political discourse in Sweden: anti-immigration claims in the Swedish socially conservative online newspaper samtiden from 2016 to 2022. *Societies*, 13(5), 108.
- Howard, P. N. (2005). Deep democracy, thin citizenship: The impact of digital media in political campaign strategy. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 597(1), 153-170.
- Howard, P. N. (2020). *Lie machines: How to save democracy from troll armies, deceitful robots, junk news operations, and political operatives*. Yale University Press.
- Howard, P., Woolley, S., & Calo, R. (2018). Algorithms, bots, and political communication in the US 2016 election: The challenge of automated political communication for election law and administration. *Journal of Information Technology & Politics*, 15(2), 81-93.
- Illing. (2024). *Cambridge Analytica, the shady data firm that might be a key Trump-Russia link, explained*. <https://www.vox.com/policy-and-politics/2017/10/16/15657512/cambridge-analytica-facebook-alexander-nix-christopher-wylie>
- International IDEA. (2024). *Protecting democratic elections through safeguarding information integrity*. <https://doi.org/10.31752/idea.2024.1>
- Jayakumar, S., Ang, B., & Anwar, N. D. (Eds.) (2020). Disinformation and fake news. *Springer Nature*. <https://doi.org/10.1007/978-981-15-5876-4>
- Juneja, P. (2024). *Artificial intelligence for electoral management*. International IDEA, <https://doi.org/10.31752/idea.2024.31>
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2019). Siri, Siri, in my hand: Who’s the fairest in the land? On the interpretations, illustrations, and implications of artificial intelligence. *Business Horizons*, 62(1), 15-25.
- Karakoç, E., & Zeybek, B. (2022). Görmek inanmağa yeter mi? Görsel dezenformasyonun ayırt edici biçimi olarak siyasi deepfake içerikler. *Öneri Dergisi*, 17(57), 50-72.
- Kavut, S. (2024). Toplamların dijital dönüşüm aracı olarak yapay zekâ çalışmaları: Türkiye’nin ve Türk Devletleri Teşkilatının yapay zekâ kullanımı üzerine bir analiz. *Erişim İletişim Dergisi*, 11(1), 325-344.
- Kreiss, D. (2016). *Prototype politics: Technology-intensive campaigning and the data of democracy*. Oxford University Press.
- Kreps, S., & Kriner, D. (2023). How ai threatens democracy. *Journal of Democracy*, 34(4), 122-131.
- Kurnaz, A. (2022). Dijital siyasetin yükselişi ve yapay zekâ. (Ed.) M. H. Korkusuz ve E. Kutluk, *Siyaset, Kamu Yönetimi ve Uluslararası İlişkiler Bağlamında Yapay Zekâ Tartışmaları* (1-26), Ekin Yayınevi, <https://ssrn.com/abstract=4312539>

- Kurtbaşı, Ö. (2020). ABD’de yükselen popülist dalga ve Trumpizm: Neoliberal küreselleşme, ekonomik kriz, siyasetin işlevsizleşmesi ve elitizme karşı bir geri tepki mi? *Gazi Akademik Bakış*, 13(26), 135-164.
- Kurtuluş, Ö. (2023). *Yapay zekânın seçim kampanyalarında kullanımı*. <https://ozgurkurtulus.com.tr/yapay-zekanin-secim-kampanyalarda-kullanimi/>
- Kuzminski, A. (2008). *Fixing the system: A history of populism, ancient and modern*. Bloomsbury Publishing.
- Laclau, E. (2018). *On populist reason*. Verso Books.
- Levy, F. (2018). Computers and populism: Artificial intelligence, jobs and politics in the near term. *Oxford Review of Economic Policy*, Oxford University Press and Oxford Review of Economic Policy Limited, 34(3), 393-417.
- Manschein, S. (2023). Artificial intelligence and political behavior-experience with chatgpt. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4567428>
- Marletti, C. (2002). The election campaign: Political actors, the media and voters. *Italian Politics*, 17(1), 68-84.
- Marr, B. (2022). *Yapay zekâ devrimi: Dijital dönüşüm işinizi nasıl etkileyecek* (Ü. Şensoy, Çev.), Akbank Yayınları.
- McCarthy, J. (2007). *What is artificial intelligence?* <https://www-formal.stanford.edu/jmc/whatisai.pdf>
- McNair, B. (2017). *An introduction to political communication*. Routledge.
- Mercer, A., Claudia, D., & McGeeney, K. (2016, 9 Kasım). Why 2016 election polls missed their mark. *Pew Research Center*. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2016/11/09/why-2016-election-polls-missed-their-mark/>
- Minsky, M. (1968). *Semantic information processing*. The MIT Press.
- Mudde, C. (2004). The populist zeitgeist. *Government and Opposition*, 39(4), 541-563.
- Narin, B. (2018). Kişiselleştirilmiş çevrimiçi haber akışının yankı odası etkisi, filtre balonu ve siberbalkanizasyon kavramları çerçevesinde incelenmesi. *Selçuk İletişim*, 11(2), 232-251.
- Nas, Ç. (2018). AB dönüşürken: Popülizm ve Türkiye’nin AB süreci. *EURO Politika*, 181-194.
- Neuman, W. L. (2013). *Toplumsal araştırma yöntemleri*. (S. Özge, Çev.), Yayın Odası.
- Orhan, S. (2020). Popülizm, liberal demokrasi ve faşizm denklemi. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 68(4), 795-840.
- Ostiguy, P. (2017). Populism: A socio-cultural approach. In C. Rovira Kaltwasser et al. (Eds.), *The Oxford Handbook of Populism* (pp. 73-97). Oxford Handbooks.
- Öner, S. (2018). Avrupa’da yükselen popülizm ve radikal sağ: Avusturya örneği ilişkileri. *EURO Politika*, 39-53.
- Özdemir, U. (2022). Facebook-Cambridge analytica skandalının katılımcı kültür, dijital emek sömürüsü ve mahremiyetin ihlali çerçevesinde incelenmesi. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları E-Dergisi*, (10), 22-34.
- Panagopoulou, F. (2025). Artificial intelligence and democracy: Towards digital authoritarianism or a democratic upgrade? *arXiv preprint arXiv:2504.01034*.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the internet is hiding from you*. Penguin.
- Radulescu, B.-G. (2024). The threat of algorithmic populism: Intelligence strategies for safeguarding democracy. *Intelligence Info*, 4(1), 14-26.
- Saffulah, M., & Parveen, N. (2022). Big data, artificial intelligence and machine learning: A paradigm shift in election campaigns. In S. Kumar Panda et al. (Eds.), *The New Advanced Society: Artificial Intelligence and Industrial Internet of Things Paradigm* (pp.247-261). Wiley Publishing.
- Sahly, A., Shao, C. & Kwon, K. H. (2019). Social media for political campaigns: An examination of Trump’s and Clinton’s frame building and its effect on audience engagement. *Social Media + Society*, 5(2).
- Syeda, N. (2023). Algorithms and populism: Practices in microtargeting. In J. Chacko Chennattuserry et al. (Eds.), *Encyclopedia of New Populism and Responses in the 21st Century* (pp. 1-7). Springer.
- Şahnagil, S. (2023). Yapay zekânın yönlendirici etkisi ışığında dijital siyaset. [Sözlü Sunum], *Ege 10th International Conference on Social Sciences Bildiriler Kitabı*, İzmir. <https://www.researchgate.net/publication/377150368>

- Tahincioğlu, N. D. (2020). Avrupa'daki sağ popülist partilerin göçmen karşıtı söylemleri üzerine bir değerlendirme. *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(2), 282-291.
- Tomic, Z., Damjanovic, T., & Tomic, I. (2023). Artificial intelligence in political campaigns. *South Eastern European Journal of Communication*, 5(2), 17-28.
- Triantafillidou, A., & Lappas, G. (2022). Depersonalize and attack: Facebook campaigns of populist candidates in Greece during the 2019 Greek national elections. *Journal of Information Technology & Politics*, 20(1), 74-91.
- Turing, A. M. (1950). Computing machinery and intelligence. *Mind*, 59(236), 433-460.
- Vesa, M., & Tienari, J. (2020). Artificial intelligence and rationalized unaccountability: Ideology of the elites? *Organization*, 29(6), 1133-1145.
- Weyland, K. (2001). Clarifying a contested concept: Populism in the study of Latin American politics. *Comparative Politics*, 34(1), 1-22.
- Williams, D. (2007). The impact of time online: Social capital and cyberbalkanization. *Cyberpsychology & Behavior*, 10, 398-406.
- Yıldırım, G. E. (2023). 2022 Fransa başkanlık seçimlerindeki temel dinamik: Popülizm. *Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi*, 11(1), 120-153.
- Yılmaz, Z. (2017). Popülizm, halk ve demokrasi: Temsili demokrasinin açmazları ve radikal demokratik bir popülizmin imkânları. *Mülkiye Dergisi*, 41(1), 33-66.

EXTENDED SUMMARY

Contemporary politics is shaped by the confluence of two powerful and transformative forces: the global resurgence of populist movements and the pervasive integration of AI (Artificial Intelligence) into the fabric of society. The rise of populism, characterized by its anti-elitist discourse and its claim to represent the “true will of the people” has fundamentally challenged liberal democratic norms. Simultaneously, AI has revolutionized industries by enabling unprecedented levels of data analysis, automation, and predictive modeling. When these two forces intersect, they create a new political landscape with profound implications for campaign practices, political communication, and democracy itself. This study provides a comprehensive analysis of this critical intersection and aiming to dissect the symbiotic relationship between AI technologies and populist political strategies. The primary purpose of this study is to explore and understand the new dynamics that emerge from this synthesis to identify the concrete advantages that AI offers to populist actors, and to critically examine the fundamental ethical problems and democratic threats that this process entails. By moving beyond a mere technical description of AI’s capabilities, this research seeks to understand its instrumentalization within a specific ideological framework, thereby contributing to the fields of political science, communication studies, and technology ethics. The central problematic of this study addresses how AI is not merely a neutral tool but an active agent in reshaping populist discourse and strategy. While political campaigns have historically adapted to new technologies, the scale, speed, and precision of AI introduce a qualitative shift. This shift raises urgent questions about the integrity of democratic processes. The significance of this research lies in its critical examination of how a novel technological force is being leveraged to amplify the core tenets of an ideology that is often in tension with pluralism, deliberative debate, and institutional checks and balances. The study addresses a critical gap in the literature by focusing specifically on the interaction between populism and AI, a nexus that threatens to accelerate political polarization, erode the public sphere through sophisticated disinformation, and undermine democratic accountability through opaque algorithmic processes. Such an understanding is critical for policymakers, civil society organizations, and academics seeking to safeguard democratic institutions in the digital age.

To make robust analytical foundation, the study first establishes a clear conceptual framework for its two core components. Populism is conceptualized not as a full-fledged ideology but, following Cas Mudde (2004: 543), as a “thin-centered ideology” that posits a fundamental antagonism between a “pure people” and a “corrupt elite.” This framework is enriched by other theoretical approaches, such as Kurt Weyland’s (2001) view of populism as a political strategy reliant on a direct, unmediated bond between a charismatic leader and their followers, and Ernesto Laclau’s (2018) discursive approach, which sees populism as a hegemonic project that constructs a popular identity through the articulation of diverse social demands. Artificial Intelligence, in this context, is defined by its key functional capabilities relevant to the political domain: its capacity to process vast amounts of data (Big Data), identify patterns and predict behaviors, understand and generate human language and automate communication and content creation. The study focuses on how these specific technical affordances align with and enhance the core strategic imperatives of populism. This study employs a qualitative research design, drawing upon interpretative and critical social science paradigms. This approach was chosen because the research goal is not to establish positivist causal laws but to deeply understand and interpret the meaning, context, and power dynamics inherent in the use of AI in populist campaigns. The methodology involves a multi-pronged approach: an extensive literature analysis to map the existing academic discourse; a comparative analysis of previous empirical research and case studies; secondary data analysis of reports from think tanks and journalistic investigations; and document analysis of campaign materials and policy papers. This methodological framework is guided by these central research questions: How does AI transform (or have the potential to transform) the application of populist discourse and strategies in political campaigns; What specific, concrete advantages do populist actors gain (or stand to gain) from employing AI technologies in their campaigns? The core of the study analyzes the “junction points” where AI capabilities and populist strategies converge. The findings indicate that AI acts as a powerful amplifier for populism in several key areas: (a) data-driven populism and micro-targeting: AI’s ability to analyze Big Data allows populist campaigns to move beyond traditional demographic targeting to sophisticated psychographic profiling. By analyzing voters’ online behavior, social media interactions, and personal data, campaigns can identify and target individuals with highly personalized messages designed to resonate with their specific fears, anxieties, and grievances. This enables

populists to craft a more convincing illusion of “speaking the voice of the people” as seen in the strategic use of data by firms like Cambridge Analytica in the 2016 U.S. presidential election. (b) algorithmic polarization and echo chambers: Populist strategy thrives on an “us versus them” dichotomy. AI-driven social media algorithms naturally facilitate this by creating “filter bubbles” and “echo chambers” where users are primarily exposed to information that confirms their existing biases. Populist actors strategically exploit these algorithmic features to consolidate their base, insulate their followers from dissenting opinions, and intensify hostility towards the “other” (e.g., elites, immigrants, political opponents). This transforms the digital public sphere into a series of fragmented, mutually distrustful “siber-balkanized” communities. Bypassing media and direct communication, populists have long sought to bypass the critical filter of traditional media. AI provides powerful new tools for achieving this. Automated chatbots can engage with thousands of voters simultaneously, spreading campaign messaging and creating a sense of direct interaction with the leader. Furthermore, the advent of deepfake technology allows for the creation of “virtual rallies” and synthetic media, enabling a leader to maintain a constant, seemingly authentic presence, as exemplified by the campaign of Imran Khan in Pakistan. These tools are also potent weapons for disinformation, allowing for the creation of realistic but false content to smear opponents. While existing scholarship has explored populism’s use of social media or the general political implications of AI, this study’s primary contribution is its holistic synthesis of these two fields. It provides a specific analytical framework for understanding not just that populists use technology, but how the specific affordances of AI map onto the core strategic logic of populism.