



YAPAY ZEKÂ, DİJİTAL PROPAGANDA VE BİLGİ OPERASYONLARI KESİŞİMİNDE A.B.D. - ÇİN REKABETİ: 'LOOK WHAT YOU TAXED US THROUGH' KLİBİNE YÖNELİK BİR ÖRNEK OLAY İNCELEMESİ¹

U.S. - CHINA COMPETITION AT THE INTERSECTION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE, DIGITAL PROPAGANDA AND INFORMATION OPERATIONS: A CASE STUDY OF THE 'LOOK WHAT YOU TAXED US THROUGH' CLIP

Oğuz KUŞ

İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü
oguz.kus@istanbul.edu.tr
ORCID: 0000-0002-2593-4980

Melikşah AKSU

Yeditepe Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü
melikshah.aksu@yeditepe.edu.tr
ORCID: 0009-0006-2791-1543

ÖZ

ABSTRACT

Geliş Tarihi:
20.08.2025

Kabul Tarihi:
13.10.2025

Yayın Tarihi:
04.12.2025

Anahtar Kelimeler
Dijital Propaganda,
Bilgi Operasyonu,
Yapay Zekâ.

Keywords
Digital Propaganda,
Information
Operations,
Artificial Intelligence.

Propaganda ve bilgi operasyonu gibi stratejik iletişimin altındaki tekniklerin, yapay zekâ kapasitesiyle dönüşümü incelenmeye değerdir. Yapay zekâ, çoklu krizlerin yarattığı rekabet ve belirsizlik ortamında aktörlere kamuoyunu yönlendirmek üzere yeni imkânlar sunmaktadır. Çin'in, resmî yayın organı CGTN'den yayımlanan ve yapay zekâyla üretilen "Look What You Taxed Us Through" klipiyle siyasi, ekonomik ve teknolojik rekabet içerisinde bulunduğu Amerika Birleşik Devletleri'ni hedef alması araştırmada örnek olay olarak belirlenmiştir. Araştırma, yapay zekâ tabanlı dijital propaganda materyalinin biçim ve içerik açısından kurgusunu, yarattığı algının karakteristiğini tümevarımcı içerik analizi ile keşfetmektedir. Araştırma kapsamında yapay zekâ destekli üretilen klip ve bu klipi konu alan haber metinleri analiz edilmiştir. Amerikan kamuoyuna, yine Amerikalı perspektifiyle mesaj geliştiren video, karanlık mizah, sarkazm ve kültürel angajman gibi unsurları kullanmaktadır. Haber metinlerinin bileşenleri ve yapay zekâ destekli klipin Amerika Birleşik Devletleri-Çin rekabeti noktasında nasıl konumlandırıldığına yönelik önemli ipuçları sunan bulgular, Çin'in yapay zekâ alanındaki rekabeti yapay zekâ tabanlı stratejilerle bilgi ekosistemine taşıdığını göstermektedir.

The transformation of techniques under strategic communication, such as propaganda and information operations, through artificial intelligence (AI) capabilities is worth examining. AI offers actors new opportunities to influence public opinion in the competitive and uncertain environment created by poly-crises. China targeting of the United States, with which it is engaged in political, economic, and technological competition, through the AI-generated clip "Look What You Taxed Us Through" published by its official media channel CGTN, has been identified as a case study in the research. The study explores the form and content of AI-based digital propaganda material and the characteristics of the perception it creates through inductive content analysis. Within the scope of the research, the clip produced with AI-assisted form and news texts covering this clip were analyzed. The video, which develops its message for the American public from an American perspective, uses elements such as dark humor, sarcasm, and cultural engagement. The findings, which provide important clues about the components of the news texts and how the AI-supported clip is positioned in terms of United States of America - China competition, show that China is bringing the competition in the field of artificial intelligence into the information ecosystem with AI-based strategies.

DOI: <https://doi.org/10.30783/nevsosbilen.1769408>

Auf/Cite as: Kuş, O. & Aksu, M. (2025). Yapay zekâ, dijital propaganda ve bilgi operasyonları kesişiminde A.B.D. - Çin rekabeti: 'Look What You Taxed Us Through' klipine yönelik bir örnek olay incelemesi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi, Sosyal Bilimlerde Yapay Zekâ: Kuram, Uygulama ve Gelecek Perspektifleri Özel Sayısı*, 45-68.

¹ Bu çalışmanın bir kısmı XII International Scientific Conference "Space, Society, Politics" kapsamında (26-27 Haziran 2025, Tbilisi State University) sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

Giriş

Medeniyetin bilinen ilk zamanlarından bu yana propaganda prototiplerine rastlanmaktadır (McPeck, 2021). Günümüzde stratejik iletişime entegre bir konsept olarak betimlenebilecek propaganda, insanlığın ilk zamanlarında rastlanan biçiminin, sahip olduğu amaçların ve formatların çok ötesine uzanan dönüşümler geçirmiştir. Stratejik iletişimin iki farklı kırılımı olduğunu tartışmak mümkündür: Aydınlık tarafta pozitif toplumsal ve organizasyonel değişim yaratmak üzere iyimser bir amaç yatmaktadır, karanlık yüzü ise propaganda, dezenformasyon ve diğer çarpıtılmış iletişim biçimlerini içermektedir (Alghasi & Falkheimer, 2024). Lee (2021) her on yılda bir bilgi ve iletişim teknolojilerinde bir paradigma değişimi yaşandığı not etmektedir. Stratejik iletişim ve propagandanın uygulanma biçimleri ve amaçları da tarih ve teknolojinin kesiştiği bu devinim hattı üzerinde şekillenmektedir. Dolayısıyla stratejik iletişim de propaganda da günümüz gelişmeleri ışığında dijital olarak dönüşmüş, gündelik hayata içkin hâle gelmiş iki önemli kavramdır.

Stratejik iletişim ve propagandanın dijitalleşme süreci bu alandaki çağdaş tartışmaların düşünsel ve pratiğe dayalı yolunu yapay zekâ teknolojileri ile kesiştirmektedir. Çoklu krizler çağına içkin bir biçimde ortaya çıkan sosyo-politik gerilimler, bu gerilimler çerçevesinde kamuoyu algısını dönüştürmek üzere propagandaya entegre bir şekilde ortaya çıkan bilgi operasyonları ve bilgi operasyonlarının “zamanın ruhuna” uygun bir biçimde yapay zekâ teknolojileriyle etkileşimli bir hâl alıyor olması, stratejik iletişim ve dijital propaganda konseptlerini yapay zekâ merkezli gelişmeler ışığında tartışmayı elzem kılmaktadır. Yapay zekânın sosyal medyada sofistike bilgi operasyonlarını mümkün kıldığı, görsel ve işitsel materyaller üretmeyi ve tekno-sosyal uzamda amplifiye etmeyi kolaylaştırdığı ve çoklu krizlerin getirdiği yeni sosyo-politik parametreler ekseninde yeni rekabet biçimleri ürettiği günümüzde, mevcut durumu iletişimci lensleriyle somut örnekler üzerinden incelemek önem taşımaktadır.

Bu çalışma stratejik iletişim, dijital propaganda ve bilgi operasyonları kesişiminde, Amerika Birleşik Devletleri (A.B.D.)-Çin arasındaki gerilimi, yapay zekânın da dâhil olduğu somut bir örnek olay üzerinden inceleyerek iletişim çalışmalarında gelişmekte olan fakat sayıca az bilgi birikiminin bulunduğu bir alanda bilimsel bilgi inşa etmeyi amaçlamaktadır.

Bu doğrultuda, Donald Trump’ın “Liberation Day Tariff” adıyla anılan, Çin ile ticaret savaşına hız veren gümrük tarifelerini artırma adımını müteakip Çin Merkez Televizyonu’na bağlı bir organizasyon olan China Global Television Network (CGTN) tarafından yayımlanan “Look What You Taxed Us Through Official” isimli yapay zekâ teknolojileri ile oluşturulmuş klip ve medya yansımaları incelenmiştir. Bu bağlamda yapay zekâ desteği ile üretilmiş ve bir devlet haber platformu tarafından önemli bir gelişme akabinde servis edilmiş propaganda klipi incelenerek içeriği, mesajı iletme tonu ve biçimi hakkında bulgulara erişilmiştir. Diğer yandan, bu klipin medya yansımaları incelenerek mesajın algılanış biçimi ve mevcut Amerika Birleşik Devletleri-Çin rekabeti noktasında yapay zekâ desteği ile yaratılmış bir propaganda klipinin nasıl konumlandırıldığı gözlemlenmiştir.

Bu süreci gerçekleştirmek üzere stratejik iletişim, dijital propaganda ve bilgi operasyonları hakkında yazılmış olan ilgili literatür gözden geçirilmiş, bu kavramların yapay zekâ ile dönüşümü irdelenmiş ve düşünsel bir zemin inşa edilmiştir. Akabinde, keşfedici bir araştırma perspektife entegre bir biçimde uygulanan, Kyngäs (2019) tarafından sunulan yaklaşımın adapte edildiği, nitel özellikler taşıyan tümevarımcı içerik analizi yaklaşımıyla “Look What You Taxed Us Through Official” klipi ve bu klip hakkında uluslararası basında çıkan haberler incelenmiştir. Tek ögeli örnek olay incelemesi konsepti çerçevesinde özgün ve öncül bir vakadan elde edilmiş olan bulgular, yapay zekâ destekli dijital propagandanın içerik, biçim ve strateji boyutları hakkındaki bilgi birikimini artırmayı mümkün kıldığı gibi, potansiyel kamuoyu etkisini de gözlemlemeye olanak tanımaktadır.

Stratejik İletişim Perspektifinden Dijital Propaganda

Tarihsel süreç içerisinde etki ve ikna hedefleri kapsamında gerçekleştirilen iletişim faaliyetleri, stratejik iletişim kavramının çerçevesini oluşturmaktadır. Bu çerçeve içerisinde stratejik iletişim, belirli hedefleri gerçekleştirmek adına yürütülen planlı, sistematik, uygulanabilen ve değerlendirilebilen, bilinçli iletişim faaliyetleri şeklinde tanımlanmaktadır (Zerfass vd., 2020). Thomas ve Stephens’e (2015) göre stratejik iletişim, etkileme amacı doğrultusunda aktör ile hedef kitle arasında bir iletişim zemini oluşturmak şeklinde ele alınırken, Falkheimer ve Heide’nin (2018) perspektifinde aktörlerin belirli hedeflere ulaşmak noktasında hayati bir öneme sahip olan, hedef kitle ve paydaşlara yönelik tek yönlü iletişim ve ilişki yönetimini kapsayan faaliyetler şeklinde ifade edilmektedir. Stratejik iletişime yönelik tanımlamalar göz önünde bulundurulduğunda, aktörlerin gerçekleştirmiş

oldukları iletişim faaliyetlerinin hedef kitle üzerinde belirli bir etki yaratma amacı taşıması ve belirli bir strateji doğrultusunda sistematik ve planlı şekilde ifa edilmeleri ortak bir zemin sunmaktadır.

Hedefe yönelik ve sistematik olması zaruri olan stratejik iletişim faaliyetlerinin her bir parçasını oluşturan bileşenler, hedefi gerçekleştirme noktasında elzem unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Hedef kitlenin belirlenmesi ve analizi başlangıç safhasını şekillendirirken mesajın tasarlanması, hangi kanal aracılığıyla ve hangi zamanlamayla yayımlanacağı bu faaliyetlerin sistematik temelini kurmaktadır. Yayın sonrasındaki süreçte algının ve anlamın yönlendirilmesi ve sürecin bütünsel tutarlılığı yine stratejik iletişim faaliyetlerinin yapısal gerekliliklerinden birisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Gerçekleştirilen stratejik iletişim faaliyetlerinin derinlemesine analiz edildiği son bölüm olan değerlendirme bileşenlerin son evresini oluşturmaktadır (Hallahan vd., 2007).

İçerisinde bulunduğumuz dijital çağ, stratejik iletişim faaliyetleri sonucunda üretilen anlatıların yayılım hacmini ve hedef kitle optimizasyonunu artırması bakımından dönüştürücü bir etkiye sahiptir. Bu noktada stratejik iletişim içeriklerinin hedef kitleye dağıtımı noktasında stratejik iletişim araçlarının süreç içerisindeki değişiminin anlamak önemli bir hâle gelmiştir (Olaniyi vd., 2024). Bu bağlamda stratejik iletişim faaliyetlerinin uygulanmasında geçmişte daha yoğun olarak kullanılan gazete, radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarının yanı sıra doğrudan temas noktalarını oluşturan basın toplantıları ve mitingler, Web 2.0 sonrasında sosyal medyanın ortaya çıkışı ile önceliğini kaybetmiştir. İnternet teknolojilerinin gelişimi ve daha sonrasındaki sosyal medya devriminin sağlamış olduğu enformasyonun dağılım hızı ve kitlelere ulaşım hacmi stratejik iletişim faaliyetleri noktasında oldukça kullanışlı bir zemin sunmuştur. Sosyal medya platformlarına ek olarak dijital içerik üretim ve dağıtım platformları, web siteleri, mobil uygulamalar da dijital dönüşüm sonrasında ortaya çıkan yeni stratejik iletişim araçları hâline gelmiştir (Lewis, 2009).

Modern stratejik iletişim araçlarının sağlamış olduğu hareket alanı stratejik iletişimin aktörlerine başta siyasi, ekonomik ve askeri amaçları gerçekleştirmek noktasında çeşitli strateji ve taktik prototipleri yaratmıştır. Günümüzde ulaşılmış olduğu potansiyel, stratejik iletişim aktörlerinin bu prototipleri sürekli bir şekilde inşa edip uygulaması daha sistematik ve entegre bir stratejik iletişim yapısı meydana getirmiştir. Stratejik iletişime entegre bir faaliyet olarak konumlanan propaganda McPeck (2021) tarafından “Hedefli mesajlar aracılığıyla fikirleri etkilemek ve bir gündemi ilerletmek için tasarlanmıştır. Bu mesajlar, sanat, broşürler, kitaplar, film, radyo, televizyon ve daha yakın zamanda sosyal medya dâhil olmak üzere çeşitli medya aracılığıyla yayılabilir niteliktedir.” şeklinde tanımlanmaktadır. Propagandanın kasıt içermesi, sistematik bir şekilde gerçekleşmesi ve manipüle edici nitelikte olmasının altını çizen Jowett ve O’Donnel, (2017) belirli düşünceleri yaymak ve desteklemek şeklinde bir tanımlama geliştirmiştir. Stanley (2018) ise başta politik ve ekonomik hedeflere yönelik olarak hedef kitle davranışlarının yönlendirilmesi noktasında iletişim faaliyetlerinin bilişsel süreçleri manipüle etmesi şeklinde kavramsal bir zemin inşa etmektedir. Propagandaya yönelik mevcut tanımlamaların ışığında, propaganda faaliyetleri stratejik iletişim çatı kavramı altında ile belirli bir hedef doğrultusunda sistematik olarak uygulanmak bakımından ortak özellikler barındırırken, hedef kitleyi aktörün amaçları doğrultusunda ikna etmek, yönlendirmek ve manipüle etmek niyeti taşıması ayırt edici yönlerini oluşturmaktadır.

Günümüzde özellikle sosyal ağ platformlarının propaganda faaliyetleri için oldukça uygun bir zemin sağlaması, hedef kitleleri ikna etmek ve üzerlerinde etki yaratmak amacındaki propaganda uygulayıcılarına yeni strateji ve taktik imkânları sunmaktadır. Bu noktada propagandanın dijital dönüşümünü irdelemek adına bu faaliyetlerin gerçekleştirildiği ortam ve bu ortamda yer alan araçların sunduğu yeni fırsat ve tehditlerin gözden geçirilmesi elzemdir. Rogers vd. (2019) dijital ortamlarda gerçekleştirilen propaganda faaliyetlerinin yarattığı manipülatif içeriklerin daha önce hiç olmadığı kadar geniş kitlelere yayıldığına işaret etmektedir. Benzer şekilde Güz ve diğerlerinin (2019) gerçekleştirdiği çalışma, propaganda hedefli içeriklerin, kullanıcı etkileşimleri sonucunda sosyal ağlarda daha fazla tutunduğunu, bu sayede propaganda içeriğinin daha fazla görünür olduğu ve akılda kalıcılık düzeyinin arttığı sonuçlarını sunmaktadır. Konvansiyonel propaganda faaliyetleri ile dijital propaganda için ayırtıcı özelliklerden bir diğeri hedef kitlelerin bilgi tüketim biçimleri bağlamında ortaya çıkan katılım ve pasiflik dikotomisidir. Söz konusu çerçevede, dijital propaganda faaliyetleri için başlıca ayırt edici özellikler hedefli içeriklerin yayılım hacmi ve hedef kitle optimizasyonu sonucunda içeriğin etkin erişim oranı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada dijital propaganda faaliyetlerinin hedef kitleleri etkileme ve ikna etmek amacı taşıyan devlet veya devlet dışı aktörlere daha optimize, daha işlevsel ve daha pratik bir uygulamalar için gerekli koşulları sağlar niteliktedir. Daha spesifik olarak dijital propaganda faaliyetlerinin hedef kitle analizi,

segmentasyon, tavsiye sistemi optimizasyonu ve içerik üretim süreçlerinde uygulayıcı aktöre sağladığı geniş hareket alanı, dijital propagandanın yaratabileceği potansiyel tehditlerin sınırlarını oldukça genişletmiştir (Bjola, 2017). Öte yandan dijital propagandanın bir diğer ayırt edici özelliği dijital ortamlarda kitlenin dikkatini çekebilmek adına mizah, ironi, hiciv ve sarkazm içerikli hikâye anlatımının oldukça yoğun bir şekilde kullanılmasıdır. Dijital ortamlardaki enformasyon yoğunluğu kullanıcıların odaklanma problemi yaşamalarına sebep olurken, yarattığı duygusal etki ve etkileşime sevk eden yapısı ile mizah kullanımı kullanıcıları etkilemek ve dikkatlerini çekmek noktasında etkili bir araca dönüşmüştür (Chernobrov, 2023).

Dijital propagandanın algı tahribatı potansiyeli yüksek karakteri, günümüz çoklu krizler çağıının yarattığı ekonomik, toplumsal ve politik sahalardaki artan rekabet ortamında, çeşitli aktörler için stratejik bir araca dönüşmüştür. Bu bağlamda MacFarquhar (2016) dijital propagandayı “silahların gücünü aşan bir şekilde politik ve stratejik hedeflere ulaşmak için etkili bir askeri olmayan araç” şeklinde nitelemektedir. İçerisinde yaşadığımız çoklu krizler çağıında, dijital propagandanın uygulayıcı aktörleri stratejik iletişim faaliyetleri kapsamında bilginin kitleler üzerindeki dönüştürücü gücünü stratejik hedefleri bağlamında güç asimetrisi yaratma fırsatı olarak görmekte ve dijital bilgi ekosistemini şekillendirmek üzere faaliyetler yürütmektedir. Bu noktada dijital ortamlar çeşitli aktörlerin bilgi akışını yönlendirme noktasında mücadele sahasına evrilirken, günümüzde bilgi akışının çok yoğun ve hızlı gerçekleşmesi bu ortamlarda gerçekleştirilen propaganda faaliyetleri ile teknoloji kullanımının ilintili olduğu bir yapıya dönüşmüştür (Rogers vd., 2019). İletişim teknolojilerinin her geçen gün gelişmesi sonucunda yakın geçmişte ortaya çıkan deepfake, arama motoru optimizasyonu, gölge yasaklama vb. gibi araçlar, dijital propaganda faaliyetleri kapsamında oldukça işlevsel pratikler olması bakımından somut örnek niteliği taşıırken, Shabangu (2024) günümüzde yapay zekâ araçlarının yaygınlaşması ile birlikte, bu çalışma kapsamında da stratejik iletişim ana çatısı altında irdelenen, dijital propaganda faaliyetleri için yeni bir çağın kapılarını açtığının altını çizmektedir.

Yapay Zekâ Çağıında Dijital Propaganda ve Bilgi Operasyonları

Stratejik iletişim faaliyetlerine entegre bir faaliyet alanı olan propaganda uygulamalarının dijital dönüşümü, yapay zekâ teknolojilerinin yaygınlaşması ile yeni bir düzleme taşınmıştır. Yue vd. (2024) bu faaliyetlerde yapay zekâ kullanım oranının 2022 yılında ChatGPT’nin ortaya çıkmasına kadarki süreçte oldukça kısıtlı olduğunu ifade ederken, ChatGPT sonrasında ise stratejik iletişimin aktörleri için yapay zekâ teknolojilerinin dinamik ve uyarlanabilir yapısı sayesinde kullanışlı bir araç niteliği kazandığının altını çizmektedir. Stratejik iletişim faaliyetleri kapsamında kamu bilinci ve politik süreçlere etki etme amacı güden aktörler yapay zekâ araçlarından, başta içerik üretim ve dağıtım süreçlerinde faydalanmaktadır ve bu durum her geçen gün yeni etkileşim biçimlerini ortaya çıkarmaktadır. İçerik üretim süreçlerine ek olarak yapay zekânın geleneksel yöntemlerle hayata geçirilmesi neredeyse imkânsız olan bilgi işlem görevlerini yerine getirebilmesindeki yeni boyut da dijital propaganda uygulamaları açısından oldukça önemli bir araç hâline getirmiştir (Bazavluk & Kovalev, 2025). Yapay zekâ çağıında içerik üretim süreçlerinin oldukça pratik bir hâle gelmesi ve aktörlere uygulama kolaylığı sağlaması dijital propaganda süreçleri için birçok fırsat barındırmaktadır (Bakhshi & van Duin, 2018). Gavra vd. (2024) yapay zekânın sunduğu fırsatları, algoritma tabanlı hedef kitle analizi ile etkileşim oranının artırılması, dönüşen içeriklerin ikna gücünün maksimize edilmesi, daha optimize sonuçlarla verimliliği yükseltmek ile birlikte kişiselleştirilmiş iletişim, rakip analizi, akıllı içgörü üretimi ve operasyonel verimlilik şeklinde sıralamaktadır. Benzer şekilde Birleşmiş Milletler’in “Governing AI for Humanity” (Hall, 2024) raporuna göre yapay zekâ sunduğu fırsatların yanı sıra birçok tehdidi bünyesinde barındırmaktadır. Raporda yapay zekâ temelli siyasi ve toplumsal riskler, ayrımcılık, dezavantajlı gruplar, uluslararası güvenlik, demokrasi, enformasyon bütünlüğü, hukuk, kültürel çeşitlilik, toplumsal uyum, değerler ve normlar alt başlıklarında ele alınmıştır. Bu noktada yapay zekâ stratejik iletişim açısından önemli fırsatlar barındırırken, manipölasyonu da içeren propaganda faaliyetlerine entegre edildiğinde iletişim ekosisteminde yanlış bilgi, deepfake ve güçlenmiş dijital filtre balonları aracılığı ile kutuplaşan toplum gibi riskleri ortaya çıkarmaktadır.

Günümüz çoklu krizler dünyası Bazavluk ve Kovalev (2025) tarafından esneklik, parçalanma ve manipölatiflik ile karakterize edilmiştir, bu bağlamda uluslararası politik rekabet ortamındaki aktörler, etki alanlarını genişletmek üzere yapay zekâ destekli bilgi operasyonları ile dijital bilgi ekosistemini hedef almaktadır. Belirli hedefler doğrultusunda kamuoyuna yönelik bilgi akışını kontrol etme ve bu bağlamda algıları yönlendirme faaliyetleri

olarak nitelendirilen bilgi operasyonları tekno-sosyal uzamda dijital propaganda ile etkili anlatılar kurarak hedef kitle üzerinde tutum ve davranış değişiklikleri yaratmayı amaçlamaktadır (Hunter vd. 2024). Stratejik iletişim faaliyetleri kapsamında bilgi operasyonlarının yolunun yapay zekâ araçları ile kesişimi gerçekleştirilecek uygulamaların optimizasyonu ile amaçlanan hedeflere ulaşmak noktasında uygulayıcı aktörlere yeni fırsatlar sağlamaktadır (Nobre, 2020). Bu fırsatlar Bazavluk ve Kovalev (2025) tarafından eylem koordinasyonu sağlamak, istikrarsızlaştırma amaçlı bilgi kampanyalarının optimizasyonu, hedef kitlelerin bilincine yönelik psikolojik etki düzeyi yüksek operasyonlara imkân sağlayacak araçlar sunmak şeklinde karakterize edilmektedir. Benzer bir yaklaşımla Haile (2024) çeşitli aktörlerin çatışma alanına dönüşen sosyal ağlarda dolaşıma giren üretken yapay zekâ ile üretilen içeriklerin, bilgi operasyonlarını daha düşük maliyetli ve etki düzeyi yüksek bir hâle getirdiğini vurgulamaktadır. Yan ve Yan'ın (2022) ulaştığı bulgular ise yapay zekâ tabanlı içeriklerin bilgi operasyonlarının inşa edilme sürecinde faydalı ve güçlü bir destek aracı olduğunu ifade edilmektedir. Bu noktada özellikle deepfake gibi teknolojiler karşıt olarak tanımlanan aktörlerin yapay zekâ tabanlı araçlar vasıtasıyla ses veya imajlarının manipüle edilerek itibarını zedelemek üzere kullanılmaktadır. Dolayısıyla deepfake bilgi operasyonları bağlamında içeriklerin etki gücünü artırmak ve stratejik üstünlük sağlamak noktasında bir silaha dönüşmüştür. Yapay zekâ araçlarıyla üretilen yüksek gerçeklik düzeyine sahip içerikler, günümüzde hedef kitlenin gerçeklik algısını tahribata uğratmakla birlikte stratejik iletişim, dijital propaganda ve bilgi operasyonları bağlamında oldukça kullanışlı ve tehlikeli bir araç olarak yapılanmıştır. Deepfake teknolojisinin Obama ve Zelensky gibi devlet liderleri üzerinde kullanımı yapay zekâ araçlarıyla gerçekleştirilen bilgi operasyonlarına yakın geçmişte verilebilecek örnekler olarak karşımıza çıkmaktadır. Rusya-Ukrayna Savaşı'nın ilk günlerinde Zelensky'nin yapay zekâ destekli sistemlerle deepfake görüntüsünün yaratılması ve Ukrayna ordusunu teslim olmaya davet etmesi, yapay zekâ destekli bilgi operasyonlarının yaratabileceği tehdide önemli bir örnektir (Wakefield, 2022). Öte yandan dijital kültüre içkin bir kavram olan mimler de günümüzde yapay zekâ destekli bir biçimde üretilerek dijital bilgi operasyonları süreçlerine entegre edilmiştir; mimler mizahi bir yolla karşıt aktörleri küçük düşürücü durumlarda gösterecek şekillerde tasvir etmekte ve bilgi operasyonu araçları olarak yaygınlık göstermektedir (Esezoobo & Braimoh, 2023).

Bilgi operasyonlarının günümüzde yapay zekâ devrimine entegre olması hedeflenmiş grupları ikna etmek ve rıza üretmek noktasında yıkıcı bir karaktere bürünmektedir. Özellikle yapay zekâ tabanlı mikro hedefleme araçlarının kullanımı bilgi operasyonlarının etki düzeylerini artırmıştır. Algı yönetimi, ikna, yönlendirme ve harekete geçirme amacı taşıyan mesajın hedeflenen niş kitlelere sunulması olarak tanımlanan mikro hedefleme, yürütülen iletişim faaliyetlerinin en optimize hedef kitleye uygulanması noktasında aktörlere imkân sunmaktadır (Kreiss, 2017). Bu bağlamda Hanson vd. (2024) yayımladığı rapor, üretken yapay zekâ kullanımının bilgi operasyonlarını ne ölçüde dönüştürdüğüne yönelik bulgular sunmaktadır. Bu rapora göre aktörlerin bilgi operasyonları bağlamında hedef kitlelerin bilişsel süreçlerini manipüle etmek amacıyla günümüzde yapay zekâ araçlarına çok daha sık başvurduğunu, söz konusu bilişsel manipülasyonların hedef kitlelerin karar alma süreçlerine negatif etkilerde bulunduğunu, bu noktada bireylerin bilişsel süreçlerini etkileme amacı güden üretken yapay zekâ içeriklerine karşı savunmasız olma eğilimi gösterdiğini ortaya koymaktadır. Raporda bireylerin söz konusu içeriklere bilişsel korunma tepkisi geliştirememesi sebepleri, bireylerin karar mekanizmaları ve hafızalarının görselleri işleyiş biçimi noktasında kurgu-gerçek arasındaki çizgilerin silikleşmesi sebebiyle manipülatif içeriklerin benimsenmesinin kolaylaşması şeklinde açıklanmaktadır. Benzer şekilde NATO'nun (Bergmanis-Korats vd., 2025) yayımladığı "Virtual Manipulation Brief 2025" raporunda ise yapay zekâ teknolojileri ile birlikte bilgi savaşlarının daha kompleks bir yapıya büründüğüne ve özellikle Rusya ve Çin yanlısı anlatıların hem içerik uyumu hem de yayılım hacminin oldukça arttığına işaret edilmektedir. Söz konusu anlatıların görsel anlamda sunduğu çekiciliğin ve sahip olduğu ikna ediciliğin, hedef kitleleri etki altına alma ihtimalini ciddi bir şekilde güçlendirdiği vurgulanmaktadır.

Bilgi operasyonu amacıyla üretilmiş yapay zekâ tabanlı içeriklerin hacminin artması gün geçtikçe tırmanışını sürdüren uluslararası rekabet ortamında da gözlemlenmektedir. Çeşitli aktörlerin bu türden uygulamalara, siyasi anlatıları kontrol etmek ve bilgi ekosistemindeki akışı domine etmek adına başvurduğu somut örnekler üzerinden tartışılabilir. Yapay zekânın dijital propaganda ve bilgi operasyonları kesişiminde sahip olduğu söz konusu yıkıcı karakter günümüz küresel siyasi atmosferinde, Amerika Birleşik Devletleri ve Çin başta olmak üzere, gerilim hattında bulunan ülkeler için işlevsel bir silah olma özelliği taşımaktadır. Çin ve Amerika Birleşik Devletleri

arasında süren ekonomik, siyasi ve kültürel rekabet gelişen teknolojileri de kaçınılmaz şekilde bu çekişmenin merkezine konumlandırmaktadır.

Amerika Birleşik Devletleri ve Çin yapay zekâ alanını domine etmek noktasında hem inovatif hem de stratejik iletişim bağlamında karşılıklı hamlelerde bulunmaktadır. Bu mücadele, hem somut teknolojik ilerleme kaydetmek ve bunun avantajlarından faydalanmak hem de bu teknolojiye sahip olmanın sunacağı söylem inşa etme gücünü kullanmak ekseninde şekillenmektedir. Hunter vd. (2024) göre Çin, Uygurlara yönelik gerçekleştirdiği faaliyetler sonucunda, uluslararası arenada sahip olduğu olumsuz imajdan, yapay zekâ tabanlı içerikler aracılığıyla, kamuoyunun algılarını yönlendirerek kurtulmaya çalışmaktadır. Kao vd. (2021) tarafından gerçekleştirilen bir diğer araştırmada ise araştırmacılar binlerce içeriği analiz etmiş ve bu içeriklerde ‘astroturfing’ izlerine rastlamışlardır. Bu araştırmanın sonuçlarına göre Uygurların hedef alındığı içerikler kaynak olarak Çin hakkında resmî ibareler taşımasa da bu içeriklerde sistematik bir şekilde benzer mesaj, kelime, ifade ve görsel kullanıldığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda bulgular, Çin’in yapay zekâ tabanlı bilgi operasyonlarını resmî olmayan kanallar üzerinden gerçekleştirdiğine işaret etmektedir. Amerika Birleşik Devletleri ise başta Rusya ve Çin olmak üzere rekabet içerisinde bulunduğu devletlerin bilgi operasyonları teknolojilerine yaptıkları yatırımlar karşısında önceliğini savunma amaçlı araştırmalara vermiştir. Bu doğrultuda A.B.D., Yapay Zekâ Kullanım Durumu Envanteri (2024) yayımlayarak başta dezenformasyonla mücadele etmek noktasında kamuoyunu bilgilendirirken, geliştirilen deepfake dedektörü ile maruz kalınan operasyonlara direnç göstermek noktasında bir savunma aracı sunmuştur. Amerika Birleşik Devletleri’nin, yapay zekâ tabanlı bilgi operasyonlarının oluşturduğu tehdide karşı koymak üzere kamuoyuna düşünsel ve pratik direnç konseptleri sunması, yapay zekâ çağında bilgi operasyonlarının oluşturduğu tehdidi ciddiye aldığını göstermektedir. Hâlihazırda yapay zekâ inovasyonu noktasında dünya çapında öncü devletler konumunda bulunan Amerika Birleşik Devletleri ve Çin arasında artan rekabet ortamı son olarak Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Trump’ın açıkladığı tarifeler sonucunda tekrardan alevlenmiştir. Amerika Birleşik Devletleri’nin aldığı bu kararın ekonomik etkileri küresel ölçekte hissedilirken, stratejik iletişim, dijital propaganda, bilgi operasyonları ve yapay zekânın kesiştiği bir noktada yeni vaka ve stratejilerin gözlemlenmesini de mümkün kılmaktadır.

Yöntem

Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Trump’ın 2 Nisan 2025 tarihinde uygulamaya koyduğu Kurtuluş Günü Tarifeleri’nden olumsuz anlamda en çok etkilenen devletlerden bir tanesi, Amerika Birleşik Devletleri’nin birçok farklı alanda en büyük rakibi olan Çin olmuştur (Clarke, 2025). Çin bu hamle karşısında gerçekleştirdiği ticari misillemelere ek olarak, uluslararası kamuoyunu Amerika Birleşik Devletleri aleyhinde etkileyecek stratejik iletişim faaliyetleri yürütmüştür. Çin, bu noktada araştırma kapsamında incelenen “Look What You Taxed Us Through” klibini 4 Nisan 2025 tarihinde Çin devlet medyasının uluslararası kanalı olan CGTN’den yayımlamıştır. Bu yönüyle yapay zekâ tabanlı bir bilgi operasyonunu, geçmişteki astroturfing uygulamalarından farklı olarak, resmî medya kanalı aracılığı ile gerçekleştirmiştir. Amerika Birleşik Devletleri’nin tarife stratejisinin son derece hatalı bir uygulama olduğuna ve yaratılmaya çalışılan olumlu algının aksine Amerika Birleşik Devletleri’nin ekonomik bir buhran içerisinde bulunduğunu iddia eden bu bilgi operasyonu, iki ülke arasında yapay zekâ teknolojilerini geliştirmek bakımından da yarışın olduğu bir bağlamda gerçekleşmesi sebebiyle önem taşımaktadır.

Bu çalışma stratejik iletişim konseptine entegre dijital propaganda ve bu çerçevede kullanılan enstrümanlardan bir tanesi olan bilgi operasyonları hakkında inşa edilen düşünsel zemini bir çıkış noktası olarak kullanarak, dönüşen propaganda faaliyetlerinde yapay zekâ teknolojilerinin rolünü keşfetmeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda, Amerika Birleşik Devletleri ve Çin arasında gerçekleşmekte olan ticaret savaşının bilgi ekosistemi cephesine yönelik bir örnek olay incelemesi gerçekleştirilerek bulgulara erişilmiştir.

Bu noktada Çin’in devlet haber kanalı CGTN’nin yayımladığı Look What You Taxed Us Through adlı klibin yapay zekâ teknolojileri ile inşa edilmiş bileşenler içermesi; yapay zekâ çağında stratejik iletişim, dijital propaganda ve bilgi operasyonları kesişimine somut bir örnek teşkil etmektedir. Belirlenen örnek olay günümüz şartlarında dijital propaganda ve bilgi operasyonlarının yapay zekâ boyutuna yönelik çok boyutlu çıkarımlar gerçekleştirmeyi mümkün kılmaktadır. Belirlenen bu ana amaç ve tespit edilen örnek olay ışığında takip eden alt araştırma soruları çalışmanın omurgasını oluşturmaktadır.

1. Yapay zekâ desteği ile üretilen bir dijital propaganda materyalinin stratejik yaklaşımı ve içeriği nasıl kurgulanmıştır?
2. Yapay zekâ desteği ile üretilen bir dijital propaganda materyaline yönelik perspektif nasıl şekillenmektedir?

Nitel perspektifi benimsemiş bu çalışmanın amacı çerçevesinde araştırma sorularını cevaplayabilmek adına ve keşifsel araştırma tasarımına entegre bir şekilde gerçekleştirilen tek ögeli örnek olay incelemesine başvurulmuştur. Bu çerçevede elde edilen veriler tümevarımcı nitel içerik analizi ile çözümlenmiştir. Bu bağlamda CGTN'nin yayımladığı, "Look What You Taxed Us Through" klibi örnek olay olarak seçilmiştir. Bu bağlamda klibin kendisi ve klip hakkında haber sitelerinde yayımlanmış olan haberler veri kaynağı olarak kullanılmıştır. Elde edilen veriler, görsel içerik analizi bileşenlerini de içeren tümevarımcı nitel içerik analizi yaklaşımı ile incelenmiştir. İncelenen vaka dijital propaganda ve yapay zekâ kesişimindeki öncül örneklerden olması sebebiyle keşifsel bir araştırma tasarımına içkin bir şekilde gerçekleştirilen tek ögeli örnek olay incelemesi ve tümevarımcı nitel içerik analiziyle çok yönlü bir biçimde çözümlenmiştir.

Araştırmanın nitel doğası, tekrar edilebilirlik ve şeffaflığı sağlamak adına, temellendirildiği yaklaşım ve tekniklerin düşünsel zemini hakkında bilgi vermeyi elzem kılmaktadır. Bu yönüyle araştırma, Drisko ve Maschi (2016, s.33) tarafından çerçevesi çizilen keşifsel bir araştırma tasarımını benimsemektedir:

Keşifsel araştırma tasarımları genellikle, araştırmacıların yeni bilgileri keşfetmek veya yeni veya bilinmeyen bilgilere erişim sağlamak için amaca yönelik seçtikleri küçük örneklemeleri kullanır. (...) Araştırmacılar, bir konu hakkında çok az bilgiye sahip olduklarında veya bir konu hakkında az sayıda ön tanım, az kavram ve az teori mevcut olduğunda, keşifsel araştırma tasarımlarını kullanırlar.

Veri setini inşa etmek üzere, keşifsel bir perspektife entegre bir biçimde tek ögeli örnek olay incelemesi benimsenmiştir. Çünkü yapay zekâ, dijital propaganda ve bilgi operasyonları kesişiminde sayıca yeterli vaka, araştırma ve veri kaynağı bulunmamakla birlikte araştırmaya konu olan alan gelişmekte olan bir saha olarak konumlanmaktadır. Bu durum, mevcut araştırma için, tek ögeli örnek olay incelemesini etkin bir veri seti inşa etme perspektifi hâline getirmektedir. Mevcut araştırma, Yin (2018) tarafından çerçevesi çizilen tek ögeli örnek olay yaklaşımlarından açıklayıcı perspektifi benimsemektedir. Açıklayıcı perspektif daha önce incelenmesi mümkün olmayan bir vaka için inceleme fırsatının değerlendirilmesi ile ilişkilidir. Bu noktada, CGTN'nin yayımladığı, "Look What You Taxed Us Through" klibi sahip olduğu yapay zekâ destekli içerik inşa süreci, açık bir biçimde bir devlet kanalından dağıtılmış olması ve açık bir biçimde yapay zekâ desteği ile inşa edilmiş bir içerikle başka bir ülkeyi hedef alıyor olması sebebiyle Amerika Birleşik Devletleri ve Çin rekabeti çerçevesinde gelişen dijital propaganda ve bilgi operasyonları açısından özgün ve öncül vakalardan bir tanesidir. Bu perspektif çerçevesinde Look What You Taxed Us Through klibi ve bu klip hakkında farklı haber kanallarında çıkan haberler (Tablo 1) veri setini oluşturmaktadır.

Tablo 1. Araştırma Kapsamında İncelenen Haberler

No	Tarih	Başlık	Haber sitesi	Yazar
1	04.04.2025	'Liberation Day- more like a debt parade', China trolls Trump with song and AI	Financial Express	FE News Desk
2	04.04.2025	China State Media Rebuke Trump's Tariffs With AI Song and Videos	Time	Chad de Guzman
3	04.04.2025	China slams Trump's tariffs with AI-generated videos (and retaliatory tariffs)	BGR	Chris Smith
4	04.04.2025	China Attacks Trump With Sassy AI-Generated Music Video	Yahoo News	Joe Wilkins

5	06.04.2025	China Ridicules Trump's Tariff with Dancing Robots in AI Video: 'Groceries Cost a Kidney'- WATCH	Times Now	Ajay Kumar
6	09.04.2025	China unleashes meme war on Trump's tariffs: AI-generated songs and videos mocking obese Americans, 'tax on penguins' and stock market collapse flood social media	Daily Mail	James Clark Reynolds
7	09.04.2025	China Diss Track Rips US Over Tariffs—'Groceries Cost a Kidney, Gas a Lung'	Newsweek	Jordan King
8	09.04.2025	China trolls Trump with AI clip of overweight Americans	Yahoo News	Susie Coen
9	09.04.2025	"Making Fun Of People At Work?": Chinese Artist's "Racist" Video Mocks US Tariffs	Boredpanda	Marina Urman
10	10.04.2025	Meme after meme: China targets Donald Trump and his advisers with AI war to counter tariffs; here are some causing a sensation	The Economic Times	Global Desk

Not. Haberlere erişebilmek üzere 1) "Look What You Taxed Us Through" anahtar sözcüğü kullanılarak Google Haberler'de bir arama yapılmıştır, 2) aramayı takip eden adımda kapsamlı bir dâhil etme stratejisi benimsenmiş "Look What You Taxed Us Through" ifadesinden bahseden tüm haberler başlangıç listesine alınmıştır, 3) son aşamada bir değerlendirme süreci uygulanmış ve analiz için "Look What You Taxed Us Through" vakasına özel olarak odaklanan haberler seçilmiştir.

Elde edilen verilerin analizi sürecinde keşfedici perspektifin teknik gerekliliklerini karşılıyor olması ve örnek olayın çok boyutlu bir biçimde incelenmesini mümkün kılacak görsel içerik analizi bileşenlerini de içeren tümevarımcı içerik analizi yaklaşımı benimsenmiştir. Bu bağlamda Kyngäs (2019, s.14) tarafından betimlenen tümevarımcı içerik analizi yaklaşımına başvurulmuştur:

Bu biçimdeki içerik analizi araştırma kapsamındaki olgu geçmiş çalışmalarda ele alınmadığında veya öncül bilginin parçalı olduğu durumlarda uygundur. Temel bir tümevarımcı içerik analizi takip eden aşamalar uygulanarak gerçekleştirilir: veri indirgeme, veri gruplama ve araştırma sorularını cevaplamak üzere kullanılacak kavramların ortaya çıkması.

Bu çerçevede tümevarımcı nitel bir içerik analizi yaklaşımıyla toplanan verideki görünen ve örtük mesajlar tespit edilmiştir. Kyngäs (2019) tarafından ifade edilen tümevarımcı içerik analizi perspektifine ek olarak Rose (2007) tarafından görsel içerik analizi hususunda özellikle vurgulanan geçerlik ve tekrar edilebilirlik bileşenleri de dikkate alınmıştır. Tümevarımcı nitel içerik analizinin doğasına uygun bir biçimde açık kodlar tespit edilmiş, bu zeminde alt-konseptler belirlenmiş ve ana konseptlere ulaşılmıştır. Alt konseptler ve ana konseptlerin etkileşimi Gephi 0.10.1 ile görselleştirilmiştir. Bu bağlamda hem klibin hem de klip ile ilgili haberlerin analizi iki araştırmacı tarafından da gerçekleştirilmiş, bulguları tartışmak üzere araştırmacılar bir oturum düzenlemiş, kodlayıcılar arası denetim ve uyum gerçekleştirilmiştir. Videonun çözümlenmesine yönelik kodlayıcılar arasında tam uyum söz konusudur. Haberlerin çözümlenmesi noktasında Holsti'nin yöntemi ile hesaplanan kodlayıcılar arası uyum %98.1 olarak tespit edilmiştir.

Bulgular

AS1'i cevaplamak üzere "Look What You Taxed Us Through" klibinin sahneleri tümevarımcı nitel içerik analizi perspektifi ile analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular EK Tablo 1'de ayrıntılı ve yapılandırılmış bir biçimde ifade edilmiş olmakla birlikte kimi önemli bulguların vurgulanması elzemdir.

Hedefteki sade vatandaş

Klip içeriği sıklıkla sade vatandaşa seslenmekte ve sade vatandaş doğrudan ilgilendiren gündelik hayat bileşenlerini odak noktasında tutmaktadır. Bir süpermarketteki fiyatları, yumurta fiyatlarındaki artışı, süpermarket alışverişi ardından incelenen faturayı odağına alan görsellerin yanı sıra, Amerika Birleşik Devletleri

kamuoyundaki önemli tartışmalardan bir tanesi olan, enflasyon dinamiklerine de dikkat çekilmektedir. Bu noktada, toplumdaki gelir uçurumuna odaklanan sözler ve görüntüler ile klip Amerika Birleşik Devletleri'ndeki iş adamlarını ve varlıklı zümreyi hedefine almaktadır. Bu noktada, bu kesimin lüks tüketim kalemlerine dikkat çekilmektedir. Özellikle Trump ile yakın ilişkilere sahip bir iş adamı olan Elon Musk'ı hedef alan görüntüler ve sözler defaten içeriğe dâhil edilmiştir. Klip Trump'ın üst perdeden konuşmalar yaptığı kimi sahneleri de içermektedir. Bu sahneler, halkın Trump'ın yanlış kararları ve kibrinin sonuçlarını çektiğine işaret eden bir atmosfer yaratmaktadır. Klipin şarkı sözlerindeki “sen” dili Trump'ı doğrudan hedef almakla birlikte tüm bu “kaosun” asli sorumlusu olarak süregelen bir şekilde hedefinde tutmaktadır. Bu bağlamda, klip sade vatandaşa seslenmekte, Trump'ı sade vatandaşın çektiği sıkıntıların sorumlularından birisi olarak resmetmekte ve bu sürecin toplumdaki gelir uçurumunu keskinleştirdiğine dikkat çekmek istemektedir. Diğer yandan, kimi bürokratik kurumların hamlelerin ekonomiyi düzeltmek adına işlevsiz kaldığı mizahi bir üslupla dille getirilmektedir. Bu aynı zamanda sade vatandaşın kurumlara duyduğu güveni korozyona uğratmak için atılmış bir adım izlenimi vermektedir. Son olarak tarifelerden etkilenen Kanada ve Meksika gibi ülkelerdeki dinleyicilere de seslenildiğini not etmek elzemdir.

Karanlık mizah, sarkazm ve kültürel angajman

Yapay zekâ desteği ile yaratılan müziğin sözlerine de ayrı bir parantez açmak elzemdir. Yer yer karanlık bir mizah anlayışını içeren sözler, sade vatandaş hareketine geçirmeyi hedefleyen sarkastik bir yapıya sahiptir. Bu bağlamda, sorumluları işaret etmekten çekinmeyen ve Çin'in tarifelere karşı resmî söylemini sade vatandaş ile etkileşime geçecek şekilde yeniden inşa eden “viral” bir biçim ve içeriğe sahiptir. Bu bağlamda dinleyici angajmanını artırmak üzere Amerikan kültüründen öğeler klibe dâhil edilmiş olmakla birlikte sözlerde de spesifik coğrafi bölgelere işaret edildiği dikkat çekicidir. Klipte karşılıklı oturma düzenine sahip klasik Amerikan restoranlarına, geleneksel bir Amerika kahvaltısı olan yumurta ve pastırmaya veya otomotiv sanayisi ile meşhur ve bu alanda önemli bir istihdama ev sahipliği yapan Orta-Batı Amerika'ya değinildiğini gözlemlemek mümkündür.

Farkındalık inşası

Bulgular Çin'in yapay zekâ desteği ile hazırlanmış bu müzik klibiyle çok boyutlu ve çok hedefli bir algı savaşı yürüttüğüne işaret etmektedir. Fakat bu bilgi operasyonunun odak noktasında Amerikalı sade vatandaşların bulunduğu gözlemlenmektedir. Bu klip aracılığı ile sade vatandaşların Trump'a, Amerika Birleşik Devletleri kurumlarına ve Trump ile iş birliği hâlindeki kişilere seslerini yükseltmesi teşvik edilmektedir. Bu çerçevede tarifeleri durdurmak üzere sade vatandaş toplumsal adaletsizliklerle ve Trump'ın yanlış kararlarıyla yüzleştirme çabası söz konusudur.

AS2'ye cevap vermek üzere “Look What You Taxed Us Through” klipini konu edinen haber metinleri tümevarımcı nitel içerik analizi perspektifi ile çözümlenmiştir. Kamuoyu algısını şekillendirmek noktasında önemli bir potansiyel barındıran haber metinleri, yapay zekâ desteği ile yaratılmış bir bilgi operasyonu klipinin yaratabileceği potansiyel algı tahribatı noktasında önemli ipuçları içermektedir. Elde edilen bulgular ayrıntılı ve yapılandırılmış bir biçimde sunulmuş, önemli hususlar tümevarımcı içerik analizinin doğasına uygun bir biçimde raporlanmıştır. Haberlerin tümevarımcı içerik analizi sürecinde 54 özgün açık kod tespit edilmiş, bu kodlara bağlı biçimde ortaya çıkan 109 alt konsept gözlemlenmiş ve son aşamada 7 ana konsept inşa edilmiştir. Bu bağlamda haberlerin yapay zekâ desteği ile üretilmiş propaganda videosuna değinirken mesele, mesaj tonu, hedef, içerik kaynağı, üretim biçimi, üçüncü parti görüşü, pratik yansıma ve bağlam boyutlarını göz önünde bulundurduğu gözlemlenmiştir.

Mesele

Her dijital propaganda faaliyetinin belirli bir mesele ilişkisi ile şekillendiği göz önünde bulundurulduğunda, bu ana konseptteki bulgular yapay zekâ destekli bir biçimde yaratılmış videonun ve bu video hakkındaki haberlerin, hangi meseleye bağlı biçimde ortaya çıktığını tespit etmektedir. Haberler, videonun ortaya çıkışını tetikleyen meseleyi “ticaret savaşı” ve “tarifeler” ile yoğun biçimde ilişkilendirmektedir. Özellikle tarifelerin “Trump'ın tarifeleri” şeklinde not ediliyor olması, dijital propaganda sürecinin hedefinde olduğu düşünülen aktörlere

yönelik de ipucu sunmaktadır. Tarifelerin haberlerde çoğunlukla “Liberation Day Tariffs” şeklinde tanımlandığı fakat “karşı çıkılması gereken tarifeler,” “Trump’ın şok edici tarifeleri,” “Trump’ın sözde karşılıklı tarifeleri” şeklinde betimlendiği ve yapay zekânın da dâhil olduğu bir gerilim sahasının sorumlusuna işaret edildiği de gözlemlenmektedir.



Not. Bulgular çalışmanın yazarları tarafından Gephi 0.10.1 aracı ile görselleştirilmiştir.

Şekil 1. Haberlerdeki Meselelere Yönelik Ağ Haritası

Meseleyi bir “yapay zekâ savaşı” olarak betimleyen fazlaca haberin mevcut olduğunun altı çizilmelidir. Bu noktada, videoların ortaya çıkmasını tetikleyen mesele tarifeler ile ilişkilendirilirken, “yapay zekâ arsenalini ateşleyen Çin” veya “mim savaşı” veya “dijital savaş-mizah-virallik karşımı ticaret savaşı” şeklinde betimlemelerin gözlemlendiği, Çin’in dijital propaganda faaliyetlerinin söylem düzeyinde militarize edildiği bir bağlam inşası söz konusudur.

Mesaj tonu

Dijital propaganda spesifik bir meseleyi, işlevsel bir mesaj tonu ile ilişkilendirme üzerine kuruludur. Bu noktada haberlerin yapay zekâ desteği ile yaratılmış videonun farklı bileşenlerine odaklandığı gözlemlenmektedir. Bu bileşenler mesajı inşa ederken kullanılan üslup, aktör yönelimli söylemler ve işlev yönelimli söylemler olarak sıralanabilir. Üslup bileşeninde karanlık mizahın kullanımından yoğun şekilde bahsedilmekte, mizah bir propaganda aracı olarak konumlanmaktadır. Mizah ögesinin, özellikle karanlık mizah üslubunun, haberlerin çoğunda değinilen bir unsur olduğu gözlemlenmektedir. Haberlerde tarifelere eleştirel bir bakışın inşa edildiğinin, aynı zamanda eğlenceli ve kızgın bir yönünün olduğu vurgulanmaktadır. Mesajın tonunun aktör yönelimli söylemler boyutu büyük oranda Çin’i süregelen bir rekabetin saldırgan boyutunda konumlandırmaktadır. Alt konseptlerde de gözlemlenen “Pekin’in yüksek teknoloji hamlesi,” “AI ile manipülatif aksiyonlar alabilecek Çin” ve “AI gücüne sahip Çin” gibi aktör yönelimli ifadeler Çin’i doğrudan A.B.D.’nin karşısına ona, teknolojik olarak da, karşılık vermeye yetkin bir aktör olarak konumlandırmaktadır. Son olarak mesaj tonuna içkin işlev yönelimli söylemlerden bahsedilmelidir. Bu bileşende yapay zekâ destekli video ile erişilmek istenen amaçlar ve bu süreçte kullanılan teknikler açıklanmaktadır. Öncelikle haberlerin çoğu, videoda “Amerikalı tüketicinin perspektifinden iletilen mesaj” mevcudiyetine dikkat çekmektedir. Bu durum, klibin konvansiyonel propaganda anlayışı dışında olduğuna da işaret etmektedir. Metinlerde yükselen fiyatlara değinilmektedir. Ayrıca videonun yer yer toplumsal sınıf ayrımını keskinleştiren bir yapısının bulunduğu da dikkat edildiği not edilmelidir.



Not. Bulgular çalışmanın yazarları tarafından Gephi 0.10.1 aracı ile görselleştirilmiştir.

Şekil 2. Haberlerdeki Mesaj Tonuna Yönelik Ağ Haritası

Hedef

Haberler video klibin hedef kitlesindeki aktörleri farklı şekillerde betimlemektedir. Bu bağlamda videonun Amerikalı sade vatandaş hedeflediği hususunda yoğun ortak bir kanı söz konusudur. Bu sade vatandaş hedefi “Amerikalı tüketiciler,” “düşük gelire sahip Amerikalı vatandaş,” “Amerikalı kullanıcılar” şeklinde segmente olmaktadır. Yapay zekâ desteği ile oluşturulmuş olan videonun karanlık mizah öğeleriyle erişmeye çalıştığı ana kitleyi de Amerikalı sade vatandaş oluşturmaktadır ve hayat standardı düşen bir topluluk olarak resmedilmektedir. Diğer yandan, haberlerde mesajın tonunu güçlendiren, ana hedef kitlede mesaj tonunun etkisini pekiştiren, videoda hedef alınan ve toplumsal sınıf farkını somutlaştıran aktörlerden bahsedildiği gözlemlenmektedir. Bu bağlamda Jeff Bezos ve Elon Musk gibi A.B.D.’nin teknoloji lokomotifine güç veren, aynı zamanda yapay zekâ alanında da etkin faaliyetler yürüten iş insanlarının videoda hedef alınmasının haberlerde yer bulduğu, bu durumun dolaylı bir biçimde kamuoyu etkisi yaratmak noktasında da rolü olduğu belirtilebilir.



Not. Bulgular çalışmanın yazarları tarafından Gephi 0.10.1 aracı ile görselleştirilmiştir.

Şekil 3. Haberlerdeki Hedeflere Yönelik Ağ Haritası

İçerik kaynağı

Bu ana konsept içerik kaynağı olarak hangi aktörün işaret edildiğine ve bu aktöre yönelik algının nasıl inşa edildiğine odaklanmaktadır. Yapay zekâ desteği ile yaratılmış olan videonun Çin’in savlarını desteklediği ve CGTN kanalıyla dağıtıldığı gözlemlenmektedir, ancak haberlerin Çin’i ve CGTN’i tanımlamaları algı inşasını gerçekleştirirken yönedikleri perspektifi keşfedebilmek açısından önemlidir. Haberlerde en sık karşılaşılan

söylem CGTN'in "devlet medyası" şeklinde vurgulanması ve bir stratejik iletişim aktörü olarak konumlandırılmasıdır. Bu durum bazı durumlarda CGTN'in rekabetin bir tarafı şeklinde resmedilmesine yol açmaktadır. Ayrıca CGTN'in İngilizce yayın yaptığı ve Çin propagandasının uluslararası ayağı şeklinde konumlandırıldığı da not edilmelidir. Diğer yandan, Çin sıklıkla yapay zekâ destekli videonun kaynağı olarak işaret edilmektedir. Burada inşa edilen söylem çeşitlilik göstermektedir. Çin'in etkin ve A.B.D.'ye eşit bir aktör olduğuna işaret edilmekte, Çin'in kamuoyundaki algıyı kürate etme motivasyonuna değinilmektedir. Çin'in içeriğin kaynağı olarak gösterildiği diğer haberlerin söylemi Çin'i bu hamlesini dijital medya ekosisteminde tüketilebilecek bir eğlence içeriği olarak yansıtmaya eğilimindedir. Bu noktada Çin'in mimleri enstrümanlaştıran ve "Trump'ı trolleyen" bir aktör olarak konumlandırıldığı gözlemlenmektedir.



Not. Bulgular çalışmanın yazarları tarafından Gephi 0.10.1 aracı ile görselleştirilmiştir.

Şekil 4. Haberlerdeki İçerik Kaynağına Yönelik Ağ Haritası

Üretim biçimi

Haberlerin videonun üretim biçimi ve teknik özelliklerine vurgu yaptığı gözlemlenmektedir. Çin ve A.B.D arasında yapay zekâ alanında devam eden rekabetin, bu noktada etki sahibi olduğu ifade edilmelidir. Özellikle yapay zekânın bir dijital propaganda aracı olarak konumlandırılıyor olmasına vurgu yapılmaktadır. Bu vurgu kimi zaman teknik bir not olarak videonun yapay zekâ desteği ile hazırlandığına işaret ederken kimi zaman bunu dijital propaganda bağlamında konumlandırmaktadır. Bazı durumlarda videodan "havalı yapay zekâ videosu" veya "AI ile yaratılmış dans eden robotlar" içeren video olarak bahsedilmektedir. Bu durum, klibin iletmek istediği gerçek mesaja odaklanmak yerine klibin yaratabileceği algı tahribatına potansiyel bir ön-alma çabası olarak da değerlendirilebilir. Klipte kullanılan ve Trump'ın konuşmalarından ve Tesla protestolarından gerçek görüntüler içeren karelerin ise klibin etkisini artırmak üzere rol üstlendiği değerlendirilmektedir. Klipte İngilizce ve Çince alt yazının kullanılmış olması basının yoğun şekilde odaklandığı bir bileşen olmuştur. Bu durum, klibin mesajını A.B.D'de olabilecek en yaygın şekilde hedefe ulaştırmak, Çin'de ise kamuoyunu yürütülen dijital propaganda faaliyeti hakkında bilgilendirmek noktasında işlevsel bir rol üstlenmektedir. Son olarak, klibin "Amerikan popuna benzerliği," "Taylor Swift benzerliği" ve "kadın vokal" kullanımı basın tarafından değinilen bileşenlerdendir. Klibin Taylor Swift'in 2017'de yayımladığı intikam temalı bir şarkı olan "Look What You Made Me Do" ile duygusal ve biçimsel benzerliğine dikkat çekilmiş, bu benzerliğin virallik, akılda kalıcılık ve duygusal etki bakımından sonuçları olabileceği göz önünde bulundurulmuştur.

ve A.B.D’de finansal piyasalara yönelik olumsuz etkilerden sıklıkla bahsedildiği de not edilmelidir. Bu durum, klabin tarifeleri hedef alan keskin eleştirel boyutuyla örtüşen bir tona sahiptir.



Not. Bulgular çalışmanın yazarları tarafından Gephi 0.10.1 aracı ile görselleştirilmiştir.

Şekil 7. Haberlerdeki Pratik Yansıma ve Bağlama Yönelik Ağ Haritası

Tartışma ve Sonuç

Araştırma çerçevesinde Çin’in Amerika Birleşik Devletleri’ni hedef alan ve yapay zekâ desteği ile oluşturulan “Look What You Taxed Us Through” klipi ve bu klipi konu alan 10 haber metni araştırma kapsamında analiz edilmiştir. Bu doğrultuda yapay zekâ tabanlı dijital propaganda materyallerinin stratejik açıdan geçirdiği dönüşümün yanı sıra biçim ve içerik açısından da farklılaştığı gözlemlenmiştir.

Öncelikle yapay zekânın sağlamış olduğu teknik kapasite, dijital propaganda için son derece önemli bir bileşen olan hedef kitleyi, ikna etmek noktasında yeni imkânları ortaya çıkarmıştır. Bu noktada dijital propagandanın kaynağı olan aktörün hedef kitleyi ikna etmek üzere yürüttüğü bilgi operasyonunda söylemi kendi bulunduğu konumdan değil, hedef kitlenin perspektifinden inşa edebilme olanağı ortaya çıkmıştır. Örneğin, Amerika Birleşik Devletleri’ni hedef alan bir propaganda faaliyetinde Amerikalı hedef kitleye seslenmek üzere Amerikalı bir şarkıcıya müzik yaptırmak birçok meydan okumayı beraberinde getirmektedir. Ancak mevcut vakanın da işaret ettiği üzere, Amerika’da çok meşhur bir şarkıya son derece benzer bir şarkı yapay zekâ sayesinde yeni sözlerle yeniden üretilmiş ve hedef kitle ile son derece etkin bir biçimde angaje olabilecek mekân, müzik ve görsellerle birleştirilerek etkisi artırılmıştır. Klabin içerdiği görsel ve işitsel materyalin çözümlemesi ve klip hakkında yapılan haberlerin analizi sonucunda elde edilen bulgulara klabin “sade vatandaşa seslenen” veya “Amerikan tüketicisinin diliyle konuşan” bir tonda olması, bu yönüyle yapay zekânın sağladığı teknik kapasite ile ilişkilidir.

Amerikalı bir sade vatandaşın sıklıkla karşılaştığı pop müzik bileşenlerinin klibe yapay zekâ ile entegrasyonu (müziğin tonu, koreografik dans gösterisi vb.); eş zamanlı olarak gerçek görüntülerle Amerikalı sade vatandaşın güncel sorunları ve gündemi ile ilişkili konuların sahneye taşınması dikkat çekicidir. Bu bağlamda bilgi operasyonu faaliyetiyle harekete geçirilmek istenen hedef kitlenin dikkati yapay zekâ destekli bir kültürel ve gündem angajmanı ile canlı tutulmakta, bu dikkat yine hedef kitledeki sade vatandaşın diliyle konuşarak dijital propagandanın hedefindeki kişilere karşı sade vatandaşın tutumunu değiştirmek (kızgınlık yaratmak, politikalarına güven duymamasını sağlamak gibi) üzere yönlendirilmeye çalışılmaktadır.

Dolayısıyla hedef kitleyi oluşturan Amerikalı sade vatandaşa klipte de sıklıkla yer verilmekte, duygusal açıdan bir etki uyandırılmaya çalışılmakta; gelir uçurumu ve başarısız projeler vurgusu ile iş adamları ve sen dili kullanımı ile doğrudan Trump bilgi operasyonundaki algı tahribatının hedefi hâline gelmektedir. Bu bağlamda, Stanley (2018) tarafından politik ve ekonomik hedeflere yönelik olarak hedef kitle davranışlarının yönlendirilmesi noktasında iletişim faaliyetlerinin bilişsel süreçleri manipüle etmesi şeklinde betimlenen propagandanın her aşamasında, yapay zekânın sunduğu kapasitenin aktörlere yeni olanaklar yarattığı tartışılabilir. Geçmişte yüksek dinleme sayılarına ulaşan popüler bir müziğin Çin’in uluslararası konumunu yansıtan bir şekilde yapay zekâ

yardımla klonlanması ve liriklerin “Günlük alışveriş bir böbrek, benzin masrafı bir akciğer kadar pahalı.” gibi son derece karanlık bir sarkazm içeriyor olması, dijital propagandanın yapay zekâ desteği ile bir “mim savaşı”na entegre bir biçimde işlediği yeni bir döneme işaret etmektedir.

Diğer yandan Yan ve Yan’ın (2022) not etmiş olduğu yapay zekâ tabanlı üretilen içeriklerin karşıt aktörün itibarını zedelemek amacıyla kullanılabilmesi işlevine örnek teşkil etmektedir. Bu yönüyle hedef kitlenin bilişsel süreçlerini etkilemek stratejisiyle üretilen klip içerik, yapay zekâ tabanlı bilgi operasyonu anlatılarının (Hunter vd. 2024) çoklu krizler dünyasının doğurduğu esneklik, parçalanma ve manipülatiflik (Bazavluk & Kovalev, 2025) zemininde etkili bir silaha dönüştüğüne işaret etmektedir. Çin’in Amerika Birleşik Devletleri ile teknoloji ve ticaret savaşına devam ederken, bulguların işaret ettiği üzere Amerikalı tüketiciciyi yapay zekâ destekli bir klbin odaklandığı gündelik dertleriyle Trump’a karşı harekete geçirmek istemesi fakat Çin’in diğer yandan “paylaşılan zenginlik” ve “küresel dayanışma” söylemini inşa etmeye çalışması yapay zekânın çoklu krizlerin karmaşası içerisinde bir bilgi operasyonu enstrümanına dönüştüğünü kristalize etmektedir.

Bulgular klbin, yapay zekâ sayesinde hedef kitleyi iki aşamalı bir şekilde manipüle etme eğilimi olduğuna işaret etmektedir. İlk aşamada popüler ve akılda kalıcı bir şarkın yapay zekâ ile klonu oluşturularak hedef kitlenin dikkati sözlere çekilmekte, ikinci aşamada ise Trump’ın politikaları hedef gösterilerek sade vatandaşın deneyimlediği gündelik sorunlar karanlık ve sarkastik bir biçimde dile getirilerek bir şok etkisi yaratılmaktadır. Şarkı sözlerinin en karanlık kısımlarının gazete haberlerinin çoğunda dile getiriliyor oluşu mevcut durumun bir sağlaması niteliğindedir. Neticede yapay zekâ tabanlı bilgi operasyonlarının karşıt aktörler aleyhine negatif bakış açısı yaratmak noktasında karanlık mizah ve sarkazm gibi araçlara başvurduğu görülmektedir. Bu bağlamda klbin içerik ve biçim açısından kurgulanışının, mizah ve sarkazmın dijital propaganda faaliyetlerinde hedef kitlenin dikkatini çekmek, duygusal anlamda etkilemek ve etkileşime yönlendiren yapısı (Chernobrov, 2023) ile örtüştüğü gözlemlenmiştir. Klbin, hedeflediği kitle olan sade Amerikan vatandaşlarını iç kamuoyu oluşturmaları noktasında harekete geçmeyi teşvik eden yapısı dikkat çekmektedir. Klpte yer alan bileşenler, devlet başkanı Trump’ın almış olduğu kararları protesto edecek bir kitle yaratmak vasıtasıyla Trump ve Amerikan toplumu arasında bir kopukluk yaratarak karşıt aktörüne zarar vermeyi amaçlayan bir yönü olduğu tartışılabilir. Dolayısıyla Hunter’ın (2024) bilgi operasyonlarının nihai amaçlarından birisi olarak belirttiği hedef kitlede davranış değişikliği yaratmak ve Stanley’nin (2018) propagandanın odak noktalarından birisi olarak işaret ettiği hedef kitle davranışlarının yönlendirilmesi şeklindeki ifadeler araştırma bulgularıyla tutarlılık göstermektedir. Bu bağlamda yapay zekânın, bu amaçları gerçekleştirmek üzere aktörlerin manipülatif kapasitesini güçlendiren bir enstrümana dönüştüğü gözlemlenmektedir.

“Look What You Taxed Us Through” klbinin kamuoyunu nasıl şekillendirdiği keşfetmek noktasında önemli bir paya sahip olan haber metinlerinin incelenmesi sonucu erişilen bulgular, haberlerin Çin’e karşı hâkim bir tonu olduğuna işaret etmektedir. Klbin özellikle “propaganda bileşenleri içeren mizahi bir eleştirel diss parçası” şeklinde çerçeveleniyor olması, yapay zekâ destekli bir bilgi operasyonuna karşı kamuoyunda direnç inşa etme eğilimine işaret etmektedir. İncelenen haberlerde klpte yer alan çarpıcı sahneler yer verilmesi ise dikkat çekicilik ve akılda kalıcılık unsurlarının ne kadar önemli bileşenler olduğunu gösterir niteliktedir. Buradan hareketle ulaşılan bulgular, Chernobrov’un (2023) ifade ettiği gibi dijital ortamların sahip olduğu enformasyon bolluğu noktasında bu ortamlarda mizah ironi hiciv vb. gibi unsurlarla bir anlatı yaratmanın dikkat çekicilik noktasında sağlamış olduğu avantajlarla örtüşmektedir.

Yapay zekâ destekli klip haberlerde propaganda enstrümanı olarak konumlandırılmaktadır. İncelenen haberlerde klbin kaynağı, üretim şekli ve paylaşıldığı bağlam not edilerek yapay zekâ araçlarının propaganda aracı olarak işlev görebileceğine dikkat çekilmektedir. Bu noktada, Çin devletinin geçmiş bilgi operasyonlarını resmî olmayan kanallar üzerinden gerçekleştirirken (Kao vd., 2021) bu klbin CGTN tarafından dağıtılması da önem taşımaktadır. Haberlerin bu durumu özellikle vurguladığı gözlemlenmektedir.

İncelenen haberlerde klbin sadece verdiği mesajla değil, Amerika Birleşik Devletleri ve Çin’in içerisinde bulunduğu siyasi, ekonomik ve özellikle yapay zekâ noktasındaki teknolojik rekabet bağlamında bir makro çerçevede konumlandırıldığı gözlemlenmektedir. Kullanılan “mim savaşı” veya “trolleme” gibi tanımların yanı sıra Çin’in ürettiği klbin uzunluğunun güçlü bir işlemci gerektirdiğine işaret ediliyor olması, yapay zekâyı potansiyel olarak daha tehlikeli faaliyetlerde bulunabileceği gibi vurgular bilgi operasyonları ve yapay zekâ kesişimini somutlaştırdığı gibi klbi ülkeler arasındaki rekabetin çizdiği makro çerçeveye de ilişkilendirmektedir. Bazavluk ve Kovalev’in (2025) ifade ettiği üzere Çin ve Amerika Birleşik Devletleri yapay

zekâ inovasyonları noktasında iki öncü ülke olarak konumlanmaktadır, hâlihazırda bu alanda rekabet içerisinde bulunmaları ve gerçekleştirilen bilgi operasyonlarında yapay zekânın kullanılıyor olması bu rekabet çerçevesinde bir anlama sahiptir.

Öneriler

Sonuç olarak yapay zekânın dijital propaganda ve bilgi operasyonları bağlamında enstrümanlaşan bir yönü olduğu gözlemlenmektedir. Ancak geçmişte bilgi operasyonlarını örtük bir biçimde yürüten aktörlerin sürece yapay zekâ dâhil olduğunda görünür bir biçimde dijital propaganda materyallerini paylaşıyor olması dikkat çekicidir. Çünkü propaganda materyalinin inşa ettiği söylemin yanı sıra yapay zekâ teknolojisi ile bu materyali üretme kapasitesine sahip olmanın da anlam ifade ettiği bir rekabet dünyası söz konusudur. Bu bağlamda yapay zekânın bir enstrüman olmasının yanı sıra dijital propaganda ve bilgi operasyonlarını sadece teknik olarak değil, düşünsel boyutuyla da dönüştüren bir doğası olduğu tartışılabilir.

Bu noktadan hareketle gelecek araştırmalarda yapay zekâ desteği ile üretilmiş farklı propaganda ve bilgi operasyonu vakalarının incelenmesi önem arz etmektedir. Özellikle farklı bağlamlarda ve toplumsal koşullarda gelişen yapay zekâ destekli bilgi operasyonlarının keşfi, yapay zekânın stratejik iletişimi hangi koşullarda, ne şekilde dönüştürdüğünü, teknik ve düşünsel açıdan keşfetmek üzere fırsatlar sunabilir. Çalışma kapsamında incelenen vaka Amerika Birleşik Devletleri ve Çin rekabetinin ekonomik ve politik boyutuna odaklanmaktadır, ancak bu rekabetin ulusötesi etki, yumuşak güç ve askeri boyutları da söz konusudur. Bu noktadan hareketle, rekabet biçiminin yapay zekânın stratejik iletişim faaliyetlerinde kullanılma biçimini ne şekilde dönüştürdüğü de keşfedilmeye değer bir husustur. Diğer yandan, farklı aktörlerin yapay zekâ ve stratejik iletişim entegrasyonunu kendi bölgesel rekabetlerinde nasıl kullandığını keşfetmek de önem taşımaktadır. Örneğin, devam eden Rusya - Ukrayna Savaşı bilgi operasyonları, propaganda ve yapay zekâyı içeren mücadele sahası da barındırmaktadır. Bu örneğin keşfi yapay zekâ destekli stratejik iletişimin aktör spesifik uygulama biçimlerini keşfetme potansiyeli sunmaktadır.

Ayrıca, bilgi operasyonları, propaganda ve yapay zekâ kesişiminde manipülasyon ve yanlış bilgi gibi toplumsal risklerin mevcut olduğunu gözden kaçırmamak elzemdir. Çünkü yapay zekâ, bilgi operasyonu ve propaganda gibi faaliyetlere bir çarpan etkisi eklemekte, bireylerin gerçek ile hakikati ayırmasını güçleştirmektedir. Bu bağlamda, yapay zekâ destekli dijital propaganda ve bilgi operasyonlarına karşı toplumsal dayanıklılık geliştirme stratejilerinin nasıl dönüştüğünü veya dönüşmesi gerektiğini keşfetmek önem arz etmektedir.

Çıkar Çatışması Beyanı

Yazarlar, bu çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması olmadığını beyan etmektedir.

Mali Destek

Yazarlar, bu çalışmanın hiçbir aşamasında herhangi bir mali destek almamıştır.

Yayın Etiği Beyanı

Bu çalışmada etik dışı bir husus bulunmadığı, araştırma ve yayın etiğine özen gösterildiği yazarlar tarafından beyan edilmektedir.

Yazar Katkı Oranı

Çalışma, araştırmacılar arasında eşit bir iş birliği ile yürütülmüş ve raporlanmıştır.

Etik Kurul İzni

Çalışma, kapsam olarak etik kurul izninden azade bir niteliğe sahiptir.

Kaynakça

- Alghasi, S. & Falkheimer, J. (2024). *New perspectives on strategic communication*. Strategic Communication – Contemporary Perspectives (pp.7-14). <https://doi.org/10.23865/noasp.208.ch1>
- Bazavluk, S. V., & Kovalev, A. A. (2025). Information Warfare in a Multipolar World. *Vestnik RUDN. International Relations*, 25(2), 236-250. <https://doi.org/10.22363/2313-0660-2025-25-2-236-250>
- Bergmanis-Korāts, G., Isupova, M., & Vecmanis, R. R. (2025) *Virtual Manipulation Brief 2025: From War and Fear to Confusion and Uncertainty*. NATO Strategic Communications Centre of Excellence.
- Bjola, C. (2017). Propaganda in the digital age. *Global Affairs*, 3(3), 189-191. <https://doi.org/10.1080/23340460.2017.1427694>
- Chernobrov, D. (2023). Strategic humor and post-truth public diplomacy. *CPD Perspectives on Public Diplomacy*, 3(Paper 3), 1-48.
- Clarke, J. (2025). *What tariffs has Trump announced and why?* BBC. <https://www.bbc.com/news/articles/cn93e12rypgo>
- Drisko, J. W., & Maschi, T. (2016). *Content analysis*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780190215491.001.0001>
- Esezoobo, S. O., & Braimoh, J. J. (2023). Integrating legal, ethical, and technological strategies to mitigate AI deepfake risks through strategic communication. *International Journal of Scientific Research and Management (IJSRM)*, 11(8), 914-924. <https://doi.org/10.18535/ijssrm/v11i08.ec02>
- Falkheimer, J., & Heide, M. (2018). *Strategic communication: An introduction*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315621555>
- Gavra, D. P., Bykova, E. V., & Baikova, I. A. (2024). Artificial Intelligence as a Driver of Strategic Communications in the Period of Deep Mediatization. In *2024 Communication Strategies in Digital Society Seminar (ComSDS)* (pp. 49-51). IEEE. <https://doi.org/10.1109/comsds61892.2024.10502095>
- Güz, N., Yegen, C., & Aydın, B. O. (2019). Dijital propaganda ve politik başarı: 24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı seçiminin Twitter analizi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(2), 1461-1482. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.522546>
- Haile, Y. A. (2024). The theoretical wedding of computational propaganda and information operations: Unraveling digital manipulation in conflict zones. *New Media & Society*, 14614448241302319. <https://doi.org/10.1177/14614448241302319>
- Hall, D. W. (2024). *Governing AI for humanity*. United Nations.
- Hallahan, K., Holtzhausen, D., Van Ruler, B., Verčič, D., & Sriramesh, K. (2007). Defining strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1(1), 3-35. <https://doi.org/10.1080/15531180701285244>
- Hanson, R., Grissom, A. R., & Mouton, C. A. (2024). *The future of Indo-Pacific information warfare: Challenges and prospects from the rise of AI*. RAND Corporation. https://www.rand.org/pubs/research_reports/RRA2205-1.html
- Hunter, L. Y., Albert, C. D., Rutland, J., Topping, K., & Hennigan, C. (2024). Artificial intelligence and information warfare in major power states: how the US, China, and Russia are using artificial intelligence in their information warfare and influence operations. *Defense & Security Analysis*, 40(2), 235-269. <https://doi.org/10.1080/14751798.2024.2321736>
- Jowett, G. S., & O'Donnell, V. (2017). *Propaganda ve ikna*. Es Yayınları.
- Kao, J., Zhong, R., Mozur, P., & Krolik A. (2021) *How China is using social media propaganda to whitewash the repression of the Uyghurs*. Scroll.in. <https://scroll.in/article/998385/how-china-is-using-social-media-propaganda-to-whitewash-the-repression-of-the-uyghurs>
- Kreiss, D. (2017). Micro-targeting, the quantified persuasion. *Internet Policy Review*, 6(4), 1-14. <https://doi.org/10.14763/2017.4.774>

- Kyngäs, H. (2019). Inductive content analysis. In *The application of content analysis in nursing science research* (pp. 13-21). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-30199-6_2
- Lee, J. Y. (2021). A study on metaverse hype for sustainable growth. *International Journal of Advanced Smart Convergence*, 10(3), 72-80. <http://doi.org/10.7236/IJASC.2021.10.3.72>
- Lewis, B. K. (2009). *Social media and strategic communication: Attitudes and perceptions among college students*. [Doctoral dissertation, Oklahoma State University]. ProQuest Dissertations and Theses Global.
- MacFarquhar, N. (2016). *A powerful Russian weapon: The spread of false stories*. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2016/08/29/world/europe/russia-sweden-disinformation.html>
- McPeck, M. (2021) *What is Propaganda?* Nabb Research Center Online Exhibits. <https://libapps.salisbury.edu/nabb-online/exhibits/show/propaganda/what-is-propaganda->
- Nobre, G. (2020). Artificial Intelligence (AI) in communications: Journalism, public relations, advertising, and propaganda. *Guilherme Fráguas Nobre*, 1-9. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.33598.31040>
- Olaniyi, O. O., Ugonnia, J. C., Olaniyi, F. G., Arigbabu, A. T., & Adigwe, C. S. (2024). Digital collaborative tools, strategic communication, and social capital: Unveiling the impact of digital transformation on organizational dynamics. *Asian Journal of Research in Computer Science*, 17(5), 140-156. <https://doi.org/10.9734/ajrcos/2024/v17i5444>
- Rogers, Z., Bienvenue, E., & Kelton, M. (2019) *Paradigm shift: Understanding propaganda in the digital age*. The Interpreter. <https://www.lowyinstitute.org/the-interpreter/paradigm-shift-understanding-propaganda-digital-age>
- Rose, G. (2007). *Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*. Sage: London.
- Shabangu, P. (2024). Artificial Intelligence's (AI's) implications for strategic communication. *Communicare: Journal for Communication Sciences in Southern Africa*, 43(1), 36-47. <https://doi.org/10.36615/jcsa.v43i1.2513>
- Stanley, J. (2018). *Demokrasilerde Propaganda Oyunu*. Başak Karal (çev.). The Kitap Yayınları.
- Thomas, G. F., & Stephens, K. J. (2015). An introduction to strategic communication. *International Journal of Business Communication*, 52(1), 3-11. <https://doi.org/10.1177/2329488414560469>
- U.S. Department of State (2024) *Department of State AI Inventory 2024*. United States Government. <https://2021-2025.state.gov/department-of-state-ai-inventory-2024/>
- Van Duin, S., & Bakhshi, N. (2018). *Artificial intelligence*. Deloitte: Amsterdam, Netherlands.
- Wakefield, J. (2022). *Deepfake presidents used in Russia-Ukraine war*. BBC. <https://www.bbc.com/news/technology-60780142>
- Yan, X., & Yan, J. (2022). Design and implementation of interactive platform for operation and maintenance of multimedia information system based on artificial intelligence and big data. *Computational Intelligence and Neuroscience*, 2022(1), 4620930. <https://doi.org/10.1155/2022/4620930>
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications (Vol. 6)*. Sage.
- Yue, C. A., Men, L. R., Davis, D. Z., Mitson, R., Zhou, A., & Al Rawi, A. (2024). Public relations meets artificial intelligence: Assessing utilization and outcomes. *Journal of Public Relations Research*, 36(6), 513-534. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2024.2400622>
- Zerfass, A., Verčič, D., Nothhaft, H., & Werder, K. P. (2020). Strategic communication: Defining the field and its contribution to research and practice. In *Future directions of strategic communication* (pp. 159-177). Routledge. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2018.1493485>

Ekler

EK Tablo 1. “Look What You Taxed Us Through” Klibinin Tümevarımcı Nitel İçerik Analizi Perspektifi ile Analizi

Sahne	Karakter	Eylem	Ortam	Bağlam	Metin
0-16 sn.	Amerikalı görünüme sahip bir kadın, sade vatandaş Donald Trump	Basit bir kahvaltı yapıyor. Kararlı bir konuşma gerçekleştiriyor.	Evinin mutfağında, yalnız. Boş bir çatala bakıyor. Kitlenin karşısında kürsüde konuşuyor.	Sade bir vatandaşın sıradan bir günü. Muktedir bir politikacının radikal bir karar verdiği an.	Klibin AI tarafından yaratıldığı vurgulanıyor. Yaşamayı mümkün kılmayan bir gerçeklik ifadesi görünüyor. Trump, Özgürlük Günü ‘Tarifeleri’ni duyuruyor.
17-22 sn.	Donald Trump	Amerika Birleşik Devletleri bayrakları önünde yürüyor. İzleyici kitlesi telefonlarıyla Trump’ın videosunu çekiyor.	Deri koltuk ve özenli bir dekora sahip salon.	Trump kendinden emin bir şekilde kitlenin önünde yürüyor. Müzik ilk bu sekanslarda başlıyor.	Şarkı sözleri alt yazı olarak beliriyor: “Tarifeler bize yıldızları işaret etti fakat ucuz Çin arabalarını öldürdü.”
23-30 sn.	Kadın bir market çalışanı Arka planda sadece sesi duyulan ve fiyatlardan şikâyet eden kişi	Market çalışanı ürünler hakkında not alıyor.	Bir süpermarket.	Sıradan tüketiciyi doğrudan etkileyecek masraf kalemlerine dikkat çekiliyor. Ürünlerin yüksek fiyatlarına odaklanılıyor.	Sade vatandaş hedef alan, karanlık bir sarkazm içeren şarkı sözleri ekranda beliriyor: “Günlük alışveriş bir böbrek, benzin masrafı bir akciğer kadar pahalı.” “Bak vergilerin bizi neye dönüştürdü!”
31-37 sn.	Amerikalı sade vatandaşlar	Restoranda, geleneksel bir Amerikan kahvaltısı olan pastırmalı yumurta yiyorlar	Karşılıklı oturma düzenine sahip (booth seating) klasik bir Amerikan restoranı	Restoran görüntüsü verilmeden hemen önce “yumurta içeren her yemek için ekstra 2 USD ücret alınacağını” gösteren bir tabelaya odaklanılıyor.	Sade vatandaş hedef alan, şarkı sözleri ekranda beliriyor: “Enflasyon seni ve beni hayalet gibi kovalıyor” “Bak vergilerin bizi neye dönüştürdü!”

				Amerika Birleşik Devletleri'nde kısa bir süre önce yaşanan yumurta krizine gönderme yapılıyor.	
38-43 sn.	Amerikalı sade vatandaşlar	Tesla önünde gösteri düzenliyorlar. Elon Musk'ı hedef alan pankartlar taşıyorlar. Trump ve Musk ortaklığını tiranlık olarak niteleyen ve üzerinde SOS yazan bir pankart görünüyor. “Zenginleri yiyin” yazan bir pankart görünüyor.	Sokak	Trump ve Musk ortaklığının Amerikan halkının demokratik haklarını hedef alan bir yönü olduğu mesajı verilmek isteniyor. Amerika'daki gelir uçurumuna gönderme yapılıyor.	Sade vatandaş hedef alan ve sarkazm içeren şarkı sözleri ekranda beliriyor: “Bak vergilerin bizi neye dönüştürdü!” “Zenginler özel (jetleriyle) uçarken bizim cüzdanlarımız havaya uçtu.”
43-49 sn.	Haber sunucusu kadın ve erkekler	Ciddi ve krizi haber veren bir tonda haber sunuyorlar	Haber stüdyosu	Ekonomi haberleri ve günlük haberler sunulan kanallarda gıda fiyatlarının arttığına değinen haberlerden kesitler mevcut.	Sade vatandaş hedef alan ve sarkazm içeren şarkı sözleri ekranda beliriyor: “Senin ticaret savaş sanatın bir kaos başyapıtı”
50-60 sn.	Amerikalı sade vatandaş	Markette alışveriş yaptıktan sonra dikkatli bir biçimde faturayı inceliyor	Süpermarket	Sıradan tüketiciyi doğrudan etkileyecek masraf kalemlerine dikkat çekiliyor.	Sade vatandaş hedef alan ve sarkazm içeren şarkı sözleri ekranda beliriyor: “Walmart faturası gülüyor: Şimdi kim kazanıyor?”

61-76 sn.	Amerikalı sade vatandaşlar Orta-batı Amerikalı olduğu düşünülen oto-sanayi çalışanları Kanadalı sade vatandaşlar	Beyaz ve siyahi Amerikalılar araba montajı yapıyorlar. Kanadalılar'ın protesto yaptığı görüntüler mevcut.	New York'ta bulunan 6. Cadde Bir otomotiv montaj kompleksi Sokakta protesto eden Kanadalılar	Kanada'da da uygulanacak tarifeler ile ilgili fazla tepki olduğu biliniyor, klip bu süreçle de kesişen mesajlar veriyor. Tarifelerin Meksika ve Amerika Birleşik Devletleri'ndeki otomotiv sanayisini etkileyeceği tartışılıyor, bu konuda kesişen mesajlar veriliyor.	Sözlerde Rust Bell diye anılan otomotiv sanayisi ile meşhur Orta-Batı Amerika'ya göndermeler var: “Her tır ve lastiği vergilendirdin. Orta-Batı (çıkardığın) çöplük yangınında yanıyor.” Tarifelerin kamuoyunda tartışma yarattığı Kanada ve Meksika gündemi de sözlere dâhil edilmiş. Bu süreçte seçimde Trump'a bağlıta bulunanların zor durumda olduğu vurgulanmış. “Kanada sövüyor, Meksika bıkkınlıkla iç çekiyor. - Serbest ticaret öldü, bağışçıların ağlıyor.”
76-78 sn.	Donald Trump	Ciddi bir biçimde basın açıklaması gerçekleştiriyor.	Oval Ofis	Trump tarifelerin yükseltilme gerekçesi olan “bizden faydalanıyorlar” argümanını dile getiriyor.	Müzik kesiliyor, sadece Trump'ın açıklaması duyuluyor.
78-93 sn.	Yapay zekâ teknolojisi ile üretilmiş Robot animasyonu	Koreografik bir dans gösterisi	Trump'ın “bizden faydalanıyorlar” açıklamasını takip eden bir siyah ekran, üzerinde “Yalan Söylüyorsun” yazıyor. Robotlar sokakta dans ediyor. Animatif bir uzam	Robotların dans ettiği bölüm tarifelerin gerekçelerine karşı argümanlar geliştiriyor. Ayrıca Amerika Birleşik Devletleri ekonomisine önemli bir katkı sunan teknoloji sektöründeki belirgin isimler hedef alınıyor. Küresel ekonomi için de bir gösterge sayılan Amerika Birleşik Devletleri istihdamı hakkında satirik bir dil kullanılıyor.	Şarkı sözleri iğneleyici, hedefinde spesifik kişi ve kavramlar olan bir dönüşüm geçiriyor: “Yalan söyledin. Kazanacağız dedin ancak fark %10.” “İstihdam? Robotlar (işleri) kaptı, kiraya gerek yok.” “Elon'un uyduları düşüyor, Bezos'un mal varlığı batıyor.”

94-108 sn.	Banknotlar ve madeni paralar	Paralar sinematik açılarla görüntüleniyor.	Animatif bir uzam	Amerika Birleşik Devletleri para politikası hedef alınıyor. Kurumların yetersiz kaldığı ve zor durumda olduğu vurgusu dikkat çekiyor. Hatta Trump’a yönelik net ve suçlayıcı bir ton kendini gösteriyor.	Şarkı sözleri iğneleyici, hedefinde spesifik kurumlar olan ve somut argümanlar içeren bir tona sahip: “Gayri safi yurtiçi hasıla aksıyor, FED’in numaraları bitti.” “Vatanseverlik vergilerin (tarifelere bir gönderme) Wall Street’i hasta etti.” “S&P terliyor, Nasdaq diz çökmüş.” “Ancak senin kankaların hukuki açıkları kullanarak hâlâ para basıyor.”
109-122 sn.	Robotlar Yapay zekâ ile yaratılmış bir pop şarkıcısı	Koreografik bir dans gösterisi Standart bir pop müzik performansı	Animatif bir uzam Sokak	Amerikalı sade vatandaşların aldığı günlük ürünlerdeki pahalılığa dikkat çekilerek gelir adaletsizliği vurgulanıyor. Özellikle sade vatandaş hareketi geçirebilecek bir ton söz konusu Şarkıcı ve robotların Trump’ın seçim döneminde kullandığı meşhur kırmızı şapkasını taktığı gözlemleniyor.	Şarkı sözleri sade vatandaş hedef almakta, sarkastik bir yapıya sahip ancak ciddi toplumsal sorunlara odaklanıyor: “Bak vergilerin bizi neye dönüştürdü!” “Yumurta %200 zamlandı, ekmek mortgage fiyatına!” “CEO’lar yatlar satın alıyor, biz sıradan bir yemeği (stew) karşılayamıyoruz.”
123-136 sn.	Amerika Birleşik Devletleri’ndeki ikonik yapılar, caddeler, A.B.D. bayrakları ve kurucu lider heykelleri	Objeler sinematik açılarla görüntüleniyor.	Amerika Birleşik Devletleri’ndeki ikonik yapılar, caddeler, A.B.D. bayrakları ve kurucu lider heykelleri	Sözler ve çekilen sinematik görüntüler bir arada okunduğunda tarifelerin Amerika Birleşik Devletleri’ni zayıflatan ve gündelik hayatı zorlaştıran bir yönü olduğuna gönderme yapıldığı anlaşılmaktadır.	Şarkı sözleri sade vatandaş hedef almakta, sarkastik bir yapıya sahip, tarifelerin sonuçlarına odaklanıyor. Ayrıca Çin perspektifinden tarifeleri yeniden tanımlıyor: “Özgürlük Günü? Daha çok borç bayramı gibi!” “Tarifeler ve yarattığın karmaşa için teşekkürler.”

137-156 sn.	The Yale Budget Lab ve The Economist'te n alıntılar	Gri bir arka plan üzerinde yazılar	Gri bir arka plan üzerinde yazılar	Çin'in klipte tarifelere yönelik sunduğu perspektifi destekleyen görüşler belirten Batılı kurumların tespitlerinden alıntılar yapay zekâ desteği ile oluşturulmuş klibin akabinde paylaşılmış.	Tarifelerin hane halkının alım gücü üzerinde yaratacağı azalma sayılarla belirtilmiş. Özgürlük Günü'nün tarih kitaplarına Trump'ın ekonomik yanlış uygulamaları ile not edileceği belirtilmiş.
-------------	---	------------------------------------	------------------------------------	--	--

Not. Bulguların tespiti, *"Look What You Taxed Us Through"* klibi sahnelerinin tümevarımcı nitel içerik analizi perspektifi ile analiz edilmesiyle gerçekleştirilmiştir.

EXTENDED SUMMARY

The development of artificial intelligence technologies is leading to a major shift and transformation in the field of strategic communication. These changes have presented new tactical prototypes for digital propaganda and information operations, which are sub-segments of strategic communication. In this context, artificial intelligence, particularly tools like deepfakes, provides new opportunities for strategic communication actors.

Considering these developments in the field of artificial intelligence, the research identified the video clip titled "Look What You Taxed Us Through" that produced with the assistance of generative AI tools, as a case study. The video clip was published by the Chinese state via its official broadcasting channel, CGTN, following the implementation of Liberation Day tariffs by the United States of America. The video clip was satirically targeting actors such as Donald Trump and Elon Musk. While the video clip shows the target audience how bad the economic situation of ordinary citizens in the United States is, it is stated that the reason for this situation is the generally inaccurate decisions made by US President Donald Trump, such as his tariff decisions. This video clip was identified as a case study because it offers clues about how AI is transforming strategic communication activities. Unlike past information operations conducted by various actors, this propaganda video was openly published. Furthermore, China and the United States are currently engaged in intense competition in terms of AI innovation, in addition to their political and economic rivalry.

This research aims to explore how the strategic approach and content of an AI-generated digital propaganda material are constructed, as well as how the perspective on such an AI-generated digital propaganda material is shaped. A single-element case study, integrated with an exploratory research design, was utilized for this study. In this context, both the "Look What You Taxed Us Through" clip and the news reports published about it were used as data sources. The obtained data were analyzed using an inductive content analysis approach that also incorporated visual content analysis components. In the inductive content analysis process of the news, 54 original open codes were identified, 109 sub-concepts associated with these codes were observed, and 7 main concepts were developed in the final stage.

Among the research findings, it is evident that the narrative produced in the AI-based information operations activities is constructed from the perspective of the target audience. At this point, it is striking that the video clip reproduces music that is extremely popular in the United States, with very similar nuances. Furthermore, the findings suggest that the cultural engagement of the average citizen, who constitutes the target audience, was taken into consideration in the creation of the AI-generated digital propaganda material. The elements of dark humor and sarcasm contained in the analyzed digital propaganda material point to a new era in which AI-based strategic communication activities are carried out in an integrated manner, like a meme war. The findings revealed that the target audience was targeted in two steps. In the first step, viewers' attention was captured through popularity and memorability, while in the second step, everyday problems faced by ordinary citizens were addressed with elements of dark humor and sarcasm. The video clip aims to create awareness in the target audience about the actors who are responsible for this situation. It also appears to have a structure that damages the reputation of the opposing actor and allows them to be targeted. This situation crystallizes how AI-based information operations have become a highly manipulative tool for strategic communication actors amidst a world of poly-crises. The fact that the clip was framed as a diss track with humorous elements in the news reports, this highlights the importance of attention-grabbing and memorability in AI-based digital propaganda materials. Findings indicate that the length of published content requires a powerful processing power and this highlights China's progressiveness in AI technology. As a matter of fact, one of the significant findings of the research is that the AI-based digital propaganda material in question has a kind of show of force in the artificial intelligence innovation competition between China and the United States.

Consequently, the apparent use of artificial intelligence technologies in information operations, often chosen as a tool for influencing public opinion, opens the door to a new world of competition, demonstrating the evolution of activities previously conducted covertly. In this context, the argument has emerged that artificial intelligence, instrumentalized in digital propaganda and information operations, has not only led to a technical but also an intellectual transformation. Considering the discussion and conclusion of the research, it is recommended that future studies examine various AI-based digital propaganda and information operation cases, as well as explore how social resilience mechanisms are transformed in response to such strategic communication activities.