

T.C.
GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANA BİLİM DALI

YOZGAT İLİNDE YEREL MEDYA VE YAPAY ZEKÂ: NİTEL BİR
ANALİZ



YÜKSEK LİSANS

Rabia Sultan SEDEF

EYLÜL-2025
GÜMÜŞHANE



**T.C.
GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANA BİLİM DALI

**YOZGAT İLİNDE YEREL MEDYA VE YAPAY ZEKÂ: NİTEL BİR
ANALİZ**

**LOCAL MEDIA AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN YOZGAT
PROVINCE: A QUALITATIVE ANALYSIS**

YÜKSEK LİSANS

Rabia Sultan SEDEF

**EYLÜL-2025
GÜMÜŞHANE**



**T.C.
GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANA BİLİM DALI

**YOZGAT İLİNDE YEREL MEDYA VE YAPAY ZEKÂ: NİTEL BİR
ANALİZ**

**LOCAL MEDIA AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN YOZGAT
PROVINCE: A QUALITATIVE ANALYSIS**

YÜKSEK LİSANS

Rabia Sultan SEDEF

Danışman: Doç. Dr. Ersin DİKER

**EYLÜL-2025
GÜMÜŞHANE**

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK BEYANI

Yüksek Lisans Tezi olarak hazırlamış olduğum “**Yozgat İlinde Yerel Medya Ve Yapay Zekâ: Nitel Bir Analiz**” isimli bu tezimin, tamamen kendi çalışmam olduğunu, her alıntıya kaynak gösterdiğimi, alıntı yaptığım tüm çalışmaları kaynakçada belirttiğimi ve Gümüşhane Üniversitesi’nin lisanslı kullanıcısı olduğu intihal yazılım programı ile Lisansüstü Eğitim Enstitüsü’nün belirlediği kıstaslara uygun olarak raporladığımı taahhüt ederim. Tezimin kâğıt ve elektronik kopyalarının Gümüşhane Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü arşivinde saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği’nin ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim.

15/09/2025

Rabia Sultan SEDEF

TEŞEKKÜR

Lisansüstü eğitim sürecimde desteklerini esirgemeyen, akademik gelişmemde çok emeği olan ve yol gösteren tez danışmanım Sayın Doç. Dr. Ersin DİKER'e,

Yükseklisans sürecimin her aşamasında destekleri ile her zaman yanımda olan sevgili ablam Doç. Dr. Sema KOÇAN'a,

Bu süreçte beni yalnız bırakmayan canım dostum Ayşenur YEŞER'e,

Her zaman olduğu gibi bu süreçte de her anlamda bana destek olan ve yoğunluğuma katlanan sevgili eşim Erdal SEDEF'e,

Yaşamım boyunca hep yanımda olduklarını hissettiğim aileme teşekkür ederim.

Rabia Sultan SEDEF
GÜMÜŞHANE – 2025

ÖZET

Bu çalışma Yozgat ilindeki yerel medya çalışanlarının yapay zekâya yönelik algıları ve yapay zekânın haber üretimindeki yerini tespit etmek amacıyla nitel araştırma yöntemi ile yapılmıştır. Bu çalışma, Şubat 2025 ile Mayıs 2025 tarihleri arasında gerçekleştirilen yüz yüze görüşmelerle yürütülmüştür. Araştırmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiş olup, veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Çalışma kapsamında, katılımcılara yapay zeka ile ilgili düşünceleri ve kullanım alanları üzerine sorular yöneltilmiştir. Elde edilen veriler için nitel araştırma yöntemi çerçevesinde yer alan veri analizi tekniklerinden biri olan betimsel analiz kullanılmıştır. Katılımcılar, 8 kadın ve 22 erkek olmak üzere toplamda 30 kişiden oluşmaktadır. Katılımcılar, yapay zekânın yalnızca avantajlarının değil, aynı zamanda birtakım dezavantajlarının da bulunduğunu ifade etmişlerdir. Olumlu yanları ile kullanıldığında yapay zekânın meslekleri açısından bir yardımcı görevi gördüğünü söylemişlerdir.

Anahtar Kelimeler: Haber, Nitel analiz, Yapay zeka, Yerel medya, Yozgat.

SUMMARY

This study was conducted using qualitative research methods to determine the perceptions of local media workers in Yozgat towards artificial intelligence and its role in news production. This study was conducted through face-to-face interviews conducted between February 2025 and May 2025. A qualitative research method was adopted in the study, and semi-structured interviews were used as the data collection tool. Participants were asked about their thoughts on artificial intelligence and its potential applications. Descriptive analysis, one of the data analysis techniques within the qualitative research method, was used to obtain the data. The participants consisted of 30 people in total, 8 female and 22 male. Participants stated that artificial intelligence has not only advantages but also some disadvantages. They stated that when used in its positive aspects, artificial intelligence serves as an aid to their professions.

Keywords: News, Qualitative analysis, Artificial intelligence, Local media, Yozgat.

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	III
BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK BEYANI	IV
TEŞEKKÜR	V
ÖZET	VI
SUMMARY	VII
İÇİNDEKİLER	VIII
TABLolar DİZİNİ	X
EKLER DİZİNİ	XI
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ	XII
1. GİRİŞ	1
2. YAPAY ZEKÂ KAVRAMI	3
2.1. Yapay Zekânın Tarihi	3
2.2. Yapay Zekânın Uygulama Alanları	5
2.2.1. Sağlıkta Yapay Zekâ Kullanımı	6
2.2.2. Güvenlikte Yapay Zekâ Kullanımı	8
2.2.3. Mühendislikte Yapay Zekâ Kullanımı	8
2.2.4. Eğitimde Yapay Zekâ Kullanımı	9
2.2.5. Ticarete Yapay Zekâ Kullanımı	10
3. GAZETECİLİK KAVRAMI	12
3.1. Gazeteciliğin Dijitalleşme İle Dönüşümü	12
3.2. Dijital Gazetecilik Uygulamaları	15
3.2.1. Mobil Gazetecilik	16
3.2.2. Katılımcı Gazetecilik	17
3.2.3. Veri Gazeteciliği	18

3.2.4. Yurttaş Gazeteciliği	19
3.2.5. Ana Akım/Çevrimiçi Gazetecilik	20
3.2.6. Robot Gazeteciliği	21
3.2.7. Hiberyerel Gazetecilik	22
3.2.8. Gazetelerde Yapay Zekâ Kullanımı	23
3.2.9. Haber Toplanmasında Yapay Zekânın Kullanımı	24
3.2.10. Haberlerin Oluşturulmasında Yapay Zekânın Kullanımı	25
3.2.11. Haberlerin Yayımlanması ve Ölçülmesinde Yapay Zekânın Kullanılması	27
3.2.12. Yapay Zekâ ve Gazetecilik: Fırsatlar Riskler/ Avantajlar Dezavantajlar	28
4. YAPAY ZEKÂ UYGULAMALARI	31
4.1. ChatGBT	32
4.2. Jasper Ai	33
5. LİTERATÜRDE YER ALAN ÇALIŞMALAR	35
6. YOZGAT İLİNDE YEREL MEDYA VE YAPAY ZEKÂ: NİTEL BİR ANALİZ	37
6.1. Araştırmanın Amacı Ve Önemi	37
6.2. Araştırmanın Yöntemi	37
6.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	38
6.4. Araştırmanın Sınırlılıkları	39
6.5. Araştırmanın Soruları	40
6.6. Verilerin Deşifresi ve Kodlanması	41
6.7. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Tekniği İle Elde Edilen Bulgular	42
7. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME	55
KAYNAKÇA	58
EKLER	66
ETİK KURUL KARARI	69
ÖZGEÇMİŞ	70

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1. Çalışmaya dahil olan yerel gazeteler ve internet siteleri	39
Tablo 2. Katılımcılara ait demografik veriler	40



EKLER DİZİNİ

Ek 1. Görüşmeci onay formu	66
Ek 2. Görüşme soruları	67



SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

YZ: Yapay Zekâ

E: Erkek

K: Kadın

%: Yüzde





1.GİRİŞ

İnsanlık, tarih boyunca işlerini kolaylaştıracak araçlar ve yardımcı sistemler geliştirme arayışında olmuştur. Teknolojinin hızlı gelişimi, bu süreci hızlandırmış ve özellikle yapay zekâ, çağımızın en önemli yeniliklerinden biri haline gelmiştir. Günümüzde yapay zekâ uygulamaları, günlük yaşamın birçok alanında aktif rol oynamakta; bu durum farklı tutum ve algıların ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır (Coşkun ve Gülleroğlu, 2021).

Tarihsel olarak kökeni Alan Turing'in makinelerin insan zekâsını taklit edebileceği yönündeki görüşlerine dayanan yapay zekâ, insansı davranışların tamamen yapay araçlarla gerçekleştirilmesi olarak tanımlanabilir (Aydın ve Değirmenci, 2018: 20). Bu teknolojinin ilerlemesiyle birlikte kullanım alanları genişlemiş; oyunlardan navigasyona, çeviri sistemlerinden otomatik alışverişe kadar pek çok sektörde yaygınlaşmıştır (Nilsson, 2018: 601). Yapay zekânın kopyalanabilirliği, düşük maliyeti ve geniş kitlelere hızla ulaşabilme kapasitesi, etkisini artıran başlıca özellikleridir (Kelly, 2017: 51; Nabiye, 2012: 59).

Yapay zekânın bir araştırma alanı olarak kurumsallaşması, 1955–1958 yılları arasında gerçekleştirilen toplantılarla mümkün olmuş; Marvin Minsky, John McCarthy, Allen Newel ve Herbert Simon bu alanın öncüleri arasında yer almıştır (Nilsson, 2018: 75, 84-85). Bugün yapay zekâ, yalnızca teknolojik bir yenilik değil, aynı zamanda toplumsal ve mesleki dönüşümün de önemli bir parçasıdır.

Bu çalışmanın amacı, yapay zekânın Yozgat ilindeki yerel medya çalışanlarının yapay zekâyâ yönelik algıları ve yapay zekânın haber üretimindeki yerini tespit etmek amacıyla incelenmektedir. Araştırma, yerel basında yapay zekânın haber üretim süreçlerine katkısını, fırsatlarını ve olası risklerini ortaya koyarak hem akademik literatüre hem de medya sektörünün teknolojiye uyum stratejilerine katkı sağlamayı hedeflemektedir.

Çalışma, nitel araştırma yöntemi kullanılarak yürütülmüştür. Araştırma grubunu, Yozgat'ta faaliyet gösteren yerel medya çalışanları ve internet haber sitelerinde görev yapan 30 yerel medya çalışanı oluşturmaktadır. Veriler, tanıtıcı özellikler formu ve yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla toplanmış; katılımcıların yapay zekâyâ ilişkin deneyim ve görüşleri derinlemesine analiz edilmiştir.

Çalışmada öncelikle yapay zekâ kavramı tanımlanmış, kullanım alanları anlatılmıştır. Daha gazetecilik kavramı açıklanmış gazetecilik türleri ve yapay zekânın

gazetecilik ile bağı üzerinde durulmuştur. Araştırmanın amacı ve önemi anlatılmış, literatürde yer alan çalışmalardan bahsedilmiştir. Son kısımda ise bulgular detayları ile yazılmış sonuç ve değerlendirme yapılmıştır.



2.YAPAY ZEKÂ KAVRAMI

Yapay zekâ (YZ), ilk kez 1956 yılında, John McCarthy, Marvin L. Minsky, Nathaniel Rochester ve Claude E. Shannon tarafından yapılan bir öneri mektubunda gündeme gelmiştir. Ancak, yapay zekânın kurucusu olarak genellikle John McCarthy kabul edilmektedir (Alpaydın, 2013). McCarthy (2004: 7) zekâyı, "Dünyada hedeflere ulaşma yeteneğinin hesaplamalı bir bileşeni olarak" tanımlar ve yapay zekâyı ise, "insan benzeri zekâya sahip makineler, özellikle de zeki bilgisayar programları yapma bilimi ve mühendisliği" olarak ifade eder. Bu tanım, bir bilgisayarın akıl yürütme, problem çözme, anlam çıkarma ve genelleme gibi insana özgü bilişsel yetenekleri kullanarak zekice davranışlar sergilemesini anlatmaktadır.

Yapay zekâ kavramı, hala farklı disiplinler tarafından çeşitli şekillerde tanımlanmaktadır, çünkü bu kavramın ortaya çıkışı nispeten yenidir. Bu farklı tanımlamalardan bazıları şunlardır: Nabiyev'in aktardığına göre; Slage, yapay zekâyı "sezgisel programlama" olarak tanımlamıştır (Nabiyev, 2012). Axe ise, yapay zekâyı, sadece önceden belirlenmiş problemlere değil, yeni durumlarla karşılaşıldığında da tepki verebilen, karmaşık sorunları çözebilen akıllı programlar olarak kabul etmiştir (Nabiyev, 2012). Yapay zekâ alanındaki öncü isimlerden biri olan Nils Nilsson (1990), yapay zekâyı, doğal zekânın taklidini yapmayı hedefleyen bir teori olarak tanımlamıştır.

Bütün bu tanımların ortak noktası, yapay zekânın temelde "akıllı programlama" ve "insansı tepkiler" gibi iki temel unsur üzerine kurulu olmasıdır. Doğal zekânın bile tam olarak açıklığa kavuşturulamadığı bir durumda, yapay zekâ kavramını anlamak ve buna dair kesin sınırlar belirlemek oldukça zordur.

2.1.Yapay Zekânın Tarihi

Yapay zekânın gelişim süreci, bilgisayar teknolojisinin, özellikle de transistörlerin evrimiyle paralel bir yol izlemiştir. Ancak bu durum, yapay zekânın sadece bilgisayar teknolojisiyle sınırlı olduğu anlamına gelmemelidir. Aksine, yapay zekâ, tıp, mühendislik, endüstri ve psikoloji, gazetecilik gibi farklı bilim alanlarıyla doğrudan ilişkilidir ve her bir alanın ihtiyaçlarına göre şekillenmiş bir disiplindir. Hatta yapay zekâ felsefî açıdan da ele alınmış ve makinelerin canlılık taklidi yapma potansiyeli tartışılmıştır (Doğan, 2002).

Yapay zekânın temelleri 1940'lara kadar uzanır. 1943'te McCulloch ve Pitts, beynin çalışma prensiplerini matematiksel bir modelle açıklayan "Beynin Boolean Devre Modeli"ni geliştirmiştir. Bu model, yapay zekânın ilk adımlarından biri olarak kabul edilir. 1948'de Claude Shannon, bilgisayarların karmaşık matematiksel problemleri çözmek ve satranç oynamak gibi görevleri yerine getirebileceğini öne sürmüştür. Ardından, 1950'de Alan Turing, ünlü makalesinde makinelerin düşünme yeteneği hakkında "Makineler düşünebilir mi?" sorusunu sormuş ve Turing Testi'ni ortaya koymuştur. Bu kavram, günümüzde yapay zekâ çalışmalarının temel taşlarından biri olmuştur.

Ancak, 1950'lerde bilgisayarlar, "zekâ" için önemli bir gereklilik olan "bilgi saklama" özelliğine sahip değildi. Yalnızca önceden yüklenen komutları yerine getirebiliyorlardı. Bu nedenle, 1956 yılına kadar yapay zekâ çalışmalarında belirgin bir ilerleme kaydedilmediği söylenebilir.

Modern yapay zekâ çalışmalarının daha da hızlandığı dönem ise II. Dünya Savaşı sonrasıdır. Alan Turing, savaş sırasında "Bombe" adlı otomatik kod kırıcı makinesini icat etmiş ve 1947'de yapay zekâ üzerine ilk konferansını vermiştir. 1950 yılında ise "Makineler düşünebilir mi?" başlıklı makalesiyle yapay zekânın temellerini atmıştır.

Yapay zekânın ilk somut adımları, 1956 yılında Dartmouth Koleji'nde John McCarthy tarafından düzenlenen bir çalıştayda atılmıştır. Bu etkinlik, yapay zekâ alanının hızla gelişmeye başlamasına zemin hazırlamıştır. O dönemde, "Aziz" (1961), "Eliza" (1965) ve "Wabot-I" (1972) gibi önemli yapay zekâ projeleri ortaya çıkmıştır.

1960'larda bilgisayarlar, daha fazla bilgi depolama kapasitesine ve hızlarına kavuşmuş, bu da yapay zekâ alanında önemli gelişmelere yol açmıştır. Bu dönemde, Newell ve Simon'un geliştirdiği "genel problem çözücü" ile MIT laboratuvarlarında Joseph Weizenbaum tarafından yaratılan ELIZA programı gibi önemli projeler ortaya çıkmıştır. ELIZA, doğal dil işleme alanındaki ilk örneklerden biridir. Bu dönemde yapay zekâ giderek daha fazla dikkat çekmiş, Arthur Clarke ve yönetmen Stanley Kubrick, 2001 yılında makinelerin insan zekâsına denk olacağına dair tahminlerde bulunmuşlardır (Clarke, 1968; Kubrick, 1968).

1980'lere gelindiğinde, bilgisayarlar daha karmaşık ilişkileri analiz edebilme yeteneğine sahip hale gelmiş, "derin öğrenme" gibi teknikler gelişmeye başlamıştır. John Hopfield ve David Rumelhart gibi bilim insanları, bilgisayarların daha önce öğrendikleri bilgileri yeni durumlarda kullanabilmesini sağlayan algoritmalar geliştirmiştir. Aynı dönemde, Edward Feigenbaum tarafından geliştirilmiş "uzman

sistemler", insan karar verme süreçlerini taklit edebilen programlar olarak yapay zekâya önemli bir katkı sağlamıştır.

1990'larda, yapay sinir ağları gibi yenilikçi yöntemler sayesinde yapay zekâ, insan beyninin işleyişine benzer şekilde öğrenme ve bilgi işleme kapasitesine kavuşmuştur. Yapay sinir ağları, belirli görevler için programlanmadan, örneklerden öğrenerek işlem yapabilen sistemlerdir. Örneğin, bir "kedi" resmine bakarak, bir bilgisayar önceki deneyimlerinden faydalananak kedileri tanıyabilecek şekilde eğitilebilir.

1997'de IBM'in Deep Blue programı, satranç şampiyonu Garry Kasparov'u yenecek kadar güçlü hale gelmiş ve bu, yapay zekânın insan zekâsını geçebileceği fikrinin daha geniş kitlelere yayılmasına neden olmuştur. Aynı dönemde, Dragon Systems'in geliştirdiği ilk "konuşma tanıma yazılımı" da piyasaya sürülmüştür.

2001 yılı itibarıyla, yapay zekâ artık oldukça gelişmiş bir seviyeye ulaşmıştı. MIT laboratuvarlarında Cynthia Breazeal tarafından geliştirilen Kismet robotu, insan benzeri ses, mimik ve kafa hareketleriyle sosyal etkileşimde bulunabilen bir makine olarak yapay zekânın yeteneklerini yeni bir boyuta taşımıştır (Breazeal, 2004).

Günümüzde yapay zekâ, özellikle bankacılık, teknoloji ve eğlence sektörlerinde etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Siri gibi kişisel asistanlar, sürücüsüz araçlar, anlık dil çevirisi, akıllı eğitim yönetim sistemleri ve robotik uygulamalar, yaşamımıza entegre olmuş ve sürekli geliştirilen yapay zeka uygulamaları haline gelmiştir.

Bugün, yapay zekâ, tıp, mühendislik, hukuk ve sanat gibi çok sayıda alanda aktif bir şekilde kullanılmaktadır. Peki, bu ilerlemeler insan zekâsını geçebilecek mi? Gelecekte, yapay zekâ insan zekâsına nasıl etki edecek? Bu sorular, yapay zekâ üzerine yapılacak çalışmaların yönünü belirleyecektir. Ancak, yapay zekânın tam olarak neyi başarması gerektiğini anlayabilmek için, öncelikle insan zekâsının ne olduğunu anlamamız gerekecektir (Kırpınar, 2019).

2.2.Yapay Zekânın Uygulama Alanları

Günümüzde hızla gelişen yapay zekâ teknolojisi, birçok sektörde önemli değişikliklere yol açarak yenilikçi çözümler sunmakta ve insanların yaşam kalitesini önemli ölçüde artırmaktadır. Yapay zekânın kullanım alanları her geçen gün genişlemekte ve çeşitlenmektedir. İş dünyasından sağlığa, ekonomiden hukuka, savunma ve güvenlik alanlarından kişiselleştirilmiş asistan teknolojilerine kadar birçok farklı sektörde yapay zekâ uygulamaları etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Bu da,

gelecekte yapay zekânın günlük yaşamın her yönüne derinlemesine entegre olacağına işaret etmektedir (Sayar, 2022).

Doğan, yapay zekâ teknolojilerinin mühendislikten psikolojiye, hukuka ve birçok ana dal ile ilişkili olduğunu dile getirirken (2002: 54) Kelly, 2050 yılında Amerika'da kamyon şoförlüğünün insanla ihtiyaç duyulmadan yapılacağını ifade ediyor (2017: 62).

Aşağıdaki bölümlerde, yapay zekânın sağlık, güvenlik ve savunma, eğitim, hukuk, ekonomi ve finans gibi farklı sektörlerdeki etkileri ve kullanım alanları ayrıntılı bir şekilde ele alınacaktır.

2.2.1.Sağlıkta Yapay Zekâ Kullanımı

Teknolojinin ilerlemesi ile birlikte sağlık alanında yapay zekânın kullanım alanları da genişlemiştir. Son yıllarda yalnızca algoritmalara dayalı tıptan daha fazlasını sunan kişiselleştirilmiş sağlık hizmetleri, tıp alanında önemli fırsatlar yaratmaktadır. Tahmine dayalı modeller, hastalıkların erken teşhisi, tedaviye yanıtların tahmin edilmesi ve gelecekte koruyucu sağlık önlemleri geliştirilmesi konusunda büyük bir potansiyele sahiptir. (Ruffle, 2019).

Teknolojinin sağlık sektöründe kullanılabilir hale gelmesiyle birlikte, hem hastalar hem de sağlık profesyonelleri için süreçler daha verimli ve etkin bir şekilde ilerlemeye başlamıştır. Hasta ihtiyaçlarını daha net anlama odaklı olarak yapay zekâ sağlık alanında daha fazla kullanılmaya başlanmıştır.

Teknoloji bazlı platformların kullanılması ile birlikte yenilikçi sağlık uygulamaları ortaya çıkmıştır. Sağlık sektöründe teknolojinin giderek fazla kullanılması veri üretiminde fazlalaşmayı da beraberinde getirmiştir. Bu kadar fazla veri analiz etmek insan gücünü aşacağı için yapay zekâ devreye girerek verilerin analizinde etkili olmuştur (Bresnick, 2017).

Yapay zekâ tabanlı sağlık teknolojilerinde, insanlar kendilerini sürekli izleme ve rehberlik yoluyla daha uzun sağlıklı kalmalarına yardımcı olacaktır. Bu kapsamda insanlar daha az hastaneye yatacak, doktor ziyaretlerinde bulunacaktır (Bohr ve Memarzadeh, 2020: 26).

Sağlık sektörü, büyük bir dönüşüm sürecinden geçmektedir. Bu değişimin temel sebeplerinden biri, artan sağlık hizmeti maliyetleri ve sağlık profesyonellerinin sayısındaki ciddi açıkların büyümesidir. Bu durum, sağlık sektörünü, maliyetleri düşürmek ve ortaya çıkan zorluklara çözüm sunmak amacıyla yeni bilgi teknolojisi tabanlı çözümler ve süreçler geliştirmeye yönlendirmektedir. Dünya genelindeki sağlık sistemleri, erişim zorlukları, yüksek maliyetler, israf ve yaşlanan nüfus gibi önemli

sorunlarla mücadele etmektedir. COVID-19 pandemisi gibi krizler, sağlık sistemlerini koruyucu ekipman eksiklikleri, hatalı veya eksik teşhis testleri, aşırı yüklenen hekimler ve bilgi paylaşımındaki aksaklıklar gibi ciddi baskılarla karşı karşıya bırakmıştır (Greenberg vd., 2020; Pavli vd., 2021).

Sağlık alanında, farklı hastalıkların risklerini değerlendirme ve tanı koyma süreçlerinde yapay zekâ sistemlerinden faydalanılmaktadır (şahin, 2020). Yapay zekâ, sağlık profesyonellerinin hastaların verilerini dijital ortamda saklamasına olanak tanıyarak, dokümantasyon sürecini hızlandırmakta ve teşhis, tedavi ve sürekli sağlık hizmetleri için kullanılabilir kapsamlı bir dijital veri tabanı oluşturulmasına yardımcı olmaktadır. Yapay zekâ teknolojileriyle desteklenen yazılımlar, veri toplamak amacıyla özel platformlar geliştirilmekte ve bu yazılımlar, belirli kullanım alanlarına göre  zelleştirilmektedir. Bu sayede, hastaların bireysel ihtiyaçlarına uygun teşhis ve tedavi protokolleri ile tedavi sonrası bakım planları oluşturulmaktadır. Ayrıca, toplanan verilerin doğru analizi, yapay zeka sistemlerinin etkinliği için kritik bir öneme sahiptir (Haleem vd., 2019: 1-2).

Yapay zekâ, sağlık sektöründe veri görselleştirme alanında önemli bir rol üstlenmektedir. Tıbbi görüntüleme yöntemleri ile elde edilen verilerin ve videoların analiz edilmesi, karmaşık yapıları ve detay seviyesi nedeniyle son derece zorlayıcı bir süreç olabilir. Bu alandaki uzmanlar, tıbbi anormallikleri ve olayları doğru bir şekilde teşhis edebilmek için yıllarca süren yoğun bir eğitim sürecinden geçmektedir. Ayrıca, tıpta sürekli olarak yeni araştırmalar ve veriler ortaya çıkmakta, bu nedenle sağlık profesyonellerinin kendilerini güncel tutmaları ve gelişmeleri takip etmeleri gerekmektedir. Buna karşın, tıbbi görüntüleme ve veri analizi ihtiyacı her geçen gün artmakta, ancak uzmanlık açığı nedeniyle bu talep yeterince karşılanamamaktadır. Bu durum, sağlık hizmetlerinde aksamalara yol açabilmektedir. Geleneksel yöntemlerle bu boşluğun doldurulması oldukça güçtür ve bu nedenle yenilikçi çözümler arayışı giderek büyümektedir. Yapay zekâ teknolojileri, bu noktada önemli bir çözüm sunmaktadır. Yapay zekâ destekli sistemler, büyük ölçekli tıbbi verileri hızlı ve doğru bir şekilde işleyerek, uzmanların yükünü hafifletmektedir. Özellikle derin öğrenme algoritmaları, tıbbi görüntüleme analizlerinde yüksek doğruluk oranlarıyla uzmanlarla benzer bir performans sergileyebilmektedir. Bu teknolojiler, teşhis süreçlerini hızlandırarak hasta bakımını iyileştirirken, aynı zamanda sağlık hizmetlerine erişimi de kolaylaştırmaktadır. Ayrıca, yapay zekâ sistemlerinin sürekli öğrenme kapasitesi, yeni tıbbi bilgiler ve araştırmalar doğrultusunda kendilerini güncellemelerini sağlar. Bu  zellik, yapay zekâ sistemlerini dinamik hale getirerek, sağlık sektöründeki hızlı değerimlere hızlı bir

şekilde uyum sağlamalarına olanak tanımaktadır. Sonuç olarak, yapay zekâ, sağlık sektöründe uzman eksikliğini gidermede ve hizmet kalitesini artırmada önemli bir potansiyel taşımaktadır (Bohr ve Memarzadeh, 2020: 34).

2.2.2.Güvenlikte Yapay Zekâ Kullanımı

Teknolojinin ilerlemesi ile birlikte güvenlik alanında da yapay zekâ etkili olarak kullanılmaya başlanmıştır. Yapay zekâ, stratejik planlama, hedefleme konusunda kullanılmaktadır. Yapay zekâ, tehdit tespiti, otonom sistemler, siber güvenlik, istihbarat analizi ve kriz yönetimi gibi alanlarda insanın karar alma hızını ve doğruluğunu önemli ölçüde artırarak, gelecekteki savaş ve güvenlik senaryolarını dönüştürmektedir. Bu teknolojiler, hem ulusal güvenliği sağlamak hem de siber tehditlerle mücadelede daha etkili çözümler üretmek açısından kritik bir öneme sahiptir (Davis, 2019; Raska, 2021).

Görüntü tanıma teknolojileri, uydu ve hava fotoğraflarından elde edilen verilerin analizinde kullanılarak, düşman hareketlerinin tespiti ve stratejik hedeflerin belirlenmesi gibi önemli görevlerde etkili bir şekilde rol oynamaktadır. Ancak, teknolojinin sunduğu bu yenilikler, çatışma risklerini de artırma potansiyeline sahiptir. Silahlanmış robotik sistemler ve yapay zekâ alanındaki gelişmeler, yeni bir silahlanma yarışı başlatmaktadır. Ayrıca, siber uzay artık bir çatışma alanı olarak kabul edilmekte, Arktik bölgesi ve derin okyanuslar ise uzaktan erişim araçlarıyla keşfedilebilir hale gelmektedir. Bu durumlarda, meydana gelebilecek olayları denetleyecek entegre bir sistemin henüz mevcut olmaması, önemli bir güvenlik açığı yaratmaktadır (Rickli, 2019).

Yapay zekâ alanındaki hızlı teknolojik ilerlemeler, güvenlik alanında geleceğin savaşlarına hazırlıklı olmanın önemini ortaya koymaktadır. Ülkeler arasındaki güvenlik rekabeti arttıkça, yeni teknolojilerin benimsenmesi ve bu teknolojilerin ordulara ve ulusal savunma sistemlerine entegre edilmesi süreci hızlanmaktadır. Dijital bağlantıların yaygınlaşması ve akıllı makinelerin yükselmesiyle şekillenen bilgi devrimi çağında, caydırıcı gücün temel unsurları değişmekle kalmayıp, aynı zamanda yapay zekâ, büyük veri analitiği, robotik, kuantum bilişim gibi son teknolojilerin askeri alandaki uygulamaları, savaşın doğasını köklü bir şekilde değiştirme potansiyeline sahiptir (Scharre, 2018).

2.2.3. Mühendislikte Yapay Zekâ Kullanımı

Yapay zekâ teknolojileri mühendislik alanında ilk ve güçlü örneklerini yüzyıllar öncesinde vermiştir. Gelişen teknolojiler ile mühendislik alanında da etkili olmaya

devam eden yapay zekâ alanında kendini ilerletmiştir. Yapay sinir ağları ve algoritmalarda mühendisliğe ilişkin birçok soruna çözüm üretmiştir (Sayar, 2022).

Dünya için önemli olan fabrikalar yapay zekâ teknolojileri ile çok daha verimli işler yapmaya başlamışlardır. Yapay zekâ teknolojileri hammaddenin ne zaman ne kadar kullanılacağını, arz talep ilişkisini ve otomatik sipariş gibi alanlarda kullanılarak etkileşimi artırmaktadır (Koç ve Kasap, 2019).

Yapay zekâ ve ona bağlı teknolojiler, pek çok akıllı cihazın gelişimine katkı sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda yenilenebilir enerji alanında da önemli ilerlemeler kaydetmektedir. Yenilenebilir enerji konusunda yeni bir döneme girilmesine öncülük eden yapay zekâ, bu alanda çeşitli politikalar belirleyerek yenilikçi çözümler sunmaktadır (Özen, 2019).

Askeri alanda robotların kullanımı, özellikle insansız sistemlerle dikkat çekmektedir. İnsan hayatını tehlikeye atabilecek bölgelerde, insansız araçlar önemli bir rol oynamaktadır. Yapay zekâ, bu tür alanlarda imha ve saldırı gibi görevlerde geniş bir uygulama yelpazesi sunmaktadır. Bu sebeple, yapay zekâ birçok farklı alanda etkin bir şekilde kullanılmaktadır (Mevlütöğlu, 2015: 6).

2.2.4.Eğitimde Yapay Zekâ Kullanımı

Globalleşen dünyada, çağın gereksinimleri sürekli olarak değişmektedir ve bu değişimin temelinde hızla ilerleyen teknolojinin ihtiyaçları ve talepleri bulunmaktadır. Bu dönüşümün temelinde ise eğitim yer almaktadır. Eğitim, farklı öğelerden hem etkilenen hem de etkileyen dinamik bir sistem olarak karşımıza çıkar. Bu sistemde öğretmen ve öğrenci ile ilgili faktörler, okulların fiziki yapıları, sosyal ve kültürel çevre, aile yapısı, teknolojik gelişmeler ve diğer pek çok etken eğitim sürecini şekillendiren öğelerdir. Bu öğeler, eğitim sürecinin giriş girdileri olarak değerlendirildiğinde, sonundaki çıktıları olumlu ya da olumsuz yönde etkileyebilir (Ertmer ve Ottenbreit-Leftwich, 2010; Roblyer ve Doering, 2010).

Yapay zekâdaki ilerlemeler, toplumda geniş kapsamlı ve hızlı değişimlerin önünü açmaktadır. Politika yapıcılarının, bu değişimlere uyum sağlamak için yapay zekânın yetenekleriyle insan becerileri arasındaki ilişkiyi doğru bir şekilde kavramaları büyük bir önem taşımaktadır. OECD, Uluslararası Öğrenci Değerlendirme Programı (PISA) kapsamında okuma, matematik ve fen bilimleri gibi temel alanlardaki yapay zekâ sistemlerinin performansını incelemiştir. Bu süreçte, 2022 sonunda büyük yankı uyandıran ChatGPT'nin arkasındaki Generative Pre-Trained Transformer (GPT) ailesinin büyük dil modelleri (LLM'ler) kullanılmıştır. Yapılan incelemeler, GPT

modellerinin okuma ve fen bilimlerinde öğrencilerin ortalama performansını geride bırakabileceğini göstermiştir. Ayrıca matematik alanında da önemli ilerlemeler kaydedilmiş, yapay zekânın öğrenci becerilerine hızla yaklaştığı gözlemlenmiştir. GPT-3.5, PISA matematik sorularının %35'ini doğru yanıtlar iken, öğrenciler bu soruların ortalama %51'ini doğru cevaplamıştır. Ancak Mart 2023'e gelindiğinde, GPT-4 bu soruların %40'ını doğru yanıtlayarak belirgin bir gelişim göstermiştir (OECD, 2023).

Eğitimde yapay zekâ teknolojilerinin kullanımı giderek yaygınlaşmaktadır. Bu uygulamalar, öğretim süreçlerini daha verimli hâle getirirken, öğrencilere daha özelleştirilmiş ve etkileşimli bir öğrenme deneyimi sunar. Kişiselleştirilmiş öğrenme sistemleri, farklı öğrenme teknikleriyle öğrencilerin performansını analiz ederek, hangi alanlarda zorlandıklarını tespit edebilir. Elde edilen bu veriler, öğretmenlerin öğrencilere daha etkili bir şekilde rehberlik etmelerini sağlarken, aynı zamanda öğrencilere kendi öğrenme süreçlerini şekillendirme fırsatı tanımaktadır (Zawacki-Richter vd., 2019).

Yapay zekâ tabanlı sanal öğretmenler ve asistanlar, öğrencilere rehberlik yapma, soruları yanıtlama ve ders içeriklerini açıklama gibi görevleri yerine getirebilmektedir. Bu asistanlar, öğrencilere her an, her yerden 7/24 destek sunarak eğitimin erişilebilirliğini önemli ölçüde artırmaktadır. Örneğin, IBM Watson, eğitimde öğretmenlere yardımcı olmak amacıyla kullanılmakta olup, öğrenci sorularını yanıtlayarak öğretmenlerin iş yükünü hafifletmekte ve öğretim süreçlerini daha verimli hâle getirmektedir (Kumar vd., 2019). Gelecekte, yapay zekâ daha fazla yenilik sunarak öğrenme ve öğretim yöntemlerinde büyük değişimlere yol açabilir. Örneğin, Microsoft'un HoloLens teknolojisi, biyoloji derslerinde hücrelerin iç yapısını üç boyutlu olarak göstererek öğrencilerin öğrenme deneyimlerini daha görsel ve etkileşimli bir şekilde derinleştirmektedir (Microsoft, 2023).

2.2.5. Ticarete Yapay Zekâ Kullanımı

Günümüz iş dünyasında, yapay zekâ teknolojileri hızla yayılmakta ve işletmeler bu teknolojileri çeşitli görevlerde kullanmaktadır. Bu görevler, aday seçiminden finansal ürün tavsiyelerine, sigorta sektöründen karmaşık lojistik yönetimine, hastalık tanısı koymaktan tedavi önerileri sunmaya kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır (Ünal ve Kılınç, 2020: 64). Yapay zekâ, işletmelere veri analizi, iş süreçleri yönetimi, müşteri etkileşimleri ve daha pek çok alanda daha hızlı, verimli ve doğru kararlar alabilme imkanı tanıyarak rekabet avantajı sağlamalarına yardımcı olmaktadır. Dijital çağda, markalar rekabet edebilmek için yapay zekâ teknolojilerini pazarlama

stratejilerine entegre etmeye çalışmaktadırlar. Yapay zekânın dijital pazarlama için temel bir gereklilik haline gelmesinin nedeni, müşteri deneyimini iyileştirmesi, maliyetleri azaltması ve tüm süreçleri gerçek zamanlı olarak analiz etme yeteneği sunmasıdır (Cannella, 2018).

Yapay zekâ teknolojilerinin giderek daha fazla kullanılmaya başlanması, pazarlama dünyasında yeni fırsatların fark edilmesine olanak sağlamaktadır. Bu fırsatlardan biri de sosyal medya platformlarıdır. Markalar, yapay zekâ teknolojilerini sosyal medya pazarlama stratejilerini yönetmek için etkin bir şekilde kullanmaktadır. Sosyal medya, işletmelerin tüketici davranışlarını analiz etmelerine ve dijital pazarlama kampanyaları yürütmelerine büyük katkı sağlamaktadır (Binbir, 2021: 321).

İşletmeler, yapay zekâ sayesinde müşteri davranışlarını inceleyebilir, talep tahminlerinde bulunarak pazarlama stratejilerini ve üretim süreçlerini daha verimli hâle getirebilirler. Yapay zekâ tabanlı veri analizleri, işletmelerin daha doğru kararlar almasını ve hızla değişen iş koşullarına uyum sağlamasını kolaylaştırmaktadır. Bunun yanı sıra, yapay zekâ teknolojileri, işletmelerin müşterileriyle daha etkili iletişim kurmalarına yardımcı olmaktadır. Örneğin, bir işletme müşteri hizmetleri için yapay zekâ destekli bir chatbot kullanarak, müşterilerinin sorularına hızlı ve doğru yanıtlar verebilir. Bu sayede, hem işletmeler hem de müşteriler zaman kazanır (Girdher, 2019; Demirdöğmez ve Taş, 2020).

3. GAZETECİLİK KAVRAMI

Gazetecilik, toplumsal yaşamda bilgi akışını sağlamak, kamusal tartışmayı mümkün kılmak ve kamuoyunun oluşumuna katkıda bulunmak amacıyla haber toplama, seçme, düzenleme ve sunma faaliyetlerini kapsayan bir meslek ve kurum olarak tanımlanabilir. Habermas'ın (2004) belirttiği üzere gazetecilik, modern toplumlarda kamusal alanın inşasında merkezi bir role sahip olup, demokratik katılımın ve şeffaflığın sağlanmasında kritik bir işlev üstlenmektedir.

Gazetecilik literatüründe, bu kavramın yalnızca haber üretimi ile sınırlı olmadığı, aynı zamanda bilgi doğrulama, toplumsal denetim ve kamu yararına hizmet etme boyutlarıyla da ele alındığı görülmektedir. Kovach ve Rosenstiel'e (2014) göre gazeteciliğin temel amacı, "vatandaşların özgür ve kendi kaderlerini tayin edebilen bireyler olarak işlev görmelerini sağlayacak güvenilir bilgiyi sağlamak"tır. Bu bağlamda gazetecilik, yalnızca bilgi iletimi değil, aynı zamanda kamusal sorumluluk taşıyan normatif bir meslek olarak konumlandırılmaktadır.

Türkiye bağlamında da gazetecilik kavramı, demokratikleşme ve basın özgürlüğü tartışmalarıyla yakından ilişkilendirilmiştir. Kaya (2010), Türkiye'de gazeteciliğin tarihsel olarak siyasal iktidar ve toplumsal dinamiklerle sürekli etkileşim içinde geliştiğini, bu nedenle gazetecilik pratiğinin yalnızca teknik bir faaliyet değil, aynı zamanda sosyo-politik bir konumlanış içerdiğini vurgulamaktadır.

Sonuç olarak gazetecilik kavramı, hem mesleki normlar hem de toplumsal işlevler açısından çok boyutlu bir yapıya sahiptir. Bu nedenle gazetecilik, yalnızca bir "meslek" olarak değil, aynı zamanda demokratik toplumların temel taşlarından biri olarak değerlendirilmelidir.

3.1. Gazeteciliğin Dijitalleşme İle Dönüşümü

İnternet, genellikle somut bir araç değil, birbirine bağlı pek çok küçük bilgisayar ağından oluşan karmaşık bir yapı olarak tanımlanır. Bu ağ, yeni medya türlerinin ortaya çıkmasına olanak tanıyan, iç içe geçmiş bir iletişim platformu işlevi görmektedir. İnternet, etkileşim, içerik değiştirme, depolama, yeniden üretim ve iletişim kanallarının çeşitlendirilmesi gibi bir dizi iletişim sürecini bir araya getirerek, farklı medya birimlerini ağlar üzerinden birbirine bağlamaktadır. Böylece çeşitli iletişim biçimlerine olanak sağlamaktadır ve bu süreç, yöndeşme olarak tanımlanabilir (Özdemir, 2019: 11).

Son yıllarda, bilgi teknolojileri ile iletişim teknolojilerinin sınırları giderek daha da belirsizleşmiştir. Bilgi teknolojilerinin gelişimiyle birlikte internet, telekomünikasyon ve medya hizmetlerini entegre ederek hem tüketiciler hem de endüstri için birleşik bir platform sunmaktadır. Bu entegrasyon sayesinde, geleneksel medya araçları dijital ortama taşınmış ve gazetecilik pratikleri de dijitalleşme doğrultusunda evrilmiştir.

Gazeteler, ortaya çıktıkları ilk andan itibaren toplumsal mirası kuşaklar arasında aktarmak, kamuoyu oluşturmak ve tarihsel bilgileri derleyip sunmak gibi işlevler üstlenmiştir. İnternetin gelişmesiyle birlikte, "internet gazeteciliği" ya da "elektronik gazetecilik" gibi yeni gazetecilik türleri de ortaya çıkmıştır (Gezgin, 2002: 30). Geleneksel gazetecilik, matbaa gerektiren ve coğrafi sınırlara tabi bir medya biçimiyken, radyo ve televizyon gibi diğer araçlar da pahalı ekipmanlar gerektiren, ülke çapında ya da küresel ölçekte yayın yapabilen araçlar olmuştur. İnternet ise, kullanıcılarına hem küresel hem de düşük maliyetli bir yayın platformu sunarak bu yayıncılık anlayışını dönüştürmüştür (Shirky, 2008: 77).

İnternet, haber tüketicilerinin bilgiye erişim biçimlerini hızla değiştirmiştir. Eskiden haberler sadece gazete okumak, radyo dinlemek veya televizyonda izlemekle sınırlı iken, günümüzde internet üzerinden en güncel haberlere ulaşmak mümkündür. Cep telefonları, e-posta kutuları ve sosyal medya platformları sayesinde, kullanıcılar anlık haber güncellemelerini alabilmektedir. Bu durum, haberin bireyler için daha önemli hale geldiği, bağlı bir dünyada yaşandığı bir dönemi işaret etmektedir. Gazetecilerin görevi ise bu bilgi akışını doğru bir şekilde sağlamak ve topluma ulaştırmaktır (Beckett, 2008).

Bu bağlamda gazeteciliğin geleneksel ortamlarının ötesine geçmesi ve dijital ortamda varlık göstermesi gerektiği ortaya çıkmaktadır. Yeni izleyici kitlesine ulaşabilmek için haber kuruluşlarının teknolojiyi hızla benimsemeleri ve içeriklerini dijital mecralara uyarlamaları gerekmektedir (Ludtke, 2009). İnternet gazeteciliği, hem yazılı hem de görsel medyanın özelliklerini barındıran ve geleneksel medyadan daha düşük maliyetlere ihtiyaç duyan bir yapıya sahiptir. İnternet gazeteciliği, çoklu medya ortamlarının kullanıma girmesiyle mümkün hale gelmiş ve özellikle HTML yazılım dilinde sayfaların oluşturulmasına olanak tanımıştır (Çakır, 2002: 137-138).

İlk internet gazeteciliği örnekleri, 1995 yılında New York Times ve The Washington Times gibi gazetelerin baskı sayfalarını internet ortamına taşımasıyla başlamıştır. Aynı yıl, Avrupa'da da International Herald Tribune ve Daily Mirror gibi gazeteler, sayfalarını internet üzerinde erişilebilir kılmıştır. Türkiye'de ise internet gazeteciliği 1995'te Aktüel dergisinin sayfalarını internete taşımaya başlamasıyla

başlamıştır (Kalsın, 2016: 77). Takip eden yıllarda Zaman, Milliyet, Hürriyet ve Sabah gazeteleri de internete geçmiştir. 1998’de Radikal ve Cumhuriyet gazeteleri de dijital platformda yayımlanırken, Cumhuriyet Gazetesi 2000 yılında internet üzerinden abonelik sistemini başlatmıştır. 2000 sonrasında bağımsız haber sitelerinin sayısı artmış ve Nethaber, Habertürk gibi siteler ortaya çıkmıştır (Kara, 2012: 441-442).

İnternet gazeteciliği üç aşamada gelişim göstermiştir. İlk aşamada, internet gazeteleri genellikle haber ajanslarından aldıkları içerikleri yeniden yayımlamışlardır. İkinci aşamada ise gazeteler özgün içerik üretmeye başlamış, üçüncü aşamada ise web için özel haber içerikleri üretmeye yönelmişlerdir. Son aşama, çevrim içi geniş kapsamlı hikaye anlatımı ve okuyucunun habere daha derinlemesine katılımını sağlamak gibi yeni deneyimler sunmuştur (Pavlik, 2001). İnternet gazeteciliği; hız, detaylara inebilme, geri dönülebilir olma ve yayıncı ile okuyucuyu özgürleştiren özellikleriyle geleneksel gazetecilikten ayrılmaktadır (Dilmen, 2005: 96). Sürekli güncellenebilir olması, okurun haberi istediği zaman ve mekanda alabilmesi, multimedya unsurlarını kullanabilmesi ve haberi arşivleme olanağı sunması, internet gazeteciliğinin geleneksel gazeteciliği dönüştürüp yeni bir boyuta taşımasına olanak sağlamıştır (Karaduman, 2003: 143).

Pavlik ve arkadaşları (1997: 32) gelecekte, farklı haber kaynakları tarafından doğrudan sağlanan elektronik veri akışlarına dayalı yazılımlar sayesinde, haber organizasyonlarına olan ihtiyacın ortadan kalkacağını öne sürmüşlerdir. Bu görüş, Pavlik’in (2001) daha sonra belirttiği, yeni medya teknolojilerinin etkisiyle haber içeriğinin doğasının köklü bir şekilde değişmesiyle paralellik göstermektedir. Dijital çağın getirdiği bu dönüşüm, gazetecilerin çalışma yöntemlerini yeniden şekillendirirken, haber odalarının ve haber endüstrisinin yapısını da temelden değiştirmiştir. Yeni medya ortamları, haber kuruluşları, gazeteciler, izleyiciler, reklamcılar ve hükümetler arasındaki ilişkilerin yeniden yapılandırılmasına olanak tanımıştır. Pavlik’e göre, internet ve yeni iletişim teknolojileri, haberin hızla yayılmasını sağlamakla kalmamış, aynı zamanda haberi yeniden üretme ve farklı formatlarda sunma imkanı da sunmuştur.

Geleneksel gazetecilikte haberler genellikle yazı ve fotoğrafla birlikte sunulurken, internet gazeteciliği daha çok fotoğraf, video, ses, grafik ve diğer görsellerle desteklenen içerikler sunmaktadır. Ayrıca, internet gazeteciliği, haberlerin dijital ortamda saklanması ve bu arşivlere kolay erişim sağlanmasını mümkün kılmaktadır. Geleneksel gazetecilikte yayımlanan bir haberi, baskı sonrası değiştirmek imkansızken, internet gazeteciliğinde içerik anında düzeltilebilir ve güncellenebilir. Ayrıca, internet gazeteciliği, geleneksel medyaya kıyasla daha düşük maliyetlere sahip olduğundan,

okuyucularla etkileşimi artırmaktadır. Kullanıcıların haberlere yorum yapabilmesi, bu etkileşimi pekiştirmekte, sosyal medya platformlarının yükselmesiyle birlikte, haberler bu platformlara da bağlanarak etkileşimli paylaşımlar yapılmasına olanak tanımaktadır (Pınarbaşı ve Astam, 2020: 72).

İnternet gazeteciliği, hipermetin özelliği sayesinde farklı sayfalarda bulunan haberler, raporlar veya belgelere kolayca bağlantılar verilmesine imkan tanır (İrvan, 2014). Bu özelliği, internet gazeteciliğini diğer geleneksel gazetecilik türlerinden işlevsel olarak ayıran önemli bir faktördür. İnternet gazeteciliği, çoklu ortamda hikâye anlatımına olanak tanır, okuyucu geri bildirimlerini toplama imkanı sunar ve etkileşimli yapısıyla, geleneksel gazetecilik uygulamalarını ve okuyucunun rolünü köklü bir şekilde değiştirmiştir. Bu değişimler, internet haberciliği ile birlikte farklı gazetecilik biçimlerinin ortaya çıkmasına yol açmıştır.

3.2. Dijital Gazetecilik Uygulamaları

Dijital gazetecilik, iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmelerin habercilik pratiklerini dönüştürdüğü bir alan olarak değerlendirilmektedir. İnternet, mobil teknolojiler, sosyal medya, büyük veri ve yapay zekâ gibi dijital araçlar, haberin üretiminden dağıtımına, tüketiminden etik boyutlarına kadar tüm aşamalarda köklü değişimler meydana getirmiştir. Bu dönüşüm, yalnızca teknik bir uyum süreci olarak değil, aynı zamanda gazeteciliğin mesleki değerleri, iş modelleri ve kamu yararına hizmet eden rolü açısından da tartışmalar doğurmaktadır.

Dijital gazetecilik uygulamaları bağlamında özellikle veri gazeteciliği, otomatik haber üretimi, çoklu ortam içerikleri ve etkileşimli hikâye anlatıcılığı ön plana çıkmaktadır. Veri bilimi ve makine öğrenmesi yöntemleri, haber içeriklerinin doğruluk kontrolü ve sahte haberlerin tespiti gibi süreçlerde etkin biçimde kullanılmakta, bu durum gazeteciliğin bilgiye erişim ve doğrulama boyutunu güçlendirmektedir (Fernandes vd., 2023). Bununla birlikte, yapay zekâ tabanlı haber üretiminde doğruluk, tarafsızlık ve hesap verebilirlik gibi etik unsurların tartışmaya açıldığı görülmektedir (Yıldızgörür, 2023). Dijital ortamlarda hız ve etkileşim ihtiyacı, çoğu zaman haberciliğin kalite ve güvenilirlik ölçütleriyle çatışmakta, clickbait başlıklar, doğrulanmamış içerikler ve algoritmik yanlılıklar bu bağlamda ele alınan sorunlar arasında yer almaktadır (Sonni, 2025).

Haberin dijital ortamda dağıtımı, geleneksel basının sınırlarını aşarak çok daha geniş bir erişim alanı sağlamaktadır. Sosyal medya platformları, mobil uygulamalar ve anlık bildirimler aracılığıyla haber, yalnızca pasif bir tüketim nesnesi olmaktan çıkarak

çift yönlü etkileşimin parçası haline gelmiştir. Okur yorumları, kullanıcı katkıları ve paylaşım pratikleri, gazetecilikte izleyici ile etkileşimin önemini artırmaktadır (Bayram, 2022). Ancak bu süreç, haberin doğruluğu ve güvenilirliği açısından yeni zorluklar da doğurmaktadır. Dijital mecralarda hızın öncelenmesi, doğrulama mekanizmalarının kimi zaman ihmal edilmesine yol açabilmektedir.

Türkiye özelinde bakıldığında, dijital gazetecilik uygulamalarının özellikle son on yılda hız kazandığı, çevrimiçi haber platformlarının yaygınlaştığı ve haber üretiminde dijital becerilerin önem kazandığı görülmektedir. Bu durum, gazetecilik eğitiminin de yeniden yapılandırılmasını gerekli kılmış, dijital beceriler ve doğrulama yöntemleri gibi alanlar eğitim programlarına dâhil edilmiştir (Atabek, 2004). Ayrıca NewslabTurkey gibi oluşumlar, gazetecilerin dijital çağda mesleki kapasitesini geliştirmeye yönelik çalışmalar yürütmekte, böylelikle sektörün adaptasyon sürecine katkı sağlamaktadır.

Dijital gazeteciliğin bir diğer tartışma boyutu ise iş modeli ve sürdürülebilirlik konusudur. Geleneksel basının düşen satış gelirleri ve çevrimiçi reklam gelirlerinin istikrarsız yapısı, medya kuruluşlarını yeni gelir modelleri aramaya yöneltmiştir. Abonelik sistemleri, sponsorluklar ve dijital reklamcılık, bu alanda en sık başvurulan yöntemler arasında yer almaktadır (Salaverria, 2019). Ancak bu yöntemler, gazetecilik pratiğinin bağımsızlığı ve tarafsızlığı açısından da etik tartışmaları beraberinde getirmektedir.

3.2.1. Mobil Gazetecilik

Mobil gazetecilik, dijital medya çağında giderek önem kazanan, ancak henüz kuramsal sınırları net biçimde tanımlanamamış yeni bir gazetecilik biçimidir. Bu yaklaşım, geleneksel gazetecilikte sıklıkla kullanılan hacimli ve maliyetli ekipmanların yerini, taşınabilir mobil cihazlara bırakarak haber üretim sürecine esneklik ve hız kazandırmaktadır. Özellikle akıllı telefonlar aracılığıyla gerçekleştirilen bu pratik, gazetecilere saha içinde daha geniş bir hareket alanı sağlamaktadır (Çetinkuş ve Keleş, 2018: 191).

Her ne kadar kamuoyunda "akıllı telefon gazeteciliği" ifadesi yaygın biçimde kullanılsa da, bu terimin kavramsal açıdan bazı yetersizlikler içerdiği ifade edilmektedir. Westlund, bu bağlamda "akıllı telefon" kavramının anlam bakımından muğlak olduğunu öne sürmekte; daha kapsayıcı ve açıklayıcı bir ifade olarak "mobil cihaz" teriminin kullanılmasını önermektedir (Westlund'dan akt. Özyal ve Tosun, 2017: 65). Bu tercih, yalnızca akıllı telefonları değil, aynı zamanda tablet, mobil bağlantılı kamera

ve ses kayıt cihazları gibi birçok taşınabilir teknolojik aracı da kapsayan bir yaklaşım sunmaktadır.

Kavramsal olarak “mobil gazetecilik” terimi, İngilizce’de “Mobile Journalism” ifadesinin kısaltması olan “MoJo” kelimesinden türetilmiştir. Bu kavram, ilk kez 2005 yılında Amerika Birleşik Devletleri’nde yayın yapan Gannett Gazetesi bünyesindeki gazeteciler tarafından kullanılmıştır. Mobil gazeteciliğin bu dönemde ortaya çıkmasında, mobil cihazların teknik olanaklarının gazetecilik faaliyetlerini destekleyecek düzeye ulaşması belirleyici olmuştur. Yüksek çözünürlüklü kameralar, mobil internet bağlantısı, ses kaydı ve anında içerik düzenleme imkânları gibi özellikler, bu yeni gazetecilik anlayışının temelini oluşturmuştur.

Mobil gazetecilik yalnızca profesyonel gazetecilere değil, aynı zamanda sıradan bireylere de haber üretme olanağı tanımaktadır. Özellikle sosyal medya platformlarının yaygınlaşmasıyla birlikte, yurttaşlar yaşadıkları ya da tanıklık ettikleri olayları mobil cihazları aracılığıyla kayıt altına alarak kamuoyuyla paylaşabilmektedir. Bu durum, haber üretiminde bireyin aktif bir aktöre dönüşmesini sağlamış ve geleneksel medya ile alternatif medya arasındaki sınırların bulanıklaşmasına neden olmuştur. Böylece, mobil cihazlar sayesinde üretilen içerikler hem ana akım medyada hem de bağımsız platformlarda hızlı biçimde yayılabilmekte; kamu gündemi anlık olarak değişebilmektedir (Özyal ve Tosun, 2017: 65).

3.2.2. Katılımcı Gazetecilik

Gelişen dijital teknolojiler ve mobil iletişim araçları, özellikle akıllı telefonlar gibi taşınabilir cihazlar aracılığıyla bireylerin içerik üretimini ve bu içerikleri çeşitli platformlar üzerinden paylaşmasını mümkün kılmıştır. Günümüzde haber metinlerinin, görsel materyallerin (fotoğraf ve video gibi) doğrudan kullanıcılar tarafından haber merkezlerine iletilmesi ya da sosyal medya aracılığıyla geniş kitlelerle paylaşılması, yeni bir medya dinamiğini ortaya koymaktadır. Bu süreçte kullanıcı, yalnızca haberin pasif bir takipçisi değil; aynı zamanda aktif bir içerik sağlayıcısı konumuna yükselmiştir (Çetinkuş ve Keleş, 2018: 199-200).

Bu dönüşüm, çeşitli meslek gruplarından bireylerin kendi deneyimlerini, gözlemlerini ve bilgilerini dijital ortamda paylaşabilmelerini mümkün kılarak içerik üretimini merkezsizleştirmiştir. Özellikle yeni medya ortamlarının çeşitliliği, “kullanıcı türevli içerik” (user-generated content) kavramını öne çıkarmaktadır. Kullanıcı türevli içerik, bireylerin dijital platformlar aracılığıyla ürettiği ve paylaştığı tüm metin, görsel

ve işitsel unsurları kapsamakta olup, dijital gazeteciliğin önemli bir yapıtaşına haline gelmiştir.

Katılımcı gazetecilik anlayışı da bu bağlamda kullanıcı türevli içerik zemininde gelişmektedir. Yurttaşlar, yalnızca olaylara tanıklık eden bireyler değil; aynı zamanda haber üretim sürecinin çeşitli aşamalarına katkı sunan katılımcılar olarak konumlanmaktadır. Sosyal medya platformları, bloglar, çevrimiçi forumlar ve video paylaşım siteleri, bu içeriklerin üretildiği ve dolaşıma girdiği başlıca alanlardır. Bu bağlamda, yurttaş medyası kapsamında kullanıcı türevli içerik, katılımcı gazeteciliğin temel biçimlerinden biri olarak değerlendirilmektedir (Filibeli, 2018: 456).

Web 2.0 teknolojisinin gelişimi, geleneksel haber üretim sürecine dışsal olan bireylerin, bu sürecin merkezine yerleşmesine olanak tanımıştır. Artık yurttaşlar haberin oluşturulmasından dağıtımına kadar pek çok aşamada rol alabilmektedir. Profesyonel gazeteciler ise bu içerikleri çeşitli yollarla değerlendirmekte; kullanıcıların WhatsApp, e-posta gibi iletişim araçları üzerinden ilettiği bilgileri ya da sosyal medya platformlarında paylaştığı içerikleri haberleştirmektedir (Filibeli, 2018: 456).

3.2.3. Veri Gazeteciliği

Veri gazeteciliği, köklü bir geçmişe sahip olmamakla birlikte, dijital teknolojilerin hızla geliştiği 21. yüzyılın gazetecilik anlayışı içerisinde önemli bir yer edinmiştir. Özellikle 2014 yılında Araştırmacı Gazetecilik Ağı'nın bu kavramı kabul ederek yaygınlaştırması, veri gazeteciliğinin medya alanında tanınırlığını artırmış ve uygulama alanlarını genişletmiştir (Dağ, 2017: 282).

Geleneksel gazetecilik pratiklerinden ayrılan veri gazeteciliği, haberin üretim sürecinde veri odaklı ve analitik bir yaklaşım benimsemektedir. Bu yöntemde haber yalnızca gözlem ve röportajlarla değil, aynı zamanda yapılandırılmış veri setleri aracılığıyla oluşturulmaktadır. Ancak tüm bu teknik farklılıklara rağmen, elde edilen bilgilerin habere dönüştürülme sürecinde hâlen 5N1K (Ne, Ne zaman, Nerede, Nasıl, Neden, Kim) sorularına dayalı klasik gazetecilik ilkeleri geçerliliğini korumaktadır (Aslan vd., 2016: 63).

Veri gazeteciliği uygulamaları belirli aşamalardan oluşan sistematik bir süreç doğrultusunda gerçekleştirilir. Bu süreç; uygun veri setlerinin tespit edilmesi ve elde edilmesiyle başlar. Ardından verilerin temizlenmesi, analiz edilmesi, görselleştirilmesi ve yorumlanması gibi aşamalar takip edilir. Sürecin ilerleyen evrelerinde ise elde edilen verilerin anlamlı bir hikâyeye dönüştürülmesi, bu hikâyenin görsel araçlarla desteklenerek sunulması ve nihai olarak dijital ortamda kullanıcı dostu bir tasarımla

sunulması söz konusudur (Aslan vd., 2016: 61-63). Bu aşamalar, veri gazeteciliğini yalnızca bir içerik üretim biçimi değil; aynı zamanda bilgiye dayalı stratejik bir iletişim aracı haline getirmektedir.

Veri gazeteciliğinde kullanılan araç ve teknikler, gazetecilerin bilgiye ulaşma, bilgiyi analiz etme ve sunma konularındaki yetkinliklerini artırmakta; böylece hem gazetecilerin hem de haber kuruluşlarının içerik üretimindeki etkisini güçlendirmektedir. Geleneksel medya kuruluşları da bu gelişmeleri göz önünde bulundurarak, veri gazeteciliği alanında uzmanlaşmış gazetecilere istihdam alanı yaratmakta ve bu alandaki çalışmaları desteklemektedir. Bu durum, gazeteciliğin dönüşüm sürecine katkı sunarken aynı zamanda dijital veri kullanımının mesleki bir beceri olarak kabul edilmesini de beraberinde getirmektedir.

3.2.4. Yurttaş Gazeteciliği

Yurttaş gazeteciliği; literatürde “gerilla gazetecilik”, “sokak gazeteciliği” veya “vatandaş haberciliği” gibi çeşitli adlarla anılan ve bireylerin aktif katılımına dayanan alternatif bir haber üretim modelidir. Bu gazetecilik türü, okuyucuların yalnızca haberin tüketicisi değil, aynı zamanda üreticisi konumuna gelmesini ifade eder. Yurttaşlar, haber üretim sürecine kendi çektikleri görüntüler, yazılı içerikler ve tanıklık ettikleri olaylara ilişkin görsel-işitsel materyaller aracılığıyla doğrudan katkı sunmaktadır (Çetinkuş ve Keleş, 2018: 200).

Bu yaklaşımın temelinde, toplumun farklı kesimlerinde yer alan bireylerin seslerini duyurabilmeleri ve kamuoyunun dikkatinden kaçan meseleleri gündeme taşıyabilmeleri amacıyla onlara medya üretiminde araçsal bir rol verilmesi yatmaktadır. Özellikle ana akım medya tarafından görmezden gelinen ya da yeterince temsil edilmeyen sorunların görünürlük kazanması adına yurttaşlara haberin oluşum aşamasında söz hakkı tanınmaktadır. Böylece haber üretimi, merkezden çevreye doğru akan tek yönlü bir süreç olmaktan çıkarak, toplumsal katılımı önceleyen çift yönlü bir iletişim yapısına dönüşmektedir.

Yurttaş gazeteciliği, sadece bireysel ifade özgürlüğünü desteklemekle kalmaz; aynı zamanda demokratik katılımı teşvik eden bir araç olarak da değerlendirilebilir. Yurttaşların karşılaştıkları toplumsal, siyasal veya çevresel sorunları kamusal alana taşıyabilmesi, bu haber biçiminin en önemli işlevlerinden biridir. Bu çerçevede yurttaş gazeteciliği, farklı toplumsal aktörlerin sesini duyurmasına olanak tanınması ve çözüm arayışlarını kamusal tartışmaya açması bakımından, doğrudan demokrasinin bir yansıması olarak görülmektedir (Uzun, 2006: 646).

3.2.5. Ana Akım/Çevrimiçi Gazetecilik

Çevrimiçi gazetecilik, dijital medya teknolojilerinin gelişimiyle birlikte ortaya çıkan ve geleneksel gazetecilik anlayışının dijital platformlara uyarlanmasıyla şekillenen bir haber üretim biçimidir. Bu gazetecilik türünde üretilen içerikler çoğunlukla profesyonel gazeteciler veya yayın kuruluşları tarafından hazırlanmakta; kimi zaman da haber ajanslarından temin edilen içerikler dijital yayın formatına uygun şekilde yeniden düzenlenerek okuyucuya sunulmaktadır. Bu yönüyle çevrimiçi gazetecilik, bir anlamda yazılı basının dijital ortamda yeniden üretilmesi ve yeni medya uygulamalarıyla bütünleştirilmesi süreci olarak değerlendirilebilir. Ancak söz konusu dönüşüm, ana akım gazeteciliğin yapısal işleyişinde köklü bir değişime yol açmamakta, daha çok içeriklerin sunum biçimini ve hızını dönüştürmektedir (Çetinkuş ve Keleş, 2018: 201).

Kavram olarak "çevrimiçi gazetecilik", İngilizce literatürde "Online Journalism" şeklinde ifade edilmekte ve Türkçeye "çevrimiçi gazetecilik" olarak çevrilmektedir (Çetinkaya, 2017: 74). Temel olarak çevrimiçi gazetecilik iki ana uygulama biçimiyle karşımıza çıkmaktadır. Bunlardan ilki, geleneksel basılı gazetelerin dijital ortamlarda yayın faaliyetlerine devam etmesi; ikincisi ise yalnızca dijital platformlar üzerinden yayın yapan, yani doğrudan çevrimiçi mecralara ait olan haber sitelerinin faaliyetleridir. Her iki biçim de farklı yayıncılık stratejilerine sahip olmakla birlikte, dijital teknolojilerin sunduğu olanaklardan yararlanarak içerik üretim ve dağıtım süreçlerini sürdürmektedir.

Çevrimiçi gazeteciliğin tarihsel gelişimi 1990'lı yıllara dayanmaktadır. İlk örneklerine Amerika Birleşik Devletleri'nde rastlanmakta olup, bu dönemde bazı geleneksel gazeteler çevrimiçi platformlarda yer almak amacıyla özel medya şirketleri kurmuşlardır. Bu şirketler, haber içeriklerini dijital formatta sunarak çevrimiçi yayıncılığın öncülerinden biri olarak kabul edilmiştir (Çetinkaya, 2017: 75). Türkiye'de ise benzer bir eğilim 1990'lı yılların ortalarından itibaren gözlemlenmiştir. Geleneksel medya kuruluşları, dijitalleşmenin sunduğu olanaklardan faydalanmak amacıyla çevrimiçi yayıncılığa yönelmiş ve böylece dijital habercilik pratiği Türkiye medya ortamında da kendine yer bulmuştur.

Çevrimiçi gazetecilik, geleneksel gazetecilikle benzer yönleri olsa da, bazı yönleriyle ondan ayrılmaktadır. En belirgin farklılıklar; haberin anlık olarak güncellenebilmesi, içeriklerin detaydan ziyade hız odaklı sunulması, kullanıcılarla doğrudan etkileşim kurulabilmesi ve daha özgür bir yayın ortamının mümkün kılınması şeklinde özetlenebilir (Çetinkaya, 2017: 75). Bu özellikler çevrimiçi gazeteciliği, klasik

haber anlayışından farklılaşan, kullanıcı merkezli ve zaman odaklı bir yayıncılık modeli haline getirmiştir.

3.2.6. Robot Gazeteciliği

Günümüzde “otomatik gazetecilik” ya da “algoritmik gazetecilik” olarak adlandırılan yapay zekâ destekli haber üretim süreçleri, dijital medya ekosisteminde giderek daha fazla yer edinmektedir. Bu sistemler, okuyucu ihtiyaçlarına göre içerik biçimlendirebilen algoritmalar sayesinde, geleneksel haberciliğe alternatif bir yapı sunmaktadır (Kalsın, 2017: 26). Robot gazetecilerin ön plana çıkmasının temel nedenleri arasında hız, düşük maliyet ve insana kıyasla daha düşük hata payı yer almaktadır. Nitekim bazı medya kuruluşları, özellikle anlık gelişmeleri insan müdahalesi olmaksızın, yazılım destekli otomatik sistemlerle haberleştirmektedir. Bu noktada, “Narrative Science” gibi öncü yazılım şirketleri, haber odaklı yapay zekâ çözümlerinin yaygınlaşmasında kritik bir rol oynamıştır (Kalsın, 2016: 87).

Bu tür sistemlerde, haberin iskeleti niteliğindeki başlıklar ve anahtar cümleler yazılıma tanımlanmakta, sonrasında yazılım bu girdileri haber diline dönüştürmektedir. Özellikle son dakika gelişmelerinde editörlerin robot teknolojilerine yönelmesi, zaman ve maliyet yönetimi açısından anlamlı bir tercih olarak değerlendirilmektedir. Yapay zekâ algoritmalarının yapılandırılmış veri setleriyle daha etkin sonuçlar üretebilmesi, bu teknolojinin spor, ekonomi ve finans gibi veri yoğun alanlarda daha yoğun kullanılmasına yol açmaktadır (Karlsen ve Stavelin, 2014: 36). Nitekim sınav sonuçları, mali tablolar, seçim istatistikleri gibi nicel veriler ile belgeler, görüntüler ve multimedya içerikleri gibi yapılandırılmamış veriler, haber üretim süreçlerinde algoritmalar tarafından analiz edilebilmektedir.

Tarihsel olarak robot gazeteciliğin ilk örneklerine, hava durumu tahminlerinin otomatikleştirilmesiyle rastlanmaktadır. Hava sıcaklığı, rüzgâr hızı ve yağış miktarı gibi veriler, belirlenmiş şablonlar doğrultusunda haberleştirilerek kamuoyuna sunulmuştur (Graefe, 2016: 15). Spor haberciliği ise algoritmalar için verinin sürekliliği, öngörülebilir içerik yapısı ve istatistiksel modellemenin gelişmişliği nedeniyle oldukça elverişli bir alandır (Dalen, 2012; Galily, 2018:106). Örneğin, Narrative Science tarafından geliştirilen “StatsMonkey” yazılımı, beyzbol maçlarının anlık istatistiklerini analiz ederek maçların seyri boyunca takımların kazanma olasılıklarını hesaplayabilmekte ve buna dayalı haber metinleri oluşturabilmektedir (Graefe, 2016: 11). Bu kapsamda, Associated Press’in 2016 yılında Automated Insights ile iş birliği

yaparak alt lig beyzbol karşılaşmalarını otomatikleştirilmiş sistemlerle haberleştirmesi, alan adına önemli bir dönüm noktasıdır (Galily, 2018: 106).

Finansal haberlerde de benzer bir eğilim gözlemlenmektedir. Bloomberg, Reuters ve Dow Jones gibi kuruluşlar; şirket kazanç raporları, hisse senedi fiyatları ve yatırım araçları hakkında gerçek zamanlı verileri analiz ederek önceden tanımlanmış şablonlar aracılığıyla haber üretmektedirler (Ford, 2019: 139). Bu kuruluşlar, sosyal medya platformlarını da veri kaynağı olarak kullanmakta, algoritmalar üzerinden analiz edilen bu içerikleri haber üretiminde değerlendirmektedir.

Robot gazeteciliğin olay temelli habercilikteki başarısı, doğal afetler ve suç haberleri gibi aciliyet gerektiren kategorilerde de dikkat çekicidir. Örneğin, 2014 yılında Kaliforniya’da meydana gelen 4.7 büyüklüğündeki bir deprem, algoritma temelli bir sistem tarafından yalnızca birkaç saniye içinde haberleştirilmiş ve Los Angeles Times muhabiri Ken Schwencke tarafından onaylandıktan sonra üç dakika içerisinde yayımlanmıştır (Oremus, 2014). Suç haberlerinde ise algoritmalar; tutuklama kayıtları, kefalet miktarları gibi verileri analiz ederek en ciddi suçları tespit edebilmekte ya da kamuoyunun ilgisini çekebilecek ünlü isimleri saptayabilmektedir (Latar, 2016: 5).

3.2.7. Hiberyerel Gazetecilik

Bireylerin yaşadıkları çevrede meydana gelen gelişmeleri yakından izlemeleri ve bu gelişmeleri farklı platformlarda ifade etme çabaları, yerel gazetecilik anlayışının daha geniş kitlelerce benimsenmesine katkı sağlamaktadır. Bu süreç, geleneksel yerel habercilik yapısının dönüşmesini beraberinde getirmiş; yurttaş gazeteciliği, katılımcı gazetecilik ve sırt çantası gazeteciliği gibi yeni gazetecilik biçimlerinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır (Değirmencioğlu’ndan akt. Kazan, 2019: 109). Bu yeni habercilik anlayışı, kimi zaman “ultra yerel habercilik” olarak da tanımlanmakta ve haber üretimini mahalleler ve küçük yerleşim birimleri gibi mikro düzeylere taşımaktadır.

Hiper yerel medya, sadece geleneksel yerel gazetecilikten farklı bir ölçek sunmakla kalmamakta; aynı zamanda yurttaş katılımı, kamusal sorumluluk ve Web 2.0 teknolojilerinin etkileşimiyle şekillenen hibrit bir yayıncılık modelini de içermektedir (Meztgar’dan akt. Değirmencioğlu, 2016: 55-56). Bu medya türü, özellikle küçük topluluklara ve mahalle ölçeğindeki gelişmelere odaklanarak, mikro düzeyde bilgi akışı sağlamaktadır.

Hiper yerel haberciliğin dijital ortamda bağımsız yayın organları aracılığıyla sürdürülebilmesi, bu tür medya girişimlerinin sayısını artırmıştır. Özellikle çevrimiçi

platformlar üzerinden yayın yapan hiper yerel haber siteleri, topluluk üyelerinin haber metinleri, videolar ve fotoğraflar gibi çeşitli içerikleri kamuya açık şekilde paylaşabilmesine olanak tanımaktadır (Glaser'den akt. Değirmencioğlu, 2016: 56). Böylelikle küçük ölçekteki toplulukların seslerinin duyurulması, medya çeşitliliği ve demokratik katılım açısından yeni olanaklar doğurmaktadır.

3.2.8. Gazetelerde Yapay Zekâ Kullanımı

Günümüzde iletişim teknolojilerindeki hızlı ilerlemeler, yapay zekâ temelli uygulamaların çeşitli alanlarda yaygınlaşmasına zemin hazırlamıştır. Bu dönüşümden en çok etkilenen alanlardan biri ise gazeteciliktir. Yapay zekâ teknolojileri, haber üretiminden içerik düzenlemeye kadar uzanan süreçlerde aktif bir biçimde kullanılmakta; özellikle dijital haber platformlarında metin oluşturma amacıyla tercih edilmektedir. Bu teknolojilerin medya endüstrisine entegrasyonu, veri gazeteciliği, algoritmik haber üretimi, robot spikerler ve otomatik muhabirler gibi yeni kavramların ortaya çıkmasına neden olmuştur (Yeniceler Kortak, 2022: 700).

Yapay zekâ sistemlerinin işlemleri yüksek hızda ve doğrulukta gerçekleştirme potansiyeli, haber merkezlerinde hem zaman hem de mekân bakımından önemli tasarruflar sağlamaktadır. Bununla birlikte, doğal dil işleme (NLP) teknolojileriyle desteklenen yapay zekâ uygulamaları, otomatik metin üretimi ve içerik düzenleme gibi işlevlerde de etkin bir şekilde kullanılabilir. Bu durum, gazetecilerin haber yazım sürecinde daha verimli, hızlı ve hata payı düşük içerikler üretmelerine katkı sunmaktadır.

Ayrıca, makine öğrenmesi ve derin öğrenme teknikleriyle birleştirilen yapay zekâ, çok boyutlu veri setlerini analiz edebilme kapasitesi sayesinde gazetecilere daha kapsamlı ve derinlemesine haber üretme olanağı sunmaktadır (Özsalih, 2023: 537). Bu bağlamda, yapay zekâ teknolojilerinin gazetecilik mesleği içindeki yeri; otomatik içerik üretimi, algoritmik analiz, büyük veri temelli gazetecilik ve bireyselleştirilmiş haber akışları gibi çeşitli formlarda kendini göstermektedir (Eti, 2023: 594).

Öte yandan, yapay zekânın gazetecilik pratiğine entegrasyonu, mesleğin normatif ve etik sınırlarını yeniden değerlendirmeyi gerekli kılmaktadır. Gazeteciler açısından bu durum; teknolojinin mesleki değerleri nasıl etkilediği, haberciliğin temel ilkeleriyle nasıl örtüştüğü ya da çatıştığı gibi soruların gündeme gelmesine neden olmaktadır. Özellikle yapay zekânın “yapay” doğasının, gazeteciliğin nesnellik, doğruluk ve insan merkezlilik gibi temel kavramlarıyla nasıl bir etkileşime girdiği akademik çevrelerde tartışma konusudur. Bu tartışmalar, yapay zekâ teknolojisinin gazeteciliğin varoluşsal

yönlerine dair krizleri de beraberinde getirdiğini ortaya koymaktadır (Moran ve Shaikh, 2022: 1758).

Yapay zekâ uygulamalarının yalnızca ulusal çapta yayın yapan gazeteler için değil, yerel medya kuruluşları açısından da büyük önemi bulunmaktadır. Yerel gazeteler, bulundukları bölgedeki topluluklar için bilgiye erişim sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda uzak şehirlerde yaşayan bireylerin memleketlerindeki gelişmeleri takip etmesine de olanak tanımaktadır (Hess ve Waller, 2017: 5). Bu çerçevede, yapay zekâ destekli teknolojiler, yerel gazeteciliğin sürdürülebilirliğini artırmada ve içerik üretim süreçlerini iyileştirmede stratejik bir rol üstlenmektedir.

3.2.9. Haber Toplanmasında Yapay Zekânın Kullanımı

Teknolojik gelişmelerin hız kazanması, geleneksel medya yapısında köklü değişimleri beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda dijitalleşmenin etkisiyle medya organlarında yaşanan dönüşüm, habercilik anlayışının yeniden şekillenmesine neden olmuş ve internet haberciliği adı verilen yeni bir yayıncılık türünün ortaya çıkışına zemin hazırlamıştır. Dijital teknolojiler, haberin üretim, dağıtım ve tüketim süreçlerini dönüştürerek haberciliği daha erişilebilir, düşük maliyetli ve hızlı hale getirmiştir. Çoklu medya unsurlarını (yazı, ses ve görüntü) bütünleşik biçimde sunabilme yeteneği sayesinde dijital araçlar, kısa sürede geniş kitlelerce benimsenmiştir (Fırlar ve Deniz, 2010: 317). Bu gelişmeler, haberin küresel ölçekte anlık olarak yayılmasını mümkün kılmıştır.

İletişim teknolojilerindeki ilerlemeler, gazetecilerin bilgi kaynaklarına erişiminden okuyucularla kurduğu etkileşime kadar tüm gazetecilik pratiklerini dönüştürmüştür. Geleneksel haber üretim araçlarının yerini, bilgisayar tabanlı yeni teknolojiler almış; baskı teknikleri modernize edilerek dijital altyapıya geçilmiştir. Bu süreçte, geleneksel gazetelerin çevrim içi platformlara yönelmesiyle birlikte internet haberciliği adı verilen dijital gazeteciliğin ilk adımları atılmıştır (Gezgin, 2002: 30). Sayısal verilere dayalı bu yeni gazetecilik anlayışı, bilgi üretimini, depolanmasını, paylaşımını ve erişimini önemli ölçüde kolaylaştırmıştır (Çetin, 2019: 6). İnternetin, bireylerin yaşamının her alanına entegre olması, çevrim içi haberciliğin yaygınlaşmasını hızlandırmıştır. 1990'lı yılların ardından World Wide Web'in (WWW) sistemleştirilmesi, veri depolama ve küresel iletişim imkânlarını genişletmiş; farklı kaynaklardan özgün içeriklerin toplanarak dijital ortamda okuyucuya sunulmasını mümkün kılmıştır (Kürkçü, 2007: 194).

Dijital dönüşüm sürecinde habercilik yalnızca internetle sınırlı kalmamış, yapay zekâ (YZ) teknolojilerinin gelişmesiyle daha ileri boyutlara taşınmıştır. Özellikle son yıllarda YZ algoritmalarının haber üretim sürecine entegre edilmesiyle birlikte algoritmik gazetecilik ya da otomatik habercilik gibi kavramlar literatürde yer edinmiştir (Cleerwall, 2014: 520). Haberin toplanmasından dağıtımına kadar olan süreçlerde YZ'nin kullanımı yaygınlaşmakta ve gazetecilerin iş yükü azalmaktadır.

İlk olarak 1950'li yıllarda "düşünen makineler" fikriyle temelleri atılan yapay zekâ, 1990'lardan itibaren popülerlik kazanarak birçok alanda olduğu gibi medya sektöründe de etkisini göstermeye başlamıştır (Vardar, 2015). Yapay zekâ, insan zekâsını taklit eden algoritmalar aracılığıyla problem çözme, mantık yürütme, dil işleme ve çevresel algılama gibi yetenekleri bünyesinde barındırmaktadır (Çetin, 2019: 14). Bilgisayar bilimleriyle geliştirilen bu sistemler, haber yazımında kullanılan yazılımların arkasında çalışan kodlarla somut hale gelmektedir. Algoritmalar, sayısal verilere dayalı bilgi üretimini mümkün kılarak gazetecilik faaliyetlerinin otomasyonunu sağlamaktadır (Yengin, 2014: 137).

Yapay zekâ destekli gazetecilikte haber üretim süreci, yalnızca yazılım mühendislerinin değil, aynı zamanda gazetecilerin ve dilbilimcilerin iş birliğiyle şekillenmektedir. Örneğin, spor karşılaşmaları gibi veri odaklı alanlarda algoritmalar belirli ölçütlere göre en dikkat çekici verileri analiz edebilirken, bu verilerin okuyucuya anlamlı bir biçimde sunulabilmesi için dilsel yapıların önceden planlanması gerekmektedir (Graefe, 2016: 18-19). Bu kapsamda, haber metinlerinin örneklemeleri insan gazeteciler tarafından oluşturularak algoritmaların veri işleme süreçlerine entegre edilir. Böylelikle özellikle rutin ve veri ağırlıklı haber türlerinde (örneğin hava durumu, doğal afetler, spor istatistikleri) yapay zekâ daha etkili biçimde kullanılabilir (Akyazı, 2018: 22).

Ayrıca YZ'nin sunduğu yüksek işlem kapasitesi sayesinde verilerin hızlı bir şekilde toplanması, analiz edilmesi ve doğrulanması mümkün hale gelmiştir. Bu durum, gazetecilerin bilgiye daha kolay erişmesini sağlamaktadır (Dağ, 2015: 1). Yapay zekâ ile bireysel kullanıcı verilerinin analiz edilmesi sonucunda, okuyucuların ilgi alanlarına, dünya görüşlerine ve eğitim düzeylerine uygun kişiselleştirilmiş içeriklerin üretilmesi de söz konusu olabilir (Güz ve Yeğen, 2018: 6).

3.2.10. Haberlerin Oluşturulmasında Yapay Zekânın Kullanım Şekilleri

Teknolojinin sürekli olarak kendini yenilemesi ve bu yeniliklerin toplumsal yaşamın hemen her alanına nüfuz etmesi, yeni uygulamaların ortaya çıkmasına zemin

hazırlamıştır. Bu uygulamalar arasında yer alan yapay zekâ teknolojisi, insan zihninin gerçekleştirdiği bilişsel süreçleri, insan müdahalesine gerek kalmadan taklit edebilen sistemleri ifade etmektedir. Derin öğrenme, doğal dil işleme ve makine öğrenmesi gibi alt disiplinler aracılığıyla geliştirilen bu sistemler; öğrenebilen, eğitilebilen ve önceki hatalardan ders çıkararak süreçlerini daha verimli hâle getirebilen yapılar olarak tasarlanmaktadır. İnsan emeğiyle gerçekleştirilen işlemlerle karşılaştırıldığında daha yüksek hız ve düşük maliyet avantajı sunmaları, yapay zekâ sistemlerinin kullanımını giderek yaygınlaştırmıştır (Özçağlayan ve Yeniceler Kortak, 2023: 701).

Yapay zekâ, içerik üretimi bağlamında da önemli katkılar sunmaktadır. İçerik üreticilerine, hedef kitleye özel içerikler geliştirebilmeleri için gerekli araçları sağlayarak, yaratıcılığı, üretkenliği ve yenilikçiliği artırma potansiyeline sahiptir. Teknolojik ilerlemelerin sürmesiyle birlikte, yapay zekânın içerik üretim süreçlerindeki rolünün daha da belirginleşmesi beklenmektedir. Bu sistemler sayesinde yaratıcı fikirler daha hızlı bir şekilde ortaya konulabilirken, kaliteli içerik üretimi de daha sürdürülebilir bir hâl almaktadır. Rutin ve zaman alan görevleri otomatikleştirerek insanlara daha yaratıcı alanlarda çalışma imkânı sunan yapay zekâ, günümüz yaşamının birçok yönünü olduğu gibi içerik üretimini de köklü biçimde dönüştürmektedir (Güzeldemirci, 2024: 49).

Günümüzde hem küresel ölçekte hem de Türkiye özelinde, gazetecilik alanında yapay zekâ teknolojilerinden etkin biçimde yararlanıldığı görülmektedir. Bu bağlamda öne çıkan uygulamalardan biri de "robot gazetecilik" olarak adlandırılan, otomatik haber üretimi süreçlerini içeren sistemlerdir. Robot gazetecilik; otomatik haber metni oluşturma, güncel haber trendlerinin analizi ve bireyselleştirilmiş haber dağıtımı gibi çeşitli işlevler aracılığıyla sektöre katkı sağlamaktadır. İnsan gücünün ve hızının yetersiz kaldığı noktalarda, yapay zekâ tabanlı çözümler hem verimlilik hem de zaman yönetimi açısından öne çıkmaktadır (Şahin Başfıncı ve Koç, 2023: 140).

Türkiye’de de Anadolu Ajansı başta olmak üzere pek çok haber ajansı ve basın kuruluşu, hem ulusal hem de yerel düzeyde yapay zekâdan aktif şekilde faydalanmaktadır. Özellikle haber metinlerinin hazırlanmasında bu teknolojilerin kullanılması, gazetecilik pratiğine önemli ölçüde hız ve kolaylık kazandırmaktadır. Habercilik tarihine bakıldığında, bu alanın robotlara kadar evrilen süreci; iletişim araçlarındaki teknolojik dönüşümle birlikte haberin kamuoyuna ulaştırılma biçiminde köklü değişimleri beraberinde getirmiştir. Basılı gazetecilikten dijital platformlara uzanan bu dönüşüm, her yeni iletişim teknolojisinin kendisinden sonraki gelişmeleri mümkün kılmasıyla şekillenmiştir (Öztürk Çelebi, 2024: 141).

3.2.11. Haberlerin Yayınlanması ve Ölçülmesinde Yapay Zekânın Kullanılması

Günümüzde yapay zekâ teknolojileri, haber üretim süreçlerinde giderek daha yaygın bir biçimde kullanılmakta ve bu durum, gazetecilik mesleğinde önemli dönüşümlere yol açmaktadır. Tamamen yapay zekâ tabanlı çalışan haber sitelerinin sayısı sınırlı olsa da, pek çok haber kuruluşu içerik üretiminde yapay zekâdan çeşitli şekillerde faydalanmaktadır. Bu süreçlerin etkin biçimde yürütülebilmesi için, algoritmaların tasarımı ve geliştirilmesini üstlenecek kurumsal yapılara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bağlamda, Automated Insights tarafından geliştirilen Wordsmith adlı algoritma, yüzün üzerinde ülkede yaygın olarak kullanılan ve büyük ölçekte haber içeriği oluşturabilen platformlardan biri olarak öne çıkmaktadır. Söz konusu algoritma, ham verileri analiz ederek tutarlı anlatılara dönüştürme yetisine sahiptir.

Benzer şekilde, Amerika Birleşik Devletleri'nde yer alan Northwestern Üniversitesi bünyesindeki Medill Gazetecilik Okulu ile McCormick Mühendislik Fakültesi'nin iş birliğiyle geliştirilen Akıllı Bilgi Laboratuvarı (Intelligent Information Laboratory), StatsMonkey adlı bir algoritma üretmiştir. Kristian Hammond'un öncülüğünde geliştirilen bu sistem, özellikle beyzbol müsabakalarından elde edilen istatistiksel verileri analiz ederek ilgili spor haberlerini otomatik olarak üretmektedir (Levy, 2012). StatsMonkey, maç sürecindeki anlatıları değerlendirerek en dikkat çekici ve haber değeri taşıyan olayları seçmekte, bu verilerden anlamlı haber içerikleri üretmektedir (Allen, Templon, McNally, Birnbaum ve Hammond, 2010: 2). Nitekim bu algoritma, yalnızca 2011 yılında 400.000, 2012 yılında ise 1,5 milyon adet rapor oluşturmuştur.

Yapay zekânın haber üretimindeki rolü yalnızca metin oluşturmakla sınırlı değildir. Birçok medya kuruluşu, abonelik artırma stratejileri geliştirme, kullanıcı davranışlarını analiz etme ve içerik önerileri sunma gibi alanlarda da yapay zekâ tabanlı çözümlerden yararlanmaktadır (Stray, 2019: 3). Örneğin, Los Angeles Times gazetesi, 17 Mart 2014 tarihinde gerçekleşen depremi veri madenciliği yoluyla haberleştiren ilk medya kuruluşu olmuştur. Reuters ise, gazetecilere veri analizi, haber önerileri ve metin yazımı gibi süreçlerde yardımcı olmak üzere geliştirdiği Lynx Insight adlı yapay zekâyı kullanmaktadır. Bu sistemin amacı, muhabirlerin yerini almak değil; onların haber üretim kapasitesini dijital veri okuryazarlığı ve yazım desteği aracılığıyla artırmaktır (Kobie, 2018'den aktaran Ay, 2022: 918-920).

Yapay zekânın habercilik alanındaki etkisi giderek daha belirgin hale gelmiş ve bu teknolojiler, gazetecilikle birlikte anılır duruma gelmiştir. Her ne kadar tüm

lkelerde bu alana ilişkin uygulamalar henüz yaygınlaşmamış olsa da, birçok ülkenin haber organizasyonları yapay zekâyı çeşitli görevlerde kullanmaya başlamıştır. Bu uygulamaların başında, rutin haberlerin insanlar yerine algoritmalar tarafından yazıldığı “robot gazetecilik”, “algoritmik gazetecilik” ya da “otomatik gazetecilik” gibi pratikler gelmektedir. Bu tür sistemler, özellikle finans, spor, doğal afetler ve seçim sonuçları gibi veri yoğun alanlarda yaygın olarak kullanılmaktadır (Zengin ve Kapır, 2020: 218).

Robot gazetecilik, haberin veri toplama, analiz etme ve metin hâline getirme gibi tüm aşamalarının algoritmalar tarafından gerçekleştirilmesini sağlayan bir üretim modeli sunmaktadır (Sayar, 2023). Bununla birlikte, yapay zekâ teknolojileri yalnızca haber yazımı için değil; içerik geliştirme, kaynak bulma, hedef kitle analizi, içerik kişiselleştirme, abonelik sistemlerinin yönetimi ve ödeme duvarlarının optimize edilmesi gibi pek çok alanda da kullanılmaya başlanmıştır ve bu alanlarda yaygınlaşacağı öngörülmektedir (Zengin ve Kapır, 2020: 218).

Yapay zekâ destekli sistemler, gazetecilere daha doğru, hızlı ve etkili haberler üretme imkânı sunmaktadır. Örneğin, yapay zekâ; haber içeriklerini otomatik olarak toplamak, analiz etmek ve sınıflandırmak için kullanılabilir. Bu sayede gazeteciler, belirli bir konuya ilişkin bilgiye daha kısa sürede erişebilirler. Ayrıca, sosyal medya ve çevrim içi platformlardan elde edilen verilerin analizi yoluyla, kamuoyunun gündemini oluşturan konuların tespit edilmesi de mümkün hâle gelmektedir. Doğal dil işleme (NLP) teknolojileri ile desteklenen yapay zekâ sistemleri, otomatik metin oluşturma ve düzenleme işlevlerini yerine getirerek gazetecilerin haber üretim sürecini hızlandırmakta ve daha doğru içerik üretmelerine yardımcı olmaktadır. Yapay zekânın makine öğrenmesi ve derin öğrenme yöntemleriyle birleştirilmesi, çok boyutlu veri setlerinin analiz edilmesine ve böylece daha bütüncül haberlerin ortaya konmasına olanak tanımaktadır. Ayrıca, bu algoritmalar haberleri yüksek hızda, geniş ölçekte ve düşük hata payı ile üretebilmekte; aynı veriler üzerinden farklı dillerde veya perspektiflerde kişiselleştirilmiş içerikler oluşturabilmektedir. Kullanıcı taleplerine göre özelleştirilmiş içerikler üretme ve mevcut veriler doğrultusunda yeni hikâyeler oluşturma kapasitesine de sahiptirler (Ay, 2022: 923).

3.2.12. Yapay Zekâ ve Gazetecilik: Fırsatlar Riskler/ Avantajlar Dezavantajlar

Yapay zekâyı (YZ) tanımlamadan önce, bu teknolojinin yalnızca dar bir alana sıkışmadığı, aksine oldukça geniş bir uygulama sahasına sahip olduğu vurgulanmalıdır. Yapay zekâ, tekil bir teknolojiden ziyade; makine öğrenimi, derin öğrenme, doğal dil

işleme gibi pek çok alt disiplini bünyesinde barındıran kapsamlı bir teknolojik üst yapı olarak değerlendirilmektedir (Beckett, 2019: 16). Dar anlamda YZ, makinelerin insan müdahalesi olmaksızın veri analizine dayalı çıkarımlarda bulunabilmesini sağlayan bir bilgisayar bilimi dalı olarak tanımlanmakta; özellikle makine öğrenimi bu sürecin temel yapı taşlarından birini oluşturmaktadır (Lewis vd., 2019: 673).

YZ'nin kamusal alanda görünürlüğünün artışı, çoğunlukla “iletişimsel yapay zekâ” biçimindeki uygulamaların genel kullanıcıya ulaşmasıyla gerçekleşmiştir. Bu bağlamda en dikkat çekici örneklerden biri olan ChatGPT, Kasım 2022’de kullanıma sunulmuş ve kısa sürede geniş kitlelerin ilgisini çekmiştir. ChatGPT ve benzeri sistemlerin gelişimi, doğal dil işleme (NLP) ve doğal dil üretimi (NLG) gibi alanlardaki teknolojik ilerlemelere dayanmaktadır (Guzman ve Lewis, 2020: 72). Bu uygulamalar sayesinde makineler, sadece yapay bir dil üretmekle kalmayıp, insan diline benzer bir ifade biçimiyle iletişim kurma kapasitesine ulaşmıştır. Bu durum, YZ'nin toplumsal etkileri üzerine yürütülen tartışmaları yeniden alevlendirmiştir (Newman, 2023: 35).

Gazetecilik alanında YZ teknolojilerinin en yaygın kullanımı, yapılandırılmış veri setlerinden otomatik haber metinlerinin üretilmesidir. Özellikle spor karşılaşmaları, hava durumu, deprem gibi afet olayları ya da finansal piyasa verileri gibi konularda, sistemler toplanan verileri çok kısa sürede haber metinlerine dönüştürebilmektedir. Bu durum, gazetecilik pratiğinde insan müdahalesine gerek kalmadan rutin haberlerin otomatik şekilde yazılmasına olanak sağlamaktadır (Tejedor ve Vila, 2021: 831). Bu özellik, YZ destekli sistemlerin gazetecilerin iş yükünü hafifletmesi ve onların daha analitik ve yaratıcı içeriklere odaklanmalarını sağlaması açısından önemli bir avantaj olarak değerlendirilmektedir (Frackiewicz, 2023).

Küresel ölçekte Reuters, Associated Press ve Forbes gibi önde gelen medya kuruluşları, yapay zekâ destekli sistemleri aktif biçimde kullanmaktadır. Bu kuruluşlar, özellikle sosyal medya verileri ve çevrim içi içerikleri tarayarak haber değeri taşıyan gelişmeleri tespit etmekte; verileri kategorilere ayırarak bilgi akışını daha yönetilebilir hale getirmektedir (Tejedor ve Vila, 2021: 832). Bununla birlikte YZ, sadece haber yazımı değil; bilgi madenciliği, öneri sistemlerinin geliştirilmesi, dezenformasyonla mücadele, yabancı dil içeriklerin otomatik çevirisi ve araştırmacı gazeteciliğin güçlendirilmesi gibi farklı işlevsel alanlarda da kullanılmaktadır (Naoáin, 2022: 106).

Ancak tüm bu olumlu gelişmelerin yanı sıra, YZ'nin gazetecilik alanındaki kullanımını ciddi etik ve yapısal riskleri de beraberinde getirmektedir. Öncelikle, YZ sistemleri tarafsızlık ve şeffaflık ilkeleri konusunda önemli tartışmalara neden olmaktadır. Algoritmaların hangi verileri temel aldığı, nasıl sınıflandırma yaptığı ve ne

tür içerikler ürettiği genellikle kullanıcılar tarafından anlaşılır değildir. Bu da algoritmik önyargıların haber içeriğine yansması ve kamuoyunun yanıltılması riskini doğurmaktadır (Dörr ve Hollnbuchner, 2016).

Bunun yanı sıra, YZ sistemleri bilinçli olarak manipölasyon amacıyla da kullanılabilir. Biswal'a (2023: 72) göre, YZ sistemleri insanlar tarafından yönlendirildiğinden, bu sistemlerin kötü niyetli aktörlerce dezenformasyon üretmek, kamuoyunu yönlendirmek ya da belirli çıkarları desteklemek amacıyla kullanılması mümkündür. Özellikle seçim dönemlerinde veya kriz zamanlarında, bu tür manipölasyonlar demokratik süreçler açısından ciddi tehditler doğurabilir.

YZ'nin etik açıdan bir başka tartışma konusu ise, gazetecilik mesleğinde insan emeğinin değersizleştirilmesi olasılığıdır. Otomatik haber yazımı sistemleri, rutin haberlerin insanlar yerine makinelerce üretilmesini sağlarken, aynı zamanda gazetecilerin iş güvencesi üzerinde baskı yaratabilir. Bu durum, mesleki çeşitliliğin azalmasına ve haberciliğin insan merkezli yaklaşımından uzaklaşılmasına neden olabilir (Diakopoulos, 2019). Ayrıca YZ sistemlerinin yaratıcı düşünme, etik muhakeme ve bağlamsal yorum yapma gibi insana özgü yetkinlikleri tam anlamıyla yerine getirememesi, haberin bütünsel doğruluğu ve derinliği açısından da sınırlılıklar yaratmaktadır.

4. YAPAY ZEKÂ UYGULAMALARI

Yapay zekâ (YZ), insan zekâsına özgü bilişsel işlevlerin — öğrenme, akıl yürütme, problem çözme, dil anlama ve algı — makineler aracılığıyla simüle edilmesini amaçlayan bir bilgisayar bilimi dalıdır (Russell ve Norvig, 2021). YZ uygulamaları, sadece algoritmik işlem gücünün artışıyla değil, aynı zamanda büyük veri (big data), bulut bilişim ve yüksek işlemcili donanım gibi gelişmelerin etkisiyle son yıllarda hızla yaygınlaşmıştır (Goodfellow, Bengio ve Courville, 2016).

YZ uygulamaları genellikle dar yapay zekâ (narrow AI) ve genel yapay zekâ (general AI) olarak ikiye ayrılmaktadır. Dar YZ, belirli görevleri yerine getirmek için eğitilmiş sistemleri ifade ederken, genel YZ insan benzeri bilişsel yetilere sahip, farklı bağlamlara adapte olabilen makineleri kapsamaktadır (Goertzel ve Pennachin, 2007). Günümüzde yaygın olan YZ uygulamaları, çoğunlukla dar YZ kapsamındadır.

Doğal Dil İşleme (NLP) ve Dil Modelleri

YZ uygulamaları arasında özellikle doğal dil işleme (Natural Language Processing) ve doğal dil üretimi (Natural Language Generation) önemli bir yer tutmaktadır. Bu alanlardaki gelişmeler, insan dilini anlamaya, analiz etmeye ve üretmeye yönelik uygulamaların geliştirilmesini mümkün kılmıştır (Jurafsky ve Martin, 2021). Örneğin, OpenAI tarafından geliştirilen GPT serisi (Generative Pre-trained Transformer), dil modellemesi alanında önemli bir atılım olarak değerlendirilmekte ve eğitim, müşteri hizmetleri, içerik üretimi gibi birçok alanda kullanılmaktadır (Brown et al., 2020).

Görüntü ve Ses Tanıma Sistemleri

Görüntü işleme ve ses tanıma, YZ uygulamalarının diğer önemli alanları arasında yer alır. Özellikle derin öğrenme (deep learning) algoritmaları sayesinde bilgisayarlı görü (computer vision) sistemleri, insan yüzü tanıma, otonom araç yönlendirme ve medikal görüntü analizinde yüksek doğruluk oranları ile kullanılmaktadır (LeCun, Bengio ve Hinton, 2015). Benzer şekilde, sesli asistanlar (örneğin Siri, Alexa) doğal dil anlama ve sesli komutları işleme yetenekleri ile kullanıcı etkileşiminde devrim yaratmıştır (Kepuska ve Bohouta, 2018).

YZ uygulamaları, e-ticaret ve dijital platformlarda öneri sistemleri biçiminde yaygın olarak kullanılmaktadır. Amazon, Netflix ve Spotify gibi platformlar, kullanıcı geçmiş ve tercihleri doğrultusunda kişiselleştirilmiş içerik sunmak için YZ tabanlı öneri algoritmalarından yararlanmaktadır (Ricci, Rokach ve Shapira, 2015). Bu sistemler, hem kullanıcı deneyimini geliştirmekte hem de ticari fayda sağlamaktadır.

4.1. ChatGBT

Yapay zekâ teknolojilerinin doğal dil işleme alanında kaydettiği ilerlemeler, kullanıcılarla daha insansı ve etkileşimli bir iletişim kurabilen sistemlerin ortaya çıkmasını mümkün kılmıştır. Bu gelişmelerin çarpıcı örneklerinden biri olan ChatGPT, çok yönlü bir dil modeli olarak kısa mesajlardan sosyal medya paylaşımlarına, teknik dokümanlardan gündelik konuşmalara kadar geniş bir yelpazede metin üretme kapasitesine sahiptir (Hohenstein et al., 2023). OpenAI tarafından geliştirilen bu model, dilsel girdileri yorumlayarak anlamlı ve bağlama uygun yanıtlar üretmek üzere yapılandırılmıştır.

İlk kez 2020 yılında kamuoyuna sunulan ChatGPT (Generative Pre-trained Transformer), yaklaşık 6 milyar parametreye sahip, oldukça gelişmiş bir doğal dil işleme yazılımıdır. Model, kullanıcılarla yapılan yazılı etkileşimleri simüle etmeye yönelik olarak tasarlanmıştır ve hem eğitilmiş veri kümeleri hem de gerçek zamanlı öğrenme süreçleriyle desteklenmektedir. ChatGPT'nin ardındaki algoritmik yapı, makine öğrenimi, derin öğrenme ve doğal dil işleme (NLP) tekniklerinin birleşiminden oluşmaktadır. Bu sayede sistem, kullanıcı girdilerine karşılık insan benzeri yanıtlar üretebilmekte; böylece insan-bilgisayar etkileşimini daha doğal, hızlı ve etkili bir hâle getirmektedir (Salvagno, Taccone ve Gerli, 2023: 1–5).

ChatGPT'nin kullanım alanları, sadece teknik yazışmalarla sınırlı kalmamakta; eğitim, sağlık, hukuk, gazetecilik gibi birçok sektörde aktif biçimde kullanılmaktadır. Sistemin temel gücü, esnekliğinden ve özelleştirilebilir yapısından kaynaklanmaktadır. Kullanıcının niyetini anlamaya ve bağlama özgü içerik üretmeye yönelik yüksek düzeydeki yetkinliği, sistemin iletişimsel bağlamda sunduğu olanakları daha da genişletmektedir. Bu doğrultuda, ChatGPT'nin çeşitli kullanıcı profillerine ve sektörel gereksinimlere uygun biçimde yanıt verebilmesi, onun kişiselleştirilmiş bir dijital yardımcı işlevi görmesini sağlamaktadır (Biswas, 2023b; Guzman ve Lewis, 2019).

ChatGPT'nin iletişim alanında öne çıkan avantajları şu şekilde özetlenebilir: öncelikle, doğal dilde tutarlı ve akıcı yanıtlar üretme kapasitesi sayesinde insan-makine

etkileşiminde erişilebilirliği artırmaktadır. İkincisi, çok dilli destek sunabilmesi, küresel düzeyde iletişim olanaklarını genişletmektedir. Üçüncü olarak, içerik üretimini otomatikleştirme yeteneği, zaman ve emek açısından ciddi tasarruflar sağlamakta ve medya, pazarlama, akademi gibi alanlarda üretkenliği artırmaktadır. Son olarak, öğrenmeye dayalı yapısı sayesinde kullanıcı etkileşimlerinden geri bildirim alarak gelişmesini sürdürebilmesi, teknolojinin dinamik ve uyarlanabilir bir yapıda ilerlemesine olanak tanımaktadır (Guzman ve Lewis, 2019).

4.2. Jasper Ai

Son yıllarda yapay zekâ (YZ) tabanlı metin üretim araçlarının gelişimiyle birlikte, akademik yazım pratikleri de dönüşüm geçirmektedir. Bu dönüşümün dikkat çeken örneklerinden biri olan Jasper AI, özellikle içerik üretimi, metin yeniden yazımı ve fikir geliştirme konularında kullanıcılarına destek sunan gelişmiş bir doğal dil işleme (NLP) yazılımıdır. Jasper AI, OpenAI tarafından geliştirilen GPT modelleri temel alınarak, ticari ve yaratıcı metin yazımı amaçlı özelleştirilmiş bir platformdur (McGowan, 2022).

Jasper AI, yaratıcı yazımda gösterdiği başarıyı akademik alanlara da taşımaya başlamıştır. Araştırmalar, bu tür metin üretim araçlarının özellikle taslak oluşturma ve ilk fikir üretimi süreçlerinde zaman kazandırıcı bir rol oynadığını göstermektedir (Dwivedi et al., 2023). Akademik yazıların giriş, problem tanımı ve literatür özetleri gibi bölümlerinde Jasper AI, kullanıcının verdiği kısa yönlendirmeler doğrultusunda mantıksal ve yapısal bütünlüğe sahip paragraflar oluşturabilmektedir (Jang, 2023).

Bununla birlikte Jasper AI'nin sunduğu metinlerin mutlaka insan eliyle gözden geçirilmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Çünkü her ne kadar dilbilgisel olarak düzgün içerikler üretse de, bu metinlerin akademik standartlara ve kaynak doğruluğuna uygunluğu her zaman garanti edilmemektedir (Stokel-Walker, 2022). Yapay zekâ temelli bu araçlar, atıflarda hayali kaynaklar üretme (hallucination) riski taşımakta, bu da özellikle akademik dürüstlük açısından dikkat edilmesi gereken bir unsurdur (Khalil ve Er, 2023).

Ayrıca Jasper AI, kullanıcıların yazım tarzını öğrenerek kişiselleştirme yapabilmekte ve “brand voice” olarak adlandırılan özelliği sayesinde tutarlı metin üretimi sağlayabilmektedir. Bu özellik, akademik yazımda yazarın üslubunun korunması açısından olumlu bir katkı olarak değerlendirilmektedir (Biswas, 2023).

Öte yandan, yapay zekâ destekli yazım araçlarının eğitimdeki rolü hâlen tartışmalıdır. Bazı akademisyenler, bu araçların öğrencilerin eleştirel düşünme ve yazma becerilerini zayıflatabileceğini öne sürerken; diğerleri, bu teknolojilerin yaratıcı ve

retken düşünme süreçlerine katkı sunduğunu belirtmektedir (Dehouche, 2021; Cotton et al., 2023). Bu bağlamda, Jasper AI gibi araçların eğitim süreçlerine entegrasyonu, etik ilkeler çerçevesinde dikkatle planlanmalıdır.



5. LİTERATÜRDE YER ALAN ÇALIŞMALAR

Yerel gazetecilik bağlamında YZ uygulamaları, yapılandırılmış veri kaynaklarının yoğun olduğu alanlarda (ör. spor skorları, hava/uyarı verileri, emlak ilanları, nüfus/istatistik raporları) otomatik metin üretimi olarak en erken ve en yaygın biçimde görülmüştür; bu tür uygulamalar hem haber kapsamını genişletmekte hem de rutin üretim maliyetlerini düşürmekte, ancak editoryal gözetim ve post-editing gereksinimini azaltmamaktadır (Diakopoulos, 2019).

Kuramsal olarak bu gelişme, insan-makine işbirliğini vurgulayan “hibrid gazetecilik” çerçevesiyle tutarlıdır; algoritmik sistemlerin karar verme süreçleri hâlâ insan editörlerin değer yargıları ve doğrulama pratikleriyle iç içe işlemektedir (Diakopoulos, 2019).

Sistemik literatür taramaları, otomatik gazetecilik çalışmalarının başlangıç döneminde sınırlı sayıdaki ampirik çalışmaya dayanmakla birlikte, çalışmaların çoğunun teknolojinin teknik kapasitesi ile mesleki uygulamalar arasındaki uçurumu incelemeye odaklandığını göstermiştir; bu derlemeler, ilerideki araştırmalar için kurumsal yaklaşım ve saha temelli etnografik yöntemlerin önemini vurgulamaktadır (Danzon-Chambaud, 2021).

Ampirik çalışmalar, otomatik içeriklerin yerel okuyucu nezdinde kabulünün, içeriğin türüne ve hassasiyet düzeyine bağlı olarak değiştiğini; düşük riskli, rutin haberlerde (ör. spor skorları, trafik) okuyucu toleransının daha yüksek; politik veya etik açıdan hassas konularda ise güvenin belirgin biçimde düştüğünü göstermektedir; geniş ölçekli anket tabanlı veriler de aynı yönlü eğilimi doğrulamaktadır (Reuters Institute Digital News Report, 2024).

Bu bulgular, yerel haber odalarının konu-bazlı ayrıştırma stratejileri benimsemesini ve otomasyon payını haber türüne göre kademelendirmesini önerir; aynı zamanda şeffaflık (otomatik üretim etiketlemesi, düzeltme politikaları) ve okur iletişimi uygulamalarının güven inşasında merkezi rol oynadığı vurgulanmıştır.

Emek ve iş akışı açısından literatür, otomasyonun küçük yerel ekiplerde görev dağılımını ve mesleki pratikleri yeniden tanımladığını; otomasyonun tekrarlayan görevleri devralarak muhabirleri daha derin, yerel araştırmacı gazeteciliğine veya bağlam kurmaya yönlendirme potansiyeli taşıdığı, ancak bunun çalışanların iş tanımı,

beceri gereksinimleri ve mesleki özerklik üzerinde karmaşık etkiler ürettiği sonucuna varmaktadır (Danzon-Chambaud, 2021; saha çalışmalarına dayalı araştırmalar).

Sonuç olarak, literatür yerel gazetecilikte YZ uygulamalarının teknik imkânlarını ve saha uygulamalarını belgelemekte; en verimli ve etik yaklaşımın, otomasyonun sağladığı ölçeklenebilirlik ile insan editoryal gözetiminin birleştirildiği, konu-temelli kademeli uygulama stratejileri olduğu ortak kanaatini paylaşmaktadır.



6. YOZGAT İLİNDE YEREL MEDYAVE YAPAY ZEKÂ: NİTEL BİR ANALİZ

6.1. Araştırmanın Amacı Ve Önemi

Teknolojik ilerlemeler ve dijital dönüşüm süreçleri, bireylerin kullanım alışkanlıklarında önemli değişikliklere yol açmaktadır. Bu süreçle birlikte, dijital platformlar daha fazla bilgiye erişim sağlayarak bireylerin yaşamına entegre olmakta ve yenilikçi bir şekilde dönüşüm geçirmektedir. Bu bağlamda, alternatif medya kaynakları arasında yer alan yapay zekâ, önemli bir yer edinmekte ve yeni bir alan yaratmaktadır. Yapay zekânın sunduğu çeşitli avantajlar, son yıllarda kullanım oranlarını önemli ölçüde artırmış ve bu alanda farkındalık yaratmıştır. Böylece, yapay zekâ, hem araştırma çalışmalarına hem de literatürde geniş bir yer bulmaya başlamıştır.

Bu araştırma, internet teknolojilerini aktif olarak kullanan yerel medya çalışanlarının yapay zekâyâ yönelik algıları ve yapay zekanın haber üretimindeki yerini tespit etmek amacıyla ele alınmıştır. Çalışma, yerel medya çalışanlarının deneyimlerine dayanarak, bu alandaki uygulamaların ne şekilde geliştiğini ve sektördeki etkilerini incelemektedir. Literatürde genellikle daha geniş bir perspektiften ele alınan yapay zeka konusunun, bu araştırma ile daha spesifik bir düzeye indirgenmesi ve alana katkı sağlaması hedeflenmektedir.

6.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiş olup, veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme, araştırmacı ile gönüllü katılımcılar arasında yüz yüze veya çevrimiçi ortamda, soru-cevap şeklinde yürütülen ve esnek bir yapıya sahip olan bir veri toplama yöntemidir. Bu yöntem, gelişen teknolojiler sayesinde çevrimiçi platformlarda da uygulanabilirlik kazanarak önemli bir avantaj sunmaktadır (Salman Yıkıms, 2020: 193). Görüşme tekniğinin temel amacı, katılımcıların düşünsel süreçlerine, tutumlarına ve konuya dair değerlendirmelerine dair derinlemesine bilgi edinmektir (Karataş, 2015: 71). Bu yaklaşımda, hipotez test etmek yerine, katılımcıların konuya ilişkin deneyimlerinin ve bu deneyimlere atfettikleri anlamların çözümlemesi yapılmaktadır. Dolayısıyla, bu süreçte en önemli husus, katılımcıların kişisel deneyimlerini, anlatımlarını ve bireysel bakış açılarını anlamaktır (Seidman, 2006: 3).

Yarı yapılandırılmış görüşme, katılımcılara soyut yanıtlar vermek yerine, onlardan daha kapsamlı ve detaylı geri bildirimler almak imkânı tanır. Açık uçlu sorular, katılımcıların kendilerini ifade etme konusunda kısıtlanmadan, özgürce düşüncelerini dile getirebilmelerini sağlar. Bu teknik, araştırmacıya derinlemesine veri toplama imkânı sunarken, katılımcıların verdiği yanıtlara bağlı olarak farklı sorularla görüşmenin yönlendirilmesine olanak tanır. Ancak, yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin bazı dezavantajları da bulunmaktadır. Bunlar arasında, görüşmecinin konuya dair yeterliliğinin kritik öneme sahip olması ve bazı durumlarda katılımcılara ulaşımında yaşanabilecek zorluklar yer almaktadır (Balaban Salı, 2021: 145).

Bu çalışmada, nitel araştırma yöntemi çerçevesinde yer alan veri analizi tekniklerinden biri olan betimsel analiz kullanılmıştır. Betimsel analiz, elde edilen verilerin anlamlı kavramlar aracılığıyla açıklanmasını hedeflemektedir. Bu analiz yöntemi dört temel aşamadan oluşmaktadır: • Analiz için bir çerçeve oluşturulması, • Verilerin işlenmesi, • Bulguların tanımlanması, • Bulguların değerlendirilmesi (Altunışık vd., 2010: 49-51). Betimsel analiz süreci, öncelikle analiz edilecek veriler için bir çerçeve belirlenmesiyle başlar. Ardından, toplanan veriler detaylı bir şekilde incelenir ve işlenir. Sonrasında, bu verilerden ortaya çıkan bulgular sistematik bir biçimde tanımlanır. Son olarak, bulguların değerlendirilmesi ve yorumlanması aşamasıyla analiz süreci tamamlanır.

Bu çalışma, Şubat 2025 ile Mayıs 2025 tarihleri arasında gerçekleştirilen yüz yüze görüşmelerle yürütülmüştür. Katılımcılar, 8 kadın ve 22 erkek olmak üzere toplamda 30 kişiden oluşmaktadır. Her bir görüşme, ortalama 10 ile 15 dakika arasında bir süreyle gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler gönüllülük esasına dayalı olup, katılımcılara kişisel bilgilerinin gizliliği konusunda bilgilendirme yapılmış ve katılım onayları alınmıştır. Katılımcıların kişisel bilgileri ve verdikleri yanıtlar, gizlilik amacıyla korunmuş ve bu bağlamda gerçek isimleri kullanılmamıştır. Görüşme sırasında alınan yanıtlar ses kaydı ile kaydedilmiştir. Katılımcılar, cinsiyetlerine göre kadınlar (K) ve erkekler (E) olarak kodlanmış ve bu kategorilere ayrılmıştır. Katılımcılara, 4 demografik soru ile birlikte toplamda 19 açık uçlu soru yöneltilmiştir. Araştırma, 20/12/2024 tarihli ve 2024/10 sayılı Gümüşhane Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu onayı ile yürütülmüştür.

6.3. Araştırmanın Evren Ve Örneklemi

Araştırma bağlamında, zaman, erişim imkânları ve çalışmanın hedef kitlesi göz önünde bulundurulduğunda, tüm evrene ulaşmanın mümkün olduğu değerlendirilerek,

araştırmanın evreni Yozgat ilinde görev yapan yerel gazetecilerden oluşmaktadır. Bu çalışmada yer alan katılımcılar, 22'i erkek ve 8'i kadın olmak üzere toplam 30 kişiden seçilmiştir. Araştırmanın kapsamına uygun olarak, örnekleme yöntemlerinden amaçlı örneklem yöntemi tercih edilmiştir. Amaçlı örneklem, araştırmanın daha derinlemesine ve çeşitli yanıtlar elde etme amacına hizmet etmektedir (Patton, 2014: 46). Bu yöntem, geniş bir çerçevede çeşitli görüşlerin elde edilmesini sağlamakta olup, örneklemin sayısal olarak sınırlandırılması, katılımcıların farklı ve derinlemesine bakış açılarını ortaya koymak açısından nitelikli bir yaklaşım sunmaktadır. Burada asıl amaç, çeşitli görüşlerin incelenmesi, benzer ve farklı olguların belirlenerek araştırma konusuna dair ortaklıklar ve farklılıkların ortaya konmasıdır (Şimşek ve Yıldırım, 2013: 119).

Tablo 1. Çalışmaya dahil olan yerel gazeteler ve internet siteleri

Yerel Gazeteler Ve İnternet Siteleri	Katılımcı Sayısı
İleri Gazetesi ve İnternet Sitesi	7
Yeniufuk Gazetesi	5
Yozgat Çamlık Gazetesi ve İnternet Sitesi	5
Yozgat Haber Gazetesi	5
Yozgat Hâkimiyet Gazetesi	5
Yozgat Merhaba Gazetesi ve İnternet Sitesi	3

6.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışmanın her bilimsel araştırma gibi bazı sınırlamaları bulunmaktadır. Çalışmanın odaklandığı konu, gazetecilerin yapay zekâ hakkındaki düşünceleri ve kullanım alışkanlıklarıdır. Bu çerçevede, araştırmanın geçerliliği ve amacı göz önünde bulundurulduğunda, araştırma soruları yalnızca Yozgat ilindeki gazetecilerle gerçekleştirilen saha çalışmasında uygulanmıştır. Araştırmanın uygulama alanı, erişim kolaylığı ve zaman yönetimi doğrultusunda bu coğrafi sınırlama getirilmiştir.

Araştırma sürecinde elde edilen bulgular, yapay zekâ kullanan tüm gazetecileri kapsayan genel bir analiz sunmamaktadır. Ayrıca, çalışma kapsamında gerçekleştirilen yüz yüze görüşmeler, Şubat 2025 ile Mayıs 2025 tarihleri arasında yapılmıştır. Yozgat'ta çalışan kadın gazeteci sayısının sınırlı olması nedeniyle, yarı yapılandırılmış görüşmelerde kadın gazeteci sayısı görece düşük kalmıştır.

6.5. Araştırmanın Soruları

Bu çalışmada temel olarak aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

Yozgat İlinde çalışan yerel gazetecilerin yapay zekâyâ ilişkin algıları nasıldır?

Yozgat ilinde çalışan yerel gazetecilerin yapay zekâyâ ilişkin deneyim, duygu ve düşünceleri nelerdir?

Yarı yapılandırılmış görüşme soruları aşağıdaki gibidir:

Demografik Bilgiler

- Yaş:
- Cinsiyet:
- Eğitim Düzeyi:
- Göreviniz:

Yarı Yapılandırılmış Görüşme Soruları

- Yapay zekâyı ne zaman duydunuz?
- Yapay zekâyı ne amaçla kullanıyorsunuz?
- Yapay zekâyı nereden kullanıyorsunuz? Pc, Tablet, Telefon?
- Yozgat'ta medya sektöründe çalışan bir gazeteci olarak, yapay zekânın gazete ve medya alanındaki etkilerini nasıl görüyorsunuz?
- Yapay zekânın gazetecilikte kullanımı hakkında bir bilgiye sahip misiniz? Bu teknoloji hakkında ne tür kaynaklardan bilgi edindiniz?
- Yapay zekânın gazetecilikteki rolü hakkında ne düşünüyorsunuz? Örneğin, haber yazma, içerik üretme veya veri analizi gibi alanlarda YZ'nin kullanımı hakkında ne düşünüyorsunuz?
- Yozgat gibi daha küçük illerde, yapay zekâ teknolojilerinin medyada kullanılma olasılığı hakkında ne düşünüyorsunuz? Bu teknolojilerin yerel gazeteciliğe etkisi olabilir mi? Nasıl?
- Yapay zekâ ile üretilen içeriklerin doğruluğu ve güvenilirliği konusunda endişeleriniz var mı? Yozgat'taki medya kuruluşlarında bu tür içeriklerin etik açıdan nasıl yönetilebileceğini düşünüyorsunuz?
- Yapay Zekânın haberleri hızla üretmesi ve dağıtması konusunda bir endişeniz var mı? Bu durumun yerel gazetecilik üzerinde bir etkisi olabilir mi?
- Yapay zekânın, gazetecilerin mesleki becerilerini tehdit edebileceğini düşünüyor musunuz? Bu konuda yerel gazetecilerin kaygıları olabilir mi? Neden?

- Yozgat'taki yerel medya kuruluşlarının dijitalleşme süreci ile yapay zekâ arasında nasıl bir ilişki içinde olabilir? Bu tür teknolojiler yerel medyanın daha geniş kitlelere ulaşmasında nasıl bir rol oynayabilir?
- Yozgat'ta gazetecilik yapan birisi olarak, YZ'nin iş süreçlerinize nasıl dahil olmasını beklersiniz? Hangi alanlarda faydalı olabileceğini düşünüyorsunuz?
- Önümüzdeki 5-10 yıl içinde, yapay zekânın gazetecilik alanındaki yerini nasıl görüyorsunuz? Yozgat'taki medya kuruluşları bu değişime nasıl ayak uydurabilir?
- Yerel gazetecilikte yapay zekânın kullanımı artarsa, gazetecilerin rolü nasıl değişir? Bu değişim yerel halkla ilişkilerde, içerik üretiminde ve haberin doğruluğunda ne gibi sonuçlar doğurabilir?
- Yapay zekâ destekli haber üretiminin, yerel medya kuruluşlarının itibar yönetimi stratejilerine nasıl bir etkisi olabilir? Özellikle halkla ilişkiler açısından bu teknolojiyi nasıl bir fırsat ya da tehdit olarak görüyorsunuz?
- Yapay zekâ kullanılarak üretilen içeriklerin doğruluğu ve şeffaflığı, yerel halkla olan güven ilişkisini nasıl etkiler? Bu konuda nasıl bir itibar yönetimi yaklaşımı benimsenmesi gerektiğini düşünüyorsunuz?
- Yerel medya kuruluşları, halkla ilişkiler stratejilerinde yapay zekâ teknolojilerini nasıl daha etkin bir şekilde kullanabilir? Bu tür bir kullanım, halkla ilişkilerde kurumların hedef kitlelerine ulaşmasını nasıl etkiler?
- Yapay zekânın, yerel medyada içerik üretim süreçlerinde daha fazla yer alması, halkın medya güvenini nasıl etkileyebilir? İtibar yönetimi açısından bu süreçte yapılması gerekenler nelerdir?

6.6. Verilerin Deşifresi Ve Kodlanması

Bu araştırmada, yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşmelere katılan bireylerin olayları algılama, anlama ve ifade etme biçimleri, gerçekliğin daha geniş bir perspektiften incelenmesine katkı sağlayacak nitelikler taşımaktadır. Bu bağlamda, Creswell (2021: 24) görüşme yöntemini, katılımcıların geniş kapsamlı düşüncelerinin sistematik bir şekilde analiz edilmesi açısından tutarlı bir yöntem olarak değerlendirmektedir. Görüşme yönteminin temel unsuru, benzer nitelikteki verilerin tematik bir biçimde birleştirilmesi ve bulguların anlaşılır şekilde yorumlanmasıdır.

(Ertekin Küçük, 2023: 73). Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak elde edilen veriler, görüşme sırasında yapılan gözlemlerle birlikte dört ana başlık altında analiz edilmiştir. Bu aşamalar, verilerin kodlanması, temaların oluşturulması, temaların gruplandırılması ve verilerin yorumlanması şeklinde sıralanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 239).

Çalışma kapsamında, ilk olarak katılımcılara yapay zekâ ile ilgili düşünceleri ve kullanım alanları üzerine sorular yöneltilmiş, yanıtlar kaydedilerek çeşitli temalar oluşturulmuştur. Görüşme sürecinde elde edilen veriler, araştırmacı tarafından deşifre edilerek yazıya aktarılmıştır. Verilerin kodlanma aşamasında, araştırmacının tüm verileri dikkatle incelemesi önemlidir. Kodlama sürecinin ilk aşamasında açık kodlama yapılmış, bu aşama, verilerin deşifre edilmesi ve önemli kavramların belirlenmesi açısından kritik bir adımdır (Baş ve Akturan, 2017). İkinci ve üçüncü aşamalarda ise veriler, çeşitli konu başlıklarına göre bölümlere ayrılmış ve bu başlıklar tematik olarak kodlanmıştır. Bu süreçte, verilerin hem ortak hem de farklı yönleri tespit edilerek kategorilere ayrılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 240). Son aşamada ise, taranan, deşifre edilen ve tematik olarak kodlanan verilerin yorumlanmasına başlanmaktadır. Bu yorumlama sürecinde, araştırmacının gözlemleri de önemli bir katkı sağlamaktadır.

6.7. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Tekniği İle Elde Edilen Bulgular

Araştırma sürecinde, görüşme verileri analiz edilerek elde edilen bulgular tematik bir şekilde sınıflandırılmıştır ve aşağıda sunulmaktadır. Verilerin daha anlaşılır ve ayrıntılı bir şekilde sunulabilmesi amacıyla, bulgular kategorilere ayrılmış ve bazıları tablo formatında sunulmuştur. Diğer alt başlıklarda ise, katılımcıların görüşlerine dair detaylı açıklamalar yer almaktadır.

Tablo 2. Katılımcılara ait demografik bilgiler

Katılımcılar	Yaş	Cinsiyet	Eğitim Düzeyi	Görevi
E1	23	Erkek	Ön lisans	Muhabir
E2	37	Erkek	Ortaöğretim	Muhabir
E3	39	Erkek	Yüksek Lisans	Muhabir
E4	29	Erkek	Lise	Yazı işleri müdürü
E5	45	Erkek	Lise	Muhabir
E6	50	Erkek	Lise	Yazı işleri müdürü
E7	36	Erkek	Lisans	Muhabir

Tablo 2. (Devamı)

Katılımcılar	Yaş	Cinsiyet	Eğitim Düzeyi	Görevi
E8	46	Erkek	Lise	Muhabir
E9	42	Erkek	Lise	Muhabir
E10	47	Erkek	Lisans	Yazı işleri müdürü
E11	26	Erkek	Yüksek Lisans	Muhabir
E12	48	Erkek	Lise	Muhabir
E13	47	Erkek	Lise	Yazı işleri müdürü
E14	57	Erkek	Lise	Sayfa sekreteri
E15	33	Erkek	Ortaöğretim	Muhabir
E16	72	Erkek	Ön Lisans	Muhabir
E17	46	Erkek	Lise	Genel yayın yönetmeni
E18	44	Erkek	Lisans	Genel yayın yönetmeni
E19	48	Erkek	Lise	Muhabir
E20	36	Erkek	Ön Lisans	Muhabir
E21	38	Erkek	Lise	Muhabir
E22	40	Erkek	Lise	Muhabir
K23	24	Kadın	Ön Lisans	Tasarımcı
K24	36	Kadın	Lisans	Muhabir
K25	36	Kadın	Lisans	Muhabir
K26	25	Kadın	Lisans	Yazı işleri müdürü
K27	30	Kadın	Lisans	Yazı işleri müdürü
K28	32	Kadın	Lisans	Sayfa sekreteri
K29	31	Kadın	Lisans	Yazı işleri müdürü
K30	36	Kadın	Ön Lisans	Muhabir

Erkek katılımcılardan 2'si ortaöğretim, 12'si lise, 3'ü ön lisans, 3'ü lisans ve 2'si yüksek lisans mezunudur. Kadın katılımcılardan 2'si ön lisans, 6'sı lisans mezunudur. Mezuniyet durumlarına bakıldığı zaman lise mezunu sayısının erkek çalışanlarda daha fazla olduğu görülmektedir. Katılımcıların tamamı yapay zekâyı aktif olarak kullanan bireylerden oluşmaktadır.

Yapay zekâyı ne zaman duydunuz?

Katılımcılardan bazıları yapay zekâyla ortalama 3-4 yıl önce tanıştıklarını bazıları ise 1 yıl önce tanıştıklarını ifade etmektedirler. Mesleklerine entegre olmasıyla birlikte adını çokça duyduklarını ifade etmektedirler.

Yapay zekâyı ne amaçla kullanıyorsunuz?

Katılımcılar yapay zekâyı haber oluşturma formatlarında, seslendirmelerde, görsel oluşturmalarda kullandıklarını söylemişlerdir. Haberlerin özetlerini çıkarmada, haberin daha çarpıcı bir hale getirilmesine kullanan katılımcılar bazen de yapay zekâyı eğlence amaçlı olarak kullandıklarını dile getirmişlerdir.

Yapay zekâyı nereden kullanıyorsunuz?

Yozgat'ta gazeteciler yapay zekâyı en çok telefon ve bilgisayar üzerinden kullandıklarını, iş yerindeki iken bilgisayar üzerinden aktif kullanım sağladıklarını ancak saha da iken telefon üzerinden haber oluşturulmasında aktif kullandıklarını vurguladılar. Tablet üzerinden kullanan sayısı da azımsanmayacak kadar vardır. Tablet üzerinden de aktif olarak saha da kullanım sağlanmaktadır.

Yerel Medya Çalışanlarına Göre Yapay Zekânın Gazeteciliğe Etkileri

Yozgat'ta medya sektöründe çalışan bir gazeteci olarak, yapay zekânın gazete ve medya alanındaki etkilerini nasıl görüyorsunuz?

Katılımcılara yapay zekanın etkilerine baktığımız zaman küçük ve ekipman yetersizliği olan alanlarda yardımcı bir kaynak olarak görüyorlar. Faydalı bulunsa da yapay zekâ kullanan her insanın haber yazma potansiyeli nedeniyle sağlıklı ilerleyiş olmadığı altını çizmektedirler. Haber yazımında yapılan sehven hataların düzeltilmesin etkili olan yapay zekâ yoğun olunan durumlarda zamandan tasarruf sağlanmasına olanak sağlamaktadır. Katılımcılardan bazıları ise ilerleyen dönemlere yapay zekânın haber yazma konusunda bilgi kirliliği oluşturacağına bu nedenle yazılan haberlere karşı şüphe oluşacağına inanmaktadır.

Katılımcı E5: *“Aslında Yozgat'ta mesleğim adına bir fırsat olarak görüyorum. Küçük ekiplerle yani yetersiz kadro ile çalışan yerel gazeteler için yapay zekâ çok ciddi bir üretim destekçisi olabilir. Ancak etik sınırlar belirlenmeli. Yani mesleğin genel hatları ve kriterleri öğrenilmeden, yetkin olunmadan yapay zekânın kullanılması mesleki yıpranmışlığı beraberinde getiriyor.”*

Katılımcı E11: *“Yardım amaçlı kullanıldığında olumlu olarak görüyorum. Yapay zekâ ile verileri toplamak daha hızlı oluyor.”*

Katılımcı K23: “Yapay zekâ medya sektöründeki işleri kolaylaştırdı, daha doğrusu hızlandırdı diyebilirim. Özellikle bir kişi veya konu hakkında araştırma yapmayı kolaylaştırdı. Kendisine komut veren insandan daha fazla kelime dağarcığına sahip olan yapay zekâ, aynı konuları farklı kelimelerle yazabilme yeteneğine sahip. Bilinçli bir şekilde kullanılan yapay zekâ medya sektörüne olumlu katkı sunuyor. Bu teknoloji haber üretim süreçlerini hızlandırıyor, maliyetleri düşürüyor ve doğru kullanıldığında haber kalitesini artırıyor.”

Yapay zekânın gazetecilikte kullanımı hakkında bir bilgiye sahip misiniz? Bu teknoloji hakkında ne tür kaynaklardan bilgi edindiniz?

Katılımcılar mesleklerinde yapay zekâyı aktif olarak kullanmaları nedeniyle yeterince bilgi sahibi olduklarını ifade ediyorlar. Yapay zekâ ile ilgili bilgileri Yozgat Bozok Üniversitesi öğretim görevlilerinin vermiş oldukları eğitici bilgilendirmelerden edindiklerini ayrıca sosyal medya platformlarından da yararlandıklarını söylemektedirler.

Katılımcı E2: “Kısmen de olsa bilgi sahibiyim. Akademik yayınlar, medya forumları, OpenAI'nin kaynakları ve doğrudan deneyimle öğrendiklerim var. Ama genellikle işim dışında çok fazla başvurmuyorum o yüzden detaylarına inmiyorum.”

Katılımcı K27: “Evet genelde yapay zeka gazetecilikte 3 farklı alanda kullanılıyor. Bunlar haber üretimi, toplama ve yazma. Haber üretimindeki konusunda yapay zeka günümüzde fikir üretebiliyor. Yazma noktasında ses kaydını sese hızlı bir şekilde dönüştürebilir ve toplama noktasında birçok veriyi tarayarak bize çeşitli bilgiler sunabilir.”

Katılımcı E14: “Evet. Bu konuda Yozgat Bozok Üniversitesi öğretim üyelerinin hazırlamış olduğu bir eğitime katıldım.”

Yozgat gibi daha küçük illerde, yapay zekâ teknolojilerinin medyada kullanılma olasılığı hakkında ne düşünüyorsunuz? Bu teknolojilerin yerel gazeteciliğe etkisi olabilir mi? Nasıl?”

Katılımcılar yapay zekânın faydalarının tamamıyla kullanılması gerektiğini düşünüyorlar. Bu yararlanmada kontrolün hiçbir zaman kaybedilmemesi gerektiğinin önemi vurguluyorlar. Küçük illerde özellikle Yozgat'ta tamamen yapay zekâ kullanımı ile haber yazılması durumunda insan gücüne ihtiyacın azalacağına bu sebeple de birçok

gazetecinin işsiz kalacağına yönelik düşüncü yayımlanmaktadır. Kimi katılımcılara göre ise Yozgat gibi küçük illerde insan kaynağının da sınırlı olması nedeniyle destek araç yükünü azaltıp kaliteyi artırdığı yönündedir.

Katılımcı K30: “Yozgat gibi küçük illerde yapay zeka teknolojilerinin medyada kullanılması “eğer doğru kullanılırsa” önemli işlere vesile olabilir. Hatta yapay zeka çok önemli bir yardımcı. İnsan kaynağının sınırlı olduğu Yozgat gibi yerlerde bu tür destek araçları iş yükünü azaltır, kaliteyi artırır. Ama kullanıcılarının bilgi ve donanım kapasitesi önemli. Yapay zeka ehil ellerde çok önemli bir zenginlik onun dışında ciddi yıpranmışlık getirir.”

Katılımcı E19: “Yapay zeka sektörde halihazırda kullanıldığı için olasılıktan bahsetmeyeceğim. Bilinçli kullanıldığı takdirde özellikle haber yazım sürecinde gazeteciliğe olumlu etkilerinin olacağını düşünüyorum. Ama önce yapay zekanın ne olduğunu öğrenmek gerektiğini düşünüyorum.”

Yapay zekâ destekli haber üretiminin, yerel medya kuruluşlarının itibar yönetimi stratejilerine nasıl bir etkisi olabilir? Özellikle halkla ilişkiler açısından bu teknolojiyi nasıl bir fırsat ya da tehdit olarak görüyorsunuz?

Katılımcıların çoğunluğu faydaları açısından yararlanıldığında geniş kitlelere ulaşmada olanak sağladığını ifade etmektedir. Bazı katılımcılar ise haber içeriğinin tamamen yapay zekâ ile yapan kuruluşların okuyucuları tarafından itibar kaybedebileceği kanısındadırlar. Okuyucuların haberlerin çoğunluğunun bir yapay zekâ ile yazılmasına karşı temkinli davranacağını ve bunun da okuyucu kayıplarına neden olabileceğini düşünmektedirler.

Katılımcı K26: “İçeriğinin büyük çoğunluğunu yapay zeka ile üreten medya kuruluşlarının okurları tarafından itibar göreceğini sanmıyorum. Güven sorunu olacaktır. Bir internet kullanıcısı sürekli takip ettiği internet haber sitesinin ürettiği içeriklerin çoğunluğunun yapay zeka ile hazırlandığını tespit eder veya öğrenirse o medya kuruluşuna daha temkinli yaklaşacaktır.”

Katılımcı E16: “Yapay zeka haber yerel medya kuruluşları bakımından hem Yozgat hem de ülkemizin diğer illeri bakımından neden olduğu yıkım süratli bir şekilde devam ediyor. Yüksek öğretim kurumlarının etkin, yetkin ve özellikle sahaya yönelik eğitim uygulamaları yapay zekanın neden olduğu yıkımları önleyecektir. Bize iş için başvuran gençlerin habercilik, fotoğraf

çekme bilgisi bakımından yoksun ama yapay zeka ile haber üretme heyecanı içinde olduğunu üzümlere müşahade ediyorum.”

Katılımcı E8: *“Ben teknolojiyi fırsat olarak görüyorum. Daha farklı içerik üretimlerinde, haber kalitesinin artmasında etkisi büyük olur.”*

Yapay zekânın, yerel medyada içerik üretim süreçlerinde daha fazla yer alması, halkın medya güvenini nasıl etkileyebilir? İtibar yönetimi açısından bu süreçte yapılması gerekenler nelerdir?

Katılımcılar yapay zekânın gazeteciler tarafından nasıl kullanıldığının önemine vurgu yaparak içerik üretiminde, haber yazma alanında ve saha da gazetecilerin devam etmesi gerektiğinin, yapay zekâyı ise yardımcı olarak kullanmasının halk tarafından da olumlu bakılmasına olanak sağlayacağını söylemektedirler. Bazı katılımcılar ise yapay zekânın bilgisiz meslektaşlarının kullanımı nedeniyle saatli bir bomba olarak patlamaya hazır olduğunu ifade etmektedirler.

Katılımcı E15: *“Yapay zekanın sunduğu hız sayesinde spor, hava durumu gibi rutin haberler daha hızlı üretilip güncel bilgi akışı desteklenebilir. Eğitildiği verilere bağımlı olan yapay zekanın hata yapma riski her zaman vardır. Yanlış eğitilen bir yapay zeka yanlış içeriği haberde kullanabilir ve bu da halkın güvenini zedeleyebilir. Halktaki manipülasyon algısı azaltmak ve kurum dürüstlüğü pekiştirmek adına “bu içerik yapay zeka desteği ile üretilmiştir” gibi ifadeler kullanılabilir.”*

Katılımcı K28: *“Yapay zeka değil ama boş, bilgisiz, ilgisiz meslektaşlarımızın elindeki bir yapay zeka saatli bomba, araziye gizlenmiş patlamaya hazır bomba. Eğitimi ve mesleki değerlerin kesinlikle temel oluşturması gerekiyor.”*

Katılımcı E1: *“Halkın yapay zekadan yazılan haberleri okuması medyaya olan güvenini de büyük ölçüde etkiler. Bu yüzden haberlerde yapay zeka da kullanılmış olsa bile tekrar haber metnini üzerinden düzeltmeler yaparak doğru ve tarafsız haber yapılması sağlanmış olur.”*

Yerel Medya Çalışanlarına Göre Yapay Zekânın Gazetecilikteki Rolü

Yapay zekânın gazetecilikteki rolü hakkında ne düşünüyorsunuz? Örneğin, haber yazma, içerik üretme veya veri analizi gibi alanlarda YZ'nin kullanımı hakkında ne düşünüyorsunuz?

Bazı gazeteci katılımcılar yapay zekânın yardımcı bir asistan olarak başarılı bir uygulama olduğunu, haber analizini yapılmasında ya da içerik üretilmesinde başarı gösterdiğini vurgularken bazı katılımcılar ise gazetecilik alanında mesleğin ilerleyen zamanlarda yapay zekâ tarafından bitirileceği konusunda endişe duyduklarını ifade etmektedirler.

Katılımcı E4: *“Yapay zekâ bence haber yazmamalı. Sadece haber yazımı noktasında bir asistan gibi kullanılmalı. Bizim için veri analizi yapmalı, ancak haberdir gazeteci yazmalı diye düşünüyorum.”*

Katılımcı K24: *“Gazetecilik mesleği biteceği kanısındayım. Yakından haberleri ve içerik üretmeyi yapay zekâ yapacağı kanısındayım.”*

Katılımcı K29: *“Teknolojik yönünden bakıldığı farklı bir boyut getireceği muhakkak. Ancak insan gücünün, fikir işçiliğinin gelişiminin de olumsuz etkisi olacaktır.”*

Yozgat'taki yerel medya kuruluşlarının dijitalleşme süreci ile yapay zekâ arasında nasıl bir ilişki içinde olabilir? Bu tür teknolojiler yerel medyanın daha geniş kitlelere ulaşmasında nasıl bir rol oynayabilir?

Katılımcılar yapay zekânın şu anlık haber yazma ve içerik üretme de kullanıldığını ve bu haberlerin sosyal medya aracılığıyla daha fazla insana ulaştığını ifade ediyorlar. Daha geniş kitlelere daha hızlı ulaşan yapay zekânın haberlerin başlıkları ve içerikleri ile okuyucuyu çekmekte şuan başarı gösterdiğini söylemektedirler. Bazı katılımcılar ise gazeteci ve okuyucu arasında olumsuz yönde etkilenmenin oluştuğunu bunun nedeninin ise yapay zekânın haberlere duygu katmadan yazması olduğunu ifade etmektedir.

Katılımcı E7: *“Son dönemde haber üretme ve seslendirme noktasında Yapay Zekâ kullanımına geçildi. Geniş kitlelere ulaşmada katkı sağlayabilir ama gazete, gazeteci ve okuyucu arasındaki iletişimi olumsuz etkileyebilir.”*

Katılımcı E17: *“Şu an için ağırlıklı olarak haber yazma amacıyla kullanılıyor. Yapay zekâ sayesinde daha fazla içerik üretilip bunları internet sitelerinde paylaşan medya kuruluşlarının daha geniş kitlelere ulaşması mümkün Fakat bunu bilinçli yapmak gerekiyor. Aksi halde, Google algoritması gibi faktörler devreye giriyor. Artık internet arama motorları yapay zekâ ile üretilen içeriklere itibar etmiyor.”*

Katılımcı K22: *“Daha kısa sürede daha çok haber yayma konusunda ilişkilendirilebilir. Daha geniş kitlelere daha hızlı ulaşılabilir bu konuda etkili olabilir.”*

Önümüzdeki 5-10 yıl içinde, yapay zekânın gazetecilik alanındaki yerini nasıl görüyorsunuz? Yozgat'taki medya kuruluşları bu değişime nasıl ayak uydurabilir?

Yerel medya çalışanı katılımcılar yapay zekânın şuanda da fazlasıyla mesleklerinde yer kapladığını yıllar içerisinde bu durumun daha da artacağı yönünde fikir beyan etmektedirler. Geleneksel gazeteciliği savunan katılımcılar yapay zekânın fayda temelli kullanılması gerektiğini savunmaktadırlar. Katılımcılara göre 4 kişinin yapacağı işi 2 kişi yapacak ve yapay zekâ insana bağımlılığı ortadan kaldıracaktır. Mesleki anlamda istihdam tehdit altında olacaktır.

Katılımcı E3: *“Dört kişinin yapacağı işi iki kişi yapacak. Yapay zekâ, insana olan bağımlılığı ortadan kaldıracak, istihdamı tehdit edecek. Bir sayfa editörü ve bir muhabir ile bir gazete çıkarmak veya internet haber sitesi yönetmek mümkün olacak. İlerleyen yıllarda yapay zekânın içerik üretim kalitesi artacak. Yapay zekâ ile yerel bazda içeriklere ulaşmak daha mümkün hale gelecek.”*

Katılımcı E13: *“Önümüzdeki 5 10 yıl içinde daha farklı ve çeşitli yapay zeka araçları muhakkak çıkacaktır. Yozgat'ta çalışan gazeteci sayısını etkileyecektir bu durum. Çalışan sayısı şu an için 20 ise 10 yıl sonra 12-13'e düşecektir.”*

Katılımcı E22: *“Bugün bile çok fazla artmış durumda. Ben geleneksel gazeteciliği savunan biri olarak yapay zekâyı kullanmayı da destekliyorum ama fayda temelinde olması gerekiyor. İlerleyen süreçte daha fazla yaz kullanılacak evet ama bu durum geleneksel gazeteciliğin zemini boşaltacak gibi görünüyor maalesef.”*

Katılımcı K25: *“Gelişen teknoloji ile birlikte artık dijital gazetecilik öne çıkmaya başladı. Yozgat'ta da dijital gazetecilik çalışmaları da hızlandı. Yozgat'ta teknolojiye ayak uydurmaya başladı.”*

Yerel gazetecilikte yapay zekânın kullanımı artarsa, gazetecilerin rolü nasıl değişir? Bu değişim yerel halkla ilişkilerde, içerik üretiminde ve haberin doğruluğunda ne gibi sonuçlar doğurabilir?

Yozgatlı yerel medya çalışanı katılımcılar ülke genelinde olduğu gibi Yozgat'ta da yapay zekâ nedeniyle gazeteci ve gazeteye bakış açısının değiştiğini ifade etmektedirler. Yapay zekâ ile birlikte gazetecinin ağırlığının hissedilebilir şekilde yok

olacağını söyleyen katılımcılar ikili ilişkilerinde zarar göreceği kanısındalar. Yozgat'ta yıllar içerisinde meslekte boşlukların artacağını düşünmektedirler.

Katılımcı K23: *“Yapay zekânın içerik üretimindeki güvenilirliği artarsa gazetecilerin rolü üretmekten denetlemeye doğru kayabilir. Yapay zekâ içerik üretir, gazeteci de bunu kontrol eder. Önümüzdeki yıllarda haberin doğruluğunu teyidini de yapay zekânın yapabileceğini düşünürsel, gazetecilere sadece yapay zekânın yazdıklarını okuyup düzeltmek kalacaktır. Çalışkan yapay zekâ araçları ile mesleki becerileri az olan gazetecilerin birlikte çalıştığı bir süreci gözlemleyebiliriz. Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanlarında yapay zekâ araçları kullanımı artacaktır.”*

Katılımcı E2: *“Gazetecilerin inandırıcılığına zarar veriyor diye düşünüyorum. Vatandaşlar yapay zekânın kullanımını artırdıkça gazetecilere güven de azalacaktır. Haber doğruluğunu sarsacaktır.”*

Katılımcı E21: *“Ülke genelinde olduğu gibi Yozgat'ta da gazete ve gazeteciye bakış açısı değişti. Yapay Zekâ ile birlikte gazetecinin ağırlığının hissedilir şekilde yok olacağı kanısındayım. İkili ilişkiler yok olacağı gibi haber, içerik üretimi düşüş gösterecek, haber doğruluğunda farklı bakış açıları ortaya çıkacaktır. Türkiye'nin son siyasi gelişmelerden yaşadığı temel sorunda budur.”*

Yerel Medya Çalışanlarına Göre Gazetecilikle İlişkin Yapay Zekâyla İlgili Endişeler

Yapay zekâ kullanılarak üretilen içeriklerin doğruluğu ve şeffaflığı, yerel halkla olan güven ilişkisini nasıl etkiler? Bu konuda nasıl bir itibar yönetimi yaklaşımı benimsenmesi gerektiğini düşünüyorsunuz?

Katılımcılar haber içeriğindeki şeffaflık ve doğruluğun her zaman bir tartışma konusu olduğunu ifade etmektedirler. Okuyucuların bilgiye kısa ve öz bir şekilde ulaşmak istediğini söyleyen katılımcılar haberi ilk servis edenin aslında ön plana çıktığını dile getiriyorlar ancak bu ilk serviste teyit etmeden paylaşmanın da birçok riski beraberinde getirdiğinin altını çizmektedirler. Katılımcılar haberin kaynağı ille paylaşılmasının güven ilişkisi konusunda yardımcı olacağını düşünmektedirler.

Katılımcı E6: *“Haber içeriğindeki şeffaflık ve doğruluk her zaman tartışma konusu olmuştur. Yerel bir medya kuruluşunun yapay zeka ile üretilen içerikten olumsuz anlamda etkilenmesi daha hızlı ve etkili olacaktır. Yerel anlamda fısıltı gazetesi her zaman en çok okunur.”*

Katılımcı K25: *“Bu konu aslında yapay zekâyı kullanan medya kuruluşlarında çok görünen bir durum. Farklı medya kuruluşlarında benzer metinler ile karşılaşılıyor. Yapay zekâ ile üretilen içeriklere insani dokunuşlar gereklidir. Aksi durumda yerel basının gazetecilik kimliği zayıflayacaktır.”*

Katılımcı E11: *“Eğer gerçek anlamda bilgi sahibi, konuya ve gündeme hakim gazeteci süzgecinden geçmez ise kesinlikle yerel halkı yanlış bilgilendiren haberlerin sayısı artmaya devam edecektir.”*

Yapay zekânın haberleri hızla üretmesi ve dağıtması konusunda bir endişeniz var mı? Bu durumun yerel gazetecilik üzerinde bir etkisi olabilir mi?

Katılımcılar yapay zekânın hızla haber üretmesi konusunda kendilerine hız kazandırdığını ve zamansal açıdan artılar kattığını dile getirseler de kontrolsüz hızın hız olmayacağını ve yasal engellerle karşılaşılabilceğini ifade ettiler. Bazı katılımcılar ise bu hızlı haber üretiminin rekabeti artıracığı için daha çok çalışmalar gerektireceğini söylemişlerdir.

Katılımcı E10: *“Yapay Zeka teknolojisi yerel gazeteciliğin gelişmesine katkı sağlayabilir. Yerel basının dijitalleşmesine öncülük edecektir. Fakat yerel gazeteciliğin insan odaklı, insan gücü ve fikir işçiliğinin önüne geçecektir.”*

Katılımcı E12: *“Aslında endişem yok, rekabeti artıracığı muhakkak. Habercilikte de hızlı üretim kalitenin önüne geçerse yanlış haberler yayılabilir. Burada yapay zekadan istifade edilse haberlerin denge ve özgün temeller üzerinde kurgulanması hızdan çok kaliteyi artıracığına inanıyorum.”*

Katılımcı E18: *“Evet var, Yapay zekâ, yerel haberlerin özgünlüğünü, bölgenin kültürel dokusunu ve insan ilişkilerini tam olarak yansıtmakta zorlanabilir.”*

Katılımcı K26: *“Hız iyidir. Teknoloji bize hız kazandırıyor. Eskiden saatte 1-2 sayfa çıktı alabilen yazıcılar vardı. Artık tuşa basmanızla çıktının elinize ulaşması arasında birkaç saniye var. Fakat kontrolsüz hız, hız değildir diyelim. Hele de medya sektöründe hızlı olacağım derken duvara çarpabilirsiniz. Karşınıza yasal engeller çıkabilir. Yapay zekanın hızlı haber üretimini kullanalım ama içerik kontrolü yapmak zorundayız. Yapay zekanın hızla dağıtım yapmasına bir çözüm bulamayız. Nasıl ki ağızdan çıkan söz*

yaydan fırlamış bir ok gibiyse, internete yüklenen içeriğin kontrolü de bizden çıkmış oluyor. Bu nedenle kontrol etmeden paylaşmamak gerekiyor.”

Yapay zekânın, gazetecilerin mesleki becerilerini tehdit edebileceğini düşünüyor musunuz? Bu konuda yerel gazetecilerin kaygıları olabilir mi? Neden?

Katılımcılar yapay zekânın haber yazma ve oluşturulmasında çokça kullanılması nedeniyle bazı körelmelerin yaşanacağını bu nedenle de insansı güçlerin azalacağını düşünmektedirler. İnsansı ihtiyaçların azalması sonucunda ise gazetecilerin iş yerlerinde personel çıkarmaya ve az insanla yapay zekâ uygulamaları kullanarak hayatlarına devam edebilecekleri yönünde fikir paylaşımları bulunmaktadır. Katılımcılar yapay zekânın faydalarından yararlanılarak kullanılmasını gerektiğini ve bu durumda olumlu yönde değişim olabileceği yönünde de fikir beyan etmektedirler.

Katılımcı E15: *“Mesleki beceriler zamanla köreliyor. Sebebi “hazıra konmak” diyebilirim. Verilen bir cümleden saniyeler içinde bir sayfa haber yazabilen yapay zekadan söz ediyoruz. Haliyle bu da özellikle genç gazetecileri tembelleştiriyor. Oturduğu yerden haber yazmanın rahatlığına alışan gazeteciler mesleki beceri edinemiyorlar. Hâlihazırda mesleki becerilere sahip olanlar da bu köreliyor.”*

Katılımcı E9: *“Evet, düşünüyorum, yapay zekâ gazetecinin rutin görevlerini otomatikleştirecek ve bu da birtakım gazetecilik becerilerini tehdit edecek. Yerel gazetecilerin iş kaybı endişesi olacak, haber becerileri azalacak.”*

Katılımcı E20: *“Büyük bir tehdit olarak görüyorum. Gazetecilik araştırma ile kelime kelime düşünme ile yazılan haberlerle yapılıyor idi. Yapay zekâ ile gazetecilikte haber yazma işi bitti. Bu da zamanla meslekte körelmeye, özellikle yeni yetişen gazetecilerin haber yazmaktan bir haber olmasına neden olabilir.”*

Katılımcı K23: *“Gazetecilerin mesleki becerilerinin geliştirilmesini olumsuz etkileyecektir. Gazeteciliğin farklı bir noktaya gelmesi ile birlikte farklı bir kaygılar ortaya çıkacaktır. Gazeteciler kadar gazetelerin de üretme noktasında sıkıntı içerisine gireceğini öngörüyorum.”*

Yerel Medya Çalışanlarına Göre Gazeteciliğe İlişkin Yapay Zekâdan Beklentiler

Yozgat'ta gazetecilik yapan birisi olarak, YZ'nin iş süreçlerinize nasıl dahil olmasını beklersiniz? Hangi alanlarda faydalı olabileceğini düşünüyorsunuz?

Yerel medya çalışanı katılımcılar yapay zekâya karşı olmamakla birlikte olumlu yönlerini ve faydalarını sonuna kadar kullanma taraftarı olduklarını ifade etmektedirler. Gazetecinin gelişimine, düşünce genişliğine faydalı olacağı şekilde kullanım sağlandığında fikir zenginliği oluşabileceğini söylemektedirler. Bazı katılımcılar ise yapay zekânın yerel kaynaklar bakımından eksikleri olduğunu bunlarında gelişmesi ile yerel haberlere kullanımda seviye atlayacağını düşünmektedirler.

Katılımcı K27: *“Yapay Zekâya karşı olmamakla birlikte dahil olmasından yana değilim. Faydaları olacaktır. Fakat gazeteci gelişimine, yeni gazetecilerin mesleğe atılmalarına olumsuz etkisi olabilir.”*

Katılımcı E12: *“Yapay Zekâ iş sürecini hızlandırıyor. Verdiğiniz kelimeyi anında haber üretiyor.”*

Katılımcı K30: *“Yapay zekâdan beklentim, rutin işlerde destek sağlaması, fikir oluşturmada bakımından ise ilham vermesi. Yapay zekânın özellikle fikir oluşturmada haber merkezlerinin, gündem buluşmalarının, yani mesleki alanda zihin jimnastiğinin yeterli olmadığı şehirlerde mesleki fikir zenginliğine katkı sağlayacağına inanıyorum.”*

Katılımcı K28: *“Yapay zekânın yerel kaynakları daha fazla kullanması gerekiyor. Şu an için bu mümkün değil ama ilerleyen süreçte yapay zekânın yerel bilgi dağarcığının genişleyeceğini inanıyorum. O zaman yerel gazeteler yapay zekânın nimetlerinden daha fazla faydalanacaktır.”*

Yerel medya kuruluşları, halkla ilişkiler stratejilerinde yapay zekâ teknolojilerini nasıl daha etkin bir şekilde kullanabilir? Bu tür bir kullanım, halkla ilişkilerde kurumların hedef kitlelerine ulaşmasını nasıl etkiler?

Katılımcılar, yapay zekânın analiz özelliğinin halkla ilişkiler stratejilerinde hedef kitlenin beklentilerini anlamada önemli bir araç olabileceğini vurgulamaktadır. Bu sayede kurumlar, halkın ihtiyaçlarına uygun içerikler üreterek daha etkili iletişim kurabilirler. Özellikle Yozgat gibi küçük illerde ikili ilişkilerin ön planda olması, halkın temel sorunlarına odaklanan içeriklerin halkla ilişkiler açısından daha güçlü bir etki yaratacağını göstermektedir.

Katılımcı E8: *“Yapay zekâ, yerel medya kuruluşunun hedef kitlesinin demografik verileri, ilgi alanları ve davranış kalıplarını analiz ederek kişiye özel haber bültenleri veya sosyal medya mesajları oluşturabilir. Yapay zekâ destekli sohbet botları sayesinde hedef kitleden geri dönüş alınabilir. Yapay*

zekânın yerel veri kaynakları artınca doğrulama konusunda yardımcı olabilir.”

Katılımcı K30: *“Hızlı olmak adına kullanılabilir ama kontrollü şekilde olması gerekir. Bu şekilde hedef kitlelere daha hızlı ve doğru şekilde ulaşırsa olumlu şekilde etkiler.”*

Katılımcı E11: *“Yerel medya kuruluşları yapay zekâ teknolojilerini etkin kullanımı doğru bilgi alarak destek amaçlı kullanabilir.”*



7. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Yapay zekâ uygulamaları, son on yılda yalnızca küresel medya ekosisteminde değil, aynı zamanda yerel gazetecilik pratiklerinde de giderek daha fazla tartışılan ve kullanılan bir olgu haline gelmiştir. Özellikle yapılandırılmış veri kaynaklarının yoğun olduğu alanlarda, örneğin spor skorları, hava durumu raporları ya da finansal göstergeler gibi veri temelli içeriklerde, otomatik metin üretimi yoluyla kendini göstermektedir (Diakopoulos, 2019). Bu gelişme, literatürde “hibrit gazetecilik” olarak kavramsallaştırılan insan-makine işbirliği ekseninde değerlendirilmekte; hız, ölçeklenebilirlik ve maliyet avantajı gibi yapay zekâ kaynaklı fırsatların, doğrulama, etik gözetim ve toplumsal sorumluluk gibi insan editörlerin devredilemez rollerini tamamen ortadan kaldırmadığına dikkat çekilmektedir (Danzon-Chambaud, 2021).

Yozgat ilinde yerel medya çalışanlarıyla gerçekleştirilen saha araştırması, bu literatürün öngördüğü genel eğilimlerin Türkiye bağlamında nasıl somutlaştığını ortaya koyması açısından dikkate değerdir. Araştırmaya katılanların büyük çoğunluğu yapay zekâyı haber üretim süreçlerinde aktif biçimde kullandıklarını belirtmiştir. Katılımcılar; haber özetleme, seslendirme, görsel üretimi, başlık düzenleme ve metin akışının yeniden yapılandırılması gibi çok farklı alanlarda teknolojiyi iş akışlarına entegre ettiklerini ifade etmiştir. Bu durum, yapay zekânın Yozgat gibi küçük ölçekli illerde dahi artık yalnızca “deneysel” bir yenilik olmaktan çıkıp, haber odalarının günlük rutinlerinin ayrılmaz bir parçasına dönüştüğünü göstermektedir.

Araştırmada elde edilen bulgular, katılımcıların sosyo-demografik özellikleri bakımından da önemli farklılıklara işaret etmektedir. Erkek katılımcılar arasında lise mezunlarının ağırlıkta olması, kadın katılımcılar arasında ise lisans mezunlarının öne çıkması, yerel medya çalışanlarının mesleki formasyon düzeylerinde çeşitliliğin bulunduğunu ortaya koymuştur. Ancak dikkat çekici olan nokta, eğitim düzeyindeki bu çeşitliliğin yapay zekâ kullanım pratikleri üzerinde belirleyici bir faktör oluşturmamasıdır. Katılımcıların tümü, farklı yoğunluklarda da olsa teknolojiyi haber üretim süreçlerine dahil ettiklerini vurgulamıştır. Bu durum, yapay zekâ kullanımının bireysel mesleki birikimden ziyade, kurumsal gereklilikler ve sektörel dinamikler doğrultusunda şekillendiğini ortaya koymaktadır.

Katılımcıların çoğunluğu, yapay zekânın haber üretiminde hız ve verimlilik sağladığını, sınırlı insan kaynağının bulunduğu küçük ölçekli illerde personel açığını

telafi ettiğini ve içerik kalitesini artırma potansiyeline sahip olduğunu dile getirmiştir. Özellikle ekonomik kaynakların ve personel kapasitesinin sınırlı olduğu Yozgat gibi illerde, bu tür teknolojik desteklerin yerel medya kuruluşları için büyük bir avantaj sunduğu anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, katılımcılar aynı zamanda teknolojinin mesleki özerkliği zayıflatabileceği, gazetecilerin rolünü ikincilleştirebileceği ve uzun vadede istihdamı azaltabileceği yönünde kaygılarını da dile getirmiştir. Dolayısıyla yapay zekâ, Yozgat bağlamında da görüldüğü üzere, gazetecilik mesleği açısından hem “destekleyici” hem de “tehdit edici” yönleriyle çift yönlü bir olgu olarak algılanmaktadır.

Bir diğer dikkat çekici bulgu ise yapay zekâ ile üretilen içeriklerin okuyucu nezdindeki güvenilirliğine ilişkindir. Katılımcıların bir kısmı, tamamen yapay zekâ tarafından üretilmiş haberlerin kurumsal itibarı zedeleyebileceğini, okuyucu güvenini sarsabileceğini belirtmiştir. Bu nedenle okurla ilişkilerde şeffaflık, etik kuralların gözetilmesi ve yapay zekâ katkısının açıklıkla ifade edilmesi gerektiğini savunmuşlardır. Diğer bir kısım ise yapay zekânın doğru ve sorumlu biçimde kullanıldığında, yerel medya kuruluşlarının daha geniş kitlelere ulaşmasını kolaylaştırabileceğini vurgulamıştır. Bu farklı yaklaşımlar, literatürde de sıklıkla dile getirilen “rutin ve düşük riskli haberlerde yapay zekânın yüksek kabul gördüğü, politik veya hassas içeriklerde ise okur güveninin daha zayıf olduğu” bulgusuyla örtüşmektedir (Reuters Institute, 2024).

Yozgat örneğinde ortaya çıkan bir diğer önemli husus, yapay zekâyâ ilişkin algıların homojen olmayışıdır. Bazı katılımcılar teknolojiyi yalnızca “yardımcı bir asistan” olarak tanımlarken, bazıları gazeteciliği dönüştüren hatta tehdit eden bir unsur olarak değerlendirmiştir. Bu çeşitlilik, yerel medya çalışanlarının teknolojiye yönelik bakış açıları arasında ortak bir zemin oluşmadığını, algıların kişisel deneyimlere, mesleki kaygılara ve kurumsal koşullara bağlı olarak değişkenlik gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Ayrıca dijitalleşme sürecinin hız kazandığı günümüzde, Yozgatlı medya çalışanları yapay zekânın haberlerin sosyal medya platformları aracılığıyla daha geniş kitlelere ulaştırılmasında belirleyici bir rol oynadığını vurgulamıştır. Ancak aynı zamanda, yapay zekânın insani duyguları ve yerel bağlamı yansıtamaması nedeniyle, haber-okuyucu ilişkisinde mesafe yaratabileceği kaygısı da dile getirilmiştir. Bu kaygı, yerel medyada teknolojinin yalnızca teknik bir araç olarak değil, aynı zamanda gazeteciliğin toplumsal işlevi, insani boyutu ve etik sorumlulukları açısından da tartışılması gerektiğini göstermektedir.

Sonuç olarak, Yozgat örneği, yapay zekânın yerel gazetecilikte sunduğu fırsatlarla birlikte, ciddi tartışma alanlarını da beraberinde getirdiğini ortaya koymaktadır. Hız, verimlilik, erişim ve ölçeklenebilirlik gibi avantajlar; etik, güven, istihdam ve mesleki özerklik konularındaki belirsizliklerle birlikte değerlendirilmelidir. Literatürün öngördüğü gibi (Diakopoulos, 2019; Danzon-Chambaud, 2021), en uygun modelin konuya göre kademeli otomasyon stratejilerinin insan editoryal gözetimiyle birlikte işletildiği hibrit uygulamalar olduğu anlaşılmaktadır. Türkiye’deki küçük ölçekli illerde olduğu gibi Yozgat’ta da yapay zekânın sorumlu, şeffaf ve etik temelde kullanımı hem medya kuruluşlarının itibarını korumak hem de okuyucu güvenini sürdürebilmek için temel bir gereklilik olarak öne çıkmaktadır.

Bu çerçevede, gelecekte yapılacak çalışmaların yalnızca üretim süreçlerine odaklanmakla sınırlı kalmaması, aynı zamanda medya etiği, toplumsal güven, istihdam, iletişim sosyolojisi ve haber-okuyucu ilişkileri gibi farklı boyutları kapsaması önem arz etmektedir. Yozgat örneğinin, Türkiye’deki diğer küçük ölçekli illerle karşılaştırmalı biçimde ele alınması ise bölgesel farklılıkların görünür hale gelmesine ve yerel medya için daha kapsayıcı politika önerilerinin geliştirilmesine katkı sağlayacaktır. Böylelikle yapay zekâ uygulamalarının yerel gazetecilik üzerindeki etkileri daha bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirilebilecek, hem akademi hem de medya sektörü için yol gösterici bir çerçeve oluşturulabilecektir.

KAYNAKÇA

- Akyazı, A. (2018). *Gazetecilikte dijitalleşme ve haber üretimine yansımaları: Robot gazeteciler, dijital medya ve gazetecilik*. Eğitim Yayınevi.
- Alpaydın, E. (2013). *Yapay öğrenme*. Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Allen, N. D., Templon, J. R., McNally, P. S., Birnbaum, L., & Hammond, K. (2010). *StatsMonkey: A data-driven sports narrative writer*. In *Computational Models of Narrative: Papers from the AAAI Fall Symposium (F-S 10-04)*. Evanston: Association for the Advancement of Artificial Intelligence.
- Althusser, L. (2015). *On the reproduction of capitalism: Ideology and ideological state apparatuses*. Verso Books.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2010). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı (6. Baskı)*. Sakarya: Sakarya.
- Aslan, A., Bayrakçı, S., & Küçükvardar, M. (2016). *Bilişim çağında geleneksel gazeteciliğin dönüşümü: Veri gazeteciliği*. Marmara İletişim Dergisi, (26), 61-63.
- Ay, A. (2022). *Yapay zekâ haberciliği ve gazetecilik tartışmalarına dair bir değerlendirme*. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 12(4), 913-926.
- Balaban Salı, J. (2012). *Verilerin toplanması. A. Şimşek (Yay. haz.) Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri içinde (s.134-162)*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Baş, T., & Akturan, U. (2017). *Sosyal bilimlerde bilgisayar destekli nitel araştırma yöntemleri (3. Baskı)*. Ankara: Seçkin.
- Beckett, C. (2019). *New powers, new responsibilities: A global survey of journalism and artificial intelligence*. London: London School of Economics.
- Binbir, S. (2021). *Pazarlama çalışmalarında yapay zekâ kullanımı üzerine betimleyici bir çalışma*. Yeni Medya Elektronik Dergisi, 5(3), 314-328.
- Binns, R. (2018). *Fairness in machine learning: Lessons from political philosophy*. Proceedings of the 2018 Conference on Fairness, Accountability and Transparency, 149–159.
- Biswal, K. S. (2023). *Reporting on malicious uses of AI technologies*. In M. Jaakkola (Ed.), *A Handbook for Journalism Educators Reporting on Artificial Intelligence* (s. 69-80). UNESCO.
- Biswas, S. (2023b). *ChatGPT and the future of communication: A user-centered analysis*. Journal of AI and Society, 12(3), 221–239.

- Biswas, B. (2023). *AI content generation tools in academic writing*. Journal of Academic Ethics, 21(2), 105–117.
- Bohr, A., & Memarzadeh, K. (2020). *The rise of artificial intelligence in healthcare applications*.
- Bostrom, N. (2014). *Superintelligence: Paths, dangers, strategies*. Oxford University Press.
- Breazeal, C. L. (2004). *Designing sociable robots*. MIT Press.
- Bresnick, J. (2018). *Top 12 ways artificial intelligence will impact healthcare*.
- Brown, T., Mann, B., Ryder, N., Subbiah, M., Kaplan, J. D., Dhariwal, P., ... & Amodei, D. (2020). *Language models are few-shot learners*. Advances in Neural Information Processing Systems, 33, 1877–1901.
- Cannella, J. (2018). *Artificial intelligence in marketing (Unpublished Honors Thesis)*. Arizona State University.
- Cleerwall, C. (2014). *Enter the robot journalist*. Journalism Practice, 8(5), 519-531.
- Cotton, D. R. E., Cotton, P. A., & Shipway, J. R. (2023). *Chatting and cheating: Ensuring academic integrity in the era of ChatGPT*. Innovations in Education and Teaching International, 60(2), 1–10.
- Çakır, H. (2002). *Geleneksel gazetecilik karşısında internet gazeteciliği*. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 22(1), 123-149.
- Çetin, B. (2019). *Geleceğin teknolojileri ve gazetecilik mesleği üzerine etkileri: Büyük veri, veri gazeteciliği, yeni yaklaşımlar*. Fenerbahçe Üniversitesi.
- Çetinkaya, A. (2017). *Çevrimiçi gazetecilikte fikri mülkiyet hakları sorunu*. Online Akademik Bilgi Teknolojileri Dergisi, 8(30), 74-77.
- Çetinkuş, H., & Keleş, N. (2018). *Muhabir*. İstanbul: Anadolu Ajansı Yayınları.
- Coşkun, F., & Gülleroğlu, H. D. (2021). *Yapay zekânın tarih içindeki gelişimi ve eğitimde kullanılması*. Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences, 54(3), 947-966.
- Coşkun, F., & Gülleroğlu, H. D. (2021). *Yapay zekânın toplum üzerindeki etkisi ve Yapay Zeka (A.I.) filmi bağlamında yapay zekâyâ bakış*. Uluslararası Ders Kitapları ve Eğitim Materyalleri Dergisi, 2(2), 203-215.
- Dağ, P. (2017). *Küresel gazeteciliğin geleceği: Veri gazeteciliği*. B. Kalsın (der.), Tüm boyutlarıyla internet gazeteciliği, 282. Ankara: Gece Yayınları.
- Danzon-Chambaud, S. (2021). *A systematic review of automated journalism scholarship*. Humanities and Social Sciences Communications.

- Değirmencioğlu, G. (2016). *Dijitalleşme çağında habercilik pratiklerinin değişimi ve yeni habercilik türleri*. Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi, 10(1), 55-56.
- Dehouche, N. (2021). *Plagiarism in the age of massive generative pre-trained transformers (GPT-3)*. Ethics in Science and Environmental Politics, 21(1), 17–23.
- Demirdöğmez, M., & Taş, H. Y. (2020). *Dijital pazarlamada yapay zekâ kullanımı ve günümüz ticaretine etkileri*. M. Mete (Ed.), İktisadi ve İdari Bilimlerde Teori ve Araştırmalar II (s. 19-40). Ankara: Gece Kitaplığı.
- Diakopoulos, N. (2019). *Automating the news: How algorithms are rewriting the media*. Harvard University Press.
- Dilmen, N. E. (2005). *Yönetenler açısından Türkiye'deki internet gazeteleri ve haber portalları üzerine bir değerlendirme*. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 22, 91-101.
- Dixon, M. F., Klabjan, D., & Bang, J. H. (2020). *Machine learning in finance: From theory to practice*. Springer.
- Doğan, A. (2002). *Yapay zekâ. Kariyer*.
- Dörr, K. N. (2016). *Mapping the field of algorithmic journalism*. Digital Journalism, 4(6), 700–722.
- Dörr, K. N., & Hollnbuchner, K. (2016). *Ethical challenges of algorithmic journalism*. Digital Journalism, 5(4), 404–419.
- Dwivedi, Y. K., Hughes, D. L., Baabdullah, A. M., & Ribeiro-Navarrete, S. (2023). *So what if ChatGPT wrote it? Multidisciplinary perspectives on opportunities, challenges and implications of generative conversational AI for research, practice and policy*. International Journal of Information Management, 71, 102642.
- Esteva, A., et al. (2019). *A guide to deep learning in healthcare*. Nature Medicine, 25(1), 24–29.
- Etike, Ş. (2023). *Yapay zekâ ve haber üretim süreci: Tanımlar ve uygulamalar*. Türkiye Medya Akademisi Dergisi, 3(6), 588-609.
- Filibeli, T. E. (2018). *Kullanıcı türevli içerik ve yurttaş medyası: Haberin dönüşümü, sınırlar ve olanaklar*. Akdeniz İletişim Dergisi, 1(29), 456.
- Floridi, L., Cows, J., Beltrametti, M., Chatila, R., Chazerand, P., Dignum, V., ... & Schafer, B. (2018). *AI4People—An ethical framework for a good AI society: Opportunities, risks, principles, and recommendations*. Minds and Machines, 28(4), 689–707.

- Fırlar, F. B., & Deniz, Ş. (2010). *Dijital gazeteler ve pazarlama: Türkiye'deki dijital gazetelerin pazarlama dinamiklerinin değerlendirilmesine ilişkin bir analiz*. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 3(11), 314-328.
- Frackiewicz, M. (2023, 21 Haziran). *The impact of AI on journalism and media ethics*.
- Gezgin, S. (2002). *Geleneksel basın ve internet gazeteciliği*. İnternet Çağında Gazetecilik. Siyah-Beyaz Yayınları.
- Goertzel, B., & Pennachin, C. (2007). *Artificial general intelligence*. Springer.
- Goodfellow, I., Bengio, Y., & Courville, A. (2016). *Deep learning*. MIT Press.
- Graefe, A. (2016). *Guide to automated journalism*. Tow Center for Digital Journalism.
- Greenberg, N., Docherty, M., Gnanapragasam, S., & Wessely, S. (2020). *Managing mental health challenges faced by healthcare workers during COVID-19 pandemic*. BMJ, 368.
- Guzman, A. L., & Lewis, S. C. (2019). *Artificial intelligence and communication: Understanding the future*. New Media & Society, 21(1), 72–89.
- Guzman, A. L., & Lewis, S. C. (2020). *Artificial intelligence and communication: A human–machine communication research agenda*. New Media & Society, 22(1), 70–86.
- Güz, N., & Yeğen, C. (2018). *Bir dijital gazetecilik biçimi: Robot gazeteciler*.
- Güzeldemirci, İ. C. (2024). *İçerik üretiminde yapay zekâ araçlarının kullanımı*. ENTIS Sosyal Bilimler Dergisi, 3, 44-52.
- Habermas, J. (2004). *Kamusal alanın yapısal dönüşümü* (T. Bora & M. Sancar, Çev.). İletişim Yayınları.
- Hess, K., & Waller, L. (2017). *Local journalism in a digital world: Theory and practice in the digital age*. Bloomsbury Publishing.
- Hohenstein, S., Borsci, S., & Rizzo, A. (2023). *Conversational AI in practice: ChatGPT and the human–machine language paradigm*. AI & Society, 38(1), 123–137.
- Holmes, W., Bialik, M., & Fadel, C. (2019). *Artificial intelligence in education: Promises and implications for teaching and learning*. Center for Curriculum Redesign.
- Jang, H. (2023). *Generative AI in higher education: Friend or foe? Computers and Education: Artificial Intelligence*, 4, 100145.
- Jurafsky, D., & Martin, J. H. (2021). *Speech and language processing (3rd ed.)*. Draft. Stanford University.
- Karaduman, M. (2003). *İnternet ve gazetecilik*. S. Alankuş (Ed.), *Yeni iletişim teknolojileri ve medya*. IPS İletişim Vakfı Yayınları.

- Karataş, Z. (2017). *Sosyal bilim araştırmalarında paradigma değişimi: Nitel araştırmanın yükselişi*. Türkiye Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi, 1(1), 70-86.
- Karlsen, J., & Stavelin, E. (2014). *Computational journalism in Norwegian newsrooms*. Journalism Practice, 8(1), 34-48.
- Kalsın, B. (2016). *Geçmişten geleceğe internet gazeteciliği: Türkiye örneği*. Akademik Sosyal Bilimler Çalışmaları Dergisi, 3(42), 86-87.
- Kalsın, B. (2016). *Robot gazeteciliğinin yükselişi: Haber odalarının yeni çalışanları*. B. Kalsın (der.), *Tüm boyutlarıyla internet gazeteciliği*, 26. Ankara: Gece Yayınları.
- Kalsın, B. (2017). *Robot gazeteciliğinin yükselişi: Haber odalarının yeni çalışanları*.
- Kaya, R. (2010). *Türkiye’de iletişim: Bir alanın anatomisi*. İmge Kitabevi.
- Kepuska, V., & Bohouta, G. (2018). *Next-generation of virtual personal assistants (Microsoft Cortana, Apple Siri, Amazon Alexa and Google Home)*. IEEE SoutheastCon 2018, 1–6.
- Khalil, S., & Er, E. (2023). *Ethical concerns of using AI in academic writing: A focus on GPT-based tools*. AI & Society, 38, 123–135.
- Kırpınar, İ. (2019). *Bilişsel psikoloji, kognitif yetiler, yapay zeka, epistemoloji, felsefe, dilbilim, matematik, nörobilimler ilişkisi*. İstanbul: Psikonet Yayınları Uzman Serisi.
- Kobie, N. (2018, Mart 10). *Reuters is taking a big gamble on AI-supported journalism*.
- Koç, O., & Kasap, M. (2019). *Daha iyi bir dünya için yapay zekâ* (8. Baskı). İstanbul: Doğan Kitap.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *Gazeteciliğin esasları* (Çev. C. Soydemir). Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Kumar, V., Rajan, B., Venkatesan, R., & Lecinski, J. (2019). *Understanding the role of artificial intelligence in personalized engagement marketing*. California Management Review, 61(4), 135–155.
- Kürkçü, D. D. (2007). *Yeni medya analizleri*. Eğitim Yayınevi, Konya.
- LeCun, Y., Bengio, Y., & Hinton, G. (2015). *Deep learning*. Nature, 521(7553), 436–444.
- Levy, S. (2012, Nisan 24). *Can an algorithm write a better news story than a human reporter?*
- Luckin, R., et al. (2016). *Intelligence unleashed: An argument for AI in education*. Pearson.
- McCarthy, J. (2004). *What is artificial intelligence?*

- McGowan, M. (2022). *The rise of Jasper AI: Copywriting with artificial intelligence*. Tech Review Journal, 34(1), 59–72.
- Mittelstadt, B. D., Allo, P., Taddeo, M., Wachter, S., & Floridi, L. (2016). *The ethics of algorithms: Mapping the debate*. Big Data & Society, 3(2), 1–21.
- Moran, R. E., & Shaikh, S. J. (2022). *Robots in the news and newsrooms: Unpacking meta-journalistic discourse on the use of artificial intelligence in journalism*. Digital Journalism, 10(10), 1756–1774.
- Nabiyev, V. V. (2012). *Yapay zeka: İnsan-bilgisayar etkileşimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Naoaín, A. S. (2022). *Addressing the impact of artificial intelligence on journalism: The perception of experts, journalists and academics*. Communication & Society, 35(3), 105–121.
- Newman, N. (2023). *Journalism, media, and technology trends and predictions 2023*. London: Reuters Institute.
- Nilsson, N. (1990). *The mathematical foundations of learning machines*. San Mateo: Morgan Kaufmann.
- Nilsson, N. (2018). *Yapay zekâ geçmişi ve geleceği* (M. Doğan, Çev.). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Nilsson, N. J. (2019). *Yapay zekâ geçmişi ve geleceği* (M. Doğan, Çev.). Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Öztürk Çelebi, G. (2024). *Robotlar çağında gazetecilik*. İletişim Çalışmaları Dergisi, 10(2), 138–152.
- Özyal, B., & Tosun, G. E. (2017). *Dijital gazeteciliğin gelişen bir formu olarak mobil gazetecilik*. Akdeniz İletişim Dergisi, (28), 65.
- Pavlik, J. (2001). *Journalism and new media*. Columbia University Press.
- Pınarbaşı, T. E., & Astam, F. K. (2020). *Haberin dönü(şü)mü: Sosyal medya gazeteciliği pratikleri*. İNİF.
- Raska, M. (2021). *The sixth RMA wave: Disruption in military affairs? Journal of Strategic Studies*, 44(4), 456.
- Reuters Institute for the Study of Journalism. (2024). *Digital news report 2024* (AI ve kamuoyu bulguları).
- Ricci, F., Rokach, L., & Shapira, B. (2015). *Recommender systems handbook*. Springer.
- Rickli, J. M. (2019). *Artificial intelligence and the future of warfare*. Global Risk Report, World Economic Forum.

- Russell, S., & Norvig, P. (2021). *Artificial intelligence: A modern approach* (4th ed.). Pearson.
- Salman Yıkmış, M. (2020). *Nitel araştırmalarda e-görüşme tekniği*. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 22(1), 183–197.
- Salvagno, M., Taccone, F. S., & Gerli, A. G. (2023). *ChatGPT: From research assistant to communication tool*. *Frontiers in Artificial Intelligence*, 6, 1–5.
- Sayar, B. (2023). *Gazetecilikte yapay zekâ kullanımı*. Eğitim Kitabevi.
- Scharre, P. (2018). *Army of none: Autonomous weapons and the future of war*. W. W. Norton and Company.
- Seidman, I. (2006). *Interviewing as qualitative research: A guide for researchers in education and the social sciences*. Teachers College Press.
- Stokel-Walker, C. (2022). *ChatGPT listed as author on research papers: Many scientists disapprove*. *Nature*, 613(7945), 620–621.
- Stray, J. (2019). *Making artificial intelligence work for investigative journalism*. *Digital Journalism*, 7(8), 1–22.
- Şahin, A. (2020). *İleri zamanlı kan glikoz değeri tahmini*. Çukurova Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Şahin Başfıncı, Ç., & Koç, N. (2023). *İletişim alanındaki mesleklerde yapay zekâ uygulamaları: Mevcut durum analizi ve alan yazın taraması*. *Karadeniz İletişim Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 121–148.
- Ünal, A., & Kılınç, İ. (2020). *Yapay zekâ işletme yönetimi ilişkisi üzerine bir değerlendirme*. *Yönetim Bilişim Sistemleri Dergisi*, 6(1), 51–78.
- Uzun, R. (2006). *Gazetecilikte yeni bir yönelim: Yurttaş gazeteciliği*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (16), 646.
- Tejedor, S., & Vila, P. (2021). *Exo journalism: A conceptual approach to a hybrid formula between journalism and artificial intelligence*. *Journalism and Media*, 2(4), 830–840.
- Tejedor, S., & Vila, A. (2021). *Artificial intelligence and journalism: The automation of news production*. *Communication & Society*, 34(4), 831–846.
- Topol, E. (2019). *Deep medicine: How artificial intelligence can make healthcare human again*. Basic Books.
- Vardar, M. K. (2015). *Bilişim devrimi: Reel gerçekliğin sanal gerçekliğe dönüşümü* (Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı, Bilişim Bilim Dalı).
- Yengin, D. (2014). *Yeni medya ve dokunmatik toplum*. İstanbul: Derin Yayınları.

- Yeniceler Kortak, İ. (2022). *Yapay zekâ ve haber ilişkisine kullanıcı gözünden bakmak: Sosyal medyada robot haber spikerlerine gelen yorumların incelenmesi*. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 32(2), 699–710.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Zawacki-Richter, O., Marín, V. I., Bond, M., & Gouverneur, F. (2019). Systematic review of research on artificial intelligence applications in higher education – Where are the educators?
- Zengin, H., & Kapır, M. (2020). *Yapay zekâ ve medya*. Doruk Yayıncılık.



EKLER

Ek 1. Görüşmeci Onay Formu

Gönüllü Katılım Formu

Sayın Katılımcı,

Bu çalışma, Gümüşhane Üniversite Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim dalı öğrencisi Rabia Sultan SEDEF tarafından yürütülmektedir. Bu çalışmada Yozgat ilindeki yerel medya çalışanlarının yapay zekaya yönelik algıları ve yapay zekanın haber üretimindeki yerini tespit etmek amaçlanmıştır. Bu çalışmaya katılımınız gönüllülük esasına dayanmaktadır. Katılacağınız çalışmada görüşme sürecinde tarafınıza yöneltilecek sorular ve toplanacak olan veriler sadece bilimsel amaçlar doğrultusunda kullanılacak, araştırmanın amacı dışında izniniz olmadan kullanılmayacaktır. Katılacağınız çalışmada, size yöneltilen sorulara anlaşılır, samimi ve gerçekçi cevaplar vermeniz araştırmanın seyri açısından önem arz etmektedir.

Çalışmada, sizden hiçbir kimlik bilgisi istenmeyecektir. Cevaplarınızın analizi için ses kaydı alınacak, sağladığınız isimsiz cevaplar gizli tutulacak ve sadece araştırmacı tarafından dinlenecektir. Veri toplama sürecinde size rahatsızlık verebilecek hiçbir soru/talep olmayacaktır. Çalışma esnasında sorulan sorulardan ya da herhangi bir sebepten dolayı rahatsızlık hissederseniz, araştırmayı yarıda bırakmakta özgürsünüz ve araştırmacıya uygulamadan çekilmek istediğinizi söylemeniz yeterli olacaktır. Gönüllü katılım formunu okumak ve değerlendirmek üzere vakit ayırdığınız için teşekkür ederim.

Bu çalışmaya tamamen gönüllü olarak katılıyorum ve istediğim takdirde çalışmadan ayrılabileceğimi bilerek verdiğim bilgilerin bilimsel amaçlarla kullanılmasını kabul ediyorum.

Ad, Soyadı

İmza Tarih

___/___/2025

FORMU DOLDURUP İMZALADIKTAN SONRA TESLİM EDİNİZ.

Ek 2. Görüşme Soruları

Demografik Bilgiler

- Yaş:
- Cinsiyet:
- Eğitim Düzeyi:
- Göreviniz:

Yarı Yapılandırılmış Görüşme Soruları

- Yapay zekayı ne zaman duydunuz?
- Yapay zekayı ne amaçla kullanıyorsunuz?
- Yapay zekayı nereden kullanıyorsunuz? Pc, Tablet, Telefon?
- Yozgat'ta medya sektöründe çalışan bir gazeteci olarak, yapay zekanın gazete ve medya alanındaki etkilerini nasıl görüyorsunuz?
- Yapay zekanın gazetecilikte kullanımı hakkında bir bilgiye sahip misiniz? Bu teknoloji hakkında ne tür kaynaklardan bilgi edindiniz?
- Yapay zekanın gazetecilikteki rolü hakkında ne düşünüyorsunuz? Örneğin, haber yazma, içerik üretme veya veri analizi gibi alanlarda YZ'nin kullanımı hakkında ne düşünüyorsunuz?
- Yozgat gibi daha küçük illerde, yapay zeka teknolojilerinin medyada kullanılma olasılığı hakkında ne düşünüyorsunuz? Bu teknolojilerin yerel gazeteciliğe etkisi olabilir mi? Nasıl?
- Yapay zeka ile üretilen içeriklerin doğruluğu ve güvenilirliği konusunda endişeleriniz var mı? Yozgat'taki medya kuruluşlarında bu tür içeriklerin etik açıdan nasıl yönetilebileceğini düşünüyorsunuz?
- Yapay Zekanın haberleri hızla üretmesi ve dağıtması konusunda bir endişeniz var mı? Bu durumun yerel gazetecilik üzerinde bir etkisi olabilir mi?
- Yapay zekanın, gazetecilerin mesleki becerilerini tehdit edebileceğini düşünüyor musunuz? Bu konuda yerel gazetecilerin kaygıları olabilir mi? Neden?
- Yozgat'taki yerel medya kuruluşlarının dijitalleşme süreci ile yapay zeka arasında nasıl bir ilişki içinde olabilir? Bu tür teknolojiler yerel medyanın daha geniş kitlelere ulaşmasında nasıl bir rol oynayabilir?

- Yozgat'ta gazetecilik yapan birisi olarak, YZ'nin iş süreçlerinize nasıl dahil olmasını beklersiniz? Hangi alanlarda faydalı olabileceğini düşünüyorsunuz?
- Önümüzdeki 5-10 yıl içinde, yapay zekanın gazetecilik alanındaki yerini nasıl görüyorsunuz? Yozgat'taki medya kuruluşları bu değişime nasıl ayak uydurabilir?
- Yerel gazetecilikte yapay zekanın kullanımı artarsa, gazetecilerin rolü nasıl değişir? Bu değişim yerel halkla ilişkilerde, içerik üretiminde ve haberin doğruluğunda ne gibi sonuçlar doğurabilir?
- Yapay zekâ destekli haber üretiminin, yerel medya kuruluşlarının itibar yönetimi stratejilerine nasıl bir etkisi olabilir? Özellikle halkla ilişkiler açısından bu teknolojiyi nasıl bir fırsat ya da tehdit olarak görüyorsunuz?
- Yapay zekâ kullanılarak üretilen içeriklerin doğruluğu ve şeffaflığı, yerel halkla olan güven ilişkisini nasıl etkiler? Bu konuda nasıl bir itibar yönetimi yaklaşımı benimsenmesi gerektiğini düşünüyorsunuz?
- Yerel medya kuruluşları, halkla ilişkiler stratejilerinde yapay zekâ teknolojilerini nasıl daha etkin bir şekilde kullanabilir? Bu tür bir kullanım, halkla ilişkilerde kurumların hedef kitlelerine ulaşmasını nasıl etkiler?
- Yapay zekânın, yerel medyada içerik üretim süreçlerinde daha fazla yer alması, halkın medya güvenini nasıl etkileyebilir? İtibar yönetimi açısından bu süreçte yapılması gerekenler nelerdir?

ETİK KURUL KARARI



T.C.
GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU

Sayı : E-95674917-108.99-301467
Konu : Etik Kurul Onay

Sayın Doç. Dr. Ersin DİKER

“YOZGAT İLİNDE YEREL MEDYA VE YAPAY ZEKA: NİTEL BİR ANALİZ” konulu etik kurul başvurunuz; Gümüşhane Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun **20/12/2024** tarih ve **2024/10** sayılı toplantısında görüşülmüş olup; projenin yürürlükteki mevzuata uygun olduğuna oy birliği ile karar verilmiştir.
Bilgilerinize rica ederim.

Prof. Dr. Selçuk ALEMDAĞ
Kurul Başkanı

ÖZGEÇMİŞ

Rabia Sultan SEDEF, liseye kadar öğrenimini Yozgat Merkez’de tamamlamıştır. 2015-2019 yılları arasında Konya Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünde lisans eğitimini tamamlamıştır. 2021 yılında Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünde yüksek lisans öğrenimine başlamış ve 2025 yılı itibariyle yüksek lisans eğitimini tamamlamıştır.

