

## Yapay Zekâ Haberlerinde Kullanılan Çerçevesel: İnsanlık İçin Yeni Bir Umut ya da Yeni Bir Tehdit

Frames Used in Artificial Intelligence News: A New Hope or A New Threat for Humanity

Aynur KÖSE<sup>1</sup> 

Duygu GÜNER<sup>2</sup> 

Aslıhan TURGUT<sup>3</sup> 

### Araştırma Makalesi Research Article

Geliş tarihi/Received:  
17.05.2024

Son revizyon teslimi/Last revision  
received:  
09.07.2024

Kabul tarihi/Accepted:  
14.07.2024

Yayın tarihi/Published:  
30.11.2024

### Atf/Citation:

Köse, A., Günder, D. & Turgut, A. (2024). Yapay zekâ haberlerinde kullanılan çerçeveler: insanlık için yeni bir umut ya da yeni bir tehdit. *TAM Akademi Dergisi*, 3(2), 164-179.  
<https://doi.org/10.58239/tamde.2024.01.002.x>

### DOI:

10.58239/tamde.2024.02.002.x

### ÖZ

Bu çalışma teknolojik değişimin son aşaması olarak hayatımıza giren yapay zekâya ilişkin bakış açımızın haberler vasıtasıyla nasıl şekillendirildiğini anlama merakından ortaya çıkmıştır. Bu çerçevede yapay zekâ kavramının televizyon haberlerinde nasıl ele alındığı ve ilgili gelişmelerin haberleştirilmesindeki sunum kalıplarını tespit etmeye yönelik bir analiz gerçekleştirilmiştir. Yapay zekânın haberlerde insanlık için yeni bir umut, yaşam tarzı veya yeni bir gelişme mi yoksa yeni bir tehdit, tehlike ve risk olarak mı sunulduğu ve bu sunumlarda tekrar eden yerleşik kalıpların neler olduğu, haberlerde özellikle yapay zekânın hangi yönünün ön plana çıkarıldığı sorularına cevap aranmıştır. Kuramsal olarak çerçeveleme analizine dayanan bu makalede, içerik çözümlemesi yöntemiyle ilgili haberlerdeki sunum çerçeveleri tespit edilmiştir. 2024 yılının ilk dört ayında en yüksek izlenme oranlarına sahip üç kanal olarak ATV, Show TV ve Now TV ana haber bültenlerinde yapay zekâyla ilgili yayımlanan haberler incelenmiştir. Haber içerikleri öncelikle yapay zekâ konusunda olumlu/olumsuz olmalarına göre bir sınıflandırmaya tabi tutulmuştur. Haber çözümlemelerinde sıklıkla kullanılan beş çerçeve boyutuna göre ilgili haberler incelenmiştir. Bu çerçeveler ekonomik sonuçlar, sorumluluk, insani ilgi, ahlakilik ve çatışma olarak sıralanmaktadır. Bu yolla yapay zekâ ile ilgili televizyon haberlerinde izleyicinin zihnine nasıl mesajlar ekilmeye çalışıldığı ve bu mesajların hangi çerçevelerle sunulduğu, haberlerde ortaklaşan haber çerçevelerinin neler olduğu ve bunun üzerinden televizyon haberlerinde ortaklaşan bir sunum çerçevesi olup olmadığı ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Analizler sonucunda televizyon haberlerinde 38 haber yayınlandığı tespit edilmiştir. Yapay zekâ konusunda en sık kullanılan sunum kalıbı ise 13 haber ile ekonomik sonuçlar çerçevesidir.

**Anahtar Kelimeler:** Çerçeveleme, Yapay Zekâ, Dijitalleşme, Televizyon Haberciliği, Biliş

- Trabzon Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Prof. Dr., akose@trabzon.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-1310-5704*
- İstanbul Medipol Üniversitesi, İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi, Arş. Gör., dgultekin@medipol.edu.tr, ORCID ID: 0009-0006-0755-6716*
- Trabzon Üniversitesi, aslitrgt5@gmail.com, ORCID ID: 0009-0006-3644-4529*



## ABSTRACT

This study has emerged from the curiosity to understand how our perspective on artificial intelligence, which has entered our lives as the last stage of technological change, is shaped through the news. In this framework, an analysis was conducted to determine how the concept of artificial intelligence is handled in television news and the presentation patterns in reporting related developments. It was sought to answer the questions of whether artificial intelligence is presented in the news as a new hope, lifestyle or a new development for humanity or as a new threat and risk, what are the recurring established patterns in these presentations, and which aspect of artificial intelligence is particularly emphasized in the news. In this article, which is theoretically based on Framing Analysis. The presentation frames in the related news were identified through content analysis. Within the scope of the study, which included ATV, Show, and Now as the three channels with the highest viewership rates in the first four months of 2024 according to Television Viewing Research (TİAK) data, news about artificial intelligence broadcast in the main news bulletins were analyzed. The news content was first categorized according to whether they were positive or negative. Then, the analysis was carried out according to the five frame dimensions determined by Robert Entman to be used in analyzing the news. It is aimed to reveal what kind of messages are tried to be planted in the minds of the audience in television news about artificial intelligence, what frames these messages are presented with, what are the common news frames in the news, and whether there is a common presentation frame in television news. In the study conducted in line with this purpose, 38 news items were analyzed, and it was determined that artificial intelligence was mostly reported within the framework of economic results with 13 news items in a total of 3 channels.

**Keywords:** Framing, Artificial intelligence, Digitalization, Television Journalism

## Extended Abstract

Technological developments that bring major changes in all areas of life, from health to security, socialization to travel, and daily household chores to entertainment, also represent an evolution that affects the flow of life. One of the important milestones in this process is the development of artificial intelligence, which refers to technology based on machine learning. This study focuses on how developments related to artificial intelligence, a popular topic of recent times, are presented in television news. The study aims to determine the common presentation patterns in the news on artificial intelligence and thus to identify the perspectives that are tried to be implanted through the news. Technology and technological change are the topics that dialectically involve opposites. In the face of rapid change and transformation, individuals respond with suspicion, uneasiness, and even fear on the one hand, and on the other hand, they are drawn to what they fear with the urge to overcome and go beyond the unknown. This study, designed to understand how this situation is reflected in the news, examines whether artificial intelligence is presented as a new hope, lifestyle, and development for humanity or as a new threat, danger, and risk. Answers were also sought to questions such as the recurring established patterns in the news and which aspect of artificial intelligence is emphasized.

The theoretical background and methodology of the study are based on Framing Analysis. The framing approach, which is essentially a process of selection, highlighting, and boundary setting,

focuses on the impact of the structuring, reproduction, and even construction of reality by the media on individuals processes of understanding, making sense of, and defining events, situations, and other people. The information frequently encountered in the media shapes people's knowledge of ways to know and shapes their perceptions and minds. Therefore, people accept what they see in the view from whichever window they look through as reality and live that reality. This study aims to determine how ways of knowing about artificial intelligence are shaped through television news and from which window the topics are presented. In this framework, the news on artificial intelligence broadcasted on ATV, Now TV, and Show TV main news bulletins between January 1 and April 30, 2024, were analyzed by content analysis method. In the first stage of the analysis, an analysis was carried out to determine whether the news was positive or negative, that is, to determine the positive/negative presentation styles of the issues reported on artificial intelligence. Then, the frames in which the subject of artificial intelligence was presented in the television news broadcasted in the specified date range were analyzed and the meaning-making practices presented through the news were determined. At this stage, Entman's frames of responsibility, morality, human interest, conflict, and economic consequences, which Entman points out as the most frequently encountered frames in the news, were used as content analysis categories.

Result of the analysis, it was determined 38 news articles on artificial intelligence were published in the analyzed date range. First, it was analyzed whether the news items focused on the positive features that artificial intelligence will add to human life or on the negative features through the dangers and risks it may bring. The analysis showed that 71 percent of the news items on artificial intelligence were presented from a positive perspective, focusing on the possible conveniences and innovations it would bring to life. The content on artificial intelligence was analyzed according to the five frames used in the news analysis and it was determined that the most used frame was economic results (34 percent). In these news articles, it was observed that the innovations and conveniences that emerged in different areas of life with the expansion of the usage area of artificial intelligence were pointed out. The distribution of the frames used in the news according to their frequency of use is as follows: the responsibility frame has a frequency of 24 percent, the humanitarian interest frame 18 percent, the morality frame 16 percent and the conflict frame 8 percent. When it is evaluated whether there is a significant similarity or difference in terms of the positive/negative presentation of the news frames, it is found that all news items in the responsibility frame are presented with a positive perspective. On the other hand, conflict and morality frames are the frames where negative news items are concentrated. Therefore, it is concluded that news frames are also functional in terms of presenting news in a negative or positive context. In addition, it has been determined that there are similarities in the way all three channels handled artificial intelligence news and the language and frames they used. It has been determined that both positive and negative benefits that developments related to artificial intelligence will bring to human life are presented to the masses with certain concepts and contexts.

## Giriş

Değişim her dönemde yaşamın kaçınılmaz bir parçası olmuştur. Çağ açıp kapatan hatta dönemine adını veren değişimler ve dönüşümlere ayak uydurabilmek ise çoğu zaman zorlayıcı ve sınıflandırıcıdır. Değişim sancılarını derinden hisseden çağımız insanı içinse bu süreç teknolojinin ve dijitalleşmenin hızına yetişebilme yarışına dönüşmüş gibi görünmektedir. Hemen her gün yeni bir alan, kavram, uygulama ya da cihazla karşılaşan sıradan insan, maraton koşucusu olmak ya da yarış dışı

kalmak seçenekleri arasına sıkışmış durumdadır. Sağlıktan güvenliğe, sosyalleşmeden seyahate, günlük ev işlerinden eğlenceye hemen her alana entegre edilmeye başlayan bu teknoloji, insanlığın yaşadığı büyük bir evrimi de ifade etmektedir. Hatta Dördüncü Sanayi Devrimi olarak da adlandırılmaktadır (Ing vd., 2019). Bu evrimin şimdilik son aşaması ve ana kavramı ise “yapay zekâ”dır. Planlama, öğrenme, akıl yürütme veya algılama gibi alanları kapsayan yapay zekâ, aslında makine öğrenmesine dayanan teknolojiyi, yani makinelerin insanlar gibi düşünüp, karar verip uygulayabilmesini anlatmak için kullanılan şemsiye bir kavramdır. Tarihsel açıdan uzun bir geçmişe sahip olan bu teknolojilerin ilk örneğini, 1830’larda İngiliz matematikçi Charles Babbage’ın tasarladığı ve “analitik motor” adını verdiği mekanizma oluşturmaktadır (Thomas, 2005, s. 14’den akt. Yeniceler Kortak, 2024, s. 85). Makine öğrenmesine ilişkin kavramların ortaya çıkması ise bilgisayarların yaygınlaşmaya başladığı 1950’lere denk gelmektedir.

Yapay zekâ getirdiği yenilikler ile insanları, devletleri ve kurumları etkileyen ve çeşitli sektörlerde “yeni fırsatlar sunan disiplinler arası bir araştırma alanı” olarak öne çıkmaktadır (Çeber, 2022, s. 30). Bugün hastalıkların tespitinden kuantum fiziğine, insandan bağımsız araba kullanmaktan savunma sanayine, yaşamı kolaylaştıran ev içi araç gereç ve uygulamalara kadar hayatın hemen her alanına giren yapay zekânın başrolde olduğu “yeni” yaşam tarzının nasıl olacağı ise ayrı bir merak konusudur. Öyle ki teknolojinin geldiği aşama bilim kurgu filmlerinde görülen ya da distopyalarda anlatılan yaşamın uzakta olmadığı hissini uyandırmaktadır. Durum böyle olunca insanın değişim karşısındaki diyalektik yaklaşımı da kaçınılmaz olarak devreye girmektedir. Bir yanda “teknolojinin nimetleri” diyebileceğimiz hayata kattığı olumlu tarafların keyfini sürme çabası varken diğer yanda “olası riskler nelerdir?” sorusu gündeme gelmekte ve komplo teorileri olarak ifade edilen senaryolar yazılıp çizilmeye başlamaktadır.

Yapay zekânın hayatın farklı alanlarında yer edinmesinin temelinde, dijitalleşen dünyada insan elinin ulaşmasının pek mümkün olmadığı alanlara çözüm üretme kaygısı yatmaktadır (Ay, 2022, s. 916). Zira insan sürekli daha iyiye ulaşmaya ve bu uğurda değişip dönüşmeye çalışan bir varlıktır. Ancak tüm bu süreç, içinde mucizeler kadar birtakım riskleri de barındırmaktadır. Bunlardan biri teknolojinin mesleklere ve insan gücüne olan ihtiyacı nasıl etkileyeceği meselesidir (Etike, 2023, s. 590). İletişimle ilgili süreçleri değiştiren teknolojinin toplumların ilişki kurma tarzlarını ve toplumsal dinamikleri nasıl etkileyeceği ve hatta insan bedeninin bu değişimden nasıl etkileneceği merak edilen başlıklar arasındadır. Araştırmadan sorun çözmeye veya öğrenmeye kadar insanların ihtiyaç duydukları pek çok alanda yer edinen yapay zekâ teknolojisi, özel sistemlere dönüşerek insanların hem insanlar hem de makineler ile olan etkileşimini farklı boyutlara taşımaktadır. Bireyin teknoloji ile kurmuş olduğu bu yakınlık kaçınılmaz olarak günlük alışkanlıkları da değiştirmektedir (Çeber, 2022, ss. 29-30). Bu aşamada teknoloji ile sarılmış olan hayatlarımızı anlatmak için yeni bir kavram olarak “teknososyal hayat” kullanılmaktadır (Karahisar & Hayır, 2021, s. 141). Başka insanlarla sosyalleşme ihtiyacımızın bile teknoloji aracılı gerçekleşmesi anlamındaki bu tanım, günümüz yaşam tarzının özeti niteliğindedir.

Bu çalışma ise teknolojik değişimin son aşaması olarak hayatımıza giren öğrenen makineler ve yapay zekâya ilişkin bakış açımızın haberler vasıtasıyla nasıl şekillendirildiğini anlama merakından ortaya çıkmıştır. Çalışmada yapay zekâ kavramının televizyon haberlerinde nasıl ele alındığını ve ilgili gelişmelerin haberleştirilmesindeki sunum kalıplarını tespit etmek amaçlanmıştır. Her gün yaşamın farklı bir alanında kendine yer açan dijitalleşme ve yapay zekânın haberlerde insanlık için yeni bir umut, yaşam tarzı veya yeni bir gelişme mi yoksa yeni bir tehdit ve risk olarak mı sunulduğu ve bu sunumlarda

tekrar eden yerleşik kalıpların neler olduğu, haberlerde özellikle yapay zekânın hangi yönünün ön plana çıkarıldığı gibi sorulara cevap aranmıştır.

Çalışmanın kuramsal ayağı, Goffman (1974) tarafından sosyal bilimler alanına kazandırılan Çerçeveleme Analizi'ne dayanmaktadır. Çerçeveleme analizi en genel tanımıyla konuşma, haber, roman, film aracılığıyla bilginin aktarımının bilinç üzerindeki etkisini incelemektedir (Entman, 1993, s. 52). Bu konudaki klasik çalışmalar arasında başta Goffman (1974) olmak üzere Tuchman (1978), Kahneman ve Tversky (1984), Iyengar (1991), Fiske ve Taylor (1991), Edelman (1993) ve Entman'ın (1993) araştırmaları sayılabilir. Temelde sınır belirlemekle ilgili bir kavram olarak çerçeveleme, Entman'a göre bir seçme ve öne çıkarma işlemidir. Çerçeveleme bir konu, olay ya da kişiyle ilgili gerçekliğin bazı yönlerini, belirli bir sorun tanımını, nedensel yorumu, ahlaki değerlendirmeyi veya çözüm önerisini iletişimsel metinde belirgin hale getirmektir (Entman, 1993, s. 52). Çerçevelenerek bağlamından koparılan gerçeklik nitelendirme, adlandırma ve tanımlama yoluyla yeni bir bağlama oturtularak yeniden inşa edilir (Özarslan, 2007, s.10). Kavramsal temelleri toplum bilim ve psikoloji alanından gelen çerçeveleme yaklaşımı ile medyanın toplum üzerindeki etkilerini anlamaya yönelik araştırmaların sayısı artmaktadır. Bu yönüyle çerçeveleme, gerçekliğin medya tarafından yapılandırılması, yeniden üretilmesi ve hatta inşasının bireylerin olay, durum ve diğer insanları anlama, anlamlandırma ve tanımlama süreçlerine olan etkisine odaklanan bir yaklaşımdır. Özellikle haber ve haber söyleminin farklı çerçevelerle nasıl sunulduğu, bunun anlama ve anlamlandırma süreçlerine olan etkisi konusunda yapılan araştırmalar sayıca fazladır.

Haber söylemini çerçeveleme analiziyle ele alan ve alanda öne çıkan araştırmalardan bazıları şöyledir:

Pan ve Kosicki (1993) "Çerçeveleme analizi: Haber söylemine bir yaklaşım" başlıklı makalede Amerikan siyasetinde kamu politikası konularına ilişkin haber söyleminin dikkatli şekilde yapılandırıldığını çünkü haber medyasının kamu politikalarının çerçevesinde aktif rol oynadığını ifade etmiştir. Makalede çerçeveleme analizi, haber metinlerini ampirik olarak sözdizimsel, senaryo, tematik ve retorik yapılar gibi işlevselleştirilebilir boyutlarda kavramsallaştırmaya odaklanan ve haber söylemini inceleyen yapılandırmacı bir yaklaşım olarak sunulmaktadır. Entman ve Rojecki (1993) araştırmalarında ABD'de nükleer karşıtı hareketin dondurulması ve halkın bu konuda sessizleştirilmesinde haber medyasının nasıl işlevsel olduğunu ortaya koymuştur. Araştırmada gazeteciler tarafından yapılan ve haberlerin içine sızan yargıların nükleer karşıtı hareketin fikir birliği oluşturma ve kitleleri harekete geçirmesini olumsuz etkilediği saptanmıştır. McLeod ve Detenber (1999) çalışmalarında anarşist bir protestoya ilişkin televizyon haberlerindeki çerçeveleme etkisini araştırmışlar ve haberlerdeki statükoya destek düzeyinin protesto haberlerine yaklaşımı etkilediğini ortaya çıkarmışlardır. Üniversite öğrencileri ile yapılan çalışmada haberlerdeki statükoya olan desteğin, öğrencilerin protestoculara karşı eleştireliliklerini artırdığı ve protestocularla özdeşleşme olasılıklarını azalttığı, ayrıca polisi daha az eleştirme ve protestocuların ifade haklarını daha az destekleme yönünde etkilediği saptanmıştır. Scheufele (2004) "Çerçeveleme Etkileri Yaklaşımı: Teorik ve Metodolojik Bir Eleştiri" başlıklı çalışmada çerçeveleme konusundaki yaklaşımları sınıflandırarak başlamıştır. Çerçeveleme etkilerine ilişkin çalışmaları teori, yöntem ve ampirik sonuçlar üzerinden değerlendirmiştir.

"Televizyon haberleri ve çerçeveleme analizi" kelimeleriyle google akademik üzerinden bir tarama yapıldığında son dönemde Türkiye'de sağlık, doğal afet, şiddet, savaş gibi çok farklı konularda

çerçeveleme analizi ile araştırmalar yapıldığı görülmektedir. Efiltili Atay (2019) 27 Nisan 2007’de Genelkurmay Başkanlığı’nın internet sitesinde yayımlanan bildiri/muhtırayı ele aldığı araştırmada bu haberlerin Türk yazılı basınında nasıl çerçvelendiğini incelemiştir. Akmeşe (2020) çalışmasında Türk Telekom’un “sen yeter ki hayal et” reklamına ait televizyon haberlerini çerçeveleme analiziyle incelemiştir. Vural ve arkadaşları (2022) doğal afet kaynaklı risklere ilişkin farkındalık sağlamak, toplumsal bilinci geliştirmek ve risk nedenli hasarları en aza indirilebilmek açısından medyanın rolüne odaklanan çalışmalarında, İzmir depremiyle ilgili haber ve programları içerik analiziyle incelemişlerdir. Çalışmada çerçeveleme paradigması ile risk iletişimi bağlantılandırılarak analizler gerçekleştirilmiştir. Yağmur ve Akdağ (2022), A Haber ve Halk TV kanallarının internet sayfalarında Suriyelilerle ilgili yayınlanan haberleri çerçeveleme yöntemi ile analiz etmiştir. Araştırma sonucunda Suriyelilerle ilgili televizyon haberlerinin ağırlıklı olarak ahlakilik açısından çerçvelendiği ortaya konmuştur. Rusya-Ukrayna savaşına ilişkin haberlerin Rus haber ajansı TASS ve Ukrayna haber ajansı Ukrinform’da nasıl ele alındığını inceleyen Tokgöz ve Tanyıldızı (2023), savaşın ilk günü yayınlanan ilk yüz haberi çerçeveleme açısından incelemişlerdir. Analizler sonucunda savaşan ülkelere ait ajansların savaşla ilgili konuları farklı hikayelerle aktardıkları tespit edilmiştir. Sağlık çalışanlarının maruz kaldığı şiddetin medyadaki sunum biçimini çerçeveleme yöntemi ile ele alan Karaman (2024), 2020 yılı içinde 12 farklı internet haber sitesinde yayınlanan toplam 130 sağlık çalışanına şiddet haberini incelemiştir. Çalışmada şiddetin haber çerçeveleri ile öne çıkarıldığı ve normalleştirildiği sonucuna ulaşılmıştır. Dünyayı etkileyen Covid-19 salgını sürecinde aşı haberlerinin nasıl çerçvelendiğini konu edinen Kazaz, Pala ve Kazaz (2021), ulusal ve uluslararası medyada aşı haberlerinin nasıl sunulduğunu incelemiştir. Aşı ile ilgili 199 haberin incelendiği çalışma sonucunda haberlerde, en çok sorumluluk yükleme ve bilgi verme çerçevelerinin kullanıldığı saptanmıştır. Covid-19 sürecini konu edinen Kilit ve Türk (2020) ise çalışmalarında uluslararası basında üretilen haberlerde Türkiye görsellerinin nasıl kullanıldığını incelemişlerdir. Analizler sonucunda haberlerde metinden bağımsız olarak Türkiye’ye ait görsellere yer verildiği ve buradan hareketle haber çerçevelerinin sunuluş biçimlerinin tesadüfi olamayacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Yapay zekâ ve gazetecilik ilişkisinin akademik çalışmalarda ele alınma şeklini incelemeyi amaçlayan bibliyometrik çalışmada Yeniceler Kortak (2024) 1992-2023 yılları arasında WOS’da yayınlanan 194 çalışmayı incelemiştir. Çalışma sonucunda yayınların büyük çoğunluğunun makale türünde olduğu ve özellikle 2020 ve 2022 yıllarında araştırma sayılarının arttığı saptanmıştır. Araştırmaların odak noktasının yapay zekânın gazetecilikte ortaya koyduğu yeni türler ve bu türlere dair kullanım pratikleri olduğu tespit edilmiştir. Örnekleri çoğaltmak mümkün olmakla birlikte taramalarda yapay zekâ ile ilgili haberleri çerçeveleme analiziyle inceleyen bir çalışmaya rastlanmaması bu araştırmanın özgün tarafını oluşturmaktadır.

Çerçeveleme analizi medya içeriklerinin bütünsel olarak çözümlenmesine imkân veren bir yöntem olarak araştırmanın amaçlarıyla uyumaktadır. Yöntemsel olarak nitel bir içerik çözümlemesi özelliği taşıyan çerçeveleme analizi yoluyla televizyonda yapay zekâ konulu haberlerdeki sunum kalıpları tespit edilmiştir. Televizyon İzleme Araştırmaları (TİAK) verilerine göre 2024 yılının ilk dört ayında en yüksek izlenme oranlarına sahip üç kanal olarak ATV, Show TV ve Now kanallarının ana haber bültenlerinde yayımlanan yapay zekâyla ilgili haberler incelenmiştir. Haber içerikleri öncelikle teknolojik gelişmeleri olumlu ya da olumsuz olarak ele almalarına göre bir sınıflandırmaya tabi tutulmuştur. Ardından Entman’ın (1993) haberlerin analizinde kullanmak üzere belirlediği 5 çerçeve

boyutuna göre analizler gerçekleştirilmiştir. Bu yolla yapay zekâ ile ilgili televizyon haberlerinde izleyicinin zihnine nasıl mesajlar ekilmeye çalışıldığı ve bu mesajların hangi çerçevelerle sunulduğu, haberlerde ortaklaşan haber çerçevelerinin neler olduğu ve bunun üzerinden televizyon haberlerinde ortaklaşan bir sunum çerçevesi olup olmadığı ortaya çıkarılabilecektir.

## 1. Televizyon Haberciliği

Günümüzde yüz yüze iletişimin yerini büyük ölçüde aracı iletişim almıştır. Özellikle televizyon, kişilerin birbirlerinden daha fazla zaman geçirdikleri hem gösteren hem de söyleyen görsel işitsel bir kitle iletişim aracı konumundadır (Ay, 2022, s. 914). Eğlendirme ve bilgilendirme işlevleriyle öne çıkan televizyon, özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından sonra yaygınlaşmaya başlamıştır. Zaman ve uzam farkını ortadan kaldırarak uzakları yakın eden internetin yaşamın başrolünü kapmasına dek televizyon, en yaygın kitle iletişim aracı olmayı sürdürmüştür. Kitlelerin haber alma ve bilgi ihtiyacının karşılanmasında ise televizyon haberlerinin görsel ve işitsel özellikleriyle önemli bir yeri vardır (Yapku, 2018, ss. 40-42). Bugün teknolojik gelişmeler ve dijitalleşme ile hayatın her alanı olduğu gibi televizyon ve habercilik de değişip dönüşmektedir (Gürsoy Atar, 2017, s. 350). Ancak haberin bir takım özsel ve işlevsel özellikleri varlığını korumaktadır.

Televizyon sunduğu içeriklerle kitlelerin neyi ne kadar bilmesi gerektiğinin sınırını da belirlemektedir. Halkın neyi düşüneceği, önem ve öncelikler sıralamasında nelerin yer alması gerektiği konusunda yönlendiricilik yapan televizyon, gerçeğe dair bilgi olarak sunulan haberi inşa ederken aynı zamanda gerçekliği medyatik bir şekilde kurgulamaktadır. Bu şekilde izleyicilerin dış dünyaya açılan pencerelerinin sınırları da çizilmektedir (Karaduman, 2007, s. 47). Televizyon haberlerindeki görüntüler gerçek hayattaki kesitlerden alınarak ve kurgulanarak verilirken, bu görsel ve sözlü görüntüler izleyicilerin o olaya belli bir perspektiften bakıp algılamasının koşullarını hazırlamaktadır. Faklı olaylar ve konular etrafında tekrar eden bu sunum kalıpları ise izleyicilerin zihinlerinde belli bakış açılarının ekilmesi ve pekiştirilmesine neden olmaktadır.

TiA verilerine göre haber bültenleri ve programlarının izlenme oranları ile diğer televizyon içeriklerinden yüksektir (<http://tiak.com.tr/upload/files/2020yillik.pdf>). Hatta “prime time” olarak adlandırılan izlenme oranlarının en yüksek olduğu zaman dilimlerinde yayınlanan haber bültenleri, ardından gelen programların izlenme oranlarını da etkilemektedir (Güngör, 2022, s. 45). Postman, televizyonun sadece dünyaya ilişkin bilginizi değil, aynı zamanda bilme yollarına ilişkin bilginizi de yönlendiren bir araç olarak nitelendirerek anlamlandırma sürecine olan etkisine gönderme yapmaktadır (1994, s. 92). Bilme yollarına ilişkin bilginin yönlendirilmesi insanın bakma, görme, algılama, anlama, anlamlandırma ve yaşama şeklini de etkilemektedir.

Günümüz dünyasında gelişen teknoloji ile birlikte iletişimde farklı evreler yaşanmaktadır. Teknolojide yaşanan hızlı gelişmelerle bilgi üretimi, akışı ve dolaşımı artmakta, dünyanın dört bir yanında yaşanan olaylara ilişkin görüntü ve içeriklere ulaşmak, hatta canlı olarak tanıklık etmek kolaylaşmaktadır (Derindağ, 2020). Özellikle çevrimiçi siteler ve uygulamalar bu yönden geniş olanaklar sunmakla birlikte televizyon yayıncılığı da dijitalleşmeden doğal olarak etkilenmektedir. Televizyon tek yönlü, endüstriyel ve kitlesele iletişim çağının bir aracı olmasıyla geleneksel medya içinde değerlendirilmektedir. Teknolojinin birikimli ilerlemesi esnasından hareketle yeni iletişim çağı da bir önceki teknolojiyi tamamen ortadan kaldırmaz, aksine eski teknoloji ve iletişim ile melezleşerek yeni biçimler ortaya çıkarır (Çiğ, 2018). Böylece izleyiciye tek yönlü bir iletişim sunan televizyon günümüz teknolojiyle insanlara çift yönlü iletişim olanağı sağlayan bir araca dönüşerek dijital dünyada yerini

almıştır. Yayınların dijitalleşmesi ile ulusal ve uluslararası çok sayıda kanalı bir arada izleme fırsatı yakalayan izleyiciler, televizyonların etkileşimli uygulamaları sayesinde istedikleri içeriklere de kolayca ulaşabilmektedir.

Değişen ve gelişen yayın teknolojileri ile izleyicilerin çeşitli mecralarda farklı medya içeriklerine ulaşmaları kolaylaşsa da televizyon vazgeçilmez bir kitle iletişim aracı olma konumunu korumaktadır (İlhan, 2019, s. 59). Nitekim araştırmalar Türkiye’de toplumun özellikle belli kesimlerin için televizyonun temel haber kaynağı olmaya devam ettiğini, gençler ve belli yaş grupları içinse haber tüketiminde çevrimiçi mecraların öne geçtiğini ortaya koymaktadır (<http://tiak.com.tr/upload/files/2020yillik.pdf>). Buradaki önemli nokta ise bu mecralardaki içeriklerin kaynağının çoğu zaman yerleşmiş ve genel kabul görmüş medyadaki ürünlere dayanıyor olmasıdır. Bunların başında ise görüntü ve ses üzerinden bilgi aktarmaya imkân veren televizyon vardır. Diğer bir deyişle televizyon, dijital etkileşimli mecraların içerik üretiminde başvuru kaynağıdır. Teknolojinin gelişmesiyle insanın haber ihtiyacını karşılayan mecralar değişip çeşitlense de işin özünün, yani haberin, büyük ölçüde aynı kaldığı gözlenmektedir. Bu bağlamda televizyon, Postman’ın (1994) deyişiyle bilme yollarına ilişkin bilgimizi yönlendirmeye devam etmekte ve ürettiği içeriklerle yaygın kalıplar oluşturarak belirli dünya görüşlerini insan bilincine yerleştirmektedir. İnsan da hangi pencereden bakıyorsa o manzarada gördüklerini gerçek olarak kabul ederek bir anlamda o gerçeği yaşamaktadır.

İnşacı perspektiften bakıldığında ise gerçeklik toplumsal olarak sürekli yeniden üretilmektedir. Dolayısıyla toplumsal gerçekliğin inşasında rol oynayan kitle iletişim araçları bunu kitlelere çeşitli hikâyeler anlatarak yapmaktadır. Ortak bir görüş yaratılan bu hikâye anlatma sürecine de çerçeveleme denmektedir (Turancı, 2021, s. 122). Çünkü temelde çerçeveleme bir anlamlandırma pratiğidir (Küçük Durur, 2011, s. 22). Buradan hareketle teknolojiye gelişmeler ve yapay zekâya dair hikâyelerin nasıl sunulduğu, hangi çerçevelerle kitlelerin anlamlandırma pratiklerinin şekillendirildiğini çözümlenmek önemli hale gelmektedir.

## 2. Yapay Zekâ Konulu Televizyon Haberlerinde Kullanılan Çerçevesel Analizi

### 2.1. Yöntem ve Örneklem Üzerine

Bu çalışmanın amacı Türkiye’de ulusal yayın yapan televizyonların ana haber programlarında yapay zekâ konusunun hangi haber çerçeveleriyle sunulduğunu incelemektir. Araştırmada ATV, Show TV ve Now kanallarının 1 Ocak-30 Nisan 2024 aylarındaki ana haber bültenleri örneklem olarak seçilmiştir. Örneklemen belirlenmesinde TİAK verileri ve haber sitelerinin internet arşivlerinin ulaşılabilirliği belirleyici olmuştur. Çalışmada belirtilen tarih aralığındaki televizyon haberlerinde yapay zekâ konusunun hangi çerçevelerle nasıl sunulduğu çözümlenerek haberler yoluyla sunulan anlamlandırma pratikleri tespit edilmiştir. Araştırmada medya içeriklerindeki çerçeveleri belirlemeye yönelik analizlerde kullanılan yöntem olarak içerik analizi uygulanmıştır. İçerik analizi metindeki birbirine benzer öğeleri değerlendirmeye, yorumlamaya ve bunlardan çıkarsama yapmaya imkân veren, metinde ilk bakışta farkedilmeyen bütünsel ve bağlamsal gizil ve ikincil anlamları deşifre etmeye yarayan bir yöntemdir (Bilgin, 2006). Berelson (1952) ise içerik analizini “nesnel, sistematik ve nicel bilgiye ulaşmayı sağlayan bir yöntem” olarak tanımlar. İçerik analizi metin içindeki benzer verilerin belirli bir kavram veya kategori altında bir araya getirilerek bunları düzenleyip elde edilen verilerin yorumlanmasına dayalı bir yöntemdir (Yıldırım ve Şimşek, 2018). Yöntem olarak içerik analizinin uygulandığı çerçeveleme analizlerinde Entman’ın haberlerde en sık karşılaşılan çerçeveler olarak işaret



ettiği sorumluluk yükleme, ahlakilik, insan ilgisi, çatışma ve ekonomik sonuçlar çerçeveleri içerik analizinin kategorileri kullanılmaktadır. Analiz kategorilerini oluşturan bu çerçeveleri Semetko ve Valkenburg (2000) kısaca şöyle özetlemiştir:

- **Ahlakilik çerçevesi** sorunu veya konuyu dini inançlar veya ahlaki prensipler bağlamında ele alır.
- İnsani ilgi çerçevesi insan hayatına dair hikayelerin anlatımı sırasında duygusallığı ön plana çıkarır.
- **Çatışma çerçevesi** izleyici veya okuyucu ilgisini çekmek için bireyler, gruplar veya kurumlar arasındaki çatışmayı ön plana çıkararak aktarır.
- **Ekonomik sonuçlar çerçevesi** konuları ülkeler, gruplar, kurumlar, bireyler ya da bölgeler için doğuracağı maddi faydaları, zararları veya oluşabilecek maliyetler bakımından anlatır.
- **Sorumluluk çerçevesi** bir sorunu veya probleme sebep olma veya çözüme sorumluluğunu hükümete, bireye veya gruba yükler (Semetko & Valkenburg, 2000, s. 95).

Çerçeveler yinelenen sunumsal kalıplar olarak bireylerin olay ve konuları benzer bakış açıları ile algılayıp değerlendirmesine ve ona göre tutum sergilemelerine neden olmaktadır. Dolayısıyla bu araştırmada televizyon haberlerindeki yapay zekâ konulu haberlerin hangi çerçevelerle sunulduğunu ve haberlerdeki sunum kalıplarını ortaya çıkarma hedefi nedeniyle içerik analizi uygulanmıştır.

## 2.2. Bulgular

Araştırma kapsamında öncelikle 1 Ocak-30 Nisan 2024 tarih aralığındaki tüm ana haber programları Youtube üzerinden izlenerek yapay zekâ konulu haberler saptanmış, ardından bu haberlerin sayısı ve haber içeriklerinin olumlu mu yoksa olumsuz mu sunulduğuna yönelik bir sınıflandırmaya gidilmiştir.

**Tablo 1:** Yapay zekâ konulu haberler içeriklerinin pozitif ve negatif sunum oranları

Haber Kanalları	Negatif	Pozitif	Toplam Haber Sayısı
ATV	6	16	22
Show TV	5	5	10
Now TV	0	6	6
<b>TOPLAM</b>	11	27	39

Analiz sonucunda ATV, Show TV ve Now TV’de 1 Ocak-30 Nisan 2024 tarihleri arasında yapay zekâ konulu toplam 38 haberin yayınlandığı tespit edilmiştir. Bu haberler öncelikle yapay zekânın insan hayatına katacağı olumlu özelliklerle mi yoksa getirebileceği tehlike ve riskler üzerinden olumsuz özelliklerle mi ele alındığını ortaya koymak üzere incelenmiştir. Analiz kapsamında tespit edilen 38 haberin 11’inin negatif, 27’sinin ise pozitif içerikler barındırdığı saptanmıştır. Bu verilerden hareketle, televizyon haberlerinde yapay zekâ konusunun hayata katacağı olası kolaylıklar ve yenilikler üzerinden olumlu bir bakış açısıyla sunulması yönünde bir eğilim olduğu saptanmıştır.

Değişim hem cezbedici hem de ürkütücü bir olgu olarak zıtlıkları içinde barındırmaktadır. Bu bağlamda teknolojideki gelişmeler ve özellikle yapay zekâyla ilgili adımların yaşamın alışlagelmiş akışında ortaya çıkarabileceği değişimlere yönelik şüpheler, olası riskler ve tehditler haberlerdeki negatif yaklaşımın temelini oluşturmaktadır. Bu eğilim ise haberlere şu şekilde yansımaktadır. “Defne

*Samyeli'yi kopyaladılar.*<sup>1</sup> (ATV, 25.01.2024). Bu tür haberler genelde, özel yaşama ve kişisel haklara ilişkin sınırların korunmasına yönelik kaygıları ortaya koymaktadır. Benzer bir kaygıyı *"Firmalar yapay zekâ ile sesimizi satın alıyor."*<sup>2</sup> (ATV, 22.02.2024), *"Yapay zekâ şirketleri sesimize göz dikti."*<sup>3</sup> (Show TV, 26.02.2024) başlıklı haber içeriklerinde, teknolojinin bir kişiye ait özellikleri kopyalayabilmesi ve kullanabilmesi ihtimalinin yarattığı olası risklere işaret edilmektedir.

İncelenen kanalların yapay zekâ konulu haberlere yer verme oranlarının da birbirinden farklı olduğu gözlenmiştir. Bu tür haberlere en fazla yer veren kanal ATV (f= 22 haber) olurken en az yer veren Now TV (f= 6 haber) olmuştur. ATV yayınlandığı haberlerin yüzde 27'sinde yapay zekânın negatif yönlerine vurgu yaparken yüzde 73'ünde pozitif yönlerine yer vermiştir. Yapay zekâyâ en az yer veren Now TV'deki haberlerin tamamında ise yapay zekânın pozitif olarak sunulduğu saptanmıştır. Show TV'de yayınlanan haberlerin yüzde 50'sinin pozitif ve diğer yüzde 50'sinin de negatif olması nedeniyle yapay zekâ konusunda daha nötr bir yaklaşım sergilediği gözlenmiştir. Belirlenen haberlerin hangi sunum kalıplarıyla yayınlandığını tespit etmeye yönelik analizin sonuçları ise Tablo-2'de sunulmuştur.

**Tablo 2:** Yapay zekâ konulu haberlerde kullanılan çerçevelerin oranı

Haber Kanalları	ATV	Show TV	Now TV	TOPLAM
<b>Sorumluluk</b>	7	1	1	9
<b>İnsani İlgisi</b>	3	3	1	7
<b>Çatışma</b>	1	2	0	3
<b>Ekonomik Sonuçlar</b>	7	2	4	13
<b>Ahlakilik</b>	4	2	0	6
<b>TOPLAM</b>	22	10	6	38

Yapay zekâ konulu içeriklerin haber analizlerinde kullanılan beş çerçeveye göre incelenmesi sonucunda yüzde 34 ile en fazla ekonomik sonuçlar çerçevesinin kullanıldığı tespit edilmiştir. Ele alınan konunun ülkeler, bölgeler, gruplar, kurumlar ya da bireyler açısından yaratacağı maddi fayda ya da zararları anlatan, ortaya çıkabilecek maliyetlere işaret eden ekonomik sonuçlar çerçevesi teknolojinin faydaları ve risklerini anlatabilmek açısından uygun bir bağlam oluşturmaktadır. Bu çerçeveye ilişkin haberlere örnek olarak; *"Yeni nesil robot kahveci"*<sup>4</sup> (ATV, 12.01.2024), *"Yapay zekâdan sinematik video"*<sup>5</sup> (ATV, 16.02.2024), *"Geleceğin meslekleri"*<sup>6</sup> (Show TV, 15.04.2024), *"Yapay zekâ destekli ayakkabı üretildi."*<sup>7</sup> (Now TV, 11.01.2024) başlıklı haberleri göstermek mümkündür. Bu haberlerde yapay zekânın kullanım alanının genişlemesiyle hayatın farklı alanlarında ortaya çıkan yenilikler ve kolaylıklar öne çıkarılmaktadır.

Haberlerde en fazla kullanılan ikinci çerçeve ise sorumluluk (yüzde 24) olmuştur. Sorumluluk çerçevesinde teknolojik gelişmelerle hayatımıza giren yapay zekânın yaratabileceği olası sorunlara ve

<sup>1</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=MQIJ3MQF8lw>

<sup>2</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=N9nTtJG2hLA>

<sup>3</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=XS1GO8ya6jE>

<sup>4</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=23KXZ5YsESE>

<sup>5</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=PdJcEMOi\\_BY](https://www.youtube.com/watch?v=PdJcEMOi_BY)

<sup>6</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=-okif3U0Ngg>

<sup>7</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=k4J44YYCfil>

bunları çözmeye yönelik atılacak adımlara ilişkin detaylara verilmektedir. Ayrıca bu sorunları çözmeye sorumluluğundaki hükümet, birey ya da gruplara işaret etmek için de bu çerçeve işlevseldir. Sorumluluk yüklemeye çerçevesine örnek haberler arasında ATV’de yayınlanan “*Yapay zekâdan deprem tahmini*”<sup>8</sup> (12.01.2024) ve Show TV’de yayınlanan “*Yapay ete izin yok*”<sup>9</sup> (10.01.2024) başlıklı haberler vardır. Sorumluluk çerçevesi ayrıca “*İnsan beynine ilk çip*”<sup>10</sup> (ATV, 30.01.2024), “*İnsan beynine çip takıldı.*”<sup>11</sup> (Now TV, 30.01.2024) başlıklı haberlerde olduğu gibi teknolojinin insan yaşamını iyileştirme yönünde üstlendiği sorumluluğa işaret etmek için de kullanılmıştır.

En sık kullanılan üçüncü çerçeve olan insani ilgi (yüzde 18) ise yapay zekânın insan hayatına getireceği yenilikleri hikâyeleştirmeye ve duygusal boyutu öne çıkarmaya imkân veren bir çerçeve olarak karşımıza çıkmaktadır. Show TV’de yayınlanan “*Sanat güneşi yapay zekâ ile parladı.*”<sup>12</sup> (11.01.2024) ve “*Cem Karaca hologram ile şarkı söyledi.*”<sup>13</sup> (24.01.2024) başlıklı haberler ile ATV’de yayınlanan “*Müslüm Gürses’in yeni albümü çıktı, hologram ile şarkı söyledi*”<sup>14</sup> (20.04.2024) başlıklı haber buna örnektir. Bu tür haber içeriklerinde toplumun sevdiği ve toplumsal hafızada yer etmiş isimlere yapay zekâ sayesinde tekrar kavuşma imkânı müjdelenmektedir. Sıra dışı olayların konu edildiği insani ilgi çerçevesindeki haberlere örnek olarak “*Yapay zekâ sayesinde konuştu*”<sup>15</sup> (ATV, 21.03.2024) ve “*Marifetli köpek taksim turunda*”<sup>16</sup> (Show TV, 30.03.2024), “*Robot köpek Taksim’de oynadı.*”<sup>17</sup> (Now TV, 30.03.2024) başlıklı haberler gösterilebilir. Teknolojinin yaşama kattığı olumlu boyutları öne çıkaran bu tarz haberlerde dramatik hikâyeleştirme ve duygusal tonun ağır bastığı görülmektedir.

İncelenen haberlerde kullanım sıklığı açısından dördüncü sırada yer alan ahlakilik çerçevesi (yüzde 16) ele alınan sorunu ya da konuyu inanç ve ahlaki prensipler açısından değerlendirerek sunmaya imkân vermektedir. Yapay zekânın gelişmesi ve hayatın hemen her alanında yer almaya başlamasının yerleşik değerler ve yapıları nasıl etkileyeceğine ilişkin sorgulamalarda bu çerçevenin kullanıldığı gözlenmiştir. Çalışmada ahlakilik çerçevesine yönelik örnekler arasında; “*Ünlülerin sesi izinleri dışında çalınıyor*”<sup>18</sup> (ATV, 26.01.2024), “*Yapay zekâ fenomenleri türedi*”<sup>19</sup> (ATV, 29.01.2024), “*Yapay zekâ Defne Samyeli’yi konuştu.*”<sup>20</sup> (Show TV, 25.01.2024) başlıklı haberler yer almaktadır. Bu tarz sorgulama ve şüphe barındıran haberlerde teknolojik gelişmelerin ortaya çıkardığı risklere işaret edilerek hayatın akışındaki değişim karşısındaki kaygı yansıtılmaktadır. Nitekim Tablo-3’te de görüleceği gibi ahlakilik boyutunda değerlendirilen haberlerin tamamının negatif yönlü olması da bu eğilimi ortaya koymaktadır.

<sup>8</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=Vw2Wn3FfZ9c>

<sup>9</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=zYHZ4tMEM54>

<sup>10</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=3LH7z16dvcY>

<sup>11</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=ZB3w7zD8U-E>

<sup>12</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=NF877Xl\\_n-k](https://www.youtube.com/watch?v=NF877Xl_n-k)

<sup>13</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=G9mrBDI9Tho>

<sup>14</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=EQpZY3IBL0g>

<sup>15</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=N-UQdgnemjo>

<sup>16</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=B\\_5Thj5umIY](https://www.youtube.com/watch?v=B_5Thj5umIY)

<sup>17</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=DqWo0xixHTc>

<sup>18</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=K224ndKR\\_yQ](https://www.youtube.com/watch?v=K224ndKR_yQ)

<sup>19</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=n6H1yY7YUrw>

<sup>20</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=Uv\\_1rW4wd1E](https://www.youtube.com/watch?v=Uv_1rW4wd1E)

Araştırma kapsamında yapay zekâ konulu haberlerde en az karşılaşılan çerçeve yüzde 8 ile çatışma çerçevesi olmuştur. Haberlerin dikkat çekiciliğini ve dolayısıyla okunma-izlenme oranlarını artırmak amacıyla kullanılan çatışma çerçevesi bireyler, gruplar ve kurumlar arasındaki karşıtlığı öne çıkarmaya dayanmaktadır. Yapay zekânın hayatın içinde ortaya çıkarabileceği olumsuzluklara işaret etmek ve tarafları konumlandırarak bir karşıtlık yaratmaya imkân veren bu çerçevenin incelenen haberlerdeki kullanım oranı azdır. İncelenen haberlerde çatışma çerçevesinin nasıl yer aldığına örnek olarak ATV’de yayınlanan “Çocuklar için yeni tehlike Simsimi oyunu”<sup>21</sup> (16.04.2024) başlıklı haber gösterilebilir. Teknolojideki gelişmelerin tehlikeyle ilişkilendirildiği bu tarz haberlerde diyalektik bir bakışla yüceltilen teknolojik gelişmelerin barındırdığı ve çoğu zaman fark edilmeyen risklere işaret edilmektedir. Bu tarz haberleri okura-izleyice yönelik “uyanık ol” çağrısı şeklinde yorumlamak mümkündür.

Bu noktada belirtilmesi gereken bir diğer husus ise incelenen haberlerin içindeki “ama”lara ilişkindir. Haberlerin büyük ölçüde olumlu bir bağlamla sunulduğundan daha önce bahsedilmiştir. Bunun yanı sıra haberlerde “ama” denilerek bir pencere açıldığı, bilinmeyen cazibesi ve ürkütücülüğünden hareketle yapay zekânın yaşama katabileceği olumlu unsurlar yanında risklere ve tehlikelere işaret edilmesinin yaygın bir eğilim olduğu saptanmıştır. Analizlerde haberin başlığı ve öncelikli kurgusundan hareketle bir çerçeve içinde değerlendirilmesi ve buna göre sınıflandırılması söz konusu olduğundan temelde çatışma ve karşıtlık üzerine kurulan haberlerin sayısının az olduğu tespit edilmiştir.

Yapay zekâyâ dair haberlerde kullanılan çerçevelerin incelenen haber kanallarına göre dağılımına bakıldığında, kanalların kullandıkları çerçeveler arasındaki en büyük farkın ekonomik sonuçlar ile çatışma çerçeveleri arasında olduğu görülmektedir. Yapay zekâ konulu haberler oluşturulurken en çok ekonomik sonuçlar çerçevesi, en az ise çatışma çerçevesi tercih edilmiştir. Yukarıdaki tablodan hareketle toplam 13 haber ile birinci sırada yer alan ekonomik sonuçlar çerçevesini en çok kullanan kanal, 7 haber ile ATV olurken, ardından 4 haberle Now TV ve 2 haberle Show TV gelmiştir. En az kullanılan çatışma çerçevesinin kanallara göre dağılımı ise şöyledir: Show TV’de 2 haber ve ATV’de 1 haber. İncelenen dönemde Now TV’de yapay zekâyı çatışma çerçevesine dayandıran habere rastlanmamıştır.

**Tablo 3:** İncelenen haber kanallarında yapay zekâ konulu haberlerin çerçevelere göre negatif/pozitif ayrımı

Haber Kanalları	Sorumluluk		İnsani İlgî		Çatışma		Ekonomik Sonuçlar		Ahlakilik	
	Negatif	Pozitif	Negatif	Pozitif	Negatif	Pozitif	Negatif	Pozitif	Negatif	Pozitif
ATV	0	7	0	3	1	0	1	6	4	0
Show TV	0	1	1	2	2	0	0	2	2	0
Now TV	0	1	0	1	0	0	0	4	0	0
<b>TOPLAM</b>	0	9	1	6	3	0	1	12	6	0

Entman’ın beş çerçevesi temelinde incelenen yapay zekâ konulu haberlerin örneklemedeki televizyon kanallarında olumlu ve olumsuz sunumu Tablo 3’de verilmiştir. Sorumluluk çerçevesi açısından bakıldığında incelenen kanallardaki yapay zekâ konulu toplam 9 haberin tamamının pozitif

<sup>21</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=bNMvkmcolwc>

bir bakış açısı ile sunulduğu saptanmıştır. Burada ATV haber programı sorumluluk çerçevesini en yoğun kullanan kanal olarak öne çıkmaktadır. Buna karşın çatışma ve ahlakilik çerçevelerinin tamamı negatif yönlü olarak sunulmuştur. Çatışma çerçevesinde yayımlanan toplam 3 haberin de ahlakilik çerçevesindeki toplam 6 haberin de negatif içerikli olduğu görülmüştür. Yapay zekâ konulu haberleri insani ilgi çerçevesinde sunan haberlerin 1'i negatif yönlü iken 6'sı pozitif bağlamla sunulmuştur. Yapay zekâ konulu haberlerde en sık kullanılan ekonomik sonuçlar çerçevesinin 12'si (yüzde 92) pozitif yönlü iken sadece 1'i negatif yönlüdür. Bu veriler birlikte değerlendirildiğinde 1 Ocak-30 Nisan 2024 tarihleri arasında incelenen kanallarda yapay zekâ konulu haberler arasında pozitif bakış açısıyla sunulan haberler ekonomik sonuçlar çerçevesinde yoğunlaşırken, negatif bakış açısıyla sunulan haberlerin ise ahlakilik çerçevesinde yoğunlaştığı saptanmıştır.

## Sonuç

Bu makalede son dönemlerin popüler ve heyecan verici konularından olan yapay zekâ ile ilgili televizyon haberleri incelenmiştir. Çalışma ile haberlerdeki yaygın sunum kalıplarını belirlemek ve bu yolla haberler aracılığıyla yerleştirilmeye çalışılan bakış açılarının tespit etmek amaçlanmıştır. 1 Ocak-30 Nisan 2024 tarihleri arasında ATV, Now TV ve Show TV ana haber programlarında yayınlanan yapay zekâ konulu haberlerde kullanılan çerçeveleri tespit etmek amacıyla bir içerik analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucunda örneklemdaki kanalların kullanılan dil ve haber çerçeveleri açısından benzer oldukları tespit edilmiştir.

İnsanlığı bugünkü aşamaya getiren merak duygusu, içinde zıtlıkları barındırmaktadır. Teknoloji ve teknolojiye bağlı değişim konusu da diyalektik şekilde karşıtlıkları içinde barındıran başlıklardan biridir. Hızlı değişim dönüşüm karşısında bir yandan şüphelenen, tedirgin olan hatta korkan bireyler diğer yandan da bilinmezi aşma ve ötesine geçme dürtüsüyle korktuğuna odaklanmaktadır. İnsanların farklı olaylar durumlar karşısında yaşadığı bu gel-gitleri haberlerde de net olarak görmek mümkündür. Zira araştırma kapsamında incelenen haberlerde kullanılan dil ve sözcüklerle birlikte haberlerin yerleştirildiği bağlam değerlendirildiğinde yapay zekâ ile ilgili haberleştirilen olayların kimi zaman tehlike kimi zaman risk kimi zamansa mucize olarak sunulduğu saptanmıştır. Bu ise ilgili haberlerin negatif ve pozitif bağlamlara oturtularak sunulması sonucunu ortaya çıkarmıştır. Haberleri negatif ya da pozitif bağlamla sunma açısından haber çerçevelerinin de işlevsel olduğu tespit edilmiştir.

İncelenen televizyon haberlerinde yapay zekâ ile ilgili gelişmeleri daha çok pozitif (yüzde 71) şekilde ele almak yönünde bir eğilim olduğu gözlenmiştir. Haber kanallarındaki yapay zekâyâ dair pozitif haberlerin daha çok toplumu ilgilendiren, hayat standardını yükseltecek ve yeni bir umut ışığı olacak şekilde sunulduğu saptanmıştır. Bu haberlerin sunumunda kullanılan çerçeveler ise ekonomik sonuçlar, insani ilgi, sorumluluk çerçevelerine uymaktadır. Negatif yönlü haberlerde ise yapay zekânın toplumdaki bazı iş kollarını ortadan kaldırabilecek, toplum için tehlike ve insanlık için risk oluşturabilecek taraflarına dikkat çekilmiştir. Bu yöndeki haberlerde kullanılan çerçevelerin ise ahlakilik ve çatışma çerçeveleri olduğu tespit edilmiştir. Bu durum haberlerde kullanılan çerçevelerin yoğunluklarına da yansımaktadır. Zira haberlerde kullanılan çerçevelerin dağılımı açısından ekonomik sonuçlar ve sorumluluk çerçevesinin öne çıktığı, çatışma, insani ilgi ve ahlakilik çerçevelerinin ise bu haberlerde daha az tercih edildiği belirlenmiştir.

Elde edilen tüm bu bulgular ışığında sonuç olarak, üç kanalın da yapay zekâ haberlerini ele alış şekli, kullandığı dil ve çerçeve bakımından benzerlikler olduğu belirlenmiştir. Kanallar bu haberleri oluştururken yapay zekânın insan hayatına sunacağı hem olumlu hem de olumsuz getirileri belli

kavramlar ile kitlelere sunmuştur. Bu kavramlar ışığında yapay zekâ olumsuz yönde korkutucu ve tehlike kelimeleri ile birlikte kullanılırken olumlu yönde ise mucize ve yeni yaşam tarzı kelimeleri ile sunulmaktadır. Teknolojinin hayatın farklı alanlarında yer edinmesi ve artan dijitalleşme ile kullanım alanı hızla artan yapay zekânın haberlerde nasıl, hangi bağlamlar ve kalıplarla sunulduğunu inceleyen bu çalışma, kendi sınırlılıkları içerisinde literatüre katkı sağlamayı hedeflemektedir. Yapay zekâ teknolojilerinin gelişerek gazetecilik mesleğinin icrasında kullanımının artmasıyla zaman içinde konuyla ilgili çalışmaların sayısının ve farklı disiplinlerle bağlantı kurulması yoluyla nitelik ve kapsayıcılığının artacağı öngörülmektedir.

## Kaynakça

- Akmeşe, Z. (2020). Televizyon ana haber bültenlerinde çerçeveleme: Türk Telekom reklam filmi örneği. *Middle Black Sea Journal of Communication Studies*, 5(1), 37-49.
- Ay, A. (2022). Yapay zekâ haberciliği ve gazetecilik tartışmalarına dair bir değerlendirme. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 913-926.
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Free Press.
- Bilgin, N. (2006). *Sosyal bilimlerde içerik analizi*. Siyasal Kitabevi.
- Çeber, B. (2022). *Yapay zekâ uygulamalarının halkla ilişkiler aracı olarak kullanımı* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Çığ, Ü. (2018). Neoliberal dönemde medyanın dönüşümü ve Gerbner'i yeniden düşünmek. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, 1-20.
- Derindağ, M. (2020). *Türkiye'de sosyal medya ve internet gazeteciliğinin televizyon haberciliğine etkileri* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Aydın Üniversitesi.
- Douglas, M. M., & Detenber, B. H. (1999). Framing effects of television news coverage of social protest. *Journal of Communication*, 49(3), 3-23.
- Edelman, M. J. (1993). Contestable categories and public opinion. *Political Communication*, 10, 231-242.
- Efiliti Atay, S. (2019). Çerçeveleme kuramı: 27 nisan e-muhtıra haberlerinin türk yazılı basında sunumu. *Atatürk İletişim Dergisi*, (18), 5-24. <https://doi.org/10.32952/atauniiletisim.528692>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Entman, R. M., & Rojecki, A. (1993). Freezing out the public: Elite and media framing of the U.S. antinuclear movement. *Political Communication*, 10(2), 151-167.
- Etike, Ş. (2023). Yapay zekâ ve haber üretim süreci: Tanımlar ve uygulamalar. *Türkiye Medya Akademisi Dergisi*, 588-609.
- Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (1991). *Social cognition*. McGraw-Hill.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Northeastern University Press.
- Güngör, C. R. (2022). *Kriz dönemlerinde televizyon haberciliği kovid 19 sürecinde tecimsel tv kanallarının ana haber bültenlerinde söylem farklılıkları* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Maltepe Üniversitesi.
- Gürsoy Atar, Ö. (2017). Dijital çağda televizyon izleyiciliğinin dönüşümü. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 350-379.
- İlhan, Ç. K. (2019). *Televizyon haberciliğinde yeni medyanın kullanımı: Whatsapp ihbar hattı* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Ing, T. S., Lee, T. C., Chan, S. W., Alipal, J., & Hamid, N. A. (2019). An overview of the rising challenges in implementing industry 4.0. *International Journal of Supply Chain Management*, 1181-1188.
- Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible?* University of Chicago Press.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1984). Choice, values, and frames. *American Psychologist*, 39, 341-350.

- Karaduman, S. (2007). Medyatik gerçeklikte kimlik temsilleri: Televizyon haberlerinin aktörleri üzerine düşünceler. *Selçuk İletişim*, 45-56.
- Karahisar, T., & Hayır, C. (2021). *Yeni medya çalışmaları değişen toplumsallaşma*. Literatürk Academia.
- Karaman, N. (2024). Sağlık çalışanlarına şiddet haberlerinin çerçeveleme yaklaşımı ile incelenmesi. *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 6(1), 263-284. <https://doi.org/10.53281/kritik.1486774>
- Kazaz, M., Pala, S., & Kazaz, A. (2021). Covid-19 aşı haberlerinde çerçeveleme: Haber sitelerinde aşı haberlerinin sunumu. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(1), 343-361. <https://doi.org/10.47107/inifedergi.880181>
- Kilit, Z. A., & Türk, M. S. (2020). Uluslararası basının covid-19 haberlerinde kullandığı Türkiye görsellerinin çerçeveleme kuramı bağlamında değerlendirilmesi. *Uluslararası Türk Kültür ve Sanat Sempozyumu* içinde (s. 476-487).
- Küçük Durur, E. (2011). İnşacı yaklaşım içinde çerçeveleme kuramı ve haberin çerçevesi. *Atatürk İletişim Dergisi*, 21-32.
- McLeod, D. M., & Detenber, B. H. (1999). Framing effects of television news coverage of social protest. *Journal of Communication*, 49(3), 3-23.