



NİTEL VERİ ANALİZİNDE YAPAY ZEKÂ: HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAM ARAŞTIRMALARINDA MAXQDA AI ASSIST'İN KULLANIMI

ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN QUALITATIVE DATA ANALYSIS: USING MAXQDA AI ASSIST IN PUBLIC RELATIONS AND ADVERTISING RESEARCH

Asiye Nurcihan DERELİ¹ ●
Aytaç Burak DERELİ² ●



ORCID: A.N.D. 0000-0003-3056-4336
A.B.D. 0000-0002-6449-7509

Corresponding author/Sorumlu yazar:

¹ Asiye Nurcihan Dereli
Atatürk University, Institute of Social Sciences Public Relations and
Promotion/PhD Student, Türkiye
E-mail/E-posta: asiye.nurcihan.dereli19@ogr.atauni.edu.tr

² Aytaç Burak Dereli
Trabzon University, Türkiye
E-mail/E-posta: aburakdereli@gmail.com

Received/Geliş tarihi: 06.07.2025

Benzerlik Oranı/Similarity Ratio: %5

Revision Requested/Revizyon talebi: 26.08.2025

Last revision received/Son revizyon teslimi:
31.08.2025

Accepted/Kabul tarihi: 30.09.2025

Etik Kurul İzni/ Ethics Committee Permission: There is no element in the study that requires ethics committee approval. / Çalışmada etik kurul onayı gerektiren bir unsur bulunmamaktadır.

Citation/Atf: Dereli, A. N. & Dereli, A. B. (2025). Nitel Veri Analizinde Yapay Zekâ: Halkla İlişkiler ve Reklam Araştırmalarında MAXQDA AI Assist'in Kullanımı. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 15 (4), 1656-1668.
<https://doi.org/10.7456/tojdac.1736055>

Öz

Bu çalışmada, bilgisayar destekli nitel veri analiz yazılımlarında (CAQDAS) yapay zekâ (AI) kullanımını incelenerek, MAXQDA'nın AI Assist özelliği üzerine odaklanılmaktadır. Yapay zekânın nitel araştırmalardaki artan rolü, araştırmacılara büyük miktarda veriyi hızlı ve sistematik bir şekilde analiz etme imkânı sunmaktadır. Çalışma, MAXQDA AI Assist'in temel işlevlerini, uygulama alanlarını ve araştırma süreçlerine getirdiği yenilikleri değerlendirmektedir. AI Assist, transkripsiyon, yapay zekâ ile kodlama, kod önerisi, alt kod önerisi, veriler ile sohbet etme, terim açıklamalarının oluşturulması ve içeriklerin özetlenmesi gibi görevlerde araştırmacılara destek sunarak, nitel analiz sürecinde zaman tasarrufu ve analitik doğruluk sağlamaktadır. Yapay zekâ destekli analizlerin sınırları ve araştırmacının eleştirel değerlendirme sorumluluğu da tartışılmaktadır. Halkla ilişkiler ve reklam araştırmalarında yapay zekâ ile veri analiz imkanlarını değerlendiren bu çalışma, MAXQDA AI Assist'in kullanımı ile ilgili hem uygulama hem de teorik bir bakış açısı sunmaktadır. Araştırmacıların MAXQDA AI Assist gibi yapay zekâ tabanlı araçları etkili ve bilinçli bir şekilde kullanabilmesi için bu tür yazılımlar üzerinde daha fazla eğitim alması ve etik sorumluluklarını göz önünde bulundurması gerekmektedir. Yapay zekânın insan yaratıcılığını tamamlayan bir araç olarak görülmesi, analiz süreçlerinde öznellik ve derinlik kaybını önlemek adına önemlidir. Çalışma, halkla ilişkiler ve reklam araştırmalarında yapay zekâ destekli nitel analiz uygulamalarının sağlayabileceği metodolojik avantajları ortaya koyarak yapay zekânın nitel analiz süreçlerine olan katkısını ve sınırlamalarını dengeli bir şekilde açıklamaktadır. Bu çalışma, gelecekteki araştırmalara yön verecek bir rehber niteliğindedir.

Anahtar Kelimeler: Bilgisayar Destekli Nitel Veri Analizi Yazılımı, MAXQDA, AI Assist, Yapay Zekâ, Nitel Veri Analizi.

Abstract

This study examines the use of artificial intelligence (AI) in computer-assisted qualitative data analysis software (CAQDAS), focusing specifically on the AI Assist feature of MAXQDA. The increasing role of AI in qualitative research offers researchers the ability to analyze large volumes of data in a fast and systematic manner. The study evaluates the core functions of MAXQDA AI Assist, its areas of application, and the innovations it brings to research processes. AI Assist supports researchers in tasks such as transcription, AI-based coding, code suggestions, sub-code recommendations, interacting with data through chat, generating term definitions, and summarizing content, thereby providing time efficiency and analytical accuracy in the qualitative analysis process. The limitations of AI-assisted analysis and the researcher's responsibility for critical evaluation are also discussed. Assessing the possibilities of data analysis using AI in public relations and advertising research, this study offers both a practical and theoretical perspective on the use of MAXQDA AI Assist. for researchers to use AI-based tools like MAXQDA AI Assist effectively and consciously, they need to receive further training on such software and consider their ethical responsibilities. Viewing AI as a tool that complements human creativity is essential to prevent the loss of subjectivity and depth in the analysis process. The study also reveals the methodological advantages that AI-supported qualitative analysis practices can provide in public relations and advertising research. By presenting a balanced view of both the contributions and limitations of AI in qualitative analysis processes, this research serves as a guide for future studies.

Keywords: CAQDAS, MAXQDA, AI Assist, Artificial Intelligence, Qualitative Data Analysis.



GİRİŞ

Nitel veri analizi, sosyal bilimler başta olmak üzere birçok disiplinde derinlemesine, kapsamlı ve keşifsel bilgi sağlamak için önemli bir araç olarak kabul edilir. Geleneksel olarak, bu süreç genellikle araştırmacılar tarafından elle gerçekleştirilmiş, veri analizine yönelik yoğun bir emek ve zaman gerektirmiştir. Bununla birlikte, bilgisayar destekli nitel veri analiz yazılımları (CAQDAS - Computer Aided Qualitative Data Analysis), teknolojinin bu alandaki rolünü yeniden tanımlayarak sistematik ve verimli yaklaşımlar geliştirilmesine olanak tanımıştır. Son yıllarda yapay zekânın (AI) bu yazılımlara entegrasyonu, nitel araştırma süreçlerini dönüştürerek, analizlerin hızını ve doğruluğunu artırmıştır. Bu bağlamda, MAXQDA benzeri CAQDAS araçları, yapay zekâ özellikleri ile donatılarak araştırmacılara büyük kolaylıklar sunmaktadır.

CAQDAS, NVivo, ATLAS.ti ve MAXQDA gibi popüler yazılımlar, araştırmacılar için veriyi organize etme, kodlama, tematik analiz, veri görselleştirme gibi birçok analitik süreci kolaylaştırır. MAXQDA'nın "AI Assist" benzeri yapay zekâ özellikleri, veri analizi süreçlerini daha da ileriye taşıyarak, araştırmacılara zaman kazandıran ve analitik doğruluğu artıran işlevler sunmaktadır. İlgili yazılımlar, büyük veri kümelerinin ele alınmasında ve detaylı analizlerin gerçekleştirilmesinde kritik bir rol oynamaktadır (Russo vd., 2023; Dereli, 2023). Yapay zekâ teknolojisinin nitel veri analizine entegrasyonu, doğal dil işleme (NLP) ve makine öğrenimi gibi yöntemlerle mümkün olmuştur. Bu teknolojiler, transkript oluşturma, otomatik kodlama ve tematik analiz gibi süreçlerde araştırmacılara kolaylık sağlamaktadır. MAXQDA'nın AI Assist özelliği, verilerin kodlanması ile alt kod önerileri oluşturmayı ve metinlerin özetlenmesini sağlamakta, nitel veri analizi için güçlü bir araç haline gelmektedir (Velazquez, 2024; Müller ve Rädiker, 2024). Yapay zekânın nitel veri analizinde sunduğu fırsatlar, süreçlerin hızını artırma ve veri yorumlamayı derinleştirme potansiyeline dayanmaktadır. Büyük veri kümeleri ile çalışırken yapay zekâ, araştırmacıların veri içindeki desenleri ve temaları hızlı bir şekilde tanımlamasına yardımcı olmaktadır (Hamilton vd., 2023; Jalali ve Akhavan, 2024). MAXQDA ve benzeri yazılımlar, bu süreçte yapay zekâ destekli kodlama, özetleme ve kategori oluşturma gibi işlevler sunarak araştırmacıların iş yükünü hafifletmektedir.

Bu çalışma, MAXQDA'nın AI Assist özelliği üzerinden yapay zekânın nitel veri analizine olan etkilerini değerlendirerek, bu teknolojilerin hem fırsatlarını hem de sınırlarını ele almayı hedeflemektedir. Çalışma ile bilgisayar destekli nitel veri analiz yazılımlarında (CAQDAS) yapay zekâ entegrasyonunun sunduğu olanakları ortaya koymak amaçlanmakta ve MAXQDA yazılımının AI Assist özelliğinin halkla ilişkiler ve reklam araştırmalarındaki kullanımı değerlendirilmektedir. Yapay zekâ destekli analizlerin araştırma süreçlerine olan katkıları detaylı bir şekilde incelenmiş ve bu bağlamda etik sorumlulukların önemi vurgulanmıştır. Halkla ilişkiler ve reklam araştırmalarında yapay zekâ kullanımının irdelendiği bu çalışmada, mevcut teknolojilerin kullanımı ile gelecekteki potansiyelleri tartışılarak, nitel veri analiz yöntemlerine ilişkin yeni bakış açıları sunulmaktadır. Halkla ilişkiler ve reklam araştırmalarında kullanılan geleneksel nitel veri analiz yöntemleri, artan veri yoğunluğu ve çeşitliliği karşısında zaman, doğruluk ve sistematiklik açısından yetersiz kalabilmektedir. Bu noktada, yapay zekâ destekli CAQDAS araçlarının nitel araştırmalara metodolojik katkısı, sınırları ve etik sorumlulukları yeterince incelenmemiştir. Dolayısıyla, "MAXQDA AI Assist gibi yapay zekâ tabanlı nitel analiz araçları, halkla ilişkiler ve reklam araştırmalarında nasıl bir kullanım imkânı sunmaktadır?" sorusu temel araştırma problemini oluşturmaktadır. Çalışma, nitel araştırma yaklaşımı temelinde yürütülmüş, kavramsal değerlendirmeye dayalı bir derleme çalışması şeklinde tasarlanmış ve betimsel alanyazın taraması gerçekleştirilmiştir. İlk olarak CAQDAS ve yapay zekâ entegrasyonu üzerine alanyazın taraması yapılmış, ardından MAXQDA AI Assist'in işlevleri, kullanım alanları ve araştırma süreçlerine sağladığı katkılar ayrıntılı biçimde incelenmiştir. Akabinde halkla ilişkiler ve reklam araştırmalarında nitel veri analizinin kullanım biçimleri örneklenmiş; yazılımın sağladığı metodolojik avantajlar, sınırlılıkları ve etik boyutları tartışılmıştır.

BİLGİSAYAR DESTEKLİ NİTEL VERİ ANALİZ YAZILIMLARI

Bilgisayar destekli nitel veri analizi yazılımları (CAQDAS), nitel araştırmalarda önemli bir araç haline gelerek büyük hacimli nitel verilerin yönetimini, analizini, görselleştirilmesini ve yorumlanmasını kolaylaştırarak araştırmacılar için verimliliği arttıran bir yapıya sahiptir. CAQDAS, araştırmacıların daha titiz nitel analizler yürütme becerilerini önemli ölçüde artırmakta, veri işleme ve yorumlama

konusunda sistematik yaklaşımlara olanak sağlamaktadır. NVivo, ATLAS.ti, HyperRESEARCH, Dedoose, QDA Miner, RQDA, WebQDA, Leximancer ve MAXQDA gibi yazılımlar, araştırmacıların nitel verileri etkili bir şekilde düzenlemesini ve analiz etmesini desteklemek için geliştirilen çeşitli nitel analiz yazılımlarına örnek olarak gösterilebilir. CAQDAS nitel araştırma alanında araştırmacılara nitel verileri etkin bir şekilde yönetme, analiz etme ve çeşitli görselleştirme imkânları sunan önemli bir araç haline gelmiştir. Ortaya çıkışı ile nitel araştırma yöntemlerini dönüştürerek veri analizine sistematik bir yaklaşım sağlamıştır. Bu dönüşüm, kodlama, tematik analiz ve veri görselleştirme gibi çeşitli analitik görevleri kolaylaştıran bu ve benzeri yazılımların yeteneklerinde görülmektedir.

CAQDAS'ın temel avantajlarından biri, veri analiz sürecini kolaylaştırma yeteneğidir. Araştırmacılar nitel verileri geleneksel bir diğer deyişle manuel yöntemlerden daha verimli bir şekilde içe aktarabilir, sıralayabilir ve kategorilere ayırabilmektedirler. Bu verimlilik, veri hacminin ciddi oranda yüksek olabileceği kapsamlı görüşme kayıtları veya odak grup tartışmaları içeren çalışmalarda belirgin bir şekilde karşımıza çıkmaktadır. NVivo ya da MAXQDA gibi yazılımların kullanımı, araştırmacıların verileri içinde hiyerarşiler ve yapılar oluşturmaya olanak tanır, tematik analiz ve kodlama süreçlerini kolaylaştırmaktadır (Russo vd., 2023; McCaffrey vd., 2023; Dalkin vd., 2020). Tekrarlayan görevleri otomatikleştirerek, CAQDAS, zamandan tasarruf sağlamanın yanında insan hatası olasılığını da azaltmakta ve analizlerin güvenilirliğini artırmaktadır (Şen vd., 2023; O'Kane vd., 2022).

CAQDAS kullanılarak gerçekleştirilebilecek bazı analizler şu şekilde sıralanabilir:

- Tematik analiz (Akter vd., 2020; Zyl ve Wyk, 2021),
- Temalar ve alt temalar arasındaki ilişkiler (Thomson vd., 2014; Omar ve Madzimure, 2022),
- İçerik analizi (O'Kane vd., 2019; Komor ve Grzyb, 2023),
- Karma yöntem araştırmaları (O'Kane vd., 2022; Erlingsson ve Brysiewicz, 2017).

Bir sosyal bilim araştırmacısı CAQDAS kullanarak görsel verilerin analizinden (Rodrigues vd., 2018), pazarlama araştırmalarında kâğıt tabanlı kodlamanın yerine daha detaylı veri çıkarımı ve çeşitli görüşlerin belirlenmesine (Rettie vd., 2008), eğitim araştırmalarında görüşme verilerinin tematik analizinden (García-Horta ve Guerra-Ramos, 2009) çapraz vaka analizlerine (Carcary, 2011) kadar çok çeşitli analizler gerçekleştirebilmektedir. CAQDAS ile ilgili temel özellikleri, avantajları, türleri ve örnekleri kapsayan genel nitelikleri içeren bilgiler Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1. CAQDAS ile İlgili Genel Nitelikler (Silver ve Lewins, 2014; Paulus vd., 2014; Weitzman, 2000).

Temel özellikler	Avantajlar	Türler	Yazılımlar	Analizler
Veri organizasyonu	Zaman tasarrufu	Kavramsal Ağ Oluşturucuları	MAXQDA	Tematik Analiz
Kodlama	Objektiflik	Metin Geri Çağırıcıları	NVivo	İçerik Analizi
Analitik Araçlar	Görselleştirme	Metin Temelli Yöneticiler	Atlas.ti	Ağ Analizi
Raporlama	Yöntem uyumluluğu	Kod ve Geri Çağırma	Dedoose	Duygu Analizi

CAQDAS'lar, veri yönetimi, analizi ve yorumlaması için güçlü araçlar sağlayarak nitel araştırma alanında araştırmacılar için çok önemli fayda ve avantajlar yaratmıştır. Çeşitli nitel metodolojilere destekle birlikte büyük miktarda nitel veriyi verimli bir şekilde işleme yeteneği, CAQDAS'ı araştırmacılar için vazgeçilmez bir kaynak haline getirmiştir. Söz konusu bu analiz alanı gelişmeye devam ettikçe, nitel araştırmanın içsel zorlukları aşılarak potansiyeli en üst düzeye çıkacaktır. Analiz alanına yönelik eğilim ve eleştirel ise paralel bir şekilde artmaya devam edecektir.

NİTEL VERİ ANALİZİNDE YAPAY ZEKÂ KULLANIMI

Nitel veri analizi, genellikle metin, görüşme, gözlem ve diğer nitel veri kaynaklarının sistematik bir şekilde incelenmesi ile gerçekleştirilir. Yapay zekâ, bu süreçleri hızlandırmak ve önemli düzeyde etkili hale getirmek için çeşitli yöntemler sunmaktadır. Yapay zekânın nitel veri analizine entegrasyonu, araştırmacılara, araştırma metodolojilerine ve veri analizi süreçlerine yönelik hem fırsatlar hem de zorluklar sunan dönüştürücü bir değişimi temsil etmektedir. Yapay zekânın nitel veri analizine entegre edilmesi, nitel araştırmalardan elde edilen bulguların verimliliğini ve derinliğini artıran dönüştürücü bir yaklaşım olarak ortaya çıkmaktadır. Günümüzde yapay zekâ, nitel veri analizi alanında önemli bir rol oynamaktadır.

Nitel veri analizi geleneksel olarak yoğun emek gerektiren ve öznel olabilen manuel kodlama ve tematik analize dayandığı düşünüldüğünde yapay zekâ ve makine öğrenimindeki son gelişmeler bu süreçleri önemli ölçüde kolaylaştırabilen otomatik yöntemler sunmaktadır. Bugün yapay zekâ sayesinde nitel araştırmalar için veri analizinde metin madenciliği ve doğal dil işleme (NLP), otomatik kodlama ve kategorilendirme, duygu analizi, içerik analizi, görsel ve sesli verilerin analizi, tematik analiz, sosyal ağ analizi, küme analizi, kavram haritaları oluşturma ve semantik analizler gibi çok çeşitli analizleri gerçekleştirilebilmektedir.

Yapay zekâ araçları, bilhassa ChatGPT gibi büyük dil modelleri (LLM), nitel analizde önemli yardımcıları olarak ortaya çıkmış, veri yorumlamanın verimliliğini ve derinliğini artırmıştır. Araştırmacılar yapay zekânın tematik analizlerde yardımcı olabileceğini, nitel verilerdeki desenlerin ve temaların geleneksel yöntemlere göre daha hızlı bir şekilde tanımlanmasını sağladığını göstermişlerdir (Jalali ve Akhavan, 2024; Hamilton vd., 2023). Yapay zekânın nitel araştırmalarda kullanımı kodlama sürecini kolaylaştırmanın yanı sıra insan analistler için zorlayıcı ve kullanışsız olabilecek karmaşık veri kümelerinin keşfedilmesini de kolaylaştırmaktadır (İbrahim ve Voyer, 2024; Chubb, 2023). Aşkun (2023) çalışmasında yapay zekâ araçlarının sosyal bilimler araştırmalarına entegrasyonunun potansiyelini ele alarak, ChatGPT'nin insan benzeri metin üretme, karmaşık dil kalıplarını anlama ve büyük ölçekli verilerle çalışma becerilerine odaklanmıştır. Teorik temelleri bağlamında, derin öğrenme, bağlantıcılık ve dilbilim teorilerine dayanan ChatGPT'nin sosyal bilimlerde nitel veri analizi (tematik, duygu ve söylem analizi), hipotez oluşturma ve test etme, anket ve deney tasarımı, hesaplamalı sosyal bilimler (sosyal ağ analizi, metin madenciliği, tahmin modellemeleri) gibi çok çeşitli uygulamalara katkı sağlayabileceği belirtilmektedir.

Manuel kodlama ve tematik analiz gibi geleneksel tekniklere oranla yapay zekâ tabanlı nitel araştırma yöntemleri verimlilik, tutarlılık, hız, doğruluk ve derinlik konularında araştırmacılara önemli ölçüde avantaj sağlamaktadır (Nkurunziza ve Mukandamage, 2023). Bu durum araştırmacıların yapay zekâ destekli CAQDAS'ları tercih etmelerine neden olmaktadır.

Yapay zekânın nitel araştırmalardaki metodolojik etkileri, araştırmaların tasarımı, yürütülmesi ve sonlandırılmasına kadar olan geniş bir alana uzanmaktadır. Yapay zekânın kullanımı büyük nitel veri kümelerinin analizini kolaylaştırabilmesi ve araştırmacıların meta analizler yürütebilmesi ya da birden fazla araştırmada yer alan bulguların sentezlemesini sağlaması (Martin vd., 2024) bu duruma örnek teşkil etmektedir. Bu ve benzeri yetenekler, karmaşık sosyal olguları anlamının genellikle çeşitli nitel içgörülerin ve bulguların bütünleştirilmesini gerektirdiği iletişim, sosyoloji, psikoloji ve eğitim bilimleri gibi alanlarda önemlidir. Yapay zekâ nitel araştırmanın yinelemeli sürecine yardımcı olmakta, ön bulgulara dayalı araştırma sorularına ve metodolojilerine gerçek zamanlı analizler yapılmasına da olanak tanımaktadır (Veglianti vd., 2021). Hitch (2024) yapay zekâ ve doğal dil işleme (NLP) tabanlı teknolojilerin nitel araştırmalarda nasıl kullanılabileceğini ele alarak yapay zekânın nitel analizlerde kodlama ve tema oluşturma süreçlerinde yapay zekânın hız ve doğruluk sağlayarak araştırmacılara zaman kazandırabileceğini belirtmekte alternatif bir analiz perspektifi sunarak araştırmacının varsayımlarını sorgulamasına ve daha derinlemesine bir analiz yapmasına katkıda bulunabileceğinin altını çizmektedir.

Araştırmacılar ve yapay zekâ araçları arasındaki etkileşim, geleneksel nitel metodolojilerin yeniden değerlendirilmesi gerekliliğini de ortaya koymaktadır. Mesec'in (2023) çalışması, araştırmacının yapay zekâ ile etkileşiminin önemini vurgulayarak, nitel analizin işbirlikçi bir yaklaşımla zenginleştirilebileceğini öne sürmektedir.

Yapay zekâ nitel araştırmalarda faydalar sağladığı kadar eleştirilerin de odağında yer almaktadır. Nitel araştırmalarda tek başına yapay zekâyâ güvenmek, kültürel uyumsuzluk ve eleştirel düşüncelerin yanlış yorumlanması gibi konularda etik endişeler doğurmaktadır. Marshall ve Naff (2024), yapay zekâ tarafından oluşturulan analizlerin, eğitim verilerinde bulunan önyargıları istemeden yansıtabileceğini ve farklı geçmişlere sahip katılımcıların deneyimlerini doğru bir şekilde temsil etmeyen yorumlara yol açabileceğini vurgulamaktadır. Bu durum, katılımcı anlatılarının zenginliğinin çok önemli olduğu nitel

araştırmalarda endişe vericidir. Ona göre, yapay zekânın yetkili bir gerçek kaynağı olarak algılanması riski, nitel araştırmanın ulaşmayı amaçladığı nüanslı anlayışı zayıflatmaktadır. Yapay zekânın mevcut önyargıları sürdürme veya eleştirel düşünceleri yanlış yorumlama potansiyeli, araştırma uygulamalarına rehberlik eden etik çerçevelerin dikkatli bir şekilde değerlendirilmesini gerektirmektedir. Araştırmacılar, yapay zekâ araçlarının katılımcıların onuruna ve inisiyatifine saygı gösteren şekillerde kullanılmasını sağlayarak etik standartlara olan bağlılıklarında dikkatli olmalıdır. Söz konusu bu durum, araştırma süreçlerinde yapay zekâ kullanımı konusunda şeffaf olmayı ve katılımcıları, verilerinin nasıl analiz edileceği ve yorumlanacağı hakkındaki tartışmalara aktif olarak dâhil etmeyi içermektedir. Chubb (2023) ise araştırmacıların, yapay zekâ araçlarını kullanırken uygun metodolojik kararlar almaları gerektiğini ve temsil edilen hikâyelerin doğruluğunu sağlamak için manuel doğrulama süreçlerini ihmal etmemeleri gerektiğini belirtmektedir.

MAXQDA 2024: AI ASSIST

MAXQDA, nitel ve nicel verilerin sistematik bir şekilde düzenlenmesi, analiz edilmesi ve değerlendirilmesi için kullanılan bir bilgisayar yazılımıdır. MAXQDA; metinler, görüşmeler, odak grup çalışmaları, raporlar, fotoğraflar, videolar, sosyal medya verileri ve anket verileri gibi çeşitli veri türlerini analiz edebilmekte ve karma yöntem analizlerine olanak tanımaktadır. Ayrıca X ve YouTube gibi platformlardan doğrudan veri çekme yeteneği bulunmaktadır. MAXQDA ile araştırmacılar içerik analizi, alanyazın analizi, odak grup analizi, anket analizi, kelime analizi gibi geniş bir yelpazede araştırma yapabilmektedirler. Bu analizlerin yanı sıra tanımlayıcı, karşılaştırmalı ve ilişkisel analizlerin yapılmasını da sağlamaktadır. Kodlama, tema oluşturma, veri görselleştirme, kod frekans analizi, çapraz tablo analizleri gibi nitel analiz yöntemlerini destekleyen MAXQDA, nicel analiz için ise ortalama, standart sapma, ANOVA, t-Testi, küme analizi ve korelasyon gibi istatistiksel yöntemler sunmaktadır (Dereli, 2023).

Yapay zekânın nitel araştırma metodolojilerine, MAXQDA gibi araçlar aracılığıyla entegre edilmesi, alanda önemli bir ilerlemeyi temsil etmektedir. Yapay zekâ teknolojileri, doğal dil işleme (NLP) içerenler, kodlama, tematik analiz ve veri yorumlama gibi süreçleri kolaylaştırarak nitel veri analizini dönüştürme potansiyeline sahiptir. Bu dönüşüm, çeşitli araştırma bağlamlarında üretilen nitel verilerin artan hacmi göz önüne alındığında bilhassa önemlidir ve daha verimli analiz yöntemlerini gerekli kılmaktadır. Önde gelen nitel veri analizi yazılımı MAXQDA, nitel verilerin otomatik kodlanmasını ve özetlenmesini kolaylaştıran yapay zekâ özelliklerini ekleyerek araştırmacılara yeni bir alan açmıştır. Bu bütünleşme veri işleme verimliliğini arttırmış ve araştırmacıların manuel kodlamaya odaklanmaları yerine daha üst düzey analitik süreçlere odaklanmalarını sağlamıştır (Velazquez, 2024; Chubb, 2023).

MAXQDA’da yapay zekâ uygulanması, araştırmacıların büyük veri kümeleri içindeki kalıpları ve temaları belirlemek için makine öğrenimi algoritmalarından yararlanmalarını sağlamaktadır. Bilhassa kapsamlı görüşme transkriptleri veya açık uçlu anket yanıtlarını içeren çalışmalarda faydalı olmaktadır (Hamilton vd., 2023; Jalali ve Akhavan, 2024). MAXQDA gibi yapay zekâ araçlarının kullanımı nitel analiz için gereken süreyi önemli ölçüde azaltmakta ve araştırmacıların daha kısa zaman dilimleri içinde daha kapsamlı çalışmalar yürütmesine olanak tanımaktadır. Araştırmacılar ilk kodlama sürecinde yardımcı olması için yapay zekâdan yararlanabilir ve daha sonra insan yorumu ve bağlamsal anlayış yoluyla analizlerini geliştirilebilirler (Velazquez, 2024; Chubb, 2023). Karma yaklaşım, analizlerin güvenilirlik düzeylerini yükselterek araştırmacıların yapay zekâ tarafından belirlenen temalar ve kategoriler ile daha derin bir şekilde etkileşime girebilmelerini sağlayarak verilerin ayrıntılı bir şekilde anlaşılmasını kolaylaştırmaktadır (Hamilton vd., 2023; Jalali ve Akhavan, 2024).

Nitel araştırmada sorumluluğun araştırmacıda olduğu ve ihtiyaç duyulduğunda yapay zekâyı başvurma imkânı sağlayan, en belirgin özelliği yapay zekâ ile kodlama (AI coding) olarak karşımıza çıkan MAXQDA tarafından geliştirilen gelişmiş bir üretken büyük dil modeli olan AI Assist eklentisinin araştırmacılara sunduğu temel olanaklar şu şekildedir:

- Transkripsiyon (Transcription): Yapay zekâ desteği ile çeşitli dillerdeki ses ve video dosyalarını otomatik şekilde yazıya dönüştürmektedir. Bu özellik hem yazılım içerisinden hem de web arayıcısı üzerinden gerçekleştirilebilmektedir.

- Yapay zekâ ile kodlama (AI coding): Kodlama ve kod süreçleri yapay zekâ eklentisi ile otomatikleştirilmektedir. Analiz edilecek belgelere kodlama kriterlerine uygun bir şekilde metin bölümleri için kodlama önerileri sunmaktadır. AI Assist, kodlanmış bölümler için önerilerde bulunarak önerilerinin arkasındaki mantığı açıklayan yorumlar sağlamaktadır.
- Kod etiketi desteği: AI Assist araştırmacılara iki kod etiketi önerme özelliği sunmakta ve gelişmiş kodlamalar için yeni fırsatlar oluşturmaktadır.
 - Yeni kod önerisi: Seçili bir metin dosyaları için yeni kod önerileri sunmaktadır. Birden çok kod önerisi sunabilen sistem içerisinde çalışmaya uygun kodlar kullanabilmektedir.
 - Alt kod önerisi: Bu özellik sayesinde veri tabanlı alt kategori bölümü önerileri oluşturulabilmektedir.
- Veriler ile sohbet etme: Önceden kodlanmış metin bölümleri veya tüm belgeler ile ilgili yapay zekâ asistanına çeşitli sorular sorabilmekte ve konu ile uyumlu cevaplar alınabilmektedir. Yapay zekâ aracılığıyla sunulan yanıtlar, kolay bir inceleme için belirli metin bölümlerine atıfta bulunmaktadır.
- Terim açıklamalarının oluşturulması: Yapay zekâ çalışmada yer alan tüm terimler için tanımlamalar gerçekleştirmektedir.
- İçerik özetleme: Çalışma ile ilgili tüm alanlarda tercih edilen dil, uzunluk ve formatta özetler oluşturulabilmektedir. Bu özetlerin, yapay zekâ tarafından oluşturulduğu açıkça bir şekilde belirtilmektedir. İçerik özetlemeleri kodlar, kodlu bölümler, pdf ve metin belgeleri, metin bölümleri, kodlar ile kodlanmış metin parçaları ve bir belgedeki seçili kod alanları gibi birçok yapı için üretebilmektedir.

MAXQDA içerik özetleme konusunda gelişmiş bir yapıya sahiptir ve Kodlanmamış verileri özetleme ile Kodlanmış verileri özetleme olmak üzere iki temel özet sistemine sahiptir. Bunlar şu şekilde ifade edilmektedir (maxqda.com):

Kodlanmamış verileri özetleme:

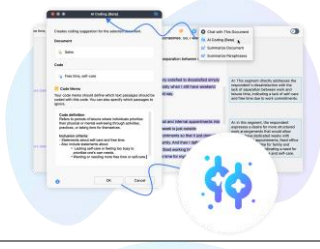
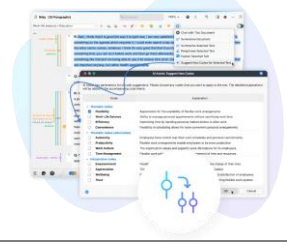
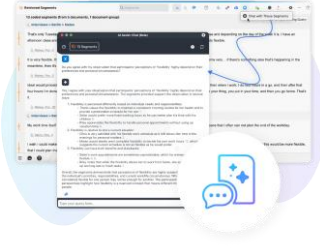
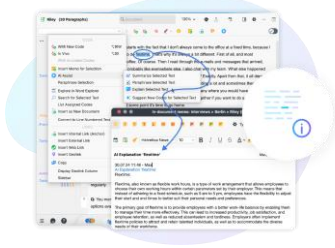
- AI Özeti: *Belge Özeti*-Tüm belgeler otomatik olarak özetlenebilmekte ve özetler belge notuna kaydedilmektedir.
- AI Özeti: *Vurgulanmış Metin*-Seçili bir metin bölümü otomatik olarak özetlenebilmekte ve özetler belge içi nota kaydedilmektedir.
- AI Açıklaması (Paraphrase): Seçili bir metin bölümü otomatik olarak açıklanmakta (paraphrase) ve bu bir MAXQDA açıklaması olarak kaydedilmektedir.
- AI Özeti: Bir Belgenin Açıklamaları (paraphrase) – Bir belgenin tüm açıklamaları (paraphrase) otomatik olarak özetlenebilmekte ve özet belge notuna kaydedilmektedir.

Kodlanmış verileri özetleme:

- AI ile Kodlanmış Bölüm Özeti: Kodlanmış bir metin bölümünün içeriği otomatik olarak özetlenebilmekte ve özet kodlama yorumuna kaydedilmektedir. Akıllı kodlama aracında, bu aynı anda çok sayıda kodlanmış bölüm için de yapılabilir.
- AI ile Kod Özeti: Kodla kodlanmış tüm veya seçili bölümlerin içeriği otomatik olarak özetlenebilmektedir. Özet, kod notuna kaydedilmektedir.
- AI ile Özet İzgarası: Seçili bir koda atanmış bir belgenin metin bölümleri otomatik olarak özetlenebilmektedir. Sonuç, özet ızgarasında bir MAXQDA özeti şeklinde kaydedilmektedir.

MAXQDA AI Assist'in temel olanaklarına ilişkin örnek görseller Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2. AI Assist'in Olanaklarına İlişkin Görseller (maxqda.com, 2024).

Temel Olanaklar	Örnek Görsel	Temel Olanaklar	Örnek Görsel
Yapay Zekâ ile Kodlama		Kod etiketi desteği	
Veriler ile sohbet etme		Kavram ve terim açıklamalarının oluşturulması	
İçerik özetleme			

Yapay zekânın nitel araştırmaları geliştirme potansiyeli, karma yöntem yaklaşımlarını destekleme becerisiyle daha da öne çıkmaktadır. Araştırmacılar, yapay zekâ aracılığıyla üretilen nitel veri ve bulguları nicel veriler ve bulgular ile birleştirerek karmaşık sosyal olgular hakkında kapsamlı bir anlayış geliştirilebilirler. Metodolojilerin bu şekilde bütünleştirilmesi, incelenen sorunların karmaşıklıklarını daha iyi yansıtan daha zengin, daha ayrıntılı bulgular edinmeye olanak tanımaktadır (Velazquez, 2024; Chubb, 2023; Bin-Nashwan vd., 2023). Yapay zekâ destekli sistemler, sosyal bilimlerde gelişmiş, karmaşık, ayrıntılı, titiz ve kapsayıcı araştırmaların gerçekleştirilmesine olanak sağlamaktadır.

YARATICI VERİ ANALİZ PROGRAMI MAXQDA'DAN YAPAY ZEKÂ ASİSTANI MAXQDA AI ASSIST'E: HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAM ARAŞTIRMALARINI YENİDEN DÜŞÜNMEK

İletişim bilimlerinden sağlık bilimlerine ekonomiden turizme kadar bilim dünyasının araştırma alanlarında MAXQDA programının kullanıldığı görülmektedir (Star vd., 2025; Daif ve Elsayed, 2024; Torabi Farsani vd., 2025; Abbaszadeh vd., 2021; Karamouzian vd., 2021; Koka vd., 2021). Türkiye örneğine bakıldığında ise geleneksel biçimde MAXQDA ile iletişim bilimlerinin çok çeşitli alanlarına yönelik nitel içerik analizi, nicel içerik analizi, betimsel analiz, alanyazın (literatür) analizi, söylem analizi ve bibliyometrik analizler gerçekleştirilmektedir. Bu çalışma alanları reklamcılık (Kiçir, 2025; Gültepe, 2025; Adalı Aydın vd., 2022; Yakın, 2018), kurumsal reklamcılık (Çeber, 2024; Arslan Güzelgün, 2021; Aydoğan, 2021; Bilginer Özsaatci, 2019), halkla ilişkiler (Sezer ve Özgen, 2025; Demir vd., 2024; Ateş ve Tanyeri Mazıcı, 2022; Başarır, 2021; Polat, 2020), kriz iletişimi (Atkan ve Çevik Ergin, 2024), gazetecilik, haber medyası ve yazılı basın (Arısan, 2024; Iştar Işıklı ve Arslan, 2021; Tok vd., 2019), siyasal iletişim (Tos, 2025; İli, 2023), marka iletişimi (Koçyiğit, 2024; Toksarı ve Demirdağ, 2024), marka şehir (Mutlu, 2024), dijital gazetecilik (Kürkçü, 2025; Söğüt ve Öngel, 2022), sosyal medya (Çelik, 2023), dijital iletişim (Açıkgöz ve Serarslan, 2025; Bozkanat, 2022; Özkaya ve Erat, 2022), radyo (Bak vd., 2024) ve sinema (Şahin, 2025; Seyhan ve Zengin Çelik, 2023) şeklinde sıralanabilir.

Alanyazın incelendiğinde ise iletişim çalışmaları da dâhil olmak üzere Maxqda AI Assist'in araştırmalarda henüz yoğun bir şekilde tercih edilen bir araç olmadığı görülmektedir. Ahat (2024) çalışmasında kavramsal eğilimleri ortaya koymak amacıyla MAXQDA AI Assist aracından yararlanmıştır. Bu araç ile kodlama, metin özetlemeleri, tema önerileri, görselleştirme ve raporlama özelliklerinden faydalanmıştır. Çalışmada “MAXQDA 24 Pro AI Assist kullanımı ve etik değerlere uyum beyanı” da yer almaktadır. Gönçer Demiral (2024) ise çalışmasında sosyal medya içerik analizi gerçekleştirirken MAXQDA AI Assist'in metin özetleri, metin açılımları ve kod önerileri özelliklerini kısıtlı şekilde kullandığını beyan etmektedir. Pullicino (2025) gerçekleştirilen bir yapay zekâ eğitime yönelik tepkileri ortaya koymayı amaçladığı çalışmasında MAXQDA AI Assist'in akıllı kodlama aracını kullanarak analizlerini gerçekleştirmiştir. Master ve Peart (2025) ihtiyaç analizi gerçekleştirdikleri çalışmalarında anket verilerinin metin içeriklerini MAXQDA AI Assist kullanarak özetlemişlerdir. Moravánszky (2025) ise çalışmasında mülakatları metne dönüştürmek ve kodlama süreçlerini kontrol etmek amacıyla MAXQDA AI Assist tercih etmiştir. Bu yapay zekâ aracının, diğer bilim dalları gibi iletişim bilimleri bilhassa da halkla ilişkiler ve reklam araştırmalarında da tercih edilmediği görülmektedir. Bu iki bilim alanı yapıları ve ilgi alanları itibarıyla çok boyutlu analiz süreçlerini tercih etmektedir. Hem kaynak tarafından üretilen içerikler hem kaynağın ya da iletişim aracının kendisi hem de alıcı tarafından anlamlandırma ya da etki boyutları araştırmaların analiz birimlerini oluşturabilmektedir.

Sosyal bilim araştırmaların temelini oluşturan içerik analizi, halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında yürütülen bilimsel çalışmalar açısından önemli bir veri analizi tekniğidir. Bu teknik, iletişim disiplinin sağlıklı ve geçerli sonuçlara ulaşmasında önemli bir araştırma aracı olarak kabul edilmektedir. Bilhassa halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında kullanılan metin, görsel, video gibi içeriklerin analizinin bilimsel araştırmalarda önemli bir yer tuttuğu görülmektedir. İçerik analizi, tematik analiz, söylem analizi gibi hem nitel hem de frekans analizi, yüzdelik dağılımlar gibi nicel teknikler ile uygulanmaktadır. İçerik analizi, belirli kurallara dayalı sistematik bir inceleme süreci sunarak araştırmacının öznel katkısını en aza indirmekte ve nesnel bir çalışma alanı oluşturmaktadır. Bu da halkla ilişkiler ve reklamcılık çalışmalarında farklı araştırma sorularına uygun bir veri analiz tekniği sunmaktadır. Belirli bir dönemle sınırlı kalmaksızın tarihsel süreç içerisinde uzun dönemli içerikleri inceleme fırsatı sunması ile içerik analizi, halkla ilişkiler ve reklam stratejilerindeki değişimleri, eğilimleri ve dönüşümleri karşılıklı olarak analiz etme imkânı sunması hasebiyle de çok sık kullanılmaktadır. Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında üretilen içeriklerin yoğunluğu ve çeşitliliği göz önüne alındığında hem deneysel veri sağlama hem de eleştirel analiz imkânı sunması ve sistematik bir şekilde analiz gerçekleştirme ihtiyacı, içerik analizi tekniğini vazgeçilmez kılmaktadır. Bu noktada, araştırmacılara birincil ve ikincil kodlama süreçlerinde hız ve zaman tasarrufu sağlayan, analizlerin sistematik, güvenilir ve bilimsel bir yapıda sunan ve yeni fikirler üretilmesine olanak sağlayan MAXQDA AI Assist bu iki bilim alanında tercih edilmesi gereken bir araçtır.

SONUÇ

Bu çalışma, bilgisayar destekli nitel veri analiz yazılımlarının (CAQDAS) yapay zekâ ile entegrasyonu bağlamında MAXQDA AI Assist'in sunduğu olanakları incelemiş ve bu teknolojik dönüşümün halkla ilişkiler ve reklam araştırmalarına yönelik olası etkilerini değerlendirmiştir. Bilgisayar destekli nitel veri analiz yazılımları, araştırmacılara veri yönetimi, analizi ve görselleştirmesi için güçlü araçlar sağlayarak nitel araştırma alanında devrim yaratmıştır. CAQDAS'ın entegrasyonu, nitel araştırmanın titizliğini, şeffaflığını ve işbirlikçi potansiyelini artırırken, gelişmiş teknolojilerin uygulanmasını da kolaylaştırmaktadır. CAQDAS'ın faydalarından tam olarak yararlanmak için araştırmacılara düşen görev yazılım seçimi ve eğitimiyle ilişkili zorlukların bilincinde olup bunları aşmak için gerekli girişimlerde bulunmaktır. Böylece alan gelişmeye devam edecektir. Bilim üzerine koyarak ilerleyen bir süreci kapsamaktadır ve CAQDAS bu ilerlemeye ivme katarak nitel araştırma metodolojilerinin geleceğine yön verecektir.

Yapay zekânın nitel veri analizine entegrasyonu hem fırsatlar hem de birtakım tehditler sunmaktadır. Yapay zekâ araçları nitel araştırmanın verimliliğini ve derinliğini artırabilirken, ele alınması gereken önemli etik ve metodolojik zorluklar da ortaya çıkarmaktadır. Zira etik sorumluluklar bilimsel süreçlerin en temel dayanağıdır. Manuel sistemlerde dahi çokça tartışılan etik sorumluluklar yapay zekânın

kullanımında da önem arz etmektedir. Araştırmacıların, yapay zekânın nitel analizdeki potansiyelini keşfetmeye devam ederken, araştırma verilerinin doğru bir şekilde temsil edilmesini sağlayarak etik standartlara ve nitel araştırmanın temel ilkelerine bağlı kalmaları zorunlu bir durumdur. Yapay zekâ araçlarının kullanıldığı araştırmalarda etik standartların oluşabilmesi için yayıncıların araştırmacıları, çalışmalarında yapay zekâ süreçlerine ilişkin etik beyan bildirimleri eklemelerini ve yapay zekâdan yararlanma oranlarını belirtmelerini istemelidir.

CAQDAS'a eklenen yapay zekâ, otomatik kodlama ve analiz yeteneği başta olmak üzere zaman tasarrufu, hata payını azaltma, derinlemesine analiz ve okuyucular için anlaşılır görselleştirme olanakları açısından nitel araştırmacıların sıklıkla tercih etmesi gereken yazılımlardır. Sosyal bilimlerde başta olmak üzere halkla ilişkiler ve reklam araştırmalarında da kullanım yoğunluğunun artacağı düşünülmektedir. Çünkü halkla ilişkiler ve reklam araştırmaları özelinde değerlendirildiğinde, bu iki alanın yapısı ve kapsamı gereği çok boyutlu, bağlamsal ve yorum odaklı analiz süreçlerine ihtiyaç duyduğu görülmektedir. MAXQDA AI Assist, içerik analizi, söylem analizi ve tematik çözümleme gibi tekniklerde araştırmacıya önemli ölçüde destek sağlayarak, görsel ve metinsel verilerin sistematik biçimde işlenmesini kolaylaştırmaktadır. Kurumsal söylemler, hedef kitle analizleri ve tüketici içgörüler, marka anlatıları, kriz iletişimi örnekleri ve halkla ilişkiler ile reklam kampanyaları gibi kaynak, alıcı ve araştırmacı tarafından üretilen veri ve içeriklerin analizinde AI Assist'in sunduğu kod önerileri, alt kod üretimi ve içerik özetleme gibi araçlar, araştırmacının metodolojik tutarlılık sağlamasına yardımcı olmaktadır. Bu araçlar, analiz süreçlerindeki öznelliğin denetlenmesine de katkı sunmaktadır.

Yapay zekâ tabanlı araçların, manuel kodlama süresini önemli ölçüde azalttığı, anlamsal analiz tabanlı alt kod önerileriyle tümevarımsal (inductive) kodlama sistemlerini zenginleştirdiği ve kod yorumlama özetleriyle içgörü ve bulgular sağladığı ortadadır (Velazquez, 2024). Bilhassa, MAXQDA gibi yapay zekâ araçlarının nitel araştırma metodolojilerine entegre edilmesi, nitel analizin verimliliğini, derinliğini ve kapsayıcılığını artırabilecek dönüştürücü bir potansiyel sunmaktadır. MAXQDA AI Assist, otomatik özetleme, kod sistemi önerileri, metindeki belirli bilgileri tanımlama gibi fonksiyonlar sunması ve prompt tabanlı analiz yeteneği ile vaka tabanlı analiz (kod sistemi geliştirme, belirli bilgilerin tanımlanması, çelişkilerin tespiti vb.) ve tema tabanlı analizler (kod ve alt kod önerileri, kodlanmış segmentlerin bulunması vb.) gerçekleştirebilmektedir. AI Assist, mevcut nitel araştırma yöntemleri (tematik analiz, nitel içerik analizi vb.) ile kolayca entegre edilebilerek pratik kullanım senaryoları sunmaktadır (Müller ve Rädiker, 2024).

Nitel araştırma alanı insan araştırmacılar ve yapay zekâ araçları arasında iş birliğine dayalı bir ilişki geliştirerek, dijital çağın sunduğu zorluklara ve fırsatlara uyum sağlamaya ve gelişmeye devam edecektir. Yapay zekâ tabanlı nitel analiz araçlarının, araştırma süreçlerini değiştirme ve dönüştürme potansiyeline sahip olduğu, dikkatli ve sorumlu bir şekilde uygulanması gerektiği anlaşılmaktadır (Nkurunziza ve Mukandamage, 2023). Yapay zekâ, nitel araştırmaları desteklemek için güçlü bir araçtır fakat kullanıcıların bu araçları bilinçli ve etik bir şekilde kullanması gerekmektedir (Pérez Gamboa ve Díaz-Guerra, 2023). Yapay zekânın aşırı kullanımı durumunda yaratıcılık ve insan değerlendirmesi eksikliğinin oluşabileceği de gözden kaçmamalıdır (Christou, 2024).

Gerçekleştirilen bu değerlendirmeler ve alanyazın eşliğinde çalışma kapsamında çeşitli öneriler sunulmaktadır. Yapay zekânın etkili ve etik bir şekilde kullanımı için araştırmacılara yönelik farkındalık sağlayacak özel eğitim programları düzenlenmelidir. İlgili eğitimler, hem yapay zekâ tabanlı araçların teknik kullanımı hem de bu araçların metodolojik ve etik boyutları hakkında farkındalık yaratmayı hedeflemelidir (Pérez Gamboa ve Díaz-Guerra, 2023). Yapay zekâ araçlarının analiz süreçlerinde destekleyici bir rol oynadığı unutulmamalıdır. Araştırmacılar, geleneksel yöntemlerle yapay zekâ araçlarını birleştirerek, hem teknolojinin sunduğu hız ve doğruluktan yararlanmalı hem de manuel doğrulama süreçlerini sürdürmelidir (Chubb, 2023). Yapay zekânın kullanımında etik sorunları ele alan kapsamlı çerçeveler geliştirilmelidir. Bu çerçeveler, veri gizliliği, önyargıların önlenmesi ve katılımcı temsili gibi konuları kapsamalıdır (Marshall ve Naff, 2024). MAXQDA benzeri yazılımların, araştırmacıların ihtiyaçlarına göre sürekli olarak güncellenmesi ve kullanıcı geri bildirimlerine dayalı olarak geliştirilmesi önemlidir. Yapay zekânın araştırmacılar için sezgisel ve kolay erişilebilir bir şekilde

tasarlanması, kullanım oranlarını artıracaktır (Velazquez, 2024). Sosyal bilimler ve farklı disiplinlerden araştırmacıların iş birliği yaparak, yapay zekâ tabanlı araçların geliştirilmesine katkıda bulunması sağlanmalıdır. Bu tür girişimler, yapay zekânın sosyal etkilerini ve kullanım alanlarını kapsamlı bir şekilde ele alınmasını sağlayacaktır (Hamilton vd., 2023).

Yapay zekâ araçlarının insan yaratıcılığı ile birleştiği iş birliği modelleri üzerine gerçekleştirilen araştırmaların niteliği ve niceliği arttırılmalı, farklı kültürlere ve bağlamlara özgü veri setlerinin analizinde yapay zekânın performansı incelenmelidir. Çalışmaların güvenilirliğini arttırmak adına bu araçlara kültürel uyarlamaların yapılması zorunlu görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Abbaszadeh, M. R., Vazifeh, D. H., Nasimi, M. A., & Didekhani, H. (2021). Developing a model of electronic word of mouth advertising in interpersonal relationships of social media users, with a qualitative approach. *RASANEH*, 32(3), 5-28.
- Açıkgöz, M., & Serarslan, M. (2025). Düşünümsel dijital medya anlatılarında izleyici yaklaşımları: “Yardımcı Oyuncu” dijital platform dizisi örneği. *Selçuk İletişim*, 18(1), 301-322.
- Adalı Aydın, G., Ügümü Aktaş, P., & Aydın, Ş. (2022). Kriz iletişimde femvertising stratejisinin kullanımı: Dardanel Ton “Elinize Sağlık” reklamı örneği. *Uluslararası Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli Dergisi*, 5(2), 259-282.
- Ahat, K. (2024). Spor yönetiminde insan kaynakları yönetimi fonksiyonlarına yönelik kavramsal eğilimler: Tematik analiz. *Online Journal of Recreation & Sports*, 13(3), 222-237.
- Akter, S., Davies, K., Rich, J., & Inder, K. (2020). Barriers to accessing maternal health care services in the chittagong hill tracts, bangladesh: A qualitative descriptive study of indigenous women’s experiences. *Plos One*, 15(8), 1-22. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0237002>.
- Arısan, Ü. (2024). Osmaniye Yerel Basınında Göçmen temsili: Akdeniz Gazetesi örneği. *PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(2), 103-119.
- Arslan Güzelgün, H. (2021). Banka reklamlarının içerik analizi yöntemiyle incelenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.
- Aşkun, V. (2023). Sosyal bilimler araştırmaları için ChatGPT potansiyelinin açığa çıkarılması: Uygulamalar, zorluklar ve gelecek yönelimlere. *Erciyes Akademi*, 37(2), 622-656. <https://doi.org/10.48070/erciyesakademi.1281544>.
- Ateş, N. B., & Mazıcı, E. T. (2022). Kadın Araştırma ve Uygulama Merkezlerinin halkla ilişkiler rolleri: Durum çalışması. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, (8), 100-129.
- Atkan, B., & Çevik Ergin, T. (2024). Kriz iletişimi bağlamında şirketlerin sosyal medya paylaşımları: 6 Şubat Depremi özelinde bir içerik analizi. *Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi*, 7(1), 9-43.
- Aydoğan, H. (2021). Türk markalarının kurumsal reklamlarında menşei ülke belirteçleri: Brand Finance Turkey 100 örneğinde bir analiz. *Journal of Mehmet Akif Ersoy University Economics and Administrative Sciences Faculty*, 8(2), 876-892.
- Bak, G., Bak, A., Çeliker, S., & Balcı, F. (2024). Sigara karşıtı radyo spotlarının etkisi: Sağlık iletişimde ikna edici dil ve davranış değişikliği stratejileri. *Takvim-i Vekayi*, 12(2), 136-155.
- Başarı, M. (2021). Beşinci kola karşı halkla ilişkiler: Nadi ve Sertel’in beşinci kola dair kaleme aldıkları köşe yazılarının kamuoyunu bilgilendirme ekseninde analizi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 18(41), 3654-3678.
- Bilginer Özsaatci, F. G. (2019). Katılım bankacılığı reklamlarında içerik analizi. *Business and Economics Research Journal*, 10(5), 1127-1142.
- Bin-Nashwan, S. A., Sadallah, M., & Bouteraa, M. (2023). Use of ChatGPT in academia: Academic integrity hangs in the balance. *Technology in Society*, 75, 102370.
- Bozkanat, E. (2022). Instagram resmi blogu ne söylüyor?: Maxqda ile içerik analizi. *Yeni Medya*, 2022 Güz(13), 55-73.
- Carcary, M. (2011). Evidence analysis using CAQDAS: Insights from a qualitative researcher. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 9(1), 10-24.
- Çeber, B. (2024). Yapay zekâ etiği bağlamında reklamcılık sektörü üzerine uygulamalı bir araştırma. *Intermedia International E-Journal*, 11(20), 63-84.
- Çelik, R. (2023). Haber televizyonlarının Twitter hesaplarının etkinliği: Maxqda ile veri analizi. *Turkish*

- Online Journal of Design Art and Communication*, 13(3), 777-791.
- Christou, P. A. (2024). Thematic analysis through artificial intelligence (AI). *The Qualitative Report*, 29(2), 560–576. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2024.7046>.
- Chubb, L. A. (2023). Me and the machines: possibilities and pitfalls of using artificial intelligence for qualitative data analysis. *International Journal of Qualitative Methods*, 22, 1-16. <https://doi.org/10.1177/16094069231193593>.
- Daif, R., & Elsayed, K. (2025). Tourist citizenship behaviours towards international restaurants' political stances: a MAXQDA analysis of political consumerism. *Current Issues in Tourism*, 28(3), 346-352.
- Dalkin, S., Forster, N., Hodgson, P., Lhussier, M., & Carr, S. M. (2020). Using computer assisted qualitative data analysis software (CAQDAS; NVivo) to assist in the complex process of realist theory generation, refinement and testing. *International Journal of Social Research Methodology*, 24(1), 123-134. <https://doi.org/10.1080/13645579.2020.1803528>.
- Demir, H., Akar, T., & Doğan, A. (2024). Hasta değerlendirmeleri: halkla ilişkiler perspektifinden nitel bir analiz. *Mersin Üniversitesi Tıp Fakültesi Lokman Hekim Tıp Tarihi ve Folklorik Tıp Dergisi*, 14(3), 671-683. <https://doi.org/10.31020/muftfd.1494210>.
- Dereli, A. B. (2023). MAXQDA: Yaratıcı veri analizi üzerine notlar. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 149-152. <https://doi.org/10.53495/e-kiad.1319405>.
- Erlingsson, C., & Brysiewicz, P. (2017). A hands-on guide to doing content analysis. *African Journal of Emergency Medicine*, 7(3), 93-99. <https://doi.org/10.1016/j.afjem.2017.08.001>.
- García-Horta, J. B., & Guerra-Ramos, M. T. (2009). The use of CAQDAS in educational research: Some advantages, limitations and potential risks. *International Journal of Research & Method in Education*, 32(2), 151–165. <https://doi.org/10.1080/17437270902946686>.
- Gönçer Demiral, D. (2024). Elektrikli araçlara yönelik sosyal medya içerik analizi: TOGG Örneği. *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(Özel Sayı), 106-122.
- Gültepe, M. (2025). 1980-1990 yılları arası mizah içerikli TRT reklamlarının çözümlenmesi. *Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi*, 8(1), 79-108.
- Hamilton, L., Elliott, D., Quick, A., Smith, S., & Choplin, V. (2023). Exploring the use of ai in qualitative analysis: A comparative study of guaranteed income data. *International Journal of Qualitative Methods*, 22, 1-13. <https://doi.org/10.1177/16094069231201504>.
- Hitch, D. (2024). Artificial intelligence augmented qualitative analysis: The way of the future?. *Qualitative Health Research*, 34(7), 595–606. <https://doi.org/10.1177/10497323231217392>.
- Ibrahim, E. I., & Voyer, A. (2024). The augmented qualitative researcher: Using generative AI in qualitative text analysis. <https://doi.org/10.31235/osf.io/gkc8w>.
- İli, B. (2023). Dijital siyaset aracı olarak “YouTube”: Babala TV “Mevzular Açık Mikrofon” programına yönelik bir araştırma. *Etkileşim*, (12), 484-505.
- Işıklı, E. İ., & Arslan, T. (2021). Sağlık Kurumlarında Şiddet: Gazete Haberleri Üzerinde Bir Araştırma. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 21(50), 89-128.
- Jalali, M. S., & Akhavan, A. (2024). Integrating ai language models in qualitative research: replicating interview data analysis with ChatGPT. *System Dynamics Review*, 40(3), 1-9. <https://doi.org/10.1002/sdr.1772>.
- Karamouzian, M., Farhangi, A. A., & Eslami, H. (2021). identifying the role of media technology advances in economics. *Propósitos y representaciones*, 9(3), e1089. <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2021.v9nSPE2.1089>.
- Kiçir, İ. (2025). Reklam şüpheliği: Sistematik literatür analizi ve kavramsal bir model önerisi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (48), 121-154.
- Koçyiğit, M. (2024). Dijital marka inşasında Lovemark: E-ticaret markasının instagram paylaşımları üzerine bir inceleme. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, (12), 219-238.
- Koka, K. M., Yadlapalli, S., Pillarisetti, P., Yasangi, M. K., Yaragani, A., & Kumamuru, S. (2021). The barriers for tobacco cessation counseling in teaching health care institutions: A qualitative data analysis using MAXQDA software. *Journal of Family Medicine and Primary Care*, 10(9), 3262-3267.
- Komor, M., & Grzyb, K. (2023). Qualitative content analysis-a research method in social science. *Przegląd Badań Edukacyjnych*, 2(43), 143-163. <https://doi.org/10.12775/pbe.2023.032>.
- Kürkçü, D. D. (2025). TikTok platformunda dijital gazetecilik pratikleri. *Selçuk İletişim*, 18(1), 323-

351.

- Marshall, D. T., & Naff, D. B. (2024). The ethics of using artificial intelligence in qualitative research. *Journal of Empirical Research on Human Research Ethics*, 19(3), 92-102. <https://doi.org/10.1177/15562646241262659>.
- Martin, S., Beecham, E., Kursumovic, E., Armstrong, R. A., Cook, T. M., Déom, N., ... & Vindrola-Padros, C. (2024). Comparing human vs. machine-assisted analysis to develop a new approach for big qualitative data analysis. <https://doi.org/10.1101/2024.07.16.24310275>.
- Master, M., & Peart, S. (2025). Georgia's title V needs assessment: prioritizing children and youth with special health care needs. <https://digitalcommons.georgiasouthern.edu/gapha-conference/2025/2025/41/>.
- Maxqda.com (2024). AI paraphrase. <https://maxqda.com/help-mx24/ai-assist/ai-paraphrase>, Erişim Tarihi: 18.11.2024.
- Maxqda.com (2024). Discover what is possible with AI Assist. <https://www.maxqda.com/products/ai-assist>, Erişim Tarihi: 15.11.2024.
- Maxqda.com (2024). What is AI Assist (Beta)?. <https://www.maxqda.com/help-mx22/27-ai-assist/what-is-ai-assist-beta>, Erişim Tarihi: 17.11.2024.
- McCaffrey, J., Terao, M., McCaffrey, C., Igoe, A., Loughran, O., McDonagh, K., ... & Hunter, A. (2023). Protocol development for a qualitative methodological study within a trial (qual-swat): the karma-dep-2 trial. *HRB Open Research*, 6, 29. <https://doi.org/10.12688/hrbopenres.13721.2>.
- Mesec, B. (2023). The language model of artificial intelligence CHATGPT-a tool of qualitative analysis of texts. <https://doi.org/10.22541/au.168182047.70243364/v1>.
- Moravánszky, A. (2025). Challenges of requirements engineering education in higher education: Insights from an interview study with educators in Switzerland. <https://ceur-ws.org/Vol-3959/ET-paper1.pdf>.
- Müller, A., & Rädiker, S. (2024, August 12). "Chatting" with your data: 10 prompts for analyzing interviews with MAXQDA's AI Assist. *MAXQDA Research Blog*. <https://www.maxqda.com/blogpost/chatting-with-your-data-10-prompts-for-analyzing-interviews-with-maxqda-ai-assist>.
- Mutlu, A. S. (2024). Gastronomi kenti/şehri konulu makalelerin Maxqda ile bibliyometrik analizi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 169-188.
- Nkurunziza, J.-P., & Mukandamage, A. (2023). Innovations in qualitative data analysis with artificial intelligence. *Innovative Computer Science Journal*, 9(1), 1-8. <https://innovatesci-publishers.com/index.php/ICSJ>.
- O'Kane, P., Ott, D. L., Smith, A. D., & Brown, T. C. (2022). Understanding computer-assisted qualitative data analysis software as a tool to enhance systematic literature reviews in human resource development. *Human Resource Development Review*, 22(2), 291-307. <https://doi.org/10.1177/15344843221144668>.
- O'Kane, P., Smith, A. D., & Lerman, M. (2019). Building transparency and trustworthiness in inductive research through computer-aided qualitative data analysis software. *Organizational Research Methods*, 24(1), 104-139. <https://doi.org/10.1177/1094428119865016>.
- Omar, M. S., & Madzimure, J. (2022). Exploring the performance of shared-value banking at discovery bank: a leadership perspective. *EUREKA: Social and Humanities*, (2), 36-45. <https://doi.org/10.21303/2504-5571.2022.002330>.
- Özkaya, Y., & Erat, V. (2022). Türkiye'de dijital okuryazarlık çalışmaları: literatüre dayalı nitel bir araştırma. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 12(Dijitalleşme), 240-256.
- Paulus, T., Lester, J., & Dempster, P. (2014). Digital tools for qualitative research. SAGE Publications.
- Pérez Gamboa, A. J., & Díaz-Guerra, D. D. (2023). Artificial intelligence for the development of qualitative studies. *LatIA*, 1(4), 1-10. <https://doi.org/10.62486/latia20234>.
- Polat, H. (2020). Halkla ilişkiler alanındaki doktora tezlerinde yeni medya olgusu: Nitel bir veri analizi. *Uluslararası Anadolu Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(4), 289-306.
- Pullicino, G. S. (2025). Educators' reaction to an introductory AI training session at a large vocational institution in The Small Island State of Malta. https://star.mcast.edu.mt/wp-content/uploads/2024/08/DHBW_Paper.pdf. Erişim Tarihi: 03.06.2025.
- Rettie, R., Robinson, H., Radke, A., & Ye, X. (2008). CAQDAS: A supplementary tool for qualitative market research. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 11(1), 76-88.

- Rodrigues, A. I., Costa, A. P., & Moreira, A. (2018). Using CAQDAS in visual data analysis: A systematic literature review. *Computer Supported Qualitative Research: New Trends on Qualitative Research* 3, 235-247.
- Russo, A., Valls-Figuera, R. G., Zammitti, A., & Magnano, P. (2023). Redefining ‘careers’ and ‘sustainable careers’: A qualitative study with university students. *Sustainability*, 15(24), 1-14. <https://doi.org/10.3390/su152416723>.
- Şahin, M. (2025). Filistin sineması üzerine yapılmış akademik çalışmalar: sistematik bir literatür taraması. *Communicata*, (29), 37-47.
- Şen, M., Şen, Ş. N., & Şahin, T. G. (2023). A new era for data analysis in qualitative research: CHATGPT!. *Shanlax International Journal of Education*, 11(S1-Oct), 1-15. <https://doi.org/10.34293/education.v11i1s1-oct.6683>.
- Seyhan, Ç., & Zengin Çelik, H. (2023). “The Day of After Tomorrow” filminin çevre söylemleri perspektifinden izleyiciler üzerinde oluşturduğu iklim değişikliği algısı ve bilinci. *Resilience*, 7(1), 59-71.
- Sezer, Ö., & Özgen, E. (2025). Dijital gözetim bağlamında algoritmik halkla ilişkiler. *Selçuk İletişim*, 18(1), 52-83.
- Silver, C., & Lewins, A. (2014). Using software in qualitative research: A step-by-step guide. SAGE Publications.
- Söğüt, Y., & Öngel, A. (2022). Yeni medya-dijitalleşme ve tık odaklılık: Habertürk ve Hürriyet gazetesi örneği. *ESAM Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 212-230.
- Star, J., Ringaert, L., & Larcombe, L. (2025). Qualitative methods case study: Using MAXQDA in indigenous HIV Journey Mapping Research. *International Journal of Qualitative Methods*, 24, 1-12.
- Thomson, J., Anderson, K., Haesler, E., Barnard, A., & Glasgow, N. (2014). The learner’s perspective in GP teaching practices with multi-level learners: a qualitative study. *BMC Medical Education*, 14(1). 1-10. <https://doi.org/10.1186/1472-6920-14-55>.
- Tok, A. İ., Güneş, N., Güngör, İ., & Aytekin, Ç. (2019). Yazılı basında çocuk haberlerinin sunumu. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (5), 542-554.
- Toksarı, M., & Demirbağ, İ. (2024). Reklamda marka farkındalığının oluşturulmasında göstergelerin önemi: TOGG reklam örneği. *Pamukkale Üniversitesi İletişim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 204-224.
- Torabi Farsani, N., Moazzen Jamshidi, H., & Hekmat, M. (2025). Mine museums: a creative economics approach towards sustainable tourism. *Museum Management and Curatorship*, 40(2), 134-151.
- Tos, O. (2025). Yerel seçim sürecinde siyasal partilerin politik iletişim stratejileri: Politik reklam söylemleri üzerine bir analiz. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, (14), 278-305.
- Veglianti, E., Li, Y., Magnaghi, E., & Marco, M. D. (2021). Understanding artificial intelligence: Insights on China. *Journal of Asia Business Studies*, 16(2), 324-339. <https://doi.org/10.1108/jabs-10-2020-0391>.
- Velazquez, U. A. D. (2024). Artificial intelligence in educational research. In *Research Advances in Data Mining Techniques and Applications*. IntechOpen. <https://doi.org/10.5772/intechopen.113844>.
- Weitzman, E. A. (2000). Software and qualitative research. In N. Denzin and Y. Lincoln (Eds.) *Handbook of qualitative research*, 2nd Ed (pp. 803-820). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Yakın, M. (2018). Türkiye’de “reklamcı” eğitimi: reklamcılık lisans programları üzerine bir inceleme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2022(47), 291-308.
- Zyl, C. V., & Wyk, C. V. (2021). Exploring factors that could potentially have affected the first 1000 days of absent learners in South Africa: a qualitative study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(5), 2768. <https://doi.org/10.3390/ijerph18052768>.

