



Türkiye'de Bulunan Yapım Şirketlerindeki Sektör Temsilcilerinin Dizi/Film Yapımında Yapay Zekâ Kullanımına Yönelik Algıları

Perceptions of Industry Representatives in Production Companies in Turkey Regarding the Use of Artificial Intelligence in TV/Film Production

Gülşah SARI¹ , Gökhan GÜLTEKİN² 

Geliş Tarihi (Received): 15.11.2024

Kabul Tarihi (Accepted): 25.02.2025

Yayın Tarihi (Published): 25.03.2025

Öz: Bu çalışma, Türkiye'de faaliyet gösteren yapım şirketlerinde görev alan sektör temsilcilerinin, dizi/film yapım aşamalarında yapay zekâ kullanımına yönelik algılarını ölçmeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla, yapımcı, yönetmen, senarist, oyuncu, kurgucu, kameraman (görüntü yönetmeni), ışık teknisyeni, ses teknisyeni, seslendirme sanatçısı ve sanat yönetmeni (dekor, makyaj, kıyafet vs. için) olmak üzere 10 sektör çalışanıyla yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler, içerik analizine tabii tutularak çeşitli kategoriler (temalar) üzerinden değerlendirilmiştir. Sektör temsilcileri, yapay zekânın olumsuz yönü olarak sektörde iş kaybına, tekelleşmeye ve izleyici manipülasyonuna sebep olma ihtimaline vurgu yapmışlardır. Bunun yanında, üretkenliğe, yaratıcılığa ve yeni fırsatların ortaya çıkmasına olumlu etkisi olduğunu da savunmuşlardır. Neticede, bu araştırmanın katılımcıları arasında yer alan sektör temsilcilerinin, yapay zekânın sektörde kullanımıyla ilgili en çok vurgu yaptıkları durum, bu teknolojilerin yoğun iş kaybına sebep olacağıdır.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zekâ, Yapım Şirketleri, Sektör Temsilcileri, Algı

&

Abstract: This study aims to measure the perceptions of industry representatives working in production companies operating in Turkey regarding the use of artificial intelligence in TV/film production processes. For this purpose, structured interviews were conducted with 10 industry professionals, including producers, directors, screenwriters, actors, editors, cameramen (directors of photography), lighting technicians, musicians, sound technicians, voice actors, and art directors (for set design, makeup, costumes, etc.). The collected data were subjected to content analysis and evaluated through various categories (themes). Industry representatives have emphasized the potential negative impacts of artificial intelligence, including the likelihood of job loss, monopolization, and audience manipulation within the sector. In contrast, they have also argued that AI positively influences productivity, creativity, and the emergence of new opportunities. Ultimately, the most frequently highlighted concern among the industry representatives participating in this study regarding the use of AI in the sector is that these technologies will lead to significant job losses.

Keywords: Artificial Intelligence, Production companies, Sector representatives, Perception

Atf/Cite as: Sarı, G., Gültekin, G. (2025). Türkiye'de Bulunan Yapım Şirketlerindeki Sektör Temsilcilerinin Dizi/Film Yapımında Yapay Zekâ Kullanımına Yönelik Algıları. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(1), 127-149. doi: 10.11616/asbi.1585771

İntihal-Plagiarizm/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/asbi/policy>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2000 – Bolu

¹ Doç. Dr., Gülşah Sarı, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi gulsah.sari@ibu.edu.tr. (Sorumlu Yazar)

² Doç. Dr., Gökhan Gültekin, Aksaray Üniversitesi, gokhangulteekin@aksaray.edu.tr.

1. Giriş

Bilgisayar ve internet teknolojisinin toplumlar üzerinde oldukça etkin olduğu günümüzde, bu teknolojilerden bağımsız yaşamak veya onlardan etkilenmemek çok mümkün görünmemektedir. Etkinin hem olumlu hem de olumsuz olabileceği düşünülmektedir. Bu noktada Gültekin (2021: 8434), teknolojiye bakış açısının ondan pratik anlamda yararlanma düzeyiyle doğrudan ilişkili olduğunu belirtir. Teknoloji insanların hayatını kolaylaştırarak konfor alanlarını genişlettiği sürece olumlu; sosyal becerileri kısıtladığı, hayat düzenini bozduğu, ekonomik sistemleri etkilediği vs. zaman ise olumsuz bir alan olarak algılanmaktadır.

Son yıllarda dikkatin daha fazla yoğunlaştığı; insanları korkutan, heyecanlandıran, düşündüren teknolojilerin başında yapay zekâ gelmektedir. Özellikle bu teknolojiler üzerinden tartışılan “insansı robotlar”, “sohbet botları”, “modelleme yazılımları”, “algoritmalar” gibi kavramlar, yapay zekânın çok daha fazla dikkat çekmesini ve olumlu ya da olumsuz yönleriyle üzerine düşünülmesi gereken bir olgu olduğunu göstermektedir.

Özü itibarıyla, bilgisayar teknolojisinin veya onu temel alan makinelerin insanın düşünme, hayal kurma, anlam verme ve akıl yürütme süreçlerini gerçekleştirebilmesine yapay zekâ denilmektedir (Nabiyev, 2016: 25). Bir başka deyişle yapay zekâ, “mantık, öz-farkındalık, kavrama, akıl yürütme, problem çözme ve yaratıcılık yeteneklerinin tümünün bilişimsel bir sistem tarafından biyolojik olmayan bir yapı içinde yerine getirilebilmesidir” (Artut, 2019: 767).

Günümüzde yapay zekâ; sağlık, ekonomi, güvenlik, eğitim gibi pek çok alanda etkin biçimde kullanılmaktadır. Otonom araçlar, cerrahi robotlar, öğretmenler, finans sektöründe yatırım işlemleri yapan brokerlar, askeri ve güvenlik amaçlı robotlar, laboratuvarlarda bilimsel çalışmalarda görev alan araştırmacı-asistan robotlar vs. şeklinde insanların karşısına çıkan yapay zekâ, sosyal bilimlerinin en önemli tartışma konularından biridir (Adaş ve Erbay, 2022: 328). Medya ve iletişim sektörü de bu açıdan düşünüldüğünde, hem yapay zekânın yoğun şekilde kullanıldığı alanlar olması hem de sosyal bilimlerin çalışma sahası içerisinde bulunması açısından önemlidir. Özellikle videolar, filmler, diziler, reklam afişleri, resimler vs. yapay zekânın yoğun olarak kullanılmaya başlandığı ve/veya etkilendiği görsel-işitsel ürünler olarak dikkat çekmeye başlamıştır. Gerek bireysel içerik üreticileri (kullanıcılar) gerekse görsel-işitsel ürünler ortaya koyan yapım şirketleri bir şekilde yapay zekâdan faydalanabilmektedir.

Yapay zekâ kullanımının medya ve iletişim sektörü üzerindeki etkisine bakıldığında, ilk göze çarpan konulardan biri üretim biçimlerinde yaşanan değişimdir. Yapay zekâ teknolojileri aracılığıyla medya içerikleri daha hızlı üretilebilir ve içeriklerin etkisi artırılabilir. Özellikle daha rutin medya içerikleri arasında düşünülen haberler ve hava durumu gibi içeriklerde yapay zekâ kullanımı her geçen gün yoğunlaşabilmektedir. Bugün adından çokça söz ettiren New York Times ve Washington Post gibi medya kuruluşlarında, pek çok rutin haberin yazımı sırasında yapay zekâ teknolojilerinden faydalandığı bilinmektedir. Bu açıdan Carlson (2015) basit ve rutin haber üretim süreçlerinde yapay zekâ teknolojilerinin gazetecilere yardımcı olabildiğini ortaya koymaktadır. Bu görüşü desteleyecek biçimde Jamil (2020), Pakistan’lı gazeteciler ile yapay zekânın iletişimdeki rolü, Pakistan haber medyasında yapay zekânın kullanımı ve yerel yapay zekâ girişimleri üzerine 60 kadın ve erkek gazetecinin algısını ölçtüğü çalışmada, katılımcıların yapay zekâ destekli makinelerin iletişimde yalnızca bir moderatör olduğunu düşündüklerini, bununla birlikte yapay zekâ destekli cihazların kullanımını geçim kaynaklarına yönelik bir tehdit olarak görmediklerini vurgulamıştır. Oysaki daha güncel olan başka bir çalışma (Adwan vd., 2024), yapay zekânın medya kuruluşlarında kullanılmasıyla sektöre yönelik iş kaybı anlamında bir daralmaya sebebiyet verip vermeyeceği konusunda üç ülkeden toplamda 300 medya profesyoneline anket uygulamış ve sonuç olarak, medya kuruluşlarındaki çalışanların yapay zekânın medyadaki kullanımından sonra mesleklerine yönelik iş kaybı kaygısı taşıdıklarını ortaya çıkarmıştır. Yine Toptaş’a (2024, s. 435) göre, radyo yayıncılığında yapay zekâ kullanımı iş kaybına neden olabilir. Benzer şekilde, medyada yapay zekâ kullanımına yönelik sektör çalışanlarının algısını ölçen çalışmalara ülkemizde de rastlanmaktadır.

Türkiye’de medya ve iletişim sektöründe yapay zekâ kullanımına yönelik sektör temsilcilerinin algısını ortaya koyan çalışmaların genellikle pazarlama, halkla ilişkiler veya reklam alanlarında gerçekleştirildiği söylenebilir. Örneğin, Soldan (2022) tarafından gerçekleştirilen çalışma, yapay zekânın halkla ilişkilerdeki rolüne ilişkin Türkiye Halkla İlişkiler Derneği (TÜHİD) üyesi olan PR uzmanlarının, yapay zekânın sektörde köklü bir değişim yapacağı yönünde düşünceleri olduğunu tespit etmiştir. Yine başka bir çalışma (Bilgici, 2023), yapay zekâ teknolojilerinin sosyal medya kullanım deneyimlerine etkisini, derinlemesine görüşme yöntemi ile dijital pazarlama, sosyal medya, yapay zekâ, veri ve kullanıcı deneyimi alanlarından 8 uzmandan elde ettiği verilere dayandırarak tartışmaktadır.

Bu tür çalışmalara rağmen, gerek medya gerekse sanatın ortak alanı olarak düşünülebilecek sinema veya dizi/film sektöründeki çalışanların algısını ölçen, yerli literatürde bir çalışmaya rastlamak oldukça zordur. Özellikle sinemada yapay zekâ kullanımına vurgu yapan çalışmaların daha çok film analizleri üzerinden ilerlediği (Anadolu, 2019; Çelebi ve Gültekin, 2020; Sucu ve Ataman, 2020) veya yapay zekânın hangi alanlarda nasıl kullanıldığını ortaya koyduğu (Zengin, 2020; Coşkun, 2023) anlaşılmaktadır. Öte yandan, Öz ve Pehlivan (2024) tarafından gerçekleştirilen çalışmanın böyle bir eksiklikten sıyrılması önemli olmakla birlikte, sadece dizi/film sektöründeki yapay zekâ kullanımını senaristlerin algıları üzerinden tartıştığı gözlemlenmektedir. Ancak bu teknolojinin gelecekte film/dizi sektörünün üretkenliğini, yaratıcılığını ve finansal başarısını ne yönde etkileyeceği, tekelleşmeye yol açıp açmayacağı, yoğun ve hızlı üretimin getireceği görsel-işitsel kirlilik veya izleyicinin üretilen dizi/filmle nasıl manipüle edilebileceği gibi bazı durumlar da göz önünde bulundurulmalıdır.

Tüm bunlara bağlı şekilde, araştırmanın amacı, Türkiye’de bulunan dizi/film yapım şirketlerindeki sektör temsilcilerinin, yapay zekânın dizi/film sektöründe kullanılmasına yönelik algılarını ortaya koymaktır. Bu amaç kapsamında, öncelikle çalışmanın “kavramsal çerçeve” kısmında, yapay zekâ olgusuna, yapay zekânın ekonomi politikasına ve dizi/film sektörünün sanatsal yapısını göz ardı etmemek adına da yapay zekânın sanata olan etkisine vurgu yapılmıştır. Çalışmanın “metodoloji” bölümünde ise Türkiye’de faaliyet gösteren dizi/film yapım şirketlerinde mesleğini icra eden yapımcı, yönetmen, senarist, oyuncu, kurgucu, kameraman (görüntü yönetmeni), ışık teknisyeni, ses teknisyeni, seslendirme sanatçısı ve sanat yönetmeni (dekor, makyaj, kıyafet vs. için) olmak üzere 10 sektör çalışanıyla gerçekleştirilen derinlemesine görüşme sonucu elde edilen bulgular, yapay zekâ ile dizi/film sektörü ilişkisi üzerinden tartışılmıştır.

2. Kavramsal Çerçeve

Yapay zekâ teknolojilerinin dizi/film yapımlarında kullanımına yönelik sektör temsilcilerinin algısını tartışmadan önce, konuyla ilgili bazı olgulara yer vermek önemlidir. Bu noktada çalışmanın konusu açısından özellikle yapay zekâ teknolojilerinin tarihsel süreçte nasıl gelişti(rildi)ği, ekonomi politikası ve sanatsal etkisi üzerinden bazı kavramları, olayları ve durumları ortaya koymak gerekmektedir.

2.1.Yapay Zekânın Kısa Tarihi

Yapay zekânın temelleri, Antik Yunan filozoflarının akıl yürütme, zekâ ve insan zihni üzerine yaptıkları çalışmalarla ilişkilendirilebilir. Özellikle, Aristoteles’in mantık kuralları üzerine çalışmalarının (M.Ö. 384-322), yapay zekâ düşüncesine teorik bir zemin hazırladığı düşünülebilir. Aslında insanın hissetme, öğrenme, mantık kurma, eyleme geçme gibi eylemlerinden esinlenen bir bilim, teknoloji ve mühendislik yapay zekâyâ gerekli zemini sağlamıştır. Mühendislikte (geri bildirim ve kontrolü içeren siberetik üzerine Norbert Wiener’in çalışmaları), biyolojide (W. Ross Ashby ve Warren McCulloch ve Walter Pitts’in basit organizmalardaki sinir ağları üzerine çalışmaları), iletişim teorisinde (Claude Shannon’ın teorik çalışmaları), oyun teorisinde (özellikle John Von Neumann ve Oskar Morgenstern tarafından ortaya koyulanlar), matematik ve istatistikte (Irving J. Good’un çalışmaları), mantık ve felsefede (Alan Turing, Alonzo Church ve Carl Hempel gibi isimlere ait çalışmalar) ve dil bilminde (Noam Chomsky’nin dil bilgisi üzerine çalışmaları) ortaya koyulan çalışmalar bu zemini oluşturmuştur (Buchanan, 2005: 54-56).

Her ne kadar “düşünen makineler” fikri, uzun bir geçmişe sahip olsa da insanların böyle bir teknolojinin altyapısını oluşturabilmesi için 1950’li yılları beklemesi gerekmiştir. Bu yönüyle Alan Turing’in *Computing Machinery and Intelligence* (1950) adlı makalesi önemli bir kırılma noktası olmuştur. 1936’da Turing,

sayılabilir fonksiyonların sınırlarını tanımlayan meşhur çalışması "Turing Makinesi" kavramını ortaya koyar. Bu makine, algoritmik işlemlerin kavramsallaştırılmasında önemli bir rol oynamıştır. 1950'de ise Turing (1950), bilgisayarların da insanlar gibi eğitilerek, zamanla kendi başına düşünebilecek bir yapıya dönüştürülebileceğini savunmuştur. Ayrıca Turing, aynı çalışmada ortaya koyduğu *Turing Testi*'nde, bilgisayarların geliştirilerek insanları yanıltabilecek bir zekâ seviyesine ulaşabileceğini söylemiştir (Adaş ve Erbay, 2022: 329).

1950'lerdeki önemli gelişmelerden biri de yapay zekâ teriminin, ilk kez kullanıldığı ve bir araştırma alanı olarak tanımlandığı Dartmouth Konferansı'dır. 1956'da John McCarthy, Marvin Minsky, Nathaniel Rochester ve Claude Shannon tarafından düzenlenen konferansta McCarthy, yapay zekâyı "insan zekâsını makinelerde simüle etme bilimi ve mühendisliği" olarak tanımlamıştır. Bu konferans, o tarihten sonra yapay zekâ üzerine çalışmalara ilham olmuştur (McCarthy, Minsky, Rochester, & Shannon, 2006).

1970'lerin ortasına kadar, algoritmalar ve semantik öğrenme gibi yapay zekânın temelini oluşturan alanlarda çalışmalar gerçekleştirilse de bilgisayar teknolojisindeki yetersizliklerden dolayı yapay zekânın pratik hayata geçirilmesi için özellikle 1980 sonrası önemlidir (McCorduck, 2004: 281). Bu yeni dönemde, toplumsal yaşamdaki uzmanların bilgilerinin aktarıldığı ve buna bağlı olarak algoritmalar aracılığıyla bazı alanlardaki sorunlara çözüm önerileri getirilen bir model geliştirilmiştir. Bu model, "uzman sistemi" olarak da adlandırılmış ve yapay zekâ teknolojisinde devrim olarak nitelendirilmiştir (Newquist, 1994: 271). Aslında Edward Feigenbaum öncülüğünde geliştirilen uzman sistemler, belirli bir alan bilgisiyyle donatılmış bilgisayar sistemlerinin, o alanda uzman biri gibi karar verebileceğini göstermiştir.

1990'lara gelindiğinde, yapay zekâ araştırmaları daha çok zayıf yapay zekâ (narrow AI) ve nöral ağlar üzerine yoğunlaşmıştır. John Hopfield (1982) nöral ağların potansiyelini yeniden keşfederek makine öğrenmesi ve derin öğrenme gibi tekniklere dikkat çekmiştir. Nitekim 10 yıl kadar sonra büyük veri ve hesaplama gücündeki artış, makine öğrenmesi (ML) ve derin öğrenme (DL) alanlarında büyük ilerlemelere yol açmıştır (LeCun vd., 2015).

Özellikle 2000'li yıllar, yapay zekânın bir teknoloji olarak toplumsal hayata etki etmeye başladığı dönemdir. Turing testinden etkilenilerek insan ile özellikle bilişsel beceri üzerinden kıyaslanan yapay zekâ teknolojisinin ne kadar gelişmiş olduğunu gösteren çeşitli örnek olaylar bu yıllarda yaşanmıştır. Bu dönemin en akılda kalıcı olaylarından biri, satranç Dünya şampiyonu Garry Kimovich Kasparov'un IBM'in "Deep Blue" adlı yapay zekâ yazılımına 1997 yılında yenilmesidir (Bknz. *Görsel 1*). Benzer şekilde, IBM tarafından geliştirilen "Watson" adlı yapay zekâ, 2011'de "Jeopardy" adlı tv programında, iki eski jeopardy şampiyonunu geride bırakmayı başarmıştır. Bu olaylar, yapay zekânın ne kadar geliştirilebileceğini gösteren önemli kırılma noktaları olmuştur (Ballı, 2020). Son yıllara ise Hanson Robotics tarafından üretilen, bir yapay zekâyı ve fiziksel bir bedene sahip olan robot Sophia'nın onu üreten mühendislerle olan konuşmaları damga vurmuştur. YouTube üzerinde yayınlanan bu konuşmalardan sonra Sophia, ABD'nin en ünlü TV programlarından biri olan *The Tonight Show Starring Jimmy Fallon*'a konuk olmuş ve sonunda Suudi Arabistan tarafından kendisine vatandaşlık verilmiştir.

Görsel 1: Garry Kimovich Kasparov ve Deep Blue Arasındaki Satranç Karşılaşması (1997)

Kaynak: <https://www.independent.co.uk/sport/general/chess-garry-kasparov-deep-blue-ibm-supercomputer-artificial-intelligence-a9461401.html> Erişim: 22.09.2024

Günümüzde yapay zekânın algılama, yorumlama, iletişim kurma, problem çözme, öğrenme, ilişki kurma, akıl yürütme gibi zihinsel özelliklerinin bulunduğunu aktaran Öztemel (2020: 103), makine ve robot entegreli olan yapay zekâların çeşitli fiziksel etkinlikleri de yerine getirebildiğini belirtir. Bununla birlikte ona göre, kısa bir süre sonra yapay zekâlar birbirleriyle ve insanlarla çok daha fazla iletişim kuracak, sosyalleşecek, aynı amaç doğrultusunda birleşebilecek, kişiselleştirilmiş eğitim sistemleri oluşturabilecek ve hatta işletmelerde yönetici olarak görev alabilecek ya da bilimsel araştırmalar yapabileceklerdir.

2.2.Yapay Zekânın Ekonomi Politikası

Yapay zekâ üzerine yapılan ekonomi politik çalışmalar sınırlı olmakla birlikte, temel olarak yapay zekânın gelişimiyle siyasi erkin elde edilmesi, sürdürülmesi ve/veya düzenlenmesi üzerinde tehdit oluşturduğunu savunmaktadır. Chauhan ve Perera (2024: 154), bu noktada iki tür endişenin söz konusu olduğunu belirtir. Birincisi, yapay zekâ üzerinde devlet kontrolü sağlamanın onu aşırı güçlü bir gözetim aracı haline getirebileceğinden şüphe edilmesidir. İkincisi ise yapay zekâ üzerinde piyasa kontrolü sağlamanın, belirli şirketlerin devletlerden bile daha güçlü hale gelebileceğiyle ilgilidir.

Sadece 2013-2020 yılları arasında yapay zekâ sektörünün hacminin 8 milyar dolardan 70 milyar dolara kadar yükseldiği (Zorlu, 2019: 307) göz önüne alındığında, bu teknolojinin ekonomik anlamda ne kadar önemli hale geldiği ve sektör hacminin her geçen gün katlanarak artacağı düşünülebilir. Nitekim ekonomik yapı, siyasi erkle de yakından ilişkilidir. Yapay zekânın ekonomi politikası, teknolojinin ekonomik ve politik yapılar üzerindeki etkilerini geniş kapsamlı bir şekilde vurgulamaktadır. Emek piyasalarının dönüşümünden gelir eşitsizliğine, devlet gücünün merkezleşmesinden küresel rekabet dinamiklerine kadar birçok konuda yapay zekânın yeni bir ekonomik ve toplumsal düzenin inşasına katkı sağladığı tartışılabilir. Öte yandan bu süreçte, verinin mülkiyeti, etik ikilemler ve toplumsal eşitsizlikler gibi sorunlar da ön plana çıkmaktadır. Yapay zekâ teknolojilerinin ekonomik, politik ve toplumsal etkilerini inceleyen ekonomi politik çalışmalar, bu teknolojilerin yaratıcı sektörlerdeki (iletişim kuruluşları, ajanslar, film şirketleri, tasarım alanında faaliyet gösteren şirketler vs.) iş gücünden gelir dağılımına, devlet gücünün yeniden yapılandırılmasından küresel rekabete kadar birçok alanda önemli değişimler yarattığını ortaya koymaktadır. Dolayısıyla yapay zekânın ekonomi politikası emek, sermaye, devlet, mülkiyet ve etik gibi olgularla birlikte düşünülmelidir.

2.2.1. Emek Piyasaları ve Sermaye

Yapay zekâ, birçok sektörde verimliliği ve üretkenliği artırırken, aynı zamanda iş gücündeki dönüşümlere sebebiyet verebilir. Özellikle rutin işlerin büyük ölçüde ortadan kalkmasına neden olabilir. Böylece düşük

ve orta vasıflı işlerde istihdam düşüşleri yaşanabilir. Buna karşın, Brynjolfsson ve McAfee (2014), yapay zekânın ve dijital teknolojilerin yüksek vasıflı işler için fırsatlar sunduğunu belirtmektedir. Benzer görüşlere Frey ve Osborne (2017) da sahiptir. Onlara göre, yapay zekâ tarafından desteklenen yeni ekonomik düzen, yüksek vasıflı teknoloji çalışanlarının büyük kazanç elde ettiği, ancak düşük vasıflı işçilerin iş bulmakta zorlandığı bir çeşit "kutup ekonomisi" yaratabilir.

Yapay zekâ sistemleri daha güçlü ve daha genel hale geldikçe, birçok alanda insan performansını geride bırakabilir. Bu durum son derece olumlu gelişmelere yol açabilir, ancak aynı zamanda riskler de mevcuttur. Bununla birlikte Nosova ve arkadaşları (2023: 241), modern işletmelerin yapay zekâ kullanılmadan gelişmeyeceğini savunmaktadır. Onlara göre, rakiplerine nazaran yapay zekâyâ daha hızlı geçiş yapan şirketler, iş mantığını iyileştirecek ve böylece daha büyük kar potansiyeline sahip olabilecektir.

Yapay zekâ, sermayenin yoğunlaşması ve bu yoğunlaşmanın küresel ölçekteki etkilerinde de aktif rol üstlenebilir. Yapay zekâ, teknoloji devleri arasında yoğun bir rekabet ve güç konsolidasyonuna neden olmuştur. Google, Amazon, Facebook ve Alibaba gibi dev teknoloji şirketleri, yapay zekâ alanındaki gelişmelerin öncüleridir. Bu şirketler, büyük veri setlerine erişim sağlama yetenekleri sayesinde yapay zekâ araştırmalarında ve uygulamalarında küresel bir hakimiyet kurmaktadır. Zuboff (2021: 630), bu şirketlerin sahip olduğu "gözetim kapitalizmi" modelinin, yapay zekâ teknolojilerinin toplumsal ve ekonomik yaşamı nasıl şekillendirdiğini açıklamakta önemli bir kavram olduğunu savunur. Ona göre bedenlerin sınırlarını aşan makinelerden bireylerin, grupların ve kitlelerin davranışını değiştiren makinelere geçilmiştir.

Teknoloji şirketleri büyük miktarda veriyi işleyerek hem tüketici davranışlarını şekillendirmekte hem de ekonomik gücü yoğunlaştırmaktadır. Chauhan ve Perera'ya (2024: 156-57) göre, yapay zekâyı küresel tedarik zincirlerini ve küresel finansı kontrol etmek, verileri istifleme ve bilgilerin alışveriş şekillerini manipüle etmek için kullanan Fintech ve Büyük Teknoloji kuruluşları, devleti ve altyapısını yerinden ederek mükemmel siyasi otoriteler devralmaya hazır gibidir.

2.2.2. Devletlerin Durumu

Yapay zekâ geliştirme ve uygulama kapasitesi, büyük ölçüde gelişmiş ülkelerde yoğunlaşmıştır. Fransa ve Almanya gibi liberal demokrasiler ya da Avrupa Birliği, bu teknolojileri diğer ülkelere tedarik etmede önemli roller oynamıştır (Chauhan ve Perera, 2024: 155). Bunun bir sonucu olarak, küresel Kuzey (ABD, Avrupa, Çin gibi gelişmiş ülkeler), yapay zekânın kontrolünü büyük ölçüde elinde tutarken, küresel Güney (gelişmekte olan ülkeler) bu teknolojilere daha sınırlı erişebilmektedir.

Yapay zekâ, küresel güç dengelerini de yeniden şekillendirmektedir. Çin ve ABD, yapay zekâ teknolojilerine büyük yatırımlar yaparak bu alanda liderlik için yarışmaktadır. Çin'in 2017'de açıkladığı "Yapay Zekâ Gelişim Planı" ile 2030 yılına kadar dünya lideri olmayı hedeflemesi, yapay zekânın küresel ekonomide ne kadar merkezi bir rol oynadığını göstermektedir (Lee, 2018). Bu durum, yapay zekâ teknolojilerinin sadece ekonomik değil, stratejik ve jeopolitik bir araç haline gelmesine de yol açmaktadır.

Yapay zekâ, devletlerin toplumsal kontrolü ve yönetim kapasitelerini artıran bir araç olarak da kullanılmaktadır. Yapay zekâ, gözetim, güvenlik ve kamu hizmetlerinde daha verimli devlet mekanizmaları oluşturulmasına katkıda bulunurken, aynı zamanda devlet gücünün merkezileşmesine de olanak tanır. Özellikle devletlerin kitlesele gözetim ve veri toplama kapasitelerini önemli ölçüde artırmıştır. Yüz tanıma sistemleri ve sosyal medya verilerinin analizinde kullanılan yapay zekâ, devletlerin vatandaşlarını izleme yeteneklerini artırmaktadır. Nitekim yüz tanıma sistemlerinin ön yargı içermeyen kararlar verebilmesi de çok mümkün görünmemektedir. Bu açıdan Turan ve arkadaşları (2022: 297), yüz tanıma sistemlerinde kullanılan "Faces in the Wild" veri kümesinde kadın ve siyah tenli insanlar için ön yargılı sonuçların olduğunu aktarır. Özellikle otoriter rejimler, yapay zekâ destekli yüz tanıma sistemleri ve büyük veri analizleri aracılığıyla politik muhalifleri izlemekte ve toplumsal kontrolü daha sıkı hale getirebilmektedir.

Yapay zekâ, devletlerin güvenlik ve savunma politikalarında da önemli bir yer tutar. Yapay zekâ destekli güvenlik sistemleri, siber güvenlikten terörizmle mücadeleye kadar birçok alanda devletlerin güç kapasitesini artırmaktadır. Bu bağlamda Singer ve Friedman (2014), yapay zekâ destekli askeri ve güvenlik stratejilerinin, küresel çatışmaların doğasını nasıl değiştirdiğini ele almaktadır. Bu teknolojilerin savaş alanında kullanımı ve “otonom silahlar” gibi kavramlar, devletler arası güç dengelerinde de yeni dinamikler yaratmaktadır.

2.2.3. Veri Mülkiyeti ve Etik İkilemler

Yapay zekânın ekonomi politiğinin merkezinde veri ve veri mülkiyeti sorunu bulunmaktadır. Yapay zekâ, büyük veri setlerine dayalı olarak çalıştığı için veri, yeni ekonomik sistemin ana sermaye kaynağı haline gelmiştir. Bu durum, veri mülkiyeti ve kontrolü konusundaki tartışmaları gündeme getirmektedir. Nitekim yapay zekâ uygulamaları, büyük miktarda veriyi işleyerek değer üretir. Bu nedenle verinin toplanması, işlenmesi ve mülkiyeti, yapay zekâ destekli ekonomi politiğın temel tartışma konularından biridir. Andrejevic (2014), verinin yeni kapitalist ekonomideki merkezî rolünü tartışır ve yapay zekâ teknolojilerinin, büyük veri kümelerine sahip olan şirketlerin gücünü nasıl artırdığını açıklar. Ona göre bu tür şirketler, verileri analiz ederek ekonomik ve politik güçlerini aktarmaktadır. Diğer taraftan yapay zekânın gelişmesi, veri mülkiyeti ve yönetimi ile ilgili düzenleyici çerçevelerin de yeniden düşünülmesini gerektirir. GDPR (Genel Veri Koruma Yönetmeliği) gibi düzenlemeler, veri güvenliği ve gizliliği konusunda önemli adımlar atmış olsa da yapay zekâ temelli ekonomik düzenlemeler konusunda daha fazla politika geliştirilmesi gerekmektedir.

Yapay zekâ teknolojileri, toplumsal eşitsizlikleri pekiştirebilir ve sosyal adaletsizliklere de yol açabilir. Devletlerin ve özel sektörün bireyler üzerindeki kontrolünü artırarak, bireylerin davranışlarını ve yaşamlarını şekillendirme potansiyeline sahiptir. Bu bağlamda yapay zekâ, biyopolitik bir teknoloji olarak işlev görmektedir (Rouvroy vd., 2013). Örneğin, yüz tanıma teknolojileri veya büyük veri analizleri, bireylerin mahremiyetini zedeleyebilir ve toplumsal gözetimi artırabilir. Tüm bunlar, yapay zekâ sistemlerinin etik açıdan da önemli sorunlara neden olduğunun ve olacağıın göstergesidir.

Yapay zekâ sistemlerinin işleyişinin belirli ilke ve kurallar ölçüsünde olması gerektiğini savunan araştırma merkezleri, bilim akademileri, uluslararası kuruluşlar ve sivil toplum dernekleri, etik bir çerçeve talep etmektedir. Böyle bir çerçevenin oluşturulabilmesi, küresel ortaklığın gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Ancak bu ortaklık, devletlerin etik ilkeleri arasındaki farklılıklar nedeniyle oldukça belirsizdir (Turan vd., 2022: 293).

2.3. Yapay Zekâ ve Sanat

Yapay zekâ, pek çok alanı olduğu gibi sanatı da çeşitli yönlerden etkilemiştir. Soyut kavramları yeniden şekillendirebilen yapay zekâ, farklı disiplinlerden faydalanarak insanlara yeni bakış açıları sunan “dijital sanat eserleri” ortaya koymaktadır. Öte yandan sanatçılar yapay zekâ aracılığıyla kendi sanat ortamlarını oluşturmakta ve yeni imkanlara kavuşabilmektedir (Toprak, 2020: 54). Yapay zekâ ve sanat arasındaki ilişkiye odaklanırken, bu teknolojilerin sanatın doğasını, yaratım sürecini ve estetik algıyı nasıl dönüştürdüğünü düşünmek önemlidir. Bu noktada, özellikle “yaratıcılık”, “taklit”, “estetik”, “özgünlük”, “sanatın demokratikleşmesi” ve “etik” gibi kavramlar önemli referans noktalarını oluşturmakta, pek çok araştırmacının sanat ile yapay zekâ arasındaki ilişkiyi bu kavramlar özelinde değerlendirdiği gözlemlenebilmektedir.

2.3.1. Yaratıcılık, Özgünlük ve Taklit

Sanat ile yapay zekâ arasındaki ilişkinin ilk yıllarında yapay zekâ teknolojilerinin sanatta kullanımına odaklanılmış olabilir; ancak zaman içerisinde yapay zekânın bir sanatçı gibi hareket edip edemeyeceği, dahası özgün bir sanat eseri oluşturup oluşturamayacağı daha önemli hale gelmiştir. Bu durum karşısında Ernst Gombrich (2015), *Sanat ve Yanılsama* adlı eserinde, sanatta taklit ve yaratım süreçlerini detaylandırırken yapay zekânın sanat eserleri üretme sürecinde taklit ve özgünlükten hangisine daha yakın olduğunu da tartışır. Ona göre, yapay zekâ taklit etmede oldukça başarılı olsa da özgün olamaz; çünkü insan deneyimi ve duygusal katılım olmadan sanat eserinin özgünlüğü sorgulanmalıdır. Buna

karşın Say (2022: 83), "bilgisayar sanat yapabilir mi?" sorusuna; "eğer, sanat yapmak derken resim, beste, şiir vs. gibi sanat ürünleri ortaya koymayı düşünüyorsanız, evet, yapabilir..." şeklinde bir savunma yapmaktadır. Coeckelbergh (2017: 290) de yapay zekânın ortaya çıkardığı ürünlerin, sanat ile ilişkili olabileceği ile bu ürünlerin aynı zamanda objektif (nesnel) ve subjektif (öznel) kriterler ölçüsünde değerlendirilebileceğini aktarır.

Yapay zekâ ve sanat arasındaki ilişkinin ilk belki de en iyi örneklerinden biri AARON projesidir. 1973'te Harold Cohen tarafından geliştirilmeye başlanan AARON, ilk olarak soyut resim çalışmaları üreten bir çeşit bilgisayar yazılımı olarak kabul edilmiştir. Ancak bu yazılım, zamanla temsili görüntüler ve figürler içeren çeşitli eserler meydana getirmiştir. Aslında AARON, resim çizerken gerçek boya ve fırça kullanan bir mekanizmaya entegre edilmiştir. Bu sistem, ilk başlarda siyah-beyaz resimler çizse de her geçen yıl geliştirilmiş ve onun ürettiği özellikle renkli resimler çeşitli müzayedelerde satılmıştır (Artut, 2019: 775). Neticede AARON, pek çok sanat kurumu ve müzesinden onay alarak, sanat dünyasında yapay zekânın kullanılabilirliğini göstermekle kalmamış, yaratıcı bir sanatçı olarak düşünülebileceğini de göstermiştir.

AARON, yapay zekâ tarafından eski büyük sanatçıların ortaya koyduğu eserlerin de yeniden ve onların tarzıyla üretilip üretilmeyeceği düşüncesine zemin hazırlamıştır. "The Next Rembrant (Yeni Rembrant)" projesi tam olarak böyle bir düşünce neticesinde hayata geçirilmiştir. Aslında amaç, Rembrant'ın eserlerini temele alan bir pastiş (taklit) ortaya koymaktan çok onun eserlerinin aurasını yakalamaktır. Proje kapsamında geliştirilen algoritmanın, Rembrant'ın tüm tabloları üzerinden onun kullandığı renkleri, dokuları, figürleri, fırça darbelerini vs. analiz ederek ortaya Rembrant'ı aratmayacak eserler çıkartabildiği savunulmaktadır (Ballı, 2020: 291).

Boden (1998: 348), yapay zekânın "birleştirici", "keşifsel" ve "dönüştürücü" olmak üzere üç farklı yaratıcı kategoriye ayrılabilirliğini vurgular. Birleştirici yaratıcılık, yapay zekâ teknolojileriyle mevcut kavram, fikir ve tekniklerden faydalanarak yeni eserler yaratılmasıdır. Bu noktada yapay zekânın mevcut sanat stillerini harmanlayarak yeni ve özgün bir stil geliştirebileceği düşünülür. Keşifsel yaratıcılık, yapay zekânın sanatın herhangi bir alanındaki boşlukları değerlendirerek yeni fikirler ortaya çıkarmasını kapsar. Dönüştürücü yaratıcılıkta ise yapay zekânın sanatta radikal değişiklikler oluşturma gücüne sahip olduğu varsayılır. Tüm bunları göz önünde bulunduran Boden'a göre, yapay zekâ özellikle keşifsel ve dönüştürücü yapısıyla dikkat çekmektedir.

Geleneksel açıdan düşünüldüğünde sanat, insanın duygu, düşünce ve deneyimlerini dışavurumu olarak kabul edilmektedir. Bu noktada insan önemli bir unsur haline gelirken, insan olmadan ortaya çıkan ürünlerin ne derece otantik kabul edileceği sorusu hala tartışmalı olabilmektedir. Öte yandan her ne kadar yapay zekânın daha önceki örnekleri değerlendirerek bir çeşit taklit oluşturduğu düşünülse de yaratıcı olabileceği unutulmamalıdır. Dolayısıyla sanatçı ve yapay zekâ arasındaki işbirliğine odaklanmak; yapay zekâ aracılığıyla sanata ve sanatçıya sunulan fırsatlara veya tehditlere yönelik tartışmalar ortaya koymak daha önemli olacaktır.

2.3.2. Sanatın Demokratikleşmesi, Estetik Yargı ve Etik

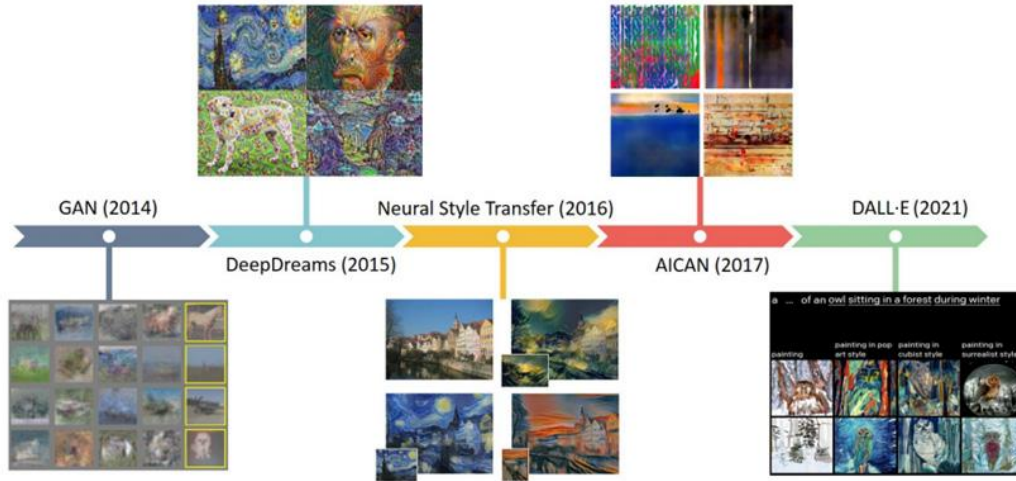
Yapay zekâ, sanat üretimine farklı boyutlar kazandırmıştır. Sanat eserinin sadece çoğaltılması veya yeni versiyonlarının üretilmesinde etkin değildir; aynı zamanda sanat eserlerinin başka disiplinlerle ve yeni yaklaşımlarla bir araya gelmesine olanak tanımıştır. Böylece sanat eseri çok daha geniş kitlelere ulaşmış ve insanların da gerek sanata gerekse teknolojiye bakışını derinden etkilemiştir (Toprak, 2020: 51). Bu durum, sanatın çok daha demokratik bir yapıya kavuşturulduğunu ve aynı zamanda insanların estetik yargılarını da etkileyebileceğini göstermektedir. AICAN bu açıdan önemli bir proje olarak değerlendirilebilir.

AICAN (Artificial Intelligence Creative Adversarial Network) projesi ile yapay zekânın sanatta yeni estetik formlar oluşturabileceği ve sanat piyasasına nasıl etkide bulunabileceği ortaya koyulmuştur. Bu projeye bağlı olarak Elgammal ve arkadaşları (2017: 18), yapay zekânın insanın estetik yargılarını değiştirme potansiyeli olduğunu ortaya koymuştur. Araştırmacıların çalışmalarına dahil ettiği deneklerin %59,47'si

AICAN tarafından oluşturulan görüntüleri daha yenilikçi; %60'ı ise estetik olarak daha çekici bulunduğunu ifade etmiştir.

Özünde yapay zekâ teknolojilerinin sanata dahil olmasıyla, sanat eserleri hem erişilebilir olma hem de üretilebilir olma açısından çok daha demokratik bir yapıya bürünebilmektedir. Günümüzde sanata meraklı olan; fakat yeterli teknik bilgi ve beceriye sahip olmayan kişiler bile yapay zekâ sayesinde bazı sanat eserleri ortaya koyabilmektedir. Örneğin, DALL-E gibi yapay zekâ araçları, kullanıcılarına metinsel tanımını yaptıkları herhangi bir olgu, olay, duygu, düşünce vs. üzerinden görselleştirmeler gerçekleştirebilmektedir. Aslında DALL-E gibi günümüzde sanata bir şekilde ilgili olarak kullanılan çeşitli yapay zekâ programları olmakla birlikte, özellikle bazı yapay zekâ programlarının önemli olduğunu vurgulayan Cetinic ve She (2022: 9), bu programları kronolojik olarak, *Görsel 2*'de görüldüğü şekliyle ortaya koyar.

Görsel 2: Günümüz Yapay Zekâ Teknolojilerinin Gelişiminde Önemli Rol Oynayan Programlar



Kaynak: Cetinic, E., & She, J. (2022). Understanding and Creating Art with AI: Review and Outlook. *ACM Trans. Multimedia Comput. Commun. Appl.*, 18(2), 66:1-66:22. <https://doi.org/10.1145/3475799>

Zorluel (2019: 353), yapay zekâ tarafından üretilen sanat eserlerinin mevcut yasalarla yeterli şekilde telif açısından korunamayacağını altını çizer. Ortaya koyduğu çalışmanın sonucunda, gerek ülkemizde gerekse dünyada çeşitli düzenlemelerle bu eserlerin telif açısından hukuki bir zemine yerleştirilebileceğini vurgular. Onun önerisi, İngiliz Telif Hakkı, Tasarımlar ve Patentler Kanunu m.9/(3) hükmüne göre düzenlemeler yapmaktır. Nitekim ilgili maddede “bilgisayar tarafından üretilen edebî, dramatik, müzikal ya da sanatsal çalışmalar söz konusu olduğunda eser sahibi, eserin yaratılması için gerekli ayarlamaları gerçekleştiren kişi olarak anılacaktır” ibaresinin bulunduğunu ortaya koyan Zorluel, en doğru çözümün buna benzer bir kanuni güncellemeyle olabileceği sonucuna ulaşır.

Yapay zekâ teknolojilerinin sanat ve tasarım alanına nasıl yansıdığını çeşitli örneklerle ortaya koyan Deveci (2022: 138), özellikle yapay zekâya karşı olumlu yaklaşmıştır. Ona göre, yapay zekânın sanat alanındaki yaratıcılığı, potansiyeli, etkisi, özgünlüğü ve işlevselliği değişkendir. Örneğin, yapay zekâ teknolojileri bazen oldukça yaratıcı olabilirken bazen özgünlük ve yaratıcılık açısından zayıf kalabilmektedir. Yine de sanatta yapay zekâdan destek almanın özellikle sanatçının becerilerini geliştirmesi açısından fayda sağlayacağını, konfor oluşturacağını ve özellikle nitelik açısından önemli etkileri olacağını vurgulamıştır. Gelecekte ise sanatçıların bir şekilde kendilerini yapay zekâ teknolojilerine uyumlu hale getirmek zorunda kalacağını öngörmektedir.

3. Metodoloji

Bu kısımda çalışmanın amacına, kullanılan yöntem, veri toplama tekniğine ve bulgulara yer verilmiştir. Çalışmada elde edilen veriler MAXQDA programı yardımıyla 4 temel kodlama (ekonomik etki algısı, üretkenlik ve yaratıcılığa etki algısı, nitelik ve manipülasyon etkisi algısı ve gelecek kaygısı) üzerinden analiz edilmiş ve örnekleme dahil edilen 10 katılımcının dizi-film sektöründe yapay zekâ kullanımına

yönelik algıları ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Katılımcılar, film yapım ekibinde önemli yeri olan yapımcı, yönetmen, senarist, oyuncu, kurgucu, kameraman (görüntü yönetmeni), ışık teknisyeni, ses teknisyeni, seslendirme sanatçısı ve sanat yönetmeni (dekor, makyaj, kıyafet vs. için) olarak seçilmiştir. Dizi-film sektörünün temsilcileri olan katılımcılarla görüşme yaparak yapay zekânın kullanımına yönelik algıyı ölçmek, çalışmanın özgün değerini oluşturmaktadır. Çalışma verilerinin analizinde MAXQDA programının kullanılma nedeni, bu programın nitel çalışmalarda veri analizlerinde grafik, kelime bulutu gibi görseller oluşturmakta yardımcı olması ve tartışmayı daha görünür hale getirebilmesidir. Çalışmada kullanılan görüşme/mülakat yöntemine dair bilgiler de amaç ve yöntem kısmında detaylı olarak belirtilmiştir.

3.1.Amaç ve Yöntem

Bu araştırmanın amacı, Türkiye'de bulunan dizi/film yapım şirketlerindeki sektör temsilcilerinin, yapay zekânın dizi/film sektöründe kullanılmasına yönelik algılarını ortaya koymaktır. Bu amaçla çalışmanın cevabını aradığı temel araştırma soruları şunlar olmuştur:

- Yapay zekânın dizi/film sektörü üzerindeki ekonomik etkisine yönelik sektör temsilcilerinin algısı nedir?
- Sektör temsilcileri, yapay zekânın dizi/film sektöründeki yaratıcılığa veya üretkenliğe etkisini nasıl değerlendirmektedir?
- Dizi/film sektöründe yapay zekâ tarafından üretilen içeriklerin niteliğine yönelik algı nedir?
- Sektör temsilcileri yapay zekânın izleyici üzerinde manipülatif etkisi olup olmadığını nasıl yorumlamaktadır?
- Sektör temsilcileri yapay zekânın gelecekte dizi/film sektörüne ne gibi etkileri olacağından kaygılanmaktadır?

Araştırma sorularının cevabını ortaya koymak adına, veriler görüşme/mülakat tekniğiyle elde edilmiştir. Bu aşamada katılımcılara yüz yüze/çevrimiçi olarak ulaşılmış ve görüşme/mülakat gerçekleştirilmiştir. Nitekim bu yöntem, insanların kişisel duyguları, görüşleri ve deneyimleri hakkında konuşmalarını sağlamak için etkili olabilmektedir. Ayrıca insanların dünyayı nasıl yorumladıkları konusunda fikir edinmek için de değerlidir (Milena vd., 2008: 1279). Görüşmeler, genellikle mümkün olduğunca doğal bir sürece yakındır. Soruların türünde, soruların ifadesinde ve ortam seçiminde daha fazla özgürlük vardır ve bunların hepsi doğallığa katkıda bulunur (Books, 1997: 141). Ayrıca araştırılan konunun bütün boyutlarını kapsaması ve katılımcılara yönlendirilen sorulara detaylı cevaplar alınabilmesi yönünden etkili bir veri toplama tekniğidir (Tekin & Tekin, 2012: 101). Bunlara bağlı şekilde, nitel temelli görüşme tekniğinin çalışmada kullanılma nedenlerinin başında yapay zekânın film ve dizi yapım sektöründe kullanımına ilişkin sektör çalışanlarını yönlendirmeden detaylı cevaplar alınabilmesi ve böylece algılarının ortaya koyulabilmesi yer almaktadır. Nitekim nicel temelli veri toplama metodlarının (örneğin anketlerin) çalışmaya uygunluğu değerlendirildiğinde, çalışmanın konusu açısından doyurucu veri sağlayamayacağı düşünülmüştür. Ayrıca bu çalışmanın, görüşmenin özüne bağlı şekilde, bütün dizi film sektörüne yönelik algıyı ortaya çıkarması gibi bir amacı yoktur.

3.2.Evren ve Örneklem

Bu çalışmada "amaçlı örneklem" alma yöntemi tercih edilmiş; Türkiye'de faaliyet gösteren dizi/film yapım şirketlerinde yer alan yapımcı, yönetmen, kurgucu, ses teknisyeni, görüntü yönetmeni (kameraman) vb. gibi sektör çalışanları/temsilcileri arasından seçilen 10 kişi çalışmaya dahil edilmiştir. Amaçlı örneklemin tercih edilme sebebi, veri toplamada görüşme tekniğinin seçilmiş olmasıyla yakından ilgilidir. Nitekim görüşmede örneklemin evreni temsil etmesinden ziyade, araştırma konusuyla alakalı olup olmadığı göz önünde bulundurulmaktadır (Neuman, 2022: 320).

Bir dizi ya da film oluşturulurken özellikle yapımcı, yönetmen, senarist, oyuncu, kurgucu, kameraman (görüntü yönetmeni), ışık teknisyeni, ses teknisyeni, seslendirme sanatçısı ve sanat yönetmeni (dekor, makyaj, kıyafet vs. için) temel sektör çalışanları olarak ilk akla gelenler olabilir. Burada gerçekleştirilen çalışmanın örnekleminde bu 10 farklı alanın her birinden 1 (bir) katılımcıya yer verilmiştir. Örneklem seçiminde, katılımcıların hem sektörde aktif şekilde sayılan bu alanlarda çalışıyor olmaları hem de yapay zekâ ve bu teknolojinin sektör üzerindeki etkisine yönelik farkındalığa sahip bulunmaları önemsenmiştir. Çalışmada cinsiyet farklılıkları, eğitim durumu, yaşanan yer, yaş aralıkları gibi katılımcılara ait sosyo-demografik özelliklerin yapay zekâ kullanımına yönelik algıya etkisiyle ilgili bir tartışma yürütülmemiştir. Bununla birlikte katılımcıların meslek, yaş ve cinsiyetle ilgili demografik özelliklerine kısaca yer verilmiştir.

3.3. Bulgular ve Yorum

Katılımcılara ait demografik bilgiler aşağıdaki tabloda belirtilmiştir. Çalışma dizi/film yapım ekibinden yapımcı, yönetmen, senarist, oyuncu, kurgucu, kameraman (görüntü yönetmeni), ışık teknisyeni, ses teknisyeni, seslendirme sanatçısı ve sanat yönetmeni olarak 10 kişiyle yapılmıştır. Katılımcıların dördü kadın, altısı erkektir. Çalışmada katılımcıların isimlerine yer verilmemiş, katılımcılar sadece meslekleri ile anılmıştır. Araştırma soruları ve elde edilen verilere bağlı olarak, bulgular 4 ana başlık üzerinden değerlendirilmiştir. Burada elde edilen verilerin hepsinin kullanılmasından kaçınılmış ve konuya bakış açısının ortak yönleri belirtilirken, destek almak amacıyla yer verilen katılımcı görüşlerinin, ilgili başlıkla alakalı olanlardan seçilmesine dikkat edilmiştir. Ayrıca, içerik analizindeki frekanslardan sadece yorumlama için birer çıkış noktası olarak faydalanılmıştır. *Tablo 1*, katılımcılara ait demografik özelliklerden meslek, yaş ve cinsiyetle ilgili bilgileri ortaya koymaktadır.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Bilgileri

Katılımcının Mesleği	Katılımcının Yaşı	Katılımcının Cinsiyeti
Yapımcı	42	Erkek
Yönetmen	42	Kadın
Kameraman (Görüntü Yönetmeni)	50	Erkek
Ses Teknisyeni	44	Erkek
Işık Teknisyeni	49	Erkek
Kurgucu	46	Erkek
Seslendirme Sanatçısı	57	Erkek
Sanat Yönetmeni	55	Kadın
Senarist	34	Kadın
Oyuncu	49	Kadın

3.3.1. Yapay Zekânın Dizi/Film Sektöründeki Ekonomik Etkisine Yönelik Algı

Yapay zekâ kullanımının dizi-film sektörüne ekonomik yönden etkisine yönelik algının ortaya çıkarılabilmesi amacıyla katılımcılara ilk olarak, “sizce yapay zekâ sektörde daralmaya (iş kaybı bağlamında) neden olacak mı?” sorusu yönlendirilmiştir. Bu noktada genel olarak katılımcılar, “tabii ki olacaktır (*yapımcı*)”, “yapay zekânın sektörde daralmaya neden olacağını düşünüyorum (*kurgucu*)”, “muhakkak olacaktır (*seslendirme sanatçısı*)”, “evet olacak. Bu belki teknik eleman olarak başlayacak (*yönetmen*)”, “uzun zaman sonra kameramana ihtiyaç duymayacağız. Belki yönetmene de ihtiyaç duymayabiliriz (*görüntü yönetmeni/kameraman*)” şeklinde düşüncelerini iletmişlerdir. Sektörde *senaristik* yapan katılımcı ise daha geniş bir perspektif üzerinden şu şekilde bir değerlendirme ortaya koymuştur:

“Dil çevirilerini yapay zekâ çok iyi yapıyor. Mesela Rus bir film festivaline göndermek istedik filmin altyazılarını. Eskiden pek mümkün olmazdı çevirmen tutuyorduk. Şimdi çok ciddi bir zaman ve ekonomik tasarruf sağlıyor. Bu tabii çevirmen arkadaşların iş kaybına sebebiyet veriyor. Gene grafik alanında iş kaybına neden oluyor. Hareketli görüntüden tek bir imaj üzerinden yapay zekâ daha başarılı olduğundan grafik alanında işsizliğe yol açacağını düşünüyorum. Bir de tabii orkestrasyon bakımından yapay zekânın olanaklarıyla enstrüman çalanların yani icracı dediğimiz sınıfın iş kaybına neden olacaktır.”

Yapay zekâ kullanımının dizi/film sektöründe iş kaybına neden olacağına yoğun olarak vurgu yapan katılımcılar benzer şekilde, tekelleşmenin de diğer bir ekonomik etken olduğunu aktarmışlardır. Nitekim “yapay zekâ sektörde tekelleşmeye (teknolojik olarak eşitsizlikten dolayı) neden olacak mı?” sorusuna *yapımcı* “illaki olacaktır”, *oyuncu* ise “mutlaka öyle olacak” cevabını verirken; *sanat yönetmeni* “evet buna sebep olabilir. Bunu öngörmek çok mümkün. Ancak daha bunun olması için çok uzun yıllar olduğunu düşünüyorum” şeklinde karşılık vermiştir. Bu görüş, ilerleyen zaman diliminde özellikle şirketler ve işverenler için yapay zekâ kullanımının bir avantaja dönüşebileceğini hatırlatmaktadır. Nitekim araştırmanın katılımcıları da ekonomik perspektiften baktıklarında; genel olarak yapay zekâ kullanımın işverene maddi katkı sağlayacağını ve dizi-film şirketlerinin maliyetlerini düşüreceğini savunmaktadır. Örneğin, *yönetmen* “yapay zekâyı kullanmak, işveren için çok avantajlı bir şey gibi görünüyor”; *sanat yönetmeni* “maliyeti tabii ki düşürür”; *ses teknisyeni* “yapay zekânın sektöre ekonomik anlamda kesinlikle katkısı var” derken *seslendirme sanatçısı* ise şunları söylemiştir:

“Maliyetleri muhakkak düşürecektir. Mesela şöyle düşünelim: Ben de eskiden kurgu sektöründe çalışan biri olarak söylüyorum bunu, rutin tekrarlayan görevler var. Mesela video editing gibi, ses işleme gibi veya ışık teknolojileri gibi. Bunların maliyetlerini son derece düşürecektir; ama maliyetler kimin için düşecek bu tabii önemli. Yapım şirketleri için düşecektir.”

Ekonomik açıdan yapay zekâ kullanımının dizi-film sektöründe herhangi bir iş kaybına veya tekelleşmeye neden olmayacağına yönelik düşünceler az da olsa bulunmaktadır. Benzer şekilde, bazı yorumlar yine yapay zekâ teknolojilerinin aslında pahalı olduğunu dolayısıyla şirketler için maliyetleri yükselteceği ve ekonomik açıdan bir katkısı olmayacağı üzerine konumlanmaktadır. Bu açıdan “yapay zekânın sektöre ekonomik anlamda bir katkısı olmaz. Hatta daha fazla pahalılaştırılacaktır (*ışık şefi*)” veya “ekonomik anlamda bir etkisinin olacağını düşünmüyorum (*kurgucu*)” gibi görüşler dikkat çekici olabilir. Araştırma açısından yapay zekâ teknolojilerinin dizi-film sektöründeki ekonomik etkisine yönelik asıl dikkat çekici olan ise katılımcıların “iş kaybına neden olsa da bazı fırsatlar sunacaktır” görüşü altında birleşmeleri olmuştur. Bu minvalde katılımcılar arasında yer alan ve yapay zekâ kullanımının sektörde daralmaya yol açacağı görüşünü benimseyen *ışık şefi* şu ifadeleri kullanmıştır:

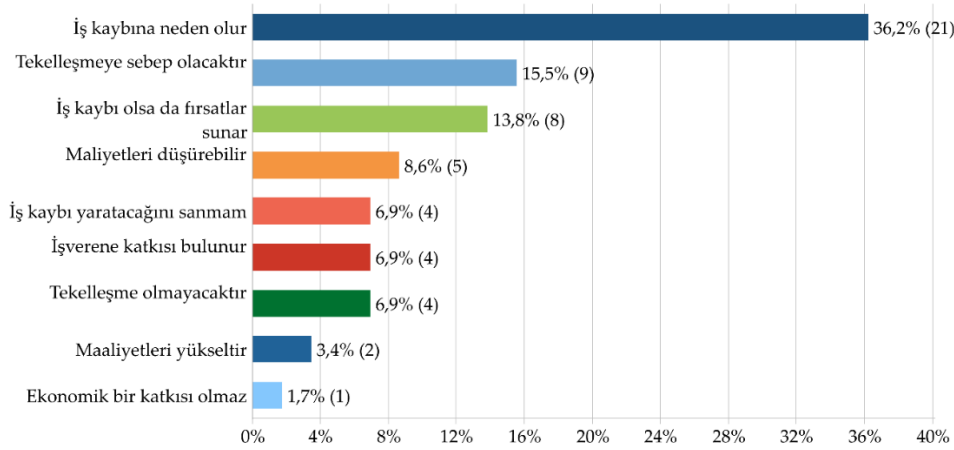
“Sektörde daralmaya sebep verecektir; ama bir yandan da personel değişikliği yapacaktır bu. Personelde fizibilite ve mantık değişikliği yapacaktır. Yeni nesil ve yapay zekâ üzerinde çalışan personeller geçmişteki manuel personelleri geçecektir. Yani burada bir sınıf değişikliği olacaktır. Daralmaya sebep

vermesinin nedeni şudur: Yapay zekâya uyumlu eski tip mantalitedeki kişilerin sektörden uzaklaşması anlamına gelecektir. Yapay zekâ onu kullanacak gerçek bir zekâya muhtaçtır.”

Yapay zekâ teknolojilerinin sektörde iş kaybına yol açacağını savunan *yapımcı* “şimdi teknoloji bakımından baktığımız zaman aletlerimiz teknoloji olduğu için kamera ekibi veya kurgu ekibinde yararlanacaklarını düşünüyorum” demiştir. *Oyuncu* “kurguda ve ışıkta çok etkili olacağını” ifade etmektedir. *Seslendirme sanatçısı* “yapay zekâ elbette yeni iş alanları, yaratıcı fırsatlar, buna benzer şeyler de sunacaktır. Yapay zekâ teknolojilerini geliştiren ve yöneten yepyeni iş kolları ortaya çıkabilir” şeklinde görüşler ortaya koymuştur. Bu tür teknolojilerin özellikle işverene katkı sağlayacağını ve yapay zekânın aslında yeni özgürlük alanları oluşturduğunu söyleyen *yönetmen* ise başından geçen bir olay üzerinden yapay zekâ kullanımının avantaj(lar)ını savunmuştur:

“Kendi yaşadığım bir şeyi örnek vermem gerekirse; bir çekimde kamera üzerinde filtre uygulamamız gerekiyordu, hata olduğundan uygulanmamış, kurguda yapay zekâ programı ile yaptık. Normalde kurgucu bunu alır, masklar üzerine filtre atar, render süresi gerekir. Çok daha uzun sürede yapacakken yapay zekâ ile üretilmiş bir yazılımı direkt in-out vererek herhangi bir işaretleme yapmadan ekstradan üzerine koyduk ve hiçbir zaman kaybı olmadan filtre anlamında daha da fazlasını elde ederek, istediğimizin daha iyisini elde ederek, o görüntüyü kurtardık. Bu yönetmen olarak çok işime yaradı.”

Şekil 1: Dizi-Film Sektöründe Yapay Zekâ Kullanımının Ekonomik Etkisine Yönelik Katılımcı Algısının Dağılımı

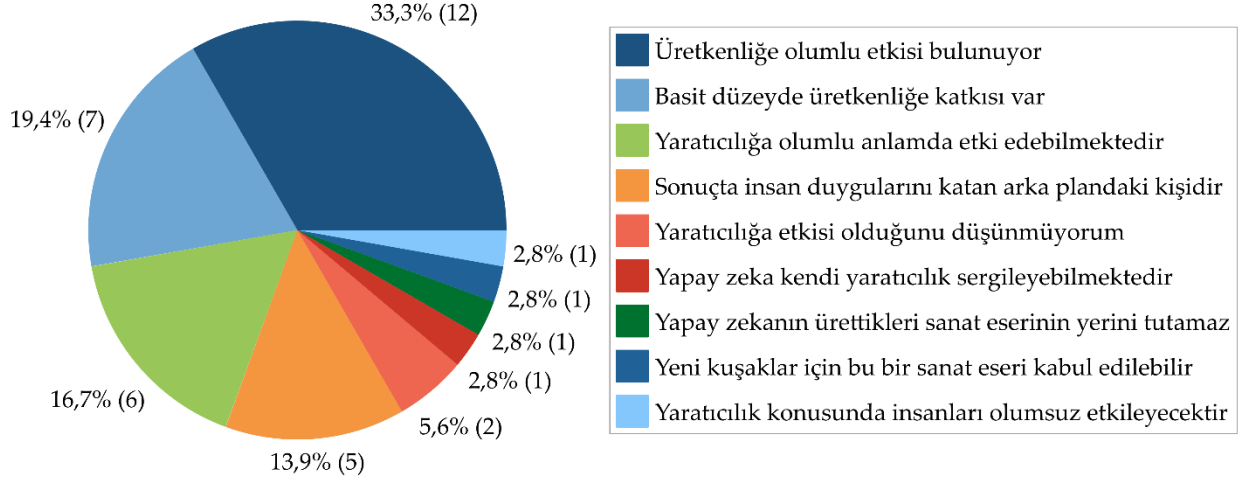


Tüm bu aktarılanlara bağlı olarak, dizi-film sektöründe yapay zekâ kullanımının ekonomik etkisine yönelik katılımcıların algıları Şekil 1 ile gösterilmektedir. Buna göre, “iş kaybına neden olur”, “tekelleşmeye sebep olacaktır” ve “iş kaybı olsa da fırsatlar sunar” düşüncesinin daha ön planda olduğu anlaşılmaktadır. “Ekonomik açıdan bir katkısı olmaz”, “maliyetleri yükseltir” ve “tekelleşme olmayacaktır” görüşleri ise oldukça az savunulmaktadır.

3.3.2. Yapay Zekânın Sektördeki Yaratıcılık ve Üretkenlik Üzerindeki Etkisine Yönelik Algı

Üretkenlik ve yaratıcılık, yapay zekâ teknolojilerinin kullanımıyla sıklıkla gündeme gelen ve tartışılan konuların başında gelmekle birlikte, bu araştırma için de odak noktalardan biri olmuştur. Nitekim dizi-film sektörü sürekli olarak üretim-tüketim döngüsü içerisinde yer alır ve sanatsal tarafı da ağır basan bir alandır. Araştırmanın örnekleme dahil edilen katılımcılar da bu sektörde çalışan kişiler olarak, birer sanat veya medya ürünü şeklinde değerlendirilebilen dizi ya da film yapım süreçlerinde aktif rol oynamaktadır. Buna bağlı olarak, katılımcılara “sizce yapay zekânın üretkenliğinize ve/veya yaratıcılığınıza nasıl bir etkisi olabilir?” sorusu iletilindiğinde, katılımcıların özellikle olumlu bir bakış açısına sahip oldukları ortaya çıkmıştır. Üretkenliğe olumsuz etkisi olduğunu savunan herhangi bir görüş bulunmazken; yapay zekâ kullanımının üretkenliğe olumlu etkisi olduğu veya basit düzeyde de olsa bir şekilde katkı sağladığı düşüncesi katılımcılar arasında oldukça hakimdir. Şekil 2, katılımcıların yorumlarının üretkenlik ve yaratıcılık açısından nasıl dağılım gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Şekil 2: Dizi-Film Sektöründe Yapay Zekâ Kullanımının Üretkenlik ve Yaratıcılık Üzerindeki Etkisine Yönelik Katılımcı Algısının Dağılımı



Şekil 2’de de görüldüğü üzere, katılımcıların düşünceleri yapay zekâ kullanımının dizi-film sektöründeki “üretkenliğe olumlu etkisi bulunduğu” üzerine yoğunlaşmaktadır. Üretkenliğe etkisi anlamında “post-prodüksiyonda, görsel efektte büyük avantajları var (*sanat yönetmeni*)”, “üretkenliğe doğru oranda bir etkisi olacaktır (*ışık şefi*)”, “verimliliği ve üretkenliği arttıracaklarını düşünüyorum (*oyuncu*)” şeklinde ifadeler aktarılmıştır. Bazı katılımcılar ise kullandıkları programlar üzerinden yapay zekâ teknolojilerinin üretkenliklerine hangi açılardan destek olabildiğini aktarmıştır. Örneğin *kurgucu* konu hakkında düşüncelerini şu şekilde ortaya koymuştur:

“Artıları çok yapay zekânın. *Adobe Premier*’de hazır efektleri koyup ücretli efektleri hazır bir şekilde koyduğum zaman geçişleri güzel oluyor. *Colour*’da hazır renkler var, o renkleri kullanabiliyorsun veya yüzlerdeki parlaklığı, ben gibi şeyleri alabiliyorsun. *Photoshop*’ta çok ileri derece bir yaratıcılık, eskisi gibi değil. Hayal ettiğin her şeyi yapabiliyorsun *Photoshop*’ta. Bunların çok faydası var.”

Yine yapay zekâ destekli program olan *ElevenLabs* üzerinden örnek veren *seslendirme sanatçısı*; “mesela benim çok iyi yapamadığım bir şey İngilizce telaffuzdur, zorluklar yaşıyorum. O yüzden basitçe İngilizce metni oraya koyduğum zaman muhteşem bir İngilizceyi sıfır hatayla alabiliyorum *ElevenLabs*’ten” diyerek, kendi alanında yapay zekâ teknolojilerinden faydalanmanın üretkenlik açısından faydalı olduğunu savunmaktadır. Benzer görüşlere sahip olsa da katılımcılar arasında yer alan *senarist* ve *görüntü yönetmeni* gibi bazı sektör temsilcileri ise yapay zekânın üretkenliğe sadece basit düzeyde bir etkisi olabileceğini söylemişlerdir.

Üretkenlikteki gibi yaratıcılık üzerine görüşlere bakıldığında da katılımcıların yapay zekâ kullanımının dizi-film sektöründeki yaratıcılığa olumlu yönden bir etkisi olduğunu vurguladıkları anlaşılmaktadır. Bu yönden katılımcıların dikkat çektiği ve yaratıcılıkla birlikte düşündükleri temel ögenin ise insan olduğu gözlemlenmiştir. Katılımcıların neredeyse tamamı, yaratıcılığa etki üzerine görüşlerini ortaya koyarken, sonuçta insan faktörü olmadan yapay zekânın yaratıcı olamayacağını vurgulamıştır. *Oyuncu* “yaratıcı düşüncüyü desteklediğini”, *ışık şefi* “insan faktörünün önemli olduğunu ve yapay zekânın ancak bir duygu taklidi yapabileceğini” aktarmıştır. *Yönetmen* daha baskın bir ifadeyle, “sonuçta insan zekâsı da çok başka bir şey. Yapay zekâyı sadece öğretilmiş gerçeklikleri yüklüyor olacaksınız. Bir insanın düşünce yapısı, estetiği çok farklı bir şey onu ekrana yine insan yansıtabilir. Küçük dokunuşlar dediğimiz farklılıkları yine bence insan verebilir” derken; üretkenlik noktasında yapay zekânın önemine vurgu yapan *seslendirme*

sanatçısı yaratıcılık söz konusu olunca insan faktörünün değerli görülmesi gerektiğini şu sözlerle aktarmıştır: “sanatsal anlayışında benim için tamamen dijitalden üretilmiş bir sanat eserine yer yok tam olarak. Ben insan unsuru isterim seyrettiğim sinemada, dizide o duyguyu görmek isterim.”

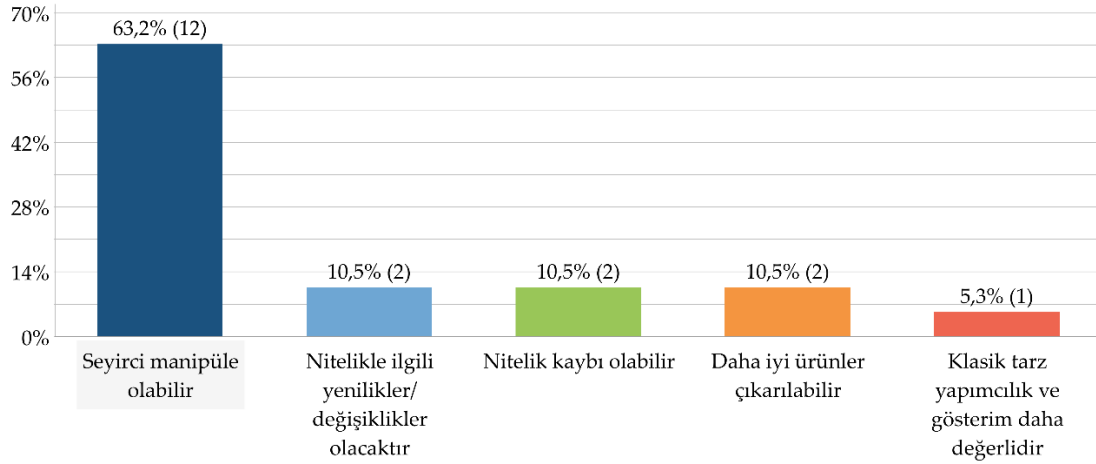
Yaratıcılık açısından olumsuz bazı görüşler de ortaya çıkmıştır. Bu açıdan *senarist*, “yapay zekâyı yaratıcı anlamda çok gelişkin görmedim” derken yönetmen; “benim yaratıcılığımıza herhangi bir katkısı yok” şeklinde görüş beyan etmiştir. Üretkenlik açısından yapay zekâ teknolojilerinin dizi-film sektörü için önemli avantajlar sağladığını belirten *sanat yönetmeni*, yaratıcılık yönünden ise “yapay zekânın insan hayatına çok fazla girmesiyle birlikte insanların daha duygusuz daha nötr ve tepkisiz olacağı öngörülüyor” ifadesini kullanmıştır. Bu açıdan düşünüldüğünde, *sanat yönetmeninin* katılımcılar arasında “yapay zekâ kullanımının yaratıcılık üzerinde bir olumsuzluk oluşturacağını” vurgulayan tek kişi olduğu söylenebilir. Dahası O, yapay zekâ tarafından üretilen ürünlerin özellikle yeni kuşaklar tarafından sanat eseri olarak kabul edileceğini şu sözlerle aktarmıştır: “Benim kızım ya da onun kuşağı Z kuşağı denilen ve ondan sonra gelecek kuşakta muhakkak şundan eminim ki; bu tamamen dijital olarak üretilmiş içeriklerde onlar onu sanat olarak kabul edecekler.” Bu söylem, yapay zekâ teknolojilerinin yaratıcılıkla ilişkisine vurgu yapmaktan çok daha yoğun biçimde, belki de yapay zekâ aracılığıyla üretilen ürünlerin niteliğini ve insanları manipüle etme kapasitesini tartışmayı gerekli kılmaktadır.

3.3.3. Yapay Zekânın Nitelik ve Manipülasyon Üzerindeki Etkisine Yönelik Algı

Yapay zekâ teknolojilerinin desteğiyle üretilen medya ürünleri ya da sanat eserleri olarak dizi ve filmlerin gerek niteliği gerekse de izleyici üzerinde nasıl bir manipülatif etkisi bulunduğu önemlidir. Bu perspektiften bakıldığında “yapay zekânın sınırsız ve hızlı üretim sağlayacağı düşünülürse, dizi/filmlerde nitelik ile ilgili ne gibi değişimler olabilir?” sorusu karşısında, araştırma katılımcılarının yapay zekâdan faydalanılarak ortaya çıkarılan ürünlerin veya eserlerin niteliği açısından benzer bakış açısına sahip oldukları gözlemlenmiştir. *Işık şefi*, olumlu veya olumsuz bir yönelim benimsemeden, sadece “nitelik ile ilgili değişiklikler olacağını” vurgulamıştır. *Yönetmen* ise “bence zamanla tamamı yapay zekâyâ yaptırılmış bir içerik ilgi çeker. İzleyiciyi iyi değerlendirip ona doğru ürün sunabiliyorsanız ilgi çeker. İzleyicinin detaylara boğulmayacağını düşünüyorum; ama detayları bu işin içinde biri olarak görürseniz nitelik anlamında tabii ki farklılıklar olacaktır” şeklinde görüş belirtmiştir. Bununla birlikte, yapay zekâ teknolojilerinin dizi-film sektörüne nitelik açısından olumlu etkileri olacağını savunanlar olmuştur. *Kurgucu* “daha verimli, daha akıcı daha güzel editler yapabilirim. Renkleri düzenleyebilirim” demiştir. *Ses teknisyeni*, “kesinlikle daha nitelikli olur. Her ne kadar bilgisayara ruhsuz diyorsak da buna komutu veren bir insan olacağı için bence geri kalır bir tarafı olmayacaktır” ifadelerini kullanmıştır. Buna karşın, araştırmanın katılımcıları arasında aksini savunanlar, yani yapay zekânın niteliksel açıdan dizi-film sektörünü olumsuz etkileyeceğini düşünenler de bulunmaktadır. Bu minvalde *oyuncu* “nitelik kaybı tabii ki yaşanacaktır. Yine arz talep meselesine dönecektir. Gerçek sanat alıcısı daha nitelikli yapıyı algılayıp görebilecektir” söyleminde bulunmuştur. Oyuncunun izleyiciyi doğrudan manipüle olan pasif bir yapıdan arındıran bu bakış açısının *senarist* için de geçerli olduğu gözlemlenmektedir: “Sinemaya giden hala bir kitle var. Bu kadar Netflix yayıldı. Ben bunların çok değişeceğini zannetmiyorum. O kitle kalacaktır.”

Yapay zekânın niteliğe etkisi açısından nasıl algılandığına odaklanıldığında, eşit dağılımlı ve farklı bakış açıları gözlemlenebilirken, durum manipülasyon olgusuna geldiğinde ise katılımcılar arasında fikir birliğinin olduğu vurgulanabilir. Nitekim katılımcıların neredeyse tamamının görüşü, yapay zekâ aracılığıyla üretilen sanat eserlerinin veya medya ürünlerinin bir şekilde izleyiciyi manipüle edebilecek güçte olduğudur. *Şekil 3*'te de gözlemlenebileceği gibi, katılımcıların nitelik ile ilgili görüşleri birbirine yakın kodlanabilmiştir. Bu noktada “nitelik ile ilgili değişiklikler olacaktır”, “nitelik kaybı olacaktır”, “daha iyi ürünler çıkarılabilir” gibi görüşler mülakatlar sırasında benzer yoğunluğa ulaşmıştır. Buna karşın, katılımcıların manipülasyonla ilgili çok daha yoğun bilgi aktardıkları gözlemlenebilir.

Şekil 3: Dizi-Film Sektöründe Yapay Zekâ Kullanımının Nitelik ve Manipülasyon Üzerindeki Etkisine Yönelik Katılımcı Algısının Dağılımı



Katılımcılara “yapay zekâ kullanımının izleyici manipülasyonuna yönelik bir etkisi olur mu, nasıl?” sorusu yönlendirildiğinde, yapay zekâ aracılığıyla gerçekleştirilecek manipülasyonu bazı katılımcıların bir çeşit “güç unsuru” olarak algıladıkları gözlemlenmiştir. Örneğin *yapımcı* “izleyici doğru yönlendirilebiliyorsa eğer, izleyicide çok büyük bir etki yaratabiliriz” cevabını vermiştir. *Görüntü yönetmeni/Kameraman* “bence yapay zekâ, eğer öyle bir ayarlama yapılırsa izleyiciyi manipüle edebilir” demiştir. *Oyuncu* ise “bir manipülasyon sağlayabilir. İzleyiciyi yönlendirme becerisi olabilir diye düşünüyorum” ifadesini kullanmıştır. *Işık şefi* ise şunları aktarmıştır:

“Manipülasyon çok daha baskın olacaktır. Yapay zekâyâ %10 oranında bir veri verip %100 oranında bir manipülasyon üretebilirim. Çünkü yapay zekânın elindeki doneler çok daha fazla olacak benim için. Topluluklar, ülkeler bazında veriler, hangi ülkenin hangi duyguya hakim olduğu yapay zekâda olacaktır. Yani internetin bağlı olduğu, erişimi olan her şeye yapay zekâ erişecektir. Ben ona %10 bir soru sorduğumda bana %100 cevapla gelecektir. O yüzden izleyici manipülasyonuna yönelik etkisi çok yüksek oranda olur yapay zekânın.”

Yapay zekâ kullanımını, izleyicinin manipüle edilmesi noktasında bir çeşit “risk” veya “tehlike” olarak algılayanlar da olmuştur. Buna yoğun şekilde vurgu yapan katılımcılardan biri olarak *senarist* şunları söylemiştir:

“Özellikle sosyal medyada biz çeşitli görüntüler izleyip doğruluğunu sorgulamaya başladık. Yapay zekâyla oluşturulan çeşitli videolar olmaya başladı. Sosyal medyada bunun bir teyit alma durumunu yaşamaya başladık. Bu aslında çok tehlikeli bir süreç. Bu anlamda sinemada da sosyal medya kadar olmasa da sıkıntılar yaratacak diye düşünüyorum.”

Durumu dizi-film sektöründen ziyade “dijital medya” alanı üzerinden daha geniş çerçevede yorumlayan *ses teknisyeninin* ifadeleri de yapay zekânın manipüle etme yeteneğini bir çeşit tehlike olarak kodlamaktadır:

“Zaten şu anda başıma geliyor, izliyoruz. Sosyal medyada insanların konuşmuş gibi kendi sesinden düzenlemeler yapılıp yalan yanlış dezenformasyon da oluyor tabii bunun içinde. Örneğin bir devlet başkanının konuşmalarını çarpıtıp insanların buna inanmaları sağlanabiliyor. Manipülasyon oluyor. Özellikle X ve internette insanlar her gördüklerine inanır durumda oldukları için, yapay zekâ algoritmalarının yaptığı aldatıcı yayınlara da inanıyorlar.”

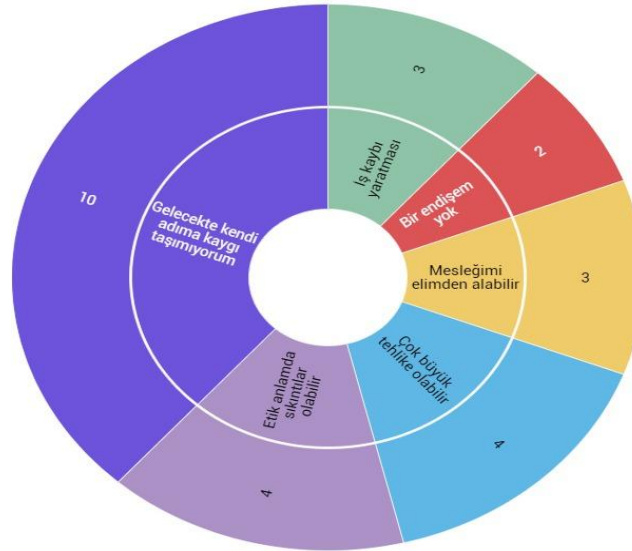
Katılımcılar arasında gelecek kuşaklar için yapay zekânın daha baskın olacağını, dolayısıyla manipüle etme yeteneğinin de sonradan gelecek olan alt kuşaklar üzerinde çok daha etkin olacağını vurgulayan *seslendirme sanatçısı*, görüşlerini şu şekilde iletmiştir:

“Yapay zekâ izleyici davranışlarını analiz edebiliyor. Kişiselleştirilmiş içerikler sunabiliyor. Sadece bu iki özelliğini düşünürsek izleyici manipülasyonuna kesinlikle yol açacak çünkü izleyicilerin ilgisini çekmek için belirli içerikleri öne çıkarabilme gibi bir yeteneği var yapay zekânın. Yapay zekâ destekli algoritmaları düşünelim; bunlar izleyicinin tercihlerini istediği yere yönlendirebilir, izleyicilerin izleme alışkanlarını belirleyerek buna göre önerilerde bulunur ve bu tür içeriklerin -kendi istediği içeriklerin- daha fazla izlenmesini sağlayabilir, propaganda niteliğindeki içerikleri önümüze koyabilir. O propagandanın içerisine de biz ne seviyorsak onu koyabilir. Dolayısıyla yapay zekâ izleyici manipülasyonuna kesinlikle etki eder. Alt kuşakları kesinlikle etkileyebileceğini ve manipüle edebileceğini düşünüyorum.”

3.3.4. Dizi/Film Sektöründe Meydana Gelebilecek Değişikliklere Yönelik Gelecek Kaygısı

Yapay zekânın dizi-film sektöründeki kullanımının katılımcılar arasında ne türden bir gelecek kaygısı oluşturabileceğine vurgu yapılması önemlidir. Araştırmada bu kapsamda katılımcılara “gelecekte yapay zekânın sektördeki etkisine yönelik endişeleriniz veya öngörüleriniz nelerdir?” sorusu yönlendirildiğinde, yapay zekânın kullanımıyla ilgili sektör temsilcileri gelecekte “iş kaybı”, “etik sıkıntılar” veya “büyük tehlikeler” olabileceğine yönelik endişeler aktarmıştır. Bu endişelerin yoğunluğunun birbirine neredeyse eşit olduğu Şekil 4’te de sunulmaktadır. *Yönetmen* gelecekte “animasyoncuların işsiz kalabileceğini” söylerken; *görüntü yönetmeni* ise kameramanların ve yönetmenlerin işsiz kalacağından kaygılandığını aktarmıştır. *Seslendirme sanatçısı*, görüşmenin bu kısmında özellikle “teknolojik eşitsizlikler ve etik sıkıntılar olacağından kaygılandığını” aktarırken, etik sıkıntılarının yaşanabileceğine dair algıya *sanat yönetmeni*nde de rastlanılmıştır: “etik birtakım ikilemlere de sebep olacaktır bu. Hâlâ yapay zekânın yönlendirilmeye ihtiyacı var. Bu konuda bazı düzenlemeler yapılması gerekecek.”

Şekil 4: Dizi-Film Sektöründe Yapay Zekâ Kullanımının Oluşturduğu Gelecek Kaygısına Yönelik Katılımcı Algısının Dağılımı



Yapay zekânın dizi-film sektöründe kullanımına yönelik bazı katılımcılara ait düşüncelerin, bu tür teknolojilerin “çok büyük tehlike olabileceği” üzerine konumlandığı görülmüştür. Örneğin *yönetmen* görüşmenin bir kısmında “yapay zekâ süreci hızlandıkça insan kaybeden olacak burada. Beni endişelendiren kısmı bu” ifadesini kullanırken, görüşmeyi şu sözlerle tamamlamıştır: “gelecek teknoloji ne kadar işimizi kolaylaştırırsa da korkutucu da olmaya başlıyor bence. Distopik bir yere doğru gidiyoruz diye düşünüyorum.”

Gelecekle ilgili genel bir tehlike sezindiğini ifade edenler arasında yer alan yapımcı “hayatımız yapay zekâyı kaldıysa yandık” şeklinde oldukça öz bir değerlendirme yaparken; *sanat yönetmeni* tarafından gerçekleştirilen öngörü ise dikkat çekici olabilir:

“En büyük endişem aslında daha duygudan uzak daha motomot bir dil alması sinemanın. Ayrıca beyaz perdeden viral gözlüklere incek bu iş ilerleyen zamanlarda. Bütün insan algısını, insan beyninin bazı duyarlılıklarını alt üst edecek bir şey bu. İnsan bir evrim geçirecek. Yani yapay zekânın da devreye girmesiyle insan zekâsının bir evrimi olacak diye düşünüyorum. Bu sadece sinema için, kendi mesleğim için değil hayatın geneli için şimdilik beni kaygılandırıyor.”

Gelecek kaygısıyla ilgili olarak katılımcılara “Kendi çalıştığınız alanla ilgili olarak, yapay zekânın bu alanda neleri değiştirebileceğini söyleyebilirsiniz? Sizin mesleğinizi elinizden alması gibi bir tedirginliğiniz var mı?” sorusu yönlendirildiğinde, genel olarak katılımcılar “gelecekte kendi adıma kaygı taşımıyorum” düşüncesini aktarmışlardır. Buna karşın, *seslendirme sanatçısı*, *ışık şefi* ve *yönetmen* ise dizi-film sektöründe yapay zekâ kullanımının kendi mesleklerini ellerinden alma potansiyelinden endişelendiklerini iletmışlerdir. *ışık şefi*, her ne kadar şu an bu teknolojilerden faydalanyorsa da gelecekte kendi mesleğiyle ilgili yaşadığı kaygıyı şu şekilde aktarır:

“Yapay zekâ çok tecrübeli olmayan ama bu alanda ilerlemek isteyen kişilerin çitasını yükseltecektir. Çünkü ben de size yapay zekâda şunu üretebiliyorum dediğim zaman yapay zekâ görsel hafızasını yetiştirecektir. Bu olaya sempati duyanlar, mesai harcayacaklar adına söylüyorum. Ben de böyle başladım çünkü. Bunu yaparsam bu bana ne gösterir dedim bana gösterdiği görüntü tecrübe oldu beni biraz daha ilerletti. Ancak mesleğimi elimden alır mı dersiniz, bu çağa gerekli olan donanımları yapay zekâyâ ait donanımları edinmezsem evet mesleğimi elimden alması endişesine kapılırım.”

*ışık şefi*ne benzer endişenin *seslendirme sanatçısı* için de geçerli olabildiği, “mesleğimi elimden alması gibi bir tedirginliğiniz var mı diye soruyorsanız var. Seslendirme konusunda kesinlikle var” ifadesiyle anlaşılabilir. Bununla birlikte, *ışık şefi*nden daha yoğun bir endişeyi ise *yönetmen* iletmıştır:

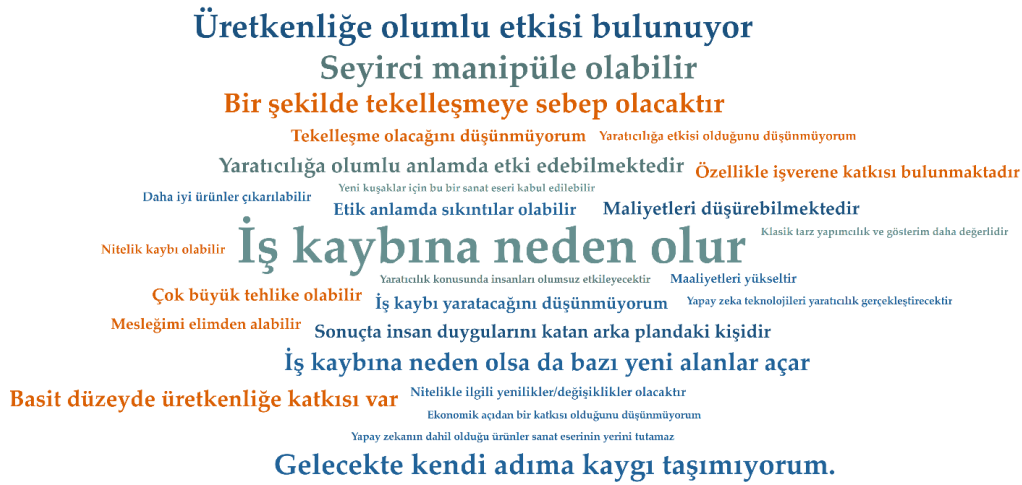
“Mesleğimi elimden alması gibi bir tedirginliğim var aslında. Sonuçta o basamaklar teker teker oraya da gelecektir. Geçen gün yönetmenin yaptığı basit bir reji ama bilgisayara yüklüyorsunuz kameralar sadece çekim yapıyor yüklüyorsunuz yapay zekâ onları gayet güzel reji haline getiriyor burada yönetmene ihtiyaç kalmıyor. Çok da donanımlı, özel, spesifik bir şeylerin olduğu programlar, diziler, filmler elbette insana ihtiyaç duyar ama bence bu da olacak zamanla. Yapay zekâyla tamamı üretilmiş ürünler ortaya çıkacak. İnsan faktörünün olduğu işler devam edecektir belki ama yapay zekâ daha fazla farkını ortaya koyacak ve belki daha fazla izlenecek bilmiyorum.”

Araştırmanın katılımcıları her ne kadar yapay zekâ teknolojilerinin dizi-film sektöründe kullanılmasının ekonomik etkileri arasında özellikle “iş kaybına neden olur” düşüncesini ortaya koysalar da yine aynı sektörde çalışmalarına rağmen katılımcıların çoğunun kendileriyle ilgili bir tedirginliğe sahip olmadıklarını vurguladıkları gözlemlenmektedir. Bu açıdan *senarist*, “benim bir tedirginliğim yok. Çünkü kendi hikayelerimin, kendi ezgilerimin özgünlüğüne inanıyorum. Bunu bir tehdit olarak görmüyorum” ifadesini kullanmıştır. *Yapımcı*, “hiçbir işveren bir yapım şirketi veya bir kanalın yapay zekâyâ bu kadar büyük yükler yükleyeceğini tahmin etmiyorum. İllaki başında kontrol amaçlı birisi olur ama asla tek başına yükleyeceğini zannetmiyorum” demiştir. *Oyuncu*, “mesleğimi elimden alması gibi bir tedirginliğim yok. Alabileceğini düşünmüyorum. Çünkü ekran oyunculuğu adına belki biraz etkisi olabilir ama günün sonunda yaratıcılık yine bireyde kalacaktır” söyleminde bulunmuştur. *Ses teknisyeni*, “benim tedirginliğim yok. Nitelikli insanların her zaman bir şekilde tercih sebebi olduğu ve de işlerinde iyi olan insanların her zaman üretkenliğinin devam edeceğini düşünüyorum” şeklinde bir tavır ortaya koymuştur. *Kurgucu* “yapay zekâda bir kere bizim kendi düşüncelerimizi yansıtıyoruz. O yüzden yapay zekâyla ilgili benim gelecekte herhangi kaygım yok. Ben bir dünya düşünüyorum yapay zekâ bana onu hemen veriyor. Sadece düşünmeyle alakalı. İleri dönük bir endişem yok” sözlerini sarfetmiştir.

Genel bir perspektiften bakıldığında; yapay zekânın dizi-film sektörünün ekonomik yapısına, sektör çalışanlarının üretkenliğine ve yaratıcılığına, ortaya koyulan medya ürünlerinin niteliğine, bu ürünleri tüketen izleyicilerin manipüle edilebilmesine olan etkisine ve oluşturduğu gelecek kaygısına yönelik katılımcıların genel algılarına yönelik bir “kelime bulutu” oluşturulmuş ve *Şekil 5* ile gösterilmiştir. Şekle bağlı olarak yapay zekâ teknolojilerinin dizi-film sektöründe kullanımına yönelik katılımcıların genel

algısına bakıldığında; “iş kaybına neden olur”, “üretkenliğe olumlu etkisi bulunuyor”, “seyirci manipüle olabilir”, “gelecekte kendi adıma kaygı taşıyorum” ve “bir şekilde tekelleşmeye sebep olacaktır” düşünceleri etrafında yoğunlaştığı gözlemlenebilir. Bu genel düşüncelere karşın, oluşturulan ve Şekil 5 ile gösterilen kelime bulutu, yapay zekânın dizi-film sektöründe kullanımına yönelik katılımcılar arasında “yaratıcılığa etkisi olduğunu düşünmüyorum”, “mesleğimi elimden alabilir”, “maaliyetleri yükseltir”, “nitelik kaybı olabilir” ve “tekelleşme olacağını düşünmüyorum” şeklindeki görüşlerin daha seyrek olduğunu ortaya koymaktadır. Katılımcıların düşüncelerini sayısal olarak da vermek gerekirse katılımcıların sekizi (oyuncu ve sanat yönetmeni dışında) yapay zekânın ekonomik anlamda sektörde daralmaya ve iş kaybına neden olacağını düşünmektedir. Yine katılımcıların dokuzu (yapımcı hariç) yapay zekânın üretkenliğe olumlu etkisinin bulunduğunu dile getirmiştir. Katılımcıların tamamı yapay zekâ ile seyircinin manipüle edileceğini düşünmektedir. Yapay zekânın tekelleşmeye neden olacağı konusunda görüşlere bakıldığında yönetmen dışında diğer bütün katılımcıların bu düşünce etrafında birleştiği görülmektedir. Yapay zekânın yaratıcılığa etkisi ve gelecekte mesleklerini elinde alması konusunda katılımcıların görüşlerine bakıldığında, insan faktörünün her zaman önemli olacağı noktasında birleştikleri göze çarpmaktadır.

Şekil 5: Dizi-Film Sektöründe Yapay Zekâ Kullanımına Yönelik Sektör Temsilcilerinin Genel Algısı



4. Sonuç

Teknoloji, insan hayatına olumlu veya olumsuz etkilerde bulunabilmektedir. Özellikle son yıllarda iyiden iyiye tanık olunan, avantajlarından faydalanılan ve olumlu ya da olumsuz yönleriyle tartışılan teknolojilerin başında yapay zekânın geldiği söylenebilir. Bu teknoloji sağlık, ekonomi, eğitim, güvenlik gibi çeşitli alanları etkilediği gibi medya, iletişim ve sanat gibi alanları da yakından ilgilendirmektedir. Özellikle bu çalışmanın dayanağını oluşturan dizi-film sektöründe yapay zekâ, içerik üretiminin pek çok kısmında kullanılabilir. Ancak bu yönüyle avantajlı gibi görünen yapay zekâ kullanımının dizi-film sektörüne olumsuz etkilerini de düşünmek, tartışabilmek gerekmektedir. Dahası, özellikle sektör çalışanlarının yapay zekâ teknolojilerinin sektörde kullanımını nasıl algıladıklarını ortaya çıkarmak önemli olabilir. Nitekim Türkiye’de her ne kadar yapay zekâ teknolojilerinin medya ve iletişim sektöründe kullanımına yönelik sektör temsilcilerinin/çalışanlarının algısını ortaya koymayı amaçlayan çalışmalar gerçekleştirilse de medya, iletişim ve sanatın çeşitli yönlerini bünyesinde barındırabilen dizi-film sektöründeki çalışanların algısını ölçen bir çalışma gözlemlenmemiştir. Böylesi bir eksikliği gidermek amacıyla hareket eden bu çalışmada, dizi-film sektöründe aktif olarak yer alan 10 sektör temsilcisiyle mülakat gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler MAXODA programı yardımıyla 4 temel kodlama (ekonomik etki algısı, üretkenlik ve yaratıcılığa etki algısı, nitelik ve manipülasyon etkisi algısı ve gelecek kaygısı) üzerinden analiz edilmiş ve örnekleme dahil edilen 10 katılımcının dizi-film sektöründe yapay zekâ kullanımına yönelik algıları ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın başında verilen araştırma sorularından “Yapay zekânın dizi/film sektörü üzerindeki ekonomik etkisine yönelik sektör temsilcilerinin algısı nedir” sorusuna verilen cevaplar sonucunda elde edilen veriler

ışığında katılımcıların ekonomik açıdan, yapay zekâ kullanımının dizi-film sektöründe özellikle iş kaybına neden olacağını vurguladıkları görülmüştür. Bu noktada sektör temsilcileri asistanların, ses teknisyenlerinin, çevirmenlerin, grafikerlerin, müzisyenlerin, oyuncuların, kurgucuların ve kameramanların özellikle daha büyük risk altında olduğunu savunmaktadır. Bu yönüyle, yaratıcı ekipten ziyade teknik ekipte iş kaybının beklendiği gözlemlenmiştir. Yine tekelleşme olacağına yönelik düşünceler de ikinci derece ekonomik etki olarak algılanmaktadır. Burada dikkat çeken durum ise yapay zekânın sektörde iş kaybına neden olsa da bazı fırsatlar sunabileceğinin düşünülmesidir.

Araştırma sorularından “Sektör temsilcileri, yapay zekânın dizi/film sektöründeki yaratıcılığa veya üretkenliğe etkisini nasıl değerlendirmektedir?” sorusuna araştırmanın örnekleme dahil edilen sektör temsilcileri, yapay zekâ teknolojilerinin üretkenliğe ve yaratıcılığa olumlu etkisi olduğu yönünde görüş bildirmişlerdir. Böylece, katılımcıların yapay zekânın üretkenlik ve yaratıcılık üzerindeki etkisine ılımlı ve olumlu yaklaştıkları anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, katılımcılar özellikle insan faktörünün önemine vurgu yapmışlar ve insan olmadan üretkenlik ve yaratıcılıkla ilgili yapay zekânın etkisiz olacağı düşüncesini benimsemişlerdir.

Araştırma sorularından biri de “sektör temsilcileri yapay zekânın izleyici üzerinde manipülatif etkisi olup olmadığını nasıl yorumlamaktadır?” sorusudur. Üretkenlik ve yaratıcılık noktasında insanı güçlü ve yapay zekâya yön verici bir varlık olarak önemseyen katılımcıların, yapay zekânın manipülasyon gücü karşısında ise insanın aciz kalacağı düşüncesi etrafında kümelenmişlerdir. Nitekim katılımcılar, yoğun şekilde, yapay zekâ desteğiyle veya aracılığıyla oluşturulan içerikler karşısında izleyicinin manipüle olabileceğini aktarmıştır. “Dizi/film sektöründe yapay zekâ tarafından üretilen içeriklerin niteliğine yönelik algı nedir?” araştırma sorusu karşılığında yoğun bir fikir paylaşımı gerçekleş(e)memiş; seyrek şekilde, nitelikle ilgili bazı değişiklikler olabileceğine/olduğuna, daha iyi ürünler oluşturulabildiğine ve nitelik kaybı ortaya çıkabileceğine yönelik bazı görüşler ortaya koyulmuştur.

Son olarak “Sektör temsilcileri yapay zekânın gelecekte dizi/film sektörüne ne gibi etkileri olacağından kaygılanmaktadır?” araştırma sorusu karşısında katılımcıların yapay zekânın dizi-film sektöründe iş kaybına neden olacağı düşüncesi etrafında toplandıkları, beklenmedik şekilde genel olarak kendilerinin iş kaybı yaşama ihtimali olduğunu düşünmedikleri veya gelecekte böyle bir şey yaşamaktan tedirgin olmadıkları ortaya çıkmıştır. Bu noktada gelecek kaygısının çok daha fazla etik sıkıntılara, daha farklı tehlikelere ve yine başka insanların işlerini kaybetmelerine yönelik olduğu görülmüştür.

Dizi-film sektöründe aktif şekilde yer alan ve bu çalışmanın örnekleme dahil edilen katılımcılar, yapay zekânın sektörde kullanımına yönelik tek taraflı bir bakış açısına sahip olmamışlardır. Onlara göre, yapay zekâ kullanımının sektör üzerindeki dezavantajları; iş kaybı, tekelleşme ve izleyicinin manipüle edilebilmesiyle (-ki bazı katılımcılar izleyiciyi manipüle edebilme yeteneğini olumlu bir özellik olarak görmektedir); avantajları ise üretkenliği ve yaratıcılığı geliştirmesi ile bazı yeni iş kolları ve fırsatlar oluşturmalarıdır.

Sonuç olarak, yapay zekânın sektörde kullanımı noktasında doğru yönlendirildiğinde sektöre olumlu anlamda bir etkisi olacağı düşünülmektedir. Özellikle dil çevirileri, storyboard oluştururken zamandan tasarruf sağlaması, kurgu kısmında kozmetik makyajın dışında makyaj sanatçılarının işini kolaylaştırması, kurgudaki hazır efektler ile projenin bitiş süresini hızlandırması ve bu anlamda maliyetleri düşürmesi gibi yapay zekânın dizi/film sektöründe pek çok olumlu etkisi bulunmaktadır. Ancak dizi/film yapım ekibinin bu teknolojiye ayak uydurup kendini geliştirmesi gerektiği de düşünülmektedir. Yapay zekânın film/dizi sektöründe kullanılması kaçınılmazdır. Özellikle teknik ekip bağlamında değerlendirildiğinde (kurgu, ışık, kamera, ses gibi) bu ekipte çalışanların yapay zekâ teknolojilerine hakim olması, sektörde aranan isim olmaları ve herhangi bir ekonomik daralma söz konusu olduğunda bu olumsuz durumdan etkilenmemelerini sağlayacağı düşünülmektedir. Son olarak, film/dizi ekibinin yönetmen, senarist, sanat yönetmeni olarak çalışanlarının bu sektörde önemini koruyacağı; çünkü duygunun film veya dizi ile seyirciye geçirilmesi bağlamında insan faktörünün her zaman önemli olacağı düşünülmektedir.

Bu çalışmada dizi/film yapım ekibinin sektördeki yapay zekâ kullanımına yönelik algıları mülakat/görüşme tekniği kullanılarak ölçülmeye çalışılmıştır. Sektör temsilcilerinin düşüncelerinin ölçülmesi literatüre pratik ve teorik anlamda katkı sağlamaktadır. Bu çalışma dizi/film yapım ekibindeki temel çalışanların her biriyle yapılmış olduğundan gelecek çalışmalarda meslek örgütleri ve çalışanlarıyla da görüşmeler önerilmektedir.

Finansman/ Grant Support

Yazar(lar) bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.
The author(s) declared that this study has received no financial support.

Çıkar Çatışması/ Conflict of Interest

Yazar(lar) çıkar çatışması bildirmemiştir.
The authors have no conflict of interest to declare.

Yazarların Katkıları/Authors Contributions

Çalışmanın Tasarlanması: Yazar-1 (%50), Yazar-2 (%50)
Conceiving the Study: Author-1 (%50), Author-2 (%50)
Veri Toplanması: Yazar-1 (%50), Yazar-2 (%50)
Data Collection: Author-1 (%50), Author-2 (%50)
Veri Analizi: Yazar-1 (%50), Yazar-2 (%50)
Data Analysis: Author-1 (%50), Author-2 (%50)
Makalenin Yazımı: Yazar-1 (%50), Yazar-2 (%50)
Writing Up: Author-1 (%50), Author-2 (%50)
Makale Gönderimi ve Revizyonu: Yazar-1 (%50), Yazar-2 (%50)
Submission and Revision: Author-1 (%50), Author-2 (%50)

Açık Erişim Lisansı/ Open Access License

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY NC).
Bu makale, Creative Commons Atf-GayriTicari 4.0 Uluslararası Lisansı (CC BY NC) ile lisanslanmıştır.

Kaynaklar

- Adaş, E., & Erbay, B. (2022). Yapay Zekâ Sosyolojisi Üzerine Bir Değerlendirme. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 21(1), s.326–337. <https://doi.org/10.21547/jss.991383>
- Adwan, M. N. A., Hajji, M. E., & Fayez, H. (2024). Future Anxiety Among Media Professionals And Its Relationship To Utilizing Artificial Intelligence Techniques: The Case of Egypt, France, and Uae. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 14(2), E202425. <https://doi.org/10.30935/Ojcm/14426>
- Anadolu, B. (2019). Dijital Hikaye Anlatıcılığı Bağlamında Yapay Zekânın Sinemaya Etkisi: Sunspring ve It's No Game Filmlerinin Analizi. *Erciyes İletişim Dergisi*, (1), s.39–56. <https://doi.org/10.17680/Erciyesiletisim.483510>
- Andrejevic, M. (2014). The Big Data Divide. *International Journal of Communication*, 8, s.1673–1689.
- Artut, S. (2019). Yapay Zekâ Olgusunun Güncel Sanat Çalışmalarındaki Açılımları. *İnsan ve İnsan*, 6(22), s.767–783.
- Ballı, Ö. (2020). Yapay Zekâ ve Sanat Uygulamaları Üzerine Güncel Bir Değerlendirme. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, (26), s.277–306.
- Bilgici, C. (2023). Yapay Zekâ ve Algoritmik Kültür Bağlamında Sosyal Medya Deneyiminin Geleceği Üzerine Bir Değerlendirme. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 7(3), s.216–237.
- Boden, M. A. (1998). Creativity and Artificial Intelligence. *Artificial Intelligence*, 103(1), s.347–356. [https://doi.org/10.1016/S0004-3702\(98\)00055-1](https://doi.org/10.1016/S0004-3702(98)00055-1)
- Books, M. (1997). *In-Depth Interviewing As Qualitative Investigation*. Retrieved From <https://eric.ed.gov/?id=Ed415702>
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, And Prosperity In A Time Of Brilliant Technologies* (P. 306). New York, Ny, Us: W W Norton & Co.

- Buchanan, B. G. (2005). A (Very) Brief History of Artificial Intelligence. *AI Magazine*, 26(4), s.53–60. <https://doi.org/10.1609/Aimag.V26i4.1848>
- Carlson, M. (2015). The Robotic Reporter: Automated Journalism and The Redefinition of Labor, Compositional Forms, and Journalistic Authority. *Digital Journalism*, 3(3), s.416-431. doi:10.1080/21670811.2014.976412
- Çelebi, E., & Gültekin, A. (2020). Ontolojik Sınırların Belirsizliği: Yapay Zekâ, Mit ve Her (Aşk) Filmi Üzerinden Bir Değerlendirme. *İnönü Üniversitesi Kültür Ve Sanat Dergisi*, 6(1), s.40–46. <https://doi.org/10.22252/İjca.744186>
- Cetinic, E., & She, J. (2022). Understanding and Creating Art With AI: Review And Outlook. *Acm Trans. Multimedia Comput. Commun. Appl.*, 18(2), 66, s.1-22. <https://doi.org/10.1145/3475799>
- Chauhan, M., & Perera, I. M. (2024). *Artificial Intelligence: Promises, Perils and Political Economy*. Retrieved From <https://sciencespo.hal.science/hal-04453447>
- Coeckelbergh, M. (2017). Can Machines Create Art? *Philosophy & Technology*, 30(3), s.285–303. <https://doi.org/10.1007/S13347-016-0231-5>
- Coşkuner, A. (2023). Sinemanın Denetimsiz Teknolojiyle Sınavı: Yapay Zekâ'nın Film Endüstrisine Etkisi. *Türkiye Film Araştırmaları Dergisi*, 3(1), s.32–47. <https://doi.org/10.59280/Film.1284277>
- Deveci, M. (2022). Yapay Zekâ Uygulamalarının Sanat ve Tasarım Alanlarına Yansımaları. *Vankulu Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (9), s.118–140. <https://doi.org/10.55089/Yyuvasad.1115961>
- Elgammal, A., Liu, B., Elhoseiny, M., & Mazzone, M. (2017). *Can: Creative Adversarial Networks, Generating "Art" By Learning About Styles And Deviating From Style Norms*. <https://doi.org/10.48550/Arxiv.1706.07068>
- Frey, C. B., & Osborne, M. A. (2017). The Future of Employment: How Susceptible Are Jobs To Computerisation? *Technological Forecasting And Social Change*, 114, s.254–280. <https://doi.org/10.1016/J.Techfore.2016.08.019>
- Gombrich, E. H. (2015). *Sanat ve Yanılsama* (A. Cemal, Trans.). Remzi Kitabevi.
- Gültekin, A. (2021). Yapay Zekânın Luditleri Kimler Olacak? *Opus International Journal of Society Researches*, 18(44), s.8432–8454. <https://doi.org/10.26466/Opus.944914>
- Hopfield, J. J. (1982). Neural Networks and Physical Systems with Emergent Collective Computational Abilities. *Proceedings Of The National Academy Of Sciences Of The United States Of America*, 79(8), s.2554–2558. <https://www.independent.co.uk/sport/general/chess-garry-kasparov-deep-blue-ibm-supercomputer-artificial-intelligence-a9461401.html> Erişim: 22.09.2024
- Jamil, S. (2020). Artificial Intelligence and Journalistic Practice: The Crossroads of Obstacles and Opportunities for the Pakistani Journalists. *Journalism Practice*, s.1-23. doi:10.1080/17512786.2020.1788412
- Lecun, Y., Bengio, Y., & Hinton, G. (2015). Deep Learning. *Nature*, 521(7553), s.436–444. <https://doi.org/10.1038/Nature14539>
- Lee, K.-F. (2018). *AI Superpowers: China, Silicon Valley, And The New World Order*. New York, Ny, Us: Harper Business.
- Mccarthy, J., Minsky, M. L., Rochester, N., & Shannon, C. E. (2006). A Proposal For The Dartmouth Summer Research Project On Artificial Intelligence, August 31, 1955. *AI Magazine*, 27(4), s.12–14. <https://doi.org/10.1609/Aimag.V27i4.1904>

- Mccorduck, P. (2004). *Machines Who Think: A Personal Inquiry Into The History and Prospects of Artificial Intelligence* (2nd Edition). Boca Raton London New York: A K Peters/Crc Press.
- Milena, Z. R., Dainora, G., & Alin, S. (2008). Qualitative Research Methods: A Comparison Between Focus-Group And In-Depth Interview. *Annals of Faculty of Economics*, 4(1), s.1279–1283.
- Nabiyev, V. V. (2016). *Yapay Zekâ İnsan – Bilgisayar Etkileşimi*. Seçkin Yayıncılık.
- Neuman, W. L. (2022). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri (1-2 Takım)* (E. Akkaş, Ed.; Ö. Akkaya, Trans.). Siyasal Kitabevi.
- Newquist, H. P. (1994). *The Brain Makers* (First Edition). Indianapolis, Ind: Sams.
- Nosova, S. S., Norkina, A. N., & Morozov, N. V. (2023). Artificial Intelligence and The Future of The Modern Economy. *Инновации И Инвестиции*, (1), s.240–245.
- Öz, S., & Pehlivan, B. M. (2024). Yaratıcı Endüstriler Bağlamında Dizi Sektöründe Senaryo ve Senaristlerin Güncel Durumu ve Geleceği. *Kültür ve İletişim*, 27(54), s.287–324. <https://doi.org/10.18691/Kulturveiletisim.1491953>
- Öztemel, E. (2020). Yapay Zekâ Ve İnsanlığın Geleceği. In M. Şeker, Y. Bulduklu, C. Korkut, & M. Doğrul (Eds.), *Bilişim Teknolojileri ve İletişim: Birey ve Toplum Güvenliği* (Pp.95–112). Ankara: Türkiye Bilimler Akademisi.
- Rouvroy, A., Berns, T., & Carey-Libbrecht, L. (2013). Algorithmic Governmentality and Prospects of Emancipation: Disparateness As A Precondition For Individuation Through Relationships? *Réseaux*, 177(1), s.163–196.
- Say, C. (2022). *50 Soruda Yapay Zekâ*. Bilim ve Gelecek Kitaplığı.
- Singer, P. W., & Friedman, A. (2014). *Cybersecurity: What Everyone Needs To Know*. Oxford University Press.
- Soldan, T. N. K. (2022). Halkla İlişkilerde Yapay Zekâ Kullanımı Üzerine Nitel Bir Araştırma. *The Journal of International Scientific Researches*, 7(2), s.191–206. <https://doi.org/10.23834/İsrjournal.1113438>
- Sucu, İ., & Ataman, E. (2020). Dijital Evrenin Yeni Dünyası Olarak Yapay Zekâ ve Her Filmi Üzerine Bir Çalışma. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 4(1), s.40–52.
- Tekin, H. H. & Tekin, H. (2012). Nitel Araştırma Yönteminin Bir Veri Toplama Tekniği Olarak Derinlemesine Görüşme. *İstanbul University Journal of Sociology*, 3(13), s.101-116.
- Toprak, A. (2020). Yapay Zekâ Algoritmalarının Dijital Enstalasyona Dönüşmesi. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*, (14), s.47–59.
- Toptaş, S. (2024). Yapay Zekâ ve Radyo: Yeni Medya Dönüşümüyle Radyo Yayıncılığında Yapay Zekâ Kullanımı D. Yengin ve T. Bayrak (Ed.), *Yeni Medya Çalışmaları ve Yapay Zekâ – I İçinde*. Ankara: İksad.
- Turan, T., Turan, G., & Küçüksille, E. (2022). Yapay Zekâ Etiği: Toplum Üzerine Etkisi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 13(2), s.292–299. <https://doi.org/10.29048/Makufebed.1058538>
- Turing, A. M. (1950). Computing Machinery And Intelligence. *Mind, New Series*, 59(236), s.433–460.
- Zengin, F. (2020). Akıllı Makine Çağı Sinemasına Giriş: Sinema Sanatında Yapay Zekâ Teknolojilerinin Kullanımı. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 6(2), s.151–177.
- Zorluel, M. (2019). Yapay Zekâ ve Telif Hakkı. *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*, (142), s.305–356.
- Zuboff, S. (2021). *Gözetleme Kapitalizmi Çağı*. Okuyan Us Yayın.