

CHATGPT VE DİĞER YAPAY ZEKA UYGULAMALARININ YEREL BASINDA KULLANIMI: BOLU ÖRNEĞİ¹

² Rengim SİNE NAZLI

³ Yağmur ALTUNDAĞ

ÖZ

Yapay zekâ (YZ) temelli teknolojiler, özellikle üretken uygulamalarının yaygınlaşmasıyla medya ve gazetecilik alanında önemli değişimlere yol açmıştır. “İnsanlaşan Dijitalleşme Çağı” olarak adlandırılan bu dönemde, YZ’nin toplumsal etkileri hem fırsat hem de risk boyutlarıyla tartışılmaktadır. Medya sektörü, geleneksel yapısını teknolojiyle bütünleştirerek yeni bir form kazanmış ve gazetecilerin mesleklerini sürdürebilmeleri için ChatGPT gibi birçok yapay zeka ve dijital araçlara hakim olmaları zorunlu hale gelmiştir. Yerel basın, yayınlandığı yörenin sosyal ve kültürel hafızasını oluşturan, bireyleri kendi şehir veya beldelerindeki gelişmelerden haberdar eden önemli bir mecra olarak öne çıkmaktadır. Teknolojik yeterliliğe kavuşabilen yerel medya kuruluşlarının yapay zeka teknolojilerini kullanması, içerik üretimi, doğrulama, kişiselleştirme ve okuyucu etkileşimi açısından giderek kaçınılmaz hale gelmiştir. Bu çalışma, Bolu’da yayın yapan yerel gazetelerde görev yapan 10 gazeteciyle gerçekleştirilen derinlemesine görüşmeler aracılığıyla, yerel basında YZ uygulamalarının kullanımını ve gazetecilerin bu konudaki görüşlerini belirlemeyi amaçlamaktadır. Araştırma, katılımcıların bireysel deneyimlerini detaylı biçimde aktarmasına imkan veren açık uçlu sorularla yürütülmüştür. Çalışma sonucunda görüşülen gazetecilerin hepsinin YZ’yi aktif kullandıkları, YZ’nin hız konusunda gazetecilere avantaj sağlasa da tek başına gazetecilerin yerini alamayacağı çalışmada elde edilen bulgular arasındadır.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zeka, Yerel Basın, Gazetecilik.

Jel Kodları: L82, O33, O35.

¹Bu çalışma 1919B012467273 numaralı “CHATGPT VE DİĞER YAPAY ZEKA UYGULAMALARININ YEREL BASINDA KULLANIMI: BOLU ÖRNEĞİ” isimli TÜBİTAK 2209-A projesinden üretilmiştir.

²Doç. Dr., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, rengimsine@ibu.edu.tr (ORCID: 0000-0001-9784-766X)

³Yüksek Lisans Öğrencisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, yagmurr7634@gmail.com, (ORCID: 0009-0008-0382-7413)

THE USE OF CHATGPT AND OTHER ARTIFICIAL INTELLIGENCE APPLICATIONS IN LOCAL MEDIA: THE CASE OF BOLU

ABSTRACT

Artificial intelligence (AI)–based technologies, particularly with the growing prevalence of generative applications, have led to significant transformations in the fields of media and journalism. In this period, referred to as the “Age of Humanized Digitalization,” the social impacts of AI are widely discussed in terms of both opportunities and risks. The media sector has integrated traditional structures with emerging technologies, evolving into a new form in which journalists must master numerous AI-based and digital tools—such as ChatGPT—to sustain their professional practice. Local media stands out as an important platform that constructs the social and cultural memory of the region in which it operates and informs individuals about local developments. For technologically competent local news organizations, the use of AI technologies in content production, verification, personalization, and audience engagement has become increasingly inevitable. This study aims to reveal the use of AI applications in local media and to examine journalists’ perceptions of AI through in-depth interviews conducted with 10 journalists working at local newspapers in Bolu. The research was carried out using open-ended questions that allowed participants to express their individual experiences in detail. The findings indicate that all interviewed journalists actively use AI technologies and that, although AI provides journalists with advantages—particularly in terms of speed—it alone cannot replace human journalists.

Keywords: Artificial Intelligence, Local Press, Journalism

JEL Codes: L82, O33, O35.

GİRİŞ

Yapay zeka (YZ), yaşamı kolaylaştırmak ve karmaşık görevleri otomatikleştirmek amacıyla geliştirilmiş bir teknolojidir (Gürsel, 2024). Alan Turing, 1948’de yayımladığı *Intelligent Machinery* makalesinde, insan zekasının işlevlerini taklit edebilecek makinelerin üretilebileceğini öngörmüş ve mevcut teknolojilerin (mikrofon, kamera, elektrik devreleri) insanın bazı işlevlerini simüle edebildiğini belirtmiştir (Copeland, 2004; Turing, 2004). Bu vizyon, YZ’nin gelişiminde temel bir referans olarak kabul edilmektedir.

Medya sektöründe YZ, gazetecilik başta olmak üzere televizyon, sinema ve halkla ilişkiler gibi alanlarda etkili uygulamalara sahiptir. Robot gazetecilik ve algoritmik habercilik, verilerin toplanması, analiz edilmesi ve otomatik haber üretimi süreçlerinde kullanılmaktadır (Erdem, 2021). Örneğin, Google destekli *The Digital News Initiative*, güncel ve doğru veriyi filtreleyip insan müdahalesine gerek kalmadan haber üretebilen sistemler geliştirmiştir (Akgül & Ayer, 2008). Bu uygulamalar, veri odaklı haber üretimini hızlandırırken gazetecilerin stratejik planlama ve analiz yeteneklerini desteklemektedir.

YZ’nin medya sektörüne etkisi, yalnızca otomasyonla sınırlı değildir; aynı zamanda içerik kalitesini artırma, haber doğrulama ve veri analizi süreçlerini optimize etme gibi fırsatlar sunmaktadır. Bununla birlikte, algoritmaların şeffaf olmaması, veri eksiklikleri ve etik sorunlar, güvenilirlik ve hesap verebilirlik açısından riskler doğurmaktadır. Bu nedenle, insan denetimi ve etik ilkeler, YZ’nin güvenli kullanımında kritik öneme sahiptir (Sayar, 2023; Latarg, 2015).

Yerel basın, toplumu bilgilendirme ve yerel yönetimleri denetleme işleviyle demokratik süreçlerde önemli bir rol oynamaktadır. Türkiye’de yerel gazetecilik, 1860’lı yıllarda Osmanlı yönetimindeki değişimlerle ortaya çıkmış ve Cumhuriyet döneminde işlevleri genişlemiştir. Günümüzde ise ekonomik kaynak eksikliği, teknik altyapı sorunları, yetişmiş eleman yetersizliği ve etik sorunlar, yerel basının etkinliğini sınırlamaktadır (Çavuş, 2017). Bu bağlamda, YZ teknolojilerinin yerel basında kullanımı, hızlı ve doğru bilgi erişimi sağlarken kalite ve sürdürülebilirlik açısından yeni fırsatlar ve zorluklar yaratmaktadır.

1. KAVRAM OLARAK YAPAY ZEKA VE YAPAY ZEKANIN TARİHÇESİ

Yapay zeka (YZ), insan zihninin işlevlerini taklit etme amacıyla geliştirilen, öğrenme ve problem çözme yeteneklerine sahip bir teknoloji alanıdır. İnsan zekasına kıyasla daha kalıcı ve geniş bir işlem kapasitesi bulunan yapay zeka, makine öğrenimi, doğal dil işleme ve derin öğrenme gibi alt dallar aracılığıyla sağlık, gazetecilik, mühendislik ve psikoloji gibi birçok disiplinde kullanılmaktadır (Doğan, 2002, s. 4). İnsana özgü bilişsel özelliklerin sistemlere aktarılmasıyla yapay zeka, insanın iş yaşamını kolaylaştıran ve karmaşık problemleri çözmede kullanılan bir araç haline gelmiştir.

Yapay zeka terimi ilk kez 1956 yılında John McCarthy tarafından Dartmouth College’daki konferansta kullanılmıştır (Russel & Norvig, 2009). Diğer yazarlar yapay zekayı “üst düzey bilişsel becerilerin hedeflendiği sistemler” (Kutlusoy, 2019) ve “canlıların karmaşık sistemlerinin makinelerle

modellenmesi” (Sucu & Ataman, 2020, s. 1-4) biçiminde açıklamıştır. YZ’nin öğrenme özelliği, veri üzerinden bilgi edinip kendini geliştirme becerisine; hesaplama gücü ise büyük verileri hızlı ve doğru biçimde işleme kapasitesine işaret eder. Popenici ve Kerr (2017), yapay zekayı “uyarlama, öğrenme, kendi kendini düzeltme ve karmaşık işlem görevlerini yerine getirebilen sistem” olarak tanımlarken, Kavut (2022a, s. 69), onun öğrenme, algılama ve iletişim kurma gibi insana özgü davranış biçimleriyle ilişkili olduğunu vurgular. Yapay zeka günümüzde insan kaynakları, bankacılık, sağlık, taşımacılık ve turizm gibi sektörlerde yaygın olarak kullanılmakta; yapılandırılmış ve yapılandırılmamış verileri hızlı analiz edebilme özelliğiyle işletmelerin verimliliğini artırmaktadır (Prentice, Dominique Lopes & Wang, 2020, s. 2). Kavut’a (2022b, s. 77) göre yapay zeka, farklı bilim dallarından yararlansa da onlardan bağımsız olarak hesaplama, düşünme ve eyleme odaklanma biçimiyle özgün bir konuma sahiptir. Temel alanları; doğal dil işleme, robotik, bilgisayarlı görü, sensör sistemleri ve akıllı bilgisayar teknolojileridir (Kavut, 2022c, s. 64).

Yapay zeka düşüncesi, insan benzeri varlıkların kurgulandığı mitolojik anlatılara kadar uzanır. Yunan mitolojisinde *Hephaestus*’un altın kadınları (Mayor, 2018, s. 50), Çin efsanelerinde *Yan Shi*’nin yapay adamı (Ronan, 1978, s. 92). ve Yahudi kültüründeki *Golem* figürü (Erdoğan, 2017, s. 750); bu fikirlerin erken örneklerindendir. Bilimsel düzeyde yapay zekanın temelleri Alan Turing’in “Makineler düşünebilir mi?” sorusuyla (1950) atılmış, geliştirdiği Turing Makinesi (1936) modern bilgisayarların öncülü olmuştur. Turing’in “Turing Testi” ise makinelerin insan benzeri zekaya sahip olup olmadığını değerlendirme yöntemi olarak kabul edilmiştir (Avaner, 2018, s. 183).

Yapay zeka terimi ilk kez John McCarthy tarafından 1956 Dartmouth Konferansı’nda kullanılmıştır (Crevier, 1993, s. 49). Aynı dönemde Turing’in “Bombe” cihazı, Enigma şifrelerini çözerek otomatik hesaplamanın öncüsü olmuştur (Acar, 2022, s. 19). 1950’lerin sonlarından itibaren Newell ve Simon’un “Genel Problem Çözücü” (1957) ile Samuel’in satranç programı gibi çalışmalar, makinelerin problem çözme kapasitesini göstermiştir (Wall, 2024; Slagle, 1961). 1970’lerde “Yapay Zeka Kışı” dönemi yaşansa da, 1980’lerde Hopfield ve Rumelhart’ın derin öğrenme yaklaşımlarıyla alan yeniden canlanmıştır (Ünal, 2023). 1997’de IBM’in “Deep Blue” programının Kasparov’u yenmesi, insan zekasını aşan sistemlerin varlığını göstermiştir (Greenemeier, 2017; Kasparov, 2018).

2000’li yıllarda büyük veri ve internet teknolojilerinin gelişmesiyle yapay zeka, gündelik yaşama entegre olmuştur. 2014’te Goodfellow’un “GAN” modeli, 2020’de OpenAI’nin “GPT-3” ve DeepMind’in “AlphaFold” sistemleri önemli dönüm noktaları olmuştur (Goodfellow vd., 2014). 2021’de OpenAI’nin “DALL-E” modeli, metinden gerçekçi görseller üreterek görsel üretimde devrim yaratmıştır (Şen, 2021). Günümüzde yapay zeka, metin üretimi, ses taklidi ve insanla etkileşim kurabilme becerileriyle yaşamın birçok alanında etkin hale gelmiştir.

2. YAPAY ZEKA VE GAZETECİLİK İLİŞKİSİ

Yapay zeka (YZ), yaşam standartlarını iyileştirmek amacıyla geliştirilmiş, ancak bazı meslekleri otomatikleştirerek toplumsal yapıda değişimlere yol açmıştır. Medya ve gazetecilikte robot gazetecilik, spor, finans, hava durumu ve adli olaylar gibi veri odaklı konularda hızlı ve ekonomik haber üretimi sağlamaktadır (Sayar, 2023; Latarg, 2015). Teknolojik iyimserlik, YZ'nin topluma fayda sağladığını savunurken (Vardi, 2017), tekno-kötümserlik yaklaşımı etik, hukuki ve güvenilirlik sorunlarını vurgular (Hazlett vd., 2011). YZ'nin doğruluğu, veri kalitesi ve algoritma eğitimi ile doğrudan ilişkili olup, “kara kutu” yapısı hesap verebilirlik sorunlarını artırır; bu nedenle insan denetimi, algoritma şeffaflığı ve etik uyum kritik önemdedir (Ombelet, Kuczerawy & Valcke, 2016; Jung vd., 2017). Öte yandan YZ metin kalitesini artırmak ve nesnelliği güçlendirmek için de kullanılabilir; ancak algoritmaların tarafsızlığı, veri kaynakları ve kurum ideolojisi dikkate alınmalıdır (Graefe vd., 2016).

Yapay zekâ, medya ve gazetecilikte haber toplama, yazma, düzenleme, dağıtım ve kişiselleştirme süreçlerinde giderek artan şekilde kullanılmaktadır. Veri odaklı konularda (finans, spor, hava durumu) otomatik haber üretimi ve büyük veri analizi, gazetecilere derinlemesine araştırma imkanı sunar (Uzunoglu, 2020; Özgen, 2023). YZ, sahte haberleri tespit ederek güvenilirliği artırsa da deepfake ve içerik manipülasyonu riskleri barındırır (Adıgüzel, 2020; Chesney & Citron, 2019). Kişiselleştirilmiş içerik ve trend analizi, okuyucu etkileşimini yükseltirken, algoritmik önyargılar taraflı haber üretme ve etik sorunlara yol açabilir; şeffaflık ve insan denetimi kritik önemdedir (Barocas & Selbst, 2016; O'Neil, 2016). Ekonomik etkiler açısından otomasyon, iş kaybı endişesi yaratsa da iş tanımlarını ve beceri gereksinimlerini yeniden şekillendirir (Manyika et al., 2017). İnsan-makine iş birliği ile NLG ve bilgisayar görüntü analizi teknolojileri, veri odaklı haberlerin hızlı ve stratejik biçimde üretilmesini sağlar (Hermida, 2017).

Öte yandan yapay zeka, “Haber Üretimi ve Otomasyon, Doğal Dil İşleme ve Veri Gazeteciliği, Kişiselleştirme ve Doğrulama” gibi geniş bir yelpazede gazetecilik uygulamalarında sıklıkla kullanılmaktadır (Van Dalen, 2012; Shields, 2018). 1980'lerden itibaren dijitalleşme, gazeteciliğin yapısını dönüştürmüş; YZ, üretim hızını ve doğruluğu artırdığına yönelik çalışmalar bulunsa da (Lewis & Usher, 2016; Marconi, 2020) özellikle etik gazetecilik bağlamında yapay zekanın dezavantajları konusu da ele alınmaktadır.

Dijitalleşme, haberin tüketim ve üretim süreçlerini köklü biçimde dönüştürmüş; medya sektöründe yeni deneyimlerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Yapay zeka (YZ), gazetecilikte yaklaşık yarım yüzyıldır kurumsal düzeyde uygulanmakta ve önemli ergonomik ve stratejik avantajlar sunmaktadır. YZ tabanlı veri analizleri, büyük ve karmaşık veri setlerini hızlı ve doğru şekilde işleyerek haberlerin doğruluğunu ve kapsamını geliştirir. Algoritmik kişiselleştirme sayesinde okuyuculara ilgi alanlarına uygun haber sunulmakta, böylece etkileşim ve bağlılık artmaktadır (Bastos

& Mercea, 2019). Sonuç olarak YZ, haber üretiminde hız ve verimlilik, veri analizi ve araştırma, kişiselleştirilmiş haber sunumu, gibi avantajlarla gazetecilikte önemli bir yerdedir (Graefe, 2016).

Öte yandan YZ'nin gazetecilikte kullanımı bazı etik ve mesleki sorunları da gündeme getirmektedir. İnsan denetiminin azaldığı ortamlarda haberler mekanik ve bağlamdan uzak olabilir. Ayrıca YZ tabanlı denetim sistemleri, yanlış bilgiyi tespit etmede yetersiz kalabilir ve bu da medya kurumlarına olan güveni zedeleyebilir (Taylan, 2022; Darı & Koçyiğit, 2022). Otomasyon, özellikle rutin haberlerde iş gücü kaybına yol açabilir. YZ'nin etik kullanımı ve sorumluluk paylaşımı halen tartışma konusudur (Journo, 2023; AA Haber Akademisi, 2023). YZ'nin sınırlı yaratıcılığı, haber üretiminde insan dokunuşunun azalmasına neden olabilir; bu da haberciliğin özgün ve empatik yönlerini zayıflatır. Bununla birlikte YZ, gazetecilerin üretim süreçlerini optimize ederek nitelikli haberciliğe odaklanmalarını ve veri temelli araştırmalarını destekler (Kothari & Cruikshank, 2022).

Yapay zekanın gazetecilikte kullanımı hem üretim verimliliğini hem de içerik kalitesini artırsa da; etik sorumluluk, insan denetimi, istihdam etkileri ve haberciliğin demokratik işlevleri açısından titizlikle değerlendirilmelidir (Carlson, 2020). Teknolojik gelişmeler günlük hayatta pek çok pratiğin dönüşüme uğramasını beraberinde getirirken (Kalafat Çat & Huseynova, 2025: 145) şüphesiz gazetecilik de dönüşüme uğramış hatta değişim devam etmektedir. Sonuç olarak gazetecilik mesleğinde yapay zeka uygulamaları kimilerine göre fırsat tanımlanırken kimileri de dezavantajları üzerinde durmaktadır. Bu çalışmada da medya profesyonellerinin yapay zekaya yönelik düşünceleri ve mesleki bağlamda kullanımları araştırılmıştır.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE ÖRNEKLEM SEÇİMİ

Araştırmanın evrenini Türkiye yerel basınındaki gazeteciler oluşturmuş olup, örneklem Bolu yerel basınına mensup gazetecilerden seçilmiştir. Örneklem seçiminde amaçlı örneklem yöntemi uygulanmıştır. Bu yöntem, araştırmanın konusuna uygun özelliklere sahip kişi, olay veya durumların amaç doğrultusunda belirlenerek derinlemesine bilgi toplanmasını sağlamaktadır (Maxwell, 1996).

Araştırmada nitel yaklaşım benimsenmiş ve veri toplama yöntemi olarak derinlemesine mülakat tekniği kullanılmıştır. Derinlemesine mülakat, belirli bir fikir, program veya durum hakkındaki bakış açılarını anlamak amacıyla az sayıda katılımcıyla yoğun bireysel görüşmeler yapılmasını içermektedir (Boyce ve Neale, 2006, s. 3).

Veriler, yarı-yapılandırılmış mülakat formu ile yüz yüze görüşmeler yoluyla toplanmıştır. Her bir görüşme yaklaşık 60 dakika sürmüş ve elde edilen veriler betimsel analiz yöntemi ile çözümlenmiştir. Mülakat soruları, yapay zeka ve gazetecilik ilişkisini ortaya koyacak şekilde düzenlenmiş ve katılımcıların bireysel deneyimlerini detaylı biçimde aktarmalarına olanak sağlanmıştır.

3.1 Bulgular ve Yorum

Çalışmada görüşülen on kişiden ikisi ulusal haber sitesinde Bolu muhabiri olarak, sekiz kişi ise yerel basında çalışmaktadır. Görüşülen on kişi K1, K2, K3,.....K10 şeklinde kodlanmıştır.

Tablo 1. Görüşülen Gazetecilerin Demografik Verileri

Katılımcılar	Yaş	Cinsiyet	Görev
K1	47	Erkek	Bolu Nabız Gazetesi Sorumlu Müdür / Yazı İşleri Müdürü
K2	39	Erkek	Bolu Takip Gazetesi Sorumlu Müdür / Yazı İşleri Müdürü
K3	27	Kadın	Bolu Takip Gazetesi Muhabiri
K4	36	Erkek	Bolu Hakimiyet Gazetesi Sorumlusu / TRT Muhabiri
K5	29	Kadın	Bolu Takip Gazetesi Muhabiri
K6	35	Kadın	Bolu Takip Gazetesi Muhabiri
K7	20	Erkek	Köroğlu Gazetesi / İHA Muhabiri
K8	35	Erkek	Vizyon Bolu Gazetesi İmtiyaz Sahibi
K9	33	Erkek	TV Bolu Muhabiri
K10	22	Kadın	TV Bolu Muhabiri

3.2. Gazetecilerin Yapay Zekayı Hangi Amaçla Kullandıkları

Gazetecilerin yapay zekayı mesleki süreçlerde hangi amaçlarla kullandıklarını belirlemek amacıyla katılımcılara “Gazetecilikte yapay zekadan hangi amaçlarla faydalaniyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Tablo 2’de görüldüğü üzere, görüşülen on gazeteci yapay zekayı haber yazım sürecini hızlandırma, basın açıklamalarını habere dönüştürme, editörlük faaliyetleri, eksik görselleri tamamlama, basın açıklamalarını özetleme, imla ve dil bilgisi denetimi, kaynak derleme, bilgi edinme ve ses kayıtlarını çözümleme gibi çeşitli amaçlarla kullanmaktadır. Bu bulgu, yapay zekanın özellikle haber üretim sürecinde gazetecilere önemli kolaylıklar sağladığını göstermektedir. Ayrıca, kurumlarında üst düzey görevlerde bulunan K4 ve K8’in yapay zekayı ağırlıklı olarak editörlük alanında kullandıkları tespit edilmiştir. Yerel bir gazetede muhabir olarak çalışan K10 ise, yapay zekadan özellikle basın açıklamalarını habere dönüştürme sürecinde yararlandığını ifade etmiştir. Nitekim K10 bu durumu şu sözlerle dile getirmiştir: “Genellikle yapılan basın açıklamalarını özet haline getirmek için yapay zekadan faydalaniyorum”.

Tablo 2. Gazetecilerin Yapay Zekayı Hangi Amaçla Kullandıkları

K1	Haber yazmayı hızlandırmak
K2	Eksik resimleri tamamlama
K3	İmla kurallarında kontrolü sağlamak
K4	Editörlük
K5	Bilgi edinmek
K6	Kaynak derleme
K7	Ses kaydı çözümleme
K8	Editörlük
K9	Haber yazmayı hızlandırmak
K10	Basın açıklamalarını habere dönüştürme

3.3. Hangi Tür Haberlerde Yapay Zekadan Daha Yoğun Şekilde Yararlandıkları

Gazetecilerin yapay zekadan hangi tür haberlerde daha yoğun şekilde faydalandıklarını belirlemek amacıyla katılımcılara “Yapay zekadan hangi tür haberlerde daha yoğun şekilde faydalaniyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Tablo 3’te görüldüğü üzere, görüşülen on gazeteci yapay zekayı özellikle siyasi haberlerde, ekonomi haberlerinde ve son dakika haberlerinde yoğun olarak kullanmaktadır. Bu bulgu, gazetecilerin yapay zekayı belirli haber türlerinde daha işlevsel bir araç olarak gördüklerini ortaya koymaktadır. Yerel bir gazetede muhabir olarak çalışan K3’ün, yapay zekadan özellikle siyasi haber alanında daha yoğun şekilde faydalandığı tespit edilmiştir. Nitekim K3 bu durumu şu ifadelerle dile getirmiştir: “Yapay zekadan yoğun olarak faydalandığım alan siyaset alanıdır. Yapılan siyasi açıklamaları takip etmek için kullanıyorum” (K3, kişisel görüşme, 2025).

Tablo 3. Gazetecilerin Hangi Tür Haberlerde Yapay Zekadan Daha Yoğun Şekilde Yararlandıkları

K1	Siyasi haberler
K2	Ekonomi haberleri
K3	Siyasi haberler
K4	Son dakika haberleri
K5	Siyasi haberler
K6	Siyasi haberler
K7	Siyasi haberler
K8	Ekonomi haberleri
K9	Siyasi haberler
K10	Siyasi haberler

3.4. Yapay Zekayı Gazetelerinde Kullanım Sıklıkları

Gazetecilerin yapay zekayı gazetelerinde ne sıklıkla kullandıklarını belirlemek amacıyla katılımcılara “Yapay zekayı gazetenizde ne sıklıkla kullanıyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Tablo 4’te görüldüğü üzere, görüşülen on gazetecinin yapay zekayı gazetelerinde ortalama düzeyde kullandıkları tespit edilmiştir. Yerel bir gazetenin İmtiyaz Sahibi olan K8’in ise yapay zekayı gazetede daha sık kullandığı gözlemlenmiştir. K8, bu durumu görüşme sırasında şu ifadelerle aktarmıştır: “*Yapay zekayı gazetemizde gerektiği düzeyde kullanıyorum. Yoğun zamanlarımızda sık kullanma ihtiyacı hissediyorum*”.

Tablo 4. Gazetecilerin Yapay Zekayı Ne Sıklıkla Kullandıkları

K1	Nadiren
K2	Sıklıkla
K3	İhtiyaç olduğunda
K4	Sıklıkla
K5	Genellikle
K6	Sıklıkla
K7	İhtiyaç olduğunda
K8	Sıklıkla
K9	Genellikle
K10	Sıklıkla

3.5. Gazete Çalışanlarının Yapay Zeka Bilgi Düzeyi

Gazetecilerin yapay zeka teknolojisi hakkında ne kadar bilgi sahibi olduklarını belirlemek amacıyla katılımcılara “Gazetenizdeki tüm çalışanlar, yapay zeka kullanımında yeterli bilgiye sahip mi?” sorusu yöneltilmiştir. Tablo 5’te görüldüğü üzere, görüşülen on gazetecinin yapay zeka hakkında orta düzeyde bilgiye sahip oldukları belirlenmiştir. Yerel bir gazetede muhabir olarak görev yapan K6’nın ise yapay zeka konusunda ileri düzeyde bilgi sahibi olduğu gözlemlenmiştir. K6, bu durumu görüşme sırasında şu ifadelerle aktarmıştır: “*Yapay zeka hakkında gazetemizdeki tüm çalışanlar ileri seviyede bilgiye sahiptir. Gerektiğinde yapay zekayı kullanmada zorluk çekmiyoruz*”.

Tablo 5. Gazetecilerin Yapay zeka hakkında ne kadar bilgi sahibi oldukları

K1	Temel düzey
K2	Orta düzey
K3	Temel düzey
K4	Orta düzey

K5	Orta düzey
K6	İleri düzey
K7	Orta düzey
K8	Orta düzey
K9	Orta düzey
K10	Orta düzey

3.6. Yapay Zekanın Gazetecilik Alanında Bir Yenilik Olduğu Düşüncesi

Yapay zekanın gazetecilik alanında bir yenilik olup olmadığını belirlemek amacıyla katılımcılara “Yapay zekanın gazetecilik alanında bir yenilik olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Tablo 6’da görüldüğü üzere, görüşülen on gazeteciden dokuzunun yapay zekanın gazetecilik alanında bir yenilik olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir. Yerel bir gazetede Sorumlu Müdür ve Yazı İşleri Müdürü olarak görev yapan K1’in ise yapay zekanın gazetecilikte bir yenilik olup olmadığı konusunda kararsız olduğu gözlemlenmiştir. K1, bu durumu görüşme sırasında şu ifadelerle aktarmıştır: *“Yapay zeka günümüz için her alanda kendini gösterebilen bir yenilik. Ancak mesleki anlamda yapay zekaya yenilik demek ne kadar doğru bilemiyorum; bu konuda kararsızım”*.

Tablo 6. Yapay Zekanın Gazetecilik Alanında Bir Yenilik Olduğu Düşüncesi

K1	Yapay zekanın mesleki anlamda yenilik olması konusunda kararsızım
K2	Evet, mesleki anlamda yenilik olduğunu düşünüyorum
K3	Evet, mesleki anlamda yenilik olduğunu düşünüyorum
K4	Evet, mesleki anlamda yenilik olduğunu düşünüyorum
K5	Evet, mesleki anlamda yenilik olduğunu düşünüyorum
K6	Evet, mesleki anlamda yenilik olduğunu düşünüyorum
K7	Evet, mesleki anlamda yenilik olduğunu düşünüyorum
K8	Evet, mesleki anlamda yenilik olduğunu düşünüyorum
K9	Evet, mesleki anlamda yenilik olduğunu düşünüyorum
K10	Evet, mesleki anlamda yenilik olduğunu düşünüyorum

3.7. Yapay Zekanın Verilen Bilgiler Işığında Haber Hazırlamak İçin İhtiyaç Duyduğu Süre

Gazeteye haber hazırlamada kolaylık sağlayan yapay zekanın, verilen bilgiler ışığında haber hazırlamak için ihtiyaç duyduğu süreyi belirlemek amacıyla katılımcılara *“Verdiğiniz bilgiler ışığında, yapay zeka bir haber hazırlamak için ne kadar bir süreye ihtiyaç duyuyor?”* sorusu yöneltilmiştir. Tablo 7’de görüldüğü üzere, görüşülen 10 gazetecinin yapay zeka kullanarak haber hazırlama süresi 25-30 saniye arasında gözlemlenmiştir. Bu bulgu, yapay zekanın haber oluşturma süreci hızında gazetecilere

kısa sürede hazır metinler sunarak önemli kolaylık sağladığını göstermektedir. Yerel ve ulusal basında muhabir olarak görev yapan K7'nin, yapay zekaya verdiği bilgiler doğrultusunda haber hazırlama süresinin 15 saniye olduğu gözlemlenmiştir. K7, bu durumu görüşme sırasında şu ifadelerle aktarmıştır: *“Gazetede yoğun olduğumuz zamanlar yapay zekadan haber metni oluşturması için yardım istediğimiz zamanlar elbette oluyor. Yapay zekaya bilgileri yüklediğimizde 15 saniye gibi bir sürede haberi hazırlıyor”*.

Tablo 7. Yapay Zekanın Verilen Bilgiler Işığında Haber Hazırlamak İçin İhtiyaç Duyduğu Süre

K1	25 saniye
K2	15 saniye
K3	20 saniye
K4	30 saniye
K5	20 saniye
K6	15 saniye
K7	10 saniye
K8	25 saniye
K9	20 saniye
K10	20 saniye

3.8. Yapay Zekanın Haber Yazım Üretiminde Gazetecilere Sağladığı Kolaylıklar

Yapay zekanın gazetecilere haber yazım sürecinde sağladığı kolaylıkları belirlemek amacıyla katılımcılara “Yapay zeka, haber yazım sürecinde sizin için hangi alanlarda kolaylık sağlıyor?” sorusu yöneltilmiştir. Tablo 8’de görüldüğü üzere, görüşülen on gazeteci için yapay zekanın haber yazım sürecinde kolaylık sağladığı alanlar; hızlı haber yazma, trend tespiti, redaksiyon ve zamandan tasarruf olarak belirlenmiştir. Katılımcılardan altısı, yapay zekanın haber yazım sürecini hızlandırdığını ifade etmiştir. Yerel bir gazetede muhabir olarak görev yapan K5’in ise, yapay zekanın özellikle redaksiyon alanında haber yazım sürecine kolaylık sağladığı gözlemlenmiştir. K5, bu durumu görüşme sırasında şu ifadelerle aktarmıştır: *“Haber yazarken yapılması gereken düzenlemeler oluyor ve yapay zeka kullanarak kolaylıkla düzenlemelerimi yapabiliyorum”*.

Tablo 8. Haber Üretiminde Yapay Zekanın Avantajları

K1	Trend tespiti
K2	Hızlı haber yazımı
K3	Zamandan tasarruf
K4	Hızlı haber yazımı

K5	Redaksiyon
K6	Hızlı haber yazma
K7	Zamandan tasarruf
K8	Hızlı haber yazımı
K9	Hızlı haber yazımı
K10	Hızlı haber yazımı

3.9. Gazetecilerin En Sık Kullandıkları Yapay Zeka Uygulamaları

Gazetecilerin en sık kullandıkları yapay zeka uygulamalarını belirlemek amacıyla katılımcılara “En sık kullandığınız yapay zeka uygulaması nedir?” sorusu yöneltilmiştir. Tablo 9’da görüldüğü üzere, görüşülen on gazetecinin en sık kullandığı uygulama “ChatGPT” olarak tespit edilmiştir. Yerel bir gazetede muhabir olarak görev yapan K6’nın ise en sık kullandığı uygulamaların ChatGPT, Turboscribe ve yapay zeka destekli Canva olduğu gözlemlenmiştir. K6, bu durumu görüşme sırasında şu ifadelerle aktarmıştır: “*En sık kullandığım yapay zeka uygulamasının ChatGPT olduğunu söyleyebilirim. Bunun yanı sıra ses kayıtlarını çözümlemek için Turboscribe, tasarım alanında faydalanmak için yapay zeka destekli Canva uygulamasından yararlanıyorum*”.

Tablo 9. Gazetecilerin En Sık Kullandıkları Yapay Zeka Uygulamaları

K1	ChatGPT
K2	ChatGPT
K3	ChatGPT
K4	ChatGPT
K5	ChatGPT
K6	ChatGPT, Turboscribe, AI (Yapay zeka) destekli Canva
K7	ChatGPT
K8	ChatGPT
K9	ChatGPT
K10	ChatGPT

3.10. Yapay Zeka ile Üretilen Haberlerde Düzeltme İhtiyacı

Gazetecilerin yapay zeka kullanarak yazdığı haberlere düzeltme yapma gerekliliğini belirlemek amacıyla katılımcılara “Yapay zeka ile yazılan haberlerde düzeltme yapma gerekliliği hissediyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Tablo 10’da görüldüğü üzere, görüşülen on gazeteciden beşi yapay zeka ile yazılan haberlerde düzeltme yapma gerekliliği görmezken, diğer beşi haberlerin gazetecinin

elinden geçmesi ve düzenleme yapılması gerektiğini ifade etmiştir. Bu bulgu yapay zekanın temelde tam olarak gözü kapalı güvenilen bir ortam olmadığını göstermektedir.

Tablo 10. Yapay Zeka ile Üretilen Haberlerde Düzeltme

K1	Düzeltilme yapma gerekliliği görüyorum
K2	Düzeltilme yapma gerekliliği görmüyorum
K3	Düzeltilme yapma gerekliliği görüyorum
K4	Düzeltilme yapma gerekliliği görüyorum
K5	Düzeltilme yapma gerekliliği görmüyorum
K6	Düzeltilme yapma gerekliliği görmüyorum
K7	Düzeltilme yapma gerekliliği görüyorum
K8	Düzeltilme yapma gerekliliği görmüyorum
K9	Düzeltilme yapma gerekliliği görüyorum
K10	Düzeltilme yapma gerekliliği görmüyorum

3.11 Yapay Zekanın Gelecekte Gazetecilerin Yerine Geçme İhtimali

Yapay zekanın gelecekte gazetecilerin yerine geçme ihtimalini belirlemek amacıyla katılımcılara “*Sizce, gelecekte yapay zeka gazetecilik mesleğini icra edenlerin yerine geçebilir mi?*” sorusu yöneltilmiştir. Tablo 11’de görüldüğü üzere, görüşülen on gazeteci yapay zekanın gazetecilerin yerine geçemeyeceğini düşündüklerini ifade etmiştir. Bu bulgu, gazetecilerin yapay zekanın insan gibi düşünüp mesleki anlamda gerekli duygu ve düşünceleri yeterince yansıtamayacağını değerlendirdiklerini göstermektedir.

Tablo 11. Yapay Zekanın Gelecekte Gazetecilerin Yerine Geçme İhtimali

K1	Geçemez
K2	Geçemez
K3	Geçemez
K4	Geçemez
K5	Geçemez
K6	Geçemez
K7	Geçemez
K8	Geçemez
K9	Geçemez
K10	Geçemez

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma, yapay zeka teknolojilerinin, özellikle ChatGPT ve benzeri üretken yapay zeka uygulamalarının yerel basındaki kullanım pratiklerini Bolu ili örneğinde inceleyerek, dijital dönüşüm sürecinin yerel gazetecilik üzerindeki etkilerini analiz etmeyi amaçlamıştır. Nitel araştırma yöntemi kapsamında yürütülen derinlemesine mülakatlar sonucunda elde edilen bulgular; yerel basın mensuplarının yapay zekaya yönelik algılarının mesleki anlamda kendilerine fayda sağlayacak biçimde şekillendiği göstermektedir.

Çalışmada elde edilen bulgular Graefe'nin (2016) otomatik haberciliğe ilişkin çalışmasında ortaya koyduğu gibi yapay zeka uygulamalarının özellikle yapılandırılmış veri setlerine dayalı, rutin ve tekrarlayan haberler ile metin işleme süreçlerinde hız ve verimlilik sağladığı; buna karşın eleştirel yorum ve etik muhakeme gibi alanlarda insan gazetecilerin yerini alamadığı bulgusuyla benzerlik göstermektedir. Yine benzer şekilde Molla ve Ahsan'ın (2025) 2010–2025 tarih aralığını kapsayan çalışmalarında yaptığı incelemede de “yapay zeka–gazetecilik” ilişkisini ele alan çalışmaların “insan denetimli ve sınırlı otomasyon” modeli etrafında yoğunlaştığını; yapay zekanın ağırlıklı olarak haber toplama ve üretim süreçlerini destekleyen bir araç olarak konumlandırıldığını sonuçlarına ulaşılmıştır. Bu çalışmada da Bolu özelinde görüşülen yerel medya profesyonellerinin yapay zekayı taslak oluşturma, dil ve imla düzeltme, çeviri ve görsel tasarım gibi daha çok “mekanik” işlevlerde kullanmaları; sahaya gitme, kaynaklarla yüz yüze ilişki kurma ve haberin etik sorumluluğunu üstlenme gibi boyutları ise halâ gazetecinin asli görevi olarak tanımlamaları, küresel ölçekteki söz konusu çalışmaların bulgularıyla örtüşmektedir.

Türkiye bağlamına odaklanan araştırmalar da üretken yapay zekanın haber üretiminde “kaçınılmaz fakat tartışmalı” bir teknoloji olarak konumlandığına işaret etmektedir. Demir ve Kılıçgedik'in (2025) Türkiye’de haber üretiminde üretken yapay zeka kullanımına ilişkin çalışmasında, farklı medya kuruluşlarından gazetecilerin bu teknolojileri zaman ve iş yükü açısından önemli bir fırsat olarak değerlendirdikleri; buna karşılık mesleki özerklik, istihdam güvencesi ve etik ihlaller bakımından belirgin kaygılar taşıdıkları ortaya konulmaktadır. Kırık, Göksu ve Yegen (2024) tarafından kaleme alınan “*Yapay Zekâ ve Gazetecilik: Türk Medyasında ChatGPT Kullanımı*” isimli çalışmada ulusal ölçekli kamu ve özel yayıncılık kuruluşlarında görev yapan medya profesyonellerinin dil temelli yapay zeka araçlarını “doğru entegre edildikleri takdirde” yararlı bulmakla birlikte, etik kodların aşınması, haber niteliğinin zayıflaması ve gelecekte meslek üzerinde oluşabilecek istihdam baskısı nedeniyle temkinli bir tutum benimsedikleri bulguları tespit edilmiştir. Bu makalede ulaşılan bulgularda söz konusu çalışmalarla ortak biçimde yapay zekanın yerel basında da “yardımcı” ve “hızlandırıcı” bir araç olarak algılandığını; buna karşın yerel kamuya karşı sorumluluk, kaynağa doğrudan erişim ve kentle kurulan uzun süreli ilişki gibi boyutlarda insan gazetecinin vazgeçilmez konumunun korunduğunu

ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, ulusal ölçekteki çalışmaların büyük ölçüde merkezi haber kuruluşlarına odaklanması, bu araştırmanın yerel haber kuruluşlarına yönelmesi bakımından önemli bir ayrışma yaratmaktadır.

Mevcut literatürün ağırlıklı olarak ulusal ölçekli medya kuruluşları, alternatif haber mecraları ya da platform temelli dijital gazetecilik örnekleri üzerinden şekillendiği; yerel basında üretken yapay zekâ kullanımına yönelik çalışmaların ise son derece sınırlı olduğu görülmektedir. Bu çerçevede, Bolu ili yerel basınında görev yapan gazetecilerin deneyimlerini merkeze alan bu çalışma, yerel medya profesyonellerinin yapay zeka ile kurdukları ilişkiyi günlük pratikler, kurumsal ve ekonomik kısıtlar ve etik kaygılarla birlikte görünür kılarak literatüre özgün bir katkı sunmaktadır.

Gazetecilere göre yapay zeka, haber hazırlama süresini kısaltmakta, trend tespiti ve redaksiyon gibi süreçlerde kolaylık sağlamaktadır. Bununla birlikte, gazetecilerin yarısı, yapay zekanın ürettiği içeriklerde insan gözetimine ihtiyaç duyulduğunu vurgulamaktadır; bu durum algoritmik doğruluk, içerik özgünlüğü ve etik standartların önemini ortaya koymaktadır (Carlson & Lewis, 2020).

Çalışma kapsamında görüşülen on medya profesyoneli de yapay zekayı aktif olarak kullansa da yapay zekanın gelecekte insan gazetecilerin yerini alamayacağını, ancak mesleki becerileri tamamlayıcı bir araç olarak önemli katkı sağladığını ifade etmiştir. Sonuç olarak, yapay zeka yerel basında hız, verimlilik ve analiz desteği sağlayan bir tamamlayıcı olarak işlev görürken; gazetecilikte etik, analitik ve karar alma yetkinlikleri insan faktörü üzerinden sürdürülmeye devam edecektir (Reuters Enstitüsü, 2025; Columbia Üniversitesi, 2025). İçerik oluşturma ve hız anlamında gazetecilere katkı sunan yapay zeka araçları her ne kadar gazetecilerin işlerini kolaylaştırıyor gibi görünse de bu araçlar ekonomi-politik olarak medya sahiplerini destekleyerek gazetecileri daha çok haber içeriği üretmeye zorlamaktadır. Bu süreçte gazeteciliğin mesleki normların gözetilerek “hız” baskısından kurtulması gazetecilik mesleğini olumsuzluklardan koruyacaktır.

Öneriler

- 1. Yapay Zeka Okuryazarlığı ve Eğitim:** Yerel gazetecilerin yapay zeka uygulamalarını etkin kullanabilmesi için düzenli eğitim programları geliştirilmelidir. Bu eğitimlerde algoritma mantığı, veri analizi ve etik sorumluluklar ele alınmalıdır.
- 2. Etik ve Denetim Mekanizmaları:** Yapay zeka ile üretilen içeriklerin doğruluğunu ve özgünlüğünü garanti altına almak amacıyla editoryal denetim mekanizmaları güçlendirilmelidir. İnsan gözetimi, halen kritik bir gereklilik olarak korunmalıdır.
- 3. Mesleki Gelişim ve Yaratıcı Görevler:** Rutin haber üretiminde yapay zekadan yararlanılırken, gazetecilerin analitik, yaratıcı ve derinlemesine haber üretimi gibi alanlara odaklanması teşvik edilmelidir.

KAYNAKÇA

- AA Haber Akademisi. (2023, Ekim). AA Haber Akademisi'nden yapay zeka kılavuzu. Anadolu Ajansı.
- Acar, O. (2022). *Yapay zeka: Fırsat mı tehdit mi?* İstanbul: Kriter Yayınevi. 4
- Adıgüzel, E. (2020). Sosyal medyada deepfake uygulamaları ve hukuki sorumluluk. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 24(1), 1–44. 5
- Akgül, H. ve Ayer, M. (2008). Robot gazetecilik uygulamalarının gazetecilik mesleği üzerindeki etkisi. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Dergisi*, 6(3), 127–146. 6
- Avaner, A. (2018). *Yapay zeka felsefesi*. İstanbul: Yordam Kitap. 7
- Barocas, S. & Selbst, A. D. (2016). Big data's disparate impact. *California Law Review*, 104(3), 671–732. 8
- Bastos, M. T., & Mercea, D. (2019). The new gatekeepers: Analyzing the role of social media platforms in the consumption of news. *Information, Communication & Society*, 22(11), 1629–1644. 9
- Boyce, C., & Neale, P. (2006). Conducting in-depth interviews: A guide for designing and evaluating qualitative research [Rapor]. *Pathfinder International*. 10
- Carlson, M. (2020). Journalistic labor and the promise of automation. *Journalism Practice*, 14(7), 839–856. 11
- Chesney, R., & Citron, D. (2019). Deepfakes and the new disinformation war. *Foreign Affairs*, 98(5), 147–157. 13
- Copeland, B. J. (2004). *The essential turing: Seminal writings in computing, logic, philosophy, artificial intelligence, and artificial life*. Oxford University Press. 14
- Crevier, D. (1993). *AI: The tumultuous history of the search for artificial intelligence*. Basic Books. 15
- Çavuş, T. (2017). Yerel basının güncel sorunları ve çözüm önerileri. *Global Media Journal TR Edition*, 7(14), 18–38. 16
- Darı, F. ve Koçyigit, C. (2022). Yeni medya ve yapay zekâ çağında gazetecilik: Etik ve istihdam sorunları. *Erciyes İletişim Dergisi*, 9(3), 624–647. 17
- Demir, G. & Kılıçgedik, M. (2025). Use of generative AI in news production in Türkiye: 'A threat or an opportunity?'. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, (68), 36–53. <https://doi.org/10.26650/CONNECTIST20251650211>
- Doğan, A. (2002). *Yapay zeka ve uygulamaları*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. 19
- Erdem, A. (2021). *Yeni medyada robot gazetecilik*. Palet Yayınları. 21
- Erdoğan, F. E. (2017). Yapay zeka ve felsefi temelleri. *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, (24), 745–760. 22
- Goodfellow, I., Pouget-Abadie, J., Mirza, M., Xu, B., Warde-Farley, D., Ozair, S., Courville, A., & Bengio, Y. (2014). Generative adversarial nets. *Advances in Neural Information Processing Systems*, 27, 2672–2680. 23
- Graefe, A. (2016). *Guide to automated journalism*. Tow Center for Digital Journalism, Columbia University. 24
- Graefe, A., Haim, M., Hein, S., & Roth, H. (2016). Readers' perception of automated journalism: The impact of technology. *Digital Journalism*, 4(2), 163–180. 25
- Greenemeier, L. (2017, Mayıs 2). 20 years after Deep Blue vs. Kasparov, how a chess computer program changed the world. *Scientific American*. 26
- Gül, K. (2024). Yapay zeka teknolojilerinin gazetecilik alanında kullanımı: Avantajlar ve dezavantajları. *İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 306–331. 27
- Gürsel, Ö. (2024). Yapay zeka: Kavramlar, tarihçe, etik ve hukuk. *Eğitim Yayınevi*. 28
- Hazlett, M. K., Tasi, A., & Womack, E. (2011). Artificial intelligence and journalism ethics. *Journal of Mass Media Ethics*, 26(4), 283–298. 29
- Hermida, A. (2017). Automation and algorithm: Rethinking the newsroom in the age of artificial intelligence. *Journalism Studies*, 18(9), 1180–1195. 30
- Journo. (2023, Ocak 16). Robot gazetecilik ve etik: Yapay zeka haber üretebilir ama gazeteci olabilir mi? *Journo*. 32

- Jung, J., Lewis, S. C., & Lewis, B. (2017). Algorithmic journalism: Implications for journalism education. *Journalism & Mass Communication Educator*, 72(2), 177–187. 33
- Kalafat Çat, A., & Huseynova, Z. (2025). Eğitimde yapay zekâ ve oyunlaştırma: Ortaokul öğrencilerinin yapay zekâ farkındalık düzeylerinin belirlenmesi. *Asya Studies*, 9(32), 133-150. <https://doi.org/10.31455/asya.1644270>
- Kasparov, G. (2018). Deep thinking: Where machine intelligence ends and human creativity begins. *PublicAffairs*. 34
- Kavut, L. (2022a). Yapay zekanın kavramsal çerçevesi. In A. Karabulut & E. Gündoğdu (Eds.), *Yapay zeka çağı ve yeni nesil medya* (pp. 65–75). Nobel Yayın Dağıtım. 35
- Kavut, L. (2022b). Yapay zekanın felsefi sorunları. In A. Karabulut & E. Gündoğdu (Eds.), *Yapay zeka çağı ve yeni nesil medya* (pp. 77–88). Nobel Yayın Dağıtım. 36
- Kavut, L. (2022c). Yapay zekanın temel alanları. In A. Karabulut & E. Gündoğdu (Eds.), *Yapay zeka çağı ve yeni nesil medya* (pp. 55–64). Nobel Yayın Dağıtım. 37
- Kırık, A. M., Göksu, O., & Yegen, C. (2024). Yapay Zekâ ve Gazetecilik: Türk Medyasında ChatGPT Kullanımı. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*(68), 90-109. <https://doi.org/10.47998/ikad.1469909>
- Kothari, P., & Cruikshank, J. (2022). AI in the newsroom: The impact on journalistic routines. *Digital Journalism*, 10(6), 940–960. 38
- Kutlusoy, K. (2019). Yapay zeka: Felsefi ve etik yaklaşımlar. İstanbul: Alfa Basım Yayın Dağıtım. 39
- Latarg, O. (2015). Robot gazetecilik: Otomasyon ve haber odası. İstanbul: İletişim Kitapları. 40
- Lewis, S. C., & Usher, N. (2016). Power, participation, and technology in the newsroom: Examining the role of algorithms in journalistic labor. *New Media & Society*, 18(9), 1961–1978. 41
- Lischka, J. A. (2021). The effects of automated journalism on trust and credibility. *Journalism Practice*, 15(2), 242–258. 42
- Manyika, J., Chui, M., Miremadi, M., Bughin, J., George, K., Willmott, P., & Dewhurst, M. (2017). A future that works: Automation, employment, and productivity. McKinsey Global Institute. 43
- Marconi, A. (2020). The promise of automated journalism. *Digital Journalism*, 8(3), 441–458. 44
- Maxwell, J. A. (1996). Qualitative research design: An interactive approach. Sage Publications. 45
- Mayor, A. (2018). Gods and robots: Myths, machines, and ancient dreams of technology. Princeton University Press. 46
- Molla, M.A.M. & Ahsan, M. A. (2025). Artificial Intelligence and Journalism: A Systematic Bibliometric and Thematic Analysis of Global Research, arXiv:2507.10891.
- O’Neil, C. (2016). Weapons of math destruction: How big data increases inequality and threatens democracy. Crown. 47
- Ombelet, E., Kuczerawy, A., & Valcke, P. (2016). Algorithmic transparency in journalistic applications. *Media Law Review*, 15(1), 1–25. 48
- Özgen, B. (2023). Yapay zeka ve gazetecilik: Yeni medya ekosisteminde mesleki dönüşüm. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 7(1), 164–185. 49
- Popenici, S. A. S., & Kerr, S. (2017). Exploring the impact of artificial intelligence on teaching and learning in higher education. *Research and Practice in Technology Enhanced Learning*, 12(1), 22. 50
- Prentice, C., Dominique Lopes, S., & Wang, X. (2020). The impact of artificial intelligence and employee service quality on customer satisfaction. *Journal of Services Marketing*, 34(4), 429–441. 51
- Ronan, C. A. (1978). The shorter science and civilisation in China: An abridgement of Joseph Needham's original text, Volume 1. Cambridge University Press. 52
- Russel, S., & Norvig, P. (2009). Artificial intelligence: A modern approach. Pearson Education. 53
- Sayar, A. (2023). Yapay zeka ve medya: Etkiler ve riskler. İstanbul: Medya Yayıncılık. 54
- Shields, A. (2018). The automation of journalism: Algorithms and the restructuring of news production. *Media, Culture & Society*, 40(1), 89–104. 55

- Slagle, J. R. (1961). A heuristic program that solves symbolic integration problems in freshman calculus. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Massachusetts Institute of Technology, Cambridge. 56
- Sucu, İ. ve Ataman, E. (2020). Dijital evrenin yeni dünyası olarak yapay zekâ ve Her filmi üzerine bir çalışma. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 4(1), 40–52. 57
- Şen, E. (2021). GPT3: DALL-E ve JL2P ekseninde veri görselleştirme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi (USSAD)*, 5, 253–280. 58
- Taylan, M. (2022). Gazetecilikte yapay zeka: Etkileri ve etik sorunları üzerine bir inceleme. *Academia.edu*. 59
- Thurman, N., Cornia, A., & Kunert, J. (2019). Audience engagement and personalization in the age of algorithms. *Digital Journalism*, 7(3), 33–41. 60
- Turing, A. M. (1936). On computable numbers, with an application to the Entscheidungsproblem. *Proceedings of the London Mathematical Society*, 2(42), 230–265. 61
- Turing, A. M. (1948). Intelligent machinery [Rapor]. National Physical Laboratory. 62
- Turing, A. M. (1950). Computing machinery and intelligence. *Mind*, 59(236), 433–460. 63
- Ünal, S. (2023). Yapay zeka okuryazarlığına ilişkin bir alan araştırması. İçinde K. Ateşgöz (Ed.), *Medya ve habercilik alanında yapay zekanın yükselişi* (ss. 49–68). Eğitim Yayınevi. 64
- Uzunoğlu, S. (2020). Gazeteciler için yapay zeka 101. İstanbul: Medya Akademi. 65
- Van Dalen, A. (2012). The algorithms behind the headlines: How machine-written news redefines the core skills of human journalists. *Journalism Practice*, 6(5–6), 648–658. 66
- Vardi, Y. M. (2017). Technology for the most effective use of mankind. *Communications of the ACM*, 60(1), 5. 67
- Wall, T. (2024). Artificial intelligence: A brief history. Routledge. 68