

Medya ve Yapay Zeka Araştırması



Kuantum Araştırma, pazar araştırmalarında belirlenen uluslararası standartlara ve prosedürlere uygun araştırmalar yapmaktadır.

Araştırmalarında istatistik bilimine saygılı, kalite ve bilimsel yöntemlerden ödün vermeden, süreçleri yönetmektedir.

Kuantum Araştırma, **Türkiye Araştırmacılar Derneği**'ne üye, **Güvenilir Araştırma Belgesi**'ne (GAB 2023-2024), **ISO 20252 Kalite Sertifikası**'na ve **ISO 27001 Bilgi Güvenliği Yönetim Sertifikası**'na ve **ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi**'ne sahip bir araştırma firmasıdır.



Medya içeriklerinin üretilmesi, dağıtılması ve tüketilmesinde yapay zekanın rolü giderek artmaktadır. Bu ilişki, medya sektöründe yenilikçi uygulamalar, operasyonel verimlilik artışı ve tüketici deneyimlerinin kişiselleştirilmesi gibi çeşitli alanlarda kendini göstermektedir.

İletişim teknolojisindeki her değişiklik, medya biçiminin ve iletişim tarzının evrimini beraberinde getirmiştir. Yapay zekanın medya endüstrisi üzerindeki etkisi de bu evrime bir örnektir. Günümüzdeki hızlı gelişim ve değişimler yapay zeka ve medya entegrasyonunun gelişimine yeni bir trend getirmiştir.

AIPA olarak, yapay zekanın 4. kuvvet olarak kabul edilen medyaya etkilerini saptamak ve bunu topluma sunmak amacıyla bir araştırma raporu hazırladık. Rapor için yapılan çeşitli anketlere katılan medya tüketicilerinin yüzde 52'sini erkekler, yüzde 42'sini ise kadınlar oluşturuyor.



Methodology

A white directional sign with a dark border and a large arrow pointing left. The word "Methodology" is written in a bold, dark font across the sign. The sign is mounted on a metal pole against a blue sky with light clouds.



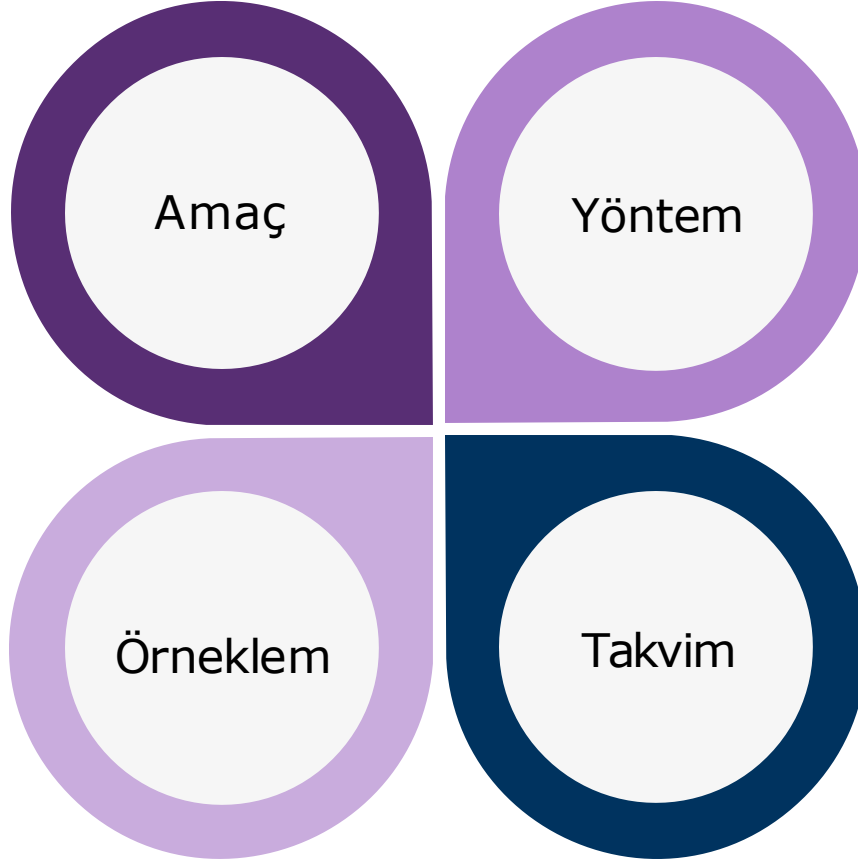
Terminoloji	Açıklama
PDT (Pozitif Değerler Toplamı)	«Çok etkili/Kesinlikle katılıyorum/Çok memnunum/Kesinlikle tavsiye ederim/Çok beğendim/Çok uygun/Çok özdeşleştirdim» ve «Etkili/Katılıyorum/Memnunum/Tavsiye ederim/Beğendim/Uygun/Özdeşleştirdim» değerlerinin toplamıdır.
NDT (Negatif Değerler Toplamı)	«Hiç etkili değil/Kesinlikle katılmıyorum/Hiç memnun değilim/Kesinlikle tavsiye etmem/Hiç beğenmedim/Hiç uygun değil/Hiç özdeşleştirmedim» ve «Etkili değil/Katılmıyorum/Memnun değilim/Tavsiye etmem/Beğenmedim/Uygun değil/Özdeşleştirmedim» değerlerinin toplamıdır.
NS (Net Skor)	Pozitif Değerler Toplamından, Negatif Değerler Toplamının çıkartılması ile elde edilen skordur. Net Skor: PDT – NDT



Toplumun haber ve gündemi takip etme kanallarını, bu kanallara olan güven düzeyini ve medya kanallarına yapay zeka etkisini ortaya koymak.



IBBS Düzey-1 12 ilde ikamet eden,
18-64 yaşa arasında olan,
Kadın ve erkekler ile toplam **945 görüşme** gerçekleştirilmiştir.



Kantitatif Araştırma
CAWI yöntem uygulanmıştır.
CAWI (Bilgisayar Destekli WEB Anketi)



Saha Süreci
Ekim-Kasım 2024

Veri Kontrol
Ekim-Kasım 2024



Analiz ve Raporlama
Ekim-Kasım 2024



Medya içeriklerinin üretilmesi, dağıtılması ve tüketilmesinde yapay zekânın rolü giderek artmaktadır. Bu ilişki, medya sektöründe yenilikçi uygulamalar, operasyonel verimlilik artışı ve tüketici deneyimlerinin kişiselleştirilmesi gibi çeşitli alanlarda kendini göstermektedir.

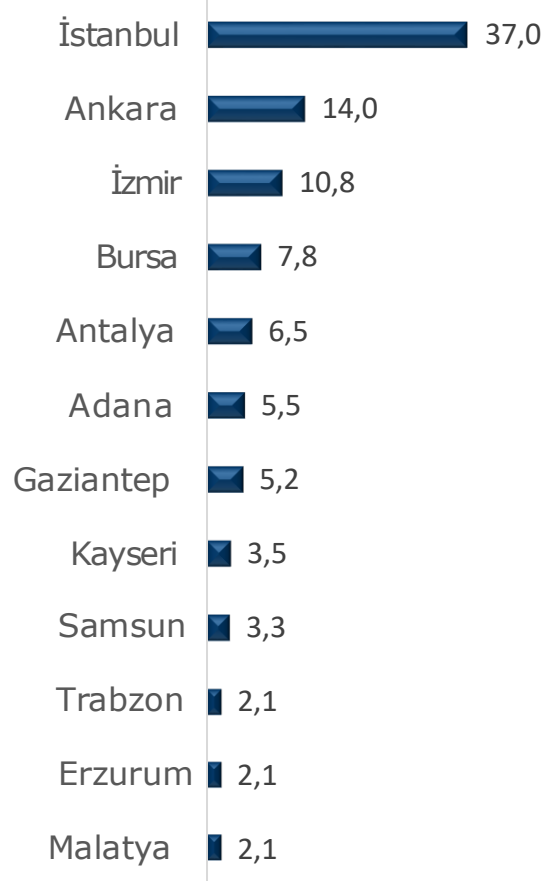
İletişim teknolojisindeki her değişiklik, medya biçiminin ve iletişim tarzının evrimini beraberinde getirmiştir. Yapay zekânın medya endüstrisi üzerindeki etkisi de bu evrime bir örnektir. Günümüzdeki hızlı gelişim ve değişimler yapay zekâ ve medya entegrasyonunun gelişimine yeni bir trend getirmiştir.

Kuantum Araştırma olarak bu raporumuzda, yapay zekanın medyaya etkisinin toplum üzerindeki yansımalarını tespit etmek amacıyla gerçekleştirdiğimiz araştırmamızın sonuçlarını paylaşacağız.

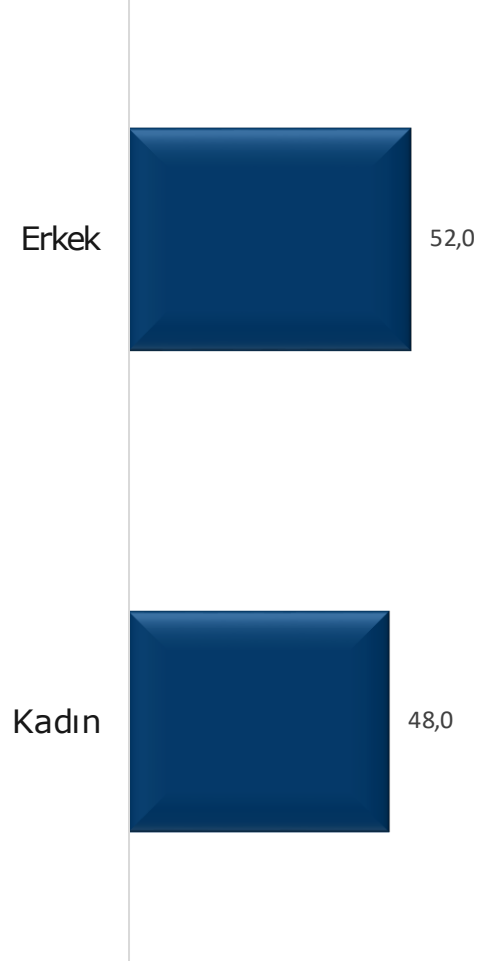




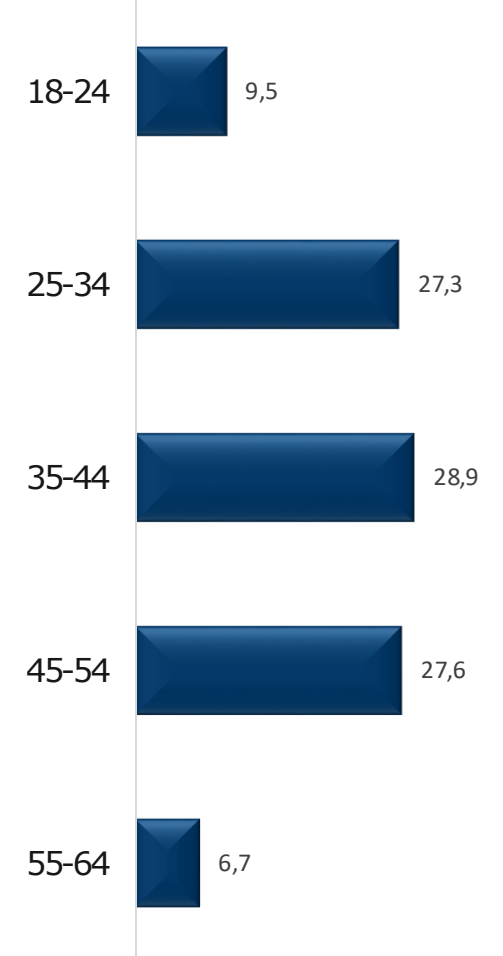
İl



Cinsiyet



Yaş



Baz	945
-----	-----



Medya Değerlendirmesi



Dünyada ve Türkiye’de internette geçirilen süre azalmaktadır.

Dünyada sosyal medya kullanım oranı %59.4, Türkiye’de %73.1 seviyesine geldi.

Dünyada internet kullanım nedenleri aşağıdaki şekilde sıralanmıştır:

- Bilgi bulmak - %57.8,
- Arkadaş/aile ile iletişime geçmek - %53.7
- Güncel etkinlikleri ve haberleri takip etmek - %50.9

Türkiye’de internet kullanım nedenleri ise:

- Bilgi bulmak - %73.2,
- Güncel etkinlikleri ve haberleri takip etmek - %67.7
- Nasıl yapılacağını araştırmak – %63.9

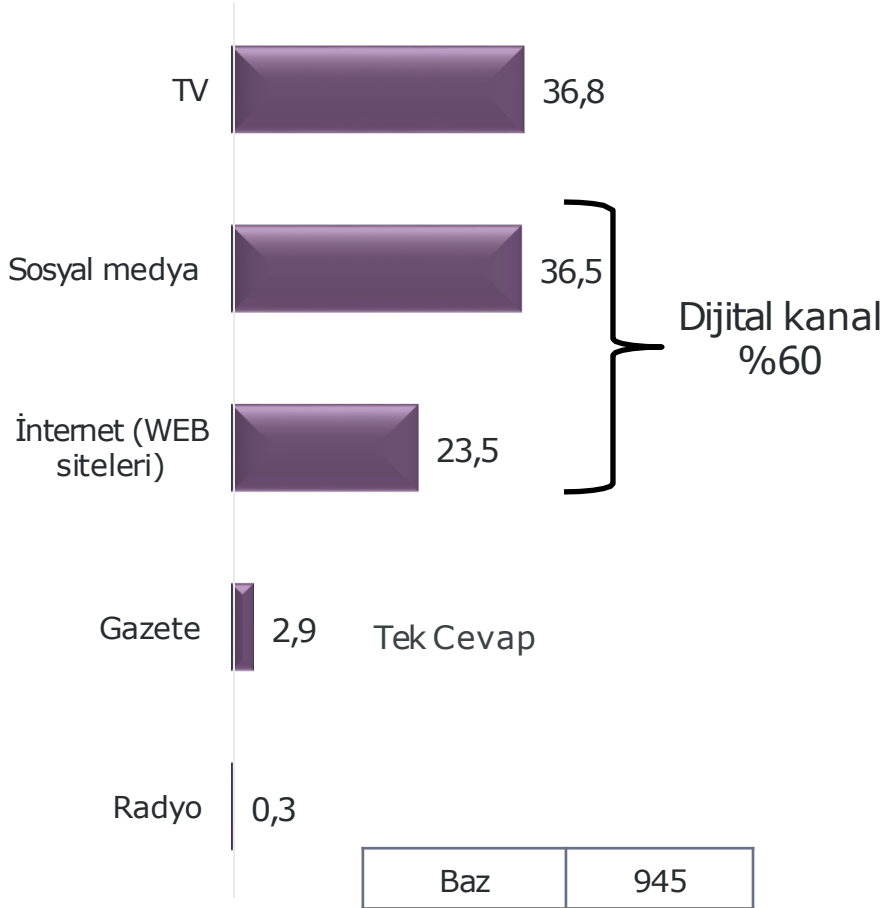




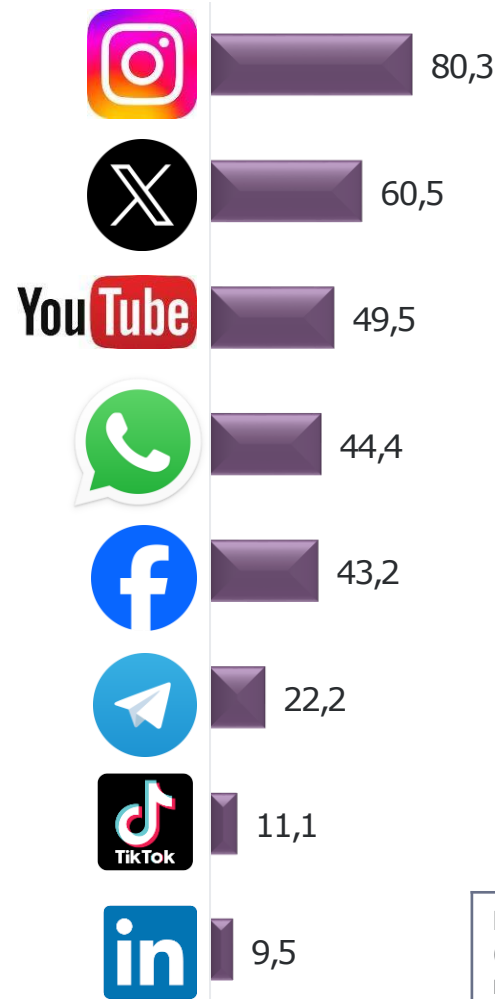
Medya ve Yapay Zeka

- Gündemi ve haberleri en fazla nereden takip ediyorsunuz?
- Sosyal medya mecraları içerisinde gündemi ve haberleri takip ettiğiniz uygulamalar hangileridir?

Gündem ve Haberlerin En Fazla Takip Edildiği Kanal



Gündem ve Haberlerin Takip Edildiği Sosyal Medya Mecraları



Toplumun %36.8'i gündemi TV üzerinden takip ettiğini belirtmektedir.

Dijital kanalları, Sosyal medya ve İnternet (WEB siteleri) olarak birleştirdiğimizde ise toplumun %60.0'i gündemi dijital kanallardan takip etmektedir.

Gündemi takip etmek için en çok tercih edilen mecralarda ise; %80,3 ile Instagram ilk sırada, %60.5 ile X ikinci sırada ve %49.5 ile YouTube üçüncü sırada yer almaktadır.

Yaş kısımları bazında sosyal medya kullanım amacını detaylı incelediğimizde, yaş arttıkça sosyal medya mecralarını eğlence amacından daha çok haber/gündem takibi için kullanma eğiliminin arttığı tespit edilmiştir.

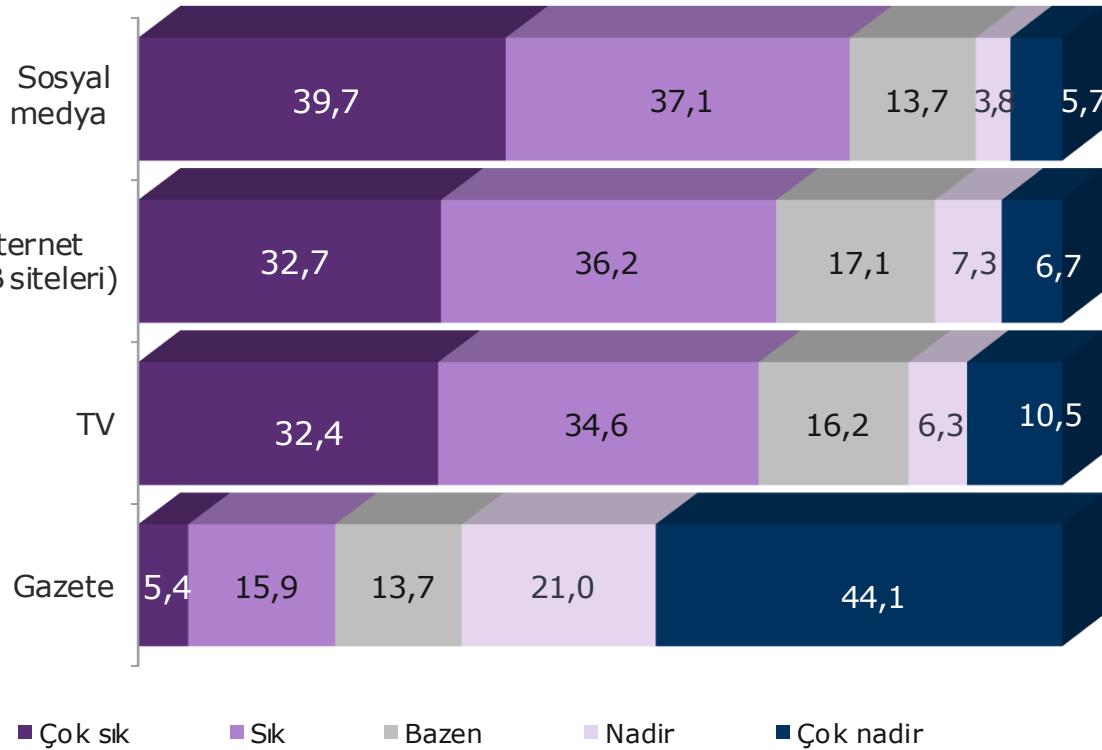
Baz (Gündemi sosyal medyadan takip edenler)	345
---	-----



Medya ve Yapay Zeka

- Gündemi ve haberleri takip etme sıklığınızı aşağıdaki mecralar bazında tek tek sıralamanızı rica ediyoruz. Hangi mecradan ne sıklıkta gündemi ve haberleri takip ediyorsunuz?

Gündem ve Haberleri Takip Etme Sıklığı



Baz	942
-----	-----

PDT	Baz
76,8	345
68,9	222
67,0	348
21,3	27

Gündem ve haberlerin en fazla takip edildiği kanallardan

olan TV, takip sıklığı açısından sosyal medya ve WEB'den sonra gelmektedir.

Özellikle içinde bulunduğumuz dijitalleşme, dijital dönüşüm ve yapay zeka çağı, toplumun hızlı bir şekilde gündemi ve haberleri takip etmesine olanak sağlamaktadır. Bu hıza da en iyi cevap veren mecraın sosyal medya mecrası olması, gündem ve haber takibi için daha sık takip edilmesine neden olmaktadır.

Takip etme sıklığına göre ikinci ve üçüncü sırada bulunan internet ve TV mecraları, takip etme sıklığı bakımından sosyal medya mecralarının ortalama 9 puan gerisinde kalmaktadır.

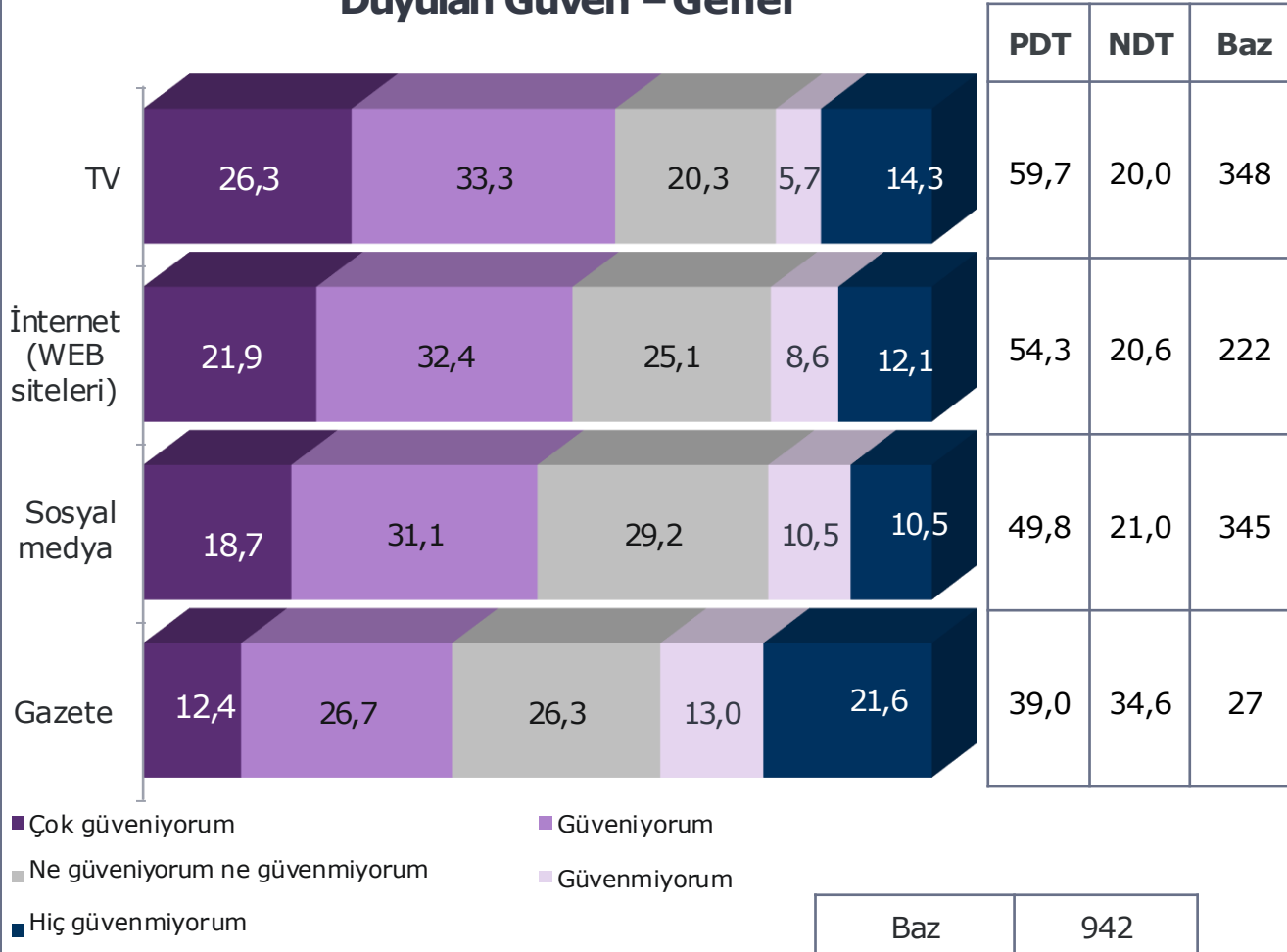
Baz=20'nin altı grafiğe dahil edilmemiştir.



Medya ve Yapay Zeka

•Gündemi ve haberleri takip ettiğiniz aşağıdaki mecralardaki haberlere hangi düzeyde güveniyorsunuz?

Gündem ve Haberleri Takip Kanallarına Duyulan Güven – Genel



TV pandemide kazandığı güveni koruyor, Sosyal Medya mecraları ile arasındaki güven farkı artıyor.

Kuantum Araştırma'nın düzenli olarak takip ettiği Medya Mecraları Güven Endeksi Araştırmaları* gösteriyor ki yeni nesil medya araçlarının hayatımıza girmesiyle birlikte pandemi öncesinde popüleritesini ve güvenini yitirmeye başlayan TV, pandemi ile birlikte özellikle sosyal medyada kaynağı belli olmayan haberlerin yoğunlaşmasıyla birlikte ve TV kanallarında sağlık konusunda yetkili ve uzman kişilerin düzenli ve sürekli olarak açıklama yaparak toplumu doğru bilgilendirmesiyle ilgi ve güven düzeyini arttırmıştır.

Bu duruma ek olarak, geçtiğimiz yıllarda yaşadığımız seçim süreçlerinde de yine yoğun olarak haber ve bilgi kaynağı olarak kullanılan TV, bu araştırmamızda da gördüğümüz gibi gündem ve haberleri takip etme noktasında en çok güvenilen mecra olmuştur.

Bununla birlikte özellikle sosyal medya mecraları gündem ve haberlerin takip edilmesinde yüksek frekans ve sıklıkta takip edilmesine rağmen güven duyulma konusunda yaklaşık %50'lik oranla 3. sırada yer almaktadır. Güven parametresinde TV ile sosyal medya arasındaki fark yaklaşık 10 puandır.

Baz=20'nin altı grafiğe dahil edilmemiştir.

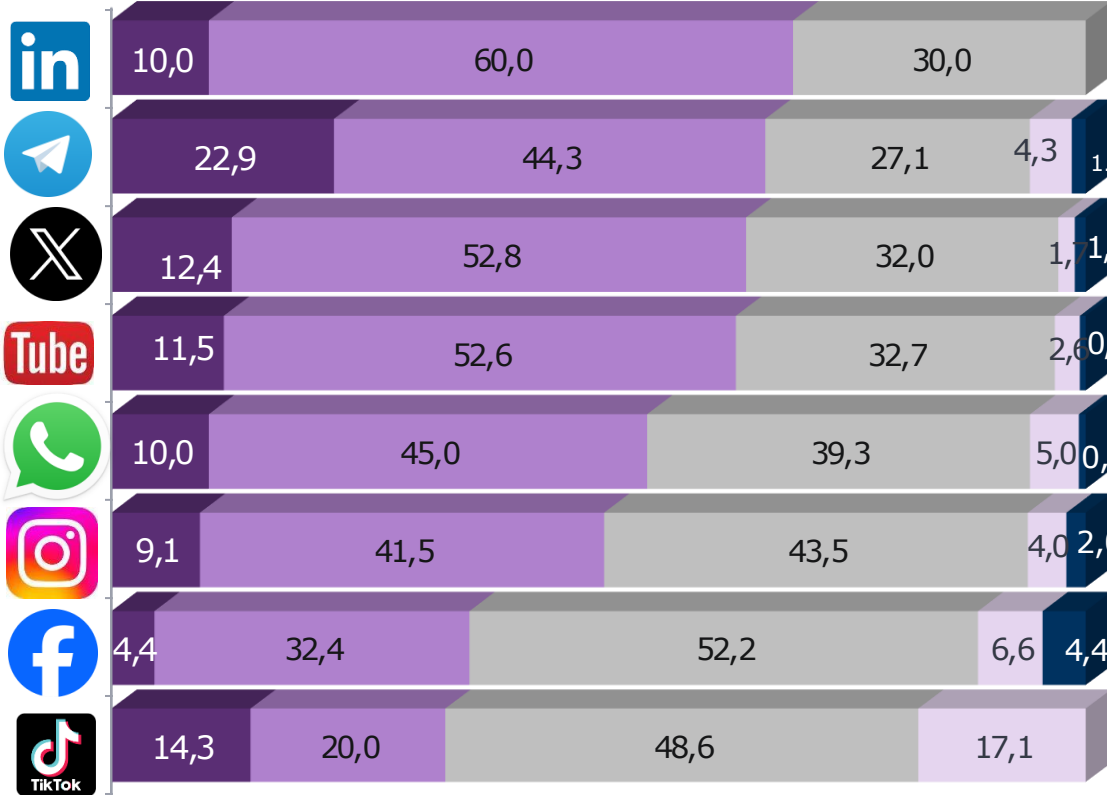
*Kuantum Araştırma Medya Mecraları Güven Endeksi Araştırması – 2020-2021-2022-2023-2024



Medya ve Yapay Zeka

• Kullandığınız bu uygulamalardaki haberlere ne derece güveniyorsunuz? Neden?

Gündem ve Haberleri Takip Kanallarına Duyulan Güven – Sosyal Medya Mecraları



■ Çok güveniyorum
■ Ne güveniyorum Ne güvenmiyorum
■ Hiç güvenmiyorum

■ Güveniyorum
■ Güvenmiyorum

Baz (Gündemi sosyal medyadan takip edenler)	345
--	-----

PDT	NDT	Baz
70,0	-	33
67,1	5,7	77
65,2	2,8	195
64,1	3,2	171
55,0	5,7	153
50,6	5,9	277
36,8	11,0	149
34,3	17,1	38

LinkedIn, kullanım penetrasyonu daha düşük bir mecra olmasına rağmen ve daha spesifik bir alanda kullanımı tercih edildiğinden, bu mecradan yayınlanan habelere duyulan güven düzeyi pozitif ve anlamlı bir şekilde diğer mecralardan ayrılmaktadır.

Bununla birlikte Tiktok, Facebook ve Instagram'a duyulan güven düzeyinin düşük olmasının arkasında özellikle 3 neden yatmaktadır:

• **Haber kaynağının belirsizliği**

Haberin kaynağının kim olduğu, bilginin nasıl elde edildiği veya doğrulanıp doğrulanmadığının bilinmemesi

• **Haber manipülasyonu**

Yapay zekanın manipülasyonu (deep fake*) yolu ile sahte haberler

• **Influencerlara olan güvenin azalması**

Kuantum Araştırma'nın düzenli olarak takip ettiği Medya Mecraları Güven Endeksi Araştırmasına* göre özellikle sosyal medya reklamlarının dikkat çekme oranının düştüğü görülmektedir. Bu nedenle sosyal medya mecralarında pazarlama ve reklam iletişimi yoğun olarak influencer pazarlama ile devam etmektedir. Bu kanal her ne kadar pazarlama alanı için olumlu sonuçlar gösterse de, son yaşanan olaylar influencer sayısındaki artışla ters orantılı olarak güven hissini sarsılmasına neden olmaktadır.

*Deep fake: Deepfake, insanların yüz, hareket ve sesini gerçeğe uygun olacak şekilde taklit etmek veya değiştirmek için yapay zeka teknikleri aracılığıyla fotoğrafların, videoların veya seslerin Kullanılmasıdır.



Medya ve Yapay Zeka Değerlendirmesi



Medya ve Yapay Zeka

•Yapay Zeka (AI) teknolojilerinin gelişmesi medya sektörünü sizce nasıl etkiledi? Neden?

Yapay Zekanın Medya Sektörüne Etkisi



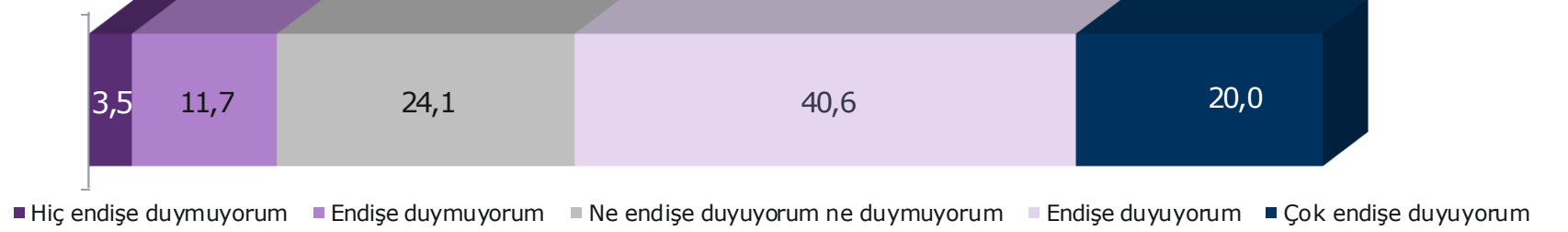
Toplumun %47.0'si yapay zeka teknolojilerinin gelişmesinin medya sektörüne olumlu etkisi olduğunu belirtirken, %27.9'u olumsuz etkisi olduğunu, %25.1'i ise kararsız olduğunu belirtmiştir.

Olumlu etkisini kategorize ettiğimizde yoğunlukla 2 unsur ifade edilmektedir. İlk olarak; YouTube, Instagram ve TikTok gibi platformların, kullanıcıların daha fazla zaman geçirmelerini sağlamak için kullandıkları içerik öneri algoritmaları yani **kişiselleştirilmiş içerik** uygulamaları, ikinci olarak da sosyal medya ve WEB haberlerinde **dil bariyerinin ortadan kalkarak** global bilgilere daha kolay ulaşılabilmesidir.

Olumsuz etkisi olduğunu belirten %27.9'luk kitle ise neden olarak, özellikle yapay zekanın sahte haberler ve yanlış bilgiler yaymak amacıyla kullanılarak bu içeriklerin bazen gerçek gibi gösterilmesini belirtmiştir. Bu ifadelerde de özellikle **dezenformasyon ve manipülasyon** başlıkları altında toplanmaktadır.



İnternetteki Deep Fake, Sahte Video, Gerçek İle Sahte Haberler Arasındaki Farkı Belirleme Konusunda Endişe Duyma



Toplumun yaklaşık %61'i, dijitalde gerçek ve sahte bilgi ve haberi ayırt etme konusunda endişe duymaktadır.

Toplumun %60,6'sı internetteki gerçek ile sahte haberler arasındaki farkı belirleme konusunda endişe duyduğunu belirtirken, sadece %15,2'si endişe duymadığını belirtmektedir.

Endişe seviyesinin ebeveynlerde daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu endişelere neden olan yapay zeka teknolojileri aynı zamanda, bu endişeleri gidermek için de kullanılabilir.

Bu teknoloji, zararlı içeriklerin tespit edilmesi ve filtrelenmesi gibi işlemlerle çocukların ve gençlerin güvenli bir ortamda bilgi edinmelerini sağlayabilir. Yapay zeka tabanlı sistemler ile haberlerin doğruluğu ve güvenilirliği denetlenerek sadece ebeveynlerin değil toplumun geneli için de daha güvenilir bir ortam yaratılabilir.

Ayrıca yapay zeka tabanlı içerik filtreleme sistemlerinin etkin kullanımı, çocuk ve gençlerin dijital ortamda daha güvenli bir deneyim yaşamasına da katkıda bulunabilir.



Medya ve Yapay Zeka

•Yapay Zeka (AI) teknolojilerinin gelişmesi ile internetteki haberlerin / bilgilerin güvenilirliği açısından nasıl geliştiğini düşünüyorsunuz?

Yapay Zekanın İnternetteki Haberlerin/Bilgilerin Güvenilirliğine Etkisi



Toplumun %41'i yapay zekanın haber ve bilgilerin güvenilirliğini azalttığını düşünüyor.

Toplumun sadece %19.4'ü yapay zekanın internette yer alan haber ve bilgilere olan güveni artırdığını belirtmiştir.

Yapay zeka kişiselleştirilmiş içeriğe ulaşma, hız, global kaynaklara ulaşma gibi konularda toplumu olumlu etkilerken, güven konusunda tam tersi yönde olumsuz etkilemektedir.

AIPA ve Kuantum Araştırma'nın «Gelecek Araştırmaları Serisi*» sonuçlarına göre de toplum, özellikle dijital mecralardaki haber ve bilgilerin güvenilir olması konusunda endişe duymaktadır. Bu araştırmamızda da görüldüğü gibi güven konusundaki endişe etme durumu devam etmektedir. Bu konuda özellikle kanun koyucuların ve ilgili kurumların güvenilirlik ile ilgili regülasyonlarla bu konulara müdahale etmesi gerektiği toplumun talep ettiği konuların başındadır.

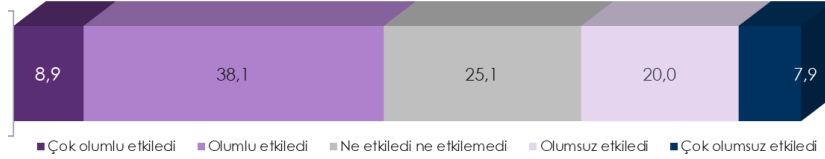
Bu noktada özellikle toplumdaki güven duygusunu artırmak, bilgi ve haber kaynaklarının denetimlerini hızlıca gerçekleştirmek adına, ilgili kurumların yapay zeka teknolojilerini denetim mekanizmalarına entegre etmeleri çok önemlidir.



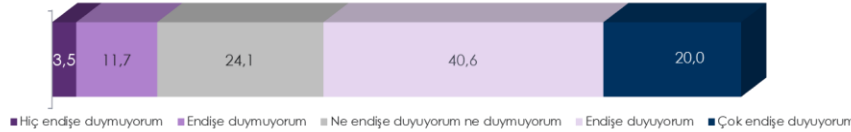
Medya ve Yapay Zeka

Ne yapmalı?

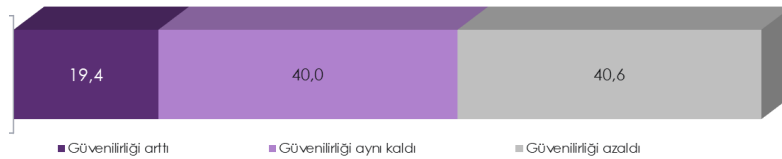
Yapay Zekanın Medya Sektörüne Etkisi



İnternetteki Deep Fake, Sahte Video, Gerçek ile Sahte Haberler Arasındaki Farkı Belirleme Konusunda Endişe Duyuma



Yapay Zekanın İnternetteki Haberlerin/Bilgilerin Güvenilirliğine Etkisi



Toplumda, yapay zeka teknolojilerinin medya sektörüne [olumsuz etkisi](#) olduğunu belirten, internetteki gerçek ile sahte haberler arasındaki farkı belirleme konusundaki [endişe düzeyi](#) yüksek olan, ve yapay zekanın internetteki haberlerin / bilgilerin [güvenilirliğini azaltığına](#) inananan kitleye «Peki sizce çözüm nedir?» diye sordüğümüzda;

Bilgi eksikliği

•Büyük çoğunluğu fikrinin olmadığını, ne yapılacağını bilmediğini söylemiştir. Buna benzer bir sonuç Kuantum Araştırma ve AIPA'nın «Gelecek Araştırmaları Serisi- Toplumda Yapay Zeka Algısı*» raporunda da toplumun yapay zeka konusunda bilgi seviyesinin yeterli olmadığı ve bu konuda eğitimler alması gerektiği sonucuyla karşımıza çıkmaktadır.

Regülasyon İhtiyacı

•Gerekli regülasyonlarla devletin bu durumu kontrol altına alması gerektiği ise en yüksek çözüm önerisi olarak belirtilmektedir. Dünya Ekonomik Forumu, 2024 Küresel Dijital Raporu'nda da yanlış bilgi ve dezenformasyonun önümüzdeki yıllarda ciddi tehlike oluşturacağı belirtilmektedir. Araştırma sonucumuzda da bu risklerin toplumda yansımaya başladığını ve toplumun bu konuda kaygı duyduğu görülmektedir. Toplumun bu tehlike ve kaygıyı giderme önerisi ise; regülasyonlar olmasıdır.

*<https://aipaturkey.org/arastirmalar>

$$\text{Arf}(q) = \sum_{i=1}^n q(a_i) q(b_i) \in \mathbb{Z}_2$$

$$a_i, b_i \quad i = 1, 2, 3, \dots, n.$$



Ord. Prof. Dr. Cahit Arf
Atatürk Üniversitesi
1958-1959 Öğretim Yılı Halk Konferansları
Makine düşünebilir mi ve nasıl düşünebilir?

