


## Dijitalleşen Dünya ve Yapay Zekâ: ChatGPT'nin Dijital Pazarlamaya Yansımaları

Pınar Duygu AKIN<sup>1</sup> 

Dijitalleşen Dünya ve Yapay Zekâ: ChatGPT'nin Dijital Pazarlamaya Yansımaları	Digitalizing World and Artificial Intelligence: Reflections of ChatGPT on Digital Marketing
<p><b>Öz</b></p> <p>Günümüz dünyasında, bireysel ve örgütsel düzeyde yaygın kullanım alanı bulan yapay zekâ teknolojisi ChatGPT, bireylerin teknolojiyle kurduğu etkileşimde yeni bir anlayışı temsil etmektedir. Bu çalışmada ChatGPT'nin bireylerin günlük yaşamındaki kullanım alanlarına ve işletmelerin dijital pazarlama faaliyetlerine olan katkılarında değerlendirilmektedir. Bu çalışma, gerek kavramsal düzeyde gerekse de çeşitli araştırma örneklerinin irdelenmesi ile ChatGPT'nin bireysel ve örgütsel yansımalarını ortaya koymaktadır. Bu kapsamda ChatGPT, bireylerin günlük yaşamda ve iş yaşamlarında ihtiyaç duydukları alanlarda onlara destek sağlayarak hız kazandırmaktadır. Dijital pazarlama faaliyetlerinde ChatGPT'yi kullanan işletmelerin ise, müşteri hizmetlerinde hız kazandığı, müşteri memnuniyeti ve kârlılık elde ettikleri görülmektedir. Bununla birlikte her teknoloji gibi çeşitli sınırlılıkları bulunan ChatGPT'nin, teknolojik okuryazarlık ile çerçevelerinin belirlenmesi ve bu sınırlılıkların yönetilmesi önemli görülmektedir.</p>	<p><b>Abstract</b></p> <p>In today's world, ChatGPT, an artificial intelligence technology that has found widespread use at the individual and organizational level, represents a new understanding in the interaction of individuals with technology. In this study, the usage areas of ChatGPT in the daily lives of individuals and its contributions to the digital marketing activities of businesses are discussed. This study reveals the individual and organizational reflections of ChatGPT both at the conceptual level and by examining various research examples. In this context, ChatGPT accelerates individuals by supporting them in the areas they need in their daily and business lives. It is seen that businesses using ChatGPT in digital marketing activities gain speed in customer service, customer satisfaction and profitability. However, it is seen as important to determine the frameworks of ChatGPT, which has various limitations like every technology, with technological literacy and to manage these limitations.</p>
<p><b>Anahtar Kelimeler:</b> Yapay Zekâ Teknolojisi, ChatGPT, Dijital Pazarlama</p>	<p><b>Keywords:</b> Artificial Intelligence Technology, ChatGPT, Digital Marketing</p>
<p><b>JEL Kodları:</b> M31, L86, M1</p>	<p><b>JEL Codes:</b> M31, L86, M1</p>

<sup>1</sup>Doktora Öğrencisi, Aksaray Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, pinarduyguakin@outlook.com

---

<b>Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı</b>	Bu çalışma bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlanmıştır.
<b>Yazarların Makaleye Olan Katkıları</b>	Makale tek yazarlıdır.
<b>Çıkar Beyanı</b>	Yazarlar açısından ya da üçüncü taraflar açısından çalışmadan kaynaklı çıkar çatışması bulunmamaktadır.

---

## 1. Giriş

Günümüz dünyasında bilgisayar bilimi ve dil bilimi disiplinleri ile oluşturulan yapay zekâ yaklaşımı, insan zekâsının gerektirdiği birtakım eylemleri yerine getirebilen bilgisayarlar oluşturmayı hedeflemektedir (Sarker, 2022: 157). Bu eylemler; soyut kavramların alınması, anlaşılması, değerlendirilmesi, değiştirilmesi, rasyonelleştirilmesi ve yorumlanması gibi süreçler ile duygu, yaratıcılık ya da dikkat gerektiren komplike insan özelliklerine de cevap verebilen bir kapasiteyi barındırmaktadır (Korteling vd., 2002: 2; Saputra vd., 2023: 604). Son birkaç yılda dil modelleri, Yapay Zekâ ve Doğal Dil İşlemenin hızlı gelişiminden büyük ölçüde yararlanarak onları her zamankinden daha doğru, esnek ve kullanışlı hale getirmiştir (Thorp, 2023: 312). Yapay zekâ teknolojileri temelli dil modelleri uzun süredir kullanım alanı bulsa da özellikle günümüzde ChatGPT, dil modellerindeki gelişimin öncüsü olarak görülmektedir (Cabi Bilge, 2023: 141). Bu bağlamda ele alınan ve günümüzde birçok birey tarafından çeşitli alanlarda yaygın kullanım alanı bulan ChatGPT, bireylerin teknolojiyle kurduğu etkileşime yeni bir soluk olarak (George vd., 2023: 9); yapay zekâ teknolojisiyle OpenAI tarafından Kasım 2022’de kullanıma sunulmuş devrimsel bir sohbet robotu platformudur (OpenAI, 2023; Saputra vd., 2023: 603).

ChatGPT ile yüksek düzeyde otonom sistemleri içeren yapay zekânın, ekonomik açıdan en değerli işlerde, insanlardan daha iyi performans göstererek, tüm insanlığa fayda sağlaması amaçlanmaktadır (Analysis and Research Team, 2023: 5; OpenAI, 2023). ChatGPT’yi diğer dil modellerinden farklılaştıran özellik, ince ayar sürecinde çıktının kullanıcının amaçlarıyla daha yakından uyumlu olmasını sağlamak için insan geri bildirimini kullanılma şeklidir (Bakker vd., 2022: 2; Ouyang vd., 2022: 1; Analysis and Research Team, 2023: 5). ChatGPT’nin bir diğer ayırt edici özelliği ise, kişinin daha önce ne söylediğini hatırlayarak bunu konuşmayı sürdürmek için kullanmasıdır (Kumar vd., 2023: 4). Son dönemlerde birçok kullanıcıyla buluşan ve büyük ilgi toplan

ChatGPT; bağlamı, amacı, duyguyu ve daha fazlasını kavrama yeteneğiyle, programlama veya bilgisayar bilimi konusunda önceden herhangi bir bilgi veya deneyime sahip olmaksızın, her yaştan ve kökenden kullanıcının, çeşitli dillerde doğal olarak iletişim kurmasına olanak tanımaktadır (George vd., 2023: 9). Günümüzde ChatGPT, insan davranışlarını konuşma ve taklit etme kapasiteleri sayesinde sosyal yaşamda kişisel ihtiyaçlar ya da ilgi alanları açısından, iş yaşamında ise çalışanların ya da işletmelerin çeşitli gereksinimleri açısından (George vd., 2023: 17), üretim ve hizmet içi pazarda her sektörde oldukça yaygın ve avantajlı bir kullanım alanı bulmuştur (Saputra vd., 2023: 608). Bu anlamda, kişilerin günlük yaşamda destek alabilecekleri ya da çeşitli sektörlerde mesleklerin gerektirdiği uzmanlık alanlarında yaygın kullanılan yapay zekâ destekli teknolojiler, bireylerin günlük hayatlarına ve işletmelerin özellikle dijital pazarlama uygulamalarına sunduğu katkılarla ilgi odağı haline gelmiştir (Biswas, 2023: 7; Gill ve Kaur, 2023: 262; Kung vd., 2023: 9; Lund ve Wang, 2023: 7; Wang vd., 2023: 8). Özellikle günümüzde dijital pazarlara olan artan ilgi, rekabet üstünlüğü açısından olmazsa olmaz bir başarı gereksinimini beraberinde getirmiştir. Dijital pazarlama faaliyetlerinde verimliliği hedefleyen işletmelerin; mükemmel müşteri hizmeti geliştirmelerinde ve sunmalarında (Chowdhury vd., 2023: 4), bu yolla müşteri memnuniyetini sağlayarak, satışlarını artırmalarında (Sung vd., 2021: 10), müşterilerin tercih ve davranış kalıplarına göre (Kumar vd., 2023: 6), kişiselleştirilmiş ürün ve bilgi sağlamalarında (Haleem vd., 2022:3) ve hatta yeni müşterilere ve pazarlara ulaşmalarında (Jain vd., 2023: 9; Gill ve Kaur, 2023: 266), yapay zekâ teknolojileriyle işbirliği halinde oldukları ifade edilmektedir (Korzynski, 2023: 7).

Yapay zekâ teknolojisinin ve kullanımına yönelik faydaların yakından takip edilmesi nedeniyle ChatGPT'nin potansiyeli büyük olsa da (Silva ve Costa, 2023: 1) bununla birlikte her uygulama gibi ChatGPT'nin gerek kullanım deneyimi açısından gerek ürettiği yanıtlar açısından gerekse de olası etkileri açısından dezavantajlar söz konusu olabilmektedir. Bu yüzden bu sınırlılıklarla yüzleşmek ve kabul etmek, onları yönetebilmek açısından bireylere ve işletmelere yol gösterici olmaktadır (Analysis ve Research Team, 2023: 2; Chowdhury vd., 2023: 5; Kumar vd., 2023: 8; Ren vd., 2023: 5; Saputra vd., 2023: 604). Bu çerçevede yürütülen çalışma kapsamında ChatGPT'nin öncelikle bireylerin günlük yaşamındaki kullanım alanlarına ve bireysel düzeydeki yansımalarına yer verilmiştir. Akabinde işletmelerin dijital pazarlama faaliyetlerindeki etkinliklerinde ChatGPT'nin rolüne ve artılarına değinilmiştir. Son olarak gerek bireysel gerekse de örgütsel düzeydeki mevcut ve olası sınırlılıklarının neler olduğuna ve bu sınırlılıkların nasıl yönetilebileceği irdelenmiştir.

## 2. Kavramsal Çerçeve

Bu bölümde sırasıyla, öncelikle ChatGPT ile ilgili kavramsal bilgi verilerek, çalışma prensibine değinilmiş, bireysel ve örgütsel düzeydeki kullanımına bir bakış sağlanmıştır. Ardından ChatGPT'nin bireylerin günlük yaşamdaki ve iş yaşamındaki yansımalarına değinilerek bireysel düzeydeki kullanım alanları ve faydaları ortaya konmuştur. Daha sonra işletmelerin dijital pazarlama faaliyetlerine yansımaları açısından ChatGPT'nin kullanım alanlarına, mevcut ve potansiyel yararlarına yer verilmiştir. Aynı zamanda ChatGPT'nin yerli ve yabancı alan yazındaki araştırma sonuçları ile sektördeki kullanımına dair örnekler paylaşılmıştır. Son olarak ChatGPT'nin kullanımının bireysel ve örgütsel düzeydeki sınırlılıklarına da değinilerek nasıl yönetileceği hakkında farkındalık oluşturulmaya çalışılmıştır.

### 2.1. ChatGPT Nedir?

Bilindiği gibi dil, yapay zekânın en önemli parçasıdır. Bu yüzden yapay zekâ programlarındaki başarının ve temsil ettiği zekânın en belirleyici özelliği, insan diline ne ölçüde yaklaştığı ile ilgilidir (Walmsley, 2012: 7). Bu bağlamda çeşitli görevleri ve istemleri yerine getirebilen, sorgulara insan benzeri dil ile yanıtlar verebilen ChatGPT platformu; yapay zekâ alanında kayda değer bir gelişmenin parçası olmuştur (Liu vd., 2021: 1; Mishra vd., 2023: 165). Doğal dili anlama ve insan benzeri yanıtlar üretme yeteneğine sahip olan ChatGPT, önceki konuşmalardan ve her bir konuşma konusu veya kullanıcının giriş cümleleri tarafından sağlanan bağlam hakkındaki bilgileri öğrenmesine olanak tanıyan tekrarlayan bir sinir ağı mimarisi kullanmaktadır (George vd., 2023: 11). Gerçek zamanlı konuşmalarda insan benzeri yanıtlar oluşturmak için Transformer mimarisini kullanan ChatGPT (Gill ve Kaur, 2023: 262); makinelerin insanların söylediklerini anlamasını ve doğal bir şekilde konuşmasını ve yanıt vermesini mümkün kılmaktadır. Bu da insanların yapay zekâ sistemleriyle konuşmasını kolaylaştırmaktadır. Bir diğer deyişle sunduğu imkanlarla bireylere otomatik destek temsilcileri atayan ChatGPT, günlük hayatı kolaylaştırmayı, bireylerin yapay zekâ sistemleri ile kurduğu doğal etkileşimlerle sağlamayı amaçlamaktadır (George vd.,2023: 11).

ChatGPT, doğal dil işleme ve makine öğrenimi algoritmaları yoluyla bireylerin sorgularına insan yanıtlarına benzer yanıtlar üreten bir büyük dil modeli olarak, bireylerin makinelerle iletişim kurmasını sağlamaktadır (Kumar vd., 2023: 5; van Dis vd., 2023: 224; Wang vd., 2023: 7). Üretken Önceden Eğitilmiş Transformer - GPT, insan diline ayırt edilemeyecek kadar yakın, incelikli ve tutarlı yanıtlar üretebilen bir dil modelini ifade etmektedir (Chen vd., 2023: 2; Mishra ve Awasthi, 2023: 165). Oruç ve Akın (2023: 355), Generative Pre-trained Transformer (GPT) kısaltmasındaki harflerin neyi ifade ettiğine değinmiştir. Buna göre G harfi, programın metin üretebilme kapasitesini ve

üretkenliğini temsil ederken; P harfi makine öğreniminde bir modelin başka bir modeli eğitmek için konuşlandırılmasını ve adeta bireylerin eski bilgileri aracılığıyla yeni bilgi öğrenimi gibi ön eğitimi ifade etmektedir. T harfi ise, her veri serisi bileşeni arasındaki genel bağlantıyı incelemektedir (Haleem vd., 2022: 2). Dolayısıyla GPT mimarisi ile oluşturulan ChatGPT de, girdi metninin bağlamına göre yanıtları doğal dili işleyerek sunmaktadır (Saputra vd., 2023: 604). Basit sorulardan karmaşık sorgulara kadar birçok alandaki tartışmayı anlayarak, doğal ve akıllı bir sohbet ortamı sunması ve sesli sorgularda konuşmacının tonundan duygusunu dahi algılayarak yanıtlar verebilmesi ChatGPT'nin bireylerce tercih edilmesinin öne çıkan yönü olarak ifade edilmektedir (Chowdhury ve Aktar, 2023: 4). Örgütler açısından da verimli ve esnek işletmecilik süreçlerinin iyileştirilmesinde dijital bir dönüşüm alanı olarak görülen ChatGPT (George vd., 2023: 17; Silva ve Costa, 2023: 1), farklı sektörlerde faaliyet gösteren işletmeler için birçok alanda kaynaklık etmesi ile hem zaman hem de maliyet açısından önemli bir avantaj sunmaktadır (Chowdhury vd., 2023: 8; George vd., 2023: 13; Gill ve Kaur, 2023: 262). Bu kapsamda bireyler ve işletmeler açısından öne çıkan yönleri ile ChatGPT'nin yansımalarına ilerleyen bölümlerde yer verilmiştir.

## **2.2. Bireyler Açısından ChatGPT ve Günlük Yaşama Yansımaları**

Bireyler açısından teknolojik devinimlere, sohbet robotlarına ve sanal asistanlara olan ilgi giderek daha da artmakta ve günlük yaşamın bir parçası haline gelen yapay zekâ teknolojileri, üretken yapay zekâ ChatGPT ile yeni olanakları beraberinde getirmiştir (Silva ve Costa, 2023: 1). İnsanların makinelerle etkileşiminde devrim yaratma yollarından biri olan ChatGPT, insanlar için birçok faydalı çıktıyı barındırmaktadır (Gill ve Kaur, 2023: 264). Yeni teknoloji ve üretken yapay zekâ, özellikle bilgiyi yönetme süreçleri açısından bireylerin yaşamlarına ışık tutan gelişmelerde önemli bir role sahiptir. Günlük yaşamda bireyler birçok alanda çeşitli kararlar almakla yükümlüdür; ancak bireylerin karar verme sürecindeki rolleri zaman zaman sınırlı olabilmektedir. Çünkü bireyler, karar vermeleri gereken durumlar söz konusu olduğunda ilgili tüm faktörleri aynı anda değerlendiremeyebilir ya da dikkate alamayabilir. Dolayısıyla ChatGPT'nin burada bireylerin hayatlarında karar verme mekanizmalarına bir destek olarak yardımcı olduğunu söylemek mümkündür. Özellikle büyük miktarlardaki verileri, yapılandırılmış ve mantıksal bir çerçevede kullanıcılara sunabilen ChatGPT, bireylerin ihtiyaç duydukları bilgiyi etkin şekilde filtrelemelerine, organize etmelerine ve en nihayetinde bu bilgiyi almalarına yardımcı olmaktadır. Böylelikle bireylerin doğası gereği sahip oldukları sınırlılıkların en aza indirgenmesinde ve optimal kararlar alınmasında yapay zekâ destekli teknolojilerin önemli bir olanak sunduğu ifade edilmiştir (Korzynski, 2023: 5). Bireylerin becerilerini

tamamlayabilen ChatGPT'nin bireylerle birlikte çalışması, parçalarının toplamından daha fazlasını üretebilmesine olanak tanımıştır. Düşünsel süreçler açısından ChatGPT, bireylerin beyin fırtınası yapması gereken süreçlerde yardımcı olarak onlara faydalı çıktılar olarak geri dönmektedir (Noy ve Zhang, 2023: 5). Ayrıca, çeşitli konulara nasıl odaklanılacağı, dikkat dağıtıcı unsurların nasıl kontrol edileceği, iş-yaşam dengesinin nasıl korunacağı ve çevre ile başarılı bir şekilde nasıl iletişim kurulacağı konusunda tavsiyeler de dahil olmak üzere bireylere bilgi sağlamaktadır (Mishra vd., 2023: 166).

ChatGPT'nin doğal dili anlama ve üretme yeteneği, güçlü konuşma etkileşimi yetenekleriyle birleştiğinde, büyük ölçüde öğrenme süreçlerini ve aktivitelerini de dönüştürücü bir etki göstermiştir (Zhai, 2023: 2). Bu kapsamda ChatGPT; bireylere yazma, araştırma ve analiz gibi akademik ya da çeşitli türden öğrenme ortamları açısından da yardımcı olabilmektedir (Kırık ve Özkoçak, 2023: 80). Özellikle eğitim ve öğrenme sürecinde aktif varlık gösteren öğrenci ya da eğitimler açısından hem öğrenmeyi hem pedagojik deneyimleri zenginleştirme açısından roller üstlenebildiği ifade edilmiştir (Grassini, 2023: 2). Geleneksel akademik disiplinlerin ötesinde kişisel koç olarak davranabilecek ChatGPT, başarılı bir danışman görevi görerek kişiselleştirilmiş öğrenme deneyimleri sağlayacağı belirtilmektedir (Zhai, 2023: 2). Yapay zekânın kişiselleştirilmiş öğrenmeyi güçlü bir şekilde etkinleştiren bir unsur olarak ortaya çıkışı, teknolojinin dönüştürücü potansiyelini ortaya koyarak deneyimlerini yeniden tanımlama kapasitesinin altını çizmektedir (Grassini, 2023: 4). Dolayısıyla hem eğitim hem araştırma perspektifleri açısından ChatGPT'nin ve yapay zekâ destekli uygulamaların bireyler için önemli bir dönüşüm çağını temsil ettiğini söylemek mümkündür (Vural Yılmaz, 2023: 230). Örneğin ChatGPT yardımıyla bireyler; e-posta taslaklarının hazırlanmasında, çeşitli gündemlerdeki toplantıları planlanmasında, bireyler arası özel günlere ilişkin mesajlaşmalarda yol gösterme gibi çeşitli türden içeriklerin oluşturulmasında yardım almaktadır (Cabi Bilge, 2023: 142). Bunun yanı sıra, malî ve finansal konularda destek alınabilecek bir platform özelliği taşıyan ChatGPT aracılığıyla bir birey, geçmiş ya da mevcut finansal bilgilerin kullanımı ile ekonomik verilerin analizini yapabilir, yatırımlar hakkında tavsiyeler alabilir ve böylelikle akıllı bir yatırım planı geliştirebilmektedir (Gill ve Kaur, 2023: 265; George vd., 2023: 10; Yue vd., 2023: 26). Böylelikle manuel hizmetlere nispetle daha kişiselleştirilmiş deneyim sunarak hızlı ve pratik bir süreci temsil eden ChatGPT; emeklilik planlaması, kredi derecelendirmeleri ve yatırım konularında danışmanlık sağlayarak bireylerin finansal okuryazarlık kazanmasına ve bilinçli finansal kararlar almasına imkân tanımaktadır (George vd., 2023: 17). Bireylerin yapay zekâ teknolojisi ChatGPT ile kuracakları başarılı bir entegrasyon; işlerin daha hızlı, etkin, verimli ve başarılı bir şekilde tamamlanabilmesini sağlamaktadır. Bu

gibi faydalar sonucunda da bireylerin, günlük yaşamda analitik düşünce ve yaratıcılık gerektirecek alanlar açısından zaman kazanabileceğinin de altı çizilmektedir (Mishra vd., 2023: 167).

Çalışma yaşamı açısından da bireylerin, mesleklerinin gerektirdiği uzmanlığa ve bağlı buldukları işletmenin faaliyetlerine göre birtakım standartlaştırılmış iş süreçlerini yönetmeleri gerekmektedir (Monteiro ve Adler, 2022: 2). Bu yüzden bireyler özellikle yapılandırılmış görevlerde ya da yeni fikirler üretmede yapay zekâdan yararlanmaktadır (Raisch ve Krakowski, 2021: 10). Bu süreçte insan ve yapay zekâ arasındaki ilişki, insanların makinelerden, makinelerin de insanlardan öğrendiği ortak evrimsel bir süreci temsil etmektedir (Amershi vd., 2014: 108; Rahwan vd., 2019: 14). Bireylerin otomasyon gerektiren çalışma süreçlerinde daha aktif şekilde yer alması ise, yapay zekâ destekli çözümlere olan ihtiyacın artmasında önemli bir olgu olmuştur (Korzynski, 2023: 9). Çalışma koşullarında üretken yapay zekâyı benimseyen bireyler, otomatik olarak işleyen prosedürlere ve yaygın olarak kullanılan bilgilere yönelik faydalı deneyimler edinmektedir (Korzynski, 2023: 9; Newman vd., 2022: 9). Bu bağlamda ChatGPT teknolojisi; çalışma yaşamındaki bireylerin belirli durumlarda tavsiyeler almak için karar alma süreçlerinde, yeni fikirler üretmenin özgün, yenilikçi ve farklı yollarını sunarak bireylerin sahip oldukları bilginin geliştirilmesini ve yayılmasını kolaylaştırma potansiyeline sahiptir (Korzynski, 2023: 9-10). Aynı zamanda ChatGPT'nin, çalışma takviminin belirlenmesini, ilgili görevlerin planlanmasını ve önemli etkinliklerin hatırlatılmasını kolaylaştırabileceği de ifade edilmektedir. Bu kapsamda çalışan bireyler, ChatGPT'den yardım alarak bu görevlerin otomatikleşmesini, standardizasyonunu ve verimliliğini sağlayabilmektedir. Örneğin; randevuların planlanmasında, iş belgelerinin oluşturulmasında veya kayıt tutmak gibi tekrarlanan görevlerde, iş ve hizmet sözleşmelerinde, işe alım süreçlerinde geri bildirim sağlanmasında, özgeçmiş sınıflandırması ve analizinde, fesih mektuplarının oluşturulmasında, performans ölçümüyle ilgili raporlamaların yapılmasında, kişisel eğitimlerin gerçekleştirilmesinde ya da doğal dil işleme yeteneği ile otomatik çeviri, metin oluşturma ve özetleme gibi görevlerin gerçekleştirilmesinde ChatGPT'nin kullanılması, bireyler açısından önemli bir potansiyeli temsil etmektedir (Analysis and Research Team, 2023: 9-10; Black ve van Esch, 2020: 216; Korzynski, 2023: 8; Silva ve Costa, 2023: 1). Bunun yanı sıra, GPT özellikli sohbet robotlarını kullanan uygulamalar, çalışanların görevleri daha verimli bir şekilde tamamlayarak karmaşık menülerde gezinmek için zaman harcamadan, işi bitirmek için neye ihtiyaçları olduğunu doğrudan bota sorarak hızlanmalarına olanak tanımaktadır (George vd., 2023: 10). Aynı zamanda sorgulara hızlı ve doğru yanıt vererek, fikir üretmek ve yazılı içerikte değişiklik önererek çalışanların da zamandan tasarruf etmesine ve

üretkenliklerinin artırmasına yardımcı olmaktadır (Chowdhury vd., 2023: 5; Mishra vd., 2023: 166-167). Bir diğer ifade ile yapay zekâ tarafından desteklenen sohbet robotlarının kullanılması 7/24 müşteri hizmeti sağlayabildiğinden, bireyler çok sayıda müşteri sorgusunu aynı anda ele alabilecek, sık sorulan sorulara verilen yanıtları otomatikleştirebilecek ve böylelikle iş yüklerini azaltabileceklerdir (Analysis and Research Team, 2023: 9; Gedik, 2023: 13; Korzynski, 2023: 6; Kumar vd., 2023: 6; George vd., 2023: 18).

### **2.3. İşletmeler Açısından ChatGPT ve Dijital Pazarlamaya Yansımaları**

ChatGPT, günümüzde örgütsel düzeyde birçok endüstri kolunda yaygın kullanım oranları ile önemli bir artı değer niteliğinde görülmektedir (Gill ve Kaur, 2023: 262). ChatGPT'nin spesifik olarak; mühendislik, tasarım ve gibi yaratıcılık ve dinamizm gerektiren alanlarda alan uzmanları gibi hareket etme potansiyelini taşıdığını ve çeşitli görevlerde kullanıldığını söylemek mümkündür (Wang vd., 2023: 8). ChatGPT'nin kullanım alanlarına daha geniş bir pencere açmak gerekirse; iletişim (Gedik, 2023; Kırık ve Özkoçak, 2023; Mishra vd., 2023); eğitim ve araştırma (Grassini, 2023; Noy ve Zhang, 2023; Vural Yılmaz, 2023), sağlık hizmetleri (Dökme Yağar, 2023; Liebranz vd., 2023); pazarlama faaliyetleri ve müşteri hizmetleri (Abdelkader, 2023; Biswas, 2023; Chen vd., 2023; Chowdhury ve Aktar, 2023; Chowdhury vd., 2023; Jain vd., 2023; Kumar vd., 2023; Saputra vd., 2023); üretim sistemleri (Wang vd., 2023); finans yönetimi (Ren vd., 2023; Yue vd., 2023); yönetim faaliyetleri ve insan kaynakları yönetimi (Korzynski, 2023; Silva ve Costa, 2023; Wheeler ve Buckley, 2021); turizm ve eğlence gibi (Cabi Bilge, 2023; Erdem, 2023; Erul ve Işın, 2023) çeşitli alanlarda kullanım alanı bulduğu görülmektedir. Dolayısıyla ChatGPT'nin çeşitli mesleklerin gerçekleştirilme şeklini değiştirme potansiyeline sahip olduğu (Haleem vd., 2022:1), işletmelerin faaliyetlerini, organizasyonel ve kültürel yapılarını iyileştirmelerine katkı sağladığı (George vd., 2023: 17) ve bu yönüyle üretken yapay zekâdaki son gelişmelerin işletmeler üzerinde yaygın etkileri olduğu (Noy ve Zhang, 2023) ifade edilmiştir (Oruç ve Akın, 2023: 356).

Bu bağlamda ChatGPT, dijital pazarlama açısından da popülaritesi artan ve kuruluşlara müşterilerle etkileşim kurmak ve pazarlama çabalarını geliştirmek için önemli bir araç niteliği taşımaktadır (Abdelkader, 2023: 1). Özellikle sohbet robotları, pazarlama sürecinin bir kısmını otomatikleştirme yeteneğine sahip bir araç olduğundan, dijital pazarlama uygulamaları açısından da işletmelere önemli kazanımlar sunmaktadır (Lopera Gómez, 2023: 46). İşletmelerin pazardaki etkinliği ve verimliliği açısından karmaşık süreçler içinde esnek kararlar alarak sürecin yönetilmesi gerekli görülmüştür. Bu gibi zorlayıcı durumlarda yapay zekâ destekli teknolojik çözümlerin (Korzynski, 2023: 9) ve özellikle



ChatGPT'nin sektörler ve alanlardaki esnekliği, müşterilerle kurulan ilişkiler açısından da işletmelere fayda sağlamaktadır (Gill ve Kaur, 2023: 264). Genel anlamda pazardaki eğilimlerin belirlenmesinde ve değerlendirilmesinde destek sunan ChatGPT, pazarlama verilerinin kullanılmasında ve pazarlama kararlarının alınmasında öne çıkmaktadır. Bu yönüyle ChatGPT, insanların makinelerle etkileşime girerek işletmecilik süreçlerinde önemli rol oynayan pazarlama kararlarını yönetmede fırsat sunmaktadır (Oruç ve Akın, 2023: 359). ChatGPT'nin; müşteri incelemeleri, sosyal medya gönderileri ve diğer müşteri geri bildirimleri hakkında analiz yapmak üzere kullanılması, işletmeler için pazarlama araştırmalarına destek sağlamaktadır. Özellikle müşterilerin belirli bir ürün veya marka hakkında ne hissettiğine dair değerli bilgiler elde edilmesinde ve pazarlama stratejileri hakkında bilinçli kararlar alınmasında yardımcı olabilmektedir (Biswas, 2023: 1). ChatGPT, tüketici algılarını oluşturacak kalıpları ve eğilimleri belirlemek amacıyla tüketici davranışı verilerinin büyük veri kümelerini analiz etmek için kullanılabilir. Bu kapsamda yapay zekâ teknolojilerini pazarlama süreçlerine entegre eden pazarlama araştırmacıları, satın alma kararları veya marka sadakati gibi belirli davranışları yönlendirebilecek faktörleri belirleyebilmektedir. Dolayısıyla pazarlama stratejisi oluşturmaya ve karar vermeye yardımcı olmak için müşteri geri bildirimlerini analiz etmeye, kalıpları ve trendleri keşfetmede ChatGPT'nin kullanılması pazarlama kararlarıyla ilgili süreçlere faydalı olabilmektedir (Jain vd., 2023).

Yapay zekâ teknolojisindeki gelişmeler, işletmelerin müşterileriyle etkileşim kurma biçiminde bir devrim niteliği taşımaktadır. Teknoloji ilerlemeye devam ettikçe işletmeler müşteri hizmetleri sunmanın yeni ve yenilikçi yollarını aramaktadır. Chatbot'lar, sesli asistanlar ve yapay zekâ destekli diğer arayüzler, müşteri hizmetlerinde giderek daha yaygın hale geldiğinden bu yana, işletmeler müşterilerle verimli ve uygun maliyetli etkileşim kurma fırsatını elde etmektedir (Chowdhury ve Aktar, 2023: 4). Müşteri ilişkilerini yönetmenin ve dâhili operasyonları iyileştirmenin otomatik bir yolunu sağlayan ChatGPT, dijital pazarlama faaliyetlerinde etkinliği isteyen işletmelere; otomasyon yoluyla artan verimlilik, gelişmiş müşteri deneyimi, daha iyi karar alma mekanizması, manuel pazarlamayla ilişkili işçilik giderlerinin azalması nedeniyle maliyet tasarrufu ve manuel görevlere harcanan zaman ve paradan tasarruf ederken rekabet avantajı elde etme imkânı da sağlamaktadır (Chowdhury vd., 2023: 8; George vd., 2023: 13). Alanyazında da Türkiye'deki uluslararası bazı şirketlerin yapay zekâyâ bakışını konu alan ve şirket yöneticileri ile yürüttüğü nitel bir araştırmada İpek (2023), yapay zekâ kullanımının sektörel başarı açısından işletmelere hız kazandırdığını ortaya koymuştur. Araştırma sonucu bu kapsamda doğru bilgiye

ulaşmada ve gerekli çıktıları elde etmede daha az zaman zaman harcayarak işletmelerin verimliliği sağladığını ifade etmiştir.

İşletmeler ChatGPT'yi, müşteri sorularına zamanında yanıt verebilen, öneriler sunabilen ve hatta satın alma işlemlerini tamamlayabilen müşteri desteğinde sohbet botları oluşturmak için kullanabilmektedir. Bu anlamda müşterilerin bilgiye erişimini kolaylaştırmak için bir işletmenin web sitesi veya uygulaması bir chatbot ile genişletilmesi ile hizmetlerin sunum etkinliğinin zaman ve maliyet tasarrufu ile sağlanmış olacağına değinilmiştir (Analysis and Research Team, 2023: 9; Gill ve Kaur, 2023: 265; George vd., 2023: 16). Kumar ve meslektaşları (2023), sektörden verdiği bir örnekte, H&M firmasının 2020'de piyasaya sunduğu ve ChatGPT tarafından desteklenen "H&M AI" sanal alışveriş asistanının, müşterilere kişiselleştirilmiş moda tavsiyeleri ve müşterilerin tercihlerine ya da satın alma geçmişlerine göre ürün önerileri sağladığını ifade etmiştir. Ayrıca Chatbot tabanlı müşteri hizmetleri (Chowdhury vd., 2023: 5) işletmeler için müşteri memnuniyetini (Zhang vd., 2020: 765) ve müşteri hizmetlerinin verimliliğini tesis etmede de önemli fırsatlar sunmaktadır (Lu vd., 2020: 642). Müşterilerin yapay zekâyla yaşadıkları deneyimlerinin genel deneyim ve sadakat üzerinde olumlu etkileri bulunduğu için (Korzynski, 2023: 7; Prentice ve Nguyen, 2020: 3) yapay zekânın kullanılması müşterilerle ilişkileri güçlendirmeye yardımcı olmakta ve müşteri deneyimlerinin iyileştirilmesini sağlamaktadır (Korzynski, 2023: 6; Kumar vd., 2023: 6). Böylelikle müşterilerin ne istediğini anlayan, sorunlarına çözüm önerisinde bulunan ve bir şeyler satın almalarına yardımcı olan ChatGPT ile işletmeler; müşteri deneyimini geliştirerek müşteri katılımını ve memnuniyetini tesis etmede avantaj sağlayacaktır (Chowdhury vd., 2023: 4). Alanyazında da Prentice ve Nguyen (2020), yürüttüğü çalışmada yapay zekânın müşteri deneyimini iyileştirmede ve operasyonel verimliliği artırmada rol oynadığı sonucuna ulaşmıştır. Araştırmanın bulguları yapay zekâ ile olan hizmet deneyiminin müşteri bağlılığı ve sadakatini tesis etmede bir aracı olduğunu göstermiştir. Benzer şekilde Chen ve meslektaşlarının (2023), yapay zekâ sohbet robotlarının hizmet kalitesinin müşteri sadakatini nasıl etkilediğini incelediği araştırmada ise sonuçlar, yapay zekâ chatbot hizmet kalitesinin algılanan değer, bilişsel güven, duygusal güven ve memnuniyet yoluyla müşteri sadakatini olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Dolayısıyla ChatGPT'nin yardımıyla işletmelerin, yeni hedef kitleler için farklı deneyimler geliştirebileceği, etkileşimi artırabileceği ve güven inşa edebileceği ifade edilmektedir (Sung vd., 2021: 10).

ChatGPT'nin dijital pazarlamada müşteri deneyimi üzerindeki etkisini araştıran Abdelkader (2023), sohbet botlarıyla etkileşim kuran müşterilerin deneyimini olumlu etkilediğini ve işletmelerin müşterilerin bireysel taleplerine

ve özelliklerine göre özelleştirerek tüm dijital pazarlama stratejilerini geliştirebileceğine sonucuna ulaşmıştır. Benzer şekilde dijital pazarlama aktivitelerinde ChatGPT'nin kullanım alanını inceleyen Lopera Gómez (2023), ChatGPT'nin, pazarlama departmanı tarafından stratejik olarak uygulanması halinde, belirli faaliyetlere harcanan zamanın belirli bir yüzdesini otomatikleştirerek azaltmaya yardımcı olabilecek bir araç olduğunu ortaya koymuştur. Ancak bu potansiyelden tam anlamıyla yararlanabilmek için chatbotun ve onu kullanan kullanıcının belirli görevleri yerine getirmek üzere eğitilmesi gerektiğinin de altı çizilmiştir.

ChatGPT, işletmelerin marka bilinirliklerini üst düzeye çıkarmalarında ve rekabet güçlerini artırmalarında da önemli fırsatlar sunmaktadır (Saputra vd., 2023: 605). Özellikle işletmelerin müşterileri ile iletişim süreçlerinde, medya ve sosyal medyadaki etkileşimde önemli görülmüştür (Kırık ve Özkoçak, 2023: 73). ChatGPT'nin yapay zekâ destekli özellikleri, işletmelerin sosyal medya platformları gibi farklı kaynaklardan toplanan gerçek zamanlı verilere dayanarak yeni stratejiler geliştirmesine olanak tanımaktadır (George vd., 2023: 17). Dolayısıyla ChatGPT'nin, sosyal medya uygulamalarıyla entegre edilmesi, işletmelerin sosyal medyadaki varlıklarını artırmalarına ve müşterilerle daha samimi ve özgün bir şekilde etkileşim kurmalarına ve müşteri etkileşimini artırmalarına yardımcı olmaktadır (Kumar vd., 2023: 6). Kumar ve meslektaşları (2023), ChatGPT'nin Pizza Hut'un sosyal medya kanallarına entegre edildiği örneğe değinerek, firmanın müşterilerinin sosyal medya aracılığıyla pizza siparişi vermenin daha kolay bir yolunu sunduğunu belirtmiştir. Böylelikle Pizza Hut chatbot'un hayata geçirilmesi, sipariş hacminde ve müşteri memnuniyetinde artış sağlamıştır. Bir diğer deyişle, ChatGPT kullanılarak oluşturulan pazarlama içeriğinin, kullanıcılar arasında yüksek düzeyde ilgi ve etkileşim sağlayabileceğini, böylece kullanıcıların şirketin sunduğu ürün veya hizmetlere olan ilgisini artırabileceğini ifade edilmiştir (Saputra vd., 2023: 603). Ayrıca ChatGPT, pazarlama taktiklerini, müşterilerini, ürün özelliklerini ve diğer unsurları inceleyerek bir işletmeyi neyin başarılı kılacağını belirleyerek; hedef demografiye, pazarlama faaliyetleriyle ilgili amaçlara ve finansal duruma bağlı olarak öneriler sunabilmektedir (Oviedo-Trespalacios vd., 2023: 2). Müşterilerin sunulan hizmetlerle ilgili deneyimlerinin nasıl olduğuna yeni bir bakış sunan üretken yapay zekâ sayesinde, müşterilerden işletmelerin ürün ve hizmetleri hakkında geri bildirim toplanarak, kuruluşla olan ilişkiler ortaya konulabilmektedir (Korzynski, 2023: 7; Kumar vd., 2023: 6). Pazarlama kampanyalarına bilgi sağlamak ve fiyatlandırma stratejilerini optimize etmek için (Chowdhury vd., 2023: 8; Kumar vd., 2023: 6; George vd., 2023: 13), bu teknolojiyi kullanan işletmelerin, yalnızca geleneksel ölçümlere dayalı çıktılarla değil aynı zamanda müşterilerin

nasıl düşündüğü, hissettiği, davrandığı ve tepki verdiğiine dair daha derin bir anlayışa da erişebileceğinin altı çizilmiştir (George vd., 2023: 17).

Dolayısıyla ChatGPT, müşteri etkileşimlerini otomatikleştirmeye, kişiselleştirilmiş destek sağlamaya ve müşteri ihtiyaçlarına ve tercihlerine ilişkin değerli iç görüler elde etme açısından işletmelere yardımcı olmaktadır (Chowdhury ve Aktar, 2023: 4). Dolayısıyla bu teknolojinin kullanımının pazarın değişen ihtiyaçlarını karşılamak için yeni ürün ve hizmetler bulmayı kolaylaştıracak eksiksiz bir araç seti sağlayacağı belirtilmektedir. Örneğin işletmeler, müşterilerin çevrimiçi veya mobil cihazlarda birbirleriyle nasıl konuştuklarına ilişkin derinlemesine analizler sağlayarak, davranışlara ve mevcut eğilimlere yönelik ürünlerini geliştirme imkânı bulacaktır (George vd., 2023: 17). ChatGPT'yi etkin bir şekilde kullanan işletmelerin; mevcut müşterileri ile ilişkilerini sağlamlaştırılmalarının yanı sıra, yeni müşterilere ulaşmaları, pazar paylarını ve müşteri portföylerini genişletmeleri ve yeni pazarlara açılmaları da kolaylaşacaktır (Haleem vd., 2022: 3).

#### **2.4. ChatGPT'nin Sınırlılıkları**

Üretken yapay zekâ teknolojisi olarak ChatGPT, insanların hayal gücünü harekete geçirerek günümüz sosyal ve iş yaşamında bir devinim yaratmıştır. Bir yandan ChatGPT'nin insanın yaratıcılığını ve üretkenliğini artıracığına yönelik görüşler bulunurken; öte yandan, ChatGPT'nin yaşam içindeki potansiyel etkisine ilişkin endişelerin dile getirilmesi, hızla değişen toplumda, insan ve yapay zekâ iş birliğinin ne gibi etkileri olacağına değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır (van Dis, 2023: 224; Wang vd., 2023: 7). İnsan zekâsı; biyolojik evrimsel geçmişi, esnekliği, yaratıcılığı, duygusal zekâ yetenekleri ve karmaşık soyut kavramları anlama kapasitesi nedeniyle (Borji, 2023: 2); yapay zekâdan daha uyarlanabilir. Bununla birlikte doğru ve güvenilir yapay zekâ çıktısı sağlanırsa iş birliğinin faydalı olacağına değinilmektedir (Saputra vd., 2023: 604). Ancak yine de ChatGPT'nin sahip olduğu bazı özellikler, insan tabanlı ve bilgisayar tabanlı iletişimin birleştirilmesi hakkında etik sorulara dikkat çekmektedir (Analysis and Research Team, 2023: 3). Bu anlamda güçlü üretken yapay zekâ teknolojilerinin ortaya çıkışı, bir dizi klasik soruyu yeni bağlamda yeniden gündeme getirmiştir (Noy ve Zhang, 2023: 1). ChatGPT, birçok dilde sorgulara gelişmiş modellemeye dayalı akıcı ve akılcı yanıt verme kapasitesiyle kullanıcılarına avantaj sağlasa da (OpenAI, 2023), bilim ve akademi camiasında olası sınırlılıkları da tartışılmaktadır (Saputra vd., 2023: 604).

ChatGPT'nin kullanımı açısından bireylerin sahip oldukları temel yeterlilikler ve teknolojiyi kullanabilme kabiliyeti açısından farklılıklar olması potansiyel bir sınırlılıktır (Noy ve Zhang, 2023: 1). Bir diğer deyişle, ChatGPT'nin kullanımı ile ilgili uzmanlığa sahip olunmaması önemli bir kısıtı temsil etmektedir. Çünkü bilindiği üzere ChatGPT, bireylerin çeşitli türden

sorgularına, komutlarına ve sorularına bağılı olarak yanıtlar vermekte ve gerek sohbet botunun kullanımındaki gerekse de sohbetin doğru bir yönlendirme ile yapılması hususundaki uzmanlık seviyesi, alınacak cevapların verimliliğinde önemli bir paya sahiptir (Biswas, 2023: 5). Bunun yanı sıra örneğin özellikle yaş, cinsiyet veya önceki deneyim gibi demografik özellikler, üretken yapay zekânın kullanılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Genç kullanıcılar, yaşlı kullanıcılara göre teknolojik olarak daha iyimserdir. Dolayısıyla iyimserlik, genç kullanıcılar için ChatGPT gibi yapay zekâ teknolojilerinden ve sohbet robotlarından yararlanma arzusunun adeta itici gücü niteliği taşımaktadır (Venkatesh vd., 2003: 450). Bununla birlikte yaşlı kullanıcılar, karar vermede kullandıkları bilgi miktarını kısıtlayabilmekte ve bilgileri sindirme yeteneği yaşla birlikte azaldığı için çoğunlukla kendi önceden sahip oldukları görüşlere bağılı kalabilmektedir. Bu yüzden daha yaşlı kullanıcılar karar verme sürecinde üretken yapay zekâyı kullanmaya daha az isteklilik gösterebilmektedir. Aynı zamanda cinsiyet de gelişen teknolojinin kabulü ve kullanımında çok önemli bir unsurdur (Sun ve Zhang, 2006: 630). Erkekler ve kadınlar, davranışları değerlendirirken ve karar verirken çeşitli unsurlara farklı değerler vermektedirler. Özellikle yeni teknolojiyi kullanma ve yenilikçi faaliyetler sergileme oranlarına göre bu durum farklı etkileri beraberinde getirmiştir (Korzynski, 2023: 5). Yapay zekâ teknolojilerini benimseme ve kullanabilme açısından düşük yetenekli çalışanlara ChatGPT tarafından daha fazla yardım edilmesi, üretkenlik dağılımındaki eşitsizliğin azalmasına olanak tanıyabilmektedir. Buna karşın daha yüksek yetenekli çalışanların yeni teknolojiden yararlanma becerileri ise zaman zaman eşitsizliğe de neden olabilmektedir (Noy ve Zhang, 2023: 1).

ChatGPT sohbet botlarının dilsel esnekliğe sahip olması, kullanıcıların duygularını analiz etmesi ve metin çevirileriyle çeşitli dillerde materyal üretebilmesi sorgulara verilecek yanıtların başarısını desteklemektedir (Gill ve Kaur, 2023: 264). Ancak alışlagelmişin dışında kullanılan bir dil ya da aksan ile gerçekleştirilen bir sohbette bu durum tersine çevrilebilmekte ve sohbet botunun bireyi algılaması zorlaşabilmektedir (Deng ve Lin, 2023: 82; Kumar vd., 2023: 8). Dolayısıyla insana has uzmanlığa, empatiye, anlama kabiliyetine ve yeteneğe sahip olmaması (Chowdhury vd., 2023: 5; Haleem vd., 2022: 6; Sejnowski, 2023: 311), ChatGPT'nin bireylerden gelen incelikli ve karmaşık sorguların anlaşılma ve yorumlanma becerisinde sınırlamalara sebep olmaktadır (Biswas, 2023: 5; Ren vd., 2023: 5). Matematiksel akıl yürütme konusunda uzman olan ChatGPT'nin, insan benzeri, duygusal ve eleştirel zekâdan yoksun olması, bireylerin sorgularındaki alışlagelmişin dışındaki yapıyı anlamakta zorluk yaşanmasına zemin hazırlamaktadır (Analysis and Research Team, 2023: 9). Bu yüzden sorgulardaki eksiklik ya da yanlışlık, sohbetin çıktılarının kalitesini

olumsuz etkileyecektir; çünkü ChatGPT insan uzmanlığı gerektiren karmaşık sorgularda bir insan gibi davranmamaktadır (Chowdhury vd., 2023: 8). Bunun sonucunda da birey ChatGPT ile yaşadığı deneyimden beklediği faydayı göremeyeceğinden yapay zekâyı işlevsiz olarak nitelendirebilmekte ve yaşanan olumsuz deneyim yapay zekâ ile kullanıcı arasında doğal bir mesafeye sebep olabilmektedir (Chowdhury vd., 2023: 5; Kumar vd., 2023: 8).

ChatGPT vasıtasıyla sağlanan yanıtların ne derece güvenilir ya da doğru olduğu konusunda da çeşitli handikaplar söz konusu olmaktadır (Wang vd., 2023: 13). ChatGPT zaman zaman soruları anlamakta güçlük çekebilme ve bilgiyi doğru şekilde kullanma becerisinden yoksun olması, bireylerin doğru çözüm yollarına ulaşmakta zorluk yaşamasına neden olabilmektedir. Bir diğer deyişle ChatGPT'nin, yanıtlarının arka planındaki kavramlarla ilgili derinlemesine bir anlayışa sahip olamaması, alınan cevapların güvenilirliğini, izlenebilirliğini ve doğrulanabilirliğini sektöre uğratabilmektedir (Wang vd., 2023: 13). Bu yüzden yapay zekâ destekli ChatGPT, insanüstü hız ve yapıda yeteneklere sahip, zeki, güvenilir ve hızlı olarak görülse de zaman zaman eksik ya da hatalı bilgiler sunabilmektedir (Analysis ve Research Team, 2023: 1; Chowdhury vd., 2023: 5). Bu yüzden bireylerin ChatGPT kullanım süreçlerinde elde ettikleri bilgilerin doğruluğunu ve güvenilirliğini takip etmeleri, olası eksik ya da hatalı bilgi riskinin göz önünde bulundurmaları önem taşımaktadır (Erul ve Işın, 2023: 787; Ren vd., 2023: 1).

ChatGPT teknolojisinin insan etkileşiminin yerini alacağı yönünde de zaman zaman birtakım kaygılar söz konusu olmuştur (Korzynski, 2023: 8). Temel anlamda bireylerin yerine bazı görevleri yerine getiren otomasyon teknolojileri (Acemoğlu ve Restrepo, 2019: 3), geniş anlamda, ya mevcut insan yeteneklerini tamamlayarak, potansiyellerini gerçekleştirmelerini sağlayarak üretkenliklerini artırabilir ya da insanları belirli mesleklerden tamamen uzaklaştırabilir. Dolayısıyla bu teknolojilerin çoğunlukla bireylerin yerini aldığından, işsizliği artırabilme potansiyeline sahip olduğu da madalyonun öteki yüzüdür (Noy ve Zhang, 2023: 1; Palos-Sánchez vd., 2022: 24). Genellikle insanlar tarafından gerçekleştirilen tekrarlanan işleri ChatGPT gibi yapay zekâ teknolojileri ile gerçekleştirmek, basit temel sorunların kolaylıkla çözülmesini ve sık sorulan yanıtlara hızlı cevaplar alınmasını sağlayarak müşteri hizmetlerindeki etkileşimleri otomatikleştirse de bu durum, insan müşteri destek temsilcilerine olan talebin azalmasına ve bu sektördeki iş kayıplarına neden olabilmektedir (Mishra vd., 2023: 167). ChatGPT, çalışanların becerilerini tamamlamak yerine çoğunlukla çalışanların çabasının yerini alacağından (Noy ve Zhang, 2023: 9), ChatGPT'nin kullanımının da işsizlik olasılığı üzerindeki etkileri dikkate değer görülmektedir (Ren vd., 2023: 5).

### 3. Sonuç

Bireyler olarak içinde bulunduğumuz teknoloji çağı, yapay zekâ teknolojilerinin kullanım alanlarının giderek artacağına bir habercisi gibidir (Dökme Yağar, 2023: 1237). ChatGPT, bireylerin bilgisayarlarla iletişim kurmasını kolaylaştıran yapay zekâdaki yeni bir çağı temsil etmektedir (Cabi Bilge, 2023: 141-142). Birçok kullanıcı için ChatGPT'nin bilgiyi ve üretkenliği artırma potansiyeli, genel anlamda oyunun kurallarını değiştiren bir faktör olmuştur ve teknoloji geliştikçe etkisi muhtemelen daha da artacaktır (Mishra vd., 2023: 167). Günümüzde yenilikçi çözümler elde edebilmek ve inovatif bir bakış açısı ile birçok faaliyeti gerçekleştirmek isteyen bireyler için ChatGPT, kolay erişilebilir kullanıcı arayüzü ve sorgulara yanıt vermesindeki ince ayarı sayesinde yaygın kullanım alanı bulmuştur (Analysis and Research Team, 2023: 7). Bir diğer deyişle, her bireyin kendine özgü ihtiyaçları, yetenekleri ve tercihleri olduğundan, ChatGPT gibi bir dil modelinin, kişiselleştirilmiş etkili bir deneyim fırsatı sunduğuna değinilmiştir (Erdem, 2023: 3299). Bu yüzden insanların makinelerle etkileşiminde devrim yaratma yollarından biri olan, bireylerin yaşamlarını etkileme ve şekillendirme noktasında buluş niteliği taşıyan ChatGPT, kullanıcılar ve araştırmacılar açısından ilgi odağı olmaktadır (Erul ve Işın, 2023: 781; Gill ve Kaur, 2023: 264). Sağladığı bilgilerle bireylere zaman kazandıran ve ilham veren ChatGPT (Erul ve Işın, 2023: 787); bireylerin eğilimlerinden yola çıkarak gösterdiği öğrenme ve uyum sağlama kabiliyetinden dolayı (Kırık ve Özkoçak, 2023: 79); giderek bireysel düzeyde daha fazla günlük hayatımızın bir parçası haline gelmektedir (Analysis and Research Team, 2023: 18; Gedik, 2023: 24).

Geçmişten günümüze baktığımızda, geleneksel sistemlerine kıyasla birçok artıyı barındıran ChatGPT tabanlı sistemlerin, işletmelerin dijital pazarlama etkinliği açısından da birçok heyecan verici fırsat sunduğu ifade edilmektedir (Chowdhury vd., 2023: 8; Gill ve Kaur, 2023: 266; Korzynski, 2023: 10; Mishra vd., 2023: 166; Taecharunroj, 2023: 2; Wheeler ve Buckley, 2021: 45). Bu kapsamda ChatGPT, etkileşimli müşteri hizmetleri ile müşteri deneyimini geliştirmek, satışları artırmak ve işçilik maliyetlerini azaltmak işletmeler için (Analysis and Research Team, 2023: 9; Chowdhury vd., 2023: 4; Korzynski, 2023: 6; Kumar vd., 2023: 6) güçlü bir aracı temsil etmektedir. Özellikle ChatGPT'nin potansiyelinden faydalanan işletmeler, müşterilerine müşteri temsilcisini beklemeye gerek kalmaksızın hızlı ve doğru yanıtlar sunarak dijital pazarlama faaliyetlerinde zaman tasarrufu sağlamaktadır (Chowdhury vd., 2023: 5; George vd., 2023: 18). Bu kapsamda işletmelerin web sitelerine ya da mobil uygulamalarına entegre edilecek chatbotlar, müşteri sorgularını yanıtlamada, satış sonrası destek sağlamada, kişiselleştirilmiş öneriler sunmada ve müşteri etkileşimlerinde otomasyon yaratmada artı değer sağlamaktadır (Gill ve Kaur,

2023: 267; Kumar vd., 2023: 6; Mishra vd., 2023: 167). ChatGPT'nin sürükleyici deneyimler sunmada artırılmış gerçeklik veya sanal gerçeklik teknolojisiyle entegre edilmesi, dijital pazarlama faaliyetleri açısından kusursuz ve ilgi çekici müşteri deneyimi demektir (Kumar vd., 2023: 8).

Bununla birlikte özellikle işletmelerin dijital pazarlama faaliyetlerinde, sosyal medyadaki etkinliklerinin rolü giderek artmaktadır. Bu yüzden sosyal medyaya entegre edilecek ChatGPT'nin pazarlama etkinliğine katkı sağladığı ifade edilmektedir. ChatGPT'nin sosyal medya üzerinde uygulama alanı bulması, tüketicilerin görüş ve deneyimlerini paylaşımları ve duygularını iyileştirmenin yanı sıra, yapılandırılmış bilgi ve daha etkili içerik önerileri alma konusunda işletmelere fayda sağlayabilmektedir (Biswas, 2023: 6; Saputra vd., 2023: 615). Dolayısıyla ChatGPT, pazardaki eğilimlerin belirlenmesinde, değerlendirilmesinde, (Taecharungroj, 2023: 1), zaman, emek ve para tasarrufunun yanı sıra dünya çapındaki çeşitli dilleri konuşan müşterilerin isteklerine doğru cevaplar verilmesinde işletmelere yeni pazarlara açılma imkanı sunmaktadır (Haleem vd., 2022: 3; George vd., 2023: 13). Bu bakış ile üretken yapay zekâ destekli teknolojileri; işlerin geliştirilmesine, zaman alıcı alt bileşenlerin otomatikleşmesine, sunulan hizmetlere olan talebin artmasına, yüksek istihdam ve ücretlerin yanı sıra, bireysel ve örgütsel üretkenliğin artmasına zemin hazırlamaktadır (Agrawal vd., 2019: 32; Noy ve Zhang, 2023: 1; Palos-Sánchez vd., 2022: 24).

Tüm bu gelişmeler, GPT'yi günlük hayatlarımızın bir parçası haline getirmenin mevcut yararlarına ya da gelecekteki yaşam standardımızı yükseltmeye ilişkin önemli ipuçları sunmaktadır (George vd., 2023: 10). Ancak ChatGPT'nin bireysel ya da örgütsel düzeyde kullanımının ne ölçüde olacağına ya da yapay zekâ destekli teknolojilerin süreçlere ne şekilde entegre edileceğine karar vermeden önce, mevcut ve potansiyel yararları kadar sakıncaları da göz önünde bulundurulmalıdır (Biswas, 2023: 6; Chowdhury vd., 2023: 8). Kullanıcıların sorgularına verilecek yanıtlar için kullanılan bilgilerin 2021 ve öncesi verileri kapsamı nedeniyle ChatGPT, bu süre zarfından sonra meydana gelen olaylar konusunda sınırlı bilgi sağlayabilmektedir. Bu durum da zaman zaman hatalı bilgilere yol açabilir, düşük performans sebebiyle bireylerin deneyimini olumsuz etkilemektedir (Cabi Bilge, 2023: 142; Doshi vd., 2023: 6; Kumar vd., 2023: 4). Bireyler, ChatGPT'nin hızlı ve akıcı yanıtlar üretebiliyor olmasını, zekâ ile karıştırma eğiliminde olabileceğinden, makine tarafından sunulan çıktıların her zaman daha doğru olduğuna yönelik otomasyon yanlılığı söz konusu olmaktadır. Ayrıca bireylerin, bir noktadan sonra yapay zekânın sunduğu yanıtlara aşırı güvenme riskine ya da hızlı ve pratik yanıtlara yönelik bir bağımlılığa maruz kalabileceğinin de altı çizilmektedir. Bu yüzden yapay zekâyı adeta bir insan kadar yetenekli olarak değerlendirmek doğru olmayacaktır



(Analysis and Research Team, 2023: 18). Dolayısıyla her ne kadar insan benzeri yanıtlar üretse de bireylerin sorunlarının tamamına bir çözüm üretemeyeceğini bilmek önem taşımaktadır (Haleem vd., 2022: 6).

ChatGPT'nin piyasaya sürülmesinden bu yana; güçlü ve zayıf yönleri, potansiyeli, olası riskleri ve bazen tuhaf tepkileri hakkında çeşitli tartışmalar gündeme gelmiş olsa da bu tartışmaları olağan bularak eleştirel bakış açısından uzaklaşmak için ChatGPT gibi büyük dil modellerinin bir süredir günlük hayatımızın bir parçası olduğunu ve hemen hemen birçok bireyin yapay zekâ ile içli dışlı olduğu fark etmek önemlidir (Analysis ve Research Team, 2023: 2). Bireysel ya da örgütsel düzeyde kullanılması fark etmeksizin, yapay zekâ teknolojilerinin kullanıcılarının bireyler olduğu unutulmamalıdır. Bu yüzden kullanım alanlarının uygunluğunun ya da sınırlamalarının çerçevesinin iyi belirlenmesi önem taşımaktadır (Dökme Yağar, 2023: 1237). Dolayısıyla tüm bu süreçlerin ve unsurların yönetilebilmesinde dijital okuryazarlık kilit bir role sahiptir. Bireylerin ve işletmelerin, büyük dil modelleri alanındaki gelişmelerden haberdar olması, bu bilgiyi çevresi ile paylaşması önem arz etmektedir (Analysis and Research Team, 2023: 18). Ancak ChatGPT'nin tek dil modeli olmadığı gibi son da olmayacağı yönünde görüşler bulunmaktadır. Dil modelleri gibi yapay zekâ araçları, gerek sosyal yaşam içinde bireyleri, gerekse de işletmeleri de etkileyecek bir trend olmaya hazırlanmaktadır (Analysis and Research Team, 2023: 17). Günümüzde yapay zekâ teknolojilerinin ve ChatGPT'nin bireyleri ve işletmeleri nasıl etkilediği ve gelecekteki olası etkileri hakkında birçok söylem olsa da yapılacak yeni araştırmalar bu durumun çerçevesinin çizgilerini daha net ortaya koyacaktır. Bununla birlikte elde edilen bilgiler, üretken yapay zekânın hayatımızı etkileyen bir etmen olduğunu ortaya koymaktadır (Noy ve Zhang, 2023: 12). Ancak daha önce de değinildiği gibi yapay zekâ destekli teknolojiler sundukları fırsatlar kadar olası eksiklikleri de barındırabildiğinden (Analysis and Research Team, 2023: 18), genel itibarıyla ChatGPT'nin, insanın karar vermesine alternatif bir çözüm olarak değil, daha ziyade destekleyici bir araç olarak görülmesi süreci daha verimli hale getirecektir (Silva ve Costa, 2023: 1).

## Extended Abstract

### **Digitalized World and Artificial Intelligence: Reflections of ChatGPT on Digital Marketing**

In recent years, with the developments in artificial intelligence and natural language processing, language models have become more accurate, flexible and useful. Thorp, 2023: 312). Although language models based on artificial intelligence technologies have been used for a while, ChatGPT is seen as the pioneer of the development in language models (Cabi Bilge, 2023: 141). ChatGPT, which has attracted great attention in this context; with its ability to grasp context, intent, emotion and more, it allows users of all ages and backgrounds to communicate in a variety of languages, without any prior knowledge or experience in programming or computer science (George et al., 2023: 9). Thanks to their capacity to speak and imitate human behavior, ChatGPT can be used for personal needs in social life and for various needs of employees or businesses in business life (George et al., 2023: 17), have found widespread and advantageous use in various sectors (Saputra et al., 2023: 608). In this sense, artificial intelligence-supported technologies, which are widely used in the daily lives of individuals or in the areas of expertise required by professions in various sectors, support the daily lives of individuals and digital marketing practices of businesses (Autor, 2015; Biswas, 2023: 7; Gill ve Kaur, 2023: 262; Haleem vd., 2022: 1; Kung vd., 2023: 9; Lund ve Wang, 2023: 7; Noy ve Zhang, 2023; Wang vd., 2023: 8).

From an individual perspective; ChatGPT represents a new era in artificial intelligence that makes it easier for individuals to communicate with computers (Cabi Bilge, 2023: 141-142). In other words, since each individual has unique needs, abilities and preferences, a language model such as ChatGPT offers the opportunity for an effective personalized experience (Erdem, 2023: 3299). Therefore, ChatGPT, which is one of the ways to revolutionize the interaction of people with machines and is an invention in terms of influencing and shaping the lives of individuals, is the focus of attention for users and researchers (Erul and Işın, 2023: 781; Gill and Kaur, 2023: 264). In daily life, individuals are responsible for making various decisions in many areas; however, individuals' roles in the decision-making process may sometimes be limited. Because individuals may not be able to evaluate or take into account all relevant factors at the same time when it comes to situations where they need to make a decision. Therefore, it is possible to say that ChatGPT helps individuals as a support for decision-making mechanisms in their lives (Korzynski, 2023: 5). In terms of working life, individuals need to manage some standardized business processes according to the expertise required by their profession and the activities of the business they are affiliated with (Monteiro and Adler, 2022: 2). In this context, ChatGPT technology; It has the potential to facilitate the development and dissemination of the knowledge that individuals have by offering original, innovative and different ways of generating new ideas in the decision-making processes of individuals in working life to get advice in certain situations (Korzynski, 2023: 9-10).

From an organizational perspective, today's increasing interest in digital markets has brought about an indispensable need for success in terms of competitive advantage. It is stated that ChatGPT-based systems, which have many advantages compared to traditional systems, offer many exciting opportunities in terms of digital marketing effectiveness of businesses (Chowdury et al., 2023: 8; Gill and Kaur, 2023: 266; Korzynski, 2023: 10; Mishra et al., 2023: 166; Taecharungroj, 2023: 2; Wheeler and Buckley, 2021: 45). In this context, ChatGPT is for businesses to improve customer experience with interactive customer services, increase sales and reduce labor costs (Analysis and Research Team, 2023: 9; Chowdhury et al., 2023: 4; Korzynski, 2023: 6; Kumar et al., 2023: 6) represents a powerful tool. In particular, businesses that benefit from the potential of ChatGPT save time in digital marketing activities by providing fast and accurate answers to their customers without the need to wait for a customer representative (Chowdhury et al., 2023: 5; George et al., 2023: 18). However, the role of social media activities is gradually increasing, especially in the digital marketing activities of businesses. It is stated that ChatGPT, which will be integrated into social media, contributes to marketing effectiveness. ChatGPT's application on social media can benefit businesses in terms of consumers sharing their opinions and experiences and improving their emotions, as well as receiving structured information and more effective content recommendations (Biswas, 2023: 6; Saputra et al., 2023: 615). Therefore, ChatGPT offers businesses the opportunity to open up to new markets by identifying and evaluating trends in the market (Taecharungroj, 2023: 1), saving time, effort and money, as well as providing accurate answers to the requests of customers who speak various languages around the world (Haleem et al., 2022: 3; George et al., 2023: 13). With this perspective, productive artificial intelligence supported technologies; It paves the way for the development of jobs, the automation of time-consuming subcomponents, the increase in demand for the services offered, and the increase in individual and organizational productivity as well as high employment and wages (Agrawal et al., 2019: 32; Noy and Zhang, 2023: 1; Palos-Sánchez et al., 2022: 24).

As a productive artificial intelligence technology, ChatGPT has created a revolution in today's social and business life by activating people's imagination. On the one hand, there are opinions that ChatGPT will increase human creativity and productivity; On the other hand, expressing concerns about the potential impact of ChatGPT in life requires evaluating what effects human and artificial intelligence cooperation will have in a rapidly changing society (van Dis, 2023: 224; Wang et al., 2023: 7). In terms of the use of ChatGPT, it is a potential limitation that there are differences in the basic competencies of individuals and their ability to use technology (Noy and Zhang, 2023: 1). In addition, ChatGPT does not have human expertise, empathy, understanding and ability (Analysis and Research Team, 2023: 1-2; Biswas, 2023: 5; Chowdhury et al., 2023: 5; Haleem et al., 2022: 6; Sejnowski, 2023: 311) causes limitations in the ability to understand and interpret subtle and complex queries from individuals (Biswas, 2023: 5; Ren et al., 2023: 5). Although ChatGPT is seen as intelligent, reliable and fast, with superhuman speed and structure abilities, it may occasionally provide incomplete or inaccurate information (Analysis and Research Team, 2023: 1; Chowdhury et al., 2023:

5). Therefore, it is important for individuals to monitor the accuracy and reliability of the information they obtain during the ChatGPT usage processes and to consider the risk of possible incomplete or inaccurate information (Erul and Işın, 2023: 787; Haleem et al., 2022: 6; Ren et al., 2023: one). There have also been some concerns from time to time that ChatGPT technology will replace human interaction (Korzynski, 2023: 8). Automation technologies, which basically perform certain tasks instead of people (Acemoğlu and Restrepo, 2019: 3), in a broad sense, can either increase productivity by complementing existing human abilities and enabling them to realize their potential, or they can completely remove people from certain professions. Therefore, since these technologies mostly replace individuals, it is the other side of the coin that they have the potential to increase unemployment (Noy and Zhang, 2023: 1; Palos-Sánchez et al., 2022: 24).

All these developments are seen as some of the ways that incorporating GPT into our daily lives will improve the quality of life of both current and future generations. (George et al., 2023: 10). It should not be forgotten that the users of artificial intelligence technologies are individuals, regardless of whether they are used at an individual or organizational level. In this context, it is important to determine the suitability or limitations of the usage areas well (Dökme Yağar, 2023: 1237). Therefore, individuals or businesses should weigh the potential benefits and drawbacks before deciding whether and how to use ChatGPT (Biswas, 2023: 6; Chowdhury et al., 2023: 8). Therefore, digital literacy has a key role in managing all these processes and elements. It is important for individuals and businesses to be aware of the developments in the field of large language models and to share this information with their environment (Analysis and Research Team, 2023: 18). However, it should not be forgotten that seeing ChatGPT not as an alternative solution to human decision-making, but rather as a supportive tool, will make the process more efficient (Silva and Costa, 2023: 1).

## Kaynakça

- Abdelkader, O. A. (2023), "ChatGPT's Influence on Customer Experience in Digital Marketing: Investigating the Moderating Roles", *Heliyon*, 9(8), e18770.
- Acemoğlu, D. ve Restrepo, P. (2019), "Automation and New Tasks: How Technology Displaces and Reinstates Labor", *Journal of Economic Perspectives*, 33(2), 3-30.
- Agrawal, A., Gans, J. S. ve Goldfarb, A. (2019), "Artificial Intelligence: The Ambiguous Labor Market Impact of Automating Prediction", *Journal of Economic Perspectives*, 33(2), 31–50.
- Amershi, S., Cakmak, M., Knox, W. B. ve Kulesza, T. (2014), "Power to the People: The Role of Humans in Interactive Machine Learning", *AI Magazine*, 35(4), 105–120.
- Analysis and Research Team (2023), "ChatGPT in the Public Sector – overhyped or overlooked?", *Art Research Paper*, Council of the European Union General Secretariat.
- Bakker, M., Chadwick, M., Sheahan, H., Tessler, M., Campbell-Gillingham, L., Balaguer, J., McAleese, N. et al. (2022), "Fine-tuning Language Models to Find Agreement Among Humans with Diverse Preferences", *Advances in Neural Information Processing Systems*, 35, 1-34.
- Biswas, S. (2023), *Title: Use of ChatGPT in Market Research*.
- Black, J. S. ve van Esch, P. (2020), "AI-enabled recruiting: What is it and How Should a Manager Use it?", *Business Horizons*, 63(2), 215–226.
- Borji, A. (2023), "A Categorical Archive of ChatGPT Failures". *arXiv preprint arXiv:2302.03494*, 1-21.
- Cabi Bilge, A. (2023), "Bir Yapay Zekâ Destekli Dil Modeli Olan ChatGPT'nin Turizm Sektöründe Potansiyel ve Hayata Geçen Uygulamaları", *Journal of Recreation and Tourism Research*, 10(3), 139–155.
- Chen, Q., Lu, Y., Gong, Y. ve Xiong, J. (2023), "Can AI Chatbots Help Retain Customers? Impact of AI Service Quality on Customer Loyalty", *Internet Research* (ahead-of-print).
- Chowdhury, N. A. ve Aktar, S. (2023), "Unlocking The Power of ChatGPT: an In-Depth Look at ChatAI's Business Model".
- Chowdhury, N. A., Awais, O. A. ve Aktar, S. (2023), "Improving Customer Care with ChatGPT: A Case Study".
- Cullinane, N. ve Cushen, J. (2019), "Applying Scientific Management to Modern Employment Relations and HRM", *Elgar Introduction to Theories of Human Resources and Employment Relations*, 53-66.

- Deng, J. ve Lin, Y. (2022), “Frontiers in Computing and Intelligent Systems the Benefits and Challenges of ChatGPT: An Overview”, *Frontiers in Computing and Intelligent Systems*, 2(2), 81–83.
- Doshi, R. H., Bajaj, S. S. ve Krumholz, H. M. (2023), “ChatGPT: Temptations of Progress”, *The American Journal of Bioethics*, 23(4).
- Dökme Yağar, S. (2023), “ChatGPT’nin sağlık alanındaki potansiyel kullanımına ilişkin çıkarımlar”, *BMIJ*, 11 (3), 1226- 1240.
- Erdem A. (2023), “Akıllı Turizmin ChatGPT Tarafından Değerlendirilmesi”, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(4), 3298-3313.
- Erul, E. ve Işın, A. (2023), “ChatGPT ile Sohbetler: Turizmde ChatGPT’nin Önemi”, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(1), 780-793.
- Gedik, Y. (2023). “Kurumsal İletişimde Yeni Bir Yıldız: Chatbot Faydaları, Zorlukları ve Stratejileri Üzerine Kavramsal Bir Çerçeve”, *Journal of Business and Communication Studies*, 2(2), 13-32.
- George, A. S. ve George, A. H. (2022), “A Review of Moonlighting in the IT Sector and its Impact”, *Partners Universal International Research Journal*, 1(3), 64-73.
- George, A. S, George, A. H. ve Martin, A. G. (2023), “A Review of ChatGPT AI’s Impact on Several Business Sectors”, *Partners Universal International Innovation Journal*, 1 (1), 9–23.
- Gill, S. S. ve Kaur, P. (2023), “ChatGPT: Vision and Challenges”, *Internet of Things and Cyber-Physical Systems*, 3, 262–271.
- Grassini, S. (2023), “Shaping the Future of Education: Exploring the Potential and Consequences of AI and ChatGPT in Educational Settings”, *Education Sciences*, 13, 692.
- Haleem, A., Javaid, M. ve Singh, R. P. (2022), “An Era of ChatGPT as a Significant Futuristic Support Tool: A Study on Features, Abilities, and Challenges”, *Bench Council Transactions on Benchmarks, Standards and Evaluations*, 2(4), 100089.
- İpek, E. (2023). *Yapay Zeka Modellerinin Uluslararası Şirketlere Etkisi*, Yüksek Lisans Tezi, Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Karabük.
- Jain, V., Rai, H., Subash, P. ve Mogaji, E. (2023), “The Prospects and Challenges of Chatgpt on Marketing Research and Practices. Emmanuel, The Prospects and Challenges of ChatGPT on Marketing”, *Research and Practices* (March 23, 2023).
- Kırık, A. M. ve Özkoçak, V. (2023), “Medya ve İletişim Bağlamında Yapay Zekâ Tarihi ve Teknolojisi: ChatGPT ve Deepfake İle Gelen Dijital Dönüşüm”, *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, (58), 73-99.

- Korzynski, P., Mazurek, G., Altmann, A., Ejdys, J., Kazlauskaite, R., Paliszkievics, J., Wavh, K. ve Ziemba, E. (2023), “Generative Artificial Intelligence as a New Context for Management Theories: Analysis of ChatGPT”, *Central European Management Journal*, 31(1), 3-13.
- Korteling, J. H., van de Boer-Visschedijk, G. C., Blankendaal, R. A., Boonekamp, R. C. ve Eikelboom, A. R. (2021), “Human-versus Artificial Intelligence”, *Frontiers in Artificial Intelligence*, 4, 622364, 1-13.
- Kumar, A., Gupta, N. ve Bapat, G. (2023), “Who is Making the Decisions? How Retail Managers Can Use the Power of ChatGPT”, *Journal of Business Strategy*.
- Kung, T. H., Cheatham, M., Medenilla, A., Sillos, C., De Leon, L., Elepaño, C., ... ve Tseng, V. (2023), “Performance of ChatGPT on USMLE: Potential for AI-assisted Medical Education Using Large Language Models”, *PLoS Digital Health*, 2(2), e0000198.
- Liebrenz, M., Schleifer, R., Buadze, A., Bhugra, D. ve Smith, A. (2023), “Generating Scholarly Content with ChatGPT: Ethical Challenges for Medical Publishing”, *The Lancet Digital Health*, 5(3), e105-e106.
- Liu, X., Zheng, Y., Du, Z., Ding, M., Qian, Y., Yang, Z. ve Tang, J. (2023), “GPT Understands, Too”, *AI Open*.
- Lopera Gomez, V. (2023), “How ChatGPT is Changing Digital Marketing Activities: The Aleluya’s Case”. *Tesi Di Laurea*, Università Degli Studi Di Padova Dipartimento Di Scienze Economiche Ed Aziendali, Padova.
- Lu, Y., Chen, S., Xu, H. ve Yang, J. (2020), “Chatbots in Customer Service: A Review and Research Agenda”, *Journal of Service Management*, 31(4), 642-668.
- Lund, B. D. ve Wang, T. (2023), “Chatting about ChatGPT: How may AI and GPT Impact Academia and Libraries?”, *Library Hi Tech News*, 40(3), 26-29.
- Mishra, A. ve Awasthi, S. (2023), “ChatGPT: Revolutionizing Communication or Threatening Authenticity?”, *Management Dynamics*, 23(1), 165-168.
- Monteiro, P. ve Adler, P.S. (2022), “Bureaucracy for the 21st Century: Clarifying and Expanding our View of Bureaucratic Organization”, *Academy of Management Annals*, 16(2), 427–475.
- Newman, J., Mintrom, M., ve O’Neill, D. (2022), “Digital Technologies, Artificial Intelligence, and Bureaucratic Transformation”, *Futures*, 136.
- Noy, S. ve Zhang, W. (2023), “Experimental Evidence on the Productivity Effects of Generative Artificial Intelligence”, Available at SSRN 4375283.

- Oruç, Ş. ve Akın, P. D. (2023), “Örgütler Açısından ChatGPT: Fırsat mı? Tehdit mi?”, Ed. Avcı, M., Kara, E. ve Kaya, A., *İçinde Örgütsel Davranış Araştırmaları*, İstanbul: Eğitim Yayınevi, 353-371.
- Ouyang, et al. ‘Training Language Models to Follow Instructions with Human Feedback’, arXiv preprint arXiv:2203.02155, 04 March 2022. For a less technical explanation see Marco Ramponi, How ChatGPT actually works, AssemblyAI, 23 December 2022.
- Oviedo-Trespalacios, O., Peden, A. E., Cole-Hunter, T., Costantini, A., Haghani, M., Rod, J. E., ... ve Reniers, G. (2023), “The Risks of Using Chatgpt to Obtain Common Safety-Related Information and Advice”, *Safety Science*, 167, 106244.
- Palos-Sánchez, P. R., Baena-Luna, P., Badicu, A. ve Infante-Moro, J. C. (2022), “Artificial Intelligence and Human Resources Management: A Bibliometric Analysis”, *Applied Artificial Intelligence*, 36(1), 2145631.
- Prentice, C. ve Nguyen, M. (2020), “Engaging and Retaining Customers with AI and Employee Service”, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 56, 102186.
- Rahwan, I., Cebrian, M., Obradovich, N., Bongard, J., Bonnefon, J.-F., Breazeal, C., Crandall, J. W., Christakis, N. A., Couzin, I. D., Jackson, M. O., Jennings, N. R., Kamar, E., Kloumann, I. M., Larochelle, H., Lazer, D., McElreath, R., Mislove, A., Parkes, D.C., Pentland, A. “Sandy,” Roberts, M. E., Shariff, A., Tenenbaum, J. B., ve Wellman, M. (2019), “Machine Behaviour”, *Nature*, 568, 477–486.
- Raisch, S. ve Krakowski, S. (2021), “Artificial Intelligence and Management: The Automation–augmentation Paradox”, *Academy of Management Review*, 46(1), 192-210.
- Ren, C., Lee, S. J. ve Hu, C. (2023), “Assessing the Efficacy of ChatGPT in Addressing Chinese Financial Conundrums: An In-depth Comparative Analysis of Human and AI-Generated Responses”, *Computers in Human Behavior: Artificial Humans*, 1(2), 100007.
- Rico, J. D. (2022), “Innovation 2022: New Products, New Markets”, *Digitalist Hub*, 16 Dec. 2021.
- Saputra, R., Nasution, M. I. P. ve Dharma, B. (2023), “The Impact of Using AI Chat GPT on Marketing Effectiveness: A Case Study on Instagram Marketing”, *Indonesian Journal of Economics and Management*, 3(3), 603-617.



- Sarker, I. H. (2022), “AI-Based Modeling: Techniques, Applications and Research Issues Towards Automation, Intelligent and Smart Systems. *SN Computer Science*, 3(2), 1–20.
- Sejnowski, T. J. (2023), “Large Language Models and the Reverse Turing Test”, *Neural Computation*, 35(3), 309-342.
- Shen, Y., Heacock, L., Elias, J., Hentel, K. D., Reig, B., Shih, G. ve Moy, L. (2023), “ChatGPT and Other Large Language Models are Double-Edged Swords”, *Radiology*, 230163.
- Silva, M. ve Costa, D. (2023), “ChatGPT and Human Resource Management”, *XI international Conference on Research and Intervention in Human Resources People first - digital, diversity and sustainability*, ISCAP - P.Porto | 27th and 28th April 2023.
- Sun, H. ve Zhang, P. (2006), “Causal Relationships between Perceived Enjoyment and Perceived Ease of Use: An Alternative Approach”, *Journal of the Association for Information Systems*, 7(9), 618-645.
- Sung, E. C., Bae, S., Han, D.-I. D., ve Kwon, O. (2021), “Consumer Engagement via Interactive Artificial Intelligence and Mixed Reality”, *International Journal of Information Management*, 60, 102382.
- Taecharungroj, V. (2023), “What Can ChatGPT Do? Analyzing Early Reactions to the Innovative Ai Chatbot on Twitter”, *Big Data and Cognitive Computing*, 7(1), 35.
- Thorp, H. H. (2023), “Holden. ChatGPT is Fun, but not an Author”, *Science*, 379 (6630), 313.
- van Dis E. A. M., Bollen, J., Zuidema, W., van Rooij, R. ve Bockting, C. L. (2023), “ChatGPT: Five Priorities for Research”, *Nature*, 614(7947), 224–226.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B. Davis, F. D. (2003), “User Acceptance of Information Technology: Toward a unified view”, *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478
- Votto, A. M., Valecha, R., Najafirad, P. ve Rao, H. R. (2021), “Artificial Intelligence in Tactical Human Resource Management: A Systematic Literature Review”, *International Journal of Information Management Data Insights*, 1(2), 100047.
- Vural Yılmaz, D. (2023). Yapay zeka ve yükseköğretim. *İçinde Yapay Zekâ Yönetim ve Eğitim*, Nobel Akademik Yayıncılık, 205-233
- Walmsley, J. (2012). *Mind and machine*, Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Wang, X., Anwer, N., Dai, Y. ve Liu, A. (2023), “ChatGPT for Design, Manufacturing, and Education”, *Procedia CIRP*, 119, 7–14.

- Wheeler, A. R. ve Buckley, M. R. (2021), “The current state of HRM with automation, artificial intelligence, and machine learning. *In HR without People?*, Emerald Publishing Limited, 45-67.
- Yue, T., Au, D., Au, C. C. ve Iu, K. Y. (2023), “Democratizing Financial Knowledge with ChatGPT by Openai: Unleashing The Power of Technology”. Available at SSRN 4346152.
- Zhai, X. (2023), “ChatGPT: Reforming Education on Five Aspects”, *Shanghai Education*, 16-17.
- Zhang, X., Li, Y. ve Liang, H. (2020), “The Impact of Chatbots on Customer Satisfaction: An Empirical Study in the Hospitality Industry”, *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 44(5), 765-786.