

YAPAY ZEKÂ TEKNOLOJİLERİNİN GAZETECİLİK ALANINDA KULLANIMINA YÖNELİK SORUNLAR VE RİSKLER

Mehmet Ramazan Yıldızgörür*

Özet

Yeni teknolojilerin gazetecilik alanına dahil olmasıyla haber içeriğinde, üretim araçlarında ve haberin tüketiminde her zaman değişim ve dönüşümler yaşanmıştır. Bu süreçler akademik araştırma ve tartışmaların odağında olmuştur. Dijital gazetecilik alanında görece yeni bir gelişme olan yapay zekâ teknolojileri bu teknolojik etkinin son halkasıdır. Habere ilişkin tüm süreçlerin etkilendiği bu teknolojiler birçok boyutuyla tartışılmaktadır. Yapay zekâ teknolojilerinin yapısı ve bu teknolojilere dair popüler yaklaşımların da etkisiyle tartışmaların genellikle olumsuz değişim ve dönüşümlere odaklandığı görülmektedir. Bu çalışma da yapay zekâ teknolojilerinin gazetecilik alanına dahil olmasıyla ortaya çıkan veya çıkması ön görülen sorunlara odaklanmaktadır. Akademik ve sektörel kaynaklardan ve tartışmalardan beslenen çalışmada vurgulanan noktalar tarafsızlık, objektiflik, şeffaflık, hesap verebilirlik, doğruluk gibi temel gazetecilik değerleri ile yapay zekâ teknolojilerinin bazı açılardan çeliştiği yönündedir. Bu çelişkinin temel nedenleri yapay zekâ teknolojilerinin yapısı, yapay zekâ teknolojilerinin sahipliği ve bu teknolojilere erişim gibi faktörler olarak belirlemektedir. Bir diğer değinilmesi gereken nokta ise genel olarak yapay zekâ teknolojilerinin yanlış yansıtılması ve algılanmasıdır. Literatürde görülen en temel çözüm önerileri ise yapay zekâ teknolojilerinin insan denetiminde kullanılması ve yapay zekanın gazetecilik eğitimine dahil edilmesi şeklindedir. Çalışma gazetecilik alanında çalışan akademisyenler ve gazeteciler için temel sorunları ve riskleri tartışmaya açıyor olmasıyla önemli görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Yapay Zekâ, Gazetecilik, Gazetecilik Etiği, Robot Gazetecilik*

* Dr. Öğr. Üyesi. Bozok Üniversitesi İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, m.yildizgorur@yobu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-8287-6174

Geliş Tarihi: 30.08.2023 Kabul Tarihi: 22.09.2023 Yayın Tarihi: 28.09.2023

Atf Bilgisi / Reference Information

Yıldızgörür, M. R. (2023). Yapay Zekâ Teknolojilerinin Yapay Zekâ Alanında Kullanımına Yönelik Sorunlar ve Riskler. Türkiye Medya Akademisi Dergisi. Cilt:3 Sayı:6, s. 564-587. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8378891>

Finansal destek var mı? Varsa, finansal destek kaynağını belirtiniz. (Cevaplanması zorunludur): Hayır
Çıkar çatışması var mı? Varsa belirtiniz. (Cevaplanması zorunludur): Yok
Teşekkür açıklaması var mı? Varsa belirtiniz. (Cevaplanması zorunludur): Yok

PROBLEMS AND RISKS FOR THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGIES IN THE FIELD OF JOURNALISM

Mehmet Ramazan Yıldızgörür*

Abstract

With the introduction of new technologies into the field of journalism, there have always been changes and transformations in news content, production tools and news consumption. These processes have been at the center of academic research and debate. Artificial intelligence technologies, a relatively new development in the field of digital journalism, are the last link in this technological impact. These technologies, which affect all processes related to news, are discussed in many dimensions. Due to the structure of artificial intelligence technologies and popular approaches to these technologies, discussions generally focus on negative changes and transformations. This study focuses on the problems that arise or are foreseen to arise with the inclusion of artificial intelligence technologies in the field of journalism. Drawing on academic and sectoral sources and discussions, the study emphasizes that basic journalistic values such as impartiality, objectivity, transparency, accountability and accuracy are in conflict with AI technologies in some respects. The main reasons for this contradiction appear to be factors such as the structure of AI technologies, ownership of AI technologies and access to these technologies. Another point to be mentioned is the misrepresentation and perception of AI technologies in general. The most basic solution suggestions seen in the literature are the use of artificial intelligence technologies under human supervision and the inclusion of artificial intelligence in journalism education. The study is important for academics and journalists working in the field of journalism as it opens up the main problems and risks for discussion.

Keywords: *Artificial Intelligence, Journalism, Journalism Ethics, Robot Journalism*

* Dr. Lecturer Member of. Bozok University Faculty of Communication, Department of Journalism, m.yildizgorur@yobu.edu.tr ORCID: 0000-0002-8287-6174

Received Date: 30.08.2023 Accepted Date: 22.09.2023 Published Date: 28.09.2023

*Is there financial support? Indicate the source of financial support, if any. (Must be answered): No
Is there a conflict of interest? If so, please specify. (Must be answered): No
Is there a thank you explanation? If so, please specify. (Must be answered): No*

GİRİŞ

Gazetecilik teknolojinin şekillendirdiği mesleklerden biri olarak tanımlanmaktadır. Teknoloji etkisi gazetecilerin işlerini yapma biçimlerini, haber içeriğinin niteliği, haber odasının ve haber endüstrisinin yapısı ve gazeteciler ile paydaşları arasındaki ilişkilerin niteliğini dönüştürmektedir (Pawlik, 2000, s. 229). Son yılların en tartışmalı ve popüler gelişmelerinden biri olarak belirmiş olan yapay zekâ (YZ) bu teknolojilerden sonuncusudur. Gazetecilik de başka birçok sektör gibi, YZ'nin etkisine girmiş ve dönüşmeye başlamıştır. Bu dönüşüm sosyal medya, algoritmalar, uygulamalar gibi dijitalleşme biçimleriyle başlamıştır. YZ teknolojileri için bu kapsamlı dijital dönüşümün son halkası yorumu yapılabilir (Lewis vd., 2019, s. 673). YZ teknolojilerinin türevleri olan bir çok algoritma ile habercilikte içeriğin toplanması, üretimi, düzenlenmesi, dağıtımı ve tüketilmesi gibi süreçler otomatikleşmeye başlamıştır. Robot gazetecilik, otomatik gazetecilik, algoritmik gazetecilik gibi terimler akademik ve sektörel tartışmaların odağına yerleşmiştir (Dörr N. K., 2016, s. 700).

Hali hazırda birçok sektörde kullanılmakta olan YZ teknolojilerin kullanım alanları, yetkinlik ve becerileri giderek artmaktadır. Türkiye'nin de içerisinde yer aldığı dünyanın birçok ülkesinde haber kuruluşları haber üretim ve dağıtım süreçlerinde YZ teknolojilerinden yararlanmaktadır. Okurların haberlere erişimleri ve tüketme biçimleri de bu teknolojilerden etkilenmektedir. Yapılan bazı araştırmalar okuyucuların YZ üretimi haberlerle insan üretimi haberler arasında karşılaştırmalar yaptıklarında bazı açılardan YZ üretimi haberleri daha çekici bulurken, bazı açılardan da insan üretimi haberleri tercih ettiklerini göstermektedir (Graffe vd., 2018). Bazı görüşlere göre YZ'nin hiçbir zaman mizah duygusu, metaforlar, iğneleme gibi insan dilinin nüanslarını anlamada yeterli olamayacağı, makinelerin yazdığı haberlerin teknik ve sıkıcı kalacağı ifade edilmektedir (Lemelshtich Latar, 2015, s. 75). Ancak son yıllarda yaşanan gelişmeler bu öngörülerini yanlış çıkaracak düzeyde olmuştur. Son dönemde geniş kitlelerde oluşan ilgiye bakıldığında, doğal dil işleme modellerindeki gelişmeler ile YZ'nin yazdığı metinlerin, insanlar için daha çekici hale gelmeye başladığı görülmektedir.

Gelecekte gazetecilik alanında çok daha etkin bir rol üstlenmesi öngörülen bu teknolojilerin gazetecilik mesleği için sunduğu fırsatlar ve sağladığı kolaylıklar olduğu gibi, tartışmalı yönleri ve riskleri de bulunmaktadır (Dörr N. K., 2016, s. 708). YZ, “gücü

ve gazeteciliğin tüm yönlerini etkileme potansiyeli ve özellikle de karmaşık ve gizli bir teknoloji gibi görünmesi nedeniyle endişelere yol açmaktadır” (Beckett, 2019, s. 52). Bu çalışmada YZ teknolojilerinin gazetecilik alanında kullanımı bağlamında, gazetecilerin endişeleri, gazetecilik uygulamalarında ortaya çıkabilecek sorunlar ve etik tartışmalara yönelik genel bir çerçeve sunulacaktır. Çalışma gazetecilik alanında çalışan akademisyenler ve gazeteciler için YZ teknolojilerine dair temel sorunları ve riskleri tartışmaya açıyor olmasıyla önemli görülmektedir.

1. Yapay Zekâ ve Gazetecilik

Yapay zekâyı tanımlamadan önce oldukça geniş bir kullanım alanı olduğu söylemek gerekmektedir. Askeri sistemler, sağlık hizmetleri, sanat, ev aletleri, akıllı telefonlar ve gündelik hayatın içinde daha birçok alanda YZ teknolojilerinden yararlanılmaktadır. YZ bir teknolojiden öte birçok teknolojiyi içinde barındıran şemsiye bir adlandırma olarak ifade edilmektedir (Beckett, 2019, s. 16). YZ dar anlamda, makinelerin verilerden öğrendikleriyle, insan müdahalesi olmadan, mantıksal yargılarda bulunması için eğitildiği; makine öğrenimi alt alanıyla ilgilenen bir bilgisayar bilimi olarak tanımlanmaktadır (Lewis vd., 2019, s. 673). YZ, "belirli bir sorunu çözmek veya tanımlanmış bir sonuca ulaşmak için atılan bir dizi adım" olan algoritmalar tarafından yönlendirilmektedir. Bu algoritmalar makine öğrenimi veya otomasyon olarak programlanabilmektedir. Algoritmaların kullanıcılar tarafından çoğu zaman “bot” olarak deneyimlenmektedir. Akıllı cihazlar ya da bazı internet sitelerindeki sohbet botları örnek olarak gösterilebilir (Beckett, 2019, s. 16).

Yapay zekânın son dönemde popülerliği iletişimsel yapay zekâ olarak tanımlanan uygulamaların genel kullanıcılara ulaşmasıyla olmuştur. Bunlardan en yaygını ChatGPT isimli sohbet botu Kasım 2022’de kullanıma sunulmuştur. Bu uygulamalar makinelerin insan iletişimini öğrenme, işleme ve makine dilinden öte insan dilinde mesajlar oluşturabilme becerilerinin geliştirildiği doğal dil işleme ve doğal dil üretimi gibi YZ’nin alt alanlarındaki ilerlemelerden türemiştir (Guzman & Lewis, 2020, s. 72). ChatGPT’nin yapabildikleri kısa süre içinde kitleleri etkilemiş ve YZ’nin geleceği bireylerin ve toplumların üzerindeki etkileri üzerinde tartışmaları yeniden başlatmıştır (Newman, 2023, s. 35).

Yapay zekanın gazetecilik alanındaki en yaygın kullanımı yapılandırılmış veri setleri içinden otomatik haber üretimidir. Özellikle spor karşılaşmaları, hava durumu, deprem gibi doğal afetler, borsa veya ekonomi gibi konu başlıklarında topladığı veriyi çok kısa bir süre içinde bilgilendirici haber metinlerine dönüştürebilmektedir. Böylece rutin haberler insan müdahalesine gerek kalmaksızın, otomatik bir biçimde üretilebilmektedir. Bu durum gazetecilik açısından, YZ konusundaki olumlu görüşleri destekleyen temel çıkış noktasıdır. Buna göre YZ araçları bir destek unsuru olarak, gazetecilerin yeteneklerini arttırarak, haber üretim sürecinin belirli faaliyetlerini kolaylaştırmakta ve gazetecilerin çalışma standartlarını yükseltmektedir (Tejedor & Vila, 2021, s. 831). Bu da bilginin daha hızlı işlenmesine ve yayılmasını sağlamakta ve gazetecilerin, derinlemesine analiz ve insani içgörü gerektiren daha karmaşık hikayelere odaklanmasına olanak tanımaktadır (Frackiewicz, 2023).

Yapay zekâ bir süredir Reuters, Associated Press, Forbes gibi küresel haber kuruluşları tarafından, haber toplama alanında etkin bir biçimde kullanılmaktadır. İnternet ve sosyal medya (kullanıcı yorumları veya paylaşımlar) kaynaklarını belirli anahtar kelimeler tarayarak son dakika gelişmelerini tespit edebilen YZ, topladığı verileri karakterize etme, kategorilere göre seçme ve gruplama gibi işlevlerle geniş bir enformasyon akışını izleyebilmektedir (Tejedor & Vila, 2021, s. 832). YZ gazetecilik için haber toplama ve yazma gibi temel işler dışında, enformatif eğilimlerin tespit edilmesi, enformasyonun toplanması, haber öneri sistemlerinin geliştirilmesi, dezenformasyonla mücadele, yabancı metinlerin otomatik çevirisi, araştırmacı gazeteciliğin geliştirilmesi gibi faydalar da sağlamaktadır (Naoáin, 2022, s. 106). 2019 yılında gazeteciler üzerinde yapılan bir araştırmanın sonuçlarına göre YZ'nin güncel kullanım biçimleri 3 ana başlık altında, şu şekilde özetlenmiştir;

-Haber Toplama: Bilgi kaynağı bulma, hikâye fikri oluşturma, trendleri belirleme, araştırmalar, olay veya sorun izleme, bilgi veya içerik çıkarma.

-Haber Üretimi: İçerik oluşturma, düzenleme, farklı formatlar ve platformlar için paketleme, metin, resim ve video oluşturma, farklı kitleler için içeriği yeniden kullanma.

-Haber Dağıtım: Kişiselleştirme, pazarlama, kitleleri bulma, kullanıcı davranışını anlama, para kazanma/abonelikler.

Kullanım biçimlerinden hareketle YZ teknolojilerinin gazetecilik mesleğinin her alanında var olduğu görülmektedir. Teknolojik ilerleyişe paralel olarak bu varoluş daha geniş ve yoğun bir biçimde devam edeceği öngörülebilmektedir. YZ ve gazetecilik ilişkisine yönelik, yukarıda kısaca özetlenen, olumlu yaklaşımlara göre bu işleyiş biçiminin, YZ'nin haber odalarının farklı bölümlerini bir araya getirdiği ve daha bütüncül bir haber odası oluşmasına katkı sağladığı şeklinde yorumlanmaktadır. (Beckett, 2019, s. 20). Ek olarak, 2012-2021 yılları arasını kapsayan küresel ölçekli bir araştırmanın sonuçlarına göre ise haber kuruluşları YZ teknolojilerini hangi amaçlarla kullandıkları sorusuna; yüzde 48 ile “habercilik becerilerini artırma”, yüzde 27 ile “maliyetleri düşürmek”, yüzde 12 ile “gelir optimizasyonu”, yüzde 5 işe “müşteri ilişkileri”, yüzde 5 ile “özeleştirir” ve yüzde 3 ile “haber yazma” olarak cevaplamışlardır (Wiik, 2023, s. 98).

Ancak ortaya çıkan veya çıkması muhtemel olumsuz durumlar ve riskler de mevcuttur. Geçmişten bu yana sürdürülen tartışmaların odağında YZ teknolojilerinin olası zararlarının ortadan kaldırılmasına yönelik girişimler de yer almaktadır. Ancak bu zararlı etkilerin sürdüğü görülmektedir. “İnsanların emri veya iradesi altında, YZ insanların niyetlerine bağlı olan makine güdümlü eylemlerden oluştuğu için, birçok şekilde bilinçli olarak kötüye kullanılabilir” (Biswal, 2023, s. 72). Ayrıca YZ gazetecilik etiği bağlamında da tartışılmaktadır (Dörr & Hollnbuchner, 2016).

Bu çalışmada gazetecilik bağlamında yürütülen YZ tartışmaları genel olarak dört başlık altında toplanmıştır. Çalışmanın devamında öncelikle içeriğe yönelik tartışmalara değinilecektir. Gazetecilik mesleğinin kritik unsurlarından olan güvenilirlik bu tartışma başlıklarından ilkidir. YZ ile üretilen içeriklerde kimin sorumlu tutulacağı ise işin bir diğer boyutudur. Ayrıca dezenformasyonu oldukça kolay ancak bir o kadar kompleks bir hale getiren YZ uygulamalarının gazetecilere yeni sorumluluklar yüklemesi de tartışmalar arasındadır. Gazetecilerin iş koşulları, işlerini kaybetme riskleri, gazeteci kimliği ve emeği de YZ bağlamında tartışılan başlıklar arasındadır. Algoritmalar ise uzunca bir süredir haber üretimi ve tüketimi boyutlarıyla ve etkileriyle tartışılmaktadır. YZ sistemleri gelişmeye devam ettikçe çok daha etkili algoritmalar üretilmeye devam edecek gibi görünmektedir. Son olarak ise büyük veri ve makine öğrenmesi bağlamında gazetecilik değerleri üzerinde yürütülen tartışmalara değinilmiştir.

1.1. Dezenformasyon, Güvenilirlik ve Gazeteci Sorumluluğu

Dezenformasyon son yılların önemli sorunlarından biridir. Geçmişten bu yana bir problem olmakla birlikte dijital iletişim teknolojileriyle, etkisi ve büyüklüğü oldukça artan bu sorunun birçok biçimi vardır (Biswal, 2023, s. 71). Gazeteciler açısından dezenformasyon hem kendileri hem de okurları adına mücadele etmek zorunda oldukları bir sorundur. Bu durum gazetecilere kamuoyu adına bir teyit etme görevi de yüklemektedir. Ancak dijital teknolojilerin ve nihayetinde YZ teknolojilerinin gelişimi dezenformasyonu da daha kompleks ve kolay uygulanır bir hale getirmiştir (Mahendra, 2023). Kısa bir süre önce Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın sesini YZ teknolojisi ile (Deepfake) taklit eden bir kişinin insanları dolandırmaya çalıştığı haberi gündeme düşmüştür ([http-2](#)). Aynı şekilde Amerika Birleşik Devletleri eski başkanı Donald Trump'a ait deepfake ile üretilmiş tutuklanma görüntüleri sosyal medyada büyük etki yaratmıştır ([http-3](#)). Buna benzer birçok örnek vermek mümkündür. Deepfake içerikler çok kolay bir biçimde viral olabilmekte, kısa süre içinde çok geniş kitlelere yayılarak kitlesel paniğe neden olabilmekte ve oldukça ciddi zararlar verebilmektedir (Biswal, 2023, s. 75).

Deepfake olarak adlandırılan görüntünün taklit edilmesi uygulamaları, sesin hatta üslubun taklit edilebilmesi yakın bir gelecekte gerçek ve sahte bilgi arasındaki muğlaklığı daha da derinleştirecektir. Deepfake teknolojisi, YZ kullanılarak oluşturulmuş ses ve video dosyalarını tanımlayan bir terimdir ([http-5](#)). Deepfake'lerin çoğalması, izleyicilerin gerçek içerik ile manipüle edilmiş içerik arasında ayrım yapmasını giderek zorlaştırabilir ve potansiyel olarak yanlış bilgilerin ve dezenformasyonların yayılmasına yol açabilir. YZ sistemleriyle üretilen bu sahte içeriklerin kısa bir çabayla anlaşılabilmesi şu an için mümkündür. Hatta sahte içerikleri tespit etmekte kullanılan YZ uygulamaları da mevcuttur (Uzunoğlu, 2023). Ancak buradaki problem gazetecilerin bu sistemleri kullanma konusundaki bireysel yeterlilikleri ve kurumsal stratejileridir. Yakın gelecekte dezenformasyona karşı hazırlıklı olmayan haber kuruluşlarının sıklıkla yanıltıcı haber yayınlaması, güvenilirlik ve itibar kaybetmesi oldukça olası görünmektedir.

Güvenilirlik gazetecilik konusunda oldukça hassas noktalardan bir tanesidir. Dünya genelinde gazeteciliğe olan güven genel olarak düşüş göstermektedir. Bu güven kaybının dijital iletişim ortamlarında yayılan sahte haberlerle ilişki olduğuna dair bulgular mevcuttur (Park vd., 2020). Bir araştırmaya göre ise YZ teknolojileri ile üretilen haberlere

yönelik güvenilirlik algısının, kişisel deneyime göre değiştiği ortaya konmaktadır (Hofeditz vd., 2021). YZ teknolojilerinin güvenilirliği şüpheli olduğu için, özellikle gazetecilik gibi güvenilirliğin kritik olduğu alanlarda bu tartışmalar daha önemli bir hal almaktadır. Shin algoritmik gazeteciliği, gazeteciliğin adalet ve hesap verebilirlik işlevlerini sürdürmek için süreç, veri ve bilginin algoritmalarla bütünleştirilmesi olarak tanımlamıştır (Shin, 2023, s. 153). Bu süreç şeffaflık içinde yürütüldüğü takdirde gazetecilik için yaratacağı riskler ortadan kaldırılabilecektir.

Gazeteciler meslek ilkeleri, saygınlık, güvenilirlik veya hukuki anlamda yaptıkları işin sorumluluğunu da taşımaktadırlar. Yapılan yanlışlardan ya da uygun olmayan her tür davranıştan mesleki anlamda etkilenmektedirler. Kısaca işlerine karşı sorumlulukları vardır. Bu bağlamda YZ'nin ürettiği haber içeriklerinden kim sorumlu tutulacaktır? sorusu akla gelmektedir. Bugün en sık kullanılan YZ hizmetlerinden bir tanesi otomatik çeviri uygulamalarıdır. YZ'nin dil öğrenme ve işleme becerileri geliştikçe çeviri uygulamalarının kullanımı da artmaktadır. Ancak mevcut uygulamalara bakıldığında hala basit çeviri hatalarının yapılabildiği de görülmektedir. Bir haberde kullanılan çeviri programının yaptığı hatadan kim sorumlu olacaktır? Gazetecilik toplumsal etkileri yüksek olan bir meslektir. Kültürel bağlamdan habersiz bir YZ uygulamasının yaptığı çeviri hatalarının büyük sorunlar açma olasılığı bulunmaktadır (Uzunoğlu, 2023).

Bir diğer sorun ise yalan haberdur. Yalan haber dijital iletişim teknolojilerinin gelişimi ve yaygınlaşmasına paralel olarak artmakta olan bir sorundur. Daha önce YZ teknolojilerinin dil öğrenme becerilerinin gelişi için internet kaynaklarından yararlandığından bahsedilmişti. İnternet önemli bir bilgi kaynağı olduğu kadar, doğru olmayan, çarpıtılmış bilgilerin de yoğun olarak bulunduğu bir mecradır. YZ doğru bilgi kaynaklarında olduğu kadar, yanlış bilgidir de beslenerek içerik üretebilecektir. Bunun birçok örneği de yaşanmıştır. Yalan haber gazetecilik için bir risk unsuru olarak görünmektedir ancak yalan haberle mücadelede gazetecilerin alacağı pozisyon, doğruluğun teminatı ve yüksek güvenilirlik algısına dönüşebilecektir (Lopez, Ceide , & Alvarez, 2021, s. 189).

1.1. Yapay Zekâ ve Gazetecilik Emeği

Yapay zekâyâ ilişkin tartışmalardan medyaya da en çok yansıyanı “yapay zeka mesleğinizi elinizden alacak mı?” sorusu etrafında şekillenen popüler tartışmalar olmuştur. Bu soru gazeteciler ve gazetecilik için de oldukça geçerli bir sorudur. Uzmanlara göre YZ’nin en çok etkileyeceği meslekler içinde yayıncılık ve gazetecilik de yer almaktadır (Üren, 2023). Bu nedenle YZ ve gazetecilik arasındaki ilişki oldukça geniş kapsamlı değişimlere ve yapısal dönüşümlere gebe bir ilişki olarak belirmektedir.

Bilgisayarlar ve çeşitli yazılımlar bir süredir gazetecilerin işlerini kolaylaştırmaktadır. Ancak yakın bir geçmişe kadar bu ilişkide, gazetecilerin baskın olduğu bir yapı söz konusuydu. Veriden haber üreten otomatik sistemlerin devreye girmesiyle en azından bazı haber türlerinde “robot gazeteciler” insan desteğine ihtiyaç duymadan haber üretmeye başlamıştır. Bu da birçok meslekte olduğu gibi gazetecilerde de işlerini kaybetme endişesine neden olmuştur. Yapay zekâ teknolojilerinin gazetecilerin işlerini ellerinden alacağına dair görüşleri yanılığ olarak niteleyenler vardır. Haber odalarındaki otomasyonun ve algoritmaların gazetecilerin yerini almasının çok olası olmadığı, hatta bu teknolojilerin iş akışlarını ve haberciliği destekleyen verimli ve etkili sistemler tasarlamak için kullanıldığı ifade edilmektedir. Gazetecilerin işlerinin kaybetmelerinden öte bazı iş tanımlarının değişebileceği ifade edilmektedir. Ayrıca YZ ile birlikte gazeteciler için yeni roller ve görevler de tanımlanacaktır (Zarouali, Helberger, & Vreese, 2021, s. 136).

Medya şirketleri açısından YZ sistemlerinin en çekici kısmı sağladığı ekonomik yararlarıdır. YZ sistemleri insan gazetecilere göre çok daha büyük ölçekte ve dolayısıyla daha düşük maliyetle haber üretebilmektedir (van Dalen, 2012, s. 649). Bu da kapitalist ekonomik düzenin ve kar maksimizasyonunun egemen olduğu medya kuruluşlarında çalışan gazeteciler için bir risk faktörü olarak değerlendirilebilir. YZ’nin rutin ve insanlar için zaman alıcı işleri üstlenmesi, insan gazetecilerin diğer işler için daha rekabetçi çalışma şartları oluşturması da mümkündür. Gazeteciler YZ sistemleri ile bir rekabete girmeyecek olsalar bile kendi içlerinde rekabetin artması olasıdır (van Dalen, 2012, s. 653). Bu durum gazetecilerin daha iyi gazeteciler olmak için kendilerini zorlayacakları şeklinde olumlu bir bakış açısıyla yorumlanabilecek olsa da gazeteciler için iş

güvencesini ve çalışma huzurunu olumsuz etkileyecek bir iş ortamı anlamına da gelebilecektir.

Bir diğer sorun ise YZ yazılımlarının çevrimiçi ortamlardan topladığı bilgilerin telif haklarıyla alakalıdır. YZ yazılımların internet kaynaklarından topladıkları bilgileri işleyerek içerik üretmektedirler. Ancak topladıkları bu bilgiler başkaları tarafından üretilmiş ve paylaşılmış bilgiler olduğu için ortaya sahiplik ve telif tartışmaları çıkmaktadır. Örneğin New York Times gazetesi, makine öğrenimi veya YZ sistemlerinin kendilerini eğitmek ve içerik üretmek amacıyla içeriğinin toplanmasını yasaklamak için hizmet şartlarını güncellediğini duyurmuştur. Buna benzer birçok girişim söz konusudur. Bunun yanında YZ şirketleri ve büyük içerik üreticisi ve dağıtıcısı olan kurumlar arasında anlaşmalar da imzalanmaktadır. 3 milyarın üzerinde web sitesinden oluşan bir veri tabanına sahip olan CommonCrawl adlı tarayıcının YZ eğitimi için OpenAI, Meta ve Google gibi büyük şirketlerle yaptığı anlaşma ya da OpenAI ve The Associated Press arasında lisans anlaşması sağlamak üzere yürütülen görüşmeler buna örnek olarak gösterilebilir (Ostwal, 2023).

Bazı büyük teknoloji şirketleri bir yönleriyle gazetecilerin de rakibi konumundadır. Gazetecilik faaliyetleri ile reklam geliri sıralamasında Google en üst sıralarda yer almaktadır. Asıl işi gazetecilik olmayan teknoloji şirketlerinin haber gösteriminden edindikleri kar gazetecilik için gelir kaybı anlamında gelmektedir. Kanada’da çıkarılan C-18 kodlu, sosyal medya şirketlerinin kullanıcılara sundukları haber linkleri nedeniyle haber kuruluşlarına para ödemelerini gerekli kılan bir yasa nedeniyle, teknoloji şirketi Meta, Kanadalı kullanıcılara haber göstermeyi kestiğini duyurmuştur ([http-4](http://4)). Kanada’da meydana gelen orman yangınları esnasında kesilen haber akışı nedeniyle şirketler ve Kanada hükümeti arasında bir kriz yaşanmıştır. İlişkinin diğer tarafına bakıldığında haber kuruluşları teknoloji şirketlerinin sağladığı altyapıyı uzunca bir süredir kullanmaktadır. Bazı teknoloji şirketleri ayrıca gazetecilik üretimini finanse etmekte ve haber merkezlerini ya da gazetecilik eğitimini ve inovasyonu desteklemektedir. Aynı şirketler YZ teknolojileri için de ciddi yatırımlar yapmaktadırlar. Sonuçta gazeteci emeği ve teknoloji şirketleri arasındaki ikircikli ilişki, reklam gelirlerinden pay almak için verilen mücadeleden etkilenmektedir (Beckett, 2019, s. 64).

Gazetecilik yalnızca haber toplamak ve yazmaktan ibaret değildir. Muhabirlerinden olay yerinden anlık haber aktarmaları ya da stüdyoda günlük gelişmeleri aktarmaları da bir gazetecilik pratiğidir. Ekran başında geniş kitlelere hitap eden bu kişiler için dili doğru kullanmak, fiziksel görünüm, üslup, sunum becerisi gibi faktörler oldukça önemlidir. YZ ile geliştirilmiş sanal gazeteciler artık bu işlevleri de yerine getirmeye başlamıştır. Hasta olmayan, takılmayan, heyecan ya da benzeri fiziksel ve psikolojik faktörlerden etkilenmeden, akıcı ve doğru konuşan sanal gazeteciler gerçek gazetecilere göre çok daha düşük maliyetli ve etkili görülmektedir. Dünya genelinde birçok yayın kuruluşunun bu sanal gazetecilere yöneldiği veya kısa bir süre içinde yöneleceği öngörülmektedir (Newman, 2023, s. 38).

1.3. Algoritmalar ve Hedefli Haber Tüketimi

Haber tüketim alışkanlıkları içinde giderek daha büyük bir belirleyici olan “yönlendirici algoritmalar” bir süredir çeşitli boyutlarıyla akademik çalışmaların odağındadır (Dahlgren, 2022). Haber akışını kullanıcıların ilgi alanlarına, çevrimiçi ortamdaki etkinliklerine ve tercihlerine göre kişiselleştirildiği YZ destekli algoritmalara yönelik tartışmaların bir tarafında, yoğun bilgi ve haber akışının olduğu çevrimiçi ortamlarda, kullanıcıların enformasyon yüküne maruz kalmaması için algoritmaların gerekli olduğunu savunanlar, diğer tarafında ise bu algoritmaların (filtre baloncukları) şeffaf olmadığı ve kullanıcıları bir yankı odasına hapsettiğini ifade edenler bulunmaktadır (Pariser, 2011). Haber üretim süreçleri açısından algoritmik gazetecilik ise; “özel veya kamuya açık veri tabanlarından elektronik verilerin seçilmesi (girdi), veri özelliklerinin uygunluğunun belirlenmesi, ilgili veri setlerinin işlenmesi ve anlamsal bir yapıya kavuşturulması (çıkıtı) ve nihai metnin belirli bir erişime sahip çevrimiçi veya çevrimdışı bir platformda yayınlanması yoluyla yarı otomatikleştirilmiş doğal dil oluşturma süreci” şeklinde tanımlanmaktadır (Dörr, 2016, s. 702).

Algoritmik gazeteciliğin en yaygın işlevi haberlerin hedefe uygun olarak kişiselleştirilmesidir. Haberlerin kişiselleştirilmesi, son yıllarda haber yayıncıları tarafından giderek daha çok uygulanan bir strateji haline gelmiştir. Bu stratejinin temel beklentisi kullanıcılar hakkında veri toplamak ve beklentilerine göre içerik oluşturmak şeklinde ifade edilmektedir. Kullanıcılar haber sitelerine girdiklerinde haber metninde, gazetenin ana sayfasında, haberin manşetinde veya haber bölümlerinde kişiselleştirilmiş

öneriler veya anlık uyarı bildirimleri almaktadır. YZ'nin bu tür haber sunumları için kullanılmasının, okuyucu sadakatini arttırdığı da ifade edilmektedir. Ayrıca toplanan bu veriler üçüncül bilgi sağlayıcılara olan bağımlılığı da azalttığı ifade edilmektedir (Tejedor & Vila, 2021, s. 832).

Hedefli haber tüketiminin bir diğer önemi “dikkat ekonomisi” olarak adlandırılan internet ortamlarının rekabetçi yapısı içinde, okuyucuların dikkatlerini sürekli çekebilmek ve reklam gelirlerinden pay alabilmek için gerekli görülüyor olmasıdır (Nixon, 2020). Haber kuruluşlarının gelirlerini artırabilmek için internet reklam gelirlerini de artırmaları bir zorunluluğa dönüşmüştür. Kullanıcı bağlılığı yaratmak ve kullanıcıları elde tutmak rekabetin yoğun olduğu internet gazeteciliğinde oldukça belirleyicidir. Bu nedenle haber kuruluşları "trafiği, müşteri sadakatini ve sitede harcanan zamanı artırmak için oyunlaştırma, algoritmik ve otomatik öneriler ve kişiselleştirilmiş kullanıcı deneyimleri” kullanmaktadır (Ytre-Arne & Moe, 2021, s. 1742). Ancak bu kullanım biçimleri tık tuzağı, sonsuz kaydırma, reklam-haber, galeri haber gibi okuyucuları gazeteye çekme ve mümkün olduğunca orada tutmaya yönelik ancak gazetecilik etiği ile bağdaşmayacak uygulamalara yönlendirmektedir (Yıldızgörür, 2023, s. 279).

Hedefli haber tüketimi, kullanıcıların ilgi alanlarına göre özelleştirilmiş içeriklerle karşılaşmasını sağlayarak, kullanıcı katılımını ve memnuniyetini artırma potansiyeline sahiptir. Ancak bu durum, kullanıcıların yalnızca mevcut inanç ve ilgi alanlarıyla uyumlu içeriğe maruz kaldığı filtre baloncukları ve yankı odalarının oluşmasına neden olabilmektedir (Frackiewicz, 2023). Filtre baloncukları, kullanıcılara sadece belirli bir görüş açısını yansıtan içerikler sunarak, farklı görüşlere maruz kalmalarını engelleyen algoritmalarlardır. Bu durum, kullanıcıların farklı bakış açılarını anlamalarını ve toplumsal konular hakkında daha geniş bir perspektif kazanmalarını engelleyebilmektedir. Bunun bir diğer olumsuz etkisi, toplumun kutuplaşmasına neden olabilmesi ve maruz kalan bireylerin dar bir dünya anlayışına sahip olmalarına neden olabilmesidir. Yankı odaları ise, kullanıcıların belirli bir görüşe sahip insanlarla etkileşimde bulunarak, kendi görüşlerini güçlendirmelerine neden olmaktadır. Bu durum, toplumsal kutuplaşmayı artırabilmekte ve farklı görüşlere sahip insanlar arasındaki diyalogu zorlaştırabilmektedir (Arguedas vd., s. 11). Bu nedenle, hedefli haber tüketimi uygulamalarının kullanımı

sırasında, farklı bakış açılarına maruz kalmak için çaba göstermek önemlidir. Farklı kaynaklardan haberler okumak ve farklı görüşlere sahip insanlarla etkileşimde bulunmak, toplumsal konular hakkında daha geniş bir perspektif kazanılmasını sağlayabilmektedir. Gazetecilerin okuyuculara, bilgiye ilişkin farklı perspektifler sunma sorumluluğu YZ ile artacak gibi görünmektedir.

Algoritmalar ve algoritmaların medya üretimlerinde kullanımı kullanıcılar açısından da bilinmez ve karmaşık bir durum olarak belirmektedir. Birçok kişinin algoritmaların işleyişine dair bilgisi bulunmamakta ya da yanlış bilgilere sahip olduğu görülmektedir (Zarouali, Helberger, & Vreese, 2021). Gazetecilerin algoritmaların habercilik alanında işleyişine ilişkin şeffaflık, tarafsızlık, nesnellik gibi ilkelere sahip olması ve bunu okuyucularına ilan etmeleri gazetecilik etiği açısından önemlidir.

Gazetecilik için tartışmalı noktalardan bir diğeri de mevcut durumda YZ teknolojilerinin geleceğini belirleyen büyük şirketlerdir. Amerika Birleşik Devletleri'nde bulunan Google, Amazon, Apple, IBM, Microsoft veya Çinli Alibaba ve Tencent gibi dev şirketler YZ teknolojilerinin araştırılması, geliştirilmesi, finansmanı, ürüne dönüştürülmesi gibi süreçlerde temel belirleyici konumundadırlar. Haber kuruluşları da bu şirketlerin ürettiği teknolojilere bağımlı durumdadır (2019 Trend Report For Journalism, Media & Technology). Diğer taraftan bu teknolojilere erişimi olmayan gazeteciler ve haber kuruluşları ile bu teknolojilerden yararlanabilenler arasında oluşacak dijital açık, küresel ve yerel düzeyde haber akışının adillliğini ve tarafsızlığını da sorgulanabilir bir hale getirecektir.

1.4. Büyük Veri, Makine öğrenmesi ve Tarafılık

Büyük veri kavramı ve yapay zekâ doğrudan ilişkilidir. Her gün milyarlarca insan aktif ya da pasif biçimlerde veri üretmeye devam etmektedir. Akıllı telefonlar, akıllı saatler, akıllı televizyonlar, sosyal medya paylaşımları, alışveriş ve harcama alışkanlıkları, arama motorları gibi gündelik olarak kullanılan araç ve uygulamalar aracılığı ile üretilen veri katlanarak artmaktadır. YZ bu verileri kazıyarak öğrenmekte ve gelişmektedir. Büyük verinin YZ tarafından işlenerek ticari, politik ya da başka amaçlarla insanları manipüle etmek için kullanılabilir olması da bir risk olarak değerlendirilmektedir.

Büyük verinin işlenmesine dair endişelerin temelinde bireysel ya da kolektif insan davranışlarının kodlarının bilimsel anlamda çözülebilir olması yatmaktadır. Bu durum YZ ve büyük veri ilişkisi bağlamında şu anlama gelmektedir; “İnsanlar hakkında yeterince veriye sahip olduğunda ve insan davranışına ilişkin bu bilgi makine öğrenimi ile bütünleştirildiğinde temel olarak insan davranışları tasvir edilebilmekte, taklit edilebilmekte, tahmin edilebilmekte ve kontrol edilebilmektedir” (Mahendra, 2023). YZ’nın sağladığı bu güç insanların politik tutumlarından, satın alma davranışlarına kadar birçok boyutta manipülasyon amaçlı olarak kullanılacaktır. Gazetecilik yıllardır süren güven kayıplarına karşın hala kitlelerin olan biten hakkında bilgilendirilmesi açısından en işlevsel araçlardan bir tanesidir. İnsanlar hala gazetelere ihtiyaç duymakta ve yönelmektedir. Bunun en net örneklerinden bir tanesi Covid-19 pandemisi sürecinde yaşanmıştır. Pandemi boyunca yaşanan bilgi kirliliği insanları geleneksel ve kurumsal haber kuruluşlarına yönlendirmiştir. YZ sistemleri, kurumsallaşmış bir güvenilirliği olan gazeteciliğin, bu güvenilirliği iyiden iyiye kaybetmesine neden olabilecek bir riskler barındırmaktadır.

Büyük veri gazetecilik açısından da önemli bir kavramdır. 1967 yılında Philip Meyer tarafından yapılan araştırmacı gazetecilik örneği, verinin araştırmacı gazetecilikte kullanımının ilk örneklerinden biridir. Haberleriyle Pulitzer ödülü alan Meyer bu haber yapma biçimine “hassas habercilik” adını vermiştir. Bilgisayarların gazetecilerin kullanımına girmesiyle hassas habercilik, bilgisayar destekli haberciğe dönüşmüştür. İnternetin ve dijital teknolojilerin dahil olmasıyla ise veri gazeteciliği şekillenmeye başlamıştır (Broussard, 2018, s. 45). Ancak bu teknolojik gelişim haber üretme sürecindeki “hassasiyet” üzerinde bir farklılığa neden olmamalıdır. Haber üretiminde YZ teknolojileri insan kontrolünde ve yardımcı bir unsur olarak kullanıldığı ölçüde gazeteciliğin doğasına ve temel ilkelerine zarar vermeden birlikte var olabileceği savunulmaktadır (Beckett, 2019, s. 63). YZ sistemleri söz konusu olduğunda bu hassas habercilik ve insan denetimi konularında endişeler yükselmektedir.

Eleştirilen odağında olan bir diğer konu taraflılık konusudur. YZ uygulamaları öğrenen uygulamalardır. Makine öğrenmesi büyük oranda internet kaynaklarından beslenmektedir. Bu da makinelerin insanlardan öğrendiği anlamına gelmektedir. İnsanlardan öğrenen makinelerin taraflı yargılar ve yorumlar üretmesine dair endişeler

birçok örnekle haklı çıkmıştır. Örneğin Microsoft tarafından insanlarla sohbet etmesi amacıyla üretilen bir bot kısa bir süre içinde ırkçı ifadeler sarf etmeye başlaması nedeniyle kapatılmıştır (http-1). Tarafılık konusundaki bir başka popüler örnek “makine yanlılığı” adıyla 2016 yılında raporlanmıştır. Bu olayda gazeteciler adli yargıda kullanılan bir algoritmanın Afrikalı Amerikalılara karşı ön yargılı davrandığını tespit etmişlerdir (Broussard, 2018, s. 44). YZ ve gazetecilik konusunda çalışmaları olan Nicholas Diakopoulos (Garces, 2019) verinin kalitesi ve tarafılığı konusunda gazetecilerin sorumluluğu olduğunu belirtmektedir;

“Bir diğer konu da yapay zekâ sistemlerine beslenen verilerin kalitesidir. Bir makine öğrenimi sistemi önyargılı verilerle beslenirse, sistemin bu önyargıları öğreneceği bilinmektedir. Gazetecilerin, YZ kullanımlarının kullandıkları veri kümelerinde mevcut olan önyargıları basitçe kopyalamaması için bu konuya son derece duyarlı olmaları gerekir. Verilerdeki önyargıların, bu veriler üzerinde eğitilmiş bir yapay zekâ modelini kullanmaları üzerindeki potansiyel etkisinin farkında olmalıdırlar.”

Gazetecilerin algoritmalar ve YZ konusunda eğitilmiş olmaları önemlidir. Algoritmalar çeşitli biçimlerde yanlılıklara sahiptir. Bu yanlılıklar bir anlamda YZ'nın doğasından kaynaklanmaktadır (Gills, 2023). İnsan gazetecilerin ve kurumsal olarak gazetelerin de bazı yanlılıkları olabilmektedir. Burada hassas nokta yanlılıkların bağlamı ve gazetecilerin farkındalık düzeyidir. Cinsiyet, ırk, din ayrımı gibi yanlılıkların habere dahil olmasının ciddi ahlaki ve toplumsal sonuçları olabilecektir. Gazetelerin YZ konusunda sistematik editöryal denetim mekanizmalarının olması tarafılık riskini en aza indirecektir (Beckett, 2019, s. 56). Algoritma yanlılığı yalnızca algoritmaların teknik ve yapısal bir sorunu olarak da görülmemelidir. Algoritmalar belli çıkarlar ve beklentiler doğrultusunda yanlı olmaya yöneltilebilir sistemler olarak görülmelidir. Bilgisayarların insanlardan daha güvenilir, adil veya nesnel olduğuna dair bir inanca sahip olmak algoritmaların insanlara zarar verebileceği gerçeğinin görülmesini engelleyen bir ön yargıya dönüşmemelidir. Algoritmaları, onları üreten şirketleri veya insanları sorgulamak bu anlamda önemlidir (Broussard, 2018, s. 44).

SONUÇ

Dünyanın önde gelen gazeteleri yapay zekanın habercilik alanında kullanımına yönelik çerçevelerini belirlemeye başladığı görülmektedir. Örneğin The Guardian gazetesi kısa bir süre önce bünyesinde yer alan çalışanlardan oluşan geniş kapsamlı bir

ekibin çalışmaları sonucu YZ prensiplerini içeren taslak bir çalışma yapmıştır (Viner & Bateson, 2023). Taslak öncelikle YZ teknolojilerinin henüz gazetecilik için yeterince güvenli olmadığını ve bu nedenle insan denetiminde kullanılacağını ifade etmektedir. Ayrıca yapay zekanın öğrenme biçimlerinden kaynaklı risklere de gönderme yapılmaktadır. Gazete yapay zekayı kullanma amaçlarını ise gazetecilerin büyük veri kümelerini sorgulamalarına yardımcı olmak, düzeltmeler veya öneriler yoluyla meslektaşlarına yardımcı olmak, pazarlama kampanyaları için fikirler oluşturmak veya zaman alıcı iş süreçlerinin bürokrasisini azaltmak gibi durumlarla sınırlandıracağını ifade etmektedir. Bu beyan ise YZ teknolojilerinin gazetecilik alanında kullanımına yönelik iyimser yaklaşımları destekleyen ve hala gazetecilik işinde insan emeğinin ön planda tutulacağını bir ifadesi olarak okunabilir. Gazetenin, YZ tarafından işlenecek bilginin kaynağına yönelik tutumu da etik bağlamda önemli tartışma başlıklarından biri olan “içeriğin sahibi kim olacak?” sorusuna yanıt niteliği taşımaktadır. Gazete habere kaynaklık edecek bilginin toplanmasında kullanılacak araçların seçiminde şeffaflık, izin verme, adil ödüllendirme gibi prensiplere ne ölçüde dikkat edildiğini takip edeceklerini de ifade etmektedir.

YZ konusundaki endişelere karşı, bu teknolojilerin olduğundan daha güçlü gösterildiğine dair argümanlar da ileri sürülmektedir (Broussard, 2018). Bu endişelerin temelinde sıklıkla düşülen bazı hatalar bulunmaktadır. Bunlardan ilki yapay zekaya olduğundan daha yüksek bir bağımsızlık atfetmektir. YZ insan gözetiminde ve kontrolünde olan bir teknolojidir. Şeffaf ve denetime tabi bir biçimde kullanıldığında oldukça yararlı bir teknoloji olma potansiyeline sahiptir. Diğer bir hata YZ'nin temsiliyle ilgilidir. Bu sistemler büyük oranda yazılımsal sistemler olmasına rağmen insansı robotlar şeklinde betimlenmektedir. Bu da YZ teknolojilerine yönelik mevcut korkuları besleyebilmektedir. Bu korkuları da besleyen bir diğer hata ise YZ ile insan zekasının işleyiş biçimlerini karşılaştırmaktır. Derin öğrenme, dil öğrenimi gibi alanlardaki gelişmelere karşın YZ'nin insan bilincine sahip olması bir bilim kurgu mitinden ibarettir. Aynı şekilde insan becerileriyle yapılan karşılaştırmalar da YZ sistemlerine sahip olduğundan daha büyük bir güç atfetme anlamına gelecektir. Bu sistemlere sahip olduklarından fazla güç atfetmek sınırları ve yararları konusunda yanlış izlenim oluşturacaktır. YZ'nin gelecekte yapabileceklerine dair yapılan spekülasyonlar da aynı

şekilde yanlış izlenimin yayılmasına neden olmaktadır (Kapoor & Narayanan, 2023, s. 109).

Yapay zekâ geniş ve karmaşık bir teknoloji ağı olarak zaman zaman yanlış tanımlanmakta ve tanıtılmaktadır. Bu teknolojilerin hayatın birçok alanına girmesi ve bu alanları dönüştürmesi kaçınılmazdır. Gazetecilik de buna dahildir. Bu nedenle teknolojinin doğru tanımlanması ve doğru yansıtılması önemlidir. Özellikle gazetecilik eğitimi veren kurumların bu değişimi eğitimlerinin bir parçasına dönüştürmeleri gerekmektedir. Ancak böyle bir eğitim sürecinden sonra gazeteciler YZ'nın ortaya çıkarabileceği sorunlara karşı farkındalık kazanabilir ve sorunlarla baş edebilir hale gelecektir. Ayrıca haber kuruluşlarının çalışanlarına yönelik eğitimlerle en azından temel düzeyde YZ okuryazarlığı edindirmeleri önemlidir. Her teknoloji avantajları kadar dezavantajları ile de gelmektedir. Büyük çaplı dönüşümlere neden olan teknolojilerin sorun yaratmaması mümkün değildir. Bu sorunların farkında olmak ve bu farkındalık çerçevesinde hazırlıklı olmak sorunların etkisini minimuma indirecektir. Gazeteciler YZ teknolojilerini yalnızca teknolojik yönüyle değil toplumsal etkileriyle de düşünmelidir. Son olarak YZ teknolojilerinin gazeteciliğin bir parçasıdır. İlerleyen yıllarda daha geniş kapsamlı roller üstleneceği görülmektedir. Bu nedenle YZ teknolojileri, gazetecilik eğitiminin bir parçası haline getirilmelidir.

KAYNAKÇA

- Arguedas, R., Robertson, C., Fletcher, C., & Nielsen, R. (tarih yok). *Echo chambers, filter bubbles, and polarisation: a literature review*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Beckett, C. (2019). *New Powers, New Responsibilities: A Global Survey of Journalism and Artificial Intelligence*. London: London School of Economics.
- Biswal, K. S. (2023). Reporting on Malicious Uses of AI Technologies. M. Jaakkola içinde, *A Handbook for Journalism Educators Reporting on Artificial Intelligence* (s. 69-80). Unesco.
- Broussard, M. (2018). *Artificial unintelligence: How computers misunderstand the world*. London: The MIT Press.
- Dörr, K. N., & Hollnbuchner, K. (2016). Ethical Challenges of Algorithmic Journalism. *Digital Journalism*, 5(4), 404-419.
- Dörr, N. K. (2016). Mapping the field of Algorithmic Journalism. *Digital Journalism*, 4(6), 700-722.
- Dahlgren, P. M. (2022). A critical review of filter bubbles and a comparison with selective exposure. *Nordicom Review*, 42(1), 15-33.
- Frackiewicz, M. (2023, 6 21). *The Impact of AI on Journalism and Media Ethics*. TS2: <https://ts2.space/en/the-impact-of-ai-on-journalism-and-media-ethics/> adresinden alındı
- Garces, B. G. (2019, 09 08). *The use of AI in data journalism : what are the ethical implications* ? European Science-Media Hub: <https://sciencemediahub.eu/2019/10/08/the-use-of-ai-in-data-journalism-what-are-the-ethical-implications/> adresinden alındı
- Gills, A. S. (2023, 06). *Machine learning bias (AI bias)*. Techtargat: <https://www.techtargat.com/searchenterpriseai/definition/machine-learning-bias-algorithm-bias-or-AI-bias> adresinden alındı

- Guzman, A. L., & Lewis, S. C. (2020). Artificial intelligence and communication: A Human– Machine Communication research agenda. *new media & society*, 22(1), 70– 86.
- http-1. (2023, 07). *Tay (chatbot)*. Wikipedia: [https://en.wikipedia.org/wiki/Tay_\(chatbot\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Tay_(chatbot)) adresinden alındı
- http-2. (2023, 08 18). *Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın sesini taklit ederek dolandırıcılık yapan kişi tutuklandı.* Anadolu Ajansı: <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/cumhurbaskani-erdoganin-sesini-taklit-ederek-dolandiricilik-yapan-kisi-tutuklandi/2971137> adresinden alındı
- http-3. (2023, 03 24). *Fake Trump arrest photos: How to spot an AI-generated image.* BBC News: <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-65069316> adresinden alındı
- http-4. (2023, 06 23). *Meta, Kanada'da Instagram ve Facebook'taki haberlere erişimi sonlandırarak.* Ntv: https://www.ntv.com.tr/teknoloji/meta-kanadada-instagram-ve-facebooktaki-haberlere-erisimi-sonlandiracak,IXuOwunLmEijJk78W_ip5g adresinden alındı
- http-5. (2023, 05 02). *Deepfake nedir ve nasıl tespit edilir?* DW: <https://www.dw.com/tr/deepfake-nedir-ve-nasil-tespit-edilir/a-60439242> adresinden alındı
- Üren, Ç. (2023, 07 17). *Yapay zeka işinizi ne zaman elinizden alacak: 10 sektörden tahminler.* Independent Türkçe: <https://www.indytrk.com/node/646156/bi%CC%87li%CC%87m/yapay-zeka-i%C5%9Finizi-ne-zaman-elinizden-alacak-10-sekt%C3%B6rden-tahminler> adresinden alındı
- Kapoor, S., & Narayanan, A. (2023). *A Handbook for Journalism Educators Reporting on Artificial Intelligence.* Unesco.
- Lemeshtrich Latar, N. (2015). The robot journalist in the age of social physics: The end of human journalism? G. Einav içinde, *The New World of Transitioned Media* (s. 65-80). Heidelberg: Springer International Publishing.

- Lopez, M. T., Ceide , C. F., & Alvarez, M. (2021). Impact of Artificial Intelligence on Journalism: transformations in the company, products, contents and professional profile. *Communication & society*, 34(1), 177-193.
- Mahendra, S. (2023, 06 04). *Artificial Intelligence and disinformation*. Artificial Intelligence +: <https://www.aiplusinfo.com/blog/artificial-intelligence-and-disinformation/> adresinden alındı
- Naoaín, A. S. (2022). Addressing the Impact of Artificial Intelligence on Journalism: the perception of experts, journalists and academics. *Communication & Society*, 35(3), 105-121.
- Newman, N. (2023). *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2023*. London: Reuters Institute.
- Nixon, B. (2020). The business of news in the attention economy: Audience labor and MediaNews Group's efforts to capitalize on news consumption. *Journalism*, 21(1), 73-94.
- Ostwal, T. (2023, 08 10). *The New York Times Updates Terms of Service to Prevent AI Scraping Its Content*. Adweek: <https://www.adweek.com/media/the-new-york-times-updates-terms-of-service-to-prevent-ai-scraping-its-content/> adresinden alındı
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the internet is hiding from you*. NewYork: Penguin Press.
- Pawlik, J. (2000). The impact of technology on journalism. *Journalism Studies*, 1(2), 229-237.
- Shin, D. D. (2023). *Algorithms, Humans, and Interactions*. Routledge.
- Soyadı, A. (2020, Temmuz). Çalışma Başlığı. *Selçuk İletişim*, 13(2), 1-12.
- Tejedor, S., & Vila, P. (2021). Exo Journalism: A Conceptual Approach to a Hybrid Formula between Journalism and Artificial Intelligence. *Journalism and media*, 2(4), 830-840.

- Uzunoğlu, S. (2023, 08 14). *NewsLab Turkey*. Videolardaki dezenformasyon ile mücadelede kullanabileceğiniz yapay zekâ araçları nelerdir?: <https://www.newslabturkey.org/2023/08/14/videolardaki-dezenformasyon-ile-mucadelede-kullanabileceginiz-yapay-zeka-araclari-nelerdir/> adresinden alındı
- Uzunoğlu, S. (2023, 08 28). *Yapay zekâ ile çeviri gazetecileri nasıl etkileyecek?* NewsLab Turkey: <https://www.newslabturkey.org/2023/08/28/yapay-zeka-ile-ceviri-gazetecileri-nasil-etkileyecek/> adresinden alındı
- 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.
- Wiik, j. (2023). Artificial Intelligence in Journalism and Journalistic Practice Summary. M. Jaakkola içinde, *A Handbook for Journalism Educators Reporting on Artificial Intelligence* (s. 94-106). Unesco.
- Yıldızgörür, M. R. (2023). "Ne Önemi Var?" Okuyucuların Haberdan Kaçınma Davranışları Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Etkileşim*, 11(2), 266-290.
- Ytre-Arne, B., & Moe, H. (2021). Doomscrolling, Monitoring and Avoiding: News Use in COVID-19 Pandemic Lockdown. *Journalism Studies*, 22(13), 1739-1755.
- Zarouali, B., Helberger, N., & Vreese, C. H. (2021). Investigating algorithmic misconceptions in a media context: Source of a new digital divide? *Media and Communication*, 9(4), 134-144.

EXTENDED ABSTRACT

One of the most controversial and popular developments of recent years is artificial intelligence (AI) technologies. Journalism, like many other sectors, has come under the influence of AI and started to transform. These technologies, which are expected to play a much more active role in the field of journalism in the future, offer opportunities and conveniences for the journalism profession, as well as controversial aspects and risks. This study will present a general framework for the use of artificial intelligence technologies in the field of journalism, the concerns of journalists, the problems that may arise in journalistic practices and ethical debates. The study is considered important for journalism academics and journalists as it opens up the main problems and risks of AI technologies for discussion.

The most common use of artificial intelligence in journalism is automatic news production from structured data sets. It can transform the data it collects into informative news texts in a very short time, especially on topics such as sports matches, weather, natural disasters such as earthquakes, stock market or economy. This allows for faster processing and dissemination of information and allows journalists to focus on more complex stories that require in-depth analysis and human insight.

In this study, the AI debates carried out in the context of journalism are generally categorized under four headings. In the rest of the study, first of all, discussions on content will be addressed. Credibility, which is one of the critical elements of the journalism profession, is the first of these discussion topics. Who will be held responsible for the content produced with AI is another dimension. In addition, it is also discussed that AI applications, which make disinformation quite easy but also complex, impose new responsibilities on journalists. The working conditions of journalists, the risks of losing their jobs, journalist identity and labor are among the topics discussed in the context of AI. Algorithms, on the other hand, have long been discussed in terms of their effects on news production and consumption. As AI systems continue to develop, it seems that much more effective algorithms will continue to be produced. Finally, discussions on the values of journalism in the context of big data and machine learning are discussed.

For journalists, disinformation is a problem they have to fight on behalf of themselves and their readers. This also imposes a duty of verification on journalists on behalf of the public. However, the development of digital technologies and eventually artificial intelligence technologies has made disinformation more complex and easier to implement. One of these complex technologies is called deepfake. Deepfake is the practice of imitating images, voice and even tone of voice, which in the near future will further deepen the ambiguity between real and fake information. Deepfake technology is a term that describes audio and video files created using AI.

Trustworthiness is one of the most sensitive issues in journalism. As trustworthiness of AI technologies is a question of trustworthiness, these debates become more important, especially in areas where trustworthiness is critical, such as journalism. Shin defines algorithmic journalism as the integration of process, data and information with algorithms to sustain the justice and accountability functions of journalism.

Computers and various software have been facilitating the work of journalists for some time. However, until recently, this relationship was dominated by journalists. With the introduction of automated systems that produce news from data, "robot journalists" have started to produce news without the need for human support, at least in some types of news. As in many professions, this has caused journalists to worry about losing their jobs. For media companies, the most attractive part of AI systems is the economic benefits they provide. This puts human journalists at an economic disadvantage.

Another problem is related to the copyrights of the information that AI software collects from online environments. They produce content by processing the information that AI software collects from internet sources. However, since the information they collect is produced and shared by others, ownership and copyright debates arise.

Journalism is not only about gathering and writing news. It is also a journalistic practice for reporters to convey instant news from the scene or to report daily developments in the studio. Factors such as correct use of language, physical appearance, style and presentation skills are very important for these people who address large audiences on the screen. Virtual journalists developed with AI have now started to fulfill these functions as well. Virtual journalists who do not get sick, do not stumble, are not

affected by excitement or similar physical and psychological factors, and speak fluently and accurately are seen as much more cost-effective and effective than real journalists.

One of the controversial points for journalism is the large corporations that currently determine the future of AI technologies. Giant companies such as Google, Amazon, Apple, IBM, Microsoft in the United States or Alibaba and Tencent in China are the main determinants of the research, development, financing and productization of AI technologies. News organizations are also dependent on the technologies produced by these companies.

It is inevitable that these technologies will enter and transform many areas of life. Journalism is no exception. Therefore, it is important to define and reflect technology correctly. Especially institutions that provide journalism education should make this change a part of their education. Only after such a training process, journalists will be able to gain awareness and cope with the problems that may arise from artificial intelligence. In addition, it is important for news organizations to provide at least a basic level of AI literacy through trainings for their employees.