

Yapay Zekâ ve Gazetecilik: Türk Medyasında ChatGPT Kullanımı

Artificial Intelligence and Journalism: The Use of ChatGPT in Turkish News Media

Ali Murat KIRIK¹ Oğuz GÖKSU² Ceren YEGEN³

Araştırma Makalesi | Research Article

Başvuru | Received: 17.04.2024 ■ Kabul | Accepted: 04.11.2024

ÖZ

Yapay zekâ, bir kavram olarak ilk tartışılmaya başladığı andan itibaren dikkatleri üzerine çeken bir sosyal olgu olmuştur. Makina öğrenmesinin insan yaşamını kolaylaştıracağı düşüncesi büyük heyecan uyandırmış ve yapay zekânın gündelik yaşam uygulamalarına eklenmesi, çeşitli beklentiler de oluşturmuştur. Yapay zekâ algoritmalarının birçok sektöre zaman ve iş yükü çerçevesinde avantajlar getireceği tartışılırken, medya kuruluşları da özellikle haber üretimi noktasında yapay zekâyı ilgi göstermektedir. Bu nedenle bu çalışmada, Türk haber medyasının yapay zekâ destekli haberciliğe ilişkin mevcut yönelimi, ChatGPT üzerinden ele alınmıştır. Bu şekilde, ilgili teknolojinin kabulüne ilişkin bir görünümün ortaya koyulması amaçlanmıştır, bu amaçla kamusal yayıncılık ve özel yayıncılık noktasında Türk haber medyasından meslek profesyonelleri ile yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiş ve bulgular tartışılmıştır. Netice itibarıyla görüşülen medya profesyonelleri, ChatGPT gibi dil temelli yapay zekâ araçlarının gazeteciliğe doğru şekilde eklendiği takdirde yararlı olacağını düşünmektedir. Diğer taraftan medya profesyonelleri, gazeteciliğin geleceği açısından yapay zekâ enstrümanlarının etik kodları ihmal edeceği, mesleğin niteliğini düşüreceği ve istihdam bakımından ciddi sorunlar oluşturacağı endişelerini taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zekâ, Gazetecilik, ChatGPT, Haber Medyası, Medya Profesyonelleri.

ABSTRACT

Artificial intelligence has been a social phenomenon that has attracted attention since the moment it was first discussed as a concept. The idea that machine learning will make human life easier has aroused great excitement, and the integration of artificial intelligence into daily life practices has also aroused various expectations. While it is discussed that artificial intelligence algorithms will bring advantages to many sectors in terms of time and workload, media organizations also show interest in artificial intelligence, especially in news production. Therefore, in this study, the current orientation of the Turkish news media towards AI-supported journalism through ChatGPT. In this way, it aims to provide an outlook regarding the acceptance of the relevant technology. For this purpose structured in-depth interviews were conducted with professionals from the Turkish news media in terms of public broadcasting and private broadcasting and the findings were discussed. In conclusion, the media professionals interviewed think that language-based artificial intelligence tools such as ChatGPT can be useful if they are integrated into journalism in the right way. On the other hand, media professionals are concerned that AI tools will neglect ethical codes, reduce the quality of the profession and pose serious employment problems for the future of journalism.

Keywords: Artificial Intelligence, Journalism, ChatGPT, News Media, Media Professionals.



Giriş

Teknolojinin, bireylerin gündelik yaşam alanlarına hatta meslek profesyonelliklerine kadar etki ettiği görülmektedir. Bir “teknolojik, sosyal ve ekonomik gelişme aracı olarak” yeniliğin, farklı alan ya da ortamlarda uygulanması her zaman olumlu karşılanmasa da yenilik, kabul gördüğü anlayışlarda kullanılmaktadır. Örneğin medya teknolojik yeniliklerin başat uygulayıcılarından, çünkü doğrudan etkiye haizdir. Bu çerçevede medya yeniliklerin kullanımına öncülük etmekte, gelişim ile birlikte adaptasyon da amaçlanmaktadır. Haber medyası özellikle podcast’ler, sanal gerçeklik teknolojisi, 360 derece videolar veya chatbot’lar konusunda bir yönelim göstermektedir. Dron aracılı habercilik ise haber içeriğini yapay zekâ dolayımı ile toplamayı olanaklı kılmış, insanın giremediği yere giren haber araçlarını nitelemiştir. Şimdilerde çok sayıda yeni medya ortamı da yeni nesil habercilik mecraları olmuştur (Višňovský ve Radošinská, 2017). Günümüzde oldukça popüler olan yapay zekânın birçok meslek profesyonelinin yerini alabileceği düşünülmekte, yine birçok alan çeşitli dönüşüm ve adaptasyonları deneyimlemektedir. Yine de yapay zekânın gazeteciliğe esaslı bir etki etmeyeceğini düşünen yaklaşımlar da vardır ve öne sürdükleri tez, gazeteciliğin her zaman insan öznesine (gazeteci) ihtiyaç duyacağı ve haberciliğin veri odaklı, nicel bir bağlama indirgenmeyecek olmasıdır (Vadapalli vd., 2018; Kim ve Kim, 2021; Latar, 2015; Višňovský vd.; Pavlik, 2023) Yine yapay zekâ tabanlı hazırlanan görsel, resim gibi çıktılarının da tamamen insan öznesi ve unsurları ile aynı olmadığı da görülmektedir. Ancak bugünlerde dikkate değer ölçüde, yapay zekâ ve makine öğrenimindeki güncel gelişmelerin medya kuruluşlarının haber kapsamı ve hizmet yelpazesini iyileştirmek adına olduğu gibi genişletmek adına da yeni olanaklar getirdiği düşüncesi gözlenmektedir. Fakat yankı odası, filtre balonu, önyargılı algoritmalar, sahte haber gibi olgular aracılığıyla, teknolojik yeniliklerin toplumsal sorun ve riskleri de beraberinde getirdiği görülmelidir (Moravec vd., 2020; Xu ve Lan, 2020; Thäsler-Kordonouri ve Barling, 2023; Granderath vd., 2021; Trattner vd., 2022). İlgili olgular kullanıcının gündemini, çevresini sınırlarken, aynı zamanda “demokratik kamusal ortamların”

oluşmasına, dijital demokrasinin sağlanmasına da engel olmaktadır (Yegen vd., 2022). Ek olarak, bazı yaklaşımların ise sıkça vurguladığı hususlar vardır ve bunlar, yapay zekânın aslında insan öznesinin mesleğini elinden almadığı, her zaman yapay zekâyı ihtiyaç duyulmayacağı, yapay zekâ kullanımında bir stratejiye sahip şekilde hareket etmenin önemi, yapay zekâyı habercilik odaklı kullanımda teknik beceri ve uzmanlığın önem arz ettiği, misyonun güçlendirilmesi gerektiği, işbirlikçi biçimlerin önemi ve yapay zekânın “dönüşümsel bir fırsat” olduğu yönündedir (Peretti, 2022).

Teknolojinin gazetecilikte kullanımı haberin daha hızlı ve etkili şekilde dolaşımı yönünde katkı sunarken, dünyanın birçok yerindeki bireyler ile bilgi/haber alışverişinde bulunulması tüm sınırlara meydan okumaktadır (Razec, 2022, s. 67). Bu çalışmada, Türk haber medyasında yapay zekâ ve gazetecilik arasındaki ilişkiye dair görüş ve yaklaşımlar ile ChatGPT adlı yapay zekâ destekli yeni sohbet robotunun kullanım potansiyeli ele alınmıştır. Birçok yerde popülerliğe haiz olan ve kullanıcı sayısını hızla artıran ChatGPT, yapay zekâ araştırma şirketi OpenAI tarafından kullanıma açıldıktan sonra heyecanla karşılanmış; şirket ChatGPT’nin soruları yanlış cevaplayabileceğini, cevaplarda önyargı gözlenebileceğini ifade etse de ilgili sohbet robotu yoğun ilgi görmüştür. Öyle ki BBC NEWS TÜRKÇE’nin aktardığı bu haberde (12.12.2022) ChatGPT ile İngilizce sohbet etmiştir. Bu esnada dile hâkimiyet noktasında ChatGPT’nin oldukça gelişmiş düzeyde gözlemlenmiş, hatta sohbet robotu yapay zekânın insan yazarlığının yerini geçip geçmeyeceğine dâhi cevap vermiştir (Vallance, 2022). Global ölçekte birçok ülke medyasının gazetecilik için yapay zekâdan yararlanma yönelimi, ChatGPT üzerinden tekrar tartışmaya açılmıştır. Nitekim bugün birçok medya kuruluşunun haber yazımında yapay zekâ uygulamalarından yararlandığı, hatta yeni haber üretim modelleri ortaya koyduğu bilinmektedir. London School of Economics (LSE) Türkiye’nin de aralarında olduğu 32 ülkeden 71 haber kuruluşunda (TRT yer almakta) bir anket çalışması yürütmüştür. Bulgular, gazetecilikte yapay zekânın kullanımında gözde uygulamaların Amerika Birleşik Devletleri

(ABD), İngiltere, Çin, Almanya, Finlandiya ile Ukrayna'daki medyada olduğunu gösterse de çok sayıda haber kuruluşunda bir "yapay zekâ stratejisi olmaması" dikkat çekici olmuştur (LSE, 2019; Cürgen, 2019). Bu nedenle, bu çalışma ile Türk haber medyasında yapay zekâ destekli habercilik ChatGPT üzerinden değerlendirilmeye çalışılarak, ilgili yönelimin Türkiye'deki güncel görünümü ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Çalışmada konu ile ilgili olarak karşılaştırılabilir bulgulara ulaşmak için Türk haber medyasından, amaçlı örnekleme ile seçilen, kamusal yayıncılık ile özel yayıncılık yapan kurum ve kuruluşlarda görev yapan meslek profesyonelleri ile yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Yapay Zekâ ve Gazetecilik: Fırsatlar ve Riskler

Dijitalleşme ile değişen haber tüketimi gibi üretimi de medya için farklı deneyimleri getirmiştir. Medya ortamları gelişerek, büyüyerek yeni stratejileri benimsemiştir. Öyle ki küresel ölçekte ekonomik sorunların da gözlendiği günümüzde, geleneksel medyanın bazı uygulamaları artık eskide kalmıştır (Rodríguez-Castro ve González-Tosat, 2022). Bu süreçte dikkat çeken teknolojilerden olan yapay zekânın, sosyal ilerleme ihtiyacının doğrudan bir sonucu olarak ortaya çıktığı söylenmektedir (Razec, 2022).

Yapay zekâyâ, gazetecilik alanının başat kuruluşlarının bir süredir ilgi gösterdiği bilinmektedir. Hatta Goni ve Tabassum (2020, ss. 209-210), bu ilginin yarım asırdır söz konusu olduğunu söylemektedir. Onlara göre, yapay zekânın birçok alanda kullanımı noktasındaki tartışmalar çeşitli ve farklı olsa da yapay zekânın gazetecilik gibi sektörlerde bir öneme, ergonomiye sahip olduğu görülmelidir. Örneğin gelişmekte olan bir ülke olan Bangladeş'te yapay zekâyı kullanmanın, modern çağa ve modern gazetecilik alanına ayak uydurmak için büyük bir ihtiyaç halini aldığı düşünülmektedir. Yapay zekânın küresel düzeyde kullanımı gözleneceğinden, gelecekteki gazeteciler için ilgili olgunun olanakları gibi riskleri de öğretmeli ve öngörülü olmak sağlanmalıdır (Goni ve Tabassum, 2020, ss. 209-210).

Yapay zekâ aracılı habercilik biçimi olarak dikkat çeken robot gazetecilik, algoritmik habercilik, otomatikleşmiş gazetecilik gibi nitelemelerle ifade edilen yapay zekâ tabanlı biçimler, olanaklar ve zorluklar çerçevesinde tartışılmaktadır ve bunlar insan gazeteciye duyulan ihtiyaç, etik noktasındaki belirsizlikler, teknik donanım ve uzmanlaşma eksikliği, nesnel habercilik yönünde dikkatleri çekmektedir. Caswell ve Dörr'ün (2018), yürüttükleri bir çalışmada gazetecilik yazımını otomatikleştirme potansiyelindeki önemli bir kısıtlamaya dikkat çekmeleri de önemlidir. Onlara göre, olaya dayalı anlatıları otomatik olarak yazmak adına gerekli gazetecilik bilgisini kodlamak için yeterli veri modelleri mevcut değildir.

Gazeteciler, eğitim ve teknolojiye erişimden yoksun olsalar bile şimdilerde haber üretiminden haber dağıtımına kadar birçok işlem için yapay zekâyı kullanmaktadırlar (Kothari ve Cruikshank, 2022). Üretim ve verimliliği artıran yapay zekâ, medya kuruluşunun sosyal medyayla rekabet edebilmesini olanaklı kılar. Yapay zekâ, gazetecileri tekrarlayan işlerden kurtarabilir, zamandan tasarruf etmelerine olanak tanır. Yapay zekâ ayrıca nitel raporlamaya, gazetecilerin soruşturmaya ya da tanık ile bilgi aramaya odaklanmalarına yardımcı olmak suretiyle çalışma koşullarının iyileştirilmesine de aracı olur (Noain-Sánchez, 2022). Noain-Sánchez'e göre (2022), medya şirketleri için yeni pazar fırsatlarını getiren yapay zekâ, gazetecilerin iş memnuniyetlerini artırmaktadır. Ancak diğer yandan, gazeteciler yapay zekâ araçlarına karşı bir hoşnutsuzluk ya da korku besleyebilmektedir. Bu durumun da medya şirketlerinde bir zihniyet değişikliğine işaret ettiğinin düşünen Noain-Sánchez, etik sorunlardaki artışlara da dikkat çekmektedir (2022). Bryson ve Kime (1998) de yapay zekâyı etik kaygılar çerçevesinde ele alarak, yapay zekâyâ atfedilen niteliklerin etkisine dikkat çeker. Yapay zekâ ile birlikte gözlenen güncel bir sorun olan sahte haber de bu çerçevede ele alınabilir. Nitekim sahte haberi yapay zekânın gazetecilik dünyasına girmesinin doğrudan bir sonucu olarak gören yaklaşımlar da vardır. Burada "Yeni teknolojilerin sağladığı özgürlük faydalı mı yoksa zehirli mi?", "Gerçek ve

sahte haberleri nasıl ayırt edebiliriz?”, “Gazeteciliğin geleceği nedir?”, “Algoritmalar insanlardan daha iyi içerik oluşturabilecek mi?” gibi sorular da öne çıkabilmektedir (Razec, 2022).

Alén-Savikko'ya göre (2022), arama motorları ve içerik platformları da dâhil olmak üzere kullanımı oldukça geniş bir yelpazeye yayılmış olan yapay zekânın, geleneksel medya tarafından da tercih edildiği söylene de otomatikleştirilmiş medya içeriği noktasında etik ilkeler ile yasal gerekliliklerin bir bileşiminden kaynaklı müphem bir şeffaflık meselesi söz konusudur. Algoritmik gazetecilik çağında, medya uygulamaları açısından şeffaflığın anlamını araştıran bir çalışma, etik yönergeler üzerinden şeffaflık yönündeki düzenlemenin mevcudiyetine odaklanarak, birtakım öncü özenetim çözümlerine dikkat çekmektedir (Alén-Savikko, 2022). Güncel bir diğer çalışma da (Moran ve Jawaid Shaikh, 2022), 2016-2020 yılları arası gazetecilikte yapay zekânın medyada yer alma durumunu incelemiştir. Çeşitli medyaları temsil adına belirlenen 20 Amerika Birleşik Devletleri ve İngiltere haber kuruluşunun haberlerini analiz eden araştırma, yapay zekâ ile gazetecilik ilişkisindeki olanaklar ve risklere dikkat çekmiştir. Çalışma yapay zekânın, gazetecilik çerçevesinde olumlu bir güç olup olmayacağı konusunda “bir fikir birliği eksikliğine” vurgu yapmaktadır. Çalışmaya göre, yapay zekâ ve diğer otomatik teknolojiler, haber merkezlerine maliyet düşürme, verimlilik ve veriyle ilgili araştırmaları genişletme noktasında yararlar sunmasına karşın, bu teknolojilerin gazetecilik ve geleceğine dair insan emeğini zayıflatacağı yönünde endişeler ve medya ile toplum arasındaki ilişkinin seyri konusunda merak mevcuttur. Wölker ve Powell ise (2021) yürüttükleri bir çalışmada, otomatikleştirilmiş ve birleşik gazeteciliğin salt “insan yapımı içeriğe güvenilir alternatifler olduğunu ve birleştirilmiş versiyonun gazeteciliğin geleceği için çok yönlü bir ideal”i nitelediği görüşüne varmıştır. Onlara göre otomasyon, rutin işleri tamamlayıp kolaylaştıracak ve insan olan gazetecilerin yerine geçmeyecek, onları tamamlayacaktır. Rodríguez-Castro ve González-Tosat'a (2022) göre de yapay zekânın faydalarını profesyonel değerler ve etikle dengeleyebilmek için halen bir insan öznesi gereklidir.

Yapay zekâyı kullanım amaçlarının etik ilkelerle uyumlu olması önemlidir (Razec, 2022, s. 67). Bazıları tarafından algoritmaların ve yapay zekânın, gazeteciliğe uygulanması çok kısa sürede hızla gelişen bir olgu olarak görülmektedir. Bu çerçevede bir literatür taraması yapan bir çalışma, bugüne dek en fazla veri gazeteciliği, robot yazarlığı ile haber doğrulama alanlarının ilgi çektiğini belirtmekte, gazetecinin rolünün gözden geçirilmesi, içeriğin kişiselleştirilmesi veya yapay zekânın gazetecilik öğretimine dâhil edilmesi gibi durumların yeterince araştırılmadığını ifade etmektedir. (Parratt-Fernández vd., 2021). Bilim haberciliğini otomatikleştirmeye yönelik ilk adımı atan çevrimiçi etkileşimli bir araç sunduğunu ifade eden bir çalışma ise jargon yüklü bilimsel makaleleri, sıradan okuyucunun anlayabileceği bir forma dönüştürmeyi amaçlayan bilim gazeteciliğinde otomatikleştirmeye yönelik ilk girişimin temelini oluşturduğunu öne sürmektedir (Bkz. Vadapalli vd., 2018).

Bazı Ülkelerde Mevcut Durum

2015 yılında Tencent Finance'ın bir yazı robotu yaratmasından, 2020 yılında People's Daily'nin “Creative Brain”i yayınlamasına kadar, bir model olarak yapay zekâ ve haber üretiminin Çin ana akım medyasının çoğunda yerini aldığı söylenmektedir. Yapay zekânın, Çin haber medyasındaki uygulamasını gözlemlemek adına robot yazımı, yapay zekâ sanal haber spikeri ve haber dağıtım sisteminin üç yönüne odaklanarak, haber üretiminde yapay zekânın kullanımını inceleyen bir çalışma, ülke haber medyasında yapay zekâ uygulamasının geç başladığını ve istihbarattan yoksun olduğunu ortaya çıkardığını öne sürmektedir. Çalışmaya göre, yapay zekânın gelişiminin kısıtlanmasının nedenleri Çin dilinin kısıtlılığı ve teknik standartların tutarsızlığıdır. Çalışma ek olarak, Çin haber medyasının yapay zekâyı yüksek oranda kabul ettiğini de ileri sürmektedir (Wang, 2021). Çin medya kuruluşlarındaki medya uygulayıcılarının, yapay zekânın istihdam beklentileri üzerindeki etkisine ilişkin algılarını ortaya çıkarmayı ve yapay zekâ hakkındaki söylemin mikro ve kurumsal düzeylerde algıları nasıl şekillendirdiğini anlamayı amaçlayan bir çalışma da yapılmıştır. Katılımcıların bir takım

medya kuruluşları ve profesyonel pozisyonlardan olmalarına karşın manzarayı temsil etmemeleri sınırlılığına dikkat çeken çalışma, gelecekteki çalışmalara daha az bilinen medya kuruluşlarının dâhil edilmesi gerektiğini belirtmektedir (Yu vd., 2020).

Yapay zekânın gazetecilikte kullanımı ve ABD haber merkezlerinde kullanılması noktasında etik karar verme sürecini araştıran bir çalışma ise ulusal büyük medya kuruluşlarının yapay zekâyı, haber üretim sürecinin “hikâye keşfi”, “hikâye oluşturma” ve “hikâye dağıtımını” şeklindeki üç temel alanda kullandığını belirtmektedir. Associated Press ve Bloomberg gibi hız odaklı haber odaları, otomatik içerik ve hikâye üretiminde yapay zekâdan yararlanırken, dahaküçükhaber odalarındaki eğilim yapay zekâyı bir “hikâye keşif ve raporlama aracı” olarak kullanma yönündedir. Çalışma kapsamında medya, teknoloji ve hukuk alanlarında çalışan 12 kişi ile görüşmeler yapılmış, ilgili görüşmeler kuruluşlarının teknolojilerini uygularken etik karar vermeyi nasıl benimsediklerine odaklanmış ve bazı önemli bulgulara ulaşmıştır. Örneğin gazetecilikte yapay zekânın karşılaştığı etik sorunların çoğu, gazetecilerin mevcutta farklı bir bağlamda karşılaştıkları sorunlardır. Gazetecilik için etik kurallar gibi yapay zekâ için de etik kurallar olsa da yapay zekânın gazetecilikte kullanımına dair yaygın şekilde bilinen etik kurallar mevcut değildir. Bireysel medya kuruluşları bu bağlamda etik tartışmalar yürütmüşlerse de sadece bir kısmı ilgili endişeleri etik kurallarına dâhil etmiştir. Atif ile şeffaflık noktasında da etik standartlardan söz edilmemekte, algoritmanın yazdığı içeriğin doğru şekilde atif yapılması noktasında henüz sektör çapında standartlar gözlenmemektedir. Mevzuat bağlamında da yasa koyucuların bu teknoloji hakkında bilgi eksikliği ve kuruluşların önce kendi şeffaflık önlemlerini uygulama ihtiyacı gibi nedenlerle daha az düzenleme tarafında oldukları tespit edilmiştir. Burada belirtmek gerek ki düzenlemeler etikle aynı şey değildir ve medya kuruluşlarının mevzuattan bağımsız olarak uyması gereken bir etik kodu olması önemlidir (Kim, 2019).

Yapay zekâ kullanımının Afrika'daki gazetecilik üzerindeki etkilerini ele alan bir çalışma, Afrika'daki yapay zekâ kullanımı konusunda Afrika haber merkezlerinin bu yeni yönelimde, gelişmede geride kaldığını gösteren kanıtlara dikkat çekmektedir. Ayrıca yapay zekâ temalı medya araştırmalarının az sayıda olması da çarpıcıdır. Çalışma söz edilen kanıtlar ışığında, yapay zekânın haber odasındaki yeniliklerinin ve işlevlerinin Batılı ülkeler ve Çin tarafından yönlendirilip, şekillendirildiğini belirtmektedir. Çalışmaya göre, yapay zekâ Afrika'da sağlık, eğitim ve finans gibi sektörlerde kullanılsa da gazetecilikteki kullanımına dair sadece az sayıda akademik çalışma gözlenmektedir. Çalışma, bu noktada teknoloji şirketlerini, gazetecileri, medya akademisyenlerini, Afrika haber merkezlerini ve araştırmacıları yapay zekâ katına getirmek için çabalama davet etmekte, teknolojiye değil, yapay zekânın fırsatları ile sonuçlarını anlamaları için bireyleri güçlendirmeye ve teknolojiyi teşviğe vurgu yapmaktadır (Kothari ve Cruikshank, 2022).

Latin Amerika'nın önde gelen haber kuruluşlarından Arjantin gazetesi La Nación'da bir yapay zekâ alt kümesini ifade eden “bilgisayarla görme haber projelerini devreye alma”nın önündeki engelleri ele alan bir çalışma da önemli bulgular sunmaktadır. Bulgular, uydu görüntülerini içeren bilgisayarlı görü projelerinin uygulanmasında, “yüksek çözünürlüklü görüntülerin olmaması”, “teknolojik altyapının bulunmaması”, “bu tür kodları geliştirmek için kalifiye personelin olmaması” ile “önemli ölçüde gerektiren uzun ve maliyetli bir uygulama süreci” şeklindeki dört büyük zorluğu vurgulamaktadır (de-Lima-Santos ve Salaverría, 2021).

Yapay zekâ metinlerin otomatik üretiminde gazeteciliğe bir ergonomi getirirken, çevrimiçi çok fazla bilgi ve verinin söz konusu olduğu spor haberleri özelinde de kullanılmaktadır. Yapay zekânın Portekiz spor mediasında, gazeteler, radyolar, televizyonlarda, ana akım medya spor bölümlerinde kullanılıp kullanılmadığını anlamaya odaklanan bir çalışma editörler ile koordinatörlere bir anket uygulamıştır. Çalışmaya göre, şu an

itibarıyla ekonomik ve profesyonel kısıtlamalar yüzünden haber merkezlerinde kullanılması da Portekiz spor gazeteciliği yapay zekânın potansiyelinin farkındadır, ancak yapay zekâ spor medyasında az kullanılmaktadır (%34,4). Oran, medyanın %50'sinin yapay zekâ kullandığı İspanya'ya oranla düşük değerlendirilmiştir (Canavilhas, 2022).

Spor, yapay zekânın fırsatlarının kullanıldığı gözde alanlardandır. Öyle ki Mashable Türkiye de ChatGPT'ye 2023 Şampiyonlar Ligi Finali (Manchester City ile Real Madrid arasındaki) hakkında görüşlerini sormuştur. Konu ile ilgili haberde, "Spor yorumcuları dikkat! Çok başarılı bir rakip geliyor..." alt başlığını kullanan platformda belirtildiğine göre, ChatGPT maç neticelerini tahmin etmeyi mümkün görmese de ilgili takımların geçmiş Şampiyonlar Ligi maçlarını inceleyerek, favori olarak Manchester City'yi belirtmiştir (Mashable Türkiye/Eröz, 18 Mayıs 2023).

Bangladeş'teki farklı üniversitelerden lisans öğrencileriyle yürütülen ve örneklem olarak "geleceğin Bangladeşli gazetecilerini" belirlediğini vurgulayan bir anket, kısa vadede Bangladeş'i vurması beklenen yeni dijital gazeteciliğe hazır olup olmadığını araştırmıştır. Yapay zekânın gazetecilikte büyük önem sahibi olduğunu ifade eden çalışma, Bangladeş'teki gazetecilik öğrencilerinin yapay zekâ dolayimli öğrenmeye, kullanmaya ve deney yapmaya zihinsel olarak hazır olduğu sonucuna ulaşmıştır. Sonuçlara göre, öğrencilerin yapay zekâ hakkında temel düzeyde bilgileri bulunurken, yapay zekâyı bireysel ve profesyonel seviyelerde öğrenmeye ve kullanmaya da oldukça istekli oldukları görülmektedir (Goni ve Tabassum, 2020).

Etike (2023, ss. 602-603), yapay zekânın haber üretim sürecinin her aşamasında, çoğunlukla da "otomatik içerik oluşturma", "veri madenciliği", "veri görselleştirme", "içerik optimizasyonu ve kişiselleştirme" ile "haber dağıtımını" için kullanıldığını söylemektedir. NewsLabTurkey Research Hub'ın hazırladığı "Risk, Tehdit, Heyecan: Türkiye Haber Medyasında Yapay Zekâ Söylemleri" (2023) başlıklı

araştırma raporu, Türk haber medyasında yapay zekâ kullanımına ışık tutmaktadır. Raporda, yapay zekâ teknolojilerinin Türkiye medyasındaki görünümünü ortaya koymak için niteliksel içerik ve söylem analizi yürütülmüş, bulgular, "yapay zekâ ve toplumsal söylem", "ahlaki paniğin geride bırakılması", "teknolojik determinizm ve siyasi söylemin bozulması", "etik ve mahremiyet endişeleri", "yapay zekâ okuryazarlığı" ve "iletişimsel yapay zekâ kavramı başlıkları altında değerlendirilmiştir. Raporun sonuçları, yapay zekânın haberlerdeki temsilinin söz konusu teknolojiyle ilgili toplumsal söylemi doğrudan yönlendirdiğini, bu teknolojiyle ilgili gelişmelerin doğurduğu heyecan ve endişeye kapılmayarak sorumlu ve veri odaklı bir habercilik anlayışı benimsemek gerektiğini, yapay zekânın gelişimine paralel gözlenen dezenformasyon ve siyasi söylemdeki bozulmanın teknolojik bir belirlenimlilik ile siyasi tartışmalar arasındaki ilişkiyi görünür kıldığını ortaya koymaktadır. Sonuçlar ayrıca, yapay zekâyı ilişkin muhtemel riskler ile bunlar üzerinden doğan endişelerin şeffaf ve yansız bir şekilde tartışılması gerektiğini, yapay zekâ okuryazarlığının önemini ve bu çerçevede gerekli olan eğitimler için kamu, akademi, sivil toplum ve endüstri paydaşlarının bir yol haritası belirlemeleri gerektiğini ve ortaya atılacak bir iletişimsel yapay zekâ kavramının, yapay zekâ temelinde iletişimdeki otomatikleşme sürecini niteleyebileceğini göstermektedir.

ChatGPT ve "Gazetecilik" Potansiyeli

ChatGPT sofistike bir yapay zekâ sohbet robotudur ve oldukça akıllı, yetenekli ve güvenilir görünmektedir. Ancak insanlarda olmayan hız ve ölçekte bazı yeteneklere sahip ChatGPT, bazen yanlış, önyargılı veya anlamsız yanıtlar verebildiğinden akıl yürütmeye yönelik matematiksel yaklaşımı, insan benzeri zekâ ile karıştırılmamalıdır. ChatGPT kusursuz gibi görünse de olası hatalara karşı, çıktılarını izlemek için insanlara (ki özellikle kamu hizmeti bağlamında gerekli kişiselleştirilmiş hizmetleri, esnekliği, duygusal zekâ ile eleştirel düşünmeyi sadece insan yapar) ihtiyaç vardır (Council of the European Union General Secretariat, ChatGPT in the Public Sector – overhyped or overlooked?, 24 Nisan 2023).

ChatGPT hızla öyle büyük bir üne kavuşmuştur ki, PDF dosyalardan veri çıkarma adına kullanımına dâhi odaklanılmıştır (Roberts, 2023).

Yapay zekânın gelişmesi, geleneksel yayıncılık içerisinde birçok medya içeriğine ve uygulamasına etki etmektedir. Haber toplama, veriye dayalı gazetecilik, bilgi doğrulama ve sosyal medya yönetimi gibi görevlere yardımcı olarak gazetecilikte devrim yaratma potansiyeline sahip bir teknoloji olarak ChatGPT'nin, gazetecilikte kullanılması doğruluk, etik kaygılar, sorumluluk, iş kaybı ve eleştirel düşünme ve yaratıcılık eksikliği ile ilgili endişeleri de beraberinde getirir (Biswas, 2023). Simon, yapay zekânın haberlere dâhil edilmesinin, kontrolü daha da fazla değiştirme ve haber endüstrisinin platform şirketlerine bağımlılığını artırma riskini taşıdığını söylemektedir (2022). ChatGPT'nin medya akışına etkisine ilk sistematik bakış olduğunu öne süren bir çalışma, ChatGPT yayınlanmasını takip eden 2 ay içerisinde Twitter ile Reddit'teki ChatGPT ile ilgili gönderileri ele almıştır. Bu çerçevede bazı kategoriler belirlenmiş ve ChatGPT'nin akıllı ortam içeriği oluşturmada hem heyecan hem de korku uyandırdığını gözlemiştir. Metin oluşturabilen ChatGPT'nin, akış uygulamaları ve derin öğrenme modellerinin performansını artırmada kullanılabileceği de gözlenmiştir (Zhang, 2023; Feng vd., 2023).

Alman yayıncı Axel Springer ve İngiliz yayıncı Reach¹ gibi kuruluşlar yapay zekânın yeni olanakları üzerine kafa yorarken, İtalyan Il Foglio gazetesi de yeni bir uygulamaya imza atmıştır. Gazete Mart'ın ikinci haftasından itibaren 30 gün boyunca yapay zekânın yazdığı kısa metinleri günlük baskısında yayınlacağını duyurmuştur (Reuters Institute/Adami, M., 23 Mart 2023).

Gazetecilik için önemli ve etkili bir teknoloji olarak görülen yapay zekâ, gazetecilik ve medya eğitimi alanında da önemlidir. Bu çerçevede yapay zekâ uygulamaları ve olanaklarına odaklanan çalışmalar, eğitimlerin verilmesi önemlidir. Yapay zekânın medya içeriği üretme potansiyeli kapsamı ile bilgi

derinliği (ChatGPT'nin haber medyasının hedge fon sahipliğine aşına olmaması gibi) ve eleştirel veya yaratıcı düşünme kapasitesi de tartışılmalıdır (Pavlik, 2023, ss. 91-92). ChatGPT'nin veri gazeteciliğinde kökten bir değişiklik yaratacağı yönündeki tartışmalar noktasında Roberts, olumlu tarafta yer almamaktadır. Öyle ki ona göre ChatGPT ile çalışmanın yavaş olması gibi teknik, iş yükünden fazlaca tasarruf edilmemesi gibi ekonomik ve veri halüsinasyonu ve diğer karışıklıklar kaynaklı problemler gibi editöryal nedenlerden dolayı kökten bir değişiklik olası görünmemektedir (2023).

Gazeteci ve AppliedXL kurucu ortağı Francesco Marconi, geçen 10 yıl içerisinde yapay zekâ inovasyonunu otomasyon, büyütme ve üretim şeklinde üç dalgaya ayırmaktadır. İlk dalga için doğal dil oluşturma teknikleri kullanılarak mali raporlar, spor sonuçları ve ekonomik göstergeler gibi veriye dayalı haberlerin otomatikleştirilmesine odaklanıldı derken (ki Reuters, AFP, AP gibi küresel ajanslar gibi bazı daha küçük satış noktaları da bazı içerikleri otomatikleştirmekte), ikinci aşama büyük veri kümelerini analiz etmek ve eğilimleri ortaya çıkarmak için makine öğrenimi ve doğal dil işleme yoluyla raporlamayı artırmaya ağırlık verildiğinde söz konusu olmuştur. 2019 yılında veri ekibini desteklemek adına yapay zekâ kullanmaya başlayan ve sonrasında veri analistleri ile geliştiricilerle iş birliği yaparak bir yapay zekâ laboratuvarı kuran Arjantin gazetesi La Nación burada örnek olarak verilebilir. Üçüncü ve güncel dalga ise üretken yapay zekâdır. Marconi'nin belirttiği üzere bu model, ölçekte anlatı metni oluşturabilen büyük dil modelleriyle desteklenmektedir. Financial Times'a gazetede yeni bir pozisyon olan AI editörlüğüne atanan Madhumita Murgia ise (gazetecilik noktasında yapay zekânın fırsatlarına karşın) üretken yapay zekânın, gazetecilikte daha esaslı rol almasına engel teşkil edecek bir takım temel becerilerden yoksun olduğuna gönderme yapmaktadır. Bu durumu da yapay zekânın aslında yeni bir şey yapmamasına, mevcut bilgileri temel almasına

1 Yapay zekânın yazdığı ilk makalelerini yerel bir haber sitesinde yayımlamıştır.

ve analitik yeteneğe veya sese sahip olmamasına bağlayan Murgia, üretken yapay zekânın gelişmiş analiz beklentilerini karşılayamayabileceğini belirtmektedir. Polis/LSE Gazetecilik AI Araştırma Projesi Başkanı Profesör Charlie Beckett de sağduyulu tavsiyelerde bulunarak gazetecileri, insan denetimi olmadan yeni araçları kullanma konusunda uarmaktadır. İnsan gazetecilere daha fazla olanak, teknik ve zaman vermenin önemine dikkat çeken Beckett, insanın da yapay zekânın da kusurları olabileceğini söylerken, kullanılan araçlar ile risklerinin anlaşıldığından emin olunması yönünde bir öneride bulunmaktadır. Pedro Henriques ve Jenny Romano 2021 yılında kurdukları The Newsroom adlı şirket ile ana haberlerin yapay zekâ tarafından oluşturulmuş günlük özetlerini sunan bir uygulama geliştirmiştir. Son dakika haberleri olmayan, birtakım kanallarca verilmiş olan haberleri kullanan uygulamanın amacı, kullanıcıya yeni bilgiler vermekten çok, tüm satış noktalarının hemfikir olduğu gerçeklerin bir resmini çizmek ve ardından farklı bakış açılarını vurgulamak şeklinde ifade edilmektedir. Henriques ve Romano, kullandıkları modelin diğer modellerin karşılaştığı sorunlarını da yaşamadıklarını söylemektedir. Uygulamanın şimdilerde, minimum uygulanabilir ürün aşamasında olduğu ve dolayısıyla halen geliştirildiği de beyan edilmektedir (Reuters Institute/Adami, M., 23 Mart 2023).

ChatGPT gibi üretici yapay zekâ uygulamaları, insan zekâsını taklit yeteneğini test eden Turing Testi'ni geçme becerisine sahip olduğundan, insan gazetecilere duyulan ihtiyaç noktasında bir alternatif olabilir. Duyarlılığı ve öz farkındalığı olmayan ChatGPT, bilgiyi işleyip damıtarak insan gibi sözlü şekilde ifade edebilmektedir. ChatGPT bu bağlamda bir insan gazeteciye veya medya uzmanına yardımcı olarak kullanılabilir ve kaynak, haber kalitesi, verimlilik noktasındaki tartışmalarda da yerini alır. Yine de ChatGPT veya DALL-E gibi üretici yapay zekâ sistemlerinin, gazetecilik ve medya eğitimi ile ilişkisini ele alan daha fazla çalışma yapılması gerekli görülmektedir. Burada eğitimcilerde de üretken yapay zekâ konusunda öğrencileri eğitme, bu çerçevedeki etik meselesine eğilme gibi roller düşmektedir. ChatGPT aynı

zamanda akademik çalışmalarda nesnellik amacıyla da kullanılabilir (Pavlik, 2023, s. 92).

Amponsah ve Atianashie, yapay zekânın gazeteciliğe entegrasyonu ilerledikçe, gazetecilerin sürece uyum sağlamaları gerektiğine, eleştirel ve etik bakış açılarını da korumaları ve kullanmaları gerektiğine dikkat çekmektedir. Yapay zekâ sistemlerini temel gazetecilik standartları bağlamında denetlemek ve yeri geldiğinde müdahale etmek de önemlidir. Amponsah ve Atianashie bu çerçevede, "yapay zekâ çağında gazeteciliğin geleceği, teknolojinin gazetecilerin yeteneklerini artırırken mesleğin temel insan niteliklerinin merkezi kaldığı bir iş birliğidir" der (2004).

ChatGPT'nin Gazetecilikte Kullanımı: Türk Ulusal Medyasının Deneyimi

Amaç ve Örneklem

Bu bölümde, Türk medyasında yapay zekâyâ ilişkin güncel yönelimi ve yapay zekânın mevcut gazetecilik pratiklerine etkisini anlamak amacıyla, ChatGPT kullanımı üzerinden bir araştırma yürütülmüştür. Bu amaçla, sınırlılık sağlamak ve karşılaştırılabilir bulgulara erişebilmek adına, özel yayıncılık ve kamu yayıncılığı noktasında, Türk medyasını temsilen amaçlı örnekleme ile seçilen medya meslek profesyonelleri ile yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Amaçlı örnekleme ile Türk haber medyasının yazılı, görsel, haber ajansı, web, dijital medya ve internet şirketi gibi çeşitli kollarında görev yapan, çoğu uzun zamandır medya sektöründe bulunan, uzun yıllardır alanda faaliyet gösteren kurum ve kuruluşlarda görev yaptıkları gözlenen meslek profesyonelleri, araştırma konusu ile ilgili derin bilgiler elde edebilmek için seçilmiştir. Böylelikle medyanın çeşitli kollarındaki mevcut durumun karşılaştırılabilmesi de mümkün olmuştur. Amaçlı örnekleme bir grup, odak üzerinden araştırmacıya veri derinliği sağlar ve detaylı analizi mümkün kılmaktadır (Corbin ve Strauss, 2014).

Yöntem

Derinlemesine görüşme tekniği, bir kimsenin düşünce ve davranışları hakkında ayrıntılı bilgi

elde etmeye ya da yeni konuları derinlemesine keşfetmeye yarar. Derinlemesine görüşmeler, anket gibi diğer veri toplama yöntemleriyle elde edilen verilere kıyasla daha ayrıntılı veri, bilgi sağlar. Ayrıca, bilgi toplamak için daha rahat bir ortam sağlayabilse de bazı sınırlama ve tuzakları da bulunmaktadır. Bunlar, görüşme yanıtlarının önyargılı olabileceği, zaman alıcı olabileceği, görüşmecinin görüşme teknikleri konusunda uygun şekilde eğitilmiş olması gerekliliği ve genelleştirilemez olduğudur. Derinlemesine görüşmeler belirlenmiş kimse ya da gruplar ile gerçekleştirildiği için sonuçlara dair genelleme yapma olanağı sıklıkla mümkün olmasa da teknik, diğer veri toplama yöntemlerini tamamlama adına yararlı bilgiler sunabilir, diğer verilere bağlam sağlayabilir. Yapılandırılmış görüşmenin başarılı olması, tekniğin süreçlerini sağlıklı planlamasına bağlıdır. İyi bir planlama ve katılımcı ile araştırmacının uyumu, araştırmacının konuya hâkim olması ve soruları bu ölçekte hazırlaması önemlidir. Yapılandırılmış görüşmede sorular resmi ve sınırlıdır. Keşif odaklı olan derinlemesine görüşme, derin anlam ve anlayışı araştırmak adına cevapların sistemli olarak kaydedilmesine ve ortaya koyulmasına olanak tanır (Boyce ve Neale, 2006; Dursun, 2023, ss. 101-102; Ruslin vd., 2022; Guion vd., 2011). Bu çalışmada, amaçlı örnekleme ile belirlenmiş katılımcılardan yapay zekânın habercilikteki kullanımına ilişkin görüş, deneyim ve yaklaşımlarından hareketle detaylı bilgiler almak amaçlanmıştır. Bu çerçevede, çalışma kapsamında görüşülen toplam 17 meslek profesyoneline ChatGPT'nin Türk medyasında mevcut kullanım durumu, gazetecilik etiği ile ilişkisi, haber üretimindeki rolü, meslek profesyonelliğine yönelik riskleri, gazetecilik eğitimine ve mesleki yeterliliğe etkisine ilişkin yapılandırılmış sorular yöneltilmiş ve oluşturulan ilgili başlıklar altında tartışılmıştır. Görüşmeler, Haziran 2023-Aralık 2023 tarihleri arasında elektronik posta aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmacılar tarafından hazırlanan ve detaylandırılmış olan görüşme soruları, elektronik posta ile meslek profesyonellerine bir form üzerinde iletilmiş, aynı yol ile gelen yazılı yanıtlar metne tartışılarak, yorumlanarak aktarılmıştır. Yazarlar, ilgili elektronik

postalar ile görüşülen kimselerin iletişim bilgilerini ve gelen elektronik posta yanıtlarını elektronik ortamda arşivlemiştir.

Çalışma kapsamında görüşülmüş olan ve Türk haber medyasının çeşitli kollarını temsil eden meslek profesyonelleri şöyledir:

- ▶ Demirören Medya Dijital Grup Trend ve Trafik Koordinatörü - Deniz Ayas
- ▶ Mashable Türkiye Genel Yayın Yönetmeni - Mehmet Özen
- ▶ Posta Gazetesi ve Gazetevatan Dijital Genel Yayın Koordinatörü - Volkan Şahin
- ▶ Milat Gazetesi İnternet Yayın Yönetmeni - Yunus Emre Kabaoğlu
- ▶ beIN SPORTS Programlar Direktörü - Dijital Medya Müdürü Tarık Dağlı
- ▶ Anadolu Ajansı (AA) Türkiye Haberleri Koordinatörü - Hüseyin Yılmaz
- ▶ Lider Medya (HABER TV) Genel Yayın Yönetmeni - Sabri Çağlar
- ▶ Hürriyet Gazetesi - Editör - Murat Yılmaz
- ▶ Haber7.com Yayın Koordinatörü - Fuat Öner
- ▶ TV 100 Ankara Temsilcisi - Deniz Gürel
- ▶ Habertürk Televizyonu - Gazeteci/Sunucu - Mehmet Akif Ersoy
- ▶ Habertürk Televizyonu - Haber Koordinatörü Hakan Kürşad Oğuz
- ▶ TRT Haber - Editör - A. Necdet Tunaç
- ▶ TRT Haber - Editör - Abdullah Koltuk
- ▶ TRT Haber Haber Koordinatör Yardımcısı - Zihni Oğuz Akın

- ▶ T.C.Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı
Medya Koordinatörü - Osman Küçükdalak
- ▶ Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) Başkan
Yardımcısı - Dr. İbrahim Uslu

Bulgular

Gazeteciliğin Geleceği ve Yapay Zekâ

Günümüzde birçok gazetecinin ChatGPT'ye büyük ilgi gösterdiği düşünülmektedir. Bu çerçevede katılımcıların, ChatGPT gibi dil tabanlı yapay zekâ modellerinin Türk haber medyasında kullanımına ve ChatGPT teknolojisinin gazetecilik alanında meydana getireceği değişimlere ilişkin farklı görüşleri sunulmaktadır. Deniz Ayas, yapay zekânın haber üretim sürecine entegrasyonunun uzun bir süredir devam ettiğini ve şimdi daha fazla editoryal etkisinin olduğunu belirtmektedir. Mehmet Özen, ChatGPT gibi yapay zekâ dil modellerinin haber yazımında kullanılacağını ve bu teknolojinin gazetecilik alanında önemli bir rol oynayacağını öne sürerken, Volkan Şahin yapay zekânın hızlı haber üretimine katkıda bulunarak, Türk medya sektöründeki "hızlı habercilik" algısını standardize edebileceğini belirtmektedir. Yunus Emre Kabaoğlu ise yapay zekânın özellikle internet haberciliğinde SEO alanını etkileyebileceğini ve bu alanda iş yapma süreçlerini değiştirebileceğini savunmaktadır. Tarık Dağlı, teknolojinin güvenilirliğinin ve işlevselliğinin dikkatlice değerlendirilmesi gerektiğini ve gazetecilikte kullanımının kontrollü olması gerektiğini vurgulamaktadır. Fuat Öner'in dikkat çektiği nokta ise, yapay zekânın haber üretim sürecini hızlandırabileceği, ancak kalite kaybına yol açabileceği ve doğruluk konusundaki endişelerdir. Sabri Çağlar, ChatGPT gibi uygulamaların Türk medyasında sınırlı ve kontrollü bir şekilde kullanılması gerektiğini belirtirken, Murat Yılmaz, yapay zekânın gazetecilerin işlerini kolaylaştırabileceğini ve teknolojiyi kullanabilenlerin avantaj sağlayabileceğini ifade etmektedir. Deniz Gürel'in kanaati ise yapay zekânın hızlı ve verimli olabileceği ancak gazetecilik sürecindeki uzmanlığın hala önemli olduğu yönündedir. Mehmet Akif Ersoy,

yapay zekânın gazetecilikte araştırma sürecini kısaltabileceğini ancak objektiflik konusunda soru işaretleri olduğunu belirtmektedir. Dr. İbrahim Uslu da yapay zekânın haber toplama süreçlerini kolaylaştırabileceğini ancak haber yazımında tamamen işlevsel olamayacağını ve gazetecilerin yorumlama ve doğru bir şekilde yazma rollerini vurgulamaktadır. Hakan Kürşad Oğuz'un vurguladığı husus ise ChatGPT'nin güncel haber üretimi için sağlıklı bir model olmadığı yönündedir. Oğuz, haber üretimi sürecinde insan zekânının önemini vurgulamaktadır.

Yapay Zekâ ve Meslek Etiği

ChatGPT'nin meslek etiği çerçevesinde riskler taşıyabileceği yönündeki tartışmalara katkı sağlamak adına katılımcılara, ChatGPT'nin gazetecilik etiğiyle uyumu hakkındaki görüşleri sorulmuş ve bu teknolojiyi kullanırken doğruluk, tarafsızlık ve haberin kaynaklarına saygı gibi temel gazetecilik prensiplerini korumanın mümkün olup olmadığına ilişkin değerlendirmelerde bulunmaları istenmiştir. Deniz Ayas, yapay zekânın gazetecilikteki etkisini Wikipedia ve Google gibi araçların başlangıçtaki tepkisine benzeterek, yeni teknolojinin meslek içinde uyum sağlayabileceğini düşünmektedir. Mehmet Özen, ChatGPT'nin doğrudan bilgi için kullanılmasının riskli olduğunu ve gazetecilikteki kaynak doğrulama prensibinin hala geçerli olduğunu vurgulamaktadır. Volkan Şahin, ChatGPT'nin çok kaynaklı verilerden hızlı bir şekilde bilgi sentezleyerek, gazetecilik sürecini hızlandırabileceğini ifade ederken, veri manipülasyonu riskine de dikkat çekmektedir. Yunus Emre Kabaoğlu ise ChatGPT'nin, insan denetimi altında kullanılmasıyla tarafsızlık ve doğruluk prensiplerinin korunabileceğini savunmaktadır. Tarık Dağlı, ChatGPT gibi teknolojilerin insan kontrolünde olması gerektiğini ve etik değerlere uygun şekilde kullanılmasının önemine dikkat çekerken, Fuat Öner yapay zekânın etik açıdan sorgulanabilir olduğunu düşünmekte ve veri etiği konusunda endişelerini dile getirmektedir. Sabri Çağlar, yapay zekâyâ etik kavramının yüklenemeyeceğini ve kontrolün gazetecilerde olması gerektiğini ifade ederken, Murat Yılmaz'ın dikkat çektiği etiğin teknolojinin

kullanım amacına bağlı olarak değişebileceği yaklaşımıdır. Deniz Gürel, yapay zekânın objektiflik ve güvenilirlik konusunda sorunlar yaratabileceğini ve insan denetimi gerektiğini düşünmektedir. Mehmet Akif Ersoy'un vurgulamak istediği de yapay zekânın gazetecilik etiğiyle uyumlu çalışmasının şu aşamada zor olduğu yani, teknolojinin sınırlılıklarıdır. Dr. İbrahim Uslu, yapay zekânın gazetecilere kolaylık sağlayabileceğini, mesleki rollerin korunması gerekliliğini göz önüne alarak olası görmektedir. Hakan Kürşad Oğuz ise ChatGPT'nin gazetecilikte kullanımının etik dışı olmadığını ancak doğru kullanımın gazetecinin niteliklerine bağlı olduğunu belirtmektedir.

ChatGPT ve Haber Üretimi

Katılımcılara, ChatGPT'nin haber üretimindeki rolüne ilişkin görüşleri de sorulmuştur. İlgili teknolojinin, haberlerin hızlı bir şekilde üretilmesini ve yayınlanmasını sağlamak için kullanımına ilişkin görüşleri alınan katılımcılara, haber kaynaklarının doğrulanması ve haberlerin düzenlenmesi gibi süreçlerin nasıl işleyeceği sorusu da yöneltilmiştir. Deniz Ayas, ChatGPT'nin haber üretiminde kullanımının, haberlerin hızlı bir şekilde üretilmesini ve yayınlanmasını sağlayabileceğini düşünürken, söz konusu teknolojinin amacına uygun kullanılması gerektiğini ve haberin doğruluğunun ve abartısızlığının önemli olduğunu da vurgulamaktadır. Mehmet Özen ise, yapay zekânın gazetecilikteki rolünün, meslek içinde yeni bir alan açabileceğini ve gazetecilerin yaratıcılıklarını artırabileceğini ifade ederken, Volkan Şahin, ChatGPT'nin haber üretim sürecini hızlandırabileceğini düşünse de haberlerin doğrulanması ve düzenlenmesi gibi süreçlerin editörler tarafından kontrol altında tutulması gerektiğini vurgulamaktadır. Yunus Emre Kabaoğlu ise, ChatGPT'nin haber üretiminde kullanılmasının öznel bir tarzdan uzak olabileceğini ve haber kurgusu yapma yeteneğine sahip olmadığını ifade etmektedir. ChatGPT'nin özellikle masa başı habercilik veya mizahi haberler için kullanılabilirliğini düşünen Tarık Dağlı, bu noktada haberin manipülasyon riskine dikkat çekmektedir. Fuat Öner, yapay zekânın haber üretiminde sınırlı kaldığını ve

özgün içerik oluşturmakta zorlanabileceğini belirtirken, Sabri Çağlar ChatGPT'nin haber üretiminde hız sağlayabileceğini hata olasılığının mevcudiyetine dikkat çekerek ifade etmektedir. Hızlı haber üretiminin avantajlarının olduğunu düşünen Murat Yılmaz, haberin doğrulanması ve düzenlenmesi açısından "insan gözünün önemini" esas almaktadır. Deniz Gürel, ChatGPT'nin haber üretiminde araştırma sürecini kolaylaştırabileceğini ancak haberin doğruluğunun ve yayılma gücünün sorgulanması gerektiğini ifade ederken, Mehmet Akif Ersoy ChatGPT'nin haber üretiminde yardımcı bir rolü olduğunu ve haberin insanlar tarafından incelenmesi gerektiğini belirterek, dijital medya okuryazarlığının önem ve gerekliliğine dikkat çekmektedir. Dr. İbrahim Uslu, yapay zekânın haber üretim süreçlerini hızlandırabileceğini ancak gazetecilerin yapay zekâyı bilinçli şekilde yönlendirmesi gerektiğini ifade ederken, Hakan Kürşad Oğuz'un konu ile ilgili görüşleri gazetecilere fayda sağlayabileceği öngörülen ChatGPT gibi uygulamaların yanı sıra geleneksel yöntemlerin de desteklenmesi fikrine temellenmektedir. Ona göre aksi olduğunda gazetecilik mesleği zarar görebilir.

İşsizlik, İstihdam vb. Yönde Endişeler

Habercilik sürecinde algoritma kullanımının yaygınlaşmasının gazeteciler için işsizlik, istihdam yönünde sorunları getireceği tartışması bir süredir mevcuttur. Dolayısı ile katılımcıların bu konudaki görüşleri de alınmak istenmiştir. Katılımcılar, yapay zekânın gazetecilikte yaygınlaşmasının işsizlik ve istihdam sorunlarına yol açabileceği konusunda farklı görüşlere sahiptir. Deniz Ayas, işsizlik sorunlarının ortaya çıkabileceğini kabul ederken, sektörün kendini yenileyerek yeni iş kolları oluşturabileceğini düşünmektedir. Mehmet Özen, haberciliğin temelini insan faktörüne dayandığını ve yapay zekânın gazeteciliği tamamen otomatik hale getirmesinin kısa ve orta vadede mümkün olmadığını savunmaktadır. Volkan Şahin ise teknolojik gelişmelerin iş gücünün daha nitelikli işlerde kullanılmasına ve daha kaliteli gazetecilik yapılmasına olanak sağlayabileceğini belirtirken, yanlış kullanımının istihdam sorunlarına yol açabileceğini vurgulamaktadır. Yunus Emre Kabaoğlu, yapay zekânın SEO editörlerinin

istihdamını olumsuz etkileyebileceğini söylerken, çözümü bu editörlerin gazetecilikte başka alanlarda kendilerini geliştirmesi şeklinde ifade etmektedir. Tarık Dağlı, yapay zekânın kendi iş kollarını oluşturabileceğini öne sürerken, Fuat Öner, teknolojinin belirli alanlarda haberciliği kolaylaştırabileceğini ancak insan faktörünün hala önemli olduğunu savunmaktadır. Sabri Çağlar, yapay zekânın iş gücünü etkileyebileceğini kabul ederken, insan faktörünün her zaman önemli olduğunu vurgulamaktadır. Murat Yılmaz, teknolojinin iş gücünü etkileyebileceğini ancak insanın yerini tutmayacağını ifade ederken, Deniz Gürel, yapay zekânın gazeteciliği tamamen otomatik hale getirmesinin uzak olduğunu düşünmektedir. Mehmet Akif Ersoy, yapay zekânın gazetecilik mesleğini etkileyebileceğini ancak sınırlarının belirlenmesinin önemli olduğunu vurgulamaktadır. Dr. İbrahim Uslu, yapay zekânın insan faktörünü tamamen dışlayamayacağını ve sahadaki görevlerin yerini tutamayacağını ifade ederken, Hakan Kürşad Oğuz'un görüşü teknolojinin işsizlik sorunlarını artırabileceği, gazetecilik mesleğindeki geniş istihdam olanaklarının da sınırlı olduğu şeklindedir.

Gazetecilik Eğitimi ve Yetenek Keşfinde Yapay Zekâ

ChatGPT ve benzeri teknolojilerin, gazetecilik eğitimi ve gazetecilik mesleğine yönelik yeteneklerin geliştirilmesi üzerindeki etkisine ilişkin görüşlerine de başvurulmuş olan katılımcıların, yapay zekâ teknolojisinin gazetecilik öğrencileri veya genç gazeteciler için avantaj mı yoksa dezavantaj mı sağlayacağına ilişkin görüşleri önemlidir. Katılımcıların görüşleri çeşitlilik göstermektedir. Deniz Ayas, yapay zekânın gazetecilik eğitimi ve mesleğinin gelişimi üzerinde olumsuz etkileri olabileceğini savunmaktadır. Mehmet Özen ise yeni teknolojilere hızlı adapte olanların avantajlı olabileceğini ancak temel gazetecilik ilkelerinden uzaklaşmamak gerektiğini vurgulamaktadır. Volkan Şahin, teknolojinin doğru kullanımının gazetecilikte gelişimi hızlandırabileceğini, ancak insan faktörünün önemli olduğunu belirtmektedir. Yunus Emre Kabaoğlu, yapay zekânın gazetecilikte

hem avantajları hem de dezavantajları olabileceğini ifade ederken, özellikle görsel hizmetlerde kullanımının önemine dikkat çekmektedir. Tarık Dağlı, teknolojinin hem avantajlarını hem de dezavantajlarını vurgularken, etik ve ahlaki sorumlulukların önemli olduğunu belirtmektedir. Fuat Öner, teknolojinin gazetecilikte temel bir unsur olmaması gerektiğini ve dikkatli kullanımın önemli olduğunu vurgulamaktadır. Sabri Çağlar, teknolojinin gazetecilikte tembelliği teşvik edebileceğini ve genç gazetecilerin yeteneklerini olumsuz etkileyebileceğini düşünmektedir. Murat Yılmaz, yapay zekânın gazetecilikteki etkilerinin daha dikkatli şekilde ele alınması gerektiğini ve insan faktörünün önemini vurgulamaktadır. Deniz Gürel, yapay zekânın hem niceliksel hem de niteliksel etkilerinin olduğuna dikkat çekmekte ve teknolojinin doğru kullanımının önemine işaret etmektedir. Mehmet Akif Ersoy, yapay zekânın gazetecilik mesleğini etkileyebileceğini ancak sınırlarının belirlenmesinin önemli olduğunu vurgulamaktadır. Dr. İbrahim Uslu, yapay zekânın gazetecilik eğitiminde olumlu bir rol oynayabileceğini düşünmektedir. Hakan Kürşad Oğuz ise teknolojinin gazetecilik eğitiminde faydalı olabileceğini ve hızlı değişen kuşaklar için uygulamalı eğitime ağırlık verilmesi gerektiğini savunmaktadır.

Görüldüğü gibi katılımcılar, gazeteciliğin teknolojiyle etkileşimini tartışırken, farklı perspektifler sunmuşlardır. Sorulara ek olarak Deniz Ayas, teknolojinin gazeteciliğe getirdiği avantajlara rağmen, insan faktörünün önemini vurgulamış, Yunus Emre Kabaoğlu ise yapay zekânın mantıksal faydacılığının insanın insani içgüdülerinden uzak olduğunu ve gazeteciliğin öznellik ile şekillendiğini belirtmiştir. Kabaoğlu ayrıca, yapay zekânın ürettiği içeriklerin hukuki düzenlemelere tabi olması gerektiğine de vurgu yapmıştır. Sabri Çağlar ise yapay zekânın haberin niteliğini insanın yaratacağından farklı olduğunu söylemiş, insanın haberi duygusal ve edebi öğelerle zenginleştirebileceğine dikkat çekerek, yapay zekâ tartışmalarında insana has niteliklerin önemine dikkat çekmiştir.

Kamusal Yayıncılık Yapan Medya Profesyonelleri Ne Düşünüyor?

Kamusal yayıncılık yapan medya kuruluşlarında görev yapan meslek profesyonellerinin habercilikte yapay zekâ kullanımı ve ChatGPT deneyimine ilişkin görüşleri, değerlendirmeleri de dikkat çekicidir. Öyle ki Hüseyin Yılmaz, ChatGPT'nin Türk haber medyasında kullanımını veri gazeteciliği için önemli görürken, özellikle siyaset ve dış politika gibi konularda kullanımının sorunlu olduğunu belirtmektedir. Yapay zekâ ve ChatGPT gibi uygulamaların gazetecilere özgü yorum, kıyaslama ve muhakeme gücünün yerini alamayacağını dile getiren Yılmaz, ChatGPT'nin gazetecilik etiğiyle uyumunu değerlendirirken, etik kurallara yenilerinin eklenmesi gerektiğini, yapay zekâ uygulamalarının kullanımının belirgin sınırlarla çizilmesi gerektiğini ifade etmektedir. Bu noktada, Anadolu Ajansı 2024 yılının başında "Medyada Yapay Zeka Etik Kullanım Rehberi" hazırlamıştır.²

A. Necdet Tunaç, ChatGPT gibi yapay zekâ modellerinin haberlerin otomatik olarak yazılmasını sağlayacağını, bu durumun haber yazımını hızlandıracağını ve bilgi hatalarının azalmasını sağlayabileceğini, ancak haberin insani boyutunu göz önünde bulundurmayacaklarını ve duygusal zekâ ile zenginleştirilebilecek bazı haberlerde eksiklikler yaşanabileceğini belirtmektedir. Tunaç, yapay zekânın gazetecilik etiğiyle uyumunu değerlendirirken, algoritmaya dayalı teknolojilerin manipülasyona açık olduğunu ve belirli etik değerleri anlayamayabileceğini ifade etmektedir.

Abdullah Koltuk da ChatGPT'nin haber üretiminde rutin haberlerin yazımı konusunda gazetecilere zaman kazandıracağını ve hata riskini azaltacağını düşünmektedir. Ancak, tarafsızlık gibi gazetecilik ilkeleri açısından bazı sıkıntılar yaşanabileceğini ve yapay zekânın haber kaynaklarına saygı gösteremeyeceğini düşünen Koltuk, ChatGPT'nin gazetecilik mesleğinde işsizlik ve istihdam sorunlarına yol açabileceği endişelerini dile getirmekte ve daha yaratıcı içerikler üretilmesi

gerektiğini vurgulamaktadır.

Zihni Oğuz Akın, yapay zekâ araçlarının haber üretiminde kullanılmasının birçok avantajı olduğunu ancak etik konuların dikkate alınması gerektiğini belirtmektedir. Yapay zekânın insani ve toplumsal değerleri algılayamayacağını ve etik endişeleri göz ardı edebileceğini dile getiren Akın, ChatGPT'nin haber üretimindeki rolüne ilişkin olarak, yapay zekânın habercilerin yerini alamayacağını ancak haber yazımını hızlandırabileceğini ve kavram çeşitliliğini artırabileceğini ifade etmektedir.

Osman Küçükdalak, yapay zekâ araçlarının haber üretiminde "yardımcı kaynak" olarak kullanılmasını verimli bulmakta iken ek olarak yapay zekânın etik noktasında duyarlı olamayabileceğini ve "gazetecilerin robotlaşmasına" yol açabileceğini belirtmektedir. Küçükdalak, ChatGPT'nin haber üretimindeki rolüne ilişkin olarak, yapay zekâ araçlarının haber yazımını hızlandırabileceğini düşünürken, bu çerçevede haberin insani boyutunun göz ardı edebileceği yönündeki endişelerini de ifade etme gereği duymuştur.

Katılımcıların görüşlerinin yapay zekânın gazetecilik eğitimi ve mesleği üzerindeki etkileri konusunda çeşitlilik gösterdiği gözlenmiştir. Nitekim bazı medya meslek profesyonelleri yapay zekânın gazeteciliği kolaylaştırabileceğini ve yeteneklerin gelişimine olumlu katkı sağlayabileceğini düşünürken, diğerleri ise teknolojinin gazetecilik mesleğini tembelleğe itebileceği ve insan faktörünün önemini azaltabileceği endişesini taşımaktadır. Özellikle etik ve ahlaki sorumlulukların gözetilmesine, teknolojinin doğru ve dengeli şekilde kullanılması gerektiğine vurgu dikkat çekicidir. Bu çerçevede yapay zekânın gazetecilikteki rolünün belirlenmesi ve gazetecilik eğitiminde teknolojiye nasıl entegre edileceğine ilişkin tartışmaların devam edeceği öngörülmektedir.

2 Bkz. Durdak, A. (2024, Şubat 10 - 2024, Şubat 11). *Anadolu Ajansı "Medyada Yapay Zeka Etik Kullanım Rehberi" hazırladı*. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/kurumsal-haberler/anadolu-ajansi-medyada-yapay-zeka-etik-kullanim-rehberi-hazirladi/3133162>

Sonuç ve Öneriler

Yapay zekâ teknolojilerinin gazetecilik alanında kullanımı konusundaki tartışmalar, bu çalışma kapsamında görüşlerine başvuru alan medya meslek profesyonelleri tarafından çeşitli ve oldukça da hassas perspektiflerden ele alınmıştır. Katılımcıların görüşleri, yapay zekânın gazetecilik süreçlerindeki potansiyel etkileri ve beraberinde getirdiği sorunlar üzerine ışık tutmuştur. Çalışma kapsamında gözlenmiştir ki, mesleğini özel yayıncılık bağlamında sürdüren medya profesyonellerinin çoğu, yapay zekâ teknolojilerini haber üretim sürecinde yararlı bulurken, bu yarar ve aslında teknik yardımın haberlerin doğrulanması ve düzenlenmesi gibi süreçler editörler tarafından kontrol altında tutulduğu takdirde söz konusu olacağını, aksi durumda ise haberciliğin zarar görebileceğini düşünmektedir. Gazetecilik etiğini göz önüne almak, dijital medya okuryazarlığına önem vermek, yapay zekâyı geleneksel tekniklere eklemek katılımcılara göre bu çerçevedeki diğer gerekliliklerdir. Ayrıca, katılımcılar yapay zekânın gazetecilik eğitiminde olumlu ve olumsuz etkileri olabileceğini düşünmektedirler. Öyle ki katılımcılardan birisi yapay zekâ teknolojilerinin genç gazetecileri tembelliğe teşvik edebileceğini ve yeteneklerini olumsuz etkileyebileceğini düşünürken, bir diğeri bu teknolojinin gazetecilik eğitiminde faydalı olabileceğini düşünmekte, hızlı değişen kuşakların uygulamalı eğitimine ağırlık verilmesine yönelik bir gerekliliği belirtmektedir. Katılımcılarda yapay zekânın gazetecilik alanında yerleşik bir yer alması durumunda, işsizlik ve istihdam yönündeki endişeler de mevcuttur ancak, bazı katılımcılar bu öngörüyle kısa vadede olası görmezken, bazıları insan faktörünün dışlanması pek mümkün olmayacağı görüşündedir.

Kamusal yayıncılık yapan medya kuruluşlarında görev yapan meslek profesyonellerinin çoğunluğunun da yapay zekâ teknolojilerinin, özelde ChatGPT'nin rutin haber yazmada hızlı, işleri kolaylaştıran bir nitelikte ve bilgi hatalarının azaltılması suretiyle yararlı olacağını düşündüğü gözlenmiştir. Bu durum, ilgili teknolojiye güncel bir direnç ya da önyargı olmadığı anlamına gelse de bazı katılımcıların, ChatGPT'nin bazı konularda

(siyaset ve dış politika gibi) kullanımının sorunlu olabileceğini ifade etmesi önemlidir. Nitekim katılımcılara göre yorum, kıyaslama ve muhakeme gücünün insana özgü olması, yapay zekâ ve ChatGPT gibi uygulamalar için bir dezavantaj olarak yorumlanabilir. Çünkü biliniyor ki haberlerde duygusal zekâ ile zenginleştirme, entelektüel kapasite, deneyim, bilgi birikimi önemlidir. Ek olarak algoritmaya dayalı teknolojilerin manipülasyona açık olması, habercilik etiğinden yoksunluk, yapay zekânın haber kaynaklarına saygı gösteremeyeceği düşüncesi, gazetecilik mesleğinde işsizlik ve istihdam sorunlarına yol açabileceğine yönelik kaygılar da yapay zekâ teknolojilerinin, ChatGPT'nin diğer dezavantajları olarak sıralanabilir. Yapay zekâ teknolojilerinin gazetecilikte yeni iş kolları yaratabileceğine ve genç gazetecilerin eğitiminde ilgili teknolojiye ağırlık verme düşüncesinin mevcudiyetine karşın, işsizlik ve istihdam noktasında olumsuzlukları getirebileceği de düşünülmektedir. Bununla birlikte, yapay zekâ teknolojileri ile daha yaratıcı içerikler üretilmesi gerektiği, ilgili teknolojinin kavram çeşitliliğini artırabileceği ve yapay zekâ araçlarının haber üretiminde yardımcı kaynak olarak kullanılmasının verimli olabileceği, katılımcılara göre yapay zekâ teknolojilerinin, ChatGPT'nin tartışmalı da olsa olanakları sayılabilir. Dolayısı ile hem özel yayıncılık hem de kamusal yayıncılık noktasında görev yapan katılımcıların bu teknolojiye önem ve yarar atfetmekle birlikte, temkinli yaklaştıkları ve geleneksel habercilik ilke ve değerlerinden ödün vermemek suretiyle yapay zekâ teknolojilerini, gazeteciliğin geleceğinde gördükleri söylenebilir. Ancak bu öngörü yapay zekâ teknolojilerinin tamamen gazetecilerin yerini alacağı şeklinde değildir. Öyle ki özel medya kuruluşunda görev yapan meslek profesyonelleri de kamusal yayıncılık alanında mesleği icra eden profesyoneller de insan öznesine her zaman duyulacak ihtiyaç ve ilgili teknolojiyi denetim, kontrol, sınırlar konusunda hem fikir gözükmemekte ancak Türk haber medyasında yerleşik bir ChatGPT kullanımı, yönelim hakkında bilgi sahibi olunmasına karşın pek söz konusu değil. Oysaki katılımcıların büyük kısmı bu teknolojiyi yararlı, hızlı ve işleri kolaylaştırıcı nitelikte bulmaktadır.

Dünyanın birçok yerinde olduğu gibi Türkiye’de de şimdilerde medyayı ve haberciliği dönüştürme potansiyeline sahip olduğu gözlenen yapay zekâ, haber üretiminden kişiselleştirmeye, dil engellerini aşmaktan sosyal medya entegrasyonuna kadar birçok alanda yenilikçi çözümler sunabilir, bu dönüşüm haberciliğin daha hızlı, daha verimli ve daha erişilebilir hale gelmesine katkıda bulunabilir. Ancak, yapay zekânın etik ve sorumlu bir şekilde kullanılması ve bu teknolojinin benimsenmesini engelleyebilecek altyapı eksikliği, yasal engeller ve kamuoyunun algısı gibi zorlukların da göz önünde bulundurulması gerekir. Bu potansiyelin tam olarak gerçekleştirilebilmesi için, ilgili tüm paydaşların birlikte çalışarak gerekli adımları atması önemlidir. Gazetecilik eğitiminde yapay zekâ teknolojilerine daha fazla yer verilmesi ve gazetecilerin bu teknolojileri etkin ve doğru şekilde kullanabilmesi için gerekli eğitimlerin sağlanması önerilmektedir. Ayrıca, yapay zekâ teknolojilerinin gazetecilikteki etkilerini sürekli olarak izlemek ve değerlendirmek, sektörün bu teknolojilerden maksimum fayda sağlamasına ve gazetecilik standartlarının korunmasına yardımcı olacaktır.

Kaynaklar

Alén-Savikko, A. (2022). Transparency in algorithmic journalism: from ethics to law and back. İçinde Taina Pihlajarinne ve Anette Alén-Savikko (Editörler), *Artificial Intelligence and the Media*. (ss. 33-60). Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.

Anadolu Ajansı. (AA). *Anadolu ajansı “medyada yapay zeka etik kullanım rehberi” hazırladı*. (Abdulsalam Durdak, Yayınlanma Tarihi: 10.02.2024 – Güncelleme Tarihi: 11.02.2024). <https://www.aa.com.tr/tr/kurumsal-haberler/anadolu-ajansi-medyada-yapay-zeka-etik-kullanim-rehberi-hazirladi/3133162>

Amponsah, P. N. ve Atianashie, A. M. (2024). Navigating the new frontier: A comprehensive review of ai in journalism. *Advances in Journalism and Communication*, 12, 1-17.

BBC News Türkçe. (2022). ChatGPT: Herkesin

konuştuğu yapay zeka sohbet robotu. 12 Aralık 2022, Chris Vallance, <https://www.bbc.com/turkce/articles/c51xrv477v5o>

Bisvas, S. (2023). Role of ChatGPT in journalism: According to ChatGPT. *Journal of Alsalam University*, 6(1), 39-41.

Bryson, J. ve Kime, P. (1998). Just another artifact: Ethics and the empirical experience of AI. *Fifteenth International Congress on Cybernetics* (ss. 385-390). UK: Edinburgh.

Boyce, C. ve Neale, P. (2006). Conducting in-depth interviews: A guide for designing and conducting in-depth interviews for evaluation input. May 2006, Pathfinder International Tool Series Monitoring and Evaluation – 2, Pathfinder International, Watertown: USA.

Canavilhas, J. (2022). Artificial intelligence and journalism: Current situation and expectations in the Portuguese sports media. *Journalism and Media*, 3(3), 510-520.

Caswell, D. ve Dörr, K. (2018). Automated journalism 2.0: Event-driven narratives. *Journalism Practice*, 13(4), 477-496.

Corbin, J. ve Strauss, A. (2014). *Basics of qualitative research techniques - basics of qualitative research: techniques and procedures for developing grounded theory*. Edition, 4. Sage.

Council of the European Union General Secretariat. (2023). ChatGPT in the Public Sector – overhyped or overlooked?, *Analysis and Research Team* (24 Nisan 2023), https://www.consilium.europa.eu/media/63818/art-paper-chatgpt-in-the-public-sector-overhyped-or-overlooked-24-april-2023_ext.pdf

Cürgen, E. (2019). *Gazetecilikte yapay zekâ kullanımının en beğenilen 10 yolu*. (Yayınlanma Tarihi: 19 Kasım 2019). <https://journocom.tr/gazetecilik-yapay-zeka>

- Davlatova, N. (2020). Robot journalists welcome the future. Proceedings of Online International Conference on Advances in Technology, Social Sciences and Humanities Organized by Novateur Publications, Pune, Maharashtra, India JournalNX- A Multidisciplinary Peer Reviewed Journal ISSN: 2581-4230, Website: journalnx.com, June, 11-12, 2020.
- de-Lima-Santos, M-F. ve Salaverría, R. (2021). From data journalism to artificial intelligence: Challenges faced by La Nación in implementing computer vision in news reporting. *Palabra Clave*, 24(3), e2437.
- Dursun, B. (2023). A qualitative research technique: Interview. *Journal of Interdisciplinary Educational Research*, 7(14), 100-113.
- Etike, Ş. (2023). Yapay zekâ ve haber üretim süreci: Tanımlar ve uygulamalar. *Türkiye Medya Akademisi Dergisi*, 3(6), 588-609.
- Feng, Y., Poralla, P., Dash, S., Li, K., Desai, V. ve Qiu, M. (2023). The impact of GhatGPT on streaming media: A crowdsourced and data-driven analysis using Twitter and Reddit. İçinde 9th Intl Conference on Big Data Security on Cloud (BigDataSecurity), IEEE Intl Conference on High Performance and Smart Computing, (HPSC) and IEEE Intl Conference on Intelligent Data and Security (IDS) (ss. 222-227), IEEE.
- Goni, A. ve Tabassum, M. (2020). Artificial intelligence (ai) in journalism: Is Bangladesh ready for it? a study on journalism students in Bangladesh. *Athens Journal of Mass Media and Communications*, 6(4), 209-228.
- Granderath, L., Grobb, J., Heimann, M., Klaproth, F., & Ötting, H. (2021). When robots write the news: a guideline based interview study on opportunities and risks of using artificial intelligence in political reporting in Germany and the U.S. İçinde A. Godulla, S. Doberts, C. Müller, & H. Ötting (Editörler), *Communicating with, through, and as the Recipient: Changing the Rules in Strategic Communication and Journalism*. (ss. 102-131). Leipzig <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-75421-7>
- Guion, L. A., Diehl, D. C. ve McDonald, D. (2011). Conducting an in-depth interview. *EDIS*, (8), <https://doi.org/10.32473/edis-fy393-2011>
- Kim, H. (2019). AI in journalism: Creating an ethical framework. *Syracuse University Honors Program Capstone Projects*. 1083, https://surface.syr.edu/honors_capstone/1083
- Kim, D. ve Kim, S. (2021). A model for user acceptance of robot journalism: Influence of positive disconfirmation and uncertainty avoidance. *Technological Forecasting and Social Change*, Volume 163.
- Kothari, A. ve Cruikshank, S. A. (2022). Artificial intelligence and journalism: An agenda for journalism research in Africa. *African Journalism Studies*, 43(1), 17-33.
- Latar, N. L. (2015). The robot journalist in the age of social physics: The end of human journalism?. İçinde Einav, G. (Editör) *The New World of Transitioned Media. The Economics of Information, Communication, and Entertainment*. Springer, Cham.
- LSE. (2019). New powers, new responsibilities A global survey of journalism and artificial intelligence. Charlie Beckett, <https://drive.google.com/file/d/1utmAMCmd4rfJHrUfLLfSJ-clpFTjyef1/view>
- Mashabe Türkiye. (2023). *ChatGPT'ye sorduk: Şampiyonlar Ligi finali kaç kaç biter? (Hakan Çalhanoğlu için de bir çift sözü var!)*. (Erişim Eröz, Yayınlanma Tarihi: 18 Mayıs 2023). <https://tr.mashable.com/chatgpt/9957/chatgptye-sorduk-sampiyonlar-ligi-finalini-kim-alir-hakan-calhanoglu-icin-de-bir-cift-sozu-var>

- Moran, R. E. ve Jawaid Shaikh, S. (2022). Robots in the news and newsrooms: Unpacking meta-journalistic discourse on the use of artificial intelligence in journalism. *Digital Journalism*, 10(10), 1756-1774.
- Moravec, V., Macková, V., Sido, J. ve Ekštejn, K. (2020). The robotic reporter in the Czech news agency: Automated journalism and augmentation in the newsroom. *Communication Today*, 2020, Vol. 11, No.1.
- NewsLabTurkey. (2023). "Risk, tehdit, heyecan: Türkiye haber medyasında yapay zekâ söylemleri". M. Burak Atasever & Suncem Koçer, <https://www.newslabturkey.org/wp-content/uploads/2023/09/rh-29.pdf>
- Noain-Sánchez, A. (2022). Addressing the impact of artificial intelligence on Journalism: The perception of experts, journalists and academics. *Communication & Society*, 35(3), 105-121.
- Parratt-Fernández, S., Mayoral-Sánchez, J. ve Mera-Fernández, M. (2021). The application of artificial intelligence to journalism: An analysis of academic production. *Profesional de la información*, 30(3), e300317.
- Pavlik, J. V. (2023). Collaborating with ChatGPT: Considering the implications of generative artificial intelligence for journalism and media education. *Journalism & Mass Communication Educator* 2023, 78(1) 84-93.
- Peretti, M. (2022). *Gazetecilikte yapay zekâ hakkında bilmeniz gereken 10 şey*. (Yayınlanma Tarihi: 3 Ekim 2022). <https://gijn.org/2022/10/03/gazetecilikte-yapay-zeka-hakkinda-bilmeniz-gereken-10-sey/>
- Razec, I. (2022). Artificial intelligence and the future of news. Reflections on Journalism from the Perspective of the AI Immersion. *com.press*, 4(2), 52-69.
- Reuters Institute. (2023). *Is ChatGPT a threat or an opportunity for journalism? Five ai experts weigh in* in Francesco Marconi, Madhumita Murgia, Charlie Beckett and two startup founders discuss the impact of generative ai on the news industry. (Marina Adami, Yayınlanma Tarihi: 23 Mart 2023), <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/chatgpt-threat-or-opportunity-journalism-five-ai-experts-weigh>
- Roberts, B. (2023). *Testing the potential of using ChatGPT to extract data from pdfs*. (Yayınlanma Tarihi: 29 Mart 2023), <https://gijn.org/2023/03/29/using-chatgpt-ai-extract-data-pdfs/>
- Rodríguez-Castro, M. ve González-Tosat, C. (2022). Journalism's cruise control: How can public service media outlets benefit from ai and automation?. İçinde (Editörler) Berta García-Orosa, Sara Pérez-Seijo & Ángel Vizoso), *Emerging Practices in the Age of Automated Digital Journalism Models, Languages, and Storytelling*. (ss. 93-104). Routledge Research in Journalism, Routledge.
- Ruslin., Mashuri, S., Abdul Rasak, M. S., Alhabsyi, F. ve Syam, H. (2022). Semi-structured interview: A methodological reflection on the development of a qualitative research instrument in educational studies. *IOSR Journal of Research & Method in Education*, 12(1), 22-29.
- Simon, M. F. (2022). Uneasy bedfellows: AI in the news, platform companies and the issue of journalistic autonomy. *Digital Journalism*, 10(10), 1832-1854.
- Thäsler-Kordonouri, S. ve Barling, K. (2023). Automated journalism in UK local newsrooms: attitudes, integration, impact. *Journalism Practice*, 1-18.
- Trattner, C., Jannach, D., Motta, E., Costera Meijer, I., Diakopoulos, D., Elahi, M., Opdahl, A. L., Tessem, B., Borch, N., Fjeld, M., Øvreid, L., De Smedt, K. ve Moe, H. (2022). Responsible media technology and ai: challenges and research directions. *AI and Ethics*, 2, 585-594.

Vadapalli, R., Syed, B., Prabhu, N., Srinivasan, B. V. ve Varma, V. (2018). When science journalism meets artificial intelligence: An interactive demonstration. İçinde *Proceedings of the 2018 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing: System Demonstrations* (ss. 163-168). Brussels, Belgium. Association for Computational Linguistics.

Vallance, C. (2022). *ChatGPT: Herkesin konuştuğu yapay zekâ sohbet robotu.* (Yayınlanma Tarihi: 12 Aralık 2022), <https://www.bbc.com/turkce/articles/c51xrv477v5o>

Višnovský, J., Ungerová, M. Ve Kubíková, K. (2019). Robo-journalism and its implementation in editorial practice. NORDSCI International Conference (Athens, Greece, August 19, 2019), <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED603467.pdf>

Višnovský, J. ve Radošinská, J. (2017). Online journalism: current trends and challenges. İçinde (Editör) Beatriz Peña-Acuña, *The Evolution of Media Communication.* (ss. 3-22). Zagreb, Croatia.

Wang, Y. (2021). The application of artificial intelligence in Chinese news media. 2. *International Conference on Artificial Intelligence and Information Systems*, 266, 1-4.

Wölker, A. ve Powell, T. E. (2021). Algorithms in the newsroom? News readers' perceived credibility and selection of automated journalism. *Journalism*, 22(1) 86-103.

Yegen, C., Ayhan, B. ve Demir, Y. (2022). Twitter's role in digital democracy, post-truth, and political polarization. *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, 24(2), 45-65.

Yu, Y., Huang, K. ve Jones, B. (2020). Artificial intelligence in media: Journalists' perceptions and organizational talk. *Communication, technologies et développement*, 8.

Zhang, Y. (2023). The integration of traditional broadcasters with artificial intelligence in television news programmes. *SHS Web of Conferences*, (158), 02009.

Xu, Z. ve Lan, X. (2020). A scientometric review of automated journalism: Analysis and visualization. *J. Phys.: Conf. Ser.* 1684 012127.

Extended Abstract

As technology develops at an unpredictable pace it is seen to have an impact on individuals' daily lives and even on their professionalism. Although the application of innovation "as a means of technological, social and economic development" in different fields or environments is not always welcomed positively, innovation is used in understandings where it is accepted. For example, the media is one of the main implementers of technological innovations because it has a direct impact. In this framework, the media pioneers the use of innovations, aiming for adaptation as well as development. The news media are particularly oriented towards podcasts, virtual reality technology, 360-degree videos or chatbots. Drone-based journalism, on the other hand, has made it possible to gather news content through artificial intelligence, characterizing news tools that enter where humans cannot. Nowadays numerous new media environments have also become next-generation news outlets (Višnovský and Radošinská, 2017).

This study examines the potential and orientation of the new artificial intelligence-supported chatbot called ChatGPT in journalism. ChatGPT, which has gained popularity in many places and rapidly increased the number of users, made a big noise after it was launched by the artificial intelligence research company. OpenAI; the chatbot attracted great attention although the company stated that ChatGPT could answer questions "wrong", and that bias could be observed in the answers. So much so that in this news report, the BBC chatted with ChatGPT (in English). In the meantime, ChatGPT was observed to be quite advanced in terms of language command, and the chatbot

even answered whether artificial intelligence would replace human writing (Vallance, 2022). The tendency of many countries' media organizations to utilize artificial intelligence for journalism on a global scale has been opened to discussion again through ChatGPT. As a matter of fact, it is known that many media organizations today make use of artificial intelligence applications in news writing and even introduce new news production models. London School of Economics (LSE) conducted a survey of 71 news organizations (including TRT) in 32 countries, including Türkiye. While the findings show that the most popular applications of AI in journalism are in the media in the United States, the United Kingdom, China, Germany, Finland and Ukraine, it is noteworthy that many news organizations do not have an "AI strategy" (LSE, 2019; Cürgen, 2019). "The Risk, Threat, Excitement: Artificial Intelligence Narratives in Turkish News Media" (2023) report prepared by NewsLabTurkey Research Hub provides views on Türkiye. The results reveal that the representation of artificial intelligence in the news directly directs the social discourse on the technology in question and that it is necessary to adopt a responsible and data-driven journalism approach by not being carried away by the excitement and anxiety caused by developments related to this technology. The report draws attention to the fact that the possible risks related to artificial intelligence and the concerns arising from them should be discussed in a transparent and unbiased manner, the importance of "artificial intelligence literacy", and that the public, academia, civil society, and industry stakeholders should determine a roadmap for the necessary training in this context. The report also proposes a concept of "communicative artificial intelligence" that can characterize the process of automation in communication-based on artificial intelligence.

For this reason, this study evaluates artificial intelligence-supported journalism in the Turkish news media through ChatGPT, tries to provide an outlook on the acceptance of the related trend, and discusses the current or possible strategies of news organizations. In order to reach comparable

findings on the topic, semi-structured in-depth interviews were conducted with professionals from public and private broadcasting in the Turkish news media, and an attempt was also made to draw attention to the risks and opportunities of artificial intelligence in journalism.

A total of 17 professionals interviewed within the scope of the study were asked semi-structured questions about the use of ChatGPT in Turkish media, its relationship with journalism ethics, its role in news production, its risks to professionalism, its impact on journalism education and professional competence. The interviews were conducted via e-mail between June 2023 and December 2023. The authors archived the relevant e-mails and contact information of the interviewees.

Findings

It is thought that many journalists are showing great interest in ChatGPT today. In this framework, the different views of the participants on the use of language-based artificial intelligence models such as ChatGPT in the Turkish news media and the changes that ChatGPT technology will bring to the field of journalism are presented. Ayas states that the integration of artificial intelligence into the news production process has been going on for a long time and now it has more editorial impact. Özen argues that artificial intelligence language models such as ChatGPT will be used in news writing and that this technology will play an important role in the field of journalism, while Şahin states that artificial intelligence can standardize the perception of "fast news reporting" in the Turkish media sector by contributing to fast news production.

They were asked for their views on the compatibility of ChatGPT with journalistic ethics and were asked to evaluate whether it is possible to maintain basic journalistic principles such as "accuracy", "impartiality" and "respect for news sources" when using this technology. Kabaoğlu argues that the principles of impartiality and accuracy can be preserved by using ChatGPT under human supervision. Dağlı emphasizes that technologies

such as ChatGPT should be under human control and should be used in accordance with ethical values, while Öner thinks that artificial intelligence is ethically questionable and expresses concerns about data ethics. Çağlar states that the concept of ethics cannot be imposed on artificial intelligence and that journalists should be in control. As a result, while almost all of the participants see artificial intelligence technologies such as ChatGPT in the field of journalism, they evaluate the relevant technology within the framework of common sense in terms of its advantages and disadvantages.

Conclusion

Especially when examining the potential of artificial intelligence systems such as ChatGPT in journalism, it is thought that these technologies can speed up the news production process and save journalists time. However, as emphasized in this study, these technologies should be used with ethical and moral responsibilities in mind. The views of the participants shed an important light on the potential effects of artificial intelligence on the journalistic processes and the issues it raises. First of all, it can be said that there is a general acceptance that the integration of artificial intelligence technologies into journalistic processes can provide advantages such as rapid news production and information synthesis. However, the fact that it was emphasized that technology cannot completely replace the human factor and that human sensitivity is important, especially in enriching the emotional and ethical dimensions of the news, supports and actually repeats the current “quality” debates within the framework of artificial intelligence and journalism. In evaluating the compliance of artificial intelligence applications with journalistic ethics, it is notable that the participants highlighted the importance of ethics and the necessity to safeguard journalistic principles such as accuracy and impartiality against the risk of manipulation. This suggests that the media professionals interviewed in the study demonstrate a profound understanding of the duties and responsibilities of journalism. Artificial intelligence, which is now

seen as having the potential to transform media and journalism in Türkiye as in many parts of the world, can offer innovative solutions in many areas from news production to personalization, from overcoming language barriers to social media integration; this transformation can contribute to making journalism faster, more efficient and more accessible. However, the ethical and responsible use of artificial intelligence and the challenges such as lack of infrastructure, legal barriers and public perception that may hinder the adoption of this technology should also be taken into consideration. Participants are not resistant to the integration of ChatGPT into journalism, but they are cautious and have similar predictions.

Yazar Bilgileri

Author details

*Prof. Dr., Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi, murat.kirik@marmara.edu.tr, Orcid: 0000-0002-5771-4843

** (Sorumlu Yazar **Corresponding Author**) Doç. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi, oguzgoxsu@gmail.com, Orcid: 0000-0002-7923-8761

***Doç. Dr., Mersin Üniversitesi İletişim Fakültesi, cerenyegen@mersin.edu.tr, Orcid: 0000-0001-9582-0711

Katkı Oranı

Author Contribution Percentage:

Birinci yazar % 35 First Author % 35

İkinci yazar % 30 Second Author % 30

Üçüncü yazar % 35 Third Author % 35

Çıkar Çatışması

Conflict of Interest

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır. None

Kaynak Göstermek İçin

To Cite This Article

Kirik, A. M., Göksu, O. & Yegen, C. (2024). Yapay zekâ ve gazetecilik: Türk mediasında ChatGPT kullanımı. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (68), 90-109. <https://doi.org/10.47998/ikad.1469909>