

YAPAY ZEKÂ HABERCİLİĞİ VE GAZETECİLİK TARTIŞMALARINA DAİR BİR DEĞERLENDİRME

Aysel AY
Marmara Üniversitesi, Türkiye
ayselay4722@gmail.com
https://orcid.org/0000-0003-2816-1634

<i>Atıf</i>	Ay, A. (2022). Yapay Zekâ Haberciliği ve Gazetecilik Tartışmalarına Dair Bir Değerlendirme. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 12 (4), 913-926.
-------------	--

ÖZ

Teknolojik gelişmeler hangi dönemde ve düzeyde olursa olsun sosyo-ekonomik sonuçlar doğurmuştur. Yaşamakta olduğumuz çağ açısından da dijitalleşme hayatımızı değiştiren önemi yadsınamaz bir gerçektir. Toplumun ve finans kaynaklarının tartışmasız bir parçası olan gazetecilik de bu gelişmelerden payına düşeni almaktadır. Artık bir haberi kimin yaptığına değil, 'neyin' yapmış olabileceğine de bakılmaktadır. Dijital teknolojiyle üretilmiş olan yapay zekâ gazetecilik alanında da sıkça kullanılmaktadır. Dahası yapay zekâ haberciliği gazetecinin yerine geçme iddiasına sahiptir. Bu gelişmeler gazetecilik mesleği ve haber üretimi açısından yeni tartışmalar ortaya koymaktadır. Bu tartışmalar oldukça geniş bir çerçeveye sahiptir. Çalışmanın amacı, yapay zekâ haberciliği ve gazetecilik arasında gelişmekte olan etkileşimin ne gibi konuları gündeme getirdiğine dair bir portre çizmektir. Bu nedenle çalışmada, yapay zekâ haberciliğine yönelik gelişmeler gazetecilik, haber ve içerik üretimi çerçevesinde değerlendirilecektir. Çalışmada geleneksel derleme yöntemi kullanılmıştır. Bu bağlamda literatürden elde edilen bilgiler doğrultusunda yapay zekâ haberciliği hakkındaki tartışmalar ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Yapay Zekâ Haberciliği, Gazetecilik, Yapay Zekâ, Haber Üretimi.*

AN EVALUATION OF THE DISCUSSIONS OF JOURNALISM AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE JOURNALISM

ABSTRACT

Regardless of the historical periods and the level of development that have taken place, technological advances have always brought socio-economic consequences. In our age, the importance of digitalization in changing our lives is an undeniable fact. Journalism, which is an indisputable part of society and financial resources, also takes its share from these developments. It is no longer considered who produced the news, but also "what" might have produced it. Artificial intelligence, which is produced with digital technology, is also frequently used in the field of journalism. Moreover, artificial intelligence journalism claims to replace the journalist. These developments reveal new debates within a broad framework in terms of journalism profession and news production. These discussions have a very broad framework. The aim of the study is to illustrate the emerging interaction between artificial intelligence journalism and journalism as a profession. Therefore, in this study, developments in artificial intelligence journalism will be evaluated within the framework of journalism in general, the production of news and content. The traditional review method was used in the study. In this context, discussions about artificial intelligence journalism are discussed in line with the review of the relevant literature.

Keywords: *Artificial Intelligence Journalism, Journalism, Artificial Intelligence, News Production.*

GİRİŞ

Yapay zekâ insanoğlu için yeni bir ilgi alanı değildir. Binlerce yıl öncesinde de insanlar kendi edimlerinin benzerini aktarabildikleri hatta tanrılaştırdıkları varlıkları icat etmeye çalışmışlardır. Örneğin Yunan mitolojisindeki efsaneye bakıldığında teknoloji ve artizan tanrısı Hephaestus ile mimar Pygmalion akıllı robot olarak düşündükleri Talos'u yaratmışlardır. Talos, bronzdan dev bir adamdır. Europa adlı kadını korumak amacıyla Girit Adası'nın etrafını her gün 3 defa dolaşmaktadır (İnce, 2017: 16). Bu efsaneden de anlaşılacağı üzere, doğal olmayan, insan tarafından üretilmesi mümkün görünen bir 'yapay zekâ' fikri, belki tümüyle aynı amaçları barındırmasa da her zaman insanoğlunun gündeminde yer etmiştir. Bunun yanında, 'güvenlik' sebebiyle var olduğu iddia edilen Talos'un yaratımı gibi insanoğlu gerek güvenlik gerekçesiyle olsun gerekse iletişim, ulaşım ya da sağlık amacıyla olsun teknoloji üretme yolunda sürekli bir çaba içerisinde. Diğer bir deyişle, teknoloji adına yapılan her şey temel olarak, insan hayatını kolaylaştırma adına yapılmıştır. Güvenlikten sağlığa, ulaşımdan iletişime, akla gelebilecek hemen hemen her alanda, hayatı daha hızlı ve kolay yaşama yollarının arandığı bir gerçektir.

Bu arayışta tarih boyunca insanoğlu hem kendi edimlerini hem doğayı taklit ederek icatlar yapmıştır. Öyle ki bu icatlar bazı alanlarından insan faktörünü tümüyle ortadan kaldırmıştır. Bugün için de bu durum farklı şekillerde ortaya çıkmaktadır. Zira teknoloji ilerledikçe getirdiği olanakların toplumları dönüştürmesi bazen ürkütücü de gelse kaçınılmazdır. Örneğin, Osmanlı İmparatorluğu'nun teknolojik gelişmelerden geri kalışının sebebi olarak görülen matbaanın geç gelişi hattatları işsiz bırakacağı endişesini barındırmaktaydı. Şimdi ise bunun çok daha ötesinde hemen hemen her alanda yapay zekâ ile yapılanlar ve yapılabilecekler konuşulmaktadır. Matbaanın gelişi gazetecilik mesleğinin bir anlamda yaratıcısı iken yapay zekâ gazetecilik tanımını değiştirme potansiyelini barındırmaktadır.

Bu bağlamda çalışmada, yapay zekâyâ yönelik gelişmeler gazetecilik, haber ve içerik üretimi çerçevesinde değerlendirilecektir. Çalışmada geleneksel derleme yöntemi kullanılmıştır. Geleneksel derlemede belirli bir konuda yayınlanmış olan iki ya da daha fazla çalışmanın üzerinde inceleme yapılmaktadır. Bu incelemelerde ilgili çalışmalarda yer alan bulgu, sonuç ve değerlendirmeler sentezlenmektedir. Çoğunlukla alanda uzman olan kişilerce belirli bir yöntem izlenmeksizin, farklı yollarla ve farklı kaynaklardan elde edilen bilgilerin derlendiği çalışmalardır (Burns ve Grove, 2009; Gerrish ve Lacey, 2010; Moule ve Goodman, 2009; aktaran Karaçam, 2013: 27). Bu bağlamda literatür taraması sonucu elde edilen bilgiler doğrultusunda yapay zekâ haberciliği hakkındaki tartışmalar ele alınmıştır.

YAPAY ZEKÂ İLE YENİ DÜNYA DÜZENİ

Yeni dünya düzeni ifadesi 20. yüz yılın son çeyreğindeki ekonomik ve teknolojik gelişmeleri tanımlamak için kullanırken günümüzün gelişmelerinin yanında eski bir betimleme olarak kalmaktadır. Elbette o günün teknolojisinde görülen potansiyel de bu söylemi günümüze yaklaştırmaktadır ancak açıklamaya yetmemektedir. Benzer şekilde McLuhan'ın 'The Medium is the Message' adlı kitabında sözünü ettiği, tüm kitle iletişim araçlarının insanın psişik ya da fiziksel yetilerin uzantısı olma durumunu hatırlatan ama onun çok ötesine geçen bir teknoloji söz konusudur. Nitekim McLuhan, 'Tekerlek ayağın, kamera gözün uzantısı olarak kullanılır (McLuhan, 2005: 26) demişti. Fakat yapay zekâ uzantının ötesinde bireyin hatta yönetim mekanizmalarının yerine tümüyle geçme potansiyelini taşımaktadır. Keza Evgeny Morozov 'Verinin Yükselişi ve Siyasetin Ölümü' adlı makalesinde, içindeki sensörler sayesinde arabanın hareket edip etmediğini anlayıp sahibine ileten akıllı telefonlardan, trafiğin seyrini değiştirebilecek akıllı yollara, belediye hizmetlerinin gerçek ihtiyaç sahiplerini tespit etmesini sağlayan akıllı şehirlerden, yaşam belirtilerini ölçebilen akıllı yataklara kadar birçok alanda akıllı teknoloji ile kuşatıldığımızdan söz etmektedir. Morozov bu akıllı sistemin yeni tip yönetim biçimini olabileceğinin altını çizerek bu sistemin 'algoritmik düzenleyici' olduğunu belirtmektedir (Morozov, The rise of data and the death of politics, 2014:1-12) Bir bakıma algoritmalarla 'yeni dünya düzeni' yeniden kurgulanmaktadır. Büyük veri ve onun yönetimi ise burada kilit noktayı oluşturmaktadır.

Bunun yanında, Morozov'un yaklaşımı teknolojinin uygulanışı açısından kapsayıcılığı gösterirken, Zygmunt Bauman toplumdaki yansımalarına dikkat çekmektedir. Bauman, bilgisayar teknolojilerindeki gelişmeler açısından günümüz dünyasında, "teknoloji kapalı bir sistem haline gelmiştir" demektedir. Bauman, dünyayı yöneten ekonomilerin merkezde kaldığını, dünyanın geri kalan kısmının ise 'çevre'yi oluşturduğunu ve bu alanların teknolojik işlemler adına hammadde ya da atık alan olduğunu ifade etmektedir. Buna göre, teknolojik gelişme ile beraber ortaya çıkan sorunlar, teknolojiye yönelik talepler olarak değerlendirilerek yine, yeni teknolojiler üretilerek çözülmeye çalışılmaktadır. Bu nedenle teknoloji aracılığıyla artan sorunlar, teknoloji geliştirmeyi bir o kadar ihtiyaç haline getirmektedir. Bu döngü, teknolojik ilerlemenin eliyle ortaya çıkan çözümü olmayan tek sorun olarak kapalı bir sistem yaratır ve sistemden çıkmak mümkün görünmemektedir. Ayrıca Bauman, teknolojinin modern insanın dışında kalamayacağı bir iktidar alanı yarattığı için bireyin teknolojik bir nesne haline geldiğini belirtmektedir (Bauman, 2011: 226-237). Bu nesneleşme bireyin bir veri haline gelmesi ile ilgilidir. Veriye sahip olmak ise hem şirketler için hem de siyasal iktidarlar için bir yönetme aracıdır.

Nitekim Andrew Illiadis ve Federica Russo, verinin 'bir iktidar biçimi' olduğunu dile getirmektedirler. Illiadis ve Russo, önemli sayıda kullanıcının verilerinin kâr amaçlı kuruluşlarca, veri bankalarındaki algoritmalar aracılığıyla, bireylerin duyguları, kültürel yapıları ya da üye oldukları yapılara yönelik ayrı ayrı işleme araçları geliştirildiğini belirtmektedirler. Dahası bu verileri işleyen şirketlerin kişilerden gizlice, araştırma ya da kâr amaçlı kullanıldığını, bunu yapanlar içinde sadece işletmelerin değil, bilgisayar korsanları da bulunduğunu iddia etmektedir (Illiadis & Russo, 2020: 1-2).

Diğer yandan tüm bunlar ister teknolojik gelişmeler açısından olsun ister toplumsal sonuçları açısından olsun algoritmaların hayatımızda ne denli önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir. Çalışmamız açısından bu gelişmelerin önemi ise, gazeteciliğin bir meslek olarak toplumsal yöne dokunmasının yanı sıra, bilgisayar teknolojilerinin kullanımı gereği algoritmalarla yararlanmasıdır. Buna bağlı olarak yapay zekâ haberciliğine değinmeden önce yapay zekânın gelişimine bakmakta yarar vardır.

Yapay zekâ düşüncesi ilk kez ortaya atan isim Alan Turing'dir. 1948 yılında 'Akıllı Makineler' (Intelligent Machinery) adlı makalesini yayımlayan Alan Turing (Copeland, 2004: 2), bu yazısında, insanın herhangi bir parçasını taklit edebilecek makinelerin yapılabileceğine inandığını söylemektedir. Bu iddiasını açıklarken de hali hazırda zaten işitme yerine geçen mikrofona, görme yerine televizyon kamerasının olduğunu bunların insanın küçük parçalarını barındırdığını ve daha da geliştirilebileceğinden söz etmektedir. Hatta, insan sinir sisteminin taklit edilerek uzaktan kontrol edilebilir robotların dahi üretilbileceğini, elektrik devrelerinde kullanılan sistemin sinir sisteminin temel özelliklerini taşıdığını, bunların bilgileri bir yerden alıp başka yere iletebileceğini ve saklayabileceğini dile getirmektedir (Turing, 2004: 420)¹.

Diğer yandan, yapay zekâ üzerine çok sayıda bilim insanı çalışma yapmıştır. Matematikçi John von Neumann'dan, nöropsikoloji çalışmalarının etkisiyle nöral ağlar üzerinde çalışmalar yapan Warren McCulloch, Walter Pitts, Donald Hebb gibi isimlere kadar birçok bilim insanı yapay zeka üzerine farklı yaklaşımlar ortaya koyulmuştur. Ancak bu isimler günümüz yapay zekasının kurucusu olmaktan çok ilham olabilecek çalışmalar yaparak farklı alanlarda ilerlemişlerdir. Diğer yandan günümüzdeki kullanım şekliyle yapay zekânın oluşturulabilmesi adına Marvin Minsky, John McCarthy, Allen Newell, Herbert Simon gibi bilim insanlarının bir araya gelmesi bu süreçteki en önem gelişmelerden biridir. Bu isimlerin bir araya gelme süreçleri Boston ve Pittsburgh çevresinde iki bağımsız, gayri resmi grubun ortaya çıkmasıyla başlamış, daha sonra ilk AI programının sunulduğu ve tartışıldığı 1956 Dartmouth konferansında zirve noktasına ulaşmıştır. Nitekim, bilgisayarın düşünebildiğini gösterdiği iddia edilen ilk bilgisayar programı Allen Newell ve Herbert Simon birlikte yazmışlardır. Elbette bu tarihten sonra, adı geçen bilim insanların yanı sıra onların öğrencileri de birçok çalışma yapmış kimi zaman ise hayal kırıklığı ile sonuçlanmıştır. Dahası bu çalışmalarını ilk kez ortaya koyanların birkaç yılda

¹ Alan Turing 'Intelligent Machinery' adlı çalışmasında insan sinir sistemi ve beynine yönelik esin kaynaklarını, insan ve robot arasındaki sosyal farkları ekleyerek anlatmaktadır. Bkz. "B. Jack Copeland, The Essential Turing Seminal Writings in Computing, Logic, Philosophy, Artificial Intelligence, and Artificial Life plus The Secrets of Enigma içinde Intelligent Machinery (1948)."

ilerleyebileceklerini düşünmelerine karşın beklenen anlamlı ilerlemeler 1980 sonlarını bulmuştur (Crevier, 1993: 26-145).

Tüm bu çalışmaların yanında halen bir yapay zekanın doğru çalıştığına dair değerlendirme Alan Turing (1950) tarafından önerilen Turing Testi ile yapılmaktadır. Turing Testi, yapay zekanın tatmin edici bir çalışma tanımını sağlamak için tasarlanmıştır. Turing, yapay zekanın akıllı davranışını, tüm bilişsel görevlerde bir sorgulayıcıyı kandırmaya yetebilecek kadar insan düzeyine gelebilmiş performansı elde etme yeteneği olarak tanımlamıştır. Kabaca söylemek gerekirse, Turing'in önerdiği test, bilgisayarın bir insan tarafından bir teletip aracılığıyla sorgulanması ve sorgulayıcının diğer uçta bir bilgisayar mı yoksa bir insan mı olduğunu anlayamaması durumunda testi geçmesi gerektiğidir (Russell & Norvig, 1995).

Turing Testi'ne tabii olan çalışmalar, Turing'den sonra da birçok kez satranç ve dama oyunları için programlar yazılarak yapay zekanın pratik örnekleri verilmiştir. Ancak hiçbiri IBM tarafından hazırlanan Derin Mavi (Deep Blue) gibi başarılı olamamıştır. Derin mavi, 1997 yılında Dünya satranç şampiyonu Garry Kasparov'u yenerek insanoğluna yapay zekâ karşısında ilk yenilgisini aldırılmıştır. 2011 yılında ise bu sefer Riziko adıyla TRT 1 ekranlarında da yer almış olan 'Jeopardy' isimli yarışma programında Watson adlı yapay zekâ yine insan karşısında galip gelmiştir. Elbette IBM sadece yarışmalarda yapay zekâyı kullanmamıştır. 2012 yılında, tıp alanında kullanılmak üzere düzenlenen Doktor Watson, ilk ticari amaçlı yapılan yapay zekâ olarak piyasaya sunulmuştur (İnce, 2017: 17).

2015 yılında Google'ın bir yapay zekaya, DeepMind'a okumayı öğrettiğine dair hikayeler ortaya çıkması yapay zekâ açısından kayda değer ilerlemeler içinde yer almaktadır. DeepMind'in ana şirketi 2010 yılında Londra'da kurulmuştu. 2014 yılında, oyun oynamayı veya metin okumayı öğrenme gibi bilişsel eylemleri gerçekleştirmeyi öğretebilecek bir sinir ağı kuran Google tarafından satın alındı (Whittaker, 2019: 108). 2016 yılında ise, Google DeepMind'ın AlphaGo sistemi, 18 kez dünya şampiyonu olan Go oyuncusunu yenmiştir. Apple'ın Siri'si, Microsoft'un Cortana'sı, Google'ın Google Asistanı ve Amazon'un Alexa'sı sayesinde, tüketiciler artık günlük hayatlarını yönetmeye yardımcı olmak için çeşitli yapay zekâ destekli sanal asistanlara kolayca erişebilmektedir (Castro & New, 2016). Benzer şekilde bir makine kavrayışıyla ilgili olarak, 2018'in başlarında, Microsoft ve Alibaba'dan ekipler birbirinden bağımsız şekilde, Stanford Soru Yanıtlama Veri Kümesi'nde (SQuAD)² insan performansıyla eşleşebilecek yapay zekalar oluşturduklarını iddia ettiler (Whittaker, 2019: 108).

Bunun yanında, yapay zekâ çalışmalarının önde gelen isimlerinden olan Herbert Simon'ın 1957 yılında yapay zekâ çalışmaları için söylediği şu sözler yapılan çalışmaların ileri görüşlülüğünü ve amacını ortaya koymaktadır:

"Amacım sizi şaşırtmak ya da şok etmek değil. Ancak basitçe şöyle özetleyebilirim: Artık hayatımızda, düşünebilen, öğrenebilen ve yaratabilen makineler var. Üstelik, bu şeyleri yapma yetenekleri, - yakın bir gelecekte- üstesinden gelebilecekleri problemlerin yelpazesi, insan zihninin gidebildiği yere uzanuncaya kadar hızla artacaktır (Crevier, 1993: 1)."

Simon'un bu sözlerinin belirli ölçüde doğru çıktığı söylenebilir. Ancak bireyin edimlerinin tamamının kazanıp kazanmayacağı tartışmasını doğuran temel unsurlara değindiği söylenebilir. Yapay zekâ haberciliğine yönelik tartışmalarda da bir makinenin gazeteci yerine, 'düşünebilen, öğrenebilen, analiz eden ve yaratabilen makine' haline gelip gelmeyeceği en temel problemi oluşturmaktadır. Bu bağlamda yapay zekânın içerik üretimine değinilebilir.

İÇERİK ÜRETİMİNDE YAPAY ZEKÂ KULLANIMINA DAİR GELİŞMELER

Yapay zekâ kullanımının temelinde, dijitalleşen dünyada büyük verinin analizi ve verinin artışıdaki hıza insan eliyle ulaşmanın pek mümkün olmaması gibi sorunlara çözüm oluşturma kaygısı da olduğu söylenebilir. Ayrıca verinin büyüklüğü kaynağın güvenilirliğinin tespitini de zorlaştırdığı için algoritmaların yardımına daha fazla ihtiyaç duyulmaktadır. Dolayısıyla yapısı gereği, geniş bir hacme,

² Detaylı bilgi için bkz. <https://rajpurkar.github.io/SQuAD-explorer/>

hıza, çeşitliliğe sahip olan ‘büyük veri’ doğrulanma ve değer tanımlarını da barındırmaktadır (Bayrakçı & Albayrak, 2018: 91). Dijitalleşen her alan gibi gazetecilik için de büyük verinin kullanımı önemlidir. Dahası bu gelişmeler gazetecilik mesleğini dönüştürme iddiasını barındırmaktadır. Bilindiği üzere hali hazırda ‘veri gazeteciliği’nden söz edilmektedir. Ancak veri gazeteciliğinde eldeki verilerin belirli bir amaca yönelik olarak ayrıştırılması ve çeşitli programlar aracılığıyla ‘bulutlar’ oluşturularak habere konu olan içeriğin bağlantılandığı alanları tespit etmeye yöneliktir.

Yapay zekâ ile içerik üretimi ise haber üretme süreci ile ilgilidir. Bu açıdan yapay zekâ teknolojileri arasında makine öğrenmesi, bilgisayarların görüntü analizi yapabilmesi ve doğal dil işleme süreci özellikle de yapay zekâ haberciliği için en anlamlı başlıklardır. Bu başlıklara ek olarak makine öğrenmesi altında anılabilecek ‘derin öğrenme’ (deep learning) teknolojisi ilk kez yapay zekâdan söz eden bilim insanlarının ilham kaynağı olan sinir ağlarının çalışma sistemini taklit etmeden yola çıkmaktadır (Ford, 2018: 16-17 akt: Küçükvardar vd., 2020: 1065). Buradaki ayırım şu şekilde yapılabilir; bir konuşmanın metne dönüştürülmesi derin öğrenmenin örneği iken haber içeriklerinin Facebook tarafından otomatik olarak önerilmesi makine öğrenimi olarak ifade edilebilir (Küçükvardar vd., 2020: 1065). Diğer bir deyişle, kullandığımız çevrimiçi tüm platformlarda kullanılan makine öğrenmesine yönelik algoritmalar elde ettikleri verilerle bizi ‘tanımakta’ ve karşımıza bizim için ‘uygun’ olduğunu istatistiksel olarak (daha önceki içerik tercihlerimizden yola çıkarak) tespit ettiği içeriği sunmaktadır.

Ancak yapay zekâ haberciliği bunun da ötesine geçerek, makine öğrenimi çerçevesinde, belirli algoritmaların yazılması dışında insan müdahalesi olmadan hazırlanan haber içeriklerini ifade etmek için kullanılmaktadır. Yapay zekâ haberciliği dijital yapılarıdaki verilerinden algoritmalar aracılığıyla otomatik metin oluşturma teknolojisi olan Doğal dil oluşturma (NLG) aracılığıyla içerik üretmektir. Bu teknoloji, Arria, Applied Semantics, Automated Insights ve Narrative Science gibi birkaç şirket tarafından son on yılda geliştirilmiş ve ticarileştirilmiştir. Bu teknoloji ilk olarak 1950’lerde makine çevirisi çabalarının bir parçası olarak ortaya çıkmıştır ancak yakın zamana kadar kullanılmamıştır. Bununla birlikte, otomatik gazetecilik olarak da anılan bu habercilik anlayışına yönelik bazı araştırmalar, "algoritmik gazetecilik" veya "robot gazetecilik" şeklinde de tanımlanmakta ve nicel bir gazetecilik biçimi olarak sınıflandırılmaktadır (Caswell & Dörr , 2017: 479).

Yapay zekâ haberciliği için bir diğer anlamlı başlık olan doğal dil öğrenme süreci (NLP), bir bilgisayar programının, metin veya ses verilerini anlayarak ve bunlara yanıt vererek, cümlelerden anlam çıkararak veya okunabilir metinler üreterek, insanlar gibi metni ve konuşulan kelimeleri manipüle etme yeteneğidir. (de-Lima-Santos & Ceron, 2022: 15). NLP en başta İngilizce’de olmak üzere diğer dillerde de yapay zekanın başarılı bir şekilde iletişim kurmasını sağlamak amaçlı çalışmalar, sorgulama öncesinde veya sırasında sağlanan bilgileri depolamak için bilginin betimlenebilmesi, soruları cevaplayabilmek ve yeni sonuçlar çıkarabilmek adına depolanmış bilgileri kullanabilmek için otomatik olarak akıl yürütebilme kabiliyeti, yeni koşullara uyum sağlamak ve modellemeleri tespit ve tahmin etmek için makine öğrenimini ifade etmektedir. Ayrıca Turing testini tümüyle geçebilmek için, nesnelere algılamak için ‘bilgisayar görüntü tespiti’ ve bu nesnelere hareket ettirebilmek için robotik davranış gerekmektedir (Russell & Norvig, 1995: 6). Bilgisayar görüntü analizi diyebileceğimiz sistem ise, parmak izini ve yüz tanıyan sistemlerden, plaka okumayı ya da tıbbi görüntülemeyi sağlayan sistemlere, Hollywood’da aksiyon filmlerinde sıkça kullanılan; kaynak görüntüdeki noktaları takip ederek bilgisayar tarafından oluşturulan görüntüleri canlı çekimle birleştirme gibi birçok şey için kullanılmaktadır (Szeliski, 2011: 5-7).

Ayrıca yapay zekanın bir alt dalı olan bilgisayar görüntü analizi (CV) için Batı dışı bir örnek olarak Çin’deki Xinhua Haber Ajansı’ndan söz edilebilir. Bu haber ajansı bilgisayar görüntü analizini (CV) aktif olarak kullanan ilk ajanslar içinde yer almaktadır. Daha açık ifadeyle, Xinhua Haber Ajansı, gerçek zamanlı hikayeler üretmek adına insan-makine iş birliğini vurgulayarak haber odasını yeniden inşa etmek için diğer yapay zekâ alt alanlarıyla birlikte bilgisayar görüntü analizini de kullanmaktadır (de-Lima-Santos & Ceron, 2022: 21). Bilindiği üzere, Çin hükümeti binlerce gözetim kameralarıyla bilgisayar görüntü analizinden uzun yıllardır faydalanmaktadır (Morozov, The Net Delusion The Dark

Side of Internet Freedom, 2011). Bu nedenle Çin'deki bir haber ajansının bu konuda ilerlemesi şaşırtıcı değildir. Benzer şekilde, (2022) başka haber kuruluşları da sahte görüntüleri tespit etmek için bilgisayar görüntü analizini kullanmaktadır.

Öte yandan bu teknolojik gelişmeler medya şirketlerini de etkilemiştir. Çünkü haber ya da içerik üretme ve raporlama gibi genelde medya şirketlerinin çalışma alanına giren unsurlar, yapay zekâ üreten teknoloji firmalarının kapsamına girmiştir. Nitekim Narrative Science ve Automated Insights gibi yapay zekâ alanında öncü şirketlerin yazılımları, hem insan gazetecilerin ele alabileceğinden çok daha fazla haber üretmiştir hem de haberleri yalnızca Anglo-Amerikan modelini harfi harfine takip ediyor ve öyle ele alıyor gibi görünecek şekilde üretmiştir (Whittaker, 2019: 111).

Yapay zekâ teknolojisi ile ilgili en anlamlı gelişmeler ise daha çok 2006 yılından sonra görülmektedir (Whittaker, 2019). Yukarıda adı geçen ve günümüzde 'Automated Insights' olarak bilinen şirket ilk olarak 'StatSheet' adlı web sitesini kurmuştur. Bu site tümüyle yapay zekâ aracılığıyla haber üreten ilk web sitesi olma özelliğine sahiptir. Ancak 2011 yılında, sadece spor alanında içerik veren bu site yerine 'Automated Insights' adlı firma kurulmuştur. StatSheet bir süre sonra kapanmıştır. Firma yeni adıyla dünyanın önde gelen yapay zekâ üreticisi olmuştur. (StatSheet Changes Name to Automated Insights, Scores \$4 Million, 2011). Bu veriye dayalı spor haberleri mantığı esasen yeni değildir. Online bir platform olmasa da StatSheet'ten önce, 2003 yılında Michael Lewis tarafından yayınlanan "Moneyball: The Art of Winning an Unfair Game" adlı kitaptaki tüm istatistiksel veriler insan müdahalesi olmadan elde edilmiştir (Whittaker, 2019: 110).

Matematiksel çalışan bir sistem için ilk örneklerin istatistiki bilgi verme şeklinde olması elbette şaşırtıcı değildir. Bunun yanında, tümüyle yapay zekâ kullanılarak haber üretimi yapan haber sitesi az olsa da çeşitli haber içeriklerinde yapay zekadan yararlanan haber kuruluşu sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Bunu gerçekleştirebilmek için algoritmaları oluşturabilecek kuruluşlara ihtiyaç vardır. Daha önce de söz edildiği gibi yapay zekâ teknolojilerinin günümüzdeki en önemli temsilcileri Narrative Science ve Automated Insights'tır. Nitekim Wordsmith adlı algoritma 170 ülkede (<https://wordsmith.org>, 2022), en çok kullanılan ve muhtemelen en hacimli haber yazma platformlarından biridir. Yüksek teknoloji şirketi Automated Insights tarafından geliştirilen algoritma, verileri analiz edebilir ve bunları ayarlanmış stiller ile tutarlı bir anlatıya yerleştirebilir. Automated Insights'ın web sitesine göre, "*Wordsmith, verilerinizi anlayışlı bir anlatıya dönüştüren doğal dil oluşturma platformudur*" (Miroshnichenko, 2018: 8). 2013 yılında Wordsmith, 300 milyon haber üreterek tüm büyük medya şirketlerinin toplamından daha fazlasına imza atmıştır (Ulanoff, 2014).

2015 yılına gelindiğinde ise Automated Insights ve Associated Press ortak bir basın açıklaması yayınlamışlardır. Bu açıklamaya göre, yapay zekâ aracılığıyla Wordsmith bir yıl içinde, manuel çabalara göre on iki kat artışla dört ayda bir, 4.400 rapor elde etmiştir. Bu tür raporlamanın bir başka gözle görülür etkisi de Associated Press Wordsmith'i kullanmaya başlamadan önce, raporlarını Amerikan ve dünya borsalarında işlem gören ilk 300 firma üzerinde toplama eğilimindeydi, ancak Automated Insights'ın yazılımını kullandıktan sonra bu sayı, 4500 firmaya çıkmıştır (Whittaker, 2019: 111).

Ayrıca bunun dışında yine ABD'de, 2010'ların başında kurulan Narrative Science adlı şirketin kurucusu olan Kristian Hammond'un öncülüğünde, Medill gazetecilik okulu ile Northwestern Üniversitesi'ndeki McCormick Mühendislik Okulu'nun ortaklaşa hazırladıkları, Akıllı Bilgi Laboratuvarı, oyun hikayeleri yayınlayan StatsMonkey adlı bir algoritma geliştirmiştir (Levy, 2012). StatsMonkey, beyzbol maçları hakkında internetten toplanan istatistiksel verileri kullanarak spor etkinliklerinin haber ve benzeri içeriklerini yazmak için kullanılan bir sistemdir. Bu haberleri yazmak için StatsMonkey, anlatıların belirli bir oyun için ne geçerli olduğunu, bu anlatılardan hangilerinin en ilginç veya önemli olduğunu ve oyundaki hangi anların her bir anlatıya en çok örnek teşkil ettiğini belirlemelidir (Allen, Templon, McNally, Birnbaum, & Hammond, 2010: 2). Bunları önemli ölçüde başaran StatsMonkey, 2011'de çocuk beyzbol ligi için 400.000 rapor yazmıştır. 2012 yılında bu sayı 1,5 milyona çıkmıştır. Bu rakamın daha da anlamlandırmak için aynı yıl ABD'de 35.000 gazeteci olduğunun altı çizilebilir. Onlara ne kadar para teklif edilirse edilsin, Küçükler Ligi maçlarını karşılamaya istekli olmayacaklardır. Bu, robot

gazeteciliğinin başka bir yönüdür—algoritmalar, insan muhabirler tarafından "haber değeri" olmadığı için atlanan konuları kapsayabilir. Bu konular hâlâ oldukça sadık okuyucular bulmaktadır. (Miroshnichenko, 2018: 10). Ayrıca gazetecinin sadece bir alanda bu kadar yüksek sayıda haber içeriği üretmesi de oldukça zordur. Nitekim StatSheet örneğinde de bir yılda 100 bin haber yayınlanmıştır ancak şirkette yalnızca 12 kişi çalışmaktadır (StatSheet Changes Name to Automated Insights, Scores \$4 Million, 2011).

Yapay zekanın habercilik açısından kullanım alanı elbette raporlama ile sınırlı değildir. Birçok haber kuruluşu, neyin tanıtılacağına karar vermek, abonelikleri artırmak ve kullanıcı davranışını tespit etmek dahil olmak üzere çeşitli iş sorunlarını çözmek adına algoritmalarından faydalanmaktadır. Bu nedenle, makine öğrenimi tabanlı haber kişiselleştirme sistemleri, The New York Times gibi haber yayıncıları ve Google News gibi haber toplama uygulamaları tarafından yaygın olarak kullanılmaktadır (Stray, 2019: 3). Ayrıca, algoritmalar tarafından yürütülen işlemlerle ilgili olarak, haber endüstrisinde kullanımları kabaca birkaç alana ayrılmaktadır; veri madenciliği, konu seçimi, yorum moderasyonu ve metin yazma gibi (Miroshnichenko, 2018: 4).

Diğer yandan makine öğrenimi sadece bireylerin tercihlerini belirlemek için değil aynı zamanda çevrimiçi platformlarda kötü dil kullanımının da önüne geçmek için kullanılmaktadır. Nitekim Jigsaw ve Google tarafından geliştirilen ve çevrimiçi ortamda iyi sohbetler yapmayı kolaylaştırmak için makine öğrenimini kullanan ve ücretsiz hizmet veren 'Perspective API'ı kurmuşlardır (Adams, 2018). Perspective API'nin sloganı bu anlamda dikkat çekicidir; '*çevrimiçi toksikliği azaltmak için makine öğrenimini kullanma*'. Haber içeriklerine yapılan yorumların takibi açısından bu girişim oldukça anlamlıdır. Keza Perspective API'nin kullanıcıları içinde The New York Times, Le Monde ve Financial Times gibi gazeteler de yer almaktadır (<https://www.perspectiveapi.com>, 2022).

HABERCİLİKTE YAPAY ZEKANIN KULLANIMI

Teknoloji tüm mesleklerde olduğu gibi gazetecilik mesleğinde de çok önemli bir yere sahiptir. Matbaanın icadı başlı başına gazeteciliğin doğuşuna neden olan teknoloji iken bilgisayar teknolojileri gazetecilik mesleğini bir o kadar etkili şekilde dönüştürme eğilimindedir. Sarah Cohen, James T. Hamilton ve Fred Turner, bilişimsel gazeteciliğin³ gelişimini anlattıkları makalelerinde, fotokopi makinasının bile gazetecilik için devrimsel niteliğe sahip olduğunu belirtmektedirler. Çünkü bu bilginin kopyalanması ve dağıtılmasını hatta sızdırılmasını daha kolay hale getirmiştir. Ayrıca bilgi edinme özgürlüğüne de katkı sağlamıştır (Cohen, Hamilton , & Turner, 2011: 67).

Yapay zekâ haberciliği denince ilk akla gelen örnek gazetelerden biri ise Los Angeles Times'tır. Andrey Miroshnichenko, yapay zekâ içerik üretiminin bir alt dalı olarak değerlendirilebilecek robotik gazeteciliğinin tarihinde bir kilometre taşı olarak gördüğü hikâyeyi şöyle anlatmaktadır: '*17 Mart 2014'te, sabah 6:25'te, Los Angeles Times'ın gazetecisi ve programcısı Ken Schwencke, bir depremle sarsılarak uyandı. Dizüstü bilgisayarına koştu ve Quakebot adlı bir algoritma tarafından kendisine gönderilen bir e-posta bildirimini buldu*' Schwencke, Quakebot'un hazırladığı içeriği uygun bulur ve yayınlar. Böylece Los Angeles Times veri madenciliği aracılığıyla deprem hakkında haber yapan ilk medya kuruluşu olur. Sarsıntıdan sekiz dakika sonra, dahası herhangi bir insan gazetecinin bildirebildiğinden çok daha önce, stajyer robo-gazeteci, biyo-meslektaşlarını geride bırakmıştır (Miroshnichenko, 2018: 4-5). Ancak Quakebot aynı zamanda yapay zekanın haber yapmasında karşılaşılabilecek başka sorunlara da örnek teşkil etmektedir. 21 Haziran 2017'de Santa Barbara'nın 6.8 büyüklüğünde büyük bir depremle salladığını yanlışlıkla bildirmiştir. Bu alay konusu olmuştur çünkü deprem aslında 1925'te meydana gelmiştir. Los Angeles Times bu gerçeği söyleyerek hızla bir düzeltme yapmıştır (Seager, 2017).

Öte yandan, yapay zekâ haberciliği sadece büyük ulusal gazeteler için geçerli değildir. Birleşik Krallık'taki yerel gazeteler, Google'dan 706.000 Euro'luk bir hibe ile desteklenen Press Association,

³Bilgisayar teknolojileri kullanılarak yapılan gazetecilik biçimi. (Bkz.Cohen, S., Hamilton , J. T., & Turner, (2011).Computational Journalism. *Communications of the ACM* , 66-71.)

Urbs Media ortaklığıyla bir otomatik haber üretimi projesine dahil olmuştur. Urbs Media, bu yolla her ay 30.000 yerleştirilmiş haber raporu oluşturmayı hedeflemektedir. Urbs Media, bu hizmetin yapay zekâ desteğini NLG (doğal dil oluşturma) uzmanı Arria adlı firmadan almaktadır (Marr, 2017). Bu örnek de mali ve teknik desteği olan her haber kuruluşunun yapay zekadan faydalanmak isteyeceğinin göstergesidir.

Reuters ise gazetecilerin verileri analiz etmesine, haber önermesine ve hatta bazı cümleler yazmasına yardımcı olacak bir yapay zekâ geliştirmiştir. Burada amaç muhabirlerin yerini alması değil, onları dijital veri bilimcisi ve metin yazarlığı asistanlığı ile güçlendirmektir. Lynx Insight olarak adlandırılan bu yazılım, 2017 yılının yaz aylarından 2018 başlarına kadar onlarca gazeteci tarafından denenmiş ve daha sonra Reuters haber odalarında kullanıma sunulmuştur (Kobie, 2018).

YAPAY ZEKÂ HABERCİLİĞİNE YÖNELİK TARTIŞMALAR

Yapay zekâ haberciliğine yönelik daha birçok örnekten bahsedilebilir. Ancak yapay zekanın haber üretiminde kullanımına yönelik örneklerin giderek artması gazetecilik mesleği açısından düşündürücüdür. Nitekim bu durum, gazetecilik mesleği ve haber oluşturmaya yönelik tartışmaları ortaya çıkmaktadır. Bu tartışmalar içinde; yapay zekanın gazetecinin mesleğini elinden alıp almayacağı, araştırmacı gazeteciliği sağlayıp sağlayamayacağı, eğer yapay zekâ ve insan ortak çalışacaksa kime 'gazeteci' deneceği ve bu şekilde medya sahipliğindeki değişimin nasıl olacağı gibi konular yer almaktadır. Elbette bu çalışmada bu tartışmalardan doğan soruların tamamına cevap vermek mümkün değildir. Dahası bu sorunların hepsi tek başına bir araştırma konusudur. Bu nedenle bu tartışmaların ne olduğuna yönelik bir çerçeve çizilmeye çalışılacaktır.

İlk olarak yapay zekâ haberciliği araştırmacı gazetecilik açısından ele alınabilir. Jonathan Stray, AP, Reuters ve Forbes gibi büyük haber kuruluşlarının kurumsal kazançlar ve spor puanlarına ilişkin yapılandırılmış veri beslemelerine dayalı olarak, ayda binlerce haber üretmesiyle birlikte, son birkaç yılda otomatik haber üretim teknikleri yaygın bir şekilde kullanılmaya başlandığı dile getirmektedir. Ancak Stray'e göre bunlar daha çok otomatikleştirilmiş haber üretimidir. Bu durum gazetecilikteki insan ve makinelerin rollerine ilişkin anlayışlara temelden meydan okurken, otomatikleştirmenin araştırma gerektiren haberlerin yazılmasını sağlamayacağını bunun için yapay zekanın gerektiğini belirtmektedir (Stray, 2019). Nitekim araştırmacı gazetecilik anlayışı daha karmaşık bir süreci ifade etmektedir. Makine öğrenmesi ile belirli bir içerik üretilse de yapay zekanın henüz sentez yapabilmesinden söz edilemez. Bu nedenle Stray, bunun için daha zamana ihtiyaç duyulabileceği düşüncesinde haklı olabilir. Turing, 'in de dediği gibi; fabrikadan çıkan bir makinenin üniversite mezunu biriyle eşit şartlarda rekabet etmesini beklemek haksızlık olacaktır. Üniversite mezunu biri en az yirmi yıl veya daha uzun süredir insanlarla temas halindedir. Bu temas süresi boyunca davranış kalıbı şekillenmiştir (Turing, 2004: 421). Benzer bir şekilde insanlarla temas halinde olan bir gazeteci elbette bir makineden daha etkili bir iletişim kurabilecektir. Ancak bu şu anki yapay zekâ teknolojisi için geçerlidir. Gelecekte yapay zekanın da deneyim alanı gelişeceği ön görülebilir bir şeydir. Ancak bunun insan deneyimine ne kadar yaklaşacağı tartışma konusudur.

Bu nedenle Stray, yapay zekanın insan eliyle yapılandan daha fazla veriye ulaşabileceğini, bunların kategorize edebileceğini ancak bir araştırmacı gazetecilik anlayışı ile ele alamayacağından söz etmektedir. Çünkü ilk olarak, verinin ulaşılabilirliğine bakmak gerekir. Stray'e göre, bir veri kamuya açık bile olsa, bazı verilerin talep edilmesi, daha derin araştırılması ya da üzerine tartışılması gerekir. Özellikle de dijital olmayan ortamlardaki verilere yapay zekâ ile ulaşılması mümkün değildir. İkincisi, konunun bir daha ele alınmasının pek de mümkün olmadığı özgün hikayeler için bir kereliğine ilgili konu için algoritmalar yazılması medya kuruluşlarının yöneticileri için pek tercih edilebilir görünmemektedir. Üçüncüsü, aralarında bağ kurulması gereken farklı belgelerin birbiriyle karmaşık ilişkisini anlayabilmesi ve yorumlaması mümkün görünmektedir. Dördüncüsü, bir haberin doğrulanması da önemli bir aşamadır. Yapay zekâ bunu yapamadığında yanlış bilgileri yayınlaması etik ve hukuksal sorunlar doğurabilir (Stray, 2019: 4-12). Bu noktada Quakebot'un 1925 yılındaki deprem haberini yeni olmuş gibi yayınlamasını hatırlayabiliriz. Bu örneğin yanında ironik duracak şekilde, dijital ortamda milyonlarca veri içinde haber kaynağı doğrulama açısından yapay zekanın daha başarılı olduğu iddia

edilmektedir. Mike Brown, yapay zekâ aracılığıyla sahte hesapları tespit etmek ve yalan haber içeriklerini en aza indirmeye yardımcı olacağını dile getirmektedir (Brown, 2018). Yapay zekanın yalan haber ile baş etmede önemli bir yere sahip olduğu düşüncesi de ayrı bir tartışma konusudur. Esasen yapay zekaya haberciliğinin tüm bu artıları ve eksileri yapay zekaya yönelik genel çerçeveyi çizmektedir. Dijital olmayan her bir veri yapay zekanın görüş alanının dışına çıkacaktır.

İkinci olarak gazetecinin yerine tümüyle yapay zekanın geçip geçmeyeceği düşüncesine bakılabilir. Yiannis N. Moschovakis'e göre, haber yazma algoritmaları -bu yenilik için şu anda ne düşünülürse düşünülün- sonunda insan gazetecilerin yerini almayı hedeflemektedir. Biri robo-gazetecileri haber odalarında bir nevi yardımcı, bir nevi stajyer olarak görse bile, haber yazma algoritmaları fikrinin nihai amacı, yapay zekanın insanlar yerine ve hatta insanlardan daha iyi bir şekilde, haber yazmalarınıdır (Moschovakis, 2001: 2). Medyanın da kâr amacı güden bir sektör olduğu düşünüldüğünde nihai amacın daha az insan gücü ile daha fazla üretim olması pek şaşırtıcı değildir. Ancak bu gazetecilik mesleği adına endişe verici bir durumdur. Bu endişe iş kaybının yanı sıra gazetecilik mesleğinin topyekûn mekanikleşmesidir. Dahası teknolojik gelişme çabası mesleği kendi kendini tüketen bir Leviathan'a dönüştürmektedir.

Bunun yanında, veri gazeteciliği üzerine araştırmalar yapan Amerikalı akademisyen Meredith Broussard, gazeteciliğin merkezinde insanın olması gerektiğini belirterek, yapay zekâ ile yapılanın özgün bir gazetecilik biçimi olmadığını yalnızca başkalarının özgün gazetecilikleri ile hazırladıkları içerikleri bir makineyle yeniden yazdıklarını dile getirmektedir. Broussard'a göre bu *'ilginç bir oyun ama haber değil'* (DeGeurin, 2018). İnsanoğlu putları yaratıp kendi edimleri ona yüklediği gibi yapay zekâ ile gazetecilik edimlerini bir makineye devretmektedir. Fromm, ilkinin bireyin kendine yabancılaşması ile sonuçlandığı belirtmektedir (Fromm, 1990: 138). İkincisi ise, gazeteciye mesleğine yabancılaştırma potansiyeli taşımaktadır.

Yapay zekâ haberciliğine dair öngörüler elbette tartışmaya açıktır. Ancak yapay zekâ haberciliğinin öncü firmalarından Narrative Science'in kurucu ortağı Kristian Hammond'un 2012 yılında verdiği röportajda, 2030 yılına kadar medya içeriğinin %90'ını algoritmaların yazacağını ifade etmesi oldukça iddialıdır. Hammond, Narrative Science büyüdükçe, yapay zekâ öykülerinin de gazeteciliğin besin zincirinde (emtia haberleri, daha detaylı ve açıklayıcı haberlere) yukarılara çıkacağına inandığını dile getirmektedir. Hammond'a göre; "20 yıl içinde Narrative Science'in hikâye yazmadığı hiçbir alan kalmayacak (Levy, 2012)."

Tüm bunların yanında, İngiltere'nin önde gelen haber ajansı Press Association (PA), yapay zekâ kullanımının gazetecinin yerine geçmekten çok, onun yapamadığını yapacağını iddia etmektedir. Buna göre yapay zekâ, kapanan yerel gazetelerin ya da istihdam fazlası gazetecilerden boşalan yeri doldurarak çok daha fazla haber üretimi gerçekleştirilebilir. Press Association (PA) yetkilileri, bunu yaparak kimseyi işsiz bırakmış olmayacaklarını, tam tersine kimsenin yapamadığını yapabileceklerini fark ettiklerini belirtmektedir.

Üçüncü tartışma konusu, yapay zekanın hazırlayacağı haber içeriğinde söz sahibi olması gereken tarafın gazeteci mi yoksa bilgisayar mühendisi mi olacaktır. Cohen ve arkadaşlarının da sözünü ettiği gibi, Miroshnichenko da gazetecilikte algoritmaların kullanılması, mühendislerin ve programcılarının haberlerin nasıl oluşturulduğu ve yayıldığı üzerinde önemli ölçüde daha büyük bir etkiye sahip olacağı anlamına gelir (Miroshnichenko, 2018: akt: Kim, 2019).

Gazeteciler ve programcılar, veriye dayalı hikayeler yazarken farklı düşünürler ve farklı önceliklere sahiptirler ve Linden (2017), verilerin seçimi ve değerlendirilmesinin gazeteciler için bir görev olması gerektiğini, doğrulama, standardizasyon ve normalleştirilmenin ise normalde programcılarının görevi olduğunu öne sürmektedir (Kim, 2019).

Daha da önemlisi bilişim temelli gazeteciliğin amacı demokrasiye katkı sağlaması adına bir anlamda 'bekçi köpeği' (watchdog) görevi görerek yönetimleri halk adına denetlemektir ve bilişimsel gazetecilik

bunu sağlayabilme potansiyelini barındırmaktadır. Bu noktada, Cohen ve çalışma arkadaşları, eski bir soru ile cevap aramaya çalışmaktadırlar: "Koruyucuları kim koruyor?" (Who guards the guardians?). Cohen ve çalışma arkadaşları bundan yüz yıl önce bu soruya cevaben 'gazeteci' denebileceğini ancak bugün bu cevabın sadece bir parçası olabileceğini söylemektedirler. Bu nedenle günümüzde gazeteci ve bilgisayar bilimcisinin birlikte çalışması gerektiğini dile getirmektedirler. (Cohen, Hamilton, & Turner, 2011: 67-71).

Levy'e göre ise belki bir noktada insanlar ve algoritmalar iş birliği yapacak ve her bir ortak kendi gücüne göre oynayacak. Kusursuz hafızaları ve verilere erişme yetenekleriyle bilgisayarlar, insan yazarlar için birer rehber görevi görebilir. Ya da tam tersi, insan muhabirler deneklerle röportaj yapabilir ve başıboş ayrıntıları toplayabilir ve ardından bunları her şeyi yazan bir bilgisayara gönderebilir. Bilgisayarlar daha başarılı hale geldikçe ve daha fazla veriye eriştikçe, hikâye anlatıcıları olarak sınırlamaları ortadan kalkacaktır. Levy, bunun biraz zaman alabileceğini ama sonuçta bu yazdığı içerik gibi bir haber bile kendisi olmadan üretilebilecektir (Levy, 2012).

Christer Clerwall adlı akademisyenin 2014 yılında 'Enter The Robot Journalist: Users' Perceptions Of Automated Content' adlı araştırmasının sonuçları haberi kimin yazdığının ne denli önemli olduğunu ya da olmadığını ortaya koymaya yöneliktir. Araştırmada, 46 medya ve iletişim öğrencisinden iki haber okumalarını istemiştir. Bu haberlerden biri yapay zekâ, biri de insan tarafından yazılmıştır. Öğrencilerden haberleri nesnellik, güven, doğruluk, sıkıcılık, ilgi çekicilik, açıklık, okuma zevki, tutarlılık vb. kriterlere göre değerlendirmeleri istenmiştir. Bu çalışma sonucunda Clerwell, öğrencilerin insan tarafından yazılan haberleri daha tutarlı, iyi yazılmış, net, daha az sıkıcı ve okunması daha keyifli olarak değerlendirdiğini tespit etmiştir. Algoritma ile yazılan hikâyeler daha açıklayıcı, bilgilendirici ve daha sıkıcı ama daha doğru, güvenilir ve objektif olarak değerlendirilmiştir. Ancak iki metnin algılanmasında "okunması zevkli" tanımlayıcısı dışında anlamlı bir fark görülmemiştir. Bu çalışma esasen, okuyucuların insan veya algoritma tarafından yazılmış bir metni ayırt edemediğini göstermiştir (Clerwall, 2014: 12-15).

Dördüncü tartışma konusu medya sahipliğine benzer şekilde 'yapay zekâ sahipliği' ile ilgilidir. Birçok ülke yapay zekâ haberciliğinin kullanılıp kullanılmayacağını araştırmaktadır. Çünkü dijitalleşme çağında yaşayan toplumlar olarak artık algoritmalarından kaçış alanı kalamamıştır. Esasen burada önemli olan kaçış alanının olup olmayacağı değil bu alanın nasıl yönetileceği ve toplumsal yansımalarıdır. Morozov (2018), yapay zekânın dünyadaki birçok sorununu çözebileceğini ve elbette herkesin bunu isteyeceğini belirtmektedir. Buna göre, büyük şirketler yapay zekâ sayesinde daha az harcayarak daha iyi üretebilir, Devletlerse enerji tüketimini, refahı, trafiği, güvenliği yönetebilirler. Doktorlar da kanseri yenmek için kullanabilir. Herkes yalan haberlerle savaşabilir. Ancak Morozov buradaki sorun şöyle ifade etmektedir: "sadece bir avuç şirket yapay zekâ sistemlerini oluşturabilmektedirler ve bunlarda çoğunlukla Amerikan şirketleridir (Google, Facebook, Amazon, Microsoft), kısmen Chinese (Alibaba, JD, Tencent). Çünkü neredeyse 10 yıldır Derin Öğrenmeyi geliştirmek için kullanılan verilere erişimi olanlar sadece bu firmalardır. Yani bu insanların verdiği kararlarla makineleri eğitmek. Hepimiz-devletler, şirketler, bireyler – bu firmaların insafına kalacağız (Traldi, 2018)"

Nitekim Reuter Enstitüsü'nün 'Future of Journalism' çalışmaları bağlamında hazırladıkları 'Gazetecilik, medya ve teknoloji trendleri ve 2021 tahminleri' adlı rapor, gazetecilik sektöründe yapay zekanın ne kadar önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Rapor kapsamında editörler, CEO'lar ve dijitalleşme alanındaki lider isimlerden oluşan katılımcılardan görüş alınmıştır. Katılımcıların dörtte üçü (%76), Covid-19'un dijital geçiş planlarını hızlandırdığını belirtmektedir. Artık iş planlarının daha fazla uzaktan çalışmaya ve okuyucu odaklı iş modellerine hızla geçiş yaptığını vurgulamaktadır. Ayrıca katılımcıların %76'sı dijital aboneliklerin çok önemli olduğunu söylemişlerdir. Reuter Enstitüsü, benzer bir çalışmayı 2018 yılında yaptığında dijital bunun aksi bir yaklaşım olduğu bilinmektedir. Bunun yanında katılımcılar, yayıncılıkta ekonomik sebeplerin dışında da teknoloji ve sosyal medya platformlarının gazeteciliği desteklemek için çok daha fazlasını yapabileceğini düşünmektedirler. Ayrıca çalışmaya göre medya şirketleri, daha kişiselleştirilmiş deneyimler sunmanın ve üretim verimliliğini artırmanın bir yolu olarak yapay zekaya güvenmektedir. Katılımcıların üçte ikisinden

fazlası (%69), bu teknolojilerin önümüzdeki beş yıl içinde gazetecilik üzerinde 5G (%18) ve yeni cihazlar ve arayüzlerden (%9) önce en büyük etkiye sahip olacağını söylüyor. Ancak çoğu kişi yapay zekanın büyük yayıncılara orantısız bir şekilde fayda sağlayacağını ve diğerlerini sıkıntıya sokacağını düşünüyor (Newman, 2021).

Burada beşinci tartışma konusu olarak etik sorunlardan söz edilebilir. Ancak dijitalleşme açısından etik sorunlar sadece gazetecilik mesleği açısından ele alınmamaktadır. Elbette içinde mahremiyet, kişi hukuku, nefret söylemi gibi birçok tartışmayı da barındıran oldukça geniş bir konudur. Bu nedenle çalışmanın sınırlılıkları gereği burada detaylı değinilmeyecektir. Bununla birlikte kısaca, yapay zekâ tarafından yazılan haberlerin kullanılması etik ve kalite kaygılarını artırmaktadır (Guzman ve Lewis 2020: 22) denebilir.

Özetle yapay zekâ haberciliğinin avantajlarına değinilecek olursa; algoritmalar insan gazetecilerden daha hızlı, daha büyük ölçekte ve potansiyel olarak daha az hatayla haber üretebilir. Ayrıca içerikler birden çok dilde ve farklı açılardan anlatmak için aynı verileri kullanabilir, böylece bunları bireysel okuyucunun tercihlerine göre kişiselleştirebilir. Bir algoritma aracılığıyla kullanıcıların taleplerine göre eldeki verilerle, ilgili sorularına yanıt olarak yeni öyküler oluşturma ve haber üretme potansiyeline sahiptir. Diğer yandan yapay zekâ haberciliğinin dezavantajları da sayılabilir. Nihayetinde algoritmalar önceden belirli bir yargı ile hazırlanmış ve yine belirlenmiş bir veri içinden haber üretmektedir. Bu da beklenmedik ve istenmeyen hatalar içeren sonuçlar üretebilir. Bir algoritma kendisine öğretilenden fazla soru soramaz dahası sorgulayamaz. Yeni olguları açıklayamaz veya nedensellik kuramaz ve bu nedenle toplumu gözlemlenme ve yönlendirme ve kamuoyu oluşturma gibi gazeteciliğin temel görevlerini yerine getirme yetenekleri sınırlıdır. Bunun yanında, otomatik haber içeriklerinin yazı kalitesi, insan yazısından daha düşüktür, ancak özellikle doğal dil oluşturma teknolojisi ilerledikçe artması muhtemeldir (Graefe, 2016: 10). Elbette bu diğer unsurlar için de geçerlidir.

SONUÇ

İnsanoğlu kendi edimlerini yapay zekaya devretmeye eğilimli görünmektedir. Nitekim ‘haber alma’ hakkı gibi önemli bir edimin yapay zekaya devretme eğilimi bunu göstermektedir. Bunda hız, kolaylık ve ekonomik kaygıların etkili olduğu söylenebilir. Dijitalleşen dünyada bundan kaçışın mümkün olmadığı da düşünülebilir. Fakat yine de yapay zekâ haberciliğindeki gelişmelerin toplum temelli bir meslek olan gazeteciliği dönüştürmesi, toplum lehine olmayan sonuçları da bünyesinde barındırmaktadır.

Diğer yandan, gazetecinin yaptığı haber ve yapay zekâ haberciliğini birbirinden ayıran en önemli etmenler içinde yapay zekanın olay yerinde araştırma yapamaması, insanlarla röportaj yapabilecek analitik düşünme gücünden uzak olması sayılabilir. Algoritmalarla işleyen yapay zekâ, algoritmalarda yer alandan fazlasını yapmaya (şimdilik) muktedir değildir. Günümüz yapay zekâ üretimi içerikleri yine bilgisayar temelli, çevrimiçi platformlar aracılığıyla üretilmektedir. Bu alanın dışında kalan ve buralara aktarılmayan her gelişme haber değeri olsa da yapay zekâ tarafından dikkate alınmayacaktır. Verinin büyüklüğü bu gerçeği görmezden gelmemize neden olabildiği için bir yanılsama yaratmaktadır. Elinde çok fazla bilginin olması doğru haber üretim süreci için yeterli değildir.

Bununla birlikte, veri ne derece yoğun olursa olsun haber değeri olmadığı müddetçe gazetecilik adına anlamsız kalacaktır. Dahası, haber üretimin en önemli unsurlarından olan kaynağın güvenilirliği açısından da yapay zekâ haberciliği sorunludur. Yapay zekâ, her ne kadar belirli çerçevede haberin objektif olma ihtimalini artırsa da insan eliyle oluşturulan algoritmik yönlendirme her zaman soru işaretleri barındıracaktır. Elbette veri kirliliğinin bu kadar yoğun olduğu bir dönemde milyonlarca veri arasından haber niteliği olanı ayırt etme açısından önemi yadsınmaz bir gerçektir. Çevrimiçi olarak ulaşılan bu kadar verinin işlenmesi de haber üretiminde zaman kazanmak ve haberin tazeliğini korumasını sağlamak açısından oldukça ehemmiyetlidir.

Esasen haberin algoritmalar aracılığıyla iletilmesi yalnızca haber aktarım aracını değiştirmektedir. Fakat haber iletmenin ötesinde ‘üretim’ yapmak insan faktörünü önemli oranda etkileyecektir. Zira haber

üretim sürecinin gazetecilik mesleğine hâkim kişilerce yapılması mesleğin geleceği açısından daha anlamlıdır. Neticede tıp alanında kullanılan yapay zekaya tıp bilimini bilmeyen bir bilgisayar mühendisinin yazılım bilgisine güvenilerek ameliyat yaptırılması düşünülemez. Öyle ki toplumda algı inşasının mimarı gazeteciliğin de matematiğin mekanik dünyasına tümüyle teslim edilmesi mesleği bypass etmek olacaktır. Bu matbaa makinesini kullanmasını bilen gazeteci olarak kabul etmeye benzemektedir.

Burada iki temel sonuç ortaya çıkmaktadır, birincisi yapay zekanın veri madenciliği yönüyle büyük veriyi insan eliyle ulaşılması mümkün olmayan bir düzeyde ayrıştırması ve bu sayısız içerikleri belli kategorilere göre bölerek içerik üretebilmesidir. İkincisi ise yapay zekanın şu anki durumu itibariyle insanın sahip olduğu bazı özellikleri taklit edebilir görünse de sosyolojik bir varlık olarak insanı taklit edebilmekten (şimdilik) uzak olmasıdır.

‘Evrım⁴’ ve ‘X Machina⁵’ gibi distopik filmlerde de olduğu gibi yapay zekanın insana hükmettiği bir noktaya gelinir mi bilinmez ama ‘hükmetme’ fikri yapay zeka teknolojisini elinde bulunduran için de geçerlidir. Nitekim ‘bilgi güçtür’ ve günümüzde bilgiye sahip olmamızı kolaylaştıran dijital ortamlar yalnızca yazılı bir bilgiye değil, görsel ve işitsel bilgiye de ulaşmayı sağladığı için gücün en belirgin kaynağı yapay zekâ teknolojileri olacağı aşikardır. Diğer yandan medyanın da dördüncü kuvvet olduğu söylemi, yapay zekâ ile birleştirilince ortaya muazzam bir hüküm alanı çıktığı söylenebilir. Dolayısıyla bu gelişmelerin gazeteciliği de etkilemesi şaşırtıcı değildir. Ancak sonuçlarını konuşmak için henüz erken olabilir.

KAYNAKÇA

Adams, C. (2018, Mayıs 23). *New York Times: Using AI to Host Better Conversations*.

<https://blog.google/technology/ai/new-york-times-using-ai-host-better-conversations/>, (Erişim tarihi: 13 Şubat 2022)

Allen, N. D., Templon, J. R., McNally, P. S., Birnbaum, L., ve Hammond, K. (2010). StatsMonkey: A Data-Driven Sports Narrative Writer. *Computational Models of Narrative: Papers from the AAAI Fall Symposium*. Evanston: Association for the Advancement of Artificial Intelligence, (F-S 10-04), (www.aaai.org).

Bauman, Z. (2011). *Postmodern Etik*. (A. Türker, Çev.) Ayrıntı Yayınları.

Bayrakçı, S., & Albayrak, M. A. (2018). Büyük Verinin Akademik Çalışmalarda Kullanımı Üzerine Mukayeseli Bir Veri Tabanı Araştırması. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, 10 (36), 73-94, <https://doi.org/10.5824/1309-1581.2019.1.004.x>

Brown, M. (2018, Nisan 4). *INNOVATION HOW A.I. PROJECTS ARE FIGHTING FAKE NEWS IN THE AGE OF FACEBOOK*. [https://www.inverse.com: https://www.inverse.com/article/43250-ai-projects-fighting-fake-news](https://www.inverse.com/article/43250-ai-projects-fighting-fake-news), (Erişim tarihi: 12 Mart 2022)

Castro, D., & New, J. (2016, Ekim 10). <https://datainnovation.org/2016/10/the-promise-of-artificial-intelligence/>. <https://datainnovation.org/>: <https://datainnovation.org/2016/10/the-promise-of-artificial-intelligence/>, (Erişim tarihi: 7 Mart 2022)

Caswell, D., & Dörr, K. (2017). Automated Journalism 2.0: Event-Driven Narratives. *Journalism Practice*, 12 (4), 477-496, <https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1320773>

Clerwall, C. (2014, Şubat 28). *Enter the robot journalist: users' perceptions of automated content*. <http://www.diva-portal.org>: <http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2014.883116>, (Erişim tarihi: 17 Şubat 2022)

⁴ Orijinal adı ‘Transcendence’ olan filmde, bir bilim insanının yapay zekaya kendi bilincini yüklemesi sonucunda ortaya çıkan tehlikeli sonuçlar anlatılmaktadır (Bkz. <https://www.imdb.com/title/tt2209764/>).

⁵ Genç bir programcı, insansı yapay zekanın duygusal zekasını ve analiz gücünü test etmek amacıyla deneye katılmak üzere seçilir. Ancak onunla iş birliği yapar ve beklenmedik sonuçlara neden olur (Bkz. <https://www.imdb.com/title/tt0470752/>).

- Cohen, S., Hamilton, J. T., & Turner, F. (2011). Computational Journalism. *Communications of the ACM*, 54 (10), 66-71, <https://doi.org/10.1145/2001269.2001288>
- Copeland, B. J. (2004). Alan Turing 1912–1954 . B. J. Copeland *The Essential Turing: Seminal Writings in Computing, Logic, Philosophy, Artificial Intelligence, and Artificial Life: Plus The Secrets of Enigma* (s. 1-4). Oxford University Press.
- Crevier, D. (1993). *Ai The Tumultuous History Of The Search For Artificial Intelligence*. Basic Books.
- DeGeurin, M. (2018, Nisan 4). *A Startup Media Site Says AI Can Take Bias Out of News*. <https://www.vice.com>: <https://www.vice.com/en/article/zmgza5/knowhere-ai-news-site-profile>, Erişim tarihi: 15 Mart 2022)
- de-Lima-Santos, M.-F., & Ceron, W. (2022). Artificial Intelligence in News Media: Current Perceptions and Future Outlook. *Journalism and Media*, 3, 13-26, doi: 10.20944/preprints202110.0020.v1
- Fromm, E. (1990). *Sağlıklı Toplum (Y. Salman, Çev.)* Payel Yayınevi.
- Graefe, A. (2016). *Guide to Automated Journalism*. Columbia : Tow Center for Digital Journalism, Columbia Journalism School.
- Illiadis, A., & Russo, F. (2020). Eleştirel Veri Çalışmaları (EVÇ): Giriş. (F. Aydoğan, Çev.) *Yeni Medya Kuramları II* (s. 1-14). Der Yayınları.
- İnce, G. (2017). İnsanlığın Yapay Zekâyla İmtihanı. *İTÜ Vakfı Dergisi*, 75, 14-18.
- Karaçam, Z. (2013). Sistemik Derleme Metodolojisi: Sistemik Derleme Hazırlamak İçin Bir Rehber. Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Elektronik Dergisi, 6 (1), 26-33.
- Kim, H. (2019). AI in Journalism: Creating an Ethical Framework. New York, ABD: Syracuse University Honors Program Capstone Projects.
- Kobie, N. (2018, Mart 10). *Reuters is taking a big gamble on AI-supported journalism*. <https://www.wired.co.uk/article/reuters-artificial-intelligence-journalism-newsroom-ai-lynx-insight>, (Erişim tarihi: 12 Şubat 2022)
- Levy, S. (2012, Nisan 24). *Can an Algorithm Write a Better News Story Than a Human Reporter?* <https://www.wired.com>: <https://www.wired.com/2012/04/can-an-algorithm-write-a-better-news-story-than-a-human-reporter/>, (Erişim tarihi: 12 Şubat 2022)
- Marr, B. (2017, Temmuz 18). *Another Example Of How Artificial Intelligence Will Transform News And Journalism*. <https://www.forbes.com>: <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2017/07/18/how-a-uk-press-agency-will-use-artificial-intelligence-to-write-thousands-of-news-stories-every-week/?sh=6089e28574db>, (Erişim tarihi: 14 Mart 2022)
- Mcluhan, M. (2005). *Yaradığımız Medya (Ü. Oskay, Çev.)*. Merkez Kitaplar.
- Miroshnichenko, A. (2018). AI to Bypass Creativity. Will Robots Replace Journalists? (The Answer Is “Yes”). *Information* 9 (7) , 183.
- Morozov, E. (2011). *The Net Delusion The Dark Side of Internet Freedom*. PublicAffairs.
- Morozov, E. (2014, Temmuz 20). *The rise of data and the death of politics*. <https://www.theguardian.com/technology/2014/jul/20/rise-of-data-death-of-politics-evgeny-morozov-algorithmic-regulation>, (Erişim tarihi: 13 Mart 2022)
- Moschovakis, Y. N. (2001). What Is an Algorithm? B. Engquist, & W. Schmid, *Mathematics Unlimited — 2001 and Beyond* (s. 919-936). Springer.
- Newman, N. (2021, Ocak 7). *Journalism, media, and technology trends and predictions 2021*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/>: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2021>, (Erişim tarihi: 11 Şubat 2022)

