

Algoritmalar ve Gazetecilik: Meslek, Kimlik, Değerler Üzerine Bir Tartışma

Algorithms and Journalism: On Profession, Identity and Values

Şafak ETİKE (Asst. Prof. Dr.)
Yozgat Bozok University Faculty of Communication
Yozgat/Türkiye
safak.etike@bozok.edu.tr

Başvuru Tarihi | Date Received: 30.03.2023
Yayına Kabul Tarihi | Date Accepted: 11.06.2023
Yayınlanma Tarihi | Date Published: 30.07.2023

Etike, Ş. (2023). Algoritmalar ve Gazetecilik: Meslek, Kimlik, Değerler Üzerine Bir Tartışma. *Erciyes İletişim Dergisi*, 10(2), 981-1000
<https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1274125>

Öz

Yapay zeka teknolojilerinin haber üretim sürecinin her aşamasında giderek artan rolü teknolojinin gazetecilik pratiklerini ve mesleki bir kimlik olarak gazeteciliği nasıl değiştirdiğine ilişkin tartışmayı genişletmiştir. Gazeteciler haber üzerindeki mesleki yargı yetkisini ve insan failliğini haber üretiminin her aşamasında karar verici hale gelen yapay zeka algoritmalarına kısmen devretmektedir. Bu çalışma gazetecinin mesleki profesyonelliğinin temelindeki bilginin sahibi olma ve onu yapılandırma üzerindeki otoritesindeki kaymanın gazeteciliğin temel ilkelerini aşındırıcı etkilerini ele almakta ve gazetecilik üzerinde bir mücadele olduğunu varsaymaktadır. Gazeteciliğin sınırlarını koruma ya da şekillendirme mücadelesi, gazeteciliğin kamu yararına faaliyet olma, doğruluk ve editoryal bağımsızlık ilkeleri üzerinde verilmektedir. Mesleki profesyonellik ve otorite iddiaları gazeteciler ve geniş halk kitleleri tarafından paylaşılan bir dizi değere bağlıdır. Bu değerler üzerinde verilen mücadelenin kaybı gazetecilerin haber üzerindeki otoritesini daha fazla kaybetmesine ve gazeteci önceliklerinin yerini ticari kaygıların daha fazla almasına neden olmaktadır. Türkiye’de yapay zekanın gazetecilikteki kullanımı üzerine literatür hızla genişlerken yapay zeka algoritmalarının gazetecilerin mesleki kimliği üzerindeki etkisini ele alan çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bu çalışma yapay zekanın gazeteci kimliğini ve gazeteciliği nasıl değiştirdiği üzerine biriken uluslararası literatürü yapay zeka teknolojilerinin haber üretimine entegrasyonunda gazeteciliğin temel normatif iddialarına etkilerine odaklanarak derlemekte ve bu iddiaları korumaya yönelik olanakları somut öneriler sunarak tartışmaya açmaktadır. Böylelikle bu konuda yapılacak ampirik çalışmalar için teorik bir çerçeve sunmaya çalışmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gazetecilik, Yapay Zeka Gazeteciliği, Algoritmik Gazetecilik, Mesleki Kimlik, Algoritmik Dönüş.

Abstract

The growing role of artificial intelligence technologies at every stage of the news production process has expanded the discussion about how technology is changing journalism practices and journalism as a professional identity. Journalists partially delegate their professional jurisdiction and human agency over the news to artificial intelligence algorithms that become decision-making at every stage of news production. This study is about the erosive effects of the shift in the journalist’s authority over the ownership of knowledge and structuring the basic principles of his professional professionalism. The struggle to protect or shape the boundaries of journalism is fought over the principles of journalism’s public interest, integrity and editorial independence, and the loss of this struggle is causing journalists to lose more of their authority over the news and journalistic priorities to be replaced more by commercial concerns. This study compiles the accumulated international literature on how artificial intelligence changes journalistic identity and journalism by focusing on its effects on the basic normative claims of journalism, and discusses the possibilities to protect these claims by presenting concrete suggestions. Thus, it tries to present a theoretical framework for empirical studies on this subject.

Keywords: Journalism, Artificial Intelligence Journalism, Algorithmic Journalism, Professional Identity, Journalistic Ideology.



Giriş

Carlson 2015 yılında “Tesisatçı olmak için lisans gerekmektedir. Gazeteci olmak için 2015’te internet bağlantısı gerekiyor” diye yazar. Aradan geçen 8 yılda “haber” üretmek için “internet bağlantısı” ve algoritmaların merkezi konumu güçlenirken aslında artık gerçekten gazeteciye ihtiyaç olup olmadığına yönelik tartışmalar artmıştır. Yapay zeka teknolojileri ve otomasyon sistemlerinin kendisinden önceki teknolojilerden farklı olarak gazeteciliğin insan unsurunu büyük ölçüde elimine edeceğine ve haber endüstrisinde var olmaya devam edecek insani pratiklerin ve gazetecinin mesleki kimliğinin de büyük ölçüde değişime uğrayacağına yönelik yaklaşım gazetecilik çalışmalarında ağırlık kazanmaya başlamıştır. Yapay zekanın entegrasyonunun gazeteciliği ve haberi niteliksizleştirdiğine, gazeteciliğin normatif iddialarını zayıflattığına ilişkin iddialar güçlü biçimde ortaya çıkmıştır.

Nitelikli haberlerin -dolayısıyla nitelikli gazeteciliğin- kamusal sorunlar ile yüzleşmeyi sağlayan canlı ve eleştirel kamu tartışması için önemi hayattır (Brennen et al., 2018). Kamusal alanı şekillendiren gazetecilik (Carlson, 2015) bugün çift taraflı bir kriz içerisindedir. Blumler’e göre bu krizin bir boyutu ekonomiktir ve gazetecilik kuruluşlarının varlığına ve kaynaklarına tehdit oluşturan bir “sağ kalma” krizidir. İkinci boyutu ise gazeteciliğin vatandaşlık ve demokrasiye katkısını yoksullaştıran bir “yetersiz yurttaşlık” krizidir (Splichal & Dahlgren, 2016). Yetersiz yurttaşlık krizine neden olan gazeteciliğin “niteliğinin” aşınması tek boyutlu bir toplumsal olgu değildir. Gazeteciliğe güvenin azalması 1970’lerden itibaren ve haber medyasının giderek daha fazla ticarileşmesi ve kamu yararına faaliyet ilkesinin buna bağlı olarak daha fazla aşınmasıyla gerçekleşmiştir. Daha büyük bir sosyo-ekonomik yapısal dönüşüm içerisine konumlanan ve günümüzde “haber merkezlerinin yazılım tabanlı haberlerle bilgisayarlaşması” (Lindén, 2017) anlamına gelen teknolojik ve ticari baskılar krizi derinleştiren faktörler olarak ortaya çıkar (Splichal & Dahlgren, 2016).

Gazeteciliğin dönüşümü sadece ekonomik baskılar, değişen kitle davranışları ve teknolojik gelişmelerle değil, (bunlarla birlikte ya da bunların sonucu olarak ortaya çıkan) yeni aktörler ve mantıkları da içeren yeni bir medya ekosistemi ile ilgilidir. Bunlar arasında “bilgiyi” seçimleri, kürasyonu ve kişiselleştirmesi ile değiştiren algoritmik haberin yükselişi de bulunmaktadır (Lindén, 2017). Böyle bir çerçevede sanayileşme gazetecileri mülkiyet, editoryal ve dağıtım alanlarından azat ettikten sonra bilgisayarlaşma da (algoritmikleşme de diyebiliriz, Ş.E.) gazetecilik anlamında anlam yaratmanın “profesyonel ayrıcalığından” mahrum etmektedir (Splichal & Dahlgren, 2016). Lindén (Lindén, 2017) algoritmik haberin yükselişinin medyanın toplumdaki rolünü ve gazetecilik pratiğini derinden etkileyecek sonuçlar doğuracağını vurgulayarak gazetecilik çalışmalarının bu alanı daha yakından incelemesi gerektiğine dikkati çeker.

Bu makale, yapay zeka teknolojileri ve otomasyon sistemlerinin çalışmasını sağlayan algoritmaların haber üretimine entegrasyonu ve bu entegrasyonun gazetecilik pratikleri bakımından sonuçları üzerinedir. Bu alanda biriken uluslararası literatür yapay zekanın gazetecilik ve gazetecilerin mesleki kimliği üzerindeki etkileri bağlamında ele alınmaktadır. İlk iki bölümde algoritmaların gazetecilik için sunduğu potansiyeller ve yarattığı riskler tartışılmaktadır. Gazetecilerin haber üretim süreci üzerindeki yetkilerini -kısmen- algoritmalara devrettiği iddiasını ‘yetki kayması’ kavramıyla ele alan çalışmada algoritmaların gazetecilikte epistemolojik bir krize neden olduğu iddia edilmektedir. Algoritmaların gazeteciliğin temel normatif iddiaları üzerindeki yıkıcı etkisinin ele alındığı son bölümde bu temel ilkelerin korunabilmesi için önce gazeteciliğin ne olduğu

tanımlanmaya çalışılmakta, son olarak da yapay zeka teknolojilerinin haber üretimine entegrasyonunun temel gazetecilik normlarıyla uyumlaştırılabilmesi için somut bazı öneriler sunulmaktadır.

Literatür Tartışması

Los Angeles Times için cinayet ve deprem haberlerini otomatikleştiren algoritmayı yazan Ken Schwencke bunu “utanç verici derecede basit” bir araç olarak tanımlar. Ona göre bu hiç de karmaşık olmayan bir koddur ama “zamanımızın çok ötesinde bir etkiye sahiptir” (Hermida & Young, 2017). Haber üretiminin her aşamasına entegre edilen yapay zeka teknolojileri gazetecilik pratiğini yine her aşama için ayrı ayrı ve “gazeteci” kimliğini de bütünsel olarak dönüştürür. Algoritmaların etkisi en somut olarak haber üretiminin hızlanması ve üretilen haber sayısının üssel artışında görülebilir. AP'nin sadece bir çeyrek yıllık mali rapor döneminde yazılan haber sayısı 3 yüzden 3 bin 700'ün üzerine çıkmış, bir basın açıklamasının ajansa ulaşmasıyla işlenmesi ve haber haline getirilerek müşterisine ulaşması arasındaki süre 1 ile 10 dakikaya kadar düşmüştür (Hermida & Young, 2017). Automated Insights saniyede 2 bin, yılda 63 milyar haber yazabilecek algoritmalara sahiptir (Carlson, 2017). Ama yapay zeka gazetecilikte hız ve ürünün nicel artışıyla sınırlı bir etkiye de sahip değildir. Algoritmalar çok çeşitli bilişsel görevlerde insan unsurunu elimine edebilir (Diakopoulos, 2014).

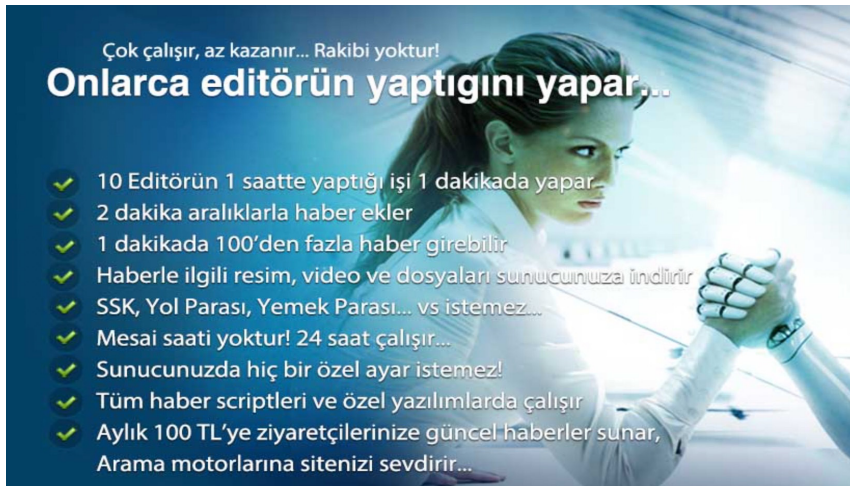
Sadece birkaç yıl önce büyük teknoloji şirketleri tarafından kullanılan “bu yeni ve parlak” teknoloji yayın kuruluşları için artık bir zorunluluk haline gelmiştir. The Journal Araştırma ve Geliştirme Başkanı Francesko Marconi “Gazetecilikte pek çok aracın yakında yapay zeka tarafından destekleneceğini düşünüyorum” diyerek haber üretiminin büyük ölçüde otomasyona uğrayacağını sinyali vermiştir (Peiser, 2019, 5 Şubat). Global düzeyde büyük medya kuruluşlarına otomatik haber sistemleri sağlayan Narrative Science'ın kurucu ortağı ve teknolojisinin arkasındaki kilit isim Khristan Hammond'un 2013'teki meşhur iddiası 15 yıl içinde haberlerin yüzde 90'dan fazlasının robotlar tarafından yazılacağı şeklindedir (Carlson, 2014)

2020 yılının Mayıs ayında, önce The Seattle Times'ta (Baker, 2020, 29 Mayıs) sonra The Guardian'da (Waterson, 2020, 30 Mayıs) yer alan haberde Microsoft'un MSN'de haber üretimi için sözleşmeli çalışan 27 gazetecinin bir ay içerisinde işten çıkarılarak yerlerine insan gazeteci istihdam edilmeyeceği ve otomasyon sistemleriyle çalışılacağı belirtilmektedir. İşinden olan gazeteciler MSN'in haber üretimini değiştirmek için yapay zekayı kullanacağını belirterek, algoritmaların düzinelerce yayıncı iş ortağından gelen trend haber hikayelerini belirleyeceğini, yine algoritmalarla başlıkların yeniden yazılarak, metne daha iyi fotoğraflar veya slayt gösterileri eklenerek içeriğin optimize edileceğini söylemektedir. Zaten bir süredir haber üretiminin yarı otomatikleşmiş olduğunu vurgulayan bir gazeteci şöyle demektedir: “Makinelerin yerimizi alabileceğini düşünmek moral bozucu ama işte başlıyor.” Bir diğeri de şunları eklemektedir: “Tüm zamanımı otomasyonun ve yapay zekanın tüm işlerimizi nasıl elimizden alacağını okuyarak geçiriyorum ve işte buradayım. Yapay zeka işimi elimden aldı.”

Aslında gelmekte olanın ayak sesleri gazeteciler tarafından çok daha önce duyulmuştur. Gizmodo'dan Michael Nunez'in Facebook'un 2016 yılında yürüttüğü 'trend haberler' projesine katılan gazetecilerle yaptığı görüşmelerde gazeteciler “Facebook'un algoritmasını eğitmek için orada bulunduğunu”, “sonunda işlerini alacak bir makineyi eğittiklerini” hissettiklerini söylemektedir (Nunez, 2020, 3 Mayıs). Facebook'un gazetecileri altı ay için algoritmaları eğitmek üzere ne yapıldığını herkesten gizleyerek

istihdam etmesi ve gazetecilerin bu süre sonunda “gereksiz” hale gelip başka ve işlev gösteremedikleri departmanlara dağıtılması tekil ve tesadüfi bir gelişme değildir. Narrative Science’ın CEO’su Stuart Frankel’in şirkette çalışan az sayıda insan yazarın, algoritmanın verileri yerleştirdiği şablonları, çerçeveleri ve açıları tasarlayan “meta-gazetecilere” dönüşmesi gerektiğine ilişkin açıklaması (akt. Lindén 2017) ile örtüşmektedir. Yapay zekayı haber üretim sürecine en iyi şekilde entegre etmiş uluslararası haber kuruluşlarının üst düzey yöneticilerinin gazetecileri işe almak için kodlama ya da veri analizi gibi teknik becerileri edinmelerine ilişkin benzer talepleri (O’Brian, 2020) gibi tüm bu gelişmeler gazetecilik için gerekli beceri setlerinin ve gazetecilerin mesleki rollerinin değişeceğine yönelik önemli bir eğilime işaret eder ve gazeteciler ile gazetecilik araştırmacıları arasında tartışma yaratır.

Gazeteciler bu teknolojileri kendi mesleklerine ve geçim kaynaklarına tehdit olarak algılamakta, teknolojinin kendi rollerini ve gazetecilik için gerekli beceri setlerini nasıl değiştireceğine odaklanmaktadır (Graefe, 2016). “Yapay zeka bir haber metni yazdı. Yeni bir iş aramalı mıyım?” başlıklı bir yazı yazan bilim ve teknoloji editörü gazeteci Jeff Parsons’ın da işaret ettiği bu riskler ve endişeler tam da ülkemizde “çalışan” otomatik editörde (Şekil.1) somut ifadesini bulmaktadır. Gazeteci Parsons (Parsons, 2020, 11 Eylül) şöyle demektedir: “Yapay zeka, insanların yanında oturmak yerine onların yerini alabilir çünkü daha ucuzlar, hastalık izni almıyorlar veya tatil yapmıyorlar ve minimum düzeyde gözetim gerektiriyorlar.”



Çok çalışır, az kazanır... Rakibi yoktur!

Onlarca editörün yaptığını yapar...

- ✓ 10 Editörün 1 saatte yaptığı işi 1 dakikada yapar.
- ✓ 2 dakika aralıklarla haber ekler
- ✓ 1 dakikada 100'den fazla haber girebilir
- ✓ Haberle ilgili resim, video ve dosyaları sunucunuza indirir
- ✓ SSK, Yol Parası, Yemek Parası... vs istemez...
- ✓ Mesai saati yoktur! 24 saat çalışır...
- ✓ Sunucunuzda hiç bir özel ayar istemez!
- ✓ Tüm haber scriptleri ve özel yazılımlarda çalışır
- ✓ Aylık 100 TL'ye ziyaretçilerinize güncel haberler sunar, Arama motorlarına sitenizi sevdirebilir...

Şekil 1. Standart Editör Reklam Afışı*

Kaynak: <https://www.ebiron.com/knowledgebase/149/Haber-Editoru.html> adresinden alınmıştır (erişim: 11.10.2022).

Haber sitesi temaları/haber paneli ve haber botları hizmeti sunan bir yazılım şirketi tarafından “haber editörü” adıyla satışa sunulan otomatik haber yazılımının reklam afişi gazetecilerin endişelerinin hiç de yersiz olmadığını ortaya koymaktadır. Bu şirketin sattığı/kiraladığı ürünler arasında Tembel Editör, Standart Editör ve Çalışkan Editör olmak üzere yazılımlar bulunmaktadır. Birkaç ay önce 50 TL iken güncel olarak 250 TL’den başlayan ve en pahalısı 400 TL olan yazılımlar için aylık abonelik sistemi sunulmaktadır. Benzer haber botları ajanslardan aldığı haberleri ya da web’i tarayarak ve belirli güvenilir haber kuruluşlarının sitelerinden aldığı içerikleri “öзgünleştirerek” (başlığı, yapılandırılışı, görseli, cümleleri değiştirerek) otomatik olarak saniyeler içerisinde haber sitelerinde yayınlar (Etike, 2022). Bu haber botları servis edilen haberlerin yine botlar ve SEO aracılığıyla arama motorlarında hızlıca taranması ve öne çıkarılması, sosyal medya hesaplarından paylaşılması gibi hizmetler de vermektedir. Hiçbir gazetecinin, sigorta, yol

ve yemek parası istemeyen, 7 gün 24 saat çalışan, ofis giderlerini bile ortadan kaldıran bu botlar kadar “hızlı” ve “verimli” “çalışamayacağı” açıktır. Afişteki yazılımın satışının yapıldığı web sitesinde, haber botlarının 35’in üzerinde ulusal, 150’den fazla yerel ve 14 tematik haber sitesi tarafından kullanıldığı belirtilmektedir. Ayrıca yine sitede, 1-29 Mart 2023 tarihleri arasında 7 bin 619 haber sitesinde bu botlar tarafından 64 bin 389 haber “bulunduğu” ve 1 milyon 242 bin 20 haberin “gönderildiği” ifadeleri yer almaktadır (HaberEditörü.com).

Basit haber botlarının çalışma prensibi özgün ve yeni haber metinleri üretmek üzerine kurulu değildir. Hali hazırda gazeteciler tarafından üretilmiş haber içeriklerini düzenleyerek – gazetecilik diliyle başka yayın kuruluşları tarafından servis edilmiş haberlere takla attırarak- ya da metin dolgusu denilen içerikleri ekleyerek veya ajanslardan abonelik ücreti ödenerek alınmış haberleri doğrudan alarak insan eli değmeden yayınlamaktadırlar. Ama yapılandırılmış verileri kullanarak belirli şablonlara uygun özgün haberler de makineler tarafından üretilebilmektedir. Haber üretim sürecinin her adımının artık otomatikleştirilebildiği bir dönem başlamıştır ve “robot gazeteciler” neredeyse hiç değişken maliyet olmadan binlerce (özgün) makale üretebilir” (Van Dalen, 2012). Ancak yapay zeka yapılandırılmış veri setlerinden şablonlara bağlı basit haber içerikleri üretmekle yani otomasyon ile de sınırlı kalmaz (Graefe, 2016).

“Gazetecilere veri analizi yapma, birden fazla kaynaktan desenler, trendler ve uygulanabilir görüşler belirleme, çıplak gözün göremeyeceği şeyleri görme, veri ve konuşma metinlerini yazıya dönüştürme, metinleri ses ve videoya dönüştürme, duygu durumunu anlama, nesnelere, yüzleri, metinleri veya renkleri analiz etme gibi – ve daha fazla- olanaklar sunar. Daha büyük hız, doğruluk, kapsama alanı ve çeşitlilik medya kuruluşlarının gördüğü sonuçlardan sadece bazılarıdır.” (Marconi et al., 2017)

Özetle, habercilik söz konusu olduğunda, “yapay zekanın neredeyse tüm gazetecilik sürecini kapsayan üç çalışma alanı vardır: haber toplama, üretim ve dağıtım alanları” (Beckett, 2019). Algoritmalar haber üretiminin ilk aşamasından sonraki aşamalarına kadar gazeteciliğin neredeyse tüm bu alanlarını bir dereceye kadar etkilemektedir (Zamith & Braun, 2019). JournalismAI’nın raporunda vurgulandığı gibi “Yapay zekâ; makine öğrenimi, veri işleme ve otomasyon dâhil olmak üzere bir dizi teknoloji olarak hâlihazırda gazeteciliğin önemli bir parçasıdır.” Otomasyon büyük miktarda verinin analizinden bilgilerin dağıtılma şekline kadar gazetecilerin çalışma şeklini değiştirmektedir (Van Dalen, 2012). Yapay zekanın gelecekte habercilik alanındaki etkisi belirsizdir, ancak gazeteciliğin nasıl yapıldığı ve haberlerin nasıl tüketildiği üzerine geniş kapsamlı ve derin bir etki potansiyeline sahiptir (Beckett, 2019). Yapay zeka algoritmalarının otonom kapasiteleri gelişmekte ve medya içeriğinin üretimine katkıları artmaktadır (Montal & Reich, 2017) ve bu katkının giderek artacağı öngörülmektedir. Haber medyasını değiştiren sosyal, ekonomik ve teknolojik yapısal etkilerle birlikte yapay zeka, gazeteciliği adım adım değiştirecek, hatta otomasyon ve kişiselleştirme haber üretimi sürecinde belirleyici rol oynayacak ve “yapılandırılmış” bir gazetecilik ortaya çıkacaktır (Beckett, 2019). Dolayısıyla yapay zekanın gazetecilik üzerindeki etkileri yapısal sosyo-ekonomik süreçler ve “daha geniş otomasyon-emek tartışmaları içinde ele alınması gereken” (Carlson, 2014) gazeteci istihdamı üzerindeki apokaliptik değerlendirmelerin ötesine gider.

Gazetecilik ilişkisel bir faaliyettir ve bu ilişki çok boyutludur. Kitleler, kaynaklar, teknologlar, sermaye sahipleri, diğer gazeteciler bu ilişkinin tarafları arasındadır ve bu ilişkiler haber merkezleri ve haber üreticileri arasında birden fazla ilişkiyi içeren ve haberin formunu şekillendiren yapılar oluşturur. Makinelerin bu ilişkiye dahil olması

haber kuruluşları ve kitleleri arasındaki güç dinamikleri hakkında yeni soruların gündeme gelmesine neden olur (Lewis et al., 2019).

Algoritmik Dönüş ve Yetki Devri

Geleneksel olarak gazetecilik belirli kurallar ve rutinlere göre medya kuruluşları içinde veya mesleki düzeyde gazetecilik aktörleri tarafından üretilir akt. (Dörr & Hollnbuchner, 2017). Yeni durumda ise algoritmalar, haber kuruluşlarının kendi içinden ya da dışından yazılımcılar, veri toplayıcıları, veri madencileri gibi gazetecilik içinden ve dışından pek çok aktör haber üretimine dahil olmuş (Milosavljević M. & Vobič, 2019) ve bu süreçte gazeteciliğin belirgin bir biçimde merkezi ve insana özgü olduğu düşünülen ayrıcalıklı görevi haber yazımını makineler üstlenmiştir (Lewis et al., 2019). Gazetecilerin sahip olduğunu iddia ettiği (mesleki profesyonelliği meşrulaştıran) özel bilgi türü sosyal gerçekliğin kamuoyu açısından en önemli yönlerini ayırt etme, bunları iletme ve yorumlama bilgisidir. Bu bilgi türü üzerindeki gazeteci yetkisi algoritmalara devredilmektedir (Schudson & Anderson, 2009). İletişim çalışmalarında makinelerin aracı rolüne atandığı ve insanların iletişim sürecinin tarafları olarak kavramsallaştırıldığı sıkı ontolojik sınırlar da bulanıklaşmakta, şeylerin ve insanların ontolojisiyle tanımlanan iletişimin doğası sorgulamaya açılmaktadır (akt. Lewis vd. 2019).

Haber üretiminde algoritmalar bilginin önceliklendirilmesi, sınıflandırılması, ilişkilendirilmesi ve filtrelenmesinde -giderek daha çok artan bir- öneme sahiptir (Diakopoulos, 2015). Algoritmaların, yazılımın ve genel olarak yapay zekanın gazetecilikte artan kullanımı “algoritmik dönüş” olarak adlandırılmıştır (akt. Montal ve Thal 2017). Algoritmik dönüş, “gazeteciliğin temel normları ve idealleri ile tekrarlayan gerilimlerin” içerisine konumlanan ama daha ilerisine uzanan etkilere neden olmaktadır. Çünkü yapay zeka algoritmalarının merkezi rol oynadığı bu pratikte insan failiği sınırlı algoritmik niyetler ve özerklik verilerek kısmen algoritmalara devredilmektedir. Bu, gazetecinin haber üretme eylemi için sahip olduğu tekillik, niyet ve özerkliğin yani “insan failliğinin” belirli ölçülerde algoritmaların eline geçmesi anlamına gelir. Dörr ve Hollnbuchner (2017) bunu “yetki kayması” olarak kavramsallaştırır.

Gazetecilik İçin Algoritmik Potansiyeller

Algoritmaları -dolayısıyla bu yetki kaymasını- gazetecilik alanında zorunlu kılan aslında ticari baskılardır. Bazı araştırmacılar yapay zeka algoritmalarının haber endüstrisinin değer zincirini değiştirip geliştirerek (Chan-Olmsted, 2019) ticari medya kuruluşlarının daha hızlı ve daha verimli hale gelmesini sağlayacağını böylelikle bu ticari baskılar karşısında ayakta kalmak için zorunlu olduğunu ifade etmektedir. Sektör temsilcileri giderek daha rekabetçi hale gelen endüstride ayakta kalabilmenin tek yolunun yapay zeka teknolojilerinin haberciliğe entegrasyonu olduğunu söylemektedir (Gibbs, 2020). Haber üretme konusunda insan gazetecilerden daha hızlı, daha verimli çalışan algoritmaların aynı zamanda insanlardan daha az hata yapacak şekilde çalıştığı iddia edilmektedir (Graefe, 2016). Algoritmalar hız, doğruluk ve nesnellik iddialarıyla gazeteciliğin alanına girmektedir. Özellikle algoritmik nesnellik iddiası bilgi üretme aracı (ya da kaynağı, Ş.E.) olarak algoritmaların meşruiyetini savunan temel tez haline gelmiştir (akt. Carlson 2014).

Yapay zeka genellikle, araştırma ve yazma sürecini kolaylaştıracak araçlar sağlayarak (ve de rutin haber yükünü gazetecilerin omuzlarından alarak, Ş.E.) daha yoğun ve yaratıcı gazetecilik faaliyetleri için gazetecileri serbest bırakan bir kurtarıcı olarak konumlandırılır (Moran & Shaikh, 2022). Gazeteciler, makine tarafından yazılmış haberlere dayalı rekabetin, gazetecileri yalnızca insanların yapabileceği görevlere

odaklanmaya zorlayacağına ve buna izin vereceğine inanmaktadır. Yaratıcılık, analitik beceriler ve kişilik daha önemli hale gelirken profesyonel rutin görevlerin otomatik hale geleceğini vurgularlar (Van Dalen, 2012). Buna göre gazeteciliğin muhtemel gelecek öngörüsü “insan-makine evliliğine” işaret etmektedir. Bu entegre haber üretim sürecinde algoritmalar verileri analiz ederek ilginç hikayeler bulup ilk taslağı hazırlar ve gazeteciler bu taslağı ayrıntılı analizler, kilit kişilerle röportajlar ve arka plan bilgisiyle zenginleştirir (Graefe, 2016).

Algoritmalar, veri setleri ve elektronik tablolarının içerdiği ve büyük veri yığınları içerisinde insanların tespit etmesi mümkün olmayan (gizli) desenleri açığa çıkararak haber haline getirmeyi sağlar. Buradan yola çıkarak haber üretimi için “üstün” bir araç sağladıkları varsayımıyla gazeteciliğe dahil olurlar (Carlson, 2017). Haber endüstrisi için algoritmalar üreten büyük teknoloji şirketlerinin sözcüleri (bu varsayımı ya da söylemi güçlendirecek biçimde) “insan yeteneklerini aşan yeni bir bilgi üretme biçimi” algısı yaratmaktadır (Carlson, 2014).

“Basit gerçek raporları üretmek, bu tür raporların yayınlanma hızını artırmak, şu anda raporlama eşiğinin altında kalan konuları (örneğin azınlık/minör lig sporları) kapsamak, belirli cihazlar için içeriği yeniden sürümlemek veya uyarlamak (örneğin, mobil telefonlar) veya bireysel zevklere göre ve verilerdeki hikayeleri tespit etmede gazetecilere yardımcı olmak için giderek artan bir şekilde kullanılacaktır” (Thurman et al., 2017). Algoritmalar, aynı veriye dayanarak, hikayeleri farklı dillere ve açılara göre kişiselleştirebilmekte ve kullanıcıların veriye yönelik sorularına yanıt vererek talep üzerine haber üretebilmektedir (Graefe, 2016). Dolayısıyla, algoritma güdümlü platformlar haberin niteliğini tanımlamada izleyici tercihlerinin önemini arttırmaktadır (Ahmad et al., 2023). Ayrıca, haber botları aracılığıyla kullanıcılarla etkileşimin ve daha yakın ilişki kurmanın haber içeriğini ticarileştirmesinin aksine haber servisini farklı kılacağını kabul eden uygulayıcılar bulunmaktadır (Ford & Hutchinson, 2019). Algoritmalar haber “tüketicilerinin” yine algoritmaların ürettiği sınırsız sayıda haber arasında kaybolmasını önleyebilir. Haber “tüketicilerinin” angajmanını ve yerelleştirilmiş içeriğin değerini arttırabilir ve daha önce dışarıda bırakılan konuların haber olmasını sağlayabilir (Noain-Sánchez, 2022). Haberlerin kişiselleştirilmesi tek yönlü kitle iletişim modelini değiştirerek haber üreticisi ile tüketicileri arasındaki bağları güçlendirme potansiyeline sahiptir (Carlson, 2017).

Gazeteciliğe Yönelik Algoritmik Tehditler

Ama diğer yandan, haber okuyuculuğunu gazeteciliğin temel normatif taahhütlerine meydan okuyacak şekilde atomize etmekle tehdit etmekte, kamuoyu oluşturma gücünü aşındırarak onu kültürel üretim aracı olmaktan çıkararak salt bir enformasyon aktarma aracı haline getirmektedir (Carlson, 2017). Burada algoritmalarla gazeteciler arasında iki temel gerilim noktası ortaya çıkar. Bu gerilimlerden ilki, gazeteciliğin kamusal faaliyet olma iddiası, buna bağlı olarak ikincisi de gazeteciliğin temel ürünü yani haber üzerinde yaşanmaktadır. Tandoc ve Thomas (akt. Møller 2022) analizleri kullanarak izleyici tercihlerine göre haber üretmenin azınlıkları marjinalleştireceği ve topluluk kavramının zayıflatılmasına neden olacağını vurgulayarak gazeteciliğin “Kamunun ihtiyaçlarını gözetmek yerine izleyicinin isteklerini karşılama tuzağına düşme” riskiyle karşı karşıya olduğu uyarısında bulunmaktadır. Møller’e göre (2022) bu risk halkın politik tercihler yapması için gereken bilgiyi sağlamak şeklindeki demokratik rolüyle ilgilidir. Bu, Splichal ve Dahlgren’in (2016) “bugün yurttaşların bilgilendirilmesini, anlamayı ve katılımı

sürdüren ve besleyen kamu işleri hakkında haber ve bilgi sağlamak ve böylece demokratik bir siyasi yapı oluşturmak için endişelenmemiz gerektiğini” neden vurguladığını açıklar.

Geleneksel olarak toplumu ve toplumun genel çıkarlarını ilgilendiren konularla ilgilenen gazeteciliğin, belirgin bir biçimde bireysel deneyimlere kayması yanlış bilgi ve dezenformasyonun yayılması, fitre balonlarının gelişmesi ve algoritmik gerçeklik inşasının evrimiyle ilişkilendirilerek gazeteciliğin temel ilkeleri bakımından tartışılmaktadır (Zamith, 2019). Benzersiz editoryal deneyimler oluşturma yeteneğine yıkıcı bir etkide bulunma potansiyelini de taşıyan (Beckett, 2019) algoritmalar gazetecilerin bireylerle ilişkilerini kişiselleştirerek haber okuyucuları arasında paylaşılan bağlamın kaybolmasına neden olur (Diakopoulos, 2019) ve uzun vadede gazeteciliğin kamu yararına faaliyet olma iddiasını zayıflatır (Milosavljević M. & Vobič, 2019). Ayrıca haber dağıtım süreçlerinin en önemli parçalarından olan algoritmik haber kişiselleştirmesinin filtre balonları ve dezenformasyon gibi yan etkilerinin azaltılması için sürekli insan gözetimi gerekmektedir (Bodó, 2019; Noain-Sánchez, 2022). Ancak algoritmalar tarafından üretilen sayısız çıktılar nedeniyle denetim her zaman mümkün değildir (Noain-Sánchez, 2022).

Öte yandan gazetecilerden ve gazetecilik alanında çalışan akademisyenlerden algoritmaların nesnellik ve doğruluk iddialarına da güçlü bir karşı çıkış bulunmaktadır. Algoritmaların verilere ve varsayımlara dayandığı için hatalı sonuçlar üretebileceği, belirtilmektedir (Graefe, 2016). Gazetecilikte tarafsız haber yazma epistemik geleneği ve gazeteciliğin son derece seçici ve kamuoyuna kapalı haber üretim prosedürlerinin ticari ve politik etkilere açık olmasından kaynaklanan kırılabilirliği karşısında güvenilir, nesnel ve tarafsız bilgi kaynağı olarak ortaya çıkararak güven kazanan algoritmalar (Carlson, 2017) aslında hiç de nesnel ve tarafsız değildir (Gillespie, 2014; Milosavljević M. & Vobič, 2019).

Lindén (2017, 71-72) veriyi en temel sorunlardan biri olarak konumlandırır:

“Haber algoritmaları, yapılandırılmış veri olmadan işlev göremez ve verinin seçildiği, değerlendirildiği ve “temizlendiği” -standartlaştırıldığı, normalleştirildiği ve doğrulandığı, bazıları tarafından manipüle edildiği söylenebilir- işlem, gazetecilik kararlarına tabi bir süreçtir veya en azından öyle olmalıdır. Veriye erişim, nereden geldiği, nasıl üretildiği ve ne amaçla kullanıldığı konusunda birçok soru vardır. Tüm kamusal verilerin açık kaynak olarak kullanılabilir olacağı geleceğe dair hayaller, örneğin belediyeler gibi kamu kurumlarının yazılı kayıtları dijitalleştirme kaynakları veya teşvikleri olmadığı gerçeğiyle çelişmektedir. Veriye erişim, demokratik bir karar değil, ekonomik bir karardır.”

Tüm bunlara ek olarak “Bir robotu kolayca manipüle edebilirsiniz” (Milosavljević M. & Vobič, 2019). Hatta insanların en agresif baskı yöntemleri karşısında manipüle edilmesi mümkün değilken algoritmalar için bu mümkündür. Özetle, yapılandırılmış veriye bağımlı ve manipülasyona açık haber algoritmalarının verileri seçme süreci önemli riskler taşır. Veriye erişim demokratik değil ekonomik bir karar olduğu için, veri kaynaklarını, verilerin nasıl üretildiği ve ne amaçla kullanıldığını sorgulayarak veri seçme sürecine aktif biçimde katılacak eleştirel bir gazetecilik yaklaşımı gerekmektedir (Lindén, 2017). Gazetecilerin haberlerde kullanılan verilerin nasıl ve hangi amaçlarla yapılandırıldığı hangi verinin neden seçildiği prosedürlerindeki denetimini kaybetmesinin gazeteciliğin en temel nosyonları arasında olan haberin doğruluğu ve nesnelliği üzerinde yıkıcı bir etkisi vardır. Gazeteciliği gazetecilik haline getiren, kamu yararına faaliyet olma, doğruluk ve nesnellik gibi temel değerlerin parçalanması, editoryal bağımsızlığın ortadan kalkması söz konusudur.

Gazeteciliğin Epistemolojik Krizi

Gazeteciler algoritmalarla kurdukları ilişkide kendi sınırlarını savunurken algoritmaların gazetecilik görevlerini yerine getirmede sınırlı olduğu ve otomatik haberlerin yazım kalitesinin insan yazımına göre daha düşük olduğu belirtilmektedir. Ancak yazma becerisi gazetecilerin mesleklerini tanımlarken sıklıkla bahsettikleri beceriler arasında değildir (Graefe, 2016). Aynı şekilde iyi yazının hayal gücü, mizah ve eleştirel düşünme gibi insani özelliklerini vurgulayan ve bu unsurların matematiksel bir formüle indirgenemeyeceğini savunan gazeteciler de algoritmalara karşı gazetecilerin üstünlüğünü anlatmak için duygu ya da empati gibi haber tartışmalarının dışında kalan niteliklere başvurmaktadır. Algoritmik otorite ise, gazetecilikteki epistemik otoritesini insan müdahalesinin olmamasına atfetmekte ve bunu insan dışı işlemenin hızı ve genişliği üzerine kurmaktadır. İnsan gazetecilik ise duyarlılık, duygusallık ve nitelikli haber yazmayı insan unsurunu benzersiz kılan koşullar olarak tanımlamaktadır (Carlson, 2014). Gillespie (2014) bu ayrımı “editoryal” ve “algoritmik” bilgi mantıklarının rekabeti olarak kavramsallaştırılır.

Öte yandan, iyi yapılandırılmış istatistik verilerin olmadığı ya da veri kalitesinin düşük olduğu alanlarda otomasyon uygulanamaz (Graefe, 2016). Yapılandırılmamış ve dağınık verileri anlayan algoritmalar oluşturmada sınırlılığı ve daha az geliştirilmiş algoritmaların otomatik içerik oluşturması için uygun şekilde yapılandırılmış verilere erişiminin sınırlı olmasının minör bir sınırlılık olmadığı akılda tutulmalıdır (Lindén, 2017). Sistemler daha akıllı hale gelse bile otomatik gazetecilik muhtemelen hem mevcut veriler hem de anlatı oluşturma yetenekleri tarafından kısıtlanacaktır (Carlson, 2014). Gazeteci haber üretim sürecinde neyin haber sayılacağını göz önünde bulundurarak sorular sorar, fikir alışverişinde bulunur. Haberini haberle tartışarak şekillendirir. Ancak otomatize sistemler bu konuşmalara bir şey ekleyemez veya bunlardan bir şey alamaz. Gazeteciliğe ilişkin akademik kaygı tam da makinenin söylemediği şeylere ilişkin olarak ortaya çıkar. Bu noktada soru, “makine konuşmaya ne ekliyor” yerine “ne söylemiyor?” haline gelir (Lewis et al., 2019).

Splichal ve Dahlgren (2016) otomasyonun getirdiği değişiklikleri gazeteciliğin yaratıcı yıkımının bir parçası olarak kabul eder ve gazeteciliği daha verimli hale getirdiğini söyler. “Ancak bu onu giderek daha az ve daha az gazetecilik yapmaktadır.” Burada vurgulanan teknolojik inovasyon ve yatırımların alışlageldiği gibi durgun ekonomik sektörleri daha üretken hale getirdiği iddiasının gazetecilik için geçerli olmadığı, gazeteciliğin verimliliğinin arttığı ama üretkenliğinin artmadığıdır. Üstelik verimliliğin artması gazetecilerin ücretlerine artış olarak da yansımaz. Önce içeriğinden kaybeden gazetecilik, sonraki adımda nitelikli işgücünden kaybetmeye başlar.

Özetle, gazeteciliği salt bir enformasyon aktarımı aracı haline getiren gelişmelerin gazetecilikten talep ettiği ürün üzerindeki gerilimi ise epistemolojik bir krize işaret eder. Haberin haber olmaktan çıkarak “içerik” haline gelmesi (Moran & Shaikh, 2022) hem haber üretim sürecini hem de gazeteciliği dramatik biçimde dönüştürmektedir. Veri odaklı bu nicel gazetecilik türleri ile modern profesyonel gazetecilik anlayışı arasındaki en net ayrım noktası gerçeklerin ve bilginin yapılandırılmasındaki farktır (Coddington, 2015). Buna göre modern profesyonel gazeteciliğin gerçeklerin ve bilginin yapılandırılmasına yaklaşımı ile veri odaklı nicel gazetecilik türlerinin yaklaşımı arasında büyük ve net bir epistemolojik ayrım bulunmaktadır. Algoritmaların haber üretim sürecinde giderek artan merkezi rolü, gazetecilikte ölçülebilir olana aşırı güvenilen ve veri analizinden çıkarılamayan diğer hikayelerin haber konusu olmanın dışına itilebileceği (Carlson, 2014) yeni bir epistemolojinin yükselişi endişesi yaratmaktadır. Bu epistemolojik krizin

gazeteciliğin sadece verilerin raporlanması haline gelmesine yönelik ontolojik endişelere de uzanımları vardır.

Bir Mücadele Alanı Olarak Gazetecilik ve Sınırlar Üzerine Mücadeleler

Aslında yeni teknolojilerin örgütsel iş akışına dahil edilmesi profesyonel gazeteciliği ve gazetecilerin mesleki kimliğinin tartışmalı doğasını her zaman tehdit etmiştir (Usher, 2014). “Bir profesyonelin herhangi bir sektörde haklı bir yer iddiası, yetenek, beceri, deneyim ve muhakeme açısından masaya getirebileceği benzersizliktir” (Moran & Shaikh, 2022) ama herkesin kolayca gazetecilik aktörü haline gelmesini sağlayan yeni teknolojiler (Zamith & Braun, 2019), gazetecilik işini rutinleştiren ve teknikleştiren her gelişme mesleğin de-profesyonelleşmesine neden olmuş, telgraftan telefonlara ve bilgisayarlara kadar uzanan bir yelpazede yeni iletişim teknolojilerinin tanıtılması iş sürecinin anonimliğini artırarak gazetecilerin meslekteki benzersiz entelektüel veya yaratıcı katkılarından dolayı kabul görme beklentilerini azaltmıştır (Hardt’tan akt. Splichal & Dahlgren 2016). Algoritmalar ve yapay zeka için de benzer bir süreç işlemiş, bu teknolojiler yeni aktörler olarak sahneye çıkmıştır. Yapay zeka ile birlikte insanın gazetecilikteki otoritesi geniş toplumsal kesimler karşısında meşruiyetini yitirirken haber endüstrisinin fon sağlayıcıları, faydasını yalnızca ekonomik verimliliğin ötesinde haklı çıkarmak için teknolojiyi antropomorfize etmektedir. Bu yapay zekayı “gazeteci” olarak kabul edilebilir kılar (Moran & Shaikh, 2022).

Bilgi sahibi olmak ve onu yapılandırarak nasıl temsil edileceğini belirlemek ayrıcalığını elinde tutan gazetecinin bu alandaki ayrıcalığı ve bilginin temsilcisi olarak kurduğu kültürel otorite de elinden alınmaktadır (Schudson & Anderson, 2009). Zaman zaman gazeteciler tarafından gazeteciliğin temel nosyonlarına doğrudan bir saldırı şeklinde de anlaşılan bu müdahale de gazetecinin kim olduğu ve gazeteciliğin ne olduğu tartışmasını yeniden yakıcı bir gündem haline getirmektedir. Ancak gazeteciliği tanımlamak o kadar da kolay değildir. Gazetecilik mesleki bir kimlik olarak statik bir değerler bütünü tarafından çerçevelenmez. Gazeteciliğin kurumsal yapıları, pratikleri, rolü ve kamuoyu tarafından algılanışı sürekli değişim içindedir ve gazetecilerin faaliyet gösterdiği kültürel, siyasi ve ekonomik bağlamın gazetecilik üzerinde belirleyici etkisi bulunmaktadır (Splichal & Dahlgren, 2016).

Gazetecilerin uğradığı bu dönüşümü açıklamak isteyen çok sayıda araştırmacı gazeteciliği gazetecilik yapan şeyi, meslek ilkelerini ve sınırlarını tanımlamaya çalışmıştır. Ancak, gazeteciliğin ne olduğu ve mesleki kimliği üzerine uluslararası bir fikir birliği ve bu fikir birliğini sağlayacak disiplin diyalogu bulunmamaktadır. Bu da gazeteciliğin tanımlanmasında önemli bir sınırlılığa neden olmaktadır. Gazeteciliğe ilişkin olarak yerel koşullara göre değişen geleneksel uygulamaların ve değerlerin uluslararası düzeyde birbiriyle uyumlu olmaması gazeteci kimliğine ilişkin uluslararası ortak bilgi birikimi oluşturma çabalarını sınırlandırmaktadır (Deuze, 2005).

Gazeteciliğin sınırları geçişlidir ve bu sınırlar rekabet halindeki güçlerin bir mücadele alanıdır. Otomatikleştirilmiş haber de gazeteciler, büyük teknoloji şirketleri, medya kuruluşları, yazılımcılar, veri analistleri gibi rekabet halindeki güçleri/toplulukları birbirine bağlayan sınır nesnesidir (Carlson, 2014). Farklı amaçlar için algoritmalar üretmek üzere bilgisayar bilimcileri ve programcılarla birlikte çalışmak zorunda kalan (Lindén, 2017) gazeteciler, haber merkezlerinin liderliğini veri analistlerine kaptırmıştır (Beckett, 2019). Bir toplumsal faaliyeti meslek yapan şeyin temelinde yatan özel bilgi ve

beceriler (Sarfatti Larson'dan akt. Schudson & Anderson, 2009) üzerinde yeni bir rekabet hatta mücadele söz konusudur.

Gazeteciliğin Sınırlarında Yeni Cepheler

Gazeteciler ve gazetecilik akademisyenleri için daha da fazla endişe verici olan ve yapısal bir güç kaymasına işaret eden olgu haber endüstrisinde kullanılan yapay zeka uygulamalarının ve algoritmaların Google ve Facebook (META) gibi büyük teknoloji şirketleri tarafından ya da onların hibeleriyle geliştirilmesidir. Bu şirketlerin kaynak sağlaması ve yönlendirmesi (editorial bağımsızlığı zayıflatmayacak, Ş.E.) teknolojik yeniliklerin geliştirilmesinde ciddi zorluklar yaratır (de-Lima-Santos. M. F. & Ceron, 2021). Bu şirketlerin finanse ettiği projelerin belirli öncelikler ve kriterler doğrultusunda, kendi ticari ve politik çıkarlarına uygun olarak seçildiği ve yönlendirildiği, “şirketlerin önceliklerinin gazeteciliğin normatif iddiaları ile örtüşmeyebileceği” akılda tutulmalıdır. Hatta “Gazetecilik dışından kaynaklar profesyonel gazetecilik ideallerinin korunmasıyla yükümlü değildir ve onların çıkarları gazetecilik idealleriyle çatışabilir” (Møller, 2022).

Yapay zeka araçlarını en etkin biçimde kullanan haber kuruluşları arasında öne çıkan Financial Times'ın (FT) Yönetim Kurulu Üyesi ve Ürün ve Bilgi Geliştirme Dairesi Başkanı Cait O'Riordan gazeteciliğin temel ilkelerini koruyabilmek ve bağımsız ve özgür gazetecilik yapabilmek için algoritmaların büyük teknoloji devleri tarafından tasarlanmasına karşı kendi teknoloji ekipleriyle ve gazetecilerin önceliklerini gözeterek teknoloji geliştirmeye çalıştıklarını vurgular (O'Riordan, 2020). Ancak bu FT için bile pahalıdır ve O'Riordan, yetkin yazılımcılara ve veri analistlerine büyük şirketler kadar ödeme yapamamanın, projelere bu şirketler kadar bütçe ayıramamanın gazetecilik için risklerini anlatır. O'Riordan'ın bu uyarısı, algoritmaların haber endüstrisindeki mevcut eşitsizlikleri nasıl pekiştirdiğine ilişkin kanıt sunmanın yanı sıra gazetecilikte kontrol ve gücün büyük teknoloji şirketlerine geçmekte olduğunu gösterir. Beckett (2019) gerçek rekabetin artık haber merkezleri arasında değil, haber merkezleri ile büyük teknoloji şirketleri arasında olduğunu yazarken, Russell (2019) nicel yönelimli gazetecilik dalgası (Coddington, 2014) karşısında gazeteciliğin sadece bozulmakla kalmadığını silikon vadisi tarafından da ele geçirildiğini söylemektedir. Burada soru, ele geçirilenin gazetecilik olup olmadığı ya da ne kadar gazetecilik olduğudur.

Gazeteciliği Savunmak İçin Tanımlamak

Gazetecilik daha geniş bir bağlam içerisine yerleşen mücadele içerisinde tarihsel ve toplumsal olarak değişip dönüşerek yeniden üretilmektedir. Genel ve ortaklaşıcı bir tanım için Deuze ve Marjoribanks'a (2009) başvurulabilir: “Gazetecilik haber işinin yapısı ve haber çalışanlarının etkinlikleridir ve aynı zamanda kendi kendini organize eden bir sosyal sistem ve bireyselleştirilmiş eylemler topluluğudur. Bu ikisi arasında gerilim vardır.”

Deuze (2005) sosyoekonomik ve sosyokültürel gelişmelerin gazeteciliği nasıl değiştirdiğini anlamak için gazeteciliği mesleki bir ideoloji olarak konumlandırır ve gazeteciliğin temel ilkelerini de bu ideolojinin yapı taşları olarak tanımlayarak, bilim insanları tarafından ‘tartışmasız’ kabul edilen bu ilkelerin aslında kültürel ve teknolojik gelişmeler bağlamında değiştiğini söylemektedir. Gazetecilerin mesleki kimliğini, gazetecileri bir arada tutan gazetecilik meslek ideolojisinin çimentosu ya da “sosyal yapıştırıcısı” olarak gören Deuze bununla, gazetecilik mesleğinin belirli değerler, inançlar, ilkeler ve uygulamalar gibi ortak bir ideoloji veya mesleki kimlik tarafından şekillendirildiğine atıfta bulunur. Gazeteciler belirli bir mesleki kimlik ya da belirli bir “meslek ideolojisi” aracılığıyla birbirine bağlanır.

Gazeteciliğin temel amacı, gazetecilerin sorumlulukları ya da gazetecilik uygulamalarının nasıl gerçekleştirileceğine ilişkin temel ilkeleri belirleyen bu ideolojidir. Bu mesleki kimlik gazetecilerin mesleki sorumluluklarına uygun davranmalarına yardımcı olur. Deuze (Deuze, 2005) “gazetecilik ideolojisinin” medya yoğunlaşması, haber merkezlerinin şirketleşmesi, yerelleşme, küreselleşme, basın özgürlüğü ve medya yasaları ve dijital teknolojiler tarafından şekillendirildiğini belirtse de yapısal süreçleri analizinin odağının dışında bırakır.

Meslekler sosyolojisinde gazeteciliği tanımlamak için bir faaliyeti meslek yapanın ne olduğuna odaklanan ve ideal tipik yapılarını ortaya koymaya çalışan yapısal-işlevselci paradigma, bir faaliyeti meslek haline getiren kriterleri izole ettiği profesyonel özellikler, bilimsel veya sistematik bilgiye dayalı çalışma, kendi kendini yöneten dernekler, etik kurallar, profesyonellerle “müşterileri” arasındaki güven ilişkisi, lisanslama ve alana girişin önündeki diğer engeller, yaygın olarak tanınan sosyal statü ve itibar olarak sıralar. Weberci paradigma ise mesleklerin özel konumunu sürdürmek ve müzakere etmek için günlük hayatta gerçekten ne yaptıklarını sorgulayan bir meslek mücadelesi analizi talep eder. Bu bağlamda, meslekler, sosyal açıdan faydalı soyut bilgi üzerinde tekel yaratma çabası, bu özel mesleki bilginin ticaretinin yapılabileceği bir pazar oluşturma çabası, bir mesleğin bilgi tekelinin üyelerinin sosyal statü kazanma çabası, sosyal statünün yükseltilebilmesi için pazarın kontrolünün ele geçirilme çabası, ekonomik gücün sosyal statüye dönüştürülme çabası ve bilgi tekelinin (lisanslama, hukuki korunma, yasal yetki alınarak bilgi tekelinin sürdürülmesi için) devletin onayını alma çabası ve eğitim (okullandırma), yeterlilik ve etik kurallar aracılığıyla üreticilerini yeniden üretme çabaları çerçevesinde analiz edilir ancak böylesi bir yaklaşım bize “mesleklerin gerçekten ne olduğunu değil sadece ne olduğunu iddia ettiğini söyler” (Schudson & Anderson, 2009). Üstelik küresel düzeyde tarihsel ve toplumsal farklılıkları da siler. “Mesleki profesyonelliklerin temelindeki ve değerlerin içeriğindeki farklılıkların dayandığı toplumsal temelleri” görmez.

Schudson ve Anderson (2009), meslek profesyonellerini en iyi tanımlayan özellikleri belirlemek ve ardından gazetecilerin bunları ne kadar elde ettiklerini değerlendirmek yerine, yani özellikler yerine, mücadele odaklı bir yaklaşımı benimseyerek gazetecilerin profesyonel statüyü kazanmak için karşılaştıkları sosyal ve kurumsal zorlukları ve verdikleri mücadeleyi analiz ederler. Böylelikle “gazeteciliği tesisatçılarla beyin cerrahları arasındaki profesyonel spektrumun bir yerine koymaktan ziyade” gazeteciliğin neden ve nasıl profesyonel statüye kavuştuğunu ve neden ve nasıl bu statüyü yükseltmeye çalıştığını sorgularlar. Böylesi bir yaklaşım gazetecilikteki mesleki nesnellik ve profesyonellik anlayışının yükselişini gazeteciler arasındaki grup bağlarına, mesleklerinin gücüne, toplumsal çatışmalara ve mesleki otorite iddialarının toplumsal etkisine bağlı olarak açıklamaya çalışır. Yani mesleki kimlikler ve meslek standartları meslektaşları ve geniş halk kitleleri tarafından paylaşılan bir dizi inanç ve değere bağlı olarak şekillenir (Schudson & Anderson, 2009). Bu inançlar ve değerler mücadele ile şekillenir ve mücadelenin belirli bir uzmanlık alanının tanımı ve yargı yetkisinin alınması içindir. Mücadelenin doğasında sınır çizgilerinin çizilerek “içeridekilerle” “dışarıdakilerin” yaratılması ya da tanımlanması bulunmaktadır. Sınır çalışması (ya da sınırların çizilmesi için verilen mücadele, Ş.E.) bilgi alanlarının belirlendiği, saldırıya uğradığı ve pekiştirildiği süreçlerdir (Gieryn'den akt. Schudson & Anderson, 2009).

Sonuç ve Değerlendirme

Yapay zeka algoritmaları ile bilgi alanları ve uzmanlık alanları belirsizleşmiştir. Gazeteciliğin zaten çok geçirgen olan sınırları oldukça silikleşmiştir. Kimin içeride kimin dışarıda olduğu sınırlar üzerindeki mücadelenin nasıl devam edeceğiyle belirlenecektir. Bu sınırların silikleşmesi halk kitleleri ile gazeteciler tarafından paylaşılan “değerler” ve “inançlar” da aşınmaktadır. Bu değerler ve inançlar üzerine kurulu mesleki kimlikler ve meslek standartları tartışmalı hale gelmektedir. Aslında gazetecilik için daha ontolojik sorunlar ortaya çıkmaktadır. Gazeteciliği bir meslek haline getiren ve üzerinde mesleki yargı yetkisini kullanabildiği alanlarda (Schudson & Anderson, 2009) gazeteciler kontrollerini hızla kaybetmektedir.

Eyal (akt. Schudson & Anderson, 2009) bu durumda kesin bir şekilde tanımlanmış sınır çizgileri yerine çoğalan melezlerin, değişen sosyal ve mesleki rollerin ve uzmanlık ağlarının oluşturduğu kalın belirsiz bir sınır bölgesi hayal etmeyi önermektedir. Schudson ve Anderson’un gazeteciliğin otoritesini korumak ve devam ettirmek için, “tahtından indirerek korumak” şeklindeki epik önerisi ise gazeteciliği başka temeller üzerinde yeniden inşa etmeyi içerir ve herhangi bir gazetecilik analizinin, “içeride” ve “dışarıda” olma iddialarının ve mesleki bir otorite sisteminin karmaşık ve çelişkili doğasını akılda tutması gerektiğini vurgular.

Bu karmaşık ve çelişkili doğayı akılda tutarak ne yapılabilir? Öncelikle algoritmaların gazetecilik üzerindeki etkileri üzerine gazetecilerin daha çok düşünmesi ve söz söylemesi gerektiği, gazeteci kimliği üzerindeki söylemsel mücadelede etkin rol oynamaları gerektiği açıktır. Ancak gazetecilik sadece söylem alanında kurulmaz. Gazetecilik rolleri, normları, kimliği ve değerlerinin (yeniden) yaratılması, (yeniden) yorumlanması üzerindeki mücadele maddi toplumsal koşullara bağlıdır. Gazeteciliği savunmanın maddi koşullarını yaratmadan söylemsel düzeyde sınırları korumaya çalışmanın ne kadar etkili olacağı oldukça tartışmalıdır. Bu nedenle, gazeteciliği savunmanın olanaklılığı üzerine tartışma ve gazetecilerin kendi mesleki kimliklerini ve gazeteciliğin saldırı altındaki normatif iddialarını korumak için bu maddi koşulları değiştirmeye yönelik somut öneriler sonraki çalışmalar ve zenginleştirici tartışmalar için bir zemin sunabilir.

Yapay zekanın haber üretim sürecine entegrasyonu rekabetçi haber endüstrisinde ayakta kalabilmenin en önemli koşullarından biri haline geldiği ve kaçınmanın imkansızlığı düşünüldüğünde teknolojinin, gazeteciliğin öncelikleri ve prensipleriyle uzlaşacak biçimde geliştirilmesi ve tasarlanması için verilecek sınır mücadelesi anlamlı görünmektedir. Bu doğrultuda öneriler hızla çeşitlenmektedir. Örneğin Møller (2022) kişiselleştirme algoritmalarının kamu yararına faaliyet ilkesi ile uyumlu hale getirilmesi için tasarım önerileri yapmakta, kullanıcının ilgi alanına göre değil, haberlerin kamusal önemine göre dağıtılmasını, önemli haberleri kaçırarak okuyucularla haberlerin mutlaka buluşturulmasını, yeni bilgiler ve karşıt görüşlerin de önerilmesini ve şeffaflığın sağlanmasını önerir.

Ancak sorun şudur ki bu algoritmalar büyük teknoloji devleri tarafından geliştirilmektedir. Büyük teknoloji şirketlerinin eski medyanın hakim olduğu bilgi akışının ve reklam piyasasının kontrolünü eline geçirdiği çoklu platform ekosisteminde, “Gazetecilerin ve haber medyası kuruluşlarının, parçalanmış hedef kitlelerine haber içeriğinin nasıl toplandığı, oluşturulduğu, düzenlendiği, geliştirildiği, rapor edildiği, sunulduğu ve yayıldığına dair kontrol etmek istiyorlarsa, yapay zekayı geliştirme konusunda daha aktif bir rol almaları gerektiği açık hale gelmiştir” (Ahmad et al., 2023). Haber kuruluşları yapay

zeka teknolojileri için dış kaynak çalışması yapmak yerine aşağıdan yukarıya ve kurum içi proje ve stratejilere yönelmelidir. Gazetecilerin denetiminin arttığı ve kamu yararı ve doğruluk gibi temel gazeteci ilkeleri ile uyumlu otomatik sistemler ve algoritmalar kullanılması için aşağıdan yukarıya entegrasyonu savunan Carlson aynı zamanda, yapay zeka araçlarının programlama bilgisi gerektirmeyecek şekilde gazetecilerin kullanımını kolaylaştıracak şekilde tasarlanması ve gazetecilerin veri okuryazarlığı ile hesaplama becerilerinin arttırılması gerektiğini söylemektedir (Carlson, 2015).

Özetle, aynı zamanda algoritmik okuryazarlar haline gelmek zorunda olan gazeteciler yapay zekâ teknolojilerinin tasarımı ve geliştirilmesine aktif olarak katılmak zorundadır. Bunun için haber kuruluşlarının öncelikli hedefi gazetecilerin pratik gereksinimleri ve değerlerinin esas alındığı projeleri hedefleyen stratejik iş modelleri geliştirmek olmalıdır. Haber kuruluşları yapay zekâ teknolojilerinin maliyetleri nedeniyle büyük teknoloji şirketleriyle rekabetlerinde dezavantajlı konumlarını aşabilmek için kendi aralarında işbirlikleri geliştirmelidir. En az bunun kadar hayati bir başka somut öneri, haber kuruluşlarının editoryal bağımsızlıklarının garanti altına alınarak özgür ve bağımsız yayıncılığı güçlendirecek kamu destekleri ve politikaları geliştirilmesidir. Ayrıca algoritmaların şeffaflığı ve hesap verilebilirliği için gerekli önlemler hukuksal düzeyde alınmalıdır. Gelecek çalışmalar bu işbirliğinin nasıl sağlanabileceği, haber kuruluşlarının yapay zekâ stratejilerini aşağıdan yukarıya nasıl oluşturabileceği ve algoritmaların habercilik alanında yaratacağı eşitsizliklerin önlenmesine yönelik nasıl düzenlemeler yapılabileceği üzerinde durabilir.

Ancak nihayetinde bütün bu öneriler, haber kuruluşlarının ve gazetecilerin halkın haber alma hakkını, haberciliğin temel ilkelerini ve özgür ve bağımsız yayıncılığı öncelediği ve korumaya çalıştığı koşullar içerisinde anlam kazanmaktadır. Dolayısıyla daha geniş bir toplumsal tartışmanın parçası olarak düşünölmelidir.

Kaynakça

- Ahmad, N., Haque, S., & Ibahrine, M. (2023). The News Ecosystem in the Age of AI: Evidence from the UAE. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 1-30. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/08838151.2023.2173197>
- Baker, G. (2020, 29 Mayıs). *Microsoft is cutting dozens of MSN news production workers and replacing them with artificial intelligence*. The Seattle Times. Retrieved 2022 from <https://www.seattletimes.com/business/local-business/microsoft-is-cutting-dozens-of-msn-news-production-workers-and-replacing-them-with-artificial-intelligence/>
- Beckett, C. (2019). *New powers, new responsibilities: A global survey of journalism and artificial intelligence*. .
- Bodó, B. (2019). Selling news to audiences—a qualitative inquiry into the emerging logics of algorithmic news personalization in European quality news media. *Digital Journalism*, , 7(8), 1054-1075.
- Brennen, J. S., Howard, P. N., & Nielsen, R. K. (2018). *An Industry-Led Debate: How UK Media Cover Artificial Intelligence* (Reuters Institute for the Study of Journalism Fact Sheet Issue).
- Carlson, M. (2014). The Robotic Reporter. *Digital journalism*, 3(3), 416-431.

- Carlson, M. (2015). The many boundaries of journalism In M. C. v. S. C. Lewis (Ed.), *Boundaries of Journalism* (pp. 1-18). Routledge.
- Carlson, M. (2017). Automated Journalism: A Post Human Future for Digital News? In B. F. a. S. A. E. II (Ed.), *The Routledge companion to digital journalism studies* (pp. 226-234). Routledge.
- Chan-Olmsted, S. M. (2019). A review of artificial intelligence adoptions in the media industry. *International Journal on Media Management*, 21(3-4), 193-215.
- Coddington, M. (2014). Defending judgment and context in 'original reporting': Journalists' construction of newswork in a networked age. *Journalism*, 15(6), 678-695. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1464884913501244>
- Coddington, M. (2015). Clarifying journalism's quantitative turn: A typology for evaluating data journalism, computational journalism, and computer-assisted reporting. *Digital journalism*, 3(3), 331-348.
- de-Lima-Santos. M. F., & Ceron, W. (2021). Artificial intelligence in news media: current perceptions and future outlook. *Journalism and Media*, 3(1), 13-26. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/journalmedia3010002>
- Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442-464.
- Deuze, M., & Marjoribanks, T. (2009). Newswork. *Journalism* 10(5), 555-561.
- Diakopoulos, N. (2014). *Algorithmic accountability reporting: On the investigation of black boxes*.
- Diakopoulos, N. (2015). Algorithmic accountability: Journalistic investigation of computational power structures. *Digital journalism*, 3(3), 398-415. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976411>
- Diakopoulos, N. (2019). *Automating the news: How algorithms are rewriting the media*. Harvard University Press.
- Dörr, K. N., & Hollnbuchner, K. (2017). Ethical challenges of algorithmic journalism. *Digital journalism*, 5(4), 404-419.
- Etike, Ş. (2022, 12 Ekim 2022). *Mesleğin geleceği robot değil gazeteci: Gazetecilerin yapay zeka deneyimleri* 3. Communication in the Digital Age Symposium Cida International, Ankara.
- Ford, H., & Hutchinson, J. (2019). Newsbots that mediate journalist and audience relationships. *Digital journalism*, 7(8), 1013-1031.
- Gibbs, L. (2020). *How AI is becoming an integral part of the news-making process?* Youtube, PolisLSE. <https://www.youtube.com/watch?v=Dpi7Gt8GAHM>
- Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. In P. J. B. Tarleton Gillespie, Kirsten A. Foot (Ed.), *Media technologies: Essays on communication, materiality, and society* (pp. 167-193).
- Graefe, A. (2016). *Guide to automated journalism* (Tow Center for Digital Journalism Publications Issue. C. U. Tow Center for Digital Journalism.
- Hermida, A., & Young, M. L. (2017). Finding the data unicorn: A hierarchy of hybridity in data and computational journalism. *Digital journalism*, 5(2).

- Lewis, S. C., Sanders, A. K., & Carmody, C. (2019). Libel by algorithm? Automated journalism and the threat of legal liability. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(1), 60-81.
- Lindén, C.-G. (2017). Algorithms for journalism: The future of news work. *The Journal of Media Innovations* 4(1).
- Marconi, F., Siegman, A., & Journalist, M. (2017). *The future of augmented journalism: A guide for newsrooms in the age of smart machines*.
- Milosavljević M., & Vobič, I. (2019). Human Still in the Loop: Editors Reconsider the Ideals of Professional Journalism Through Automation. *Digital journalism*, 7(8), 1098–1116. <https://doi.org/doi:10.1080/21670811.2019.1601576>
- Møller, L. A. (2022). Between personal and public interest: how algorithmic news recommendation reconciles with journalism as an ideology. *Digital Journalism*, 10(10), 1794-1812.
- Montal, T., & Reich, Z. (2017). I, Robot. You, Journalist. Who is the Author? *Digital journalism*. <https://doi.org/DOI:10.1080/21670811.2016.1209083>
- Moran, R. E., & Shaikh, S. J. (2022). Robots in the news and newsrooms: Unpacking meta-journalistic discourse on the use of artificial intelligence in journalism. *Digital journalism*, 10(10), 1-19. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2085129>
- 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.
- Nunez, M. (2020, 3 Mayıs). *Want to Know What Facebook Really Thinks of Journalists? Here's What Happened When It Hired Some*. GIZMODO. <https://gizmodo.com/want-to-know-what-facebook-really-thinks-of-journalists-1773916117>
- O'Brian, E. (2020). *How AI is becoming an integral part of the news-making process?* PolisLSE. <https://www.youtube.com/watch?v=Dpi7Gt8GAHM>
- O'Riordan, C. (2020). *How AI is becoming an integral part of the news-making process?* Youtube, PolisLSE. <https://www.youtube.com/watch?v=Dpi7Gt8GAHM>
- Parsons, J. (2020, 11 Eylül). *Artificial intelligence wrote a news article, should I start looking for a new job?* Metro. Retrieved 28 Şubat from <https://metro.co.uk/2020/09/11/artificial-intelligence-wrote-an-article-should-look-for-a-new-job-13255169/>
- Peiser, J. (2019, 5 Şubat). *The Rise of the Robot Reporter*. The New York Times. Retrieved 20 Şubat from <https://www.nytimes.com/2019/02/05/business/media/artificial-intelligence-journalism-robots.html>
- Schudson, M., & Anderson, C. (2009). Objectivity, professionalism, and truth seeking in journalism. In K. W.-J. T. Hanitzsch (Ed.), *The handbook of journalism studies* (pp. 88-115). Routledge.
- Splichal, S., & Dahlgren, P. (2016). Journalism between de-professionalisation and democratisation. *European Journal of Communication*, 31(1), 5-18.

- Thurman, N., Dörr, K., & Kunert, J. (2017). When reporters get hands-on with robo-writing: Professionals consider automated journalism's capabilities and consequences. *Digital journalism*, 5(10).
- Usher, N. (2014). *Making News at the New York Times*. The University of Michigan Press.
- Van Dalen, A. (2012). The algorithms behind the headlines: How machine-written news redefines the core skills of human journalists. *Journalism practice*, 6(5-6), 648-658.
- Waterson, J. (2020, 30 Mayıs). *Microsoft sacks journalists to replace them with robots*. The Guardian Retrieved 18 Aralık from <https://www.theguardian.com/technology/2020/may/30/microsoft-sacks-journalists-to-replace-them-with-robots>
- Zamith, R. (2019). Algorithms and Journalism. In Y. Y. C. H. Örnebring, M. Carlson, S. Craft, M. Karlsson, H. Sjøvaag & H. Wasserman (Ed.), *Oxford Encyclopedia of Journalism Studies* Oxford University Press.
- Zamith, R., & Braun, J. A. (2019). Technology and journalism. In T. P. V. F. Hanusch (Ed.), *The international encyclopedia of journalism studies*: Wiley-Blackwell.

Algorithms and Journalism: On Profession, Identity and Values

Şafak ETİKE (Asst. Prof. Dr.)

Extended Abstract

This article is about the integration of artificial intelligence technologies into news production and the consequences of this integration in terms of journalism practices. The international literature accumulated in this field is discussed in the context of the effects of artificial intelligence on journalism and the professional identity of journalists. The first two chapters discuss the potentials and risks posed by algorithms for journalism. In the study, which deals with the claim that journalists have partially delegated their authority over the news production process to algorithms, with the concept of 'delegation of authority', it is claimed that algorithms cause an epistemological crisis in journalism. In the last part, where the destructive effect of algorithms on the basic normative claims of journalism is discussed, firstly, it is tried to define what journalism is in order to protect these basic principles, and finally, some concrete suggestions are presented to harmonize the integration of artificial intelligence technologies into news production with basic journalistic norms.

With artificial intelligence algorithms, fields of knowledge and areas of expertise have become unclear, and the already very permeable borders of journalism have become quite blurred. Who is inside and who is outside will be determined by how the struggle over borders will continue. The blurring of these borders also erodes the "values" and "beliefs" shared by the masses of the public and by the journalists. Professional identities and occupational standards based on these values and beliefs are becoming controversial. In fact, more ontological problems arise for journalism. Journalists are rapidly losing control in areas that make journalism a profession and over which they can exercise professional jurisdiction (Schudson & Anderson, 2009).

In this case, Eyal (as cited in Schudson & Anderson, 2009) proposes to imagine instead of clearly defined boundary lines, a thick indeterminate border region of proliferating hybrids, changing social and occupational roles, and networks of expertise. The authors' epic proposal to "dethrone" to preserve and maintain the authority of journalism involves rebuilding journalism on other foundations and underlines the complex and contradictory nature of any journalistic analysis, claims to be "inside" and "outside," and a professional system of authority. emphasizes the need to keep in mind.

What can be done with this complex and contradictory nature in mind? First of all, it is clear that journalists should think and speak more about the effects of algorithms on journalism, and they should play an active role in the discursive struggle over journalistic identity. However, journalism is not established only in the field of discourse. The struggle over the (re)creation, (re)interpretation of journalistic roles, norms, identity and values depends on material social conditions. It is highly controversial how effective it will be to try to protect the borders at the discursive level without creating the material conditions for defending journalism. Therefore, the discussion on the possibility of defending journalism and concrete proposals to change these material conditions in order to protect journalists' own professional identity and journalism's normative claims under attack can provide a basis for further work and enriching discussion.

Considering that the integration of artificial intelligence into the news production process has become one of the most important conditions for surviving in the competitive news industry and the impossibility of avoiding it, the border struggle to develop and design technology in a way that will reconcile with the priorities and principles of journalism seems meaningful. In this direction, suggestions are rapidly diversifying. For example, Møller (2022) makes design proposals to harmonize personalization algorithms with the principle of operating in the public interest, distributing news according to public importance, not according to the user's interest, meeting the news with readers who missed important news, suggesting new information and opposing views, and ensuring transparency. recommends.

But the problem is that these algorithms are developed by big tech giants. In a multi-platform ecosystem where big tech companies have taken control of the information flow and advertising market dominated by legacy media, "journalists and news media organizations want control over how news content is collected, created, edited, developed, reported, presented and disseminated to their fragmented audiences. It has become clear that they need to take a more active role in developing AI" (Ahmad et al., 2023).

News organizations should turn to bottom-up and in-house projects and strategies rather than outsourcing AI technologies. Advocating bottom-up integration for increased scrutiny of journalists and the use of automated systems and algorithms in line with basic journalistic principles such as public interest and accuracy, Carlson also says that artificial intelligence tools should be designed to facilitate the use of journalists without requiring programming knowledge, and journalists' data literacy and computational skills should be increased (Carlson, 2015).

In summary, journalists who also have to become algorithmic literates have to actively participate in the design and development of artificial intelligence technologies. For this, the primary goal of news organizations should be to develop strategic business models targeting projects based on the practical needs and values of journalists. News organizations should develop cooperation among themselves in order to overcome their disadvantageous position in competition with big technology companies due to the costs of artificial intelligence technologies. Another concrete proposal, no less vital than this one, is the development of public support and policies to strengthen free and independent broadcasting by guaranteeing the editorial independence of news organizations. In addition, necessary measures should be taken at the legal level for the transparency and accountability of algorithms.

Keywords: Journalism, Artificial Intelligence Journalism, Algorithmic Journalism, Professional Identity, Journalistic Ideology.

Bu makale **intihal tespit yazılımlarıyla** taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by **plagiarism detection softwares**. No plagiarism detected.

Bu çalışmada “**Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi**” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the “**Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive**” were followed.

Araştırma tek bir yazar tarafından yürütülmüştür.

The research was conducted by a single author.

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile **çıkar çatışması** bulunmamaktadır.

There is no **conflict of interest** with any institution or person within the scope of the study.