

Yapay Zekânın Haber Üretim Sürecine Etkileri: Heliograf Teknolojisi ve Beyond Fake News Örnekleri Üzerine Bir Araştırma

The Effects of Artificial Intelligence on the News Production Process: A study on Heliograph Technology and Beyond Fake News Examples

Metin KARABURUN 

Muş Alparslan Üniversitesi, Malazgirt Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, Muş, Türkiye

Muş Alparslan University, Malazgirt Vocational School, Marketing and Advertising Department, Muş, Türkiye
m.karaburun@alparslan.edu.tr



Öz

Bu çalışma, yapay zekâ teknolojilerinin haber üretim sürecine olan etkilerini incelemektedir. Yapay zekânın medya sektörüne entegrasyonu, haberlerin oluşturulma, doğrulama ve dağıtım süreçlerinde köklü dönüşümler meydana getirmiştir. Otomatik haber üretimi, büyük veri analizi ve kişiselleştirilmiş içerik sunumu gibi uygulamalar, medya kuruluşlarına hız ve verimlilik sağlamış; The Washington Post'un Heliograf teknolojisi ve BBC'nin Beyond Fake News projesi gibi örneklerle bu dönüşüm somut biçimde gözlemlenmiştir. Ancak, bu örneklerde yapay zekâ destekli haberciliğin beraberinde getirdiği etik, güvenilirlik ve algoritmik önyargılar gibi risklerinde ortaya çıktığı gözlemlenmiştir. Çalışmada, yapay zekânın haber üretim süreçlerine olumlu ve olumsuz etkileri kapsamlı şekilde ele alınarak, gazetecilik mesleğinin geleceğine yönelik çıkarımlarda bulunulmuştur. Araştırmada doküman analizi yöntemi kullanılarak, yapay zekâ tabanlı gazetecilik uygulamaları ve bu alandaki dönüşümler nitel bir perspektifle incelenmiştir. İnceleme sonucunda, yapay zekâ destekli sistemlerin haber üretiminde hız, verimlilik ve maliyet avantajları sağladığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte, yapay zekâ tabanlı gazeteciliğin beraberinde getirdiği bazı riskler ve etik sorunlar da tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yapay zekâ, yapay zekâ haberciliği, haber üretim süreci, heliograf teknolojisi, beyond fake news

Abstract

This study examines the effects of artificial intelligence technologies on the news production process. The integration of artificial intelligence into the media sector has brought about radical transformations in the processes of news creation, verification and distribution. Applications such as automatic news production, big data analysis and personalized content presentation have provided media organizations with speed and efficiency; this transformation has been concretely observed in examples such as The Washington Post's Heliograf technology and the BBC's Beyond Fake News project. However, in these examples, it has been observed that risks such as ethics, credibility and algorithmic biases arise with AI-supported journalism. In the study, the positive and negative effects of artificial intelligence on news production processes were discussed comprehensively and inferences were made for the future of the journalism profession. In the research, using the document analysis method, artificial intelligence-based journalism applications and transformations in this field were examined from a qualitative perspective. As a result of the review, it was determined that artificial intelligence-supported systems provide speed, efficiency and cost advantages in news production. However, some risks and ethical issues brought about by AI-based journalism have also been identified.

Keywords: Artificial intelligence, artificial intelligence journalism, news production process, heliograph technology, beyond fake news

Geliş Tarihi/Received 18.01.2025
Kabul Tarihi/Accepted 04.06.2025
Yayın Tarihi/Publication Date 25.06.2025

Cite this article as: Karaburun, M. (2025). The effects of artificial intelligence on the news production process: A study on heliograph technology and beyond fake news examples. *Current Perspectives in Social Sciences*, 29(2), 300-313.



Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Giriş

Yapay zekâ, evlerden arabalara, ofislerden bankalara, hastanelerden gökyüzüne kadar birçok alanda yaşamımızda yer almaktadır. Nesnelerin interneti sayesinde bu teknoloji gün geçtikçe kendisine daha geniş bir kullanım alanı bulmaktadır. Hatta yapay zekânın bazı uygulamaları, gezegenimizin sınırlarını aşmaktadır. Örneğin, Ay'a ve Mars'a gönderilen robotlar ile yörüngedeki uydular bu teknolojiyi kullanmaktadır. Hollywood animasyon filmleri, video ve bilgisayar oyunları, uydu navigasyon sistemleri ve Google'ın arama motoru gibi birçok popüler araç yapay zekâ tekniklerine dayanmaktadır. Benzer bir biçimde, finans sektöründe borsa hareketlerini tahmin eden sistemler ve hükümetlerin sağlık ve ulaşım gibi alanlardaki politika kararlarını biçimlendiren analiz araçları da yapay zekâdan faydalanmaktadır. Cep telefonlarımızdaki birçok uygulama da bu teknolojiyi esas almaktadır. Ayrıca, sanal gerçeklikteki avatarlar, duygu tanıma özelliklerine sahip olan yoldaş robotlar ve bilgisayar sanatı sergileri gibi özgün alanlarda da yapay zekânın etkisi görülmektedir. Diğer taraftan, yapay zekâ askeri uygulamalarda da kullanılmakta ve savaş alanlarında insansız hava araçları görev yaparken, robot mayın tarama araçları gibi daha insani çözümler de geliştirilmektedir (Boden, 2016, ss. 1-2).

Teknolojik gelişmeler, iletişim ve medya sektöründe köklü değişimlere yol açarak gazetecilik pratiklerini yeniden şekillendirmektedir. Günümüzde yapay zekâ teknolojileri, birçok alanda olduğu gibi haber üretim sürecinde de giderek daha fazla kullanılmaktadır. Haber metinlerinin otomatik olarak üretilmesi, büyük veri analizleri ile bilgi doğrulamanın sağlanması ve kişiselleştirilmiş içerik önerileri sunulması, yapay zekânın habercilikteki başlıca kullanım alanları arasındadır. Özellikle The Washington Post'un Heliograf teknolojisi ve BBC'nin Beyond Fake News projesi gibi örnekler, yapay zekâ destekli gazeteciliğin yaygınlaşmasının somut göstergeleri olarak dikkat çekmektedir.

Heliograf, The Washington Post tarafından geliştirilen bir yapay zekâ aracıdır. 2016 yılında kullanılmaya başlanan bu sistem, özellikle seçimler ve spor karşılaşmaları gibi yapısal verilere dayalı haberleri otomatik olarak yazabilme yeteneğine sahiptir. Heliograf, gazetecilere zaman kazandırmakta ve veri yoğun içeriklerin hızlı bir şekilde yayımlanmasını sağlamaktadır. *Beyond Fake News*, BBC'nin yanlış bilgilendirme ile mücadele kapsamında yürüttüğü bir projedir. 2018 yılında başlatılan bu girişim, sahte haberlerin kaynağını araştırmayı, izleyicileri medyada karşılaştıkları içeriklere karşı bilinçlendirmeyi ve doğruluk kontrolü temelli bir habercilik anlayışını yaygınlaştırmayı hedeflemektedir.

Yapay zekânın, haber üretim sürecinde hızlı ve çok yönlü veri analizi, maliyetlerin azaltılması ve kişiselleştirilmiş içerik sunumu gibi olumlu etkileri söz konusudur. Örneğin, algoritmalar yardımıyla binlerce kaynaktan bilgi toplayarak kısa sürede habere dönüştürmek mümkün duruma gelmiştir. Ayrıca, okuyucuların ilgi duyacağı içeriklerin sunulması, haber portallarının etkileşimlerini artırmaktadır. Bu gelişmeler, medya kuruluşlarının yanı sıra okuyuculara da yarar sağlamaktadır. Diğer taraftan, yapay zekânın haber üretim süreciyle bütünleşmesi, etik ve güvenilirlik bakımından bazı olumsuzlukları da beraberinde getirmektedir. Özellikle yanıltıcı bilgiler ile dolu içeriklerin üretilmesi, gazetecilerin iş kaybı riski ve algoritmaların taraflı haber üretimi gibi sorunlar, yapay zekânın sorgulanmasına sebep olmaktadır. Bunların yanı sıra, yapay zekâ tarafından üretilen içeriklerin şeffaflık, denetim eksikliği ve haberciliğin insani tarafının kaybolması toplumsal güveni zedeleyebilmektedir.

Bu çalışmanın amacı, yapay zekâ teknolojilerinin haber üretim sürecine olan etkilerini kapsamlı bir şekilde ele alarak hem olumlu hem de olumsuz yönlerini irdelemektir. Yapay zekâ, habercilik alanında büyük bir dönüşüm sağlamış, otomatik haber üretimi, veri analizi ve kişiselleştirilmiş haber sunumu gibi süreçleri önemli ölçüde değiştirmiştir. Ancak, bu teknolojik ilerlemeler beraberinde etik, güvenilirlik ve gazetecilik mesleğinin geleceği ile ilgili çeşitli tartışmaları da getirmiştir. Bu bağlamda çalışma, yapay zekâ destekli haber üretiminin hız, verimlilik ve erişilebilirlik gibi avantajlarının yanı sıra dezenformasyon riski, algoritmik önyargılar ve gazeteciliğin insan unsuru üzerindeki etkilerini de değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

Yapay Zekâ

Günümüzde farklı bilim dallarının çalışma alanı olarak nitelendirilen "yapay zekâ" kavramının net bir tanımı henüz literatürde yer almamaktadır. Bu konuyu destekler nitelikte yapay zekâ teriminden ilk defa 1956'da TÜBİTAK Bilim ve Teknik Dergisi yayınında kullanıldığından bahsedilmektedir (Bostancı ve Aksüt, 2023, s. 61). Yapay zekâ, 1956'da Dartmouth konferansında

resmi olarak tanımlanmıştır. Bundan sonra hızla gelişmiştir. Artık bilgisayarların verilerden öğrenmesini ve tahminlerde bulunmasını ya da kararlar almasını sağlayan derin öğrenme ve makine öğrenimini de içerisine alan birçok tekniği kapsamaktadır. Özellikle makine öğrenimi, bilgisayarların açık programlama olmadan görevleri yerine getirmesini sağlayan algoritmalar ve istatistiksel modeller geliştirmeye odaklanır. Bu nedenle algoritma seçimi çok önemlidir ve denetlenen, yarı denetlenen ve denetlenmeyen olarak kategorize edilmektedir (Ahmed vd., 2024, s. 1). Aradan geçen yıllar sonucunda bugün ise yapay zekâ uygulamalarının tam olarak ne olduğuna dair tanımları bulabilmek oldukça zordur (Bostancı ve Aksüt, 2023, s. 61).

Boden'e göre yapay zekâ bilgisayarların zihinlerin yapabildiği şeyleri yapmasını sağlamaktır. Bunlardan bazıları (örneğin muhakeme) normalde "zeki" olarak tanımlanır. Diğerleri (örneğin görme) ise tanımlanmaz. Ancak hepsi insanların ve hayvanların hedeflerine ulaşmasını sağlayan algı, ilişki, tahmin, planlama, motor kontrolü gibi psikolojik becerileri içermektedir. Zekâ tek bir boyut değil, çeşitli bilgi işleme kapasitelerinin zengin bir şekilde yapılandırılmış bir alanıdır. Buna göre yapay zekâ, birçok farklı görevi ele alan birçok farklı teknik kullanılmaktadır (Boden, 2016, s. 1). Turing ise yapay zekâyı, genel olarak, insanların yaptığı işlerin zekâ gerektiren işler haline getirilmesi bilimi olarak tanımlamaktadır (Finocchiaro, 2024, s. 1962). Avrupa Birliği Yapay Zekâ Yasası kapsamında, yapay zekânın düzenlenebilmesi için terimin yeterince açık bir tanımının yapılması gerektiği vurgulanmıştır. Bu doğrultuda Avrupa Komisyonu, yapay zekâ tanımını insan temelli yaklaşımlardan ziyade "çıkartım" kavramına dayalı, daha teknik bir çerçevede ele almıştır. Bu tanıma göre ise yapay zekâ sistemlerinin temel bir özelliği çıkartım yapma kabiliyetleridir. Çıkartım yapma kabiliyeti fiziksel ve sanal ortamları etkileyebilecek tahminler, içerik, öneriler ve kararlar gibi çıktıları elde etme sürecini ve yapay zekâ sistemlerinin girdilerden veya verilerden modeller ya da algoritmalar veya her ikisini de türetme kabiliyetini ifade etmektedir. Bir yapay zekâ sistemi oluşturulurken çıkartım yapmayı mümkün kılan çeşitli teknikler kullanılmaktadır. Bu teknikler arasında; verilerden belirli hedeflere nasıl ulaşılacağını öğrenen makine öğrenimi yaklaşımları, kodlanmış bilgiden çıkartım yapan mantık temelli yöntemler ve çözülmesi gereken görevlerin sembolik temsillerinden çıkartım yapan bilgi tabanlı yaklaşımlar yer almaktadır. Yapay zekanın bu teknik tanımı çok geniş ve geneldir. Buna göre, yapay zekâ ile diğer yazılım sistemleri arasındaki sınırlar bulanıktır (Barthelmeß ve Furbach, 2024, ss. 1-2).

Avrupa Komisyonu'nun 25 Nisan 2018 tarihli Tebliği'ndeki tanımda ise yapay zekâ, çevrelerini inceleyerek ve belirli hedeflere ulaşma amacıyla belirli özerklikle harekette bulunarak akıllı bir davranış sergileyen sistemler anlamına gelmektedir (Finocchiaro, 2024, s. 1962). Yapay zekânın genel sorunları ve teknolojilerin belirli uygulamaları hakkındaki bir tartışma genellikle metodolojik unsurları içermektedir. Hatta genel olarak bir şeyin yapay zekâ olup olmadığı sorularına indirgenmektedir. Bu durumun bu alandaki gelişmelerin benzeri görülmemiş hızından kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Teknik olarak en basit tanıma göre ise yapay zekâ, insan entelektüel aktivitesini otomatikleştirmenin bir yoludur (Semenov, 2023, s. 168).

Yapay zekâ, özellikle otonom araçlar örneğinde olduğu gibi, giderek daha bağımsız kararlar alabilen ve uygulayabilen bir yapıya bürünmektedir. Bu gelişme, yapay zekânın kontrol edilebilirliği, öngörülebilirliği ve etik sınırları gibi konularda çeşitli kaygıları da beraberinde getirmektedir. Söz konusu endişeler, özellikle yapay zekâ sistemlerinin insan müdahalesi olmaksızın karar alma kapasitesine ulaşmasıyla daha da belirginleşmektedir. Bu çerçevede, hem yapay zekânın hem de genel olarak bilgisayar teknolojilerinin teorik temelleri, matematikçilerin insanın matematiksel etkinliklerini matematik disiplini içerisinde biçimsel olarak tanımlama çabalarına dayanmaktadır (Semenov, 2023, s. 169). Bu tarihsel temel, günümüzde yapay zekânın insan benzeri bilişsel süreçleri modelleme iddiasını da şekillendirmektedir.

Geleneksel Gazetecilikten Dijital Gazeteciliğe Haber ve Habercilik

Haberin tanımına ilişkin literatürde çeşitli yaklaşımlar bulunmaktadır. Temel olarak haber, bireylerin çevrelerindeki gelişmeleri öğrenme ihtiyacına dayanan ve zaman unsurunu merkeze alan bir olgudur. Erken dönem tanımlarda haber; "yeni bilinen şey", "toplumun konuştuğu konular" veya "her yönde gerçekleşen olaylar" (İngilizce'de NEWS kelimesinin etimolojik kökenine atıfla) gibi geniş kapsamlı ifadelerle açıklanmıştır (Girgin, 2005; Tokgöz, 2013).

Temel işlevi haber vermek olan medya ve daha da özelinde gazetecilik iletişim teknolojilerinde gerçekleşen gelişmeler sonucu geçiş dönemi yaşamakta ve yapısı değişmektedir. 19. Yüzyılda telgraf, daktilo, fotoğraf ve gazetecilikte kullanılırken, 20. Yüzyılda baskı tekniklerinde bilgisayar kullanımı başlamış, geleneksel medya kullanımı yaygınlaşmıştır. Teknolojide yaşanan

gelişmeler tarihsel süreçte haber alma ve verme biçimlerini etkilemiş ve değiştirmiştir. Önceleri haber iletebilmek için telefon ve teleksin başında uzun süre beklemek gerekirken, günümüzde saniyeler içinde haber iletebilmek mümkün duruma gelmiştir (Akyazı, 2018, s. 19). Yine internetin gelişimi, haberlerin toplanması, üretilmesi ve yayılması süreçlerinde önemli değişimlere yol açmıştır. Geleneksel sınırları yok eden internet, profesyonel olmayan kişilere de platform imkânı tanıyarak haber toplama üretme ve paylaşma süreçlerini daha demokratik hale getirmiştir. Ayrıca internet, vatandaşların ve okuyucuların haber makaleleri üzerine tartışmalara katılmalarını kolaylaştırmış ve haberlere hızlı erişim imkânı sağlayarak önemli bir dönüşüm sağlamıştır (Ağır, 2023, s. 8).

Haber üretim ve tüketim pratikerini değiştiren internet tabanlı teknolojiler, haberin yayılmasını kolaylaştırmasının yanında, haberin farklı biçimlerde yeniden üretilip sunulmasına imkân tanıyan bir platform durumuna gelmiştir. Bu değişim ile okuyucular, haberlere çok daha hızlı ve istedikleri anda erişim sağlayabilmektedir. Geleneksel gazetecilikte haberler yazılar ve fotoğraflar ile sunulurken, internet gazeteciliğinde içerikler daha fazla fotoğraf, video, ses, grafik ve diğer görsel unsurlar ile zenginleştirilmektedir. Ayrıca, internet gazeteciliğinde haberler arşivlenmekte bu arşivlere kolay bir şekilde ulaşım sağlanabilmektedir (Pınarbaşı ve Astam, 2020, s. 72). Yeni medya kültürünün bilinen özelliklerinden olan etkileşim, dijital kod kullanımı ve hiper metinle geleneksel haber tarzları farklı boyut kazanmıştır (Duman, 2018, s. 4).

Geleneksel gazetecilikte yayımlanan haberler üzerinde anında değişiklik yapılamazken, internet gazeteciliğinde oluşturulan içerik kolay bir şekilde güncellenebilmekte ve yeni bilgiler eklenebilmektedir. Ayrıca, geleneksel gazeteciliğe kıyasla internet gazeteciliğinin maliyetlerinin daha düşük olması, okuyucular ve kullanıcılarla daha fazla etkileşim fırsatı sunmasını sağlamaktadır. Kullanıcıların haberlere yorum yapabilmesi bu etkileşimi artırırken, sosyal medya platformlarındaki gelişimler sayesinde internet gazeteciliği de bu ağlar ile bağlantılar kurarak paylaşma dayalı bir etkileşim modeline geçiş yapmıştır (Pınarbaşı ve Astam, 2020, s. 72). Geleneksel haber organizasyonlarında, gazete sahipleri, yayıncılar ve editörlerden oluşan hiyerarşik bir yapılanma söz konusuysa, dijital haberciliğin yaygınlaşmasıyla birlikte bu yapı belirsizleşmeye başlamıştır. Örneğin, sokakta tanık olduğu bir olayı fotoğraflayan veya video kaydı alan bir kullanıcı, bu içeriği kendisi üretmekte ve kişisel blogunda yayınlamaktadır. Geleneksel medyada belirli bir hiyerarşi içinde ilerleyen ve denetim sürecinden geçen haber, dijital habercilikte herhangi bir düzeltmeye tabi tutulmadan doğrudan çevrimiçi içeriğe dönüşebilmektedir. Ayrıca, geleneksel basılı gazetelerde haberler belirli periyotlarla (günlük, haftalık gibi) yayınlanırken, dijital habercilikte sabit yayın döngüsü yerini sürekli güncellenen ve düzensiz bir tempoya sahip olan bir yayıncılık anlayışına bırakmıştır (Duman, 2018, s. 5).

Dijital medya haberciliğinde geleneksel haberciliğin aksine kullanıcı artık dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen olayları takip edebilmekte ve bu olaylara ilişkin kendi fikir ve düşüncelerini açıklayabilmektedir. Yeni medyayla artık kitle yerine bireyler yani diğer bir ifadeyle kullanıcılar ön plana çıkmaktadır. Bilgiyi üreten ile alan tek noktada bütünleşebilmektedir. Yeni iletişim teknolojileri sayesinde aktif bir üretici olan kullanıcılar herhangi bir olayla ilgili yorum ve görüşlerini yeni medya ortamları vasıtasıyla paylaşabilmektedir. Yine bu yeni medya ortamlarıyla haberi üretenler artık daha özgür ve üretken olmaktadır. Dolayısıyla geleneksel medyada profesyonel gazetecilerce tek yönlü bir biçimde üretilen haber, yeni medyada okur tarafından aktif olarak üretilmekte ve böylelikle dengeler değişmektedir. Ayrıca kullanıcı merkezli bir özelliğe sahip olan Web 2.0 teknolojileri, okuyuculara sosyal ağlar üzerinden diğer kullanıcıların paylaşımlarını görüp yorum yapma imkânı sağlamaktadır (Demirel, 2018, s. 826).

Geleneksel medya kuruluşlarında haberlerin toplanması, işlenmesi ve yayıma hazırlanması işlemleri, genel olarak yazı işleri ve haber merkezleri tarafından yürütülmektedir. Bu süreçlerde, kurumun kendi kadrolu muhabirlerinin yanında abone olunan haber ajanslarından alınan ve yayın politikası istikametinde seçilen haberler, kamuoyuna iletişim araçları vasıtasıyla ulaştırılmaktadır. Fakat internet gazeteciliğinde bu süreçler sanal ortamlar üzerinden yürütülmektedir. Sanal yazı işleriyle birlikte "bilgisayar destekli muhabirlik" (computer-assisted reporting) isimli yeni bir muhabirlik türü ortaya çıkmıştır. Muhabirlerin, yazı işleri ofisine gitmeden, bulundukları yerden haberlerini dijital ortamlarda hazırlayarak haber merkezine göndermesi, bu türün en temel özelliklerinden biridir. İnternet, geleneksel yazı işleri ofislerinde bu dönüşümü sağlarken, internetle ortaya çıkmış olan haber siteleri ve portalları, bazı yönleriyle geleneksel yazı işlerinden farklılaşmaktadır (Gezer, 2018, s. 29). Bunlara ek olarak haber üretim ve tüketim biçimlerinin yeni dönemde geçirdiği dönüşüm temel olarak aşağıdaki maddeler halinde özetlenebilir: (Narin, 2017, akt. Duman, 2018, ss. 6-7).

1. **Kullanıcı Türevli İçeriğin Artması:** Geleneksel gazetecilikte profesyonel gazetecilerce hazırlanmış olan haberler varken Web 2.0 sonrası okurların da kullanıcı olarak haber oluşturma sürecine katkı sağladığı bir dönem başlamıştır.

2. **Katılımcı Etkileşim:** İnternetle birlikte tek yönlü iletişimin yerini etkileşiminin arttığı ve kullanıcıların daha fazla etkileşimde bulunduğu yeni bir dönem almıştır. Bu, çevrimiçi haberlerin ayırt edici özelliğidir. Facebook, LinkedIn, X (Twitter) gibi çevrimiçi ve pratik mesajlaşma araçlarıyla, çevrimiçi haber forum okuyucuları fikir ve düşüncelerini kısa bir süre içerisinde aktarabilmektedir.
3. **Youtubelaşma:** Web 2.0 sonrası çoklu ortam veya çoklu format biçimlerini destekleyen yeni yapılara olanak tanınmıştır. Geleneksel haber biçimini değiştiren bu dönemde bir haberi anlatma amacıyla video alıntılarına daha çok yer verilmektedir. Özellikle video paylaşım ağı Youtube'un yükselişi ile birlikte haber başta olmak üzere çoğu dijital formatta video etkili olmaya başlamıştır.
4. **Anlık Bilgilendirme:** Çevrimiçi haberler anlık olarak raporlamaya izin vermekte ve son dakika haberleri sağlamaktadır. Şimdiki zamanın ön plana çıktığı bu habercilik anlayışında da okurların beklentisi son dakikadır.
5. **Bağlanma ve Paylaşmada Genişleme:** 2004 yılı sonrasında başta X (Twitter) ve Facebook ardından Instagram, LinkedIn ve Youtube ile sosyal ağ siteleriyle bağlantılar ve bağlantı kurma becerileri artmıştır. Bu durumun farkında olan haber merkezleri haberlerini paylaşım ve topluluk ağının her yerine yerleştirmeye başlamışlardır.
6. **Kişiselleştirilmiş Yeni Medya:** Yeni iletişim teknolojileri sebebiyle, internet için hazırlanmış olan haberler kişiye özgü kişiselleştirmeye imkân vermektedir. Kişiselleştirme, geleneksel haber tüketiminde okuyucuların ilgilendikleri yazıları gazete ve derginin içinde bütünü ile arama çabasıdayken Web 2.0 sonrası internet haberciliği okuyucuya birçok çözümler getirmiştir. İnternet haber sitelerinde okuyucular ilgilendikleri bölümlerini seçebilmekte ve yalnızca bu bölümleri okuyabilmektedirler.

Dijitalleşmenin etkisiyle multimedya, haber üretim süreçlerinde merkezi bir konuma yerleşmiştir. Gazeteciler, farklı formatlardaki içerikleri kullanarak haberlerini hem üretim hem de sunum aşamalarında daha zengin hâle getirebilmektedir. Multimedya, enformasyonun aktarım biçimlerini dönüştürmüş; görsel, işitsel ve metinsel unsurların bir arada kullanılmasına olanak tanımıştır. İnternet gazeteciliğiyle birlikte ortaya çıkan hipermetin yapısı sayesinde okurlar, bağlantılar aracılığıyla farklı haberlere hızlı ve kolay biçimde ulaşabilmekte; gazeteciler ise bu yapı üzerinden daha derinlemesine analizler ve araştırmalar gerçekleştirebilmektedir (Öngel, 2023, ss. 530-531). Tüm bu gelişmeler, dijitalleşmeyle birlikte haberin üretiminden dağıtımına ve tüketimine kadar olan süreçlerde köklü bir dönüşüm yaşandığını göstermektedir.

Yapay Zekânın Haber Üretim Sürecine Etkileri

Teknolojik ilerlemeler, son yirmi yıldır pek çok endüstriyi çeşitli şekillerde sürekli olarak dönüştürmektedir. Fakat yapay zekânın gelişimi, son on yıldaki teknolojik evrimin temel alanlarından biri olarak görülmektedir (Jamil, 2020, s. 1400). Yapay zekâ, benzeri görülmemiş kalite, hız, ölçek ve üreticilikle, giderek daha fazla erişilebilir, daha az beceri gerektiren, uygun fiyatlı ve potansiyel olarak etkileşimli şekillerde ses, metin, video ve görsel içerik üretmek için geniş veri kümeleri üzerinde eğitilmiş makine öğrenimi algoritmalarını kullanmaktadır. Teknoloji ilerledikçe, bu tür içerikler arasındaki sınırlar giderek daha da bulanıklaşarak yeni hibrit biçimlere yol açmaktadır. Bu evrim, geleneksel içerik anlayışımıza meydan okumakta ve üretim ve tüketim için yeni olasılıklar açmaktadır (Floridi, 2024, s. 2). Artık haber medyası de olmak üzere birçok endüstri yapay zekâyı kullanmaktadır. The Guardian, Forbes, The Washington Post, British Broadcasting Corporation, The New York Times ve Los Angeles Times gibi birçok büyük haber kuruluşu ve Associated Press ve Reuters gibi birçok haber ajansı artık haber üretimde yapay zekâyı etkin bir şekilde kullanmaktadır. Haber medyası endüstrisi, gazetecilikte veri, algoritmalar ve otomasyonun daha geniş bir şekilde dâhil edilmesiyle beraber, yapay zekâ destekli teknolojilerin fırsatlarını ve zorluklarını benimseyen ve bunlara uyum sağlayan diğer birçok endüstriden biridir. Yapay zekâ kullanan araçlar ve yazılımlar, gazetecilerin rutin işlerinde önemli bir rol oynamakta, haberlerin üretilme, yayılma ve insanların onu kullanma ya da anlamlandırma biçimini dönüştürmektedir (Jamil, 2020, ss. 1400-1401). Ayrıca yapay zekânın çok yönlülüğü ve çoğulculuğu göz önüne alındığında, haber muhabirliğinin çeşitli haber bölümlerindeki (örneğin, iş, siyaset, teknoloji ve kültür) etkisini kapsamı muhtemeldir. Haber medyası, yapay zekâ teknolojisinin toplumsal ölçekte anlamlandırılmasında önemli bir rol oynamaktadır (Nguyen ve Hekman, 2024, s. 439). Mecrası ne olursa olsun farklı platformlardan gelen haberler, her zaman bir değerlendirme sürecine tabi tutulmaktadır. Bu süreçte, tıpkı sofraya hangi yemeğin konulacağına karar veren kişi gibi, haber editörleri veya genel yayın yönetmenleri son

kararı vermektedir. Geleneksel gazetecilikte olduğu gibi, internet haberciliğinde de haber içerikleri böyle bir süzgeçten geçmektedir. Fakat yapay zekâ haberciliğinde bu haber seçimi, algoritmalara tanımlanan komutlar vasıtasıyla gerçekleştirilmektedir. Hangi haberin hangi kaynaktan alınacağı yapay zekâ tarafından belirlenmekte ve binlerce veri kaynağı eşzamanlı olarak takip edilmektedir. Ayrıca, yapay zekânın haberlerin tamamında etkin rol oynadığı belirtilen bazı haber sitelerinde, yapay zekâyâ farklı bir görev tanımı yapıldığı da görülmektedir (Ay, 2023, s. 417). Bu bağlamda haber üretim aşamalarını oluşturan haber yazma, toplama ve haberin dağıtım kademelerinde kullanılmakta olan ve yeni teknolojileri belirten (arttırılmış gazetecilik, sensör gazeteciliği, drone gazeteciliği vb.) yapay zekâ tabanlı gazetecilik uygulamaları kullanıcı odaklı yapılarıyla önemli bir değişim meydana getirmiştir (Gül, 2024, s. 311).

Genel anlamda yapay zekânın haber üretim süreçleri üzerinde etkileri vardır ve bu etkiler üç aşamada anlaşılabilmektedir. Bu aşamalar: Konu ve olay aramayı ve bilgi edinmeyi içeren haber toplama; metin, ses, resim veya video oluşturmaya içeren üretim ve haber dağıtım süreçlerini, halkla etkileşim stratejilerini, içeriği kişiselleştirmeyi veya abone çekme tekniklerini içeren dağıtımdır. Bu sistemler, içerik çevirme ve röportajları yazıya dökme gibi finansal değer oluşturmaya rutin, monoton ve hataya açık görevlere dâhil edilmiştir. Ancak aynı zamanda haber yazımı veya gerçek kontrolü gibi daha alakalı işlevlere de dâhil edilmiştir. Bu, gazetecilerin çalışma biçimini değiştirmekte ve özellikle gazetecilerin makinelerin eline geçmesi olasılığı konusunda çeşitli endişeleri gündeme getirmektedir (Ioscote vd., 2024, s. 875). Dolayısıyla yapay zekânın haber üretim süreci üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkilerinin olduğu görülmektedir.

Yapay Zekânın Haber Üretim Sürecine Olumlu Etkileri

Gibbs'e göre yapay zekâ teknolojileri, birçok haber endüstrisi alanında, özellikle de haber dağıtımı ve içerik oluşturma süreçlerinde büyük bir önem kazanmıştır. Otomatik sınıflandırma, çeviri ve doğrulama gibi işlevler, yapay zekâ ve makine öğrenimini önemli yapan temel unsurlardır. Bu teknolojiler, daha fazla içerik üretilmesine imkân tanırken, sosyal medya ve mobil uygulamalar gibi çeşitli platformlar vasıtası ile daha geniş bir kitleye ulaşmayı da olağan duruma getirmektedir. Pek çok haber kuruluşu, farklı formatlarda içerikler oluşturmak ve bu içerikleri uygun ve etkili bir şekilde geniş kitlelere ulaştırmak amacıyla yapay zekâ teknolojilerinden faydalanmaktadır (Gül, 2024, s. 313). Yapay zekâ uygulamaları içeriğin daha verimli (daha geniş kitleler, daha düşük maliyetler, daha yüksek kârlar), doğru (daha kişiselleştirilmiş veya özel içerik, daha fazla veya daha iyi küratörlük ve öneri) ve etkili (yeni veya daha iyi etkileşim, deneyimler ve memnuniyet) şekilde üretilmesini mümkün kılmaktadır (Floridi, 2024, 2).

Ayrıca haber üretim süreçlerinde yapay zekâ teknolojisinin kullanılmasıyla beraber yaşanan dezenformasyonların en aza indirilmesi ve haberlerin teyit edilmesi amaçlanmaktadır. Günümüzde çok sayıda haber kurumu yalan haber tespiti sürecinde yapay zekâ yazılımlarını kullanmaktadır. Reuters haber ajansı tarafından geliştirilen "Reuters News Tracer" adlı yazılım ile birlikte haber ajansı X üzerinde yayımlanan son dakika haberlerinin doğruluğunu tespit edebilmektedir. Yapay zekâ yazılımı ile birlikte Reuters yaşanan son dakika olaylarını anlık olarak tespit edebilmekte ve doğruluğunu teyit edebilmektedir. Reuters News Tracer yazılımı bilişsel bilgi işleme ve makine öğrenme teknolojisini kullanmaktadır. Yazılım bu yöntemle doğal afet, patlama, saldırı, suikast ve cinayet gibi son dakika olaylarını içeren X iletilerini bir başlık altında toplamaktadır. Toplanan bu iletiler ardından konularına göre kümelenmektedir. Kümelenme sürecinden sonra ise haberlerin doğruluğu tespit edilmekte ve rapor olarak sunulmaktadır (Öngel, 2023, s. 532). Haber kuruluşları insan kaynakları eksikliğini aşmak ve ekonomik olarak sürdürülebilir bir faaliyeti sürdürmek için bir strateji olarak daha üretken, yenilikçi ve rekabetçi olmak için akıllı teknolojileri benimsemektedirler. Yüksek teknolojilerin gazeteciliğe entegrasyonu, sohbet robotları, sesli asistanlar, sanal gerçeklik, 360° videolar ve yapay zekâ sistemleriyle ilgili deneyimlerin arttığı 2014 yılından bu yana giderek daha önemli hale gelmiştir (Ioscote vd., 2024, s. 876). Ayrıca Google tarafından geliştirilen "Fact Check Tolls" yapay zekâ yazılımıyla beraber yine yalan haberlerin tespiti yapılabilmektedir. Günümüzde çok sayıda haber kuruluşu yalan haberi tespit etmek için yapay zekâ yazılımlarını kullanmaktadır. Yapay zekâ yazılımları ayrıca kişiselleştirilmiş haber üretimi ve sunumunda da kullanılmaktadır. Günümüzde haber kurumlarında yapay sinir ağları teknolojisini kullanımıyla birlikte kullanıcıların çevrimiçi deneyimleri ve haber okuma geçmişlerinden hareketle kullanıcıların ilgilerine uygun bir şekilde kişiselleştirilmiş haberler sunulabilmektedir (Öngel, 2023, s. 532).

Bunlara ek olarak yapay zekânın haber üretim sürecine ve gazeteciliğe uygulanması sonucunda bir dizi olumlu katkılar sağladığı görülmektedir. Temel olarak bu katkılar şu başlıklar altında özetlenebilir: (Tejedor ve Vila, 2021, ss. 832-833).

- 1. Haber tespiti:** Yapay zekâ, veri toplama ve karakterizasyonu, kategorilere göre seçim ve yapısal gruplama yoluyla

birçok kaynağı (sosyal ağlar ve yorumlar gibi) izleyebilmekte ya da gerçek zamanlı olarak tekrarlanan anahtar kelimelerle son dakika haberlerini tespit edebilmektedir.

2. **Gazetecilik metnlerinin otomatik olarak oluşturulması:** Bu, bilgi hizmetlerini iyileştirmek hem de bununla birlikte yüksek performans elde etmek amacıyla yapay zekâyı dâhil eden bir gerçekliktir. Zaman ve kaynak tasarrufu, daha seri hale getirilebilmekte ve özelleştirilebilir içerik oluşturulmasını sağlamaktadır. Ayrıca gazetecinin daha nitel görevlere odaklanmasını sağlamaktadır. En kolay uygulandığı alanlar ise spor etkinlikleri, hava durumu, ekonomik bilgiler ve seçim sonuçlarıdır.
3. **Bilgilerin kişiselleştirilmesi:** Kişiselleştirme, sitelerindeki etkileşimi artırabileceğini ve kullanıcılar hakkında veri toplamalarını sağlayarak harici bilgi sağlayıcılarına olan bağımlılıklarını azaltabileceğini uman haber yayıncıları için giderek daha popüler bir strateji haline gelmiştir. Bilgi tüketimi, kullanıcının daha fazla karar alma gücüne sahip olduğu daha seçici bir biçime doğru kaydırsa, medya kişiselleştirmeyi başlıklarda, metnin kendisinde, ön sayfalarda, teslimat süresinde veya bölümlerde kişiselleştirilmiş öneriler veya anlık bildirimler göndererek uygulamaya başlamaktadır. Yapay zekânın bu kullanımı, ürünlerin rekabetten farklılaşmasını, içeriğin daha fazla okuyucu tarafından tutulmasını ve daha fazla kullanıcı sadakatini sağlamaktadır.
4. **Yanlış bilgiyle mücadele:** Yapay zekânın kötü amaçlı kullanımı, haberlere olan güveni azaltan ve yaygın belirsizlik ve toplumsal alaycılığa katkıda bulunan deepfake'lerin oluşturulmasına olanak tanımaktadır. Bu sorunluluk, insanların bilgilendirilmelerini, katılımlarını ve karar verirken eleştirel düşüncelerini sağlayan medya okuryazarlığına duyulan ihtiyaca odaklanmaktadır. Kullanılan araçlardan bazıları Factmata, Claimbuster, TweetDeck, Factstream veya Hoaxy'dir.
5. **Gazetecilik için geliştirilen sanal asistanlar ve sunucular:** Bu tür ekipmanlar durdurulamaz teknolojik yenilik ve görsel-işitsel içeriğin artan tüketimi bağlamında bulunmaktadır. Bu sebeple klasik radyo veya televizyon yayınlarının diğer platformlara evriminin gerçekleştiği görülebilmektedir. Şu anda, ABD, Avrupa ve Latin Amerika'da BBC, CNN, Reuters, Deutsche Welle (DW), Bio Bio Chile, Radio Programas del Perú, Noticias Colombia gibi çok sayıda medya grubu bulunmakta ve bunlar, portföyleri giderek büyüyen sanal asistanlar Google Assistant, Alexa (Amazon) ve Siri'nin (Apple) haber uygulamaları listesine katılmaktadır.

Yapay zekâ gazetecilik için haber toplama ve yazma gibi temel işler dışında, enformatif eğilimlerin tespit edilmesi, enformasyonun toplanması, haber öneri sistemlerinin geliştirilmesi, yabancı metinlerin otomatik olarak çevrilmesi, araştırmacı gazeteciliğin geliştirilmesi gibi olumlu etkilere de sahiptir (Yıldızgöçür, 2023, s. 568). Genel anlamda, haber üretim sürecinde yapay zekâ kullanılarak içerik üretimi arttırılabilmekte, haber değeri taşıyan olaylar belirlenebilmekte, kullanıcı tercihlerine uyum sağlamak için sosyal ağlardaki profillerin yönetimi tespit edilebilmekte ve arama ve sınıflandırma işlevleriyle daha fazla doğruluk ve nesnellik elde edebilmektedir (Tejedor ve Vila, 2021, s. 833).

Yapay Zekânın Haber Üretim Sürecine Olumsuz Etkileri

Yapay zekanın olumsuz etkileri açısından özgünlük, atıf ve güvenilirlik; hesap verebilirlik, sorumluluk ve şeffaflık; becerilerin azaltılması, yeniden oluşturulması ve artırılması ve iş piyasası; dikkat kıtlığı ve ekonomisi ve insan üreticiliğinin rolüyle ilgili önemli ve zorlayıcı sorunlar ortaya çıkarmaktadır. Daha da karmaşılaştıkça insan yapımı ve yapay zekâ yapımı içerikler arasında ayırım yapmak giderek zorlaşmakta, pazarlamadan reklamcılığa, medyadan eğlence sektörüne, eğitimden öğretime kadar yeni etik ve yasal çerçevelerin yanı sıra yeterli politikalar ve stratejiler gerektiren takaslar nedeniyle fırsatlar ve riskler artmaya devam etmektedir (Floridi, 2024, s. 2). Yapay zekâ, medya ve gazetecilik gibi alanlarda kullanıldığında, sahte habercilik gibi sorunlara neden olabilmektedir. Yapay zekânın gazetecilikteki belki de en büyük sorunlarından birisinin, yine kendi potansiyel risklerinden kaynaklandığı görülmektedir. Çünkü yapay zekâyla sahte içerik üretmek mümkün duruma gelmiştir. Bu durumun en çarpıcı örneklerden birisi, "deepfake"dir. Deepfake, makine öğrenme algoritmaları kullanılarak, gerçeğinden ayırt edilmesi oldukça zor sahte görüntülerin ve videoların üretilmesini ifade etmektedir. İlk olarak ünlülerin videolarının manipüle edilmesi ile gündeme gelmiş olan bu teknoloji, sahte görsel ve video içeriklerin oluşturulmasında sık sık kullanılmaktadır (Özsali, 2023, s. 538). Dolayısıyla deepfake ile sahte haber üretimi daha kolay hale gelmiştir. Yapay zekâ yardımı ile sentezlenmiş yüz, ses, beden ve mimik değiştirme videoları var olan bilgilerin güvenilirliği konusunda büyük bir tehdit oluşturarak kötü amaçlar için kullanılmaktadır (Yurdigül ve Gülsün, 2023, s. 136). Videoları ve görsel unsurları tespit

etmek için yapay zekâ teknolojilerine başvurulsa da bunların üretimine katkı sunan da yine yapay zekâdır. Ayrıca yapay zekâ videonun haricinde metin olarak da sahte içerikler üretebilmektedir (Özsali, 2033, s. 539).

Yapay zekâ uygulamalarının haber hikâyelerini seçmede ve önceliklendirmede kullanımı, önyargı ve şeffaflık konusunda kritik endişeler ortaya çıkarmaktadır. Genellikle şeffaflık içinde gizlenen bu algoritmalar, eğitim verilerinde mevcut önyargıları istemeden sürdürebilmekte ve bu da yapay zekâ destekli haberciliğin tarafsızlığı ve hesap verebilirliği hakkında sorulara yol açabilmektedir. Ek olarak, okuyucular genellikle farkında olmadan yapay zekâ tarafından oluşturulan içeriği tükettikçe yazarlık ve güvenilirlik sorunu belirginleşmekte ve gazetecilikte güven ve özgünlük hakkında tartışmalara yol açmaktadır (Verma, 2024, s. 152). Bunların yanı sıra yapay zekâ uygulamalarının haber üretim sürecinde kullanılması farklı etik sorunlara da sebep olmaktadır. Bu sorunlar şu şekilde sıralanabilir: Verilerin kaynak kısmındaki bazı sorunlar, yapay zekâ uygulamalarının kapasitesi, algoritmaların tarafsızlığı hususunda birtakım sorunların çıkması, algoritmaların kimi uygulamalarında oluşan şeffaflık sorunları, elde edilen verilerin kötü amaçlarda kullanılması, kodların içerisindeki değerler ve bu değerlere uygun bir şekilde yapılan akıl yürütme ve algoritmaların hesap verebilir yapıda olması etik sorunların ortaya çıkmasına sebep olmaktadır (Gül, 2024, s. 314).

Bir diğer önemli endişe ise habercilikte yapay zekânın hızla ilerlemesi sebebiyle iş kaybı potansiyelidir. Yapay zekâ sistemleri karmaşık görevleri üstlenme konusunda giderek daha yetenekli hale geldikçe, özellikle rutin raporlama ve veri analizi gibi alanlarda insan gazetecilerin yerini alabilecekleri yönündeki korkular artmaktadır. Ayrıca, haber oluşturma ve üretme konusunda yapay zekâyı aşırı güvenmek yankı odalarının oluşmasına yol açabilmektedir. Kullanıcıları meşgul edecek şekilde tasarlanmış yapay zekâ algoritmaları, genellikle mevcut inançları ve tercihleriyle uyumlu içerikler sunmakta ve potansiyel olarak çeşitli bakış açılarına ve görüşlere maruz kalmayı sınırlamaktadır. Bu tür aşırı bağımlılık, farklı görüş ve analizlerin akışını kısıtladığı için iyi bilgilendirilmiş bir kamuoyunun gelişimini engelleyebilmektedir. Bunların yanı sıra yapay zekâ sistemleri alaycılığı, kültürel bağlamları ya da karmaşık sosyo-politik nüansları yanlış yorumlayabilmekte ve habercilikte ya da yorumlamada yanlışlıklara yol açabilmektedir (Verma, 2024, s. 153). Genel olarak yapay zekânın haber üretim süreçlerine verimlilik, veri analizi yeteneği, zaman ve kaynak tasarrufu gibi olumlu etkileri olmasına rağmen, aynı zamanda haber üretim süreci üzerine önemli olumsuz etkilere de yol açtığı görülmektedir.

Yöntem

Bu çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi ve örnek olay incelemesi birlikte kullanılmıştır. Doküman analizi, basılı veya dijital ortamda yer alan belgeleri sistematik biçimde inceleme ve değerlendirme sürecidir. Nitel araştırmada sıklıkla kullanılan bu yöntem, mevcut belgelerden anlam çıkarma, kavramsal bir çerçeve geliştirme ve olgulara ilişkin ampirik bilgiye ulaşma amacı taşır (Bowen, 2009, s. 27). Bu çerçevede, yapay zekâ teknolojilerinin haber üretim sürecine etkilerini değerlendirebilmek amacıyla akademik literatür dışında, sektörle ilgili resmi raporlar, medya kuruluşlarının kendi yayınladığı belgeler, haber platformlarında yapay zekâ destekli içerik üretimine ilişkin açıklamalar ve bu alanda yürütülen projelere dair kamuya açık materyaller incelenmiştir. Belgelerin seçimi, konuyla doğrudan ilişkili olması, güncelliğini koruması ve haber üretim süreçlerine dair somut uygulamalar sunması ölçütlerine göre yapılmıştır. Bu bağlamda özellikle *Reuters Institute Digital News Report*, *BBC R&D yayınları*, *The Washington Post*'un resmi içerikleri ve uluslararası medya kuruluşlarının yapay zekâ entegrasyonuna dair duyuruları dikkate alınmıştır.

Çalışmada ayrıca örnek olay incelemesi yöntemi kullanılarak, belirli medya kuruluşlarının yapay zekâ teknolojilerini kullanma biçimleri derinlemesine analiz edilmiştir. Bu kapsamda, *The Washington Post* tarafından geliştirilen Heliograf teknolojisi ve *BBC*'nin yürüttüğü Beyond Fake News projesi örnek olay olarak seçilmiştir. Bu örnekler, yapay zekânın farklı haber üretim modellerinde nasıl konumlandırıldığını göstermek açısından anlamlı örnekler sunmaktadır. Örnek olay incelemesinde değerlendirme ölçütlerinin daha sistematik şekilde belirlenebilmesi amacıyla, analiz süreci öncesinde yapay zekâ teknolojilerinin haberciliğe olan etkileri olumlu ve olumsuz yönleriyle kategorize edilmiştir.

Evren ve Örneklem

Bu çalışmanın evreni, yapay zekâ teknolojilerinin haber üretim sürecinde kullanıldığı medya kuruluşları, bu alandaki akademik çalışmalar ve yapay zekâ destekli gazetecilik uygulamalarıdır. Yapay zekânın medya sektörü üzerindeki etkileri küresel ölçekte incelendiğinden, çalışma evreni geniş bir çerçevede ele alınmış ve farklı ülkelerdeki medya kuruluşlarının yapay zekâ uygulamaları değerlendirilmiştir.

Çalışmanın örnekleme, yapay zekâ destekli haber üretimi konusunda öne çıkan iki önemli medya kuruluşunun projeleri üzerinden belirlenmiştir. Amaçlı örnekleme yöntemi kullanılarak, yapay zekânın haber üretim süreçlerine etkisini somut olarak incelemek amacıyla The Washington Post'un Heliograf teknolojisi ve BBC'nin Beyond Fake News projesi örnek olarak seçilmiştir. Bu iki örneklem, yapay zekâ tabanlı otomatik haber üretimi ve dezenformasyonla mücadelede yapay zekâ kullanımının gazeteciliğe etkilerini analiz etmek için uygun bulunmuştur.

Bu seçimin nedeni, Heliograf'ın otomatik haber üretimindeki rolünü ve gazetecilik süreçlerindeki dönüşümü göstermesi, Beyond Fake News projesinin ise sahte haberlerle mücadelede yapay zekânın nasıl bir araç olarak kullanıldığını ortaya koymasındır. Böylece, çalışma kapsamında yapay zekâ destekli haber üretiminin hem içerik üretiminde hem de haber doğrulama süreçlerindeki etkileri çok yönlü bir şekilde ele alınmıştır.

Bulgular ve Değerlendirmeler

The Washington Post'un Heliograf Projesi Özelinde Ulaşılan Bulgular

Washington Post, Heliograf teknolojisini kullanarak belirli podcast yayınlarında yapay zekâ destekli sesli seçim sonuçlarını sunmayı planlamaktadır. Bu yeni özellik, özellikle *Post Reports*, *Big Idea* ve *Can He Do It?* gibi bölümlerde yer alacak olup, Temsilciler Meclisi, Senato ve Başkanlık seçimlerine ilişkin yerelleştirilmiş güncellemeler sağlamayı hedeflemektedir. Geliştirilen sistem, dinleyicilere seçim sürecine dair en güncel bilgileri sunarak haber akışını daha erişilebilir hale getirmeyi amaçlamaktadır. Washington Post, bu inovatif hikâye anlatımı teknolojisiyle gazetecilikte dijital dönüşümün sınırlarını zorlamaya devam etmektedir. Yapay zekâ destekli haber sunumunun, medya tüketicilerinin bilgiye erişim alışkanlıklarını dönüştürmesi beklenmekte olup, dinleyicilere kesintisiz ve güncel içerik sağlama açısından önemli bir gelişme olarak değerlendirilmektedir. Gazetecilikte otomasyonun sunduğu bu yenilikçi uygulama, medya kuruluşlarının veri odaklı içerik üretimine yönelimini gözler önüne sermekte ve bu alandaki ilerlemelere katkı sunmaktadır (washingtonpost.com, 2020).

Washington Post tarafından geliştirilen Heliograf, veri kümelerini analiz ederek haber metinleri oluşturabilen yapay zekâ tabanlı bir otomasyon aracıdır. Bu sistem, büyük ölçekli veri setlerini işleyerek, belirli olaylara ilişkin hızlı ve doğru haber üretimi gerçekleştirmektedir. Heliograf, ilk olarak 2016 Yaz Olimpiyatları (Resim 1) sırasında kullanılmış ve bu süreçte madalya sayıları, bireysel sporcu performansları ve çeşitli müsabaka sonuçlarını içeren 300'den fazla haber makalesi üretmiştir. Yapay zekâ destekli bu sistem, büyük miktarda veriyi hızlı bir şekilde işleyerek, güncellenebilir ve doğrulanabilir içerikler sunma kapasitesine sahiptir. Otomasyon ve veri analitiğinin gücünden yararlanan Heliograf, haber üretim sürecini hızlandırmakta ve insan gazetecilerin daha stratejik ve analitik görevlerde yoğunlaşmasına olanak tanımaktadır. Böylece, tekrar eden veri odaklı içeriklerin yapay zekâ tarafından oluşturulması sağlanırken, gazeteciler daha derinlemesine analiz ve yorum gerektiren konulara odaklanabilmektedir (aicontentfy.com, 2024).

The Washington Post'un Heliograf Projesi Özelinde Yapılan Değerlendirmeler

Washington Post'un Heliograf teknolojisini kullanması, gazeteciliğin dönüşümünde önemli bir kırılma noktası olmuş ve çeşitli olumlu ve olumsuz etkiler yaratmıştır. Öncelikle, yapay zekâ destekli bu sistem haber üretiminde hız ve verimlilik sağlamıştır. Heliograf, özellikle seçim sonuçları, spor karşılaşmaları ve finans gibi veri odaklı haberlerde anlık içerikler üreterek okuyuculara hızlı bilgi akışı sunmuştur. Bu sayede gazeteciler daha derinlemesine analizler ve araştırmalar yapmaya yönlendirilmiştir. İnsan hatalarından kaynaklanan yanlış bilgilendirme riski de önemli ölçüde azalmıştır. Ayrıca, Heliograf sayesinde Washington Post, daha fazla yerel haber üretebilmiş, küçük çaplı olayları da kapsamına dâhil ederek içerik çeşitliliğini artırmıştır. Yapay zekâ kullanımı, uzun vadede gazetecilik maliyetlerini düşürerek sektörde ekonomik avantajlar da sağlamıştır.

Ancak, bu teknolojinin kullanımı bazı olumsuz sonuçları da beraberinde getirmiştir. Öncelikle, yapay zekâ destekli haber üretiminin yaygınlaşması, özellikle rutin haber yazımıyla uğraşan gazeteciler için iş güvencesi konusunda endişelere yol açmıştır. Gazetecilerin üretkenliği ve yaratıcı haber yazımı becerileri göz önünde bulundurulduğunda, Heliograf'ın ürettiği içerikler genellikle yüzeysel ve belirli kalıplara sıkışmış halde kalmıştır. Özellikle derin analiz, bağlam ve insani duygular gerektiren haberlerde yetersiz kalması, gazeteciliğin niteliği açısından önemli bir tartışma yaratmıştır. Bununla birlikte, yapay zeka sistemlerinin yanlış verilerle beslenmesi durumunda dezenformasyon riski doğurabileceği unutulmamalıdır. Yanlış yönlendirilmiş veya manipüle edilmiş veri kaynakları, hatalı haberlerin büyük ölçekte yayılmasına neden olabilir. Son olarak,

Heliograf tarafından üretilen içeriklerin etik boyutu da tartışma konusu olmuştur. Okuyucuların, içeriğin bir yapay zekâ tarafından oluşturulduğunu bilmeden tüketmesi, medya etiği açısından güvenilirlik sorunları ortaya çıkarmıştır.

Genel olarak bakıldığında, Washington Post'un Heliograf teknolojisini kullanması gazeteciliği hızlandırmış, maliyetleri düşürmüş ve haber üretim kapasitesini artırmıştır. Ancak gazetecilik mesleğinin geleceği, etik sorunlar ve içerik kalitesinin yüzeyselleşmesi gibi konular da bu dönüşüm sürecinde önemli tartışma başlıkları olmuştur.



Resim 1.

The Washington Post'un Heliograf teknolojisini kullanarak oluşturduğu 2016 Yaz Olimpiyatları haberine ait bir görsel

Kaynak: https://www.washingtonpost.com/world/brazil-takes-it-olympic-bow-amid-shriveled-economy-and-surge-protests/2016/08/05/2dec5ac4-5a84-11e6-8b48-0cb344221131_story.html

BBC'nin Beyond Fake News Projesi Özelinde Ulaşılan Bulgular

BBC'nin "Beyond Fake News" projesi, 2018 yılında başlatılan ve yanlış bilgilendirme (misinformation) ile sahte haberlerin (fake news) yayılmasını engellemeyi amaçlayan küresel bir girişimdir. Bu proje, özellikle dijital medya ve sosyal ağlar aracılığıyla yayılan dezenformasyonla mücadele etmek için tasarlanmıştır. BBC, bu kapsamda yapay zekâ teknolojilerini kullanarak yanlış haberlerin nasıl yayıldığını analiz etmiş ve kamuoyunu bilinçlendirmek için eğitim programları, atölye çalışmaları ve haber doğrulama içerikleri üretmiştir. BBC, "Beyond Fake News" projesinde yapay zekâ teknolojilerini aktif olarak kullanmıştır. Özellikle, sosyal medya platformlarında hızla yayılan yalan haberleri tespit etmek ve doğrulamak için yapay zekâ tabanlı araçlar geliştirmiştir. Bu araçlar, büyük veri analizi ve makine öğrenimi (machine learning) tekniklerini kullanarak, sahte haberlerin kaynaklarını ve yayılma modellerini tespit etmeyi amaçlamıştır. Örneğin, yapay zekâ algoritmaları, sosyal medya platformlarında viral olan içerikleri analiz ederek, bu içeriklerin doğruluğunu kontrol etmiş ve yanlış bilgileri otomatik olarak işaretlemiştir (BBC News Labs, 2018).

BBC, bu proje kapsamında teknolojik çözümlerle sınırlı kalmamış, aynı zamanda medya okuryazarlığını artırmaya yönelik eğitim programları da düzenlemiştir. Özellikle Hindistan, Afrika ve Latin Amerika gibi sahte haberlerin yayılma oranının yüksek olduğu bölgelerde, yerel gazetecilerle iş birliği yaparak, gerçek haberleri ön plana çıkaran projeler yürütmüştür. Bu bölgelerde, yapay zekâ destekli doğrulama araçları kullanılarak, yerel dillerdeki sahte haberlerin tespit edilmesi ve çürütülmesi sağlanmıştır (BBC Media Action, 2019). Ayrıca BBC bu proje kapsamında, yalnızca yanlış haberleri çürütmekle sınırlı kalmayıp (Resim 2), dezenformasyonun toplumsal etkileri üzerine de araştırmalar yapmıştır. Özellikle, sahte haberlerin seçimler, kamu politikaları ve toplumsal kutuplaşma üzerindeki etkilerini incelemiştir. Yapay zekâ tabanlı analizler, bu tür içeriklerin nasıl manipülatif bir şekilde yayıldığını ve toplumda kutuplaşmaya nasıl yol açtığını ortaya koymuştur (Reuters Institute, 2020). BBC, bu projede bağımsız medya kuruluşlarıyla da iş birliği yaparak, küresel çapta dezenformasyonla mücadele etmek için daha güçlü bir ağ oluşturmayı hedeflemiştir. Özellikle, yapay zekâ teknolojilerini kullanan diğer medya kuruluşlarıyla bilgi paylaşımında bulunarak, sahte haberlerle mücadelede ortak bir strateji geliştirmiştir. Bu iş birlikleri, yapay zekâ tabanlı doğrulama araçlarının daha etkili bir şekilde kullanılmasını sağlamıştır (BBC R&D, 2020).

BBC'nin Beyond Fake News Projesi Özelinde Yapılan Değerlendirmeler

BBC'nin Beyond Fake News projesi, gazeteciliğin dönüşümünde önemli etkiler yaratarak hem olumlu hem de olumsuz

sonuçlar doğurmuştur. Öncelikle, bu proje, gazeteciliğin güvenilirliğini artırmaya yönelik bir adım olarak, dezenformasyonla mücadelede medya kuruluşlarının sorumluluklarını genişletmiştir. Gazeteciler için sahte haberleri tespit etme, doğruluk kontrolü yapma ve kamuoyunu bilinçlendirme süreçleri artık daha büyük bir öneme sahip hale gelmiştir. Bu durum, haber üretiminde daha titiz bir yaklaşımı zorunlu kılmış, medya okuryazarlığını artırarak okuyucuların eleştirel düşünme becerilerini geliştirmelerine katkı sağlamıştır. Özellikle sosyal medyanın haber tüketiminde daha baskın hale gelmesiyle birlikte, haber kuruluşlarının sadece içerik üretmekle kalmayıp, yanıltıcı bilgileri çürütmek için de çaba göstermesi gerekliliğini ortaya çıkarmıştır.

Ancak, Beyond Fake News projesinin gazeteciliğin dönüşümüne etkileri yalnızca olumlu olmamış, bazı olumsuz durumları da beraberinde getirmiştir. Öncelikle, dezenformasyonla mücadele çabalarının artması, medya kuruluşları için ek bir yük ve maliyet getirmiştir. Habercilikte hızın büyük bir öneme sahip olduğu dijital çağda, her içeriğin detaylı bir doğrulama sürecinden geçirilmesi zaman alıcı olabilir ve bazı haberlerin gecikmesine neden olabilir. Ayrıca, haberlerin doğruluğunu kontrol eden kurumların kimler olduğu ve hangi standartlara göre hareket ettikleri konusu da tartışmalara yol açmıştır. Bazı çevreler, sahte haberle mücadele adı altında belirli haberlerin sansürlenme veya belirli siyasi ve ekonomik çıkarlar doğrultusunda şekillendirilme riskine dikkat çekmiştir. Bu durum, gazeteciliğin tarafsızlık ilkesini tehdit edebilecek bir unsur olarak görülmüştür.

Sonuç olarak, Beyond Fake News projesi, gazeteciliğin güvenilirliğini artırma ve medya okuryazarlığını güçlendirme açısından önemli katkılar sağlarken, doğrulama süreçlerinin karmaşıklığı, haberlerin yayılma hızına etkisi ve tarafsızlık konusunda oluşturabileceği riskler nedeniyle tartışmalı bir dönüşüm sürecine de zemin hazırlamıştır.



Resim 2.

BBC'nin Beyond Fake News Projesi kapsamında yalan olduğunu belirttiği haber örneğine ait bir görsel

Kaynak: <https://www.bbc.com/news/av/world-us-canada-46175024>

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışma, yapay zekâ teknolojilerinin haber üretim sürecine olan etkilerini inceleyerek, gazetecilik mesleğinde nasıl bir dönüşüm yaşandığını ortaya koymayı amaçlamıştır. Yapılan analizler sonucunda, yapay zekâ destekli sistemlerin haber üretiminde hız, verimlilik ve maliyet avantajları sağladığı tespit edilmiştir. Özellikle otomatik haber üretimi, büyük veri analizi ve kişiselleştirilmiş haber sunumu gibi uygulamalar, medya kuruluşlarının daha geniş bir haber ağı oluşturmaya ve içerik üretim süreçlerini hızlandırmasına katkı sağlamaktadır. The Washington Post'un Heliograf teknolojisi, büyük ölçekli verileri analiz ederek hızlı ve doğru haber üretimini mümkün kılmış, böylece gazetecilerin daha derinlemesine araştırmalara odaklanmasına imkân tanımıştır. Aynı şekilde, BBC'nin Beyond Fake News projesi, sahte haberlerin yayılımını engellemek ve dezenformasyonla mücadele etmek için yapay zekâ teknolojilerini kullanarak gazeteciliğin güvenilirliğini artırmayı hedeflemiştir.

Bununla birlikte, yapay zekâ tabanlı gazeteciliğin beraberinde getirdiği bazı riskler ve etik sorunlar da tespit edilmiştir. Özellikle algoritmik önyargılar, dezenformasyon riski ve gazetecilik mesleğinin insan unsuru açısından dönüşmesi, dikkat edilmesi gereken temel meseleler arasında yer almaktadır. Yapay zekâ tarafından üretilen haberlerin tarafsızlığı ve doğruluğu konusundaki endişeler, algoritmaların eğitildiği veri setlerinin güvenilirliği ile doğrudan ilişkilidir. Ayrıca, gazetecilerin iş güvencesi ve mesleğin geleceği açısından da önemli tartışmalar ortaya çıkmaktadır. Yapay zekâ destekli haber üretimi, geleneksel gazetecilik anlayışını değiştirirken, haberciliğin insana özgü eleştirel düşünme, etik sorumluluk ve yorumlama becerilerini nasıl koruyacağı konusunda belirsizlikler yaratmaktadır.

Sonuç olarak, yapay zekânın haber üretim süreçlerine entegrasyonu kaçınılmaz bir gelişme olarak görülmektedir. Ancak, bu dönüşümün etik ilkeler, şeffaflık ve gazeteciliğin temel değerleri göz önünde bulundurularak şekillendirilmesi gerekmektedir. Gelecekte, yapay zekâ ile insan gazetecilerin iş birliği içinde çalışabileceği hibrit modellerin geliştirilmesi, bu alandaki fırsatları maksimize ederken riskleri en aza indirecek bir çözüm sunabilir. Gazetecilik mesleğinin geleceği, yapay zekâ teknolojilerinin insan merkezli ve etik çerçevede kullanılmasıyla şekillenecek ve haber üretim süreçleri, dijital çağın gerekliliklerine uygun bir biçimde yeniden tanımlanacaktır.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması: Yazar, çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Finansal Destek: Yazar, bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The author have no conflicts of interest to declare.

Financial Disclosure: The author declared that this study has received no financial support.

Kaynaklar

- Ağır, İ. (2023). Yeni medyanın haber üretim sürecine etkisi ve haber üretim süreçlerinde yaşanan değişim. *Uluslararası Akademik Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9(14), 1-12. <https://doi.org/10.51947/yonbil.1336095>
- Ahmed, Z., Wan, S., Zhang, F. & Zhang, W. (2024). Artificial intelligence for omics data analysis. *BMC Methods*, 1(4), 1-4 <https://doi.org/10.1186/s44330-024-00004-5>
- Akyazı, A. (2018). Gazetecilikte dijitalleşme ve haber üretimine yansması: Robot gazeteciler. O. Uçak (Ed.). *Dijital Medya ve Gazetecilik* içinde (ss. 15-30). Eğitim Yayınevi.
- Ay, A. (2023). Gazetecilik 4.0: Yapay zekâ haberciliğinin güncel örneklerine yönelik bir inceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 14(38), 412-435. <https://doi.org/10.21076/vizyoner.1141093>
- Barthelmeß, U. & Furbach, U. (2024). Artificial intelligence: Steering tomorrow. *KI-Künstliche Intelligenz*, 1-4. <https://doi.org/10.1007/s13218-024-00867-4>
- Berente, N., Gu, B., Recker, J. & Santhanam, R. (2021). Managing artificial intelligence. *MIS Quarterly*, 45(3), 1433-1450. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2021/16274>
- Boden, M. A. (2016). *AI: Its nature and future*. Oxford University Press.
- Bostancı, M. & Aksüt, E. (2023). Haber üretiminde yapay zekâ uygulamaları ve dezenformasyon: ChatGPT ve Bard örneği. Y. Adigüzel & M. Bostancı (Ed.), *Dijital İletişimi Anlamak -4* içinde (ss. 58-71). Palet Yayınları.
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Demirel, S. D. (2018). Dijital medyada haber üretim sürecinde okuyucu odaklılık. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(55), 824-831.
- Duman, K. (2018). Dijital çağda habercilik ve bağlamsal çalışmalar. K. Duman (Ed.), *İnternet haberciliği: Kuram, uygulama ve eleştiri* içinde (ss. 1-20). Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Finocchiaro, G. (2024). The regulation of artificial intelligence. *AI & Society*, 39, 1961–1968. <https://doi.org/10.1007/s00146-023-01650-z>
- Floridi, L. (2024). On the Future of Content in the Age of Artificial Intelligence: Some Implications and Directions. *Philosophy & Technology*, 37(112), 1-11. <https://doi.org/10.1007/s13347-024-00806-z>
- Gezer, T. O. (2018). İnternet haberciliği ve haber yazım teknikleri. K. Duman (Ed.), *İnternet haberciliği: Kuram, uygulama ve eleştiri* içinde (ss. 21-42). Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

- Girgin, A. (2005). *Haber Yazmak* (3. Baskı). DER Yayınları.
- Gül, K. (2024). Yapay zeka teknolojilerinin gazetecilik alanında kullanımı: Avantajlar ve dezavantajları. *İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 306-331. <https://doi.org/10.59534/jcss.1457410>
- Ioscote, F., Gonçalves, A. & Quadros, C. (2024). Artificial intelligence in journalism: a ten-year retrospective of scientific articles (2014–2023). *Journalism and Media*, 5(3), 873-891. <https://doi.org/10.3390/journalmedia5030056>
- Jamil, S. (2020). Artificial intelligence and journalistic practice: The crossroads of obstacles and opportunities for the Pakistani journalists. *Journalism Practice*, 15(10), 1400–1422. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1788412>
- Kobriniskii, B. A. (2023). Artificial intelligence: Problems, solutions, and prospects. *Pattern Recognit Image Anal*, 33(3) 217–220. <https://doi.org/10.1134/S1054661823030203>
- Nguyen, D. & Hekman, E. (2024). The news framing of artificial intelligence: a critical exploration of how media discourses make sense of automation. *AI & Society* 39, 437–451. <https://doi.org/10.1007/s00146-022-01511-1>
- Öngel, A. (2023). Yapay zekâ teknolojisinin haber üretim süreçlerinde kullanımı: Otomatik haber üretimi. *Turkish Studies - Social*, 18(2), 527-545. <https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.67646>
- Özsali, A. (2023). Yapay zekâ yoluyla oluşturulan sahte haberlerin medya gündemini belirlemesi. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 13 (3), 533-550. <https://doi.org/10.7456/tojdac.1285554>
- Pınarbaşı, T. E. & Astam, F. K. (2020). Haberin dönüşümü: Sosyal medya gazeteciliği pratikleri. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi)*, 5(1), 70-87.
- Semenov, A. L. (2023). Artificial intelligence in society. *Doklady Mathematics*, 108(2), 168–178. <https://doi.org/10.1134/S106456242355001X>
- Tokgöz, O. (2013). *Temel gazetecilik* (10. baskı). İmge Yayınları.
- Túñez-López, J.-M., Fieiras-Ceide, C. & Vaz-Álvarez, M. (2021). Impact of artificial intelligence on journalism: Transformations in the company, products, contents and professional profile. *Communication & Society*, 34(1), 177-193. <https://doi.org/10.15581/003.34.1.177-193>
- Uçak, O. (2019). *Haber uygulamaları* (2. baskı). Eğitim Yayınevi.
- Verma, D. (2024). Impact of artificial intelligence on journalism: A Comprehensive review of AI in journalism. *Journal of Communication and Management*, 3(02), 150-156. <https://doi.org/10.58966/JCM20243212>
- Yıldızgörü, M, R. (2023). Yapay zekâ teknolojilerinin yapay zekâ alanında kullanımına yönelik sorunlar ve riskler. *Türkiye Medya Akademisi Dergisi*, 3(6), 564-587. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8378891>
- Yurdigül, Y. & Gülsün, M. (2023). Medya okuryazarlığı bağlamında deepfake uygulamaları. R. Bayraktar (Ed.). *Medya Okuryazarlığı Analizleri* içinde (ss. 135-149). Eğitim Yayınevi.

İnternet Kaynakları

- <https://www.washingtonpost.com/pr/2020/10/13/washington-post-debut-ai-powered-audio-updates-2020-election-results> Erişim Tarihi: 10.03.2025
- <https://aicontentfy.com/en/blog/ai-generated-content-for-data-driven-storytelling> Erişim Tarihi: 10.03.2025
- https://www.washingtonpost.com/world/brazil-takes-it-olympic-bow-amid-shriveled-economy-and-surgings-protests/2016/08/05/2dec5ac4-5a84-11e6-8b48-0cb344221131_story.html Erişim Tarihi: 10.03.2025
- <https://www.bbc.co.uk/rdnewslabs/projects/beyond-fake-news/> Erişim Tarihi: 11.03.2025
- <https://www.bbc.co.uk/mediaaction/publications-and-resources/policy/beyond-fake-news> Erişim Tarihi: 11.03.2025
- <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/> Erişim Tarihi: 11.03.2025

<https://www.bbc.co.uk/rd/blog/2020-01-ai-fake-news> Erişim Tarihi: 11.03.2025

<https://www.bbc.com/news/av/world-us-canada-46175024> Erişim Tarihi: 11.03.2025