

İçerik Üretiminde Yapay Zekâ Araçlarının Kullanımı

Araştırma Makalesi

İlker Cem GÜZELDEMİRCİ

Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Aydın
Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yeni
Medya, ilkercem46@hotmail.com
ORCID: 0009-0005-3406-7806

DOI: 10.5281/zenodo.10570855

ÖZET

Teknoloji ilerleme devam ettikçe içerik oluşturma yöntemleri de gelişmektedir. İçerik oluşturmadaki en büyük atılımlardan biri Yapay zekâdır. Yapay zekâ, içerik oluşturma yöntemlerini dönüştürerek onu daha verimli ve etkili hale getirmektedir. Bu çalışmada makine öğrenimi, doğal dil işleme, dijital pazarlamada otomasyon, içerik stratejisi ve SEO, içerik yönetimi ve optimizasyon teknikleri, teknoloji ve içerik oluşturma ve algoritma dahil olmak üzere yapay zekânın içerik oluşturmada kullanıldığı farklı yolları incelenmektedir. Ayrıca yapay zekânın içerik oluşturmada yaratıcılığı, verimliliği, üretkenliği ve yeniliği nasıl geliştirdiğine de incelenmektedir. Sonuç olarak yapay zekâ, makine öğrenimi, doğal dil işleme, dijital pazarlamada otomasyon, içerik stratejisi ve SEO, içerik yönetimi ve optimizasyon teknikleri ile içerik oluşturmaya daha hızlı, daha verimli ve uygun maliyetli hale getirerek dönüştürmektedir.

Anahtar Kelimeler: Teknoloji, Yapay Zekâ, Makine Öğrenimi, İçerik üretme, Haber.

GİRİŞ

Gelişen teknolojiyle birlikte bilgisayarlar ve bilgisayar sistemleri yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Cep telefonlarından ev eşyalarına kadar birçok cihaz bilgisayar sistemleri ile çalışmaktadır. Bu durum insan beyni ve cihazlar arasındaki etkileşimi zorunlu hale getirmiştir. Bütün bunlar göz önüne alındığında bilgisayar sistemlerine ve yapay zekâyâ olan ilgi her geçen gün artmış ve yapay zekâ üzerine yapılan araştırmalarda da artış görülmüştür (Öztürk ve Şahin, 2018). Yapay zekâ kavramı daha dar anlamda insan zekâsını simüle etmeye odaklanan bir bilgisayar bilimi dalını ifade etmektedir (Broussard vd., 2019). Bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması ve toplumun bilgileşmesi, yapay zekânın çeşitli alanlarda uygulanabilirliğini ve önemini artırmıştır (Gelgel 2020). İçerik üretimi ise yapay zekânın önemli bir etki yarattığı alanlardan birisidir. Yapay zekânın önemli bir etkiye sahip olduğu alanlardan biri de içerik üretimidir. Yapay zekâ, gelişmiş algoritmalar ve makine öğreniminin

yardımla artık insan tarafından üretilen içerikten neredeyse ayırt edilemeyecek yazılı, işitsel ve video içerikleri oluşturabilmektedir. Bu, hedef kitleye daha etkili ve ilgi çekici yöntemlerle ulaşmayı isteyen içerik yaratıcılarına, pazarlamacılara ve işletmelere yepyeni bir fırsatlar dünyasının kapılarını aralamıştır (AIContentfy, 2023). Bu çalışmada yapay zekânın içerik oluşturma ve üretmedeki rolü ve içerik oluşturma ve tüketme yöntemlerini nasıl değiştirdiği incelenmektedir. Çalışmanın kullanıcılara yapay zekânın ne olduğu ve içerik oluşturmada nasıl kullanılabilirdiği konusunda temel bir fikir oluşturmaya açısından önemli olduğu değerlendirilmektedir. Bu sayede kullanıcılar yapay zekânın temellerini anlayarak, bu teknolojinin içerik oluşturma ve tüketme biçiminde devrim yarattığı birçok yolu takdir etme konusunda daha donanımlı olacaklardır.

Yapay Zekâ Kavramı

İçerik oluşturmada yapay zekânın detaylarını ele almadan önce yapay zekânın ne olduğu ve içerik oluşturmadaki önemini ele almakta fayda vardır. Konuşma tanıma, görsel algı, dil çevirisi, karar verme gibi insan zekasının normal düzeyde gerçekleştiremeyeceği görevleri bilgisayar sistemleri aracılığıyla yerine getiren yapay zekâ kavramı son yıllarda oldukça popüler şekilde kullanılan bir kavram olsa da bu kavram yeni bir kavram değildir. Stanford Üniversitesi'nden Profesör John McCarthy'nin bu terimi akıllı makineler üretme bilimi ve mühendisliğini tanımlamak için kullandığı 1955 yılına kadar uzanmaktadır (McCarthy, 1998). Yapay zekâ felsefesini ortaya koyan ilk kişi ünlü İngiliz mantıkçı ve matematikçi Alan Turing'dir. 1950'de Turing, "Bilgisayar Teknolojisi ve Zekâ" başlıklı makalesinde "Makineler düşünebilir mi?" sorusunu felsefi tartışmaya açmıştır (Pirim, 2006). Bilgisayar biliminin gelişmesi, Turing'in öğrenen makineler konusunda haklı olduğunu kanıtlamış ve "yapay zekâ" terimi ilk kez 1956 yılında John McCarthy tarafından kullanılmıştır (Wichert, 2020). Bu kullanımdan bu yana yapay zekânın çeşitli tanımları verilmiş olsa da yapay zekânın genel kabul görmüş bir tanımının olmadığı bilinmektedir.

Yapay zekâ, genel olarak insan zekâsını taklit eden ve bilişsel eylemler gerçekleştirebilen bilgisayar sistemleri olarak tanımlanan bir kavramdır. Başka bir deyişle yapay zekâ genel olarak bir cihazın algılama, akıl yürütme, tanıma, çevreyle etkileşim, problem çözme ve hatta yaratıcılığı ifade etme gibi insan zihniyle paylaştığımız bilişsel işlevleri yerine getirme yeteneği olarak tanımlanır (Umamaheswari ve Valarmathi, 2023). Demirdelen ve Kandemir (2020) yapay zekânın, bir makinenin insan zekâsını taklit edebilmesi ve bir makinenin en basitinden en karmaşığına kadar insana özgü işlevleri yerine getirebilmesi ilkesine dayandığını ileri sürmektedir. Yapay zekâ, bilgisayar programlarını ve hesaplamaları kullanarak simülasyonlar oluşturarak akıllı insan davranışını taklit eder. Bu bağlamda bilgisayar ve diğer elektronik cihazların akıllı davranışlar sergilemeleri ve bunu simüle etme yetenekleri olarak tanımlamak mümkündür (Wichert, 2020). Diğer bir deyişle yapay zekâ insanların öğrenme ve karar verme gibi işlevlerini gerçekleştirebilen makineleri ve sistemleri oluşturma sürecidir (Castro ve New 2016). Bunun için yapay zekâ sorun çözmede aşama aşama ilerleyen bir prosedürün tarifidir.

İçerik Oluşturmada Yapay Zekâ Kullanımı

Yapay zekâ, içerik oluşturmada önemlidir çünkü verileri analiz edebilir ve hedef kitlede yankı uyandıracak kişiselleştirilmiş içerik oluşturabilir. Yapay zekâ teknolojisi son yıllarda

hızlı bir gelişim aşamasına girmiş ve farklı sektörlerle derinlemesine kaynaşmaya başlamıştır. Bilgisayar grafikleri, bilgisayar destekli tasarım, çevik tasarım ve diğer teknolojiler gibi uygulamalar giderek derinleşmiş ve modern içerik oluşturma teorileri ve yöntemlerinde niteliksel bir sıçrama yaşanmıştır (Li, 2019). İçerik oluşturmak, pazarlama, eğitim, haber ve birçok farklı sektörde temel bir gereksinimdir. Yapay zekâ teknolojileri, içerik oluşturma süreçlerini daha verimli ve etkili hale getirmek için kullanılabilir bir dizi araç ve yöntem sunmaktadır. Bu yöntem ve araçlardan öne çıkanları aşağıda ele alınmaktadır.

Makine Öğrenimi ve Doğal Dil İşleme

Yapay zekâ, insan beyni kadar akıllı olan makineleri ifade eder. Bilgisayar biliminde yapay zekâ, "akıllı makinelerin" incelenmesini ifade eder. Böyle bir araç, çevresini algılayan ve hedeflerine başarılı bir şekilde ulaşma olasılığını en üst düzeye çıkaracak eylemlerde bulunan herhangi bir araçtır (Shinde ve Shah, 2018). İnsanlar çeşitli görevleri daha kolay gerçekleştirmek için birçok türde araç geliştirdiler. İnsan beyni yaratıcılığıyla birçok makinenin icat edilmesine fırsat sağlamıştır. Bu makineler insanların sanayi, seyahat ve bilişim gibi yaşamın farklı ihtiyaçlarını karşılamış ve insan yaşamını kolaylaştırmıştır. Bunlardan birisi de makine öğrenimidir (Mahesh, 2020).

Makine öğrenimi, bilgisayarların yeni bilgi veya beceriler edinmek, mevcut bilgi yapısını yeniden düzenlemek ve performansını sürekli olarak iyileştirmek için insan öğrenme davranışlarını nasıl simüle ettiğini veya gerçekleştirdiğini inceler (Lu ve Nam, 2021). Makine öğrenimi ve doğal dil işleme, içerik oluşturmada yapay zekânın iki temel bileşenidir. Makine öğrenimi, açıkça programlanmadan yeni bilgileri öğrenebilen ve bunlara uyum sağlayabilen bilgisayar sistemlerini ifade eder. Doğal dil işleme, insan dilini anlayabilen, yorumlayabilen ve üretebilen bilgisayar sistemlerini ifade eder (Startup AI, 2023). Verileri analiz etmek, kalıpları belirlemek ve kişiselleştirilmiş içerik oluşturmak için içerik oluşturmada makine öğrenimi ve doğal dil işleme kullanılır. Örneğin makine öğrenimi, tercihleri ve ilgi alanlarını belirlemek için müşteri verilerini analiz edebilir ve içerik oluşturucuların hedef kitesinde yankı uyandıran içerikler oluşturmaya olanak tanır. Doğal dil işleme, trendleri ve konuşmaları belirlemek için sosyal medya verilerini analiz edebilir ve içerik oluşturucuların alakalı ve zamanında içerik oluşturmaya olanak tanır. Dahası, yeni medya kullanıcılarının ve izleyicilerinin çoklu ihtiyaçlarını karşılayan yazılım ve donanım makineleri, algoritmanın doğruluğunu artırabilir, algoritmayı iyileştirebilir ve yeni medyanın geliştirilmesindeki uygulama ihtiyaçlarını düşük maliyetle hızlı bir şekilde karşılayabilir ve yeni medyanın geliştirilmesini teşvik edebilir (Lu ve Nam, 2021).

Haber içerik üretim süreci açısından bakıldığında makine öğrenimi gazetecilik uygulamalarını hem bireysel hem de profesyonel olarak etkilemiştir (Gelgel, 2020). Makine öğrenimi gazeteciliği otomatik gazetecilik yoluyla etkilemiştir. Carlson (2015), otomatik gazeteciliğin gazetecilik açısından en yıkıcı potansiyele sahip olduğunu vurgulamaktadır. Otomatik gazetecilik, verileri hiçbir insan müdahalesi olmadan anlatı niteliğindeki haber metinlerine dönüştüren algoritmik süreçlerdir. Makine öğrenimi ile yazılan haber metinlerinin bu ileri teknolojileri, yeni ve kapsamlı haber içeriğini insan gazetecilerin yeteneklerinin ötesine taşımıştır (Gelgel, 2020). Örneğin, GPT-3'ün 2020'de piyasaya sürülmesi, metin için makine öğrenimi modellerini bir sonraki seviyeye taşımıştır. Bu teknoloji 175 milyar parametrelili

otoregresif dil modeli ile önceki seyrek olmayan dil modellerinden 10 kat daha fazladır (Brown vd., 2020). GPT-3 makale oluşturma, çeviri, özetleme ve tahmin gibi birçok farklı görevi gerçekleştirebilir ve daha az bilgi işlem gücü kullanır (Gage, 2020).

Otomatik gazetecilik veya robot gazetecilik gazeteciler, haber kuruluşları ve izleyiciler için pratik, sosyopolitik, psikolojik ve yasal anlamlara gelmektedir (Montal ve Reich, 2016). Diğer taraftan teknolojinin ilerlemesi sadece gazetecilerin rolünü değil aynı zamanda haber iş modellerini de etkilemiştir (Sjovaag, 2016). Çünkü bilgisayar görüşüne dayanan araştırmacı haber projeleri, teknolojik altyapı oluşturmak ve bu tür kodları geliştirmek için yüksek nitelikli personelin işe alınması için önemli yatırımlar gerektirir (De-Lima-Santos ve Salaverria 2021). The New York Times, The Washington Post ve Associated Press (Chan-Olmsted 2019) gibi geleneksel haber kaynakları, yapay zekâ projelerini haber odalarında başarıyla uygulamıştır. Ancak yapay zekâ onlar için dahi oldukça maliyetlidir (Broussard vd., 2019). Dahası, elit haber kuruluşlarının haber odalarında makine öğrenimi ile nelerin mümkün olabileceğini gerçekleştirmek için büyük ilerleme kaydetmesi gerekmektedir.

Haber Endüstrisinde Yapay Zekâ

Yapay zekâ teknolojilerini kullanmanın temelinde dijitalleşen dünyada büyük veri analizi gibi sorunlara çözüm bulma kaygısı ve veri artış hızına insan eli ile ulaşmanın imkânsız olması yer almaktadır. Dolayısıyla yapısı gereği yüksek hacim, hız ve çeşitliliğe sahip olan “büyük veri”, aynı zamanda doğrulama ve değer belirlemeyi de içermektedir (Bayrakçı ve Albayrak, 2018). Büyük verinin kullanımı, dijitalleşme sürecindeki diğer alanlarda olduğu gibi gazetecilik için de önemlidir. Üstelik yapay zekânın gazetecilik mesleğini dönüştürdüğü iddia edilmektedir. Yapay zekâ kullanılarak gerçekleştirilen haber içeriklerinde temel amaç mevcut verileri belirli bir amaç doğrultusunda segmentlere ayırmak ve çeşitli programlar kullanarak haber içeriğinin ilgili olduğu alanları belirlemektir (Ay, 2022). Yakın zamanda yayınlanan bir rapor, haber medyasında yapay zekânın geliştirilmesinde büyük bir darboğazın yetenek rekabeti olduğunu ortaya çıkarmıştır. Bu rekabet yalnızca yetenekleri çekmeyi değil, aynı zamanda teknoloji endüstrisine kıyasla daha düşük maaşlar sunan haber odalarında profesyonelleri tutmayı da içermektedir (Cook vd., 2021). Bu koşullar altında bile dünyanın dört bir yanındaki haber kuruluşları, haber odalarında yapay zekâ çözümlerini benimsemektedir. Son yıllarda haber merkezleri haber hikâyelerini giderek daha fazla otomatikleştirmeye başlamıştır (Linden 2017). Bu projelerin bazılarında makine öğrenimi algoritmaları belirli bir dereceye kadar kullanılsa da birçok proje hâlâ şablon öykülerindeki boşlukları dolduran ve önceki verilere dayalı öyküler üretmeyen basit otomasyonu kullanmaktadır (Biswal ve Gouda 2020).

Yapay zekâ ile ilgili teknolojilerdeki ilerlemeler, insan-makine etkileşimlerinin doğasını önemli ölçüde bozma potansiyeline sahiptir. Yapay zekâ teknolojilerinin, dijitalleşme ve internetin yaratılmasıyla başlayan haber endüstrisindeki daha geniş yeniden yapılanmanın kısa, orta ve uzun vadeli bir parçası olduğu kanıtlanmıştır (Broussard vd., 2019; Erdal, 2011). Yapay zekâ gazetecilik için sihirli bir değnek değildir; ancak haber endüstrisi üyelerinin haber odalarındaki yapay zekâ yeteneklerini daha fazla desteklemek ve güçlendirmek için daha fazla anlayışa sahip olmasını gerektiren yeni bir araçtır. Yapay zekâ uygulama mekanizmaları, çeşitli paydaşlar arasındaki güç yapılarını açıkça dikkate almadan, yapay zekâ sistemlerinin yasal ve etik kurallara uymasını sağlamak için önemlidir (Broussard vd., 2019). Bu nedenle yapay

zekânın farklı alt alanlarını anlamak önemlidir. Yapay zekâdaki gelişmeler, haber kuruluşlarının üretim ve dağıtımda yapay zekâyı nasıl kullandığı ve yapay zekâ sistemlerinin öğrenmek için haber içeriğini nasıl kullandığı konusunda yeni yasal ve etik zorlukları beraberinde getirmektedir. Haber odaları için üretken yapay zekâ araçlarının kullanımı üretkenlik ve inovasyon açısından faydalar sunsa da aynı zamanda yanlışlıklar, etik sorunlar ve kamu güveninin zedelenmesi riskini de taşımaktadır. Aynı zamanda gazetecilerin orijinal çalışmalarının telif haklarının kötüye kullanılmasına yönelik fırsatlar da sunmaktadır. Bu zorlukların üstesinden gelmek için mevzuatın yapay zekâ kategorilerinin net tanımlarını ve her biri için özel açıklamalar sunması gerekmektedir.

İçerik Oluşturmada Yapay Zekâ Kullanmanın Avantajları

Yapay zekânın içerik üretiminde kullanılması, etkili ve hızlı bir şekilde içerik oluşturma ve pazarlama stratejilerinin birleşimi ile oldukça avantajlı fırsatlar sunar. İçerik oluşturmada yapay zekâ kullanmanın avantajlar, yapay zekâyı içerik oluşturma sürecine dâhil etmenin birçok faydasını inceleyen bir alt konudur. Bu bölümde, içerik oluşturmada yapay zekâ kullanmanın artan verimlilik, geliştirilmiş doğruluk ve azaltılmış maliyetler gibi belirli avantajları incelenecektir. Örneğin yapay zekâ destekli araçlar, insanlardan çok daha hızlı içerik üretebiliyor, aynı zamanda hataları ve tutarsızlıkları da ortadan kaldırabiliyor. Yapay zekâ ayrıca içeriğin arama motorları ve sosyal medya platformları için optimize edilmesine yardımcı olarak içeriği daha görünür ve paylaşılabilir hale getirebilir (AIContentfy, 2023). Yapay zekâ, içerik oluşturmaya daha hızlı, daha verimli ve uygun maliyetli hale getirerek dönüştürmektedir. İçerik oluşturucular yapay zekâ sayesinde verileri analiz edebilir ve hedef kitlede yankı uyandıran kişiselleştirilmiş içerikler oluşturabilir. Yapay zekâ aynı zamanda içerik boşluklarının belirlenmesine ve üstesinden gelinmesine yardımcı olarak içerik oluşturucuların hedef kitlelerine daha kapsamlı ve alakalı bir deneyim sunmasına olanak tanır. İçerik oluşturmada yapay zekâ kullanmanın faydalarından bazıları arasında gelişmiş içerik kalitesi, artan üretkenlik ve azalan maliyetler yer almaktadır (Startup AI, 2023). Ayrıca yapay zekâ, kullanıcı verilerini analiz etmek ve belirli hedef kitlelerde yankı uyandıran kişiselleştirilmiş içerik oluşturmak için kullanılabilir. İçerik oluşturucular ve pazarlamacılar, yapay zekâyı içerik oluşturma sürecine dâhil ederek zamandan tasarruf edebilir, maliyetleri azaltabilir ve daha geniş bir kitleye ulaşan daha ilgi çekici ve etkili içerikler oluşturabilir (AIContentfy, 2023). Yapay zekâ, içerik oluşturuculara hedef kitlesinde yankı uyandıracak kişiselleştirilmiş içerik oluşturmak için ihtiyaç duydukları araçları sağlayarak içerik oluşturmada yaratıcılığı, verimliliği, üretkenliği ve yeniliği artırıyor. Yapay zekâ sayesinde içerik oluşturucular daha kısa sürede daha fazla içerik üretebilir ve bu da onların hedef kitlenin ilgisini çeken yüksek kaliteli içerik oluşturmaya odaklanmalarına olanak tanır (Startup AI, 2023).

Yapay zekâ, yeni medya kullanıcılarının verileri işlemesine yardımcı olurken, yeni medyanın ürettiği büyük miktarda veri, yapay zekânın bu ortamda daha da büyümesine yol açarak yeni medyanın sürekli gelişimini teşvik etmektedir. Yapay zekâ ile üretilen içerikler çoğu zaman insanlara aynılık duygusu yaşatmaktadır. Yeni medyadaki yapay zekâ algoritması, İnternet çağındaki geleneksel bilgi yayma paradigmasının aşırı yüklenme krizini çözmekte ve bilgi üretimi, dağıtımını ve yönetimindeki iş verimliliğini büyük ölçüde artırmaktadır (Lu ve Nam, 2021). Yapay zekâ, özellikle bilimsel ve teknolojik alanlarda çok sayıda deneysel

çalışmada potansiyel ortaya koymuştur. Bir yapay zekâ uygulamasının oluşturulup uygulanmasının maliyetini, projenin ayrıntılarına girmeden tahmin etmek zor olsa da birçok araştırmacı yapay zekâ sistemlerinin geliştirilmesinin son yıllarda maliyetleri düşürdüğünü belirtmektedir (De-Lima-Santos ve Ceron, 2021). Liu ve arkadaşlarına (2023) göre aşağıdakiler de dâhil olmak üzere aşağıdaki nedenlerden dolayı yapay zekâ teknolojileri içerik üretiminde avantajlar sağlamaktadır:

Yaratıcılığın geliştirilmesi: Yapay zekâ modelleri, kullanıcıların metinsel yönlendirmelerden benzersiz ve orijinal görüntüler oluşturmasını destekler ve böylece sanatsal ve yaratıcı ifade için yeni yollar açar.

Tasarım süreçlerini kolaylaştırma: Yapay zekâ hizmetleri görsel içeriğin hızlı oluşturulmasını kolaylaştırır, tasarımcılar, reklamcılar ve sanatçılar için iş akışlarını optimize eder ve ardından manuel tasarım görevleri için gereken zaman ve çabayı azaltır.

İçeriğin uyarlanması: Bu hizmetler, bireysel kullanıcı tercihlerine veya farklı hedef kitlelere hitap etmek üzere özel olarak tasarlanmış özelleştirilmiş içeriğin oluşturulmasına olanak tanır ve sonuç olarak kullanıcı etkileşiminin artmasına neden olur.

Erişilebilirliği teşvik etmek: Yapay zekâ hizmetleri, sınırlı tasarım becerilerine sahip kullanıcıların profesyonel kalitede görseller oluşturulmasına olanak tanır, böylece kapsayıcılığı teşvik eder ve tasarım sürecini demokratikleştirir.

Yukarıda sayılan avantajların yanında yapay zekâ teknolojisi sadece yeni medya alanındaki avantajlarını ve gücünü öne çıkarmakla kalmamakta, aynı zamanda insan üretiminin ve yaşamının her alanına nüfuz etmektedir.

SONUÇ

Teknoloji ilerleme devam ettikçe içerik oluşturma yöntemleri de gelişmektedir. İçerik oluşturmadaki en büyük atılımlardan biri Yapay Zekâdır. Yapay zekâ, içerik oluşturma yöntemlerini dönüştürerek onu daha verimli ve etkili hale getirmektedir. Bu çalışmada makine öğrenimi, doğal dil işleme, dijital pazarlamada otomasyon, içerik stratejisi ve SEO, içerik yönetimi ve optimizasyon teknikleri, teknoloji ve içerik oluşturma ve algoritma dahil olmak üzere yapay zekânın içerik oluşturmada kullanıldığı farklı yolları incelenmektedir. Ayrıca yapay zekânın içerik oluşturmada yaratıcılığı, verimliliği, üretkenliği ve yeniliği nasıl geliştirdiğine de incelenmektedir.

Yapay zekâ, içerik oluşturuculara hedef kitesinde yankı uyandıracak kişiselleştirilmiş içerik oluşturmak için ihtiyaç duydukları araçları sağlayarak içerik oluşturmada yaratıcılığı, verimliliği, üretkenliği ve yeniliği artırmaktadır. Teknoloji ilerlemeye devam ettikçe yapay zekânın içerik oluşturmada daha da önemli bir rol oynamasını beklenebilir. Yapay zekâ ile yaratıcı fikirler verimli bir şekilde üretilebilir ve yüksek kaliteli içerik üretimi geliştirilebilir. Yapay zekâ, emek yoğun görevleri yerine getirebilen, daha yaratıcı ve yenilikçi yaklaşımlara olanak tanıyan bir araçtır. Bu nedenle yapay zekâ içerik oluşturma da dahil olmak üzere modern yaşamın çeşitli yönlerini hızla dönüştürmektedir. Yapay zekânın içerik oluşturmadaki en önemli rollerinden biri yaratıcılığı arttırmaktır. Yapay zekâ teknolojisi, insanların üretmesi zor olabilecek benzersiz fikirlerin ve açarın yaratılmasına olanak tanır. Yapay zekâ, büyük miktarda veri üzerinde beyin fırtınası yapabilir, eğilimleri analiz edebilir ve yeni ve yenilikçi fikirlere yol açan tahminlerde bulunabilir. Ayrıca yapay zekâ algoritmaları, mevcut içerikteki

kalıpları ve benzerlikleri tespit ederek yaratıcıların çalışmalarından ilham almasına ve yeni ilgi çekici içerik parçaları geliştirmesine olanak tanıyor. Ek olarak yapay zekâ, içerik oluşturma verimliliğini etkileyebilir. İçerik oluşturma sürecinde yapay zekânın uygulanmasıyla yaratıcılar, kaliteli içerik üretmek için gereken zamanı ve çabayı etkili bir şekilde azaltarak görevleri kolaylaştırabilir. Yapay zekânın otomasyon yetenekleri, kopya düzenleme ve düzeltme gibi rutin görevleri yerine getirebilir, böylece insan meslektaşlarının içerik oluşturmalarının yaratıcı yönlerine daha fazla odaklanabilmesini sağlar. Son olarak yapay zekâ, insanın yaratıcı sürecini artırarak üretkenliği önemli ölçüde artırır. Yapay zekâ, tekrarlanan ve sıradan görevleri otomatikleştirerek personele daha yüksek değere sahip, daha stratejik faaliyetlere odaklanabilmeleri için zaman kazandırabilir. Yapay zekâ teknolojisinin hızı ve doğruluğu, kaliteli içerik üretimiyle sonuçlanır ve üretkenliği artırır. Ayrıca yapay zekâ tabanlı araçlar, son teslim tarihlerine uyulmasını ve katılım fırsatlarının kaçırılmamasını sağlayarak zaman içinde verimliliği artırabilir. Sağladığı avantajlara rağmen yapay zekâ ile içerik oluştururken dikkat edilmesi gereken etik ve kalite standartları bulunmaktadır. İnsan denetimi ve revizyon, yapay zekâ tarafından üretilen içeriğin doğruluğunu ve niteliğini artırmak için önemlidir. Ayrıca, kullanıcı verilerinin gizliliği ve telif hakları gibi konular da göz önünde bulundurulmalıdır.

KAYNAKÇA

- AIContentfy, (2023). The role of AI in content generation and production. <https://aicontentfy.com/en/blog/role-of-ai-in-content-generation-and-production#:~:text=Advantages%20of%20using%20AI%20in%20content%20creation,-%22Advantages%20of%20using&text=For%20instance%2C%20AI%2Dpowered%20tools,it%20more%20visible%20and%20shareable.,> (Erişim Tarihi:14.12.2023).
- Ay, A. (2022). Yapay Zekâ Haberciliği ve Gazetecilik Tartışmalarına Dair Bir Değerlendirme. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 12(4), 913-926.
- Biswal, S. K., & Gouda, N. K. (2020). Artificial intelligence in journalism: A boon or bane?. *Optimization in machine learning and applications*, 155-167.
- Broussard, M., Diakopoulos, N., Guzman, A. L., Abebe, R., Dupagne, M., & Chuan, C. H. (2019). Artificial intelligence and journalism. *Journalism & mass communication quarterly*, 96(3), 673-695.
- Brown, Tom B., Benjamin Mann, Nick Ryder, Melanie Subbiah, Jared Kaplan, Prafulla Dhariwal, Arvind Neelakantan, Pranav Shyam, Girish Sastry, Amanda Askell, and et al. (2020). Language Models Are Few-Shot Learners. *Advances in Neural Information Processing Systems*. Available online: <https://arxiv.org/abs/2005.14165v4> (Erişim Tarihi: 14.12.2023).
- Castro, D., & New, J. (2016). The Promise of Artificial Intelligence. Washington, DC and Brussels. Available online: <https://www2.datainnovation.org/2016-promise-of-ai.pdf> (Erişim Tarihi:14.12.2023).
- 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.
- Cook, C. (2021). *The next wave of disruption: Emerging market media use of artificial intelligence and machine learning*. Centro Latinoamericano de Investigacion Periodistica (CLIP).
- 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.
- De-Lima-Santos, M. F., & Salaverría, R. (2021). From data journalism to artificial intelligence: challenges faced by La Nación in implementing computer vision in news reporting. *Palabra Clave*, 24(3), 1-40.
- Demirdelen, Ö., & Kandemir, Ş. (2020). İleri düzey teknolojinin getirdiği yeni bir sorun: Yapay zekânın hukuk ile ilişkisi. *Yapay Zekâ ve Büyük Veri Kitap Serisi*, 1, 366-388.
- Erdal, I. J. (2011). Coming to terms with convergence journalism: Cross-media as a theoretical and analytical concept. *Convergence*, 17(2), 213-223.
- Gage, J. (2020). What's GPT-3?—Technically. Technically. Available online: <https://technically.substack.com/p/whats-gpt-3> (Erişim Tarihi: 14.12.2023).
- Gelgel, N. M. R. A. (2020). Will technology take over journalism. *Informasi*, 50(2), 2502-3837.
- Li, Y. (2019). Impact of Artificial Intelligence on Creative Digital Content Production. *Journal of Digital Art Engineering and Multimedia*, 6(2), 121.
- Linden, C. G. (2017). Decades of Automation in the Newsroom: Why are there still so many jobs in journalism?. *Digital journalism*, 5(2), 123-140.
- Liu, G., Du, H., Niyato, D., Kang, J., Xiong, Z., & Kim, D. I. (2023). Semantic communications for artificial intelligence generated content (AIGC) toward effective content creation. *arXiv preprint arXiv:2308.04942*.
- Lu, Z., & Nam, I. (2021). Research on the influence of new media technology on internet short video content production under artificial intelligence background. *Complexity*, 2021, 1-14.
- Mahesh, B. (2020). Machine learning algorithms-a review. *International Journal of Science and Research (IJSR).[Internet]*, 9(1), 381-386.
- McCarthy, J. (1998). What Is Artificial Intelligence? *CogPrints*; Stanford. Available online: <http://cogprints.org/412/2/whatisai.ps>, (Erişim Tarihi: 14.15.2023).
- Montal, T., & Reich, Z. (2017). I, robot. You, journalist. Who is the author? Authorship, bylines and full disclosure in automated journalism. *Digital Journalism*, 5(7), 829-849.
- Öztürk, K., & Şahin, M. E. (2018). Yapay sınır ağları ve yapay zekâ'ya genel bir bakış. *Takvim-i Vekayi*, 6(2), 25-36.
- Pirim, A. G. H. (2006). Yapay zeka. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 1(1), 81-93.
- Shinde, P. P., & Shah, S. (2018). A review of machine learning and deep learning applications. In *2018 Fourth international conference on computing communication control and automation (ICCCUBEA)* (pp. 1-6). IEEE.
- Sjovaag, H. (2016). Introducing the Paywall: A case study of content changes in three online newspapers. *Journalism Practice*, 10(3), 304-322.
- Startup AI, (2023). The Role of Artificial Intelligence in Content Creation. <https://www.linkedin.com/pulse/role-artificial-intelligence-content-creation-startuppro>, (Erişim Tarihi:14.12.2023).
- Umamaheswari, S., & Valarmathi, A. (2023). Role of Artificial Intelligence in The Banking Sector. *Journal of Survey in Fisheries Sciences*, 10(4S), 2841-2849.
- Wichert, A. (2020). *Principles of Quantum Artificial Intelligence: Quantum Problem Solving and Machine Learning (Second Edition)*. WSPC.

Use of Artificial Intelligence Tools in Content Production

Research Article

İlker Cem GÜZELDEMİRÇİ

Graduate Student, Istanbul Aydın University,
Institute of Graduate Studies, New Media,
ilkercem46@hotmail.com
ORCID: 0009-0005-3406-7806
DOI: 10.5281/zenodo.10570855

ABSTRACT

As technology continues to advance, content creation methods also evolve. One of the biggest breakthroughs in content creation is Artificial intelligence. Artificial intelligence is transforming content creation methods, making it more efficient and effective. This study examines the different ways AI is used in content creation, including machine learning, natural language processing, automation in digital marketing, content strategy and SEO, content management and optimization techniques, technology and content creation, and algorithm. It also examines how artificial intelligence improves creativity, efficiency, productivity and innovation in content creation. As a result, artificial intelligence, machine learning, natural language processing, automation in digital marketing, content strategy and SEO, content management and optimization techniques are transforming content creation by making it faster, more efficient and cost-effective.

Key Words: Technology, Artificial Intelligence, Machine Learning, Content creation, News.