

T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI

YAPAY ZEKÂ HABERCİLİĞİ VE DİJİTAL ETİK

Kerem KABA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman: Doç. Dr. Mustafa BOSTANCI

EYLÜL-2024

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

YAPAY ZEKÂ HABERCİLİĞİ VE DİJİTAL ETİK

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Kerem KABA

Enstitü Anabilim Dalı: Gazetecilik

“Bu tez 12/09/2024 tarihinde online olarak savunulmuş olup aşağıdaki isimleri bulunan jüri üyeleri tarafından oybirliği ile kabul edilmiştir.”

JÜRİ ÜYESİ	KANAATİ
Doç. Dr. Mustafa BOSTANCI	Başarılı
Doç. Dr. Nesrin AKINCI ÇÖTOK	Başarılı
Doç. Dr. Gonca UNCU	Başarılı

ETİK BEYAN FORMU

Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının benzerlik oranının herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve Etik Kurul Onayı gerektiği takdirde onay belgesini aldığımı beyan ederim.

Etik kurul onay belgesine ihtiyaç var mıdır?

Evet ☒

Hayır ☐

(Etik Kurul izni gerektiren araştırmalar aşağıdaki gibidir:

- Anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ya da nicel yaklaşımlarla yürütülen her türlü araştırmalar,
- İnsan ve hayvanların (materyal/veriler dahil) deneysel ya da diğer bilimsel amaçlarla kullanılması,
- İnsanlar üzerinde yapılan klinik araştırmalar,
- Hayvanlar üzerinde yapılan araştırmalar,
- Kişisel verilerin korunması kanunu gereğince retrospektif çalışmalar.)

Kerem KABA
12/09/2024

ÖN SÖZ

Bu tezi hazırlarken, yapay zekâ teknolojilerinin habercilikteki kullanımı ve bu kullanımın doğurduğu etik sorunlar üzerine derinlemesine bir inceleme gerçekleştirdim. Dijital çağın getirdiği yenilikler ve bu yeniliklerin toplumsal etkileri üzerine yoğunlaştım. Tezimin, yapay zekâ destekli habercilik uygulamalarının etik boyutlarını anlamak ve bu alanda daha sorumlu bir yaklaşım geliştirmek adına önemli bir katkı sağlayacağına inanıyorum. Yapay zekâ haberciliği ve dijital etik üzerine çalıştığım bu tezi hazırlarken pek çok kişinin desteğini ve yardımını aldım. Bu desteklerin değerini bilmek ve minnettarlığımı ifade etmek adına bu ön sözü yazıyorum.

İlk olarak, tez danışmanım Doç. Dr. Mustafa BOSTANCI' ya en içten ve derin teşekkürlerimi sunuyorum. Yönlendirmeleri, motivasyonu ve tecrübeleri ile her an yanımda olduğundan dolayı kendisinin bilgi birikimi ve rehberliği bu tezin her aşamasında kritik rol oynadı.

Aileme ve dostlarıma, destekleri ve anlayışları için minnettarım. Onların moral desteği ve inancı, zorlu araştırma sürecinde beni ileriye taşıyan en büyük güç oldu. Aileme ve dostlarıma, sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

Bu tezin oluşumunda emeği geçen herkese teşekkür ederim. Destekleriyle bu çalışmanın hayata geçmesini sağlayan herkese minnettarım.

Kerem KABA
12/09/2024

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR.....	iv
TABLO LİSTESİ.....	v
ŞEKİL LİSTESİ	vi
ÖZET	vii
ABSTRACT	viii

GİRİŞ.....	1
------------	---

1. BÖLÜM: YAPAY ZEKÂ HABERCİLİĞİ.....	9
---------------------------------------	---

1.1. Haber ve Habercilik Kavramı	10
1.1.1. Haberciliğin Tarihsel Süreci ve Teknoloji Gelişmeler	13
1.1.2. Yeni Medya Kavramı ve Habercilik	24
1.2. Yapay Zekâ Haberciliği.....	29
1.2.1. Yapay Zekâ Kavramı	31
1.2.2. Yapay Zekâ ve Habercilik İlişkisi.....	39
1.2.3. Robot Gazeteciliği ve Yapay Zekâ Haberciliği	40
1.3. Yapay Zekâ ve Haber Üretim Süreçleri	43
1.3.1. Haber Değeri Taşıyan Verileri Toplama.....	44
1.3.2. Veri Temizliği ve Ön İşleme	45
1.3.3. Metin Oluşturma	47
1.3.4. Düzeltmeler ve İyileştirmeler	47
1.3.5. Yayımlama ve Dağıtım	49
1.3.6. Okuyucudan Geri Dönüş Alma.....	50
1.4. Yapay Zekânın Kendini Yenilemesi ve Geliştirmesi	51
1.5. Bilgisayar Dili, Makine Öğrenmesi ve Doğal Dil İşleme (NLP)	52
1.6. Yapay Zekâ Haberlerinin Avantajları ve Dezavantajları	57
1.6.1. Yapay Zekâ Haberlerin Avantajları	58
1.6.1.1. Hız ve Verimlilik.....	58
1.6.1.2. 7/24 Haber Üretimi	60
1.6.1.3. Büyük Veriyi İşleme Yeteneği.....	61
1.6.1.4. Dil Çevirisi ve Kavramsal Anlama	62
1.6.1.5. Kişiselleştirilmiş Haber	63

1.6.1.6. Makine Tarafsızlığı	64
1.6.1.7. Kalite, Kontrol ve Düzeltme	66
1.6.1.8. Makine Öğrenmesi ve Sürekli İyileştirme	67
1.6.2. Yapay Zekâ Haberlerinin Dezavantajları.....	68
1.6.2.1. Duygusal Zekâ Eksikliği	69
1.6.2.2. Kalite Sorunları	70
1.6.2.3. İnsan İşsizliği Endişesi	72
1.6.2.4. Veri Hassasiyeti ve Gizlilik Endişesi	73
1.6.2.5. Teknolojik Sorunlar.....	75
1.6.2.6. Aşırı Bilgi ve Dezenformasyon.....	76
1.6.2.7. İçerik Zenginliği Eksikliği	77
1.6.2.8. Manipülasyon Riski	78
2. BÖLÜM: DİJİTAL ETİK KAVRAMI VE HABERCİLİK	80
2.1. Etik Kavramı	81
2.2. Etik Teoriler ve Temel Yaklaşımlar	82
2.3. Dijital Etik Kavramı	87
2.3.1. Dijital Mahremiyet ve Veri Gizliliği	90
2.3.2. Siber Güvenlik ve Etik.....	92
2.3.3. Kişisel Verilerin Güvenliği	93
2.3.4. Dijital Haklar, Sorumluluklar ve Dijital Vatandaş Kavramı	94
2.3.5. Medya ve Dijital Etik.....	95
2.4. Etik ve Habercilik.....	98
2.4.1. Haberciliğin Temel Etik İlkeleri	99
2.4.1.1. Doğruluk	99
2.4.1.2. Güvenilirlik	100
2.4.1.3. Gerçeklik	101
2.4.1.4. Bağımsızlık	102
2.4.1.5. Tarafsızlık ve Nesnellik (Objektiflik)	103
2.4.1.6. Şeffaflık/Saydamlık.....	104
2.4.1.7. Eşitlik/Dengelik	105
2.4.1.8. Haber Kaynağına Saygı ve Özel Yaşamın Gizliliği.....	106
2.4.1.9. Kamuoyu Bilgilendirme Sorumluluğu	107

2.4.2. Dijital Haberciliğin Etik İlkeleri	108
2.4.2.1. Dijital Kaynakların Doğrulanması	110
2.4.2.2. Veri Güvenilirliği ve Şeffaflık	111
2.4.2.3. Dijital Bağımsızlık ve Tarafsızlık	113
2.4.2.4. Dijital Medya Sorumluluğu ve İfade Özgürlüğü	114
2.4.2.5. Yalan Haber ve Manipülasyon	115
2.4.3. Haberin Dijitalleşmesi ile Birlikte Ortaya Çıkan Etik Problemler	117
2.4.3.1. Yalan Haber ve Yanıltıcı Bilgi Yayılımı	118
2.4.3.2. Görsel ve İşitsel Manipülasyonlar	119
2.4.3.2. Kopya ve İçerik Hırsızlığı	119
2.4.3.3. Tıklanma Odaklı Habercilik	120
3. BÖLÜM: PROFESYONEL HABERCİLİKTE YAPAY ZEKÂ	
KULLANIMININ DİJİTAL ETİK PERSPEKTİFİNDEN ANALİZİ	122
3.1. Metodoloji	122
3.1.1. Araştırmanın Problemi ve Soruları	123
3.1.2. Araştırmanın Amacı	125
3.1.3. Araştırmanın Önemi	126
3.1.4. Araştırmanın Hedefi	127
3.1.5. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları	128
3.1.6. Araştırmanın Yöntemi	129
3.1.7. Araştırmanın Veri Analizi ve Bulguları	133
3.1.7.1. 1. Tema Yapay Zekâ Destekli Haber Üretiminin Haber Etiği Üzerindeki Etkileri	137
3.1.7.2. 2. Tema Dijital Etik Sorunlar	147
3.1.7.3. 3. Tema Yapay Zekâ ve Gazetecilik Pratikleri	156
3.1.7.4. 4. Tema Yapay Zekâ Haberciliği Etik İlke ve Yaklaşımlar	163
SONUÇ	167
KAYNAKÇA	182
EK	195
ÖZ GEÇMİŞ	206

KISALTMALAR

- YZ** : Yapay Zekâ
AI : Artificial Intelligence (Yapay Zekâ)
AK : Akademisyen Katılımcı
UZ : Uzman Katılımcı
GK : Gazeteci Katılımcı
NLP : Doğal dil işleme (Natural Language Processing)



TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Araştırma Katılımcı Sayıları	132
Tablo 2: Kodlama Şeması ve Kodların Kullanım Amacı	137



ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1: Yapay Zekâ Destekli Haber Üretiminin Haber Etiği Üzerindeki Etkileri Teması Kod Dağılımı	138
Şekil 2: Yapay Zekâ Destekli Haber Üretiminin Haber Etiği Üzerindeki Etkileri Teması Ana Kod Dağılımı	141
Şekil 3: Dijital Etik Sorunlar Teması Kod Dağılımı	147
Şekil 4: Dijital Etik Sorunlar Teması Ana Kod Dağılımı	151
Şekil 5: Yapay Zekâ ve Gazetecilik Pratikleri Teması Kod Dağılımı	157
Şekil 6: Yapay Zekâ ve Gazetecilik Pratikleri Teması Ana Kod Dağılımı.....	159
Şekil 7: Yapay Zekâ Haberciliği Etik İlke ve Yaklaşımlar Teması Kod Dağılımı	163

ÖZET	
Başlık: Yapay Zekâ Haberciliği ve Dijital Etik	
Yazar: Kerem KABA	
Danışman: Doç. Dr. Mustafa BOSTANCI	
Kabul Tarihi: 12/09/2024	Sayfa Sayısı: viii (ön kısım) + 194 (ana kısım) + 11 (ek)
Teknolojik gelişmeler, haber endüstrisi üzerinde giderek artan bir etki yaratmaktadır. Haberin toplanmasından tüketimine kadar bütün süreçlerde dijital teknolojiler belirleyici bir rol oynamaktadır. Bu dijital dönüşüm, gazetecilikte yeni mesleki pratiklerin ortaya çıkmasına ve habercilik faaliyetlerinin dijital medya platformlarına taşınmasına neden olmuştur. Bu bağlamda, yapay zekâ teknolojileriyle birlikte haber üretimi, günümüzde önemli bir tartışma konusu haline gelmiştir. Yapay zekâ, haber üretim sürecinin her aşamasında; bilgi toplama, yazma ve dağıtım gibi aşamalarda kullanılmaktadır. Bu, gazetecilik mesleğinde köklü değişikliklere yol açabilecek potansiyele sahiptir. Yapay zekâ ile teknolojik gelişmelerin habercilik üzerindeki etkisi, beraberinde önemli değişiklikleri ve etik sorunları getirmiştir. Yapay zekâ destekli haber üretiminde birçok etik problem ortaya çıkmaktadır. Etik, toplum tarafından kabul edilen doğru ve ahlaki davranışları tanımlarken, dijital dünyada bu kavram "dijital etik" olarak adlandırılmaktadır. Bu araştırma, yapay zekâ teknolojilerinin habercilik alanındaki etkilerini, yapay zekâ destekli haber üretiminin nasıl gerçekleştiğini ve dijital etik çerçevesinden bu sürecin nasıl yönetilebileceğini incelemektedir. Araştırma kapsamında, nitel araştırma yöntemlerinden olan görüşme yöntemiyle; yapay zekâ uzmanlarından, gazetecilerden ve akademisyenlerden görüşleri alınarak kapsamlı bir içerik analizi yapılmıştır. Bu araştırma, yapay zekâ haberciliğinin mesleki etiği açısından ortaya çıkan sorunları dört ana tema üzerinden inceleyerek; etik ilkeleri, dijital etik sorunları, gazetecilik pratiklerini ve yapay zekâ haberciliğinin kapsamını değerlendirmiştir. Özellikle akademisyenler yapay zekâ haberciliğinin etik boyutlarına daha fazla vurgu yaparken etik standartların oluşturulmasının gerekliliğine ve mevcut düzenlemelerin yetersiz olduğuna dikkat çekmişlerdir. Gazeteciler ise pratik zorluklara ve yapay zekâ ile haber üretiminin mesleki pratiklere olan etkilerine odaklanmıştır. Sonuçlar, yapay zekâ haberciliğinin büyük fırsatlar sunduğunu, ancak dikkatli yönetilmediği takdirde ciddi etik sorunlara yol açabileceğini göstermektedir.	
Anahtar Kelimeler: Yapay Zekâ, Dijital Etik, Habercilik, Yapay Zekâ Haberciliği	

ABSTRACT	
Title of Thesis: Artificial Intelligence Journalism and Digital Ethics	
Author of Thesis: Kerem KABA	
Supervisor: Assoc. Prof. Mustafa BOSTANCI	
Accepted Date: 12/09/2024	Number of Pages: viii (pre text) + 194 (main body) + 11 (add)
Technological developments have an increasing impact on the news industry. Digital technologies play a decisive role in all processes from news gathering to consumption. This digital transformation has led to the emergence of new professional practices in journalism and the transfer of journalistic activities to digital media platforms. In this context, news production with artificial intelligence technologies has become an important topic of discussion today. Artificial intelligence is used at every stage of the news production process, such as information gathering, writing and distribution. This has the potential to lead to radical changes in the journalism profession. The impact of artificial intelligence and technological developments on journalism has brought significant changes and ethical problems. Many ethical problems arise in artificial intelligence-supported news production. While ethics defines the correct and moral behaviours accepted by society, in the digital world this concept is called “digital ethics”. This research examines the effects of artificial intelligence technologies in the field of journalism, how artificial intelligence-supported news production takes place and how this process can be managed within the framework of digital ethics. Within the scope of the research, a comprehensive content analysis was conducted by interview method, which is one of the qualitative research methods, by taking the opinions of artificial intelligence experts, journalists, and academicians. This research analysed the problems arising in terms of professional ethics of artificial intelligence journalism through four main themes: ethical principles, digital ethical problems, journalistic practices and the scope of artificial intelligence journalism. While academics emphasised the ethical dimensions of artificial intelligence journalism more, they drew attention to the necessity of establishing ethical standards and the inadequacy of existing regulations. Journalists, on the other hand, focused on practical difficulties and the effects of news production with artificial intelligence on professional practices. The results show that artificial intelligence journalism offers great opportunities, but if not managed carefully, it can lead to serious ethical problems.	
Keywords: Artificial Intelligence, Digital Ethics, Journalism, Artificial Intelligence Journalism	

GİRİŞ

Yapay zekâ, insana ait zekâyı taklit edebilen ve belirli görevleri otonom bir şekilde yerine getirebilen bilgisayar sistemleri olarak ifade edilmektedir. Bu teknoloji; öğrenme, problem çözme, dil işleme ve görselleştirme gibi karmaşık bilişsel süreçleri gerçekleştirebilme yeteneğine sahiptir. Yapay zekâ kavramı ilk olarak yirminci yüzyılın ortalarında ortaya atılmış ve o tarihten bu yana hızla gelişerek hayatın birçok alanında önemli değişiklikler meydana getirmiştir. Yapay zekânın evrimi bilgisayar bilimleri ve mühendislik alanlarındaki ilerlemelerle desteklenmiş ve günümüzde özellikle medya ve habercilik gibi sektörlerde kritik bir rol oynamaya başlamıştır.

Yapay zekâ haberciliği, yapay zekânın haber üretim süreçlerinde kullanılmaya başlamasıyla ortaya çıkan bir kavramdır. Bu haberlerin toplanması, işlenmesi ve dağıtılması süreçlerinde yapay zekâ algoritmalarının kullanılması anlamına gelmektedir. Yapay zekâ haberciliği, büyük veri setlerinin analiz edilmesi, haber metinlerinin otomatik olarak yazılması ve özelleştirilmiş içeriklerin oluşturulması gibi çeşitli uygulamaları içermektedir. Yapay zekâ teknolojinin habercilikte kullanımı, haber üretim süreçlerini hızlandırmakta; doğruluk ve tarafsızlık açısından yeni standartlar getirmekte ve okuyuculara daha kişiselleştirilmiş deneyimler sunmaktadır.

Yapay zekânın tarihsel sürecine bakıldığında 1956 yılında Dartmouth Konferansı ile resmi olarak başlamış ve ilk yıllarında sınırlı uygulamalarla kendini göstermiştir. 1980'lerde ve 1990'larda makine öğrenimi ile sinir ağları teknolojileriyle yeni bir ivme kazanan yapay zekâ, 2000'li yıllarda veri madenciliği ve büyük veri analizinin gelişmesiyle daha geniş çapta kullanılmaya başlanmıştır. Günümüzde ise derin öğrenme ve doğal dil işleme gibi ileri düzey teknikler sayesinde yapay zekâ sistemleri insan benzeri yeteneklere sahip uygulamalar geliştirmektedir.

Teknolojinin hızlı bir şekilde gelişimiyle birlikte, haber endüstrisi de önemli değişimler yaşamıştır. Özellikle yeni medya; dijital teknolojiler ve internetin sağladığı olanaklar sayesinde geleneksel medyadan oldukça farklı bir alan olarak hayatımıza girmiştir. İnteraktif, katılımcı ve dinamik yapısıyla yeni medya, bilgiye erişim ve iletişim şekillerinde köklü değişiklikler yaratmıştır. Bu dönüşüm, gazetecilik ve haber üretim süreçlerini de etkilemiştir. Habercilik artık sadece basılı gazete veya televizyon haberleriyle sınırlı kalmamakta, yapay zekâ ile dijital platformlar üzerinden hızlı ve geniş kitlelere ulaşan bir yapı kazanmaktadır. Habercilikte haber üretim süreçleri; bilginin

toplanması, doğrulanması, işlenmesi ve yayılması aşamalarından oluşmaktadır. Geleneksel yöntemlerde gazeteciler, sahadan bilgi toplayarak ve kaynaklarla doğrudan iletişim kurarak bu süreçleri yürütmektedir. Ancak, YZ'nin bu süreçlere entegrasyonu ile veri toplama ve analiz süreçleri otomatikleştirilmekte, doğru ve güvenilir haberlerin daha hızlı bir şekilde üretilmesi mümkün hale gelmektedir.

Haber üretim süreçleri, dijital araçlar ve teknolojiler kullanılarak daha verimli ve etkin hale gelmiştir. Yapay zekâ (YZ) teknolojileri, bu değişimin merkezinde yer alarak haber üretiminden dağıtımına kadar birçok alanda önemli role sahiptir. Yapay zekâ haberciliği, haberlerin üretiminden analizine ve hatta kişiselleştirilmiş içerik önerilerine kadar birçok süreci etkilemektedir. Ancak, bu teknolojilerin kullanımıyla birlikte ortaya çıkan etik sorunları da göz ardı edilmemelidir. Yapay zekâ haberciliği ve dijital etik konuları bu noktada önem kazanmaktadır.

Etik kavramı, bireylerin ve kurumların davranışlarını yönlendiren ahlaki ilkeleri ve değerleri ifade etmektedir. Habercilikte etik, doğruluk, tarafsızlık, bağımsızlık ve sorumluluk gibi temel prensipleri içermektedir. Yapay zekâ teknolojilerinin habercilikte kullanımı, bu etik prensiplerin yeniden değerlendirilmesini gerektirmektedir. Dijital etik, dijital teknolojilerin ve uygulamaların toplumsal etkilerini ve bu etkilerin etik boyutlarını incelemektedir. Dijital çağda etik; kullanıcı gizliliği, veri güvenliği, algoritmik şeffaflık ve hesap verebilirlik gibi konuları kapsamaktadır.

Yapay zekâ, doğal dil işleme (NLP), makine öğrenimi ve derin öğrenme gibi tekniklerle haber endüstrisine büyük katkılar sağlamaktadır. Haber içeriğinin otomatik olarak oluşturulması, kişiselleştirilmiş haber önerileri ve haberin hızlı bir şekilde analiz edilmesi gibi uygulamalar, yapay zekâ haberciliğinin başlıca örnekleridir. Ancak, bu teknolojilerin kullanımıyla birlikte bazı sorunlar da ortaya çıkmaktadır. Özellikle haber içeriğinin güvenilirliği, doğruluğu, tarafsızlığı vb. etik konular, yapay zekâ haberciliğinin önemli tartışma noktaları arasında yer almaktadır.

Dijital etik konusunun, teknolojinin haber endüstrisine katılımında oldukça önemli bir rolü vardır. Yapay zekâ haberciliği alanında etik ilkelerinin sağlanması, habercilik temel değerleri göz önünde tutulduğunda oldukça gerekli görülmektedir. Bu bağlamda, haber içeriğinin doğruluğu, tarafsızlığı, kullanıcı gizliliği ve veri güvenliği gibi konular üzerinde durulması gerekmektedir. Bununla birlikte, yapay zekâ tabanlı haberleşme sistemlerinin dijital etik perspektifinden değerlendirilmesi oldukça önemlidir.

Yapay zekâ haberciliği ve dijital etik kapsamlı bu çalışma, yapay zekânın habercilik süreçlerini entegrasyonun getirdiği fırsatlar ve zorluklar üzerinde durmaktadır. Özellikle dijital etik perspektifinden bakıldığında, yapay zekâ sistemlerinin şeffaflığı ve hesap verebilirliği, algoritmik ön yargılar ve veri güvenliği gibi konular önem kazandığı görülmektedir. Bu çalışma, yapay zekâ destekli habercilik uygulamalarının etik ilkelerle uyumlu bir şekilde nasıl geliştirilebileceğini araştırarak habercilik sektöründe daha etik ve sorumlu bir yapay zekâ kullanımına katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Araştırma nitel araştırma yöntemlerinden olan içerik analizi yöntemiyle, medya profesyonellerinin, yapay zekâ uzmanlarının ve akademisyenlerin; deneyim ve görüşlerini analiz ederek, yapay zekâ teknolojilerinin haber üretiminde dijital etik açısından nasıl kullanılabileceğini ortaya koymayı hedeflemektedir. Böylece, yapay zekâ ve dijital etik arasındaki etkileşim ve bu etkileşimin habercilik sektörüne olan etkileri kapsamlı bir şekilde incelenebilecektir.

Araştırmanın Konusu

Teknolojinin hızlı gelişimiyle birlikte, haber endüstrisi de önemli değişimler yaşamaktadır. Yapay zekâ (YZ) teknolojileri, bu değişimin merkezinde yer alarak haber üretiminden dağıtımına kadar birçok alanda önemli role sahiptir. Yapay zekâ haberciliği, haberlerin üretiminden dağıtımına hatta kişiselleştirilmiş içerik önerilerine kadar birçok süreci etkilemektedir. Ancak, bu teknolojilerin kullanımıyla birlikte ortaya çıkan etik sorunlar da göz ardı edilmemelidir. Yapay zekâ haberciliği ve dijital etik konuları bu noktada önem kazanmaktadır.

Yapay zekâ, doğal dil işleme (NLP) teknikleri, makine öğrenimi ve derin öğrenme gibi üst düzey teknikler aracılığıyla haber sektörüne oldukça fazla katkı sağlama başlamıştır. Haber içeriğinin çok hızlı ve otomatik bir biçimde oluşturulması, kişiye özel haber önerileri ve haberin hızlı bir biçimde analizi, yapay zekâ haberciliğinin en büyük örnekleridir. Fakat, bu teknolojilerin kullanımıyla ortaya bazı problemler çıkmaktadır. Özellikle haber içeriğinin doğruluğu, tarafsızlığı, güvenilirliği vb. etik konular, yapay zekâ haberciliğinin önemli tartışma konuları arasında yer almaktadır.

Dijital etik, teknolojinin haber endüstrisine entegrasyonunda önemli bir rol oynamaktadır. Yapay zekâ haberciliği alanında etik ve güvenilirlik ilkelerinin sağlanması, haberciliğin temel değerlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda, haber içeriğinin

doğruluğu, tarafsızlığı, kullanıcı gizliliği ve veri güvenliği gibi konular üzerinde durulmaktadır. Ayrıca, yapay zekâ tabanlı haberleşme sistemlerinin etik denetimi ve şeffaflığı da dijital etik perspektifinden oldukça öneme sahiptir.

Teknolojik gelişmeler gazetecilik ve haber endüstrisi üzerindeki etkisini her geçen gün arttırmaktadır. Günümüzde gelinen son noktada ise haberi toplamadan yazmaya, servis edilmesinden tüketimine kadar olan süreçlerin tamamında dijital teknolojiler etkin rol almaktadır. Dijital teknolojilerle birlikte gazetecilikte yeni mesleki pratikler ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu mesleki pratikler günümüzde dijital medya ortamlarında gerçekleştirilen habercilik faaliyetlerine kadar evrilmiştir. Habercilik alanında en son ulaşılan aşamada tartışma konusu olarak karşımıza yapay zekâ teknolojisi yardımıyla haber üretimi çıkmaktadır. Dijital ortamda gerçekleşen bu habercilik türünün gazetecilik mesleğindeki haber üretim süreçlerinde köklü değişikliklere neden olabileceği ön görülmektedir. Yapay zekâ haberciliğinde haber üretimi, bilginin toplanmasından dağıtımına kadar her aşamada yapay zekânın olduğu bir gazetecilik türünü ifade etmektedir. Bu gazetecilik türü araştırılması gereken bir konu olarak görülmektedir.

Tarihsel süreçte teknolojik gelişmelerin habercilik alanına etkisi beraberinde köklü değişiklikleri ve etik problemleri ortaya çıkarmıştır. Yapay zekâ destekli habercilikte mesleki açıdan akıllarda soru işareti bırakan birçok etik problemler olduğu görülmektedir. Etik kavramı, insanların biriyle olan toplumsal ilişkilerinde doğruyu ve toplum tarafından kabul görmüş ahlaki davranışı açıklamak için kullanılırken; günümüzde ise dijital bağlamlardaki sanal ağ ilişkilerine ve davranışlarına açıklık getirmek amacıyla yeni bir kavram olarak 'dijital etik' kavramı kullanılmaktadır. Dijital etik kavramı, dijital ortamlarda ahlaki kuralları ve değerleri ifade etmektedir. Dijital etik çevrim içi dünyada insanlar arasındaki etkileşimlerin; adil, saygılı, güvenilir, dürüst, tarafsız ve sorumluluk bilinci etrafında şekillenmesine yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Bu çalışmada yapay zekâ teknolojilerinin habercilik alanındaki etkilerini, yapay zekâ haberciliğinin ne olduğunu, dijital etik çerçevesinde nasıl gerçekleştirilebileceğini ve gelecekte bu teknolojinin gazetecilik mesleğine ne gibi avantaj ve dezavantajları olabileceği açıklanmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, yapay zekâ teknolojilerinin gazetecilik ve haber üretim süreçlerine olan etkilerini detaylı bir şekilde inceleyerek, bu teknolojilerin haberlerin doğruluğu, güvenilirliği ve tarafsızlığı üzerindeki potansiyel etkilerini değerlendirmektir. Ayrıca, dijital medyanın yaygınlaşmasıyla ortaya çıkan yeni etik problemleri belirlemek ve bu sorunlara uygun çözüm önerileri sunmak da araştırmanın önemli amaçları arasındadır. Araştırma, yapay zekâ teknolojilerinin medya sektöründe etik ilkelerle uyumlu bir şekilde nasıl entegre edilebileceğini ortaya koymayı hedeflemekte olup, medya profesyonellerinin yapay zekâ kullanımına dair deneyim ve görüşleri doğrultusunda şeffaflık ve denetlenebilirlik açısından iyileştirme yollarını araştırmayı da amaçlamaktadır.

Araştırmanın temel amacı, yapay zekâ haberciliği ve dijital etik konularını derinlemesine inceleyerek, bu alanlardaki güncel gelişmeleri ve etik sorunları analiz etmektir. Bu kapsamda, yapay zekâ teknolojilerinin gazetecilik ve haber üretim süreçlerine olan etkilerini araştırmak ve bu teknolojilerin haberlerin doğruluğu, güvenilirliği ve tarafsızlığı üzerindeki potansiyel etkilerini değerlendirmek araştırmanın ana hedefleri arasındadır.

Araştırma, yapay zekâ haberciliği ve dijital etik konularındaki literatürü kapsamlı bir şekilde tarayarak mevcut bilgiyi derlemek ve bu alana yeni bir perspektif kazandırmayı hedeflemektedir. Bunun yanı sıra, gazetecilerin ve haber kuruluşlarının yapay zekâ teknolojilerini etik ilkelerle uyumlu bir şekilde nasıl kullanabileceğini belirlemek de amaçlanmaktadır. Araştırma sürecinde nitel araştırma yöntemlerinden olan içerik analizi kullanılarak, medya profesyonellerinin; deneyim ve görüşleri doğrultusunda yapay zekâ algoritmalarının; şeffaflık ve denetlenebilirlik gibi etik konular açısından nasıl iyileştirilebileceği incelenecektir. Bu sayede, yapay zekâ teknolojilerinin medya sektöründe etik ve sorumlu bir şekilde kullanımına dair önemli bilgiler ortaya çıkarılabilecektir.

Araştırmanın Önemi

Teknolojik gelişmeler gazetecilik alanında birçok değişim ve dönüşüme neden olmuştur. Gazetecilikte yapay zekâ haberciliği faaliyetlerinin artmasından dolayı yapay zekâ haberciliğinin gazetecilik alanında birçok dönüşüme sebep olacağı beklenmektedir. Bu dönüşümlerden meydana gelecek etkiler gazetecilik mesleğinin temel yapı taşlarını etkileyecek ve temel mesleki pratiklerinin değişmesine neden olacaktır. Yapay zekânın

gazetecilik mesleğindeki etkisinin her geçen gün artması ve gazetecilikteki etik sorunların dijitalleşme ile kendine yeni etik sorunlar eklemesi gibi nedenler yapay zekâ destekli haberciliği yeni bir araştırma alanı olarak karşımıza çıkarmaktadır.

Araştırmada ulaşılmak istenen en temel amaç yapay zekâ destekli habercilikte; daha hızlı, verimli, doğru, güvenilir ve etik bir habercilik yaklaşımın nasıl olabileceğine katkı sağlamaktır. Bu kavramlar bilgiye erişimin kolaylaştığı ve hayatın dijitalleştiği günümüz dijital toplumunda habere olan güveni korumak açısından oldukça önemli bir rolü vardır. Yapay zekâ destekli habercilik faaliyetleri günümüzde gazetecilik alanında kendine yeni alan açmaya başladığından dolayı bu habercilik türü tam olarak tanımlanmamıştır. Yapay zekâ teknolojisi ve habercilik bu açıdan incelenmesi ve ele alınması gereken önemli bir konu olarak karşımızda durmaktadır.

Literatürdeki daha önceki çalışmalara bakıldığında genelde yapay zekâ haberciliğinin robot gazetecilik bağlamında ele alınarak değerlendirildiği; “yapay zekâ haberciliği” ile “robot gazeteciliği” habercilik türlerinin sıklıkla birbiriyle karıştırıldığı görülmektedir. Günümüzde ise yapay zekâ haberciliğin birtakım özellikleriyle robot gazeteciliğinden ayrıldığını söylemek mümkündür. Robot gazeteciliği; haberin dijital algoritmalar tarafından oluşturulması olarak ifade edilirken yapay zekâ haberciliği; haber toplama, üretim ve dağıtım gibi süreçlerin tümünü kapsamaktadır. Yapay zekâ teknolojisiyle haber için yazı, görsel içerik, video ve ses dosyası oluşturmak mümkündür. Araştırma daha önce yapılan araştırmalardan farklı olarak yapay zekâ haberciliğine dijital etik perspektifinden bakarak yaklaşmaktadır. Bu durum araştırmayı özgün kılarak diğer yapılan araştırmalardan kendini ayırmaktadır.

Araştırma, haber endüstrisindeki yapay zekâ teknolojisi kullanımının gelecekteki habercilik anlayışını nasıl şekillendireceği ve haber yayıncılığındaki etik sorumluluğun dijital alanda nasıl olması gerektiği konularında; akademik ve bilimsel literatüre özgün katkı sunabilecek değerde olduğundan dolayı oldukça önemlidir. Bu araştırmadaki temel amaç tarihsel süreçte sürekli olarak değişen ve dönüşüm geçiren gazetecilik mesleğinde çok köklü değişikliklere sebep olabilecek yapay zekâ teknolojisinin; mesleği nasıl etkileyeceği ve gelecekteki habercilik anlayışını nasıl şekillendireceği konusunu, gazetecilik meslek etiği çerçevesi içerisinde değerlendirerek, yapay zekâ haberciliği ve dijital etik konusunda akademik literatüre katkı sağlamaktır.

Araştırmanın Yöntemi

Sosyal bilimlerin temelinde insan ve sosyal yaşamın temel dinamiklerini anlamak olduğundan dolayı nitel araştırmalar her geçen gün önem kazanmaktadır. Bundan dolayı bu olgu ve olayları nicel yaklaşımlardan elde edilecek bulgularla açıklamaya çalışmak yetersiz kalacaktır. Sosyal bilimlerin temelinde olan araştırma konuları her zaman sade, anlaşılır, gözlemlenebilir ve ölçülebilir değildir. Sosyal bilimlerdeki araştırılan konuların kendine özgü dinamikleri ve bileşenleri vardır. Bu durumda her araştırmanın kendine özgü bir yöntemi olması gerekliliğini meydana getirmektedir. Araştırmalarda olguların ve olayların kendine ait bağlam ve koşullar içinde ele alınıp incelenmesi; araştırmacıya bu ortam ve durumlar içerisinde söz konusu olgu ve olayları; ayrıntılı ve derinlemesine incelemesine, açıklamaya ve yorumlamaya çalışmasına imkân tanımaktadır. Araştırmanın konusuna bakıldığında konuya bütün olarak yaklaşmak tezin sonucuna daha fazla bulgu vererek araştırmacıya, yapay zekâ destekli habercilik ve dijital etik konusunda daha verimli ve derinlemesine veri elde etmesini sağlayacaktır. Bu araştırmada kullanılacak araştırma yöntemine konuya uygunluk açısından bakıldığında en uygun yöntem olarak karşımıza nitel araştırma yöntemi çıkmaktadır.

Araştırmada örneklemin evreni temsil etmesi oldukça önemlidir. Bununla birlikte araştırmada evrenden seçilen örneklemin boyutunun ve sayısının artırılması yerine örneklemin doğru ve araştırmanın temel sorusuna yönelik olması ise daha önemlidir. Araştırmada amaca uygun örneklemin yapılması araştırmanın sonuçlarının evrene genellenebilmesi açısından örneklem seçimi doğru yapılmalıdır. Bu araştırmadaki temel problem yapay zekâ destekli habercilik ve dijital etik ilişkisinin nasıl olduğunu ortaya koymaktır. Bu sebeple örneklemin araştırmanın konusu doğrultusundaki evrenden seçilirken dikkatli olunması gereken en önemli nokta araştırmanın temel problemine cevap vermesi ve amaca yönelik veriler elde etmeye imkân tanınmasıdır. Bu araştırmada kullanılması en doğru olan örneklem yöntemi olarak “amaçlı örnekleme” yöntemi tercih edilmiştir. Bu örnekleme yönteminde araştırmacı kendi hedefi doğrultusunda araştırma evreninden örneklemini seçmektedir. Bu araştırmada yapılacak olan derinlemesine görüşmede örneklemini; yapay zekâ alanında uzman kişiler, akademisyenler ve gazeteciler oluşturmaktadır. Amaçlı örnekleme yönteminde örneklem büyüklüğünü belirleyen en temel nokta araştırmacının doyma noktasıdır. Araştırmacı yeni bilgiler ortaya çıkmadığı, ulaşılan veriler birbirini tekrar etmeye başladığı zaman araştırmanın örnekleminin doyum

noktasına vardığını anlamaktadır. Buradan hareketle araştırmanın örnekleminin büyüklüğü araştırmadaki doyma noktası belirleyecektir.

Araştırmacı veri toplama yöntemini seçerken konu hakkında kendini en iyi sonuca ulaştıracak şekilde olan veri toplama yöntemini seçmektedir. Birden fazla veri toplama aracıyla elde edilen veriler daha geçerli, ulaşılan sonuçlar daha doğru ve gerçekçi olmaktadır. Bu araştırma açısından bakıldığında konuyla bütünlüğü ve daha fazla veri sunması açısından veri toplama yöntemi olarak derinlemesine görüşme; veri analiz yöntemi olarakta içerik analizi yöntemlerinin kullanılması gerektiği gözükmemektedir. Yapay zekâ uzmanı kişiler, gazetecilik alanında uzman akademisyen ve gazeteciler ile yapılacak olan derinlemesine görüşmeden çıkarılacak veriler içerik analizine tabii tutularak elde edilen bulgular dijital etik perspektifinden bakılarak yorumlanacaktır.

İçerik analizinde veriler oldukça detaylı ve derin bir süreçten geçirilmektedir. İçerik analizi, verilerin belirli kavram ve temalar etrafında bir araya getirilerek düzenlenmesini içermektedir. Bu şekilde düzenlenen veriler, yorumlanarak bulgular ortaya çıkarılmaya çalışılmaktadır. Elde edilen bulgulardan gazetecilik mesleğindeki yapay zekâ teknolojisinin konumu değerlendirilerek, gelecekte bu teknolojinin mesleği nasıl şekillendireceği ve ne gibi katkılar sağlayabileceği konusunda tartışılırken; yapay zekâ destekli habercilikteki dijital etik ilkelerin ne ve nasıl olması gerektiği üzerinde durularak sonuca gidilecektir. Son aşamada ise yapılan araştırmadan elde edilen bulgularla birlikte kuram ve uygulamaya katkı sağlayacak sonuçlar çıkartılarak önerilerde bulunulacaktır.

1. BÖLÜM: YAPAY ZEKÂ HABERCİLİĞİ

Haber, insanın öğrenme ve bilgi edinme isteği doğrultusunda ortaya çıkan temel amacı insanı gündelik olarak gelişen olaylar hakkında bilgilendirmek olan insanın hayatında her an karşılaşılabileceği bir kavramdır. Haberin asıl amacı okuyucuya çevresinde gelişen olaylar hakkında bilgiler sunmak ve insanın merak duygusunu gidermektir. İnsan doğası gereği sürekli merak eden ve hayatı sorgulayan bir varlıktır. İnsanın meraklı ve bilgiye muhtaç olan yapısını da gidermek için ortaya çıkan kavram haberdur. Habercilik ise haberi oluşturan ve okuyucuya sunan mesleğin adıdır. Habercilik, bilginin halktan alınarak habercilik pratikleri ile işledikten sonra tekrar halka sunulması işidir. Haberci ise tüm bu sürecin içerisinde olup haberi halktan alan ve mesleki becerileriyle inşa edip kurgulayarak okuyucuya sunan kişidir.

İnsanlık tarihi boyunca insan çevresinde gelişen olayları aktarma ve iletişim kurma ihtiyacı duymuştur. Bu durumla birlikte insan etrafında gelişen olayları merak ederek bilgi alma çabasıdadır. İnsanın temel yapısında var olan bu ihtiyaç ortaya iletişimi ve haberleşmeyi çıkartmıştır. İlkel dönemde yaşayan insanın mağaraya çizdiği resimler haberleşmenin ilk örneklerindendir. Tarihsel süreçte haberleşme; yöntem, pratik ve uygulama açısından birçok değişikliğe uğrayarak bugünkü haline kadar gelmiştir.

İlkel çağlarda dumanla haberleşen insan zamanla güvercin gibi çeşitli hayvanları da kullanmaya başlamıştır. Daha sonraki süreçlerde bu durum mektup ve telgraf gibi haberleşme araçları da eklenmiştir. Teknolojinin hızlı bir şekilde gelişmesiyle birlikte telefon, televizyon ve bilgisayar gibi haberleşmeyi son derece hızlandıran araçlar ortaya çıkmıştır. Bu araçların etkileriyle birlikte günümüzde haber istediğimiz an ulaşılabilen, kolay ve ucuz bir bilgilendirme aracına dönüşmüştür. Tarihsel süreçte habercilik yapısı ve haberleşme araçları değişse de insan yaşantısında değişmeyen tek şey haber alma ihtiyacı olmuştur.

Teknolojik ilerleme beraberinde birçok yeniliği getirmiştir. Özellikle 2000'li yılların başında hayatımıza yoğun şekilde giren internet ve bilgisayar insanın dünyaya açılmasına neden olurken dünyayı ise küreselleşme süreci içerisine sokmuştur. Akıllı telefon gibi 7/24 saat yanımızda taşıdığımız teknolojik aletler ise bize dünyayı birbirine bağlayan bilgisayar ağına(network) kolay ulaşım imkânı tanımıştır. Bu süreçlerden birçok meslek grubu ve iş etkilenirken gazetecilik ve habercilik faaliyetleri de köklü bir biçimde dönüşüme uğramış, bu günkü son haline kadar evrilmiştir. Günümüzde ise en son

habercilik çeşidi olarak karşımıza yapay zekâ haberciliği çıkmaktadır. Bu habercilik türü, insan faktörünü tamamen ortadan kaldırarak, haber toplamadan yazımına ve hatta dağıtımına kadar birçok süreçte etkin rol alarak gazetecilik mesleğini kökten değiştirmiştir. Yapay zekâ haberciliğine bakıldığında haberin yazımının makine tarafından gerçekleştiğini, bunun yansıra ses ve görüntü oluşturma süreçlerinin de yapay zekâ tarafından oluşturulabileceği dikkat çekmektedir. İçinde bulunduğumuz ve medya biçiminin baştan aşağı değiştiği yeni medya düzeninde yapay zekâ haberciliği geleceğin habercilik türü olarak karşımızda durmaktadır.

1.1. Haber ve Habercilik Kavramı

Haber, insanın etrafında gelişen olay ve durumlar hakkında bilme ve öğrenme ihtiyacını karşılamak amacıyla üretilen üründür. İnsan kendi doğası gereği düşünen ve hayatı sorgulayan sosyal bir varlıktır. İnsanın bu doğal yapısı onu bilgi almaya ve öğrenmeye mecbur bırakmaktadır. İnsan bilgiyi çeşitli kaynaklardan alabilirken bu kaynaklardan en önemli olanı gazetelerin en temel yapı taşı olan haberdur.

“İnsanlar, kendi bireysel deneyimlerinin ötesinde neler olduğunu öğrenmek adına yaradılıştan gelen bir içgüdüye sahiptir ve doğrudan tecrübe edemedikleri olayların bilincinde olma ihtiyacı hissetmektedirler. Haberleşme olgusu, hayatımızı sürdürmek, kendimizi korumak ve sosyal bağlar kurmak için ihtiyacımız olan bilginin edinimi için en temel unsurdur.” (Parlak, 2018, s. 61)

İnsan hayatı boyunca çevresinde gelişen olaylardan haberdar olmak istemektedir. İnsanın bu bilgilenme ihtiyacını karşılan haber aynı zamanda insanın hayatında yol göstericide olmaktadır. Öğrenilen bilgiler insanın düşünce doğasını zenginleştirerek kendi yaşantısındaki karar alma mekanizmasını etkiler. Buradan hareketle insanın hayatında haberin öneminin ne kadar fazla olduğunu vurgulamak doğru olacaktır. Haberin en temel işlevleri arasında bilgilendirme, kamuoyu oluşturma, eğlendirme vb. birçok işlev vardır. Fakat bu işlevler arasında en temel olanı hiç şüphesiz bilgilendirmedir. Haberin en temel işlevinin bilgilendirme olmasının sebebi insanında en temel ihtiyacının bilgilenmek olmasından kaynaklanmaktadır. İnsan dünyaya gözünü ilk açtığı andan itibaren nefes almaya başlamasıyla birlikte enformasyon almaya da başlamaktadır. Dolayısıyla haberin en temel işlevinin bilgilendirme olması insanın ihtiyacıyla ilişkilidir.

İnsanın bilgi alma ihtiyacı çeşitli konular özelinde şekillenmiştir. Haberin her an ve her yerde gerçekleşebilir doğası onu hayatın bir parçası yapmaktadır. İnsan hayatının bir

parçası olan haberin, insanın hayatı ile alakalı olan konular özelinde şekillenmemesi zaten beklenemez bir durumdur. Bu konular insanın gündelik hayat içerisinde yer alan, her an karşımıza çıkabilecek konulardır. Haberin en temel konuları; politika, ekonomi, spor, sağlık, savaş, magazin vb. gündelik hayat içerisinde yer alan konulardan oluşmaktadır.

Gazetecilik mesleğinin ortaya çıkmasındaki en büyük neden insanların çevresindeki olaylar hakkında bilgi almak istemesinden dolayıdır. Her insan yakın veya uzak çevre fark etmeksizin etrafından olup bitenleri bilmek istemektedir. Gerçekleşen olayları öğrenen kişi bu bilgileri de bir başkasına aktarmak istemektedir. Bu temel iletişim biçimi gazetecilik mesleğinin tam anlamıyla ortaya çıkmasının başlıca nedenidir. Gazetecilik veya diğer adıyla habercilik geçmişten günümüze gelene kadar birçok zorluktan, değişimden ve dönüşümden geçerek günümüze kadar gelmiştir.

Haber, okuyucuya dünyada olup bitenler hakkında bilgi sunan ve okuyan kişilerin bilgilenme ihtiyacını gideren bir üründür. Toplumda veya doğada meydana gelen çeşitli olay, durum ve görünümle ilgili bilgi ve duyurulara haber denmektedir. Bu haberlerin halka duyurulması amacıyla belirli kurallar gözetilerek hazırlananlarına da haber yazıları denmektedir (Yıldırım vd., 2020, s. 34). Haberin temel yapısına bakıldığında okuyucuya üç temel öge ile sunulduğu görülmektedir. Bu temel öğeler; haber metni, haber başlığı ve görsel öğelerdir. Haber metni ve başlık okuyucuya yazılı olarak bilgi sunma amacıyla oluşturulmaktadır. Haber metni haberdeki olay veya durum hakkında okuyucuya bilgi vermektedir. Haber başlığı ise birkaç kelime ile haber içeriği hakkında bilgiyi okuyucuya sunmaktadır.

Yazılı öğelerin dışında görsel öğeler, başta fotoğraf olmak üzere, okuyucuya haberin öyküsü hakkında bilgi vermesi açısından oldukça önemlidir, çünkü haberi okumayı amaçlayan kişi ilk olarak fotoğrafa bakar eğer fotoğraf ilgisini çekerse haberi okumaya başlanmaktadır. Bununla birlikte fotoğraf okuyucunun zihninde haberi inşa eden en önemli haber sunum ögesidir. Bu inşa süreci ise fotoğraf sayesinde çok kısa bir sürede gerçekleşmektedir. Fotoğraf, birlikte kullanıldığı yazının değerini artırır, aynı zamanda zihinlerde bu haberin daha uzun süre kalmasını sağlamaktadır. Fotoğrafın bir diğer önemi de nesneleri aslına uygun olarak anlatan bir araç olmasıdır (Kasım, 2014, s. 432-433).

Haber insan için ne kadar önemliyse, fotoğrafta haber için o kadar önemlidir. Haberin anatomisini oluşturan ve haber sunum öğeleri olarak isimlendirilen haber metni ve haber başlığının yanında fotoğraf; haberdeki olay hakkında kanıt niteliği taşıması açısından da

oldukça önemlidir. Haber fotoğrafı habere konu olan olayın fotoğrafıdır. Bununla birlikte olayın yaşandığı anı durdurarak okuyucuya sunar ve haberin yaşandığını okuyucuya ispatlamaktadır. Haber fotoğrafı her ne kadar tek bir kare olsa da okuyucunun zihninde olayın öncesi ve sonrası hakkında kurguyu sağlamasına yardımcı olmaktadır. Haber fotoğrafı aynı zamanda gazeteyi estetik, okunabilir ve daha zevkli hale getirmektedir. Günümüzde, teknolojinin gelişmesi ve fotoğrafın kolay elde edilebilir hale gelmesi, gazetelerdeki haberin en önemli ve vazgeçilmez ögesini fotoğraf yapmaktadır. Haber fotoğrafı, okuyucu bilgilendirici işlev üstlenmektedir. Basında fotoğrafın kullanılması okumayı hızlandırmakta ve kolaylaştırmaktadır. Bununla birlikte fotoğraf anlamsal yoğunluğu da artırmaktadır (Kasım, 2014, s. 437).

Haber toplumun aynasıdır ve toplumu yansıtmaktadır. Bununla birlikte haber toplumu bilgi açısından beslerken toplumdan da beslenmektedir. Bu sebeple haber konuları tarihsel süreç içerisinde bazı konularda yoğunlaşmıştır. Haber üretiminin yoğunlaştığı konular toplumun enformasyona ihtiyaç duyduğu konularla doğru orantılı olarak ortaya çıkmıştır. Haber karmaşık doğası gereği bazı konularda uzmanlaşmayı da gerektirmektedir. Habercilikte uzmanlaşma gerektiren konular da doğal olarak insanın haber alma ihtiyacına göre yoğunlaştığı konular ile paralellik göstermiştir.

Haber kavramının net ve keskin hatlarla belirli bir tanımı yoktur. Tarihsel süreçte birçok medya profesyoneli ve akademisyen tarafından birden fazla tanımlama yapılmıştır. Haber, dünyadaki olaylar hakkındaki en son, en yeni ve ilgi çeken bilgidir. Haber, olaylar ve olgular arasındaki sürekliliği, benzerlikleri, düzenliliği ve tutarlılığı kurmaya çalışmaktır (Dursun, 2005, s. 69-72). Haberin belirli bir tanımının olmamasının en temel sebebi yapılan hiçbir tanımlamanın haberciliğin tüm fonksiyonlarını kapsayamamasından ve haberciliğin sürekli olarak değişen doğasından dolayıdır.

Haberin farklı tanımlamalarında sıklıkla kullanılan 5 temel öge vardır. Bu öğeler gerçeklik, güncellik, anlaşılabilirlik, ilginçlik ve önemliliktir (Sinav, 2010, s. 13). Bu beş temel öge haberin temel yapı taşlarını oluşturmaktadır. Haber gerçek ve doğru olmalıdır. Güncel olmayan bilgi okuyucunun ilgisini çekmez ve yaşanan olay zaman geçtikçe bayatlar. Haber herkes tarafından anlaşılmalıdır. İlginç ve önemli olan haber ilgi çekmektedir. Haber karşımıza gerçeğin aktarımı olarak çıkmaktadır. Fakat haberin gerçeğin birebir aynısı olmadığı insan tarafından kurgulandığı unutulmamalıdır. Bu noktada habercinin haberi nasıl, nerde ve hangi ideoloji ile kurguladığı önem teşkil

etmektedir (Yapar Gönenç, 2012, s. 88). Bu konular habercilikte oldukça fazla tartışılan konulardır.

1.1.1. Haberciliğin Tarihsel Süreci ve Teknoloji Gelişmeler

Gazetelerin ortaya çıkması çok eski zamanlara kadar uzanmaktadır. Babionyalılarda kamu ile ilgili olayları halka duyurmak için çamurdan yapılmış ve fırınlanmış tabletleri şehrin duvarlarına asıldığı bilinmektedir. Mısır papirüslerinden o dönem gazeteciliğin olduğunu görülmektedir. Eski Yunan sitelerinde günlük olayların yazıldığı ‘efimeritler’ ilkel anlamda ilk gazetelere verilebilecek örneklerdir. Roma’da Sezar Dönemi’nde ise ‘Acta Diurna’ modern anlamdaki gazetenin atasıdır. Bir tür duvar gazetesi olan Acta Diurna halkın rahat bir biçimde görebileceği duvarlara asılıyordu. Bu gazeteler aynı zamanda diğer şehirler ve evlere yollanmaktaydı. Bu gazetelerin tarih sırasına göre saklanarak koleksiyon şeklinde muhafaza edildiği de bilinmektedir.

Tarih boyunca dört farklı kültür görülmüştür. Bunlar; Sözlü kültür, Yazılı kültür, Tipografi kültürü (bilginin basılı kitap ile aktarılması) ve Elektrik-Elektronik Medya kültürüdür. Sözlü kültürde etkili olan iletişim yöntemi konuşmaktır. Bu kültürde insanlar birbirleri ile konuşarak anlaşmış ve gündelik hayattaki işlerini bu şekilde devam ettirmişlerdir. Bilginin kalıcılığı ise diyalektik felsefe mantığında soru cevap şeklinde sağlanmıştır. Bu dönemde bilgiler arşivlenmediği için kalıcılığın sağlanması çok zordur. Sümerlilerin yazıyı icat etmesi ile Yazılı kültüre geçiş olmuştur. Bu durum ile bilgi kâğıtlara yazılarak saklanabilir hale gelmiştir. Bu durumun ticarette ve birçok alanda faydaları olmuştur. Yazının icadı ile bilginin aktarımı kolaylaşmış ve eski dönemlere göre daha hızlı hale gelse de bu hız da bir noktadan sonra yetersiz kalmıştır. Geçmişte insanlar mesaj iletmenin sayısız yolunu bulmuştur. Resimler, şekiller ve tasvirler bu konuda örnek olarak verilebilmektedir. Fakat yazı insanların düşündükleri, ifade edebilecekleri şeylerin bir göstergesi olarak simgeler, semboller bütünü oluşturmuştur. Elbette böylesine önemli bir sistemin bir günde oluşması imkânsızdır. Yazının şimdiki halini alması oldukça uzun ve karmaşık bir süreçtir (Özkaral, 2015, s. 372).

Tipografi kültürü; matbaanın icadıyla bilginin basılı kitaplar halinde yayıldığı bir kültürdür. Matbaanın icadı ile iletişim alanında çok büyük gelişmeler yaşanmıştır. Kitapları el ile yazmak çok fazla zaman kaybına yol açtığı için bunların daha hızlı bir şekilde basılıp çoğaltılarak dağıtılması işlemi matbaa ile sağlanmıştır. Bu durumun tarih

sahnesindeki en önemli etkisi dini kitapların çoğaltılarak dağıtılması ile dünyada bir aydınlanma çağının başlamasıdır. Bu durum ile kilisenin egemenliği son bulmuştur. Böylece tüm dünyada başlayan aydınlanma çağı, akıl ve dinin birbirinden ayrılmasına sebep olacak bu durumda beraberinde köklü değişiklikleri getirecektir.

13.yy. civarlarında haber mektupları Almanya ve İtalya'da çok fazla ilgi görmüştür. Bu ülkede asil ve zengin kişiler haber mektuplarına çok fazla ilgi göstermiştir. Bu mektupların bu kadar değer kazanmasının sebepleri Osmanlı İmparatorluğu'nun Avrupa'da yayılması ve 13.yy. sonrasında coğrafi keşiflerden dolayı gerçekleşen; sanat, din, ticaret, savaş gibi olayların sonuçlarını devlet ve siyaset insanların öğrenmek istemesinden dolayıdır (Nalcıoğlu, s. 7-8). İlk haber mektuplarının ne zaman yazıldığı net olarak belli değildir. Daha ticari olaylar hakkında yaşanan haberlerin aktarımı için kullanılan haber mektupları, büyük ticari kuruluşların çeşitli dallarında çalışanlar arasında elden ele dolaşmıştır.

Gazeteciliğin gelişmesinde önemli olan üç büyük olay vardır. Bu olaylar yazının icadı, kâğıdın bulunması ve matbaanın kullanılmaya başlanmasıdır. Yazı; duygu, düşünce, istek ve fikirlerimizi birtakım sembolleri bir araya getirerek aktarma biçimidir. Yazıdan önce sözlü olarak aktarılan düşünce yazının icadından sonra maddi bir anlam kazanarak gözle görülebilir hale gelmiştir. Gazeteciliğin en temel vazgeçilmez hammaddesi ise kâğıttır. Kâğıdın en önemli kullanım alanı ise basın alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Basın ve gazeteciliğin tarihsel süreci göz önüne alındığında en büyük icat ise matbaadır. Matbaanın icadı insanlık tarihi açısından bir dönüm noktası oluşturmaktadır. İnsanlık bu icat sayesinde bilim ve sanat ile tanışmıştır. Bu tanışma bilginin matbaa ile basılı eserler sayesinde yayılmasıyla gerçekleşmiştir. Matbaanın kullanılmaya başlaması, gazetelerin ardından kitap ve dergilerin de ortaya çıkmasına yol açarak yazılı basının halk üzerinde büyük bir etkisi olmasını sağlamıştır. Avrupa'yı Orta Çağ'ın karanlığından aydınlanmaya taşıyan en önemli gelişmelerden biri de matbaanın icadı olmuştur (Begtimur, 2018, s. 160).

Dünya tarihindeki en büyük gelişmelerden biri matbaanın icadı olarak karşımıza çıkmaktadır. Her ne kadar matbaanın mucidinin Gutenberg olduğu bilinse de Çin'de ve Uygur Türklerinde matbaaya benzeyen kalıntılar yapılan kazı çalışmaları sonucunda ortaya çıkmıştır. Ancak oynar harfli matbaayı bulan kişi olarak günümüzde Batı'da ve dünyada Gutenberg olarak bilinmektedir. Batı'da hareketli harfler ile basılan ilk kitabın

Gutenberg tarafından basıldığı bilinmektedir. Bu kitaplar genellikle dini kitaplardır. Matbaa el yazmalarına göre hızlı ve ucuz çoğaltılması ile önce Almanlar arasında çok hızlı bir şekilde yayılmıştır. 15.yy. sonlarında Almanya’da 60 ayrı kentte matbaa olduğu bilinmektedir. Bundan sonra ise Almanya’dan Avrupa’nın tamamına matbaa hızlı bir şekilde yayılmıştır (Nalcıoğlu, s. 8-9).

Haber mektupları matbaanın yaygınlık kazanması ile yerini haber kitaplarına bırakmıştır. Bugünkü anlamda süreli yayım olarak yayımlanmaya başlayan gazeteler 1600’lü yılların başında görülmüştür. 1609 yılında Strasburg’da haftada bir yayımlanan Zeitung isimli bir gazete Johann Carolus tarafından çıkarılmıştır. Bu yayımı sırayla çok fazla gazete takip etmiştir. Londra, Paris ve Roma gibi şehirlerde gazeteler çıkmaya başlamıştır. Avrupa’daki matbaa ile girilen bu süreçte Avrupa çok ileri bir düzeyde gelişme göstermiştir. Matbaa Rönesans’tan sonraki süreçte Avrupa’da Aydınlanma Çağı’na giden yolu aralamış; bu sürecin devamında ise Fransız İhtilali ve Sanayi Devrimi gibi toplumu derinden etkileyen gelişmeleri meydana getirmiştir (Eski, 2012, s. 145).

Matbaadan önceki dönemde kitap el ile yazıldığından dolayı yazımı uzun sürüyordu. Bu durumda kitapların maliyeti artırıyordu. Matbaa ile kitap basımı hızlı ve ucuz bir hale gelmiştir. Matbaa Avrupa’da 15. asırdan itibaren kullanılmaya başlanmıştır. 16. asıra gelindiğinde Avrupa’nın 300 kentinde 1700 civarında matbaanın çalıştığı, 40 bin başlık altında 15-20 milyon kitabın basıldığı bilinmektedir. Böylece insanların birçok kitabı ucuza temin etmesi ile ortaya bir kitap kültürü çıkmıştır (Eski, 2012, s. 144-145). Matbaa ile birlikte oluşan kitap kültürünün yanında, sürekli olarak değişiklik gösteren bir kültür olan gazete kültürü de yayılmaya başlamıştır. Piyasaya sürülen haber yapraklarının ilk olarak 1609’da Almanya’da ortaya çıktığı bilinmektedir. İlk günlük gazete Zeitung 1660’ta yine bu şehirde çıkmıştır. Bunların sonucunda Avrupa’da iki farklı kültür meydana gelmiştir (Eski, 2012, s. 144-145).

Kitap kültürü ve gazete kültürü kültürün benzer yönleri olsa da birbirlerinden ayrılan özellikleri de mevcuttur. Kitap kültüründe bilgi korunur ve bilimsel bilgi vardır. Gazete de ise bilgi olmasına rağmen amaç genelde zihniyet yaratmak ve kamuoyu oluşturmaktır. Gazete kültürü 24 saatlik değişimleri ele almaktadır. Kitaptaki verilerin ise uzun vadede geçerliliği vardır. Kitaplardan içindeki bilgilerin çok sık değişmemesinden dolayı uzun süre faydalanılabilmektedir. Kitap kültüründe belirli seçkin kişiler hedef kitle iken gazete kültüründe hedef alınan kitle çok geniş bir bilgi düzeyine yayılmıştır. Çok fazla okura

aynı anda yönelmenin sebebi gazetenin okur sayısının çok fazla olmasına ihtiyaç duyulmasındandır. Tirajı yüksek olan gazetenin geliri de yüksek olmaktadır. Gazetelerde fikir ve bilim üretilmez bununla birlikte gazetelerde kesin bilgi de yoktur. Gazetenin dili sade, anlaşılır ve basitken kitap bilimsel bilgi içerdiği için dili gazeteye göre daha ağırdır. Kitap okumak için bir bilgi birikimi gereklidir. Kitap bilimsel bilgiye dayandığı için ispatlanabilmektedir. Gazetede bilgi ise ispatlanamaz ve gün geçtikçe bayatlamaktadır. Kitaptaki içerik ise uzun süre tazeliğini korumaktadır. Gazetelerde gündelik hayatın güncel olaylarının olmasından dolayı değişkenlik çok fazladır.

Modern Rönesans insanı meydana getiren değişme ve dinamizmler Avrupa’da basımevi ile ortaya çıkmaktadır. Günümüzde ise halen daha devam etmektedir. Osmanlı Devleti Batı’daki gelişmelerin önemini geçte olsa idrak etmiş ve aydınlarını oraya yollamıştır. Buradaki amaç Batı’da çıkan yenilikleri alarak ülkeye geri dönmeleridir. Avrupa’daki 12.yy’da başlayan kültürel, siyasal, ekonomik ve toplumsal değişimler 1700’lü yıllara gelindiğinde Aydınlanma Çağı’nı oluşturmuştur. Basın ile alakalı Avrupa’daki tüm bu gelişmelerden dünyada etkilenmiş ve köklü bir değişim meydana gelmiştir. Bu değişimler; kültürel, siyasal, ekonomik ve toplumsal alanda olmasıyla birlikte Rönesans insanı diğer bir değişle modern insan olarak tasvir edilen insan tipini oluşturmuştur. Bu insan tipinin bazı özellikleri günümüzde bile vardır.

Kültürel değişim ve dinamizmlerin etkisiyle; kendi düşünüp kendini değerlendirebilen insan yapısı, Akılcılık ve Hümanizm ortaya çıkmıştır. İnsanlar her konu hakkında haber almaya başlayınca; bazı konular üzerinde de uzmanlaşmaya başlamışlardır. Sözlü kültürde her şeyi bilen (ansiklopedist) insan profili yerine bir alanda uzmanlaşma durumu pekişmiştir. Bilginin akışında kopukluk varken matbaa ile bilginin akışının sürekliliği ve kesinliği sağlanmıştır. Bilgi; kolay, ucuz ve hızlı aktarılan bir nesne haline gelmiştir. Okuyan ve kültürel anlamda gelişen insan soylu ve din sultasını kırıp burjuva aracılığıyla kitleye açılmıştır. Burjuva bunu sahip olduğu ekonomik olanakları kullanarak yapmıştır. Bununla birlikte burjuva kültürü yaygınlaşmıştır. Herkesin kendi dili ile yazmaya başlaması ile; dilde ulusçuluk ve bir sadeleşme meydana gelmiştir. Orta Çağ aydınlanma süreci ile; din adamları ve kiliseye karşı akıl ve bilimin üstün gelmesi sonucunda laikleşme eğilimi güçlenmiştir. Matbaa ve basımevi ile kamuoyu oluşturacak yeni bir forum meydana gelmiştir. Yapılan okuma ile iktidarın sırları açığa çıkmıştır. Böylece iktidarın dayattığı alanın sınırları da ortadan kalkmıştır. Açık toplum yapısı için bir

savaşım alanı meydana gelmiştir. Matbaa ile iktidar denetim altına alınmıştır. Tüketim kültürünün yaygınlaşması ile yeni meslek alanları açılmıştır. Özgürce yazma isteğinin oluşması ile güdümlene çabaları ve çıkarıcı eğilimler oluşmuştur. Tüm bunların sonucunda sansür ve kısıtlama girişimleri meydana gelmiştir. Doğal olarak bu durumda beraberinde baskılara karşı bir özgürlük savaşı başlatmıştır. Bütün bunlar Avrupa'daki basımevi ile ortaya çıkan ve modern insanı meydana getiren değişim ve dinamizmlerdir. Bu değişim ve dinamizmler günümüzde de aşılamamış ve halen daha devam etmektedir. Osmanlı İmparatorluğu'nda matbaa çeşitli sebepler ile geç gelmesinden dolayı gazetecilik ve dergicilik gecikmeli olarak gelmiştir. Matbaanın Osmanlıya geç gelmesinin; basılı eserlere ilginin az olması, kitap kültürünün olmaması, okuma yazma oranının az olması, eğitim sistemindeki sıkıntılar ve Osmanlı'daki siyasi, idari, sosyo-ekonomik yapının elverişli olmaması gibi başlıca sebepleri vardır.

İlk Türk matbaası Yirmisekiz Mehmet Çelebi ve İbrahim Müteferrika tarafından, Avrupa'dan yaklaşık 300 yıl sonra, 1727 yılında İstanbul'da kurulmuştur. Bundan önceki dönemlerde yabancılar tarafından kurulan matbaalar mevcuttur. 1492 yılında İspanya'dan gelen Museviler yanlarında matbaayı da getirmiş ve 1493 yılında Musevi Hahamı Gerson tarafından ilk matbaa kurulmuştur. Çeşitli dini kitaplar; İbranice, Latince ve Yunanca dillerinde basılmıştır. Bu tarz matbaalar zaman içerisinde açılıp çeşitli sebepler ile kapatılmıştır. Türk matbaacılığı deyince ilk akla gelen isim Müteferrika'dır. Paris'e giden ve burada bir yıl kalan Müteferrika, matbaa ve basılı eserleri inceleme fırsatı bulmuş, dönünce de ilk olarak matbaa çalışmalarına başlamıştır (Nalcıoğlu, s. 49). Bu noktada Osmanlı İmparatorluğu'nda resmi basının Batı toplumsal dinamiklerini harekete geçirdiğinden söz etmek mümkündür. Osmanlı'da bazı aydınlarını Avrupa'ya gönderdiğinden dolayı bir çağdaşlaşma çabası içerisinde olduğu gözükmemektedir.

Resmi basın her zaman değişme gereğini ön planda tutmuştur. İlk gazetelerde Islahat'ı ve Tanzimat'ı savunduğunu görülmektedir. Takvim-i Vekayi bu noktada çok bilinçli davranarak değişimi her zaman savunmuştur. Yeni yasaları anlaşılır bir dille halka aktarma ihtiyacı duymuş ve 6-7 farklı dilde ekler çıkarmıştır. Geleneksel yapıya çok fazla yıpratmak şekilde bir eleştiri yöneltmeden toplumsal yapıyı kökten değiştirecek yasaların olması gerektiğini desteklemiştir.

Laikleşme yolunda ilk adımlar resmi basının sonucunda meydana gelen değişimlerdir. İlk gazetelerde halifeye bağlılık sunulurken diğer dinlere karşı sert bir tutum söz konusu

olmamıştır. O dönemki gazetelerde elindekini korumaya ve Hristiyanlar ile bir uzlaşmaya yönelik pasif bir İslam imajı vardır. Bu durum laikleşmeyi oluştururken diğer yandan da Panislamcıların tohumlarını oluşturmuştur. Merkezîyetçiliğin pekiştirilmesi diğer önemli resmi basının harekete geçirdiği dinamizmdir. Osmanlı Devleti belirli bir döneme kadar bazı yerel yönetimlere özerklik veriyordu. Tanzimat ile merkeze bağıllığı artırma çabası görülmüştür. Bu durumun etkileri, basın rejimi siyasal ekonomik rejimden bağımsız olmadığından, basına da yansımıştır. Avrupa'dan gelen aydınların, Avrupa merkezli dünya görüşünü benimsedikleri için, o dönemin resmi basınında Avrupa eleştirisi görülmemektedir. Ağırlıklı haberler Avrupa ve sömürdüğü ülkeler iken İslam ülkeleri ve Doğu haberlerine resmi basında az yer verilmiştir. Avrupa merkezli dünya görüşü beraberinde Avrupa kaynaklarına bağımlılığı getirmiştir. Ceride-i Havadis gazetesi Avrupa kaynaklı haberlere oldukça fazla yer vermiştir.

Resmi basının Osmanlı'da meydana getirdiği diğer bir değişim ise Osmanlı'da dinamik kamuoyuna doğru bir gidişatın önünü açmasıdır. Resmi basın kamuoyunun dinamikleşmesini sağlamıştır. Her soruna dini bir çerçeve içinde fetva ile çözüm bulmak yerine; dini dışarıda tutarak dinamik bir kamuoyu oluşturma çabası kamuoyunun dinamikleşmesine örnektir. O dönem Takvim-i Vekayi ve Vekayi-i Mısriye gazeteleri arasındaki farka bakıldığında bunu söylemek mümkündür. Ayaklanma haberleri Vekayi-i Mısriye gazetesinde Mısır yanlısı olarak verilirken Takvim-i Vekayi oldukça ortada bir bilgilendirme yapmaya çalışmıştır. Bu durum Türk İslam dünyasının ilk basın polemigi olarak tarih sahnesinde yerini almıştır. Toplumdaki herkesin haberleri okuyabilmesi için dilde bir sadeleşme gereklidir. O dönem Küçük Sait Paşa, Ceride-i Havadis gazetesinde 'Gazeteci Lisanı' adı verilen bir yazı yayımlamıştır. Mehmet Ali Paşa ve 2.Mahmut'un gazetedeki dilin sadeleşmesi için çok büyük bir gayreti olmuştur. Bu çabanın sebebi halkın gazete okuması içindir. Avrupa merkezîyetçiliği ve dilde sadeleşmenin bir sonucu; dilde Batı sözcük ve kavramlarının artmasıdır. Bu Avrupa kaynaklı sözcükler önce Türkçeye sonra Arapça ve Farsçaya girmiştir. Bu durum doğal bir etkileşimin sonucu olarak haberlerde gözükmeye başlamıştır.

Matbaa, Ulusçuluğu doğurmuş, etnik kökeni farklı olan insanlar kendi dillerini konuşmaya başlamıştır. Osmanlı'da bu durum toplumsal bir dinamik olarak görülmüştür. Dile bağlı ulusçuluğun gelişmesi tam da bu duruma denk gelmektedir. Vekayi-i Mısriye gazetesinde Türkçe-Arapça çatışması bu dinamizme örnektir. Sadece din ve bilim dili

olan Arapça yönetim alanına da dâhil olmuştur. Vekayi-i Giridiye'nin Türkçe yanında Arapça olması, Ceride-i Havadis'in Ermenice nüshasının olması, Takvim-i Vekayi'nin; Yunanca, Ermenice, Arapça, Farsça nüshaları çıkması dile bağlı ulusçuluğa verilecek o dönemki en güzel örneklerdir. Resmi basının Osmanlı'da harekete geçirdiği dinamiklerden en son özelliklerinden biri resmi basının haberdan çok eğitim aracı olmasıdır. Bu noktada önemli olarak dergiler ön plana çıkmaktadır. Takvim-i Vekayi ve Vekayi-i Mısriye öncelikli olarak yönetimin mesajları yer alırken kısıtlı habercilik söz konusudur. Ceride-i Havadis gazetesinin ilk sayının ön sözünde “eğitimin insanlığın başlıca çabası olması gerektiği” sözünün yer alması eğitime verilen önemi ve önceliği vurgulaması açısından oldukça önemlidir. İlk gazeteler toplumu bilgilendirmeye, okuma yazma kültürünü arttırmaya ve insanın ufkunu genişletmeye yönelik gazetelerdir.

Batı toplumundaki gelişmeler her ne kadar Osmanlı toplumuna 300 yıl kadar geç gelse de süreç içerisinde birçok alanda modernleşmenin ve Aydınlanma Çağı'nın etkileri basın açısından görülmüştür. Türk Basınındaki bu kültürel ve yapısal değişimler haberciliğin gelişimini ve ilerleyişini derinden etkilemiştir. Batı'daki kadar hızlı bir değişim ve benimseme Osmanlı'da olmamasına rağmen zaman içerisinde resmi basının meydana getirdiği toplumsal dinamikler benimsemiştir.

İlk gazeteler Fransız Büyükelçiliği'nde 1795 ve 1796 yılında yayımlanmış olan ‘Nouvelles’ ve ‘Gazette Française de Constantinople’ isimli gazetelerdir. Nouvelles; 15 günde bir 6-8 sayfa Gazette Française de Constantinople; ayda bir kez 4 sayfa yayımlanıyordu. Bu gazetelerin amacı Osmanlı'daki Fransız vatandaşlarına Fransa'da olup biten güncel olayları haber vermektir. Bundan sonra Osmanlı'da yayımlanan gazetelerin öncüleri Levantenler olmuştur. Bu gazeteler Batıya açılan limanı ve bir kapı işlevi gören İzmir'de yayımlanmışlardır. O dönemde en önemli dil olarak karşımıza Fransızca çıkmaktadır. Osmanlı Devleti'nde aydın zümre de yabancı dil olarak Fransızca ilgi görmüştür. Fransızca gazeteleri sırasıyla Avrupa dilleri izlemiştir. Azınlıklar tarafından da kendi dillerinde gazeteler çıkmıştır. Bu gazeteler o dönemin Osmanlısı hakkında siyasi, ekonomik, kültürel birçok alanda enformasyon veren gazetelerdir.

Osmanlı'da gazetecilik Türk olmayan unsurların dışında ve Türkçe dili dışında başlamıştır. İlk Türkçe gazete olan Vekayi-i Mısriye; Mısır Valisi Mehmet Ali Paşa'nın emri ile 4 Aralık 1828 yılında, 15 günde bir, 4 sayfa ve küçük boy olacak şekilde yayımlanmıştır. Yayımcısı İbrahim Paşa, Mehmet Paşa'nın oğludur. Gazetenin çıkış

amacı ilk sayısında belirtilmiştir. Gazete ilk başlarda ilgi görmediği için ücretsiz dağıtılmıştır. Daha sonralarda yeterli aboneye ulaşılamamış ve ücretli bir şekilde devlet memurlarının alması zorunlu tutulmuştur. Gazetenin dili ilk yayımlanmaya başladığı zamanlarda Türkçe ve Arapça karşılıklı metinler şeklinde yayımlanmıştır. Sonra sadece Arapça olacak şekilde yayımlanmaya devam etmiştir. İkinci Türkçe gazete olarak karşımıza Vekayi-i Giridiye çıkmaktadır. Bu gazete Mehmet Ali Paşa'nın Girit'e vali olarak atanması üzerine, 1831 yılının ocak ayında, Türkçe ve Rumca olacak şekilde yayıma başlamıştır. 1841 yılına kadar süren yayım hayatında bu gazetenin amacı Vekayi-i Mısriye gazetesinde olduğu gibi; yönetimin yeni icraatlarını, tarım, ticaret, eğitim ve sanayi ile alakalı kararları halka aktarmaktır (Nalcıoğlu, s. 29-30). Tamamı Türkçe olan ilk resmî gazete Takvim-i Vekayi adıyla, 2.Mahmut'un emri üzerine, 1 Kasım 1831 yılında İstanbul'da yayımlanmaya başlamıştır. Bu gazetenin farklı dillerde nüshaları da çıkarılmıştır.

Ceride-i Havadis gazetesi özel sermaye ile kurulan ilk yarı resmi Türkçe gazetedir. William Churchill isimli İstanbul'da yaşayan bir tüccar tarafından kurulmuştur. Müşterileri genellikle devletin seçkin kişileri ve memurlardır. Abone sayısı 150 civarlarına düşünce devletten destek talep eder ve gazeteye aylık para bağlanmıştır. Bu tarihten itibaren yarı resmi özellik kazanan gazete devletin sözcüsü durumuna gelmiştir. 21 yıl boyunca haftada bir kez yayımlanmıştır. Türk tarihinde ticari ilanları yayımlanmaya başlayan ilk gazete olmuştur (Nalcıoğlu, s. 33-34). Tercüman-ı Ahval gazetesi Şinasi ve Ağâh Efendi tarafından devletten herhangi bir destek almadan şahsi bir sermayeyle kurulan ilk özel gazetedir. Bu iki aydın, fikir gazeteciliği başlatan ilk gazetecilerdir. İlk sayısını 21 Ekim 1860 yılında yayımlamaya başlayan gazetede temel amaç kamuoyunu bilgilendirmek ve bilinçlendirilmesini sağlamaktır. Halk tarafından ilk çıktığı zamanlarda büyük ilgi görmüştür. Bunun sebebi devleti eleştirmesi ve şekil, dil, içerik gibi unsurlarının farklı olmasındandır. Eleştirel bir yapıya benimseyen gazete çeşitli ihtarlar alarak birkaç hafta yayın hayatına ara verdiği zamanlar olmuştur. 8 Mart 1866'da 790. sayısından sonra kapatılmıştır (Nalcıoğlu, s. 67-70). Şinasi Tercüman-ı Ahval gazetesinin 24. sayısından sonra ayrılarak Tasvir-i Efkâr gazetesini çıkartmıştır. İlk sayısını bu gazete 27 Haziran 1862 yılında yayımlamıştır. Haftada iki kez yayımlanan gazete Batılaşmayı oldukça koyu bir biçimde savunmuştur. 27 Haziran 1871'de 830. sayıya kadar yayımlanmış bu tarihten sonra kapatılmıştır. Muhbir gazetesi Ocak 1867

yılında İstanbul'da Filip Şahinyan tarafından, Ali Suavi Efendi başyazarlığında çıkarılmıştır. Hükümete karşı yazıları çok ağır bir dil ile yazılmıştır. Tanzimat Dönemi'nin fikir yazılarını yayımlayan en üst düzeyde gazete olmuş, inkılâp fikrini savunan ve demokrasiyi öven yazıları ile halk tarafından dikkat çekmiştir (Nalcıoğlu, s. 71-76).

1800'lü yılların sonu ile 1900'lü yılların başı Osmanlı İmparatorluğu'ndaki basın faaliyetlerinde köklü değişikliklerin yer aldığı görülmektedir. Bu köklü değişimler Avrupa'daki gelişmeleri yakalama ve modernleşme cabaları üzerine şekil almaktadır. Bu dönemde Tanzimat Fermanı ile Osmanlı İmparatorluğu'nda reform ve modernleşme sürecinin başladığı görülmektedir. Bu dönemde gazeteler çeşitlenmeye başlamıştır. Özellikle Türkçe, Ermenice ve Fransızca gazeteler önem kazanmıştır. Basın özgürlüğü kavramı adına ilk çalışmaların yapıldığı da görülmektedir. II. Meşrutiyet'in ilanı ile birlikte basın özgürlüğü kavramı daha da genişlemiştir. Birçok gazetenin kurulduğu bu dönem, Türk basının en canlı ve hareketli olduğu dönemlerden biridir. Bu dönemde gazeteler siyasi tartışmaların merkezi haline gelmiştir. Gazetelerin gündeminde ise Osmanlı'nın dağılma süreci ve iç ve dış siyaset gibi konular yer almaktaydı.

1923 yılına kadar olan süreçte 1.Dünya Savaşı, İstanbul'un İşgali ve Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulması gibi önemli olaylar gazetecilik faaliyetlerine şekil vermiştir. Bu dönemde Türk basını toplumsal değişime katkı sağlamış, yeni kurulan bir ülke olan Türkiye Cumhuriyeti'nin modernleşme sürecini hızlandırmıştır. 1923 yılından sonraki süreçte Türk basınında çok köklü değişiklikler meydana gelmiştir. 1950 yılına kadar geçen tek partili süreçte Atatürk'ün reformlarının etkisiyle basın özgürlüğü ve ifade özgürlüğü önem kazanırken gazetecilik mesleğine duyulan saygınlık artarken gazeteciler toplumu bilgilendirme rolünü üstlenmişlerdir. Bu dönemde laiklik ve milliyetçilik kavramları gazeteler aracılığıyla topluma aktarılmıştır. Buna benzer ideolojik kavramlar Türkiye'de farklı kesimden insanları bir araya getirerek ulusal kimlik oluşturarak toplumun birleşmesine katkı sağlamıştır. Ulusal kimlik inşası sürecinde gazetelerin rolü oldukça önemlidir.

1950 yılında çok partili hayata geçiş ile ilk kez Demokrat Parti (DP) iktidara gelmiştir. Bu durum, Türkiye'de çok partili demokratik döneme geçişin başlangıcı olmuştur. DP'nin iktidara gelmesiyle birlikte basın özgürlüğü alanı oldukça genişledi ve daha çeşitli görüşe sahip gazetelerin yaygınlaşması mümkün hale gelmiştir. Bu dönemde, DP'yi

eleştiren gazetelerin çeşitli kısıtlamalara uğradığı ve gazetenin üzerindeki baskıların arttığı görülmektedir. Muhalefetin sesinin yükselten gazeteler zaman zaman hükümetin baskısıyla karşılaşmıştır. Bununla birlikte bu dönemde televizyon ve radyo gibi elektronik medya araçlarının artmasıyla medya sektörü çeşitlenmeye başlamıştır.

1960 yılında gerçekleşen askeri darbe Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nde basın tarihi açısından bir dönüm noktası olarak görülmektedir. Bu askeri darbeyle birlikte Türk basınında büyük bir sınırlama ve kısıtlama dönemi başlamıştır. Darbe sonrası gazetelerde sansür ve baskılar artmış, gazeteler kapanmış, gazeteciler hapse atılmış ve basın özgürlüğü kısıtlanmıştır. Askeri yönetim kendi ideolojisini yaymak için gazeteleri etkili bir araç olarak kullanmıştır. Bu dönemde hükümet yanlısı gazetelerin etkisi artarken muhalif gazeteler baskı altına alınmıştır.

1980 darbesinden sonra gazetecilik mesleğinde birçok değişim meydana gelmiştir. 1980'li yılların sonuna doğru Türkiye'de basın sektöründe liberalleşme ve çeşitlenme süreci başlamıştır. Özellikle 1990'lardan itibaren birtakım özel televizyon kanallarının yaygınlaşması Türkiye'deki medya sektöründe büyük bir çeşitliliğin başlamasını neden olmuştur. Bu medya çokluğu gazete ve televizyon kanallarının sayısında hızlı bir artışa sebep olmuştur. Böylece farklı siyasi görüşlere ait medya kuruluşları ortaya çıkmıştır. Medya sektöründe rekabetin artmasıyla birlikte birçok gazete ve medya kuruluşu ekonomik zorluklarla karşılaşmıştır. Bu yıllarda reklam gelirlerindeki ekonomik dalgalanmalar gazetecilik mesleğinin ekonomik açıdan sürdürülebilirliğini olumsuz yönde etkilemiştir. Bu dönemde bağımsız ve eleştirel gazetecilik anlayışı hızlı bir biçimde güç kazanmıştır. Özellikle 90'lı yıllardan sonra gazetecilerin iktidara karşı daha cesur bir tavır sergilediği gözükmemektedir. Gazeteciler bu dönemde haberlerinde eleştirel yaklaşımlara daha fazla yer vermiştir. Bu dönemde basın tarihi ve gazetecilik açısından bakıldığında en önemli değişim ve dönüşümün teknolojik gelişmeler açısından yaşandığı görülmektedir. Bilgisayar ve iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler sayesinde gazetecilik mesleğinin temel pratiği köklü bir biçimde değişikliğe uğramıştır. Bilgisayar, internet ve dijital yayıncılık gibi teknolojiler haber üretimini dağıtımını ve tüketimini değiştirmiştir. 2000 yılından günümüze kadar olan süreçte Türk gazeteciliği, medya sektöründeki teknolojik ilerlemeler ve ekonomik değişimler açısından büyük bir dönüşüm yaşanmıştır. İnternetin ve dijital teknolojilerin çok hızlı bir biçimde yayılmasıyla birlikte Türk medya sektörü dijital dönüşüme hızlı bir biçimde uyum sağlamaya başlamıştır. Bu dönemde tüm

dünyada olduğu gibi Türkiye'de de gazeteler, haber siteleri ve dijital platformlar yaygınlaşmıştır. Bu dönemden önceki süreçte yazılı basın, radyo ve televizyon haberciliği ön plandayken bu tarihten sonra dijital platformlar, dijital gazetecilik, dijital çoklu medya ve günümüzde hızlı bir biçimde etkisini arttıran birçok tartışmaya sebep olan sosyal medya yaygınlık kazanmıştır.

Teknolojik gelişmelerle birlikte medya çeşitliliği artmıştır. Yeni gazeteler, dergiler, haber siteleri ve televizyon kanalları kurulmuştur. Farklı siyasi gruplara ve toplumun farklı kesimlerine hitap eden medya kuruluşları ortaya çıkmıştır. Fakat medya sektörünün bu çeşitliliği beraberinde birtakım ekonomik zorlukları da getirerek birçok medya kuruluşunu iflasa ve kapanmaya zorlanmıştır.

2010 yılından sonra dijitalleşme ve sosyal medyanın etkisi tüm gazetecilik ve habercilik pratikleri üzerinde etkisini göstermiştir. Bu süreçten sonra internet haber siteleri dijital platformlar ve sosyal medya platformları okuyucunun alışkanlıklarını büyük ölçüde değiştirmiştir. Bu dönem gazetecilik mesleğinin tam anlamıyla farklı bir mesleğe evrildiği dönemdir. Bu dönemde geleneksel gazetelerin tirajlarındaki düşüş ve yerel gazetelerin büyük ölçekli medya gruplarına karşı verdiği mücadele gazeteciliğin dijitalleşmenin kaçınılmaz hale getirmiştir. Gazeteler bu dönemde dijital platformlara geçiş yaparak okuyucuları dijital abonelik ve çevrim içi içerik sunmaya başlamıştır. Gazetecilik mesleğinin dijitalleşme beraberinde gazetecilik mesleğinin yok olabileceği endişesini getirmiştir. Fakat günümüzdeki gazetecilik faaliyetlerine bakıldığında tarihsel süreçte de olduğu gibi gazeteciliğin dönemin şartlarına uyum sağlayarak varlığını her zaman sürdürdüğü görülmektedir. Bunun başlıca sebebi insanın haber alma ihtiyacının her zaman var olmasından dolayıdır.

Bu dönemin gazetecilik mesleği açısından oldukça zor geçen bir dönem olduğunu görülmektedir. Dijitalleşmeyle birlikte gelen bilgi kirliliği, haber bültenlerindeki manipülatif içerikler, taraflı haber yayınlama eğilimleri, objektiflikten uzaklaşma, ekonomik zorluklar, iş güvencesi eksikliği, düşük ücretler, mesleki baskılar, yerel medyanın yok olması ve nitelikli gazetecilerin sektörden ayrılması gibi zor durum ve süreçler ile gazetecilik mesleği oldukça sancılı bir süreçten geçmektedir.

Gazetecilik mesleğindeki bu zorlu süreçle birlikte gazetecilik temel pratikleri açısından birçok avantajlı durumun olduğu da gözükmektedir. Bu avantaj durumlar haberin günümüzde anlık olarak hızlı bir biçimde dijital platformlar aracılığıyla yayılması ve daha

geniş kitlelere daha az maliyetle ulaşmasıdır. Haber günümüzde saniyeler içerisinde çok geniş kitlelere yayılabilmektedir. Böylelikle okuyucu gerçekleşen olayı anında öğrenmektedir. Yeni haberleşme pratikleri gazetecilik açısından okuyucuyla etkileşimi ve okuyucudan haber hakkında geri bildirim almaya olanak tanımıştır. Okuyucular dijital platformlarda haberlere yorum yapabilir, haberleri paylaşabilir ve aynı zamanda okuyucularla etkileşimde bulunabilmektedir. Bu durumda gazetecilere okuyucularıyla doğrudan bir ilişki kurma fırsatı vermiştir.

Dijitalleşme veri gazeteciliği ve veri analitiği gibi kavramların ortaya çıkmasını sağlarken istatistiki açıdan verinin önemini de arttırmıştır. Günümüzde gazeteciler büyük veri kümelerini analiz ederek daha derinlemesine ve özgün haberler üretebilmektedir. Bu durumda haberlerin kalitesini arttırmaktadır. İnternet teknolojisi haber takibini ve araştırma yapmayı kolaylaştırmıştır. Gazeteciler internet üzerinden hızlı bir biçimde bilgiye erişebilmekte farklı kaynaklara ulaşabilmekte ve aynı zamanda derinlemesine araştırma yapabilmektedir.

Geleneksel medyadan farklı olarak dijital teknolojilerin kullanıldığı; sosyal medya gibi dijital platformlar aracılığıyla içerik üretimi ‘yeni medya’ adıyla adlandırılmaktadır. Günümüzdeki habercilik faaliyetlerine bakıldığında yeni medyanın etkisinin tüm habercilik faaliyetlerini etkilediği görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında yeni medya kavramı habercilik açısından oldukça önemli bir kavram ve alan olarak karşımızda durmaktadır.

1.1.2. Yeni Medya Kavramı ve Habercilik

Günümüzde popülerlik kazanan yapay zekâ, yeni medya alanlarında oldukça sık kullanılan bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Bundan dolayı yapay zekâ haberciliğini anlayabilmek için öncelikli olarak yeni medya ve habercilik ilişkisini anlamak gereklidir. Yeni medya ve habercilik arasında güçlü bir ilişki vardır. Yeni medya; haber üretimi, dağıtımı ve tüketimi için oldukça önemli platformları ve araçları içinde barındırmaktadır. Yeni medya, haber üretimi için birçok platformu haberi üreten ve tüketen kişiye sunmaktadır. Gazeteciler; internet siteleri, sosyal medya platformları, bloglar, podcastler ve diğer dijital ortamlarda haberi üreterek kullanıcıya ulaştırmaktadır. Aynı zamanda yeni medya, haberlerin bu platformlar aracılığıyla hızlı bir şekilde yayılmasına olanak sağlamaktadır.

Habercilik açısından yeni medya kavramına tarihsel süreçte bakmak habercilik alanında meydana gelen değişimleri, etkileri ve zorlukları daha iyi anlamamıza sağlarken gelecekteki gelişmelere ışık tutmak açısından oldukça önemlidir. Bu açıdan bakıldığında yeni medya çalışmalarını tarihsel süreçte oldukça eski dönemlere kadar dayandığını söylemek mümkündür. Yeni medya ve habercilik ilişkisini ele almak günümüzdeki yapay zekâ ve habercilik ilişkisini anlamlandırmaya yardımcı olacaktır.

Dijitalleşme süreciyle birlikte; gazete, telgraf, telefon, televizyon, sinema, fotoğraf vb. birçok alanda teknolojik gelişmeler yaşanmıştır. Günümüzde bu durum internetin ve bilgisayar teknolojilerinin hâkim olduğu medya çağına kadar gelmiştir. Elektrik-Elektronik Medya kültürü ile insanlar birlikeri ile çok hızlı bir şekilde iletişim kurabilmekte ve haberleşebilmektedir. Günümüzdeki bu kültür dünyayı internet ile bir ağ gibi sararak fiziki mesafeleri ortadan kaldırmıştır. İnternetin, iletişimi hızlı ve ekonomik bir şekilde gerçekleştirmesi; kullanımını hızlı bir şekilde yaygın hale getirmiştir. Gelişen bilgisayar teknolojileri ile insanlar; gazetelere, filmlere, televizyona ve birçok kitle iletişim aracına tek bir kanaldan ulaşabilme imkânı bulmuştur. Bu durum ile ortaya yeni bir medya dili çıkmıştır.

Yeni medya kavramını ilk olarak 1970’li yıllarda; sosyal, psikolojik, ekonomik ve politika ile alakalı iletişim alanında yapılan çalışmalar ile ortaya çıktığını görülmektedir. Bu yıllarda ortaya atılan yeni medya kavramı 90’lı yıllarda ivme kazanarak bilgisayar ve internet ile hızlı bir şekilde gelişerek günümüzdeki konumuna gelmiştir (Yolcu, s. 41-42). Bu konum, her gün gelişen ve giderek büyüyen yeni bir medya çağına ifade etmektedir. Günümüzdeki iletişim ortamları ‘yeni medya’ kavramıyla açıklanmaktadır. Bu medya yaklaşımını sadece insanların bilgiye ulaşabildikleri ve iletişim kurabildikleri bir alan olarak tanımlamak yetersiz olacaktır. Buradaki izleyici kitle; kullanıcı, üretici ve tüketici konumlarının hepsinde bulunabilmektedir. Yeni medya ortamında gönderenden alıcıya tek taraflı bir ileti yoktur. Bu ileti karşılıklı etkileşim halinde yedi gün yirmi dört saat hiç bitmeyen bir şekilde sürekli kendini yenileyerek devam etmektedir. Günümüzde geleneksel medya ve tarihsel süreçteki kitle iletişim araçları (TV, gazete, internet, bilgisayar vb.) yeni medya ile iç içe geçerek birlikte kullanılmaktadır. Yeni medya, geleneksel medyadan farklı olarak veriler üzerine gelişen bir medya sistemidir. Kullanıcı verileri soyut anlamda analiz edilerek ortaya meta-medyası çıkarılmaktadır. Yeni medya

çok farklı sayısal ve akışkan ağlara bağlanabilme özelliği oluşturduğu gibi çoklu ortam özelliklerini de kullanıcılarına sunmaktadır.

Yeni medya kavramındaki; “yeni” ile ifade edilmek istenen kendini sürekli olarak güncelleyebilen ve her zaman bugüne ayak uyduracak kaotik bir etkileşim ağını ifade etmektedir. Bu medya ağının sınırları ve kuralları sürekli değişkenlik göstermektedir. Son 25 yıldaki kitle iletişim araçlarındaki değişim ile izleyici kavramı kullanıcı ile yer değiştirmiştir. Bu kullanıcı temelli medyadaki en önemli özellik kullanıcının etkileşimin sürecine dâhil olarak iletişimin ve veri üretiminin her anında olmasıdır. Yeni medya internetin kullanılmaya başlandığı dönemlerde yaygınlaşmıştır. İnternet kullanıcıları web 1.0 diye adlandırılan ilk dönemde pasiftir. İletişim sürecine dâhil değildir. Web 2.0 döneminde aktif konuma geçmeye başlamıştır. Web 3.0 döneminde ise iletişimin tüm alanlarında medya kullanıcıları interaktif konuma gelmiştir (Ünal, 2020, s. 240-241).

Yeni medya anlayışın temelinde sayılardan örülü bir sistem (binary) yatmaktadır. Bu sistem makine programlama dili olarak bilinmektedir. Tüm dijital sistemlerin ana temelinde 1 ve 0 rakamları vardır. Bu rakamlar ile veriyi dijital bir dile çevirip iletilmek istenen yere daha hızlı ileterek orada tekrar bizim gördüğümüz şekildeki yazılara, görsellere ve seslere dönüşmektedir. Bu içerikler modüler bir şekilde birbirinden ayrı olmasına karşın yeni medya teknolojisi ile bir arada olarak karşımıza çıkmaktadır. Modülerlik ve sayısal dil yeni medyanın günümüzde yaygın olmasının başlıca sebebidir (Dilmen, 2007, s. 114-115).

Teknolojinin başlattığı yeni dünya düzeninde insanların kişisel ve toplumsal anlamda tüm alışkanlıkları değişmiştir. İnternetin oluşturduğu yeni medya düzeni eski medya düzenine karşı büyük bir üstünlük sağlamıştır (Bulunmaz, 2014, s. 22). Geçmişte belirli bir kuramsal bilginin oluşturduğu bilgi havuzuna baktığımızda bu kuramın teorik bir sürece oturması belli bir zaman almaktadır. Günümüz dijital dünyasında ise insan çok farklı şekilde işleyen küresel bir yapı içerisinde yaşamaktadır. Birkaç yıl önceye kadar hayatımızda var olmayan şeyler günümüzde sıradan ve normalmiş gibi hayatımızda durmakta ve hayatımızı şekillendirmektedir. İnternetin tetikleme ile gerçekleşen bu düzenin birçok şeyi hayatın olağanları haline getirmesi bizim hayatımızın ve gündelik yaşantımızın şekillenmesine sebep olmuştur. Buradaki değişimin gelecek yılları belirleyecek en önemli faaliyetlerin temelini oluşturduğu düşünülmektedir (Bulunmaz, 2014, s. 23).

Yeni medya; insanlara pratiklerini ve deneyimleri birbirleri ile etkileşim halinde paylaşma fırsatı vermektedir. Teknolojinin de katkısı ile birçok bakış açısına sahip insanın görüşlerinin bir araya geldiği sosyal bir alan oluşmuştur. Yeni medyadaki sosyal alanda; karşımıza egemen iktidarın, elit kesimin, güçlü kişilerin, zenginlerin dışında farklı görüş ve fikirlere sahip kişilerinde olduğu görülmektedir. Yeni medyanın geleneksel medyaya karşı olarak bu kadar başarılı olmasının sebebi, yeni medyada dikey hiyerarşik bir baskınının yerine yatay olarak bir birleşmenin olmasıdır (Bulunmaz, 2014, s. 26-27). Yeni medyanın küresel bir ağ haline gelmesi ile sermayenin ve ekonominin dünyadaki dolaşımı küçük çaptan küresel bir alana taşınarak devletlerden daha büyük ve zengin şirketlerin meydana gelmesine sebep olmuştur. Hedef kitleler küçük birimlere parçalanarak medyada içerik üreticisi olarak şekillenmiştir. Küreselleşen kapitalist dönemin yeni bir boyut ve anlam kazandığı günümüzdeki yeni medya toplumlarında birey, daha önce hiç olmadığı kadar üretim sürecine dâhil olurken aynı zamanda bir tüketim nesnesi haline gelerek metalaşmıştır.

Yeni medyanın dönüşümü ekonomik ve teknolojik dönüşümün dışında kültürel ve sosyolojik olarakta bir dönüşümü ifade etmektedir. Bireyler sosyal medya ile kendilerini birer meta haline getirerek kendini bir gözetim ve denetim mekanizması içerisine dâhil etmiştir. Gündelik hayatının her anını sosyal ağlarda paylaşan kullanıcı; yaptığı faaliyetleri mevcut iktidara meşru bir rıza göstererek sunmaktadır. Filozof Jeremy Bentham'ın panoptik toplum olarak ifade ettiği bu toplumsal yapı metaforu ile Marks'ın emek kavramına olan yaklaşımı arasındaki ilişkiyi günümüzdeki yansımalarını yeni medya düzeninde görülmektedir.

Yeni medya ve habercilik arasındaki ilişki internet teknolojilerin gelişmesiyle paralellik göstererek gelişmiştir. Özellikle sosyal medya uygulamalarındaki habercilik anlayışı yeni medya ortamında gerçekleştirilen haberciliğin en belirgin örneğidir. Yeni medya ve habercilik arasındaki ilişki birbirine oldukça yakın ve birbirini etkileyen birçok etkeni içinde barındırmaktadır. Yeni medya düzeni; haber üretimi, dağıtımı ve tüketimini sosyal medya platformları aracılığıyla sağlamaktadır. Bundan dolayı haber endüstrisindeki değişimler ve mesleki yenilikler yeni medya teknolojileriyle yakından ilişkilidir.

Haber üretimini, yeni medya düzeni büyük ölçüde etkilemiştir. Geleneksel medya organlarının yanı sıra blog, internet sitesi ve sosyal medya platformları gibi alanlar haber üretimi açısından önemli haber dağıtım alanları haline gelmiştir. Bu sosyal medya

platformları haberin kitlelere oldukça hızlı bir biçimde yayılmasını sağlamıştır. Haber değeri taşıyan bir olay veya durum yeni medya düzeninde saniyeler içerisinde okuyucuya ulaşabilmektedir.

Yeni medya sistemi haber üretimini ve dağıtımını değiştirdiği gibi kullanıcının haber tüketim alışkanlıklarında da köklü bir değişime sebep olmuştur. Geleneksel medyadan farklı olarak haberi tüketen okuyucu habere artık daha ucuz ve kolay bir biçimde ulaşabilmektedir. Buradaki okuyucuda değişen en temel özellik yazıdan farklı olarak haberin içeriğinde görsel ve işitsel unsurları da aramasıdır. Bununla birlikte habere ulaşımında mekân kavramı da ortadan kalkmıştır. Habere ulaşım alanı okuyucunun bulunduğu her alanda kolaylıkla gerçekleşmektedir.

Yeni medya düzenindeki habercilik faaliyetinin gazeteciliğe katmış olduğu en köklü değişiklik okuyucunun haber üretim sürecine dahil olabilmesidir. Haber tüketicisi pasif bir izleyici konumundan aktif bir katılımcıya dönüşmüştür. İnternet siteleri ve sosyal medya platformları kullanıcılara yorum yapma, yazara ulaşma ve haberi başka sosyal medya platformlarında paylaşabilme imkânı tanımıştır. Bu durumda haber üreticileri ve tüketicileri arasında doğrudan etkileşim ve iletişim ortamı oluşturmıştır. Dijital yeni medya ortamı haberleri; metin, fotoğraf, video ve ses gibi farklı formatlarda sunma imkânı sağlamaktadır. Çoklu medya ortamı bir haberi farklı formatlarda ve farklı platformlarda okuyucuyla buluşturabilmektedir.

Yeni medya sisteminin geleneksel medyadan farklı olarak birçok dijital ve teknolojik sistemi içeren haber üretim pratikleri, başta sosyal medya haberciliği gibi birçok habercilik türünü ortaya çıkarmış ve çıkarmaya da devam etmektedir. Gazetecilik mesleğinde dijitalleşme beraberinde yeni bir medya sistemi getirirken Ortaya çıkan yeni medya sistemi sürekli olarak kendini güncelleyerek yeni habercilik türlerini de ortaya çıkarmaktadır. Yeni medya sisteminin homojen yapıyla kendini sürekli olarak yenilemesi ve dijital çağ anlık olarak uyum sağlayabilmesi birçok çalışmada farklı kavram ve konularla kendini yeni alan açmaktadır. Günümüzde ise oldukça popüler ve tartışmaya sebep olan yeni haber üretim pratiği olarak karşımıza yapay zekâ haberciliği çıkmaktadır. Yapay zekâ haberciliğine bakıldığında haber üretiminden dağıtımına kadar her alanda köklü değişime ve dönüşüme sebep olduğu görülmektedir. Bundan dolayı habercilikte yapay zekâ kullanım pratikleri ve kavramsal olarak yapay zekâ haberciliği incelenmesi gereken bir konu olarak karşımızda durmaktadır.

1.2. Yapay Zekâ Haberciliği

Yapay zekâ haberciliği, haber üretiminden yayıncılığa kadar haber endüstrisinde yapay zekâ teknolojilerinin kullanılmaya başlanmasıyla birlikte ortaya çıkan ve günümüzde ise oldukça fazla tartışılan bir habercilik türüdür. Yapay zekâ haberciliği; haberlerin otomatik bir şekilde üretilmesi, yayınlanması, analiz edilmesi, kişiselleştirilmesi ve okuyucuya ulaştırılmasını kapsayan uzun bir süreci içermektedir. Yapay zekâ haberciliğinden önceki süreçlerde internet teknolojilerinin yaygınlık kazanmasıyla birlikte verilerin internet ortamından alınarak kullanıldığı robot gazetecilik, algoritmik gazetecilik, ya da otomatikleşmiş gazetecilik vb. gazetecilik türleri tartışılmaya başlanmıştır.

Gazetecilik alanında yapay zekâ sadece haber yazımı alanında kullanılmamaktadır. Haber kaynağına ulaşma, haberin konusu bağlamında hedef kitle belirleme, içerik geliştirme, hedef kitleye yönelik olarak içeriği düzenleme, ödeme sistemi ve abonelik düzenleme gibi farklı alanlarda da haber üretim süreçlerine katkı sağlamaktadır. Yapay zekânın kullanıldığı diğer önemli bir nokta haberin doğruluk kontrolünde kullanılmasıdır. Yapay zekâ haberciliğine bakıldığında bu durum beraberinde bazı tartışmalı sorunları da getirmiştir. Bu sorunlar genel anlamda etik kaygılar temelinde; algoritmalar güvenilirliği, siyasi yanlılık, kamuoyunun ayrışması vb. konularda yoğunlaşmaktadır. Yapay zekâ ve haber ilişkisi; gazetecilik mesleği, haber organizasyonu, haberi tüketen okuyucular ve yapay zekâ haberciliğinin toplumu nasıl etkileyeceği gibi konularda da sıklıkla tartışılmaktadır (Kocabay Şener, 2021, s. 218-219).

Yapay zekâ haberciliği, yapay zekâ teknolojilerinin gazetecilik ve haber üretimi süreçlerini entegre edilerek kullanılmasıdır. En temel anlamıyla, yapay zekâ: insan zekâsını taklit ederek belirli görevleri gerçekleştirmek için tasarlanmış bir bilgisayar programıdır. Yapay zekâ haberciliği haberlerin üretilmesinden yayımlanmasına kadar olan süreçlerde çeşitli yapay zekâ tekniklerin kullanılmasını içermektedir. Bu teknikler arasında en önemli olanı doğal dil işleme (NLP) tekniğidir. NLP; metin verilerini anlama, yorumlama ve üretme yeteneği olan yapay zekâ algoritmalarını içermektedir. Böylece, yapay zekâ haber yazma, özetleme, dil bilgisi, düzeltme ve hatta çeviri gibi görevleri gerçekleştirebilmektedir.

Yapay zekâ büyük veri analitiği, makine öğrenimi ve derin öğrenme gibi teknikleri de kullanarak haberlerin toplanması, analiz ve dağıtım gibi süreçleri otomatik bir şekilde yapabilmektedir. Bu teknolojiler haberlerin daha hızlı bir şekilde toplanarak okuyucuya

da daha hızlı bir şekilde sunulmasını sağlamaktadır. Yapay zekâ teknolojisi haberlerin doğrulanması ve yayımlanması açısından gazetecilere zaman kazandırırken okuyucuları da daha hızlı ve daha doğru bilgiye erişim imkânı sunmaktadır. Yapay zekâ haberciliği geleneksel gazetecilik aşamalarına oldukça yenilikçi bir yaklaşım getirerek haber üretiminden dağıtımına kadar birçok açıdan verimliliği artırırken, doğruluk ve kaliteyi de arttırmaktadır. Yapay zekâ teknolojisi haber endüstrisinde önemli bir değişimi gerçekleştirirken aynı zamanda etik ve hukuki sorunları da beraberinde getirmektedir.

Günümüzde gazeteciler haber üretim süreçlerinde temelinde yapay zekâ teknolojilerinden oluşan Google Trends, Google Analytics, Semrush, Ahref vb. program ve uygulamaları çok fazla kullanmaktadır. Bu tür program ve uygulamalar üzerinden gerçekleşen haber üretim sürecine SEO (Arama Motoru Optimizasyonu) haberciliği denilmektedir (Öngel, 2023, s. 136). Bu habercilik türü daha çok haberin yer aldığı web sitesinin daha fazla üst sıralarda yer alması ve web sitesinin görünürlüğünün artması için yapılan bir dizi teknik stratejiyi içermektedir. SEO haberciliği ve yapay zekâ arasındaki ilişki, haber sitelerinin arama motorlarında daha iyi sıralanması ve kullanıcıların ilgisini çekmesi amacıyla yapay zekâ teknolojilerinden yararlanılmasıyla ortaya çıkmaktadır. Günümüzde oldukça popüler olan SEO haberciliği de yerini yavaş yavaş yapay zekâ haberciliğini bırakmaktadır. Yapay zekâ zaten SEO habercisinde gerekli olan tüm işlemleri sahip olduğu algoritmalar sayesinde yapabilmektedir.

Yapay zekâ algoritmaları, haberin içeriğinin kalitesini ve uygunluğunu değerlendirilebilmektedir. Haber yapay zekâ tarafından taranarak içindeki anahtar kelimelerin ve anahtar cümlelerin doğru kullanımı optimize edilebilmektedir. Böylece dijital platformda kullanılacak olan haber içeriği SEO açısından da uygun olacaktır. Yapay zekâ, kullanıcıların arama kelimelerine göre uygun olan başlık ve açıklamaları belirlenebilmektedir. Bu durumda haberlerin daha çekici görünmesini sağlamaktadır. Böylece haberin okunma sayısı arttırılabilmektedir. Yapay zekâ haberciliğinde en büyük avantaj yapay zekânın, kullanıcı davranışlarını analiz ederek kullanıcı deneyimlerini geliştirmeye yardımcı olabilmesidir. Yapay zekâ ile geliştirilen kullanıcı deneyimleri sayesinde kullanıcıların daha uzun süre haberin yayımlandığı dijital platformda kalması sağlanabilmektedir.

Yapay zekâ teknolojisi araçlarını göz önünde tutulduğunda çevreyi oldukça iyi bir biçimde optimize ederek ele alabilen, karşılaştığı olaylar karşısında detaylı yorumlamalar

gerçekleştirebilen ve buna bağlı olarak oldukça hızlı bir biçimde karar verme kabiliyetini sahip olan araçlar olarak ele alınmaktadır. Bu sistematik yapıyı şekillendiren durum ise mantıksal ve matematiksel bir işleyişe sahip dijital algoritmalarıdır. Makine öğrenmesi metoduyla bir algoritma insana ait özellikleri oldukça hızlı bir biçimde sahip olabilmektedir (Babacan, 2021, s. 67).

1.2.1.Yapay Zekâ Kavramı

Yapay zekâ kavramı son yıllarda giderek artan bir ilgiyle karşılanmakta ve dikkat çeken bir konu olarak öne çıkmaktadır. Yapay zekâ kısaca AI (Artificial Intelligence) olarak isimlendirilmektedir. Bilimsel araştırmalar, biyolojik ve sosyal alan açısından zekâ kavramına tam olarak bir açıklama getirilmeden gelişen teknolojiler ile yapay zekâ kavramı ortaya çıkmıştır. Zekâ kavramıyla birlikte kullanılan yapay kelimesi insanlar tarafından oldukça merak uyandırmaktadır. Yapay zekâ alanı çok disiplinli bir alandır. Makine mühendisliği, elektrik-elektronik mühendisliği, bilgisayar bilimleri, felsefe, sosyoloji, mekatronik vb. alanlar yapay zekânın çalışma alanları içinde yer almaktadır (Öztürk & Doğan, 2018, s. 23).

Yapay zekâyı tanımlamadan önce zekâ kavramını tanımlamaya ihtiyaç vardır. Algı ve kavram yardımıyla nesneler arasındaki ilişkiyi anlayabilme, düşünebilme, fikir üretme, problemlere yönelik çözüm geliştirme, karar verebilme, yargılama ve sonuç çıkarma becerileri zekâ olarak adlandırılmaktadır. Zekâ çok kapsamlı zihinsel becerilerin kullanılmasını içermektedir. Akıl kavramı ise zekâ kavramı ile oldukça sık bir şekilde birbiriyle karıştırılmaktadır. Akıl; çevresel ve sosyal etkiler ile gelişebilen içinde genetik faktörleri barındıran karmaşık bir yapıdır. Buradan hareketle aklın insanın hayatı boyunca değişebilen bir yapısı olduğunu söylemek mümkündür. Zekâ ise doğuştan herkes tarafından belli ölçüde sahip olunan bir olgudur. İnsan hayatı boyunca zekâsını eğitim ve deneyimler ile geliştirebilmektedir. Bundan dolayı ilk kez önümüze gelen bir duruma karşı uyum gösterme öğrenme anlayabilme ve analiz etme gibi durumlar zekâ ile gerçekleştirilebilmektedir. Bu sebeple kullanılan bilgisayarların herhangi bir soruna çözüm üretebilmesi zekâ kavramı ile ilişkilendirilmiştir (Yılmaz, 2017, s. 1-2).

Yapay zekâ, bilgisayar bilimleri ve mühendislikte insana özgü zekâyı taklit edebilme amacıyla tasarlanmış bir alanı ifade etmektedir. Yapay zekâ, bilgisayarın temel sistemlerinin veri analizi, istatistik, öğrenme, karar verme ve problem çözme gibi işlevleri

gerçekleştirmesini sağlamaktadır. Yapay zekâ, geniş bir yelpazede birçok farklı alt disiplinleri içermektedir. Bu alt disiplinler arasında makine öğrenimi, derin öğrenme, doğal dil işleme, görüntü işleme, oyun teorisi, robotik ve otonom sistemler bulunmaktadır. Makine öğrenimi, algoritmaların belirli bir görevi veya sorunu çözmek için veriden öğrenme yeteneği üzerine odaklanırken, derin öğrenme, çok katmanlı yapay sinir ağlarını kullanarak veri setlerindeki karmaşık ilişkileri modelleme ve anlama yeteneğine sahiptir. Doğal dil işleme alanı, bilgisayarların insan dilini idrak edebilmesi, yorumlayabilmesi ve üretebilmesi için tasarlanmış bir teknolojik sistemdir. Görüntü işleme, dijital görüntülerin alınması, analiz edilmesi, yorumlanması ve işlenmesiyle ilgilenen bir alandır. Oyun teorisi, farklı aktörlerin (oyuncuların) karar alma süreçlerini ve bu kararların sonuçlarını analiz eden bir matematiksel modelleme ve analiz dalıdır. Robotik, bilgisayar bilimi, elektrik mühendisliği ve mekanik mühendisliği gibi alanların kesişiminde yer alan bir disiplindir. Robotik, robotların tasarımı, yapımı, kontrolü ve iş birliği yapabilme yeteneklerini araştırmaktadır. Robotik, insanın müdahalesini veya kontrolünü gerektiren çok farklı ve karmaşık görevleri, insan varlığının sahip olduğu yeteneklerin çok fazla üstünde bir hız ve güvenilirlikle gerçekleştirmektedir (Penrose, 2004, s. 11). Otonom sistemler, dış müdahale olmadan görevleri gerçekleştirebilen, karar verebilen ve hareket edebilen sistemlerdir. Bu yöntemler, yapay zekânın birçok uygulama alanında önemli bir rolü üstlenmektedir.

Yapay zekâ günümüzde sosyal medya ve gündelik hayatın her alanında oldukça sık konuşulan ve tartışılan bir konudur. Bunun başlıca sebebi ise son yıllarda yapay zekâ alanında yaşanan teknolojik gelişmelerdir. Yapay zekâ; bilgisayar teknolojilerinde, yüz ve ses tanıma programlarında, video kurgulama, ses montajı, metin oluşturma, istatistikî veri görselleştirme ve birçok alanda analiz oluşturmak için etkin bir biçimde kullanılmaktadır. Bunlara ek olarak uzun metin ve videoları kısaltarak gündelik hayatı kolaylaştırmaktadır.

Kavram olarak yapay zekâyâ bakıldığında birçok tanımı olduğunu söylemek mümkündür. Yapay zekâyı Pirim, “beynin çok basit bir nöron modelinin benzetimidir” olarak tanımlamıştır (Aktaş, 2021, s. 10). Coppin ise yapay zekâyı, “yapay zekâ teknikleri nispeten karışık ya da basit problemleri çözmek için kullanılan bir programdır” şeklinde ifade etmiştir (Babacan, 2021, s. 41). Bostrom, yapay zekâ kavramını, “İnsanların bilişsel performansını hemen hemen her alanda katbekat aşan her türlü zekâ” olarak tanımlarken;

Nabiyev ise yapay zekâ kavramını, “Bilgisayarın ya da bilgisayar denetimli bir makinenin, genellikle insana özgü nitelikler olan akıl yürütme, anlam çıkartma, genelleme ve geçmiş deneyimlerden öğrenme gibi zihinsel süreçlere ilişkin görevleri yerine getirme yeteneği” olarak tanımlamaktadır (Öngel, 2023, s. 116).

Tarihsel süreçte zekâ kavramının ilk ortaya çıkışı antik çağlara kadar uzanmaktadır. Antik dünya filozofları, insan zekâsını anlamaya yönelik birçok çalışma yaptılar ve bu konu ile alakalı olarak zekâ kavramını irdeleyen derin düşünceler geliştirmişler. Platon'un idea dünyası, Akıl (Nous) kavramı ve Aristoteles'in psikolojik teorileri, insan zekâsının ve bilincinin doğasını açıklamaya çalışan ve felsefe ile zekâ arasında bağıntı kuran ilk çalışmaların öncüsü olmuştur. Yapay zekâ; insan zekâsını matematiksel olarak modellemeye çalışmaktadır. İnsan zekâsının ve bilincinin nasıl işlediğini dijital bağlamda açıklamaya çalışmaktadır. Yapay zekâ, bilincin ve zekânın ne olduğunu anlamak; makine zekâsını insan zekâsına benzer bir şekilde oluşturmak; bilinç ve zekânın nasıl ortaya çıktığını, işlediğini ve nasıl simüle edilebileceğini anlamaya çalışmaktadır. Yapay zekâ ile antik felsefe arasındaki bağlantılar, insan zekâsının ve bilincinin doğası hakkındaki felsefi tartışmaların, modern bilgisayar bilimi ve yapay zekâ araştırmalarının temelini oluşturduğunu göstermektedir.

Bilgisayarın ve yapay zekânın temelleri oldukça eski zamanlara dayanmaktadır. Tarihsel olarak bakıldığında bilgisayar ve yapay zekânın gelişiminde 1642 Fransız matematikçi Blaise Pascal'ın toplama ve çıkarma işlemi yapabilen hesap makinesinin icadı ile Gottfried Wilhelm Leibniz'in toplama, çıkarma, bölme ve çarpma olmak üzere dört işlemi yapabilen hesap makinesinin icadı o zamanlarda tarihin en önemli buluşları arasında yer almaktaydı. Bununla birlikte Leibniz tarafından geliştirilen ikili sayı sistemi, bilgisayar sistemlerini temelini oluşturarak kendinden sonraki çalışmaların temelini oluşturmuştur (Öngel, 2023, s. 119).

Pascal'ın icat ettiği mekanik hesap makinesi, toplama ve çıkarma işlemlerini otomatik olarak yapabilen bir cihazdır. Bu, matematiksel işlemlerin mekanik olarak gerçekleştirilebileceğini gösteren ilk pratik uygulamalardan biridir. Pascal'ın bu icadı, hesaplama işlemlerinin otomatikleştirilmesi fikrinin temelini oluşturmuştur. Leibniz'in bu icadı, matematiksel hesaplamaların daha karmaşık ve geniş bir yelpazesini gerçekleştirebilecek mekanik cihazların geliştirilmesi yolunda önemli bir adımdır. George Boole tarafından geliştirilen matematiksel sistem, doğru ve yanlış 1 ve 0 olarak

ele alarak ‘Boolean Cebiri’ isimli bir sistemi ifade etmektedir. Leibniz, ikili sayı sisteminin (binary system) önemini de vurgulamıştır. Günümüzün dijital bilgisayarlarının temeli olan ikili sayı sistemi, elektronik cihazlardaki mantıksal işlemleri ve depolama yöntemlerini temsil etmek için kullanılmaktadır.

Bu icatlar, bilgisayar bilimlerinin temellerini atmış ve otomatik hesaplama ve işlemlerin gelişimini hızlandırmıştır. Pascal’ın ve Leibniz’in icatları, daha sonra Alan Turing’in Turing makineleri gibi soyut bilgisayar modellerini ve modern bilgisayar biliminin oluşumunu etkilemiştir. Ayrıca, Leibniz’in ikili sayı sistemi, dijital mantık ve bilgisayar biliminin temelini oluşturmuş ve dijital bilgisayarların geliştirilmesine katkıda bulunmuştur. Bu nedenle, bu icatlar, bilgisayar ve yapay zekâ alanlarının tarihsel gelişiminde önemli bir rol oynamaktadır.

Farklı filozofların ve bilim insanlarının, 19. ve 20. yüzyıllarda insan zekâsı ve bilinç üzerine ortaya koydukları teoriler, felsefi düşünce tarihinde önemli bir yer tutmaktadır. Aynı zamanda, bilim ve felsefenin birleştiği bu dönemde, bilinç ve zekâ gibi konular, matematik, fizik ve bilişsel bilimlerde de büyük ilgi görmüştür. Bu dönemde klasik felsefi kavramlar insan zekâsının doğası ve sınırları hakkında derin düşüncelere yol açmıştır.

Alan Turing’in "Makineler Düşünebilir mi?" sorusu, yapay zekâ felsefesinin önemli bir dönüm noktası olarak görülmektedir. Turing, bu soruyu Felsefe dergisi Mind’in 1 Ekim 1950 tarihli 236. sayısında yayımlanan ‘Hesaplama Makineleri ve Zekâ’ isimli makalesinde ortaya atmıştır (Öngel, 2023, s. 119). Turing’in bu sorusu, makinelerin düşünebilirlik kapasitesini ve insan zekâsıyla olan benzerliklerini sorgulamıştır. Bu soru, yapay zekâ araştırmalarının felsefi temellerini derinleştirmiştir.

Turing, "Makineler Düşünebilir mi?" soruna aradığı cevabı bulabilmek için ‘taklit oyunu’ isimli bir test hazırlamıştır. Bu test günümüzde ‘Turing Testi’ olarak anılmaktadır (Fırat, 2018, s. 26). Turing Testi, bir makinenin insan benzeri davranışları sergileyip sergileyemediğini belirlemek için önerilmiş bir testtir. Turing Testi, yapay zekâ alanında temel bir test haline gelmiş ve birçok yapay zekâ araştırmasının odak noktasını oluşturmuştur. Bu test bir bilgisayarın insan gibi davranıp davranamayacağını anlamak için kullanılmaktadır. Bu testte bir sorgulayıcı, bir bilgisayar programı ve bir insan metin tabanlı bir iletişim kurmaktadır. Sorgulayıcı iletişimin bir bilgisayar programıyla mı yoksa gerçek bir insanla mı gerçekleştiğini anlamaya çalışmaktadır. Bilgisayar programı gözlemcinin sorduğu sorulara yapay zekâ algoritmaları ve dil işleme tekniklerini

kullanarak cevap vermektedir. Gözlemci, iletişim sürecindeki cevaplardan hareketle bilgisayar programının vermiş olduğu cevapları gerçek insanın cevapları olduğunu düşünürse program Turing Testi'nden başarılı olmuş olmaktadır. Bu test yapay zekâ araştırmalarının ve bilgisayar biliminde önemli bir dönüm noktası olarak görölmektedir.

Tarihsel süreç incelendiğinde, yapay zekâ teknolojisinin gelişimin 1800'lü yıllardan itibaren başladığı görölmektedir. 1884 yılında makinelerin zeki davranışlarını gösterebilmesi için ilk çalışmalar Charles Babbage tarafından yapılmıştır. Yapay zekâ için bu 1884 yılı oldukça önemlidir. Charles Babbage, yaptığı çalışmalardan hareketle mekanik ve makine çalışmalarının insan kadar zeki davranışlar sergileyebileceği kanısına varmıştır (Yılmaz, 20017, s. 13). 1950'li yıllarda ise Shannon isimli bir bilim insanı bilgisayarların satranç oynayabileceği iddiasında bulunmuştur. Yapay zekâ kavramı, ilk kez 1956 yılında tanıtılmıştır. Bu terim, Dartmouth Konferansı olarak bilinen bir konferansta ortaya atılmıştır. Konferans, 11-16 Temmuz 1956 tarihleri arasında New Hampshire'daki Dartmouth Koleji'nde gerçekleşmiştir. John McCarthy, Marvin Minsky, Nathaniel Rochester ve Claude Shannon gibi önemli bilim insanları, bu konferansın öncülerinden ve yapay zekâ alanının gelişimine katkıda bulunan isimlerdendir. Bu konferansta, yapay zekâ kavramı üzerine çalışmaların önemi vurgulanmış ve yapay zekâ alanının ilkeleri ve hedefleri belirlenmiştir.

1957 yılında John McCarty tarafından geliştirilmiş olan LISP (List Processing Language) yapay zekâ için geliştirilen bir programlama dilidir. LISP'in tasarımı, sembolik hesaplama ve yapay zekâ uygulamaları için uygun bir ortam sağlamak amacıyla yapılmıştır. 1965-1970 yılları arası yapay zekâ gelişimi açısından verimli geçmemiştir. 1975-1980 yılları arasında ise yapay zekâ çalışmaları ivme kazanmıştır. Daha sonraki yıllarda ise psikoloji gibi başka bilim dalları da sürece dahil edilmiştir. 1980'li yıllara gelindiğinde ise yapay zekânın pratik uygulamalar ile büyük projelerde kullanılmaya başlandığı görölmektedir (Yılmaz, 2017, s. 14).

1996 yılında dünya satranç şampiyonu Garry Kasparov ile IBM'in Deep Blue (Derin Mavi) isimli süper bilgisayarı bir satranç turnuvasında karşı karşıya gelmiştir. İlk oyunu Kasparov kolayca kazanmıştır. 1997 yılında gerçekleştirilen ikinci oyunu ise Deep Blue kazanmıştır. Böylelikle, o gün dünya tarihinde bir ilk yaşanmıştır. İlk kez bir makine dünya şampiyonu bir insanı yenmiştir (Koç, 2019, s. 42).

Tarihsel sürece bakıldığında yapay zekâ teknolojisinin ortaya çıkışının temellerinin çok eski tarihlere kadar dayandığını söylemek mümkündür. Bu süreçteki yapay zekâ ile alakalı gelişmelerin yoğunluğu tarihteki teknolojik gelişmelerin yoğunluğuyla doğru orantılı olarak artarak geçmişteki bütün teknolojik gelişmelerden faydalanarak günümüze kadar gelmiştir. Özellikle 2000’li yıllardan sonra bilgisayar teknolojilerin ivme kazanmasıyla birlikte yapay zekâ alanında da yapılan çalışmaların sayısında hızlı bir artış meydana gelmiştir.

2000 yılında jest ve mimik hareketleri kullanabilen ‘Kismet’ isimli robot tanıtılmış, 2005 yılında ise yapay zekâyâ sahip, insan becerisi ve yeteneğine benzer özellikler taşıyan ‘Asimo’ isimli robot tanıtılmıştır. 2010 yılında Asimo’nun zihin gücü kullanılarak hareket etmesine tanıklık edilmiştir (Yılmaz, 2017, s. 16). Bu yıllara bakıldığında robot teknolojileri alanında yapılan çalışmaların sıklık kazandığını söylemek mümkündür. 2010’lu yıllara kadar yapay zekâ alanına yatırımlar pahalı olmasından dolayı sadece birkaç şirket bu alana yatırım yapabilmıştır. Bu yıldan günümüze kadar geçen sürede yapay zekâ çalışmaları gerçek hayattaki problemlerin çözümlerine uyarlanmasına kadar gelmiştir.

2010’lu yıllardan günümüze kadar gelen sürede en büyük gelişme veri alanında olmuştur. Daha önceki süreçte hammadde ihtiyacı; demir, çelik vb. fiziksel anlamdaki ürünler iken günümüz 21.yüzyılın dijital çağının hammaddesinin veri olduğunu söylemek mümkündür. Dünyada her gün sosyal medyada başta olmak üzere birçok dijital platformlarda veri üretilmektedir. 7/24 saat hizmet veren arama motorları, web siteleri, müzik dinleme uygulamaları vb. birçok alanda veri üretilmektedir. Bu noktada 2017 yılında üretilen verilerin toplamı 2017 yılından önce üretilen tüm verilerin toplamından daha fazladır. Bu verilere; doğa tarafından elde edilen hava durumu, bulut değişimi, kuraklık, yıldız düzenleri, su akışları verileri gibi verilerinde her gün eklendiği düşünüldüğünde gelecekte insanlığı bir veri yığını beklemektedir. Tam bu noktada yapay zekâ teknolojileri devreye girmektedir. Yapay zekâ bu veri yığınları içinden verileri işleyerek anlamlı sonuçlar ve öneriler elde etmektedir. Özellikle 2010’lu yıllardan sonraki süreçte yapay zekânın veri analitiği işlemlerinde kullanılmaktadır (Koç, 2019, s. 43-44). Yapay zekâ alanının genişleyerek oyun ile alakalı sistemlerde de kullanılmaya başlaması yapay zekâ alanında bir dönüm noktası olmuştur. Bunun başlıca sebebi bu alanın yapay zekânın potansiyelinin ne kadar fazla olabileceğini ortaya çıkarmasıdır. Yapay zekânın

oyun alanında insanları yenmeye başlaması, yapay zekânın insan zekâsıyla rekabet edebileceğini göstermiştir. Özellikle Go ve poker gibi stratejik oyunlarda yapay zekânın başarısı dikkat çekmiştir. AlpaGo isimli program Go isimli oyunu yapay zekâ yardımıyla oynanmasına olanak sağlamıştır. Go oyununda amaç taşlarını tahta üzerine yerleştirerek rakibin taşlarını çevrelemek ve böylece onları oyun dışı bırakmaktır. Oyuncular sırayla taşlarını tahta üzerine yerleştirmektedirler. Bir oyuncunun taşı, diğer oyuncunun taşlarını çevrelerse, bu taşlar oyundan çıkartır ve puan kazanır. Bu oyuna bakıldığında strateji gerektiren bir oyun olduğu görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında yapay zekânın en önemli ve etkileyici yanı yapay zekânın, insan zekâsını yenmesi olarak dikkat çekmektedir.

Derin öğrenme ve büyük veri analitiği gibi teknolojiler yapay zekânın performansını önemli ölçüde arttırmıştır. Derin öğrenme ve büyük veri analitiği, yapay zekâ ve veri bilimi alanlarında önemli tekniklerindendir. Her ikisi de bilgi işleme, desen tanıma, tahminleme ve karar verme gibi birçok alanda kullanılmaktadır. Derin öğrenme yapay sinir ağları üzerine kurulu bir öğrenme biçimidir. Birçok katmanlı ve karmaşık ilişkileri olan sinir ağlarını modellemek için kullanılmaktadır. Derin öğrenme, büyük veri setleri üzerinde çalışarak desenler ve ilişkiler çıkararak tahminlerde bulunabilmektedir. Derin öğrenme biçimi insan zihninin işleyişine benzer olarak çok katmanlı biçimde gerçekleşmektedir. İnsan zihninde olduğu gibi her nöron girdi ve çıktı bilgilerini eşleştirmektedir (Sarıtay, 2023, s. 48).

Büyük veri analitiği, karmaşık veri kümelerinden anlamlı veriler elde edilmesine olanak tanıyan bir disiplindir. Buradaki verilerin hacmi oldukça geniş kapsamlıdır. Big data olarak da ifade edilen büyük veri, genel olarak terabit ya da petabit'in katlarından oluşmaktadır (Aktaş, 2021, s. 14). Büyük veri analitiği için önemli nokta, farklı kaynaklardan büyük ölçüde veri toplamak ve depolamaktır. Bu veri, yapılandırılmış veya yapılandırılmamış olabilmekte ve genellikle farklı formatlarda ve kaynaklarda bulunmaktadır. Toplanan veriler, genellikle çeşitli hataları, eksiklikleri ve tutarsızlıkları içinde barındırmaktadır. Veri temizleme ve hazırlama süreci, verileri analiz için uygun hale getirmek için yapılmaktadır. Bu aşama, veri analitiğinin en zaman alıcı ve en zorlayıcı kısımlarından biridir. Veri analizi, ayıklanmış ve hazırlanmış veriler üzerinde gerçekleştirilmektedir. Bu aşamada, istatistiksel analiz, veri madenciliği teknikleri ve

makine öğrenimi algoritmaları gibi çeşitli analitik yöntemler kullanılarak veriler incelenmektedir.

İnsan, daha önceki bilgilerinden farklı olarak bir bilgi ile karşılaştığında bu bilgiyi deneyimlemekte ve tecrübe etmektedir. Başka bir deyişle onu öğrenmektedir. Makineleşme sürecine bakıldığında yapay zekâ teknolojisinin de bu duruma benzer şekilde bir öğrenme biçimi vardır. Bu öğrenme biçimi makine öğrenmesi olarak adlandırılmaktadır (Yılmaz, 2017, s. 42). Bu açıdan bakıldığında makine öğrenmesinin yapay zekâ alanının bir alt yaklaşımı olduğunu söylenebilmektedir. Makine öğrenmesi, herhangi bir konu özelinde ulaşılan verilerin bilgisayar programı yardımıyla çeşitli algoritmalar tarafından analiz edilerek büyük veri kümesinden elde edilen veriler ile kıyaslanarak yeni veriler elde edilmesi ve bu aşamadan ortaya çıkan analiz neticesinde elde edilen verilerin veri kümesi içerisine dahil edilmesi ile veri kümesinin genişlemesidir (Babacan, 2021, s. 49). Makine öğrenmesiyle geçmişte var olan verilere dayanarak ileriye yönelik kapsamlı ve gerçeğe yakın tahminler yapabilmektedir. Bu durumda insanlar veya şirketler için yapay zekânın büyük veri yığınları içinden faydalı bilgileri kullanabilmesine olanak sağlamaktadır (Aktaş, 2021, s.17).

Derin öğrenme, yapay zekâ ve makine öğrenmesi alanlarında kullanılan bir tekniktir. Bu teknik, karmaşık yapıları ve desenleri algılamak, temsil etmek ve anlamak için kullanılmaktadır. Derin öğrenme, genellikle çok katmanlı yapay sinir ağlarını içeren karmaşık bir yapıyı ifade etmektedir. Bu yapı insanın sinir ağlarına benzemektedir. Fakat, derin öğrenme, büyük miktarda veri ve yeterli hesaplama gücüne sahip olduğundan dolayı karmaşık desenleri tanımlama ve öğrenme yeteneğine sahiptir. Derin öğrenme, yapay zekâ alanında büyük bir ilgi odağı olarak birçok uygulama alanında büyük gelişmelere yol açmıştır. Derin öğrenme, özellikle büyük veri setlerini ve karmaşık yapıda olan verileri işlemek için etkili bir araçtır. Görüntü, ses, metin gibi farklı veri tiplerini işleyebilmekte ve karmaşık desenleri tanımlayabilmektedir.

2020 yılından sonra yapay zekâ çalışmaları oldukça popüler hale gelerek ivme kazanmıştır. Bu süreçte yapay zekâ pratikleri gündelik hayatın her alanında kullanılan hayatın bir parçası haline almıştır. Yazı diliyle karşılıklı olarak konuşulabilen yapay zekâ programlarına sesli olarak sohbet edebilme özelliği de eklenmiştir. Yakın zamanda gerekli girdiler sunularak görseller, şarkılar ve videolar gibi birçok içerik oluşturulabilmektedir.

Yapay zekâ araştırmaları, insanlığın teknolojik ve bilimsel ilerlemeleriyle paralel olarak evrimleşmiş ve gelişmiştir. Antik çağlardan itibaren, insanlar insan zekâsını taklit etmeye yönelik çeşitli girişimlerde bulunmuşlardır. Ancak, yapay zekâ teknolojisinin modern anlamda şekillenmesi, 20. yüzyılın ortalarında ve sonlarında, bilgisayar biliminin ve bilişsel bilimlerin gelişimiyle hız kazanmıştır. Bilgisayarların icadı ve dijital teknolojilerin ilerlemesi, yapay zekâ araştırmalarının önünü açmış ve disiplinin gelişimine olanak sağlamıştır. Bugün, yapay zekâ teknolojisi, birçok alanda çeşitli uygulamalara sahiptir ve sürekli olarak gelişmektedir.

Gelecekte gerçekleşmesi olası görülen yapay zekâ çalışmaları, birçok yönden çalışmaya devam edecek ve teknolojik gelişmelerle birlikte paralellik göstererek önemli ilerlemeler kaydedecektir. Yapılan çalışmalara bakıldığında yapay zekâ faaliyetlerinin algoritmik açıdan daha karmaşık sistemleri analiz edebilme kapasitesi artarken daha esnek bir yapıda, derin ve güçlü öğrenme gibi tekniklerin oldukça ileri düzeyde olduğu ve gündelik hayatın her anında kolay bir şekilde kullanıldığı bir yapıya evrilmesi beklenmektedir.

Yapay zekâ mekanik bir açıdan işleyen bir sistem olarak gözükse de ilerleyen süreçte duygusal zekâ gelişimi açısından da geliştirilebileceği düşünülmektedir. Bu açıdan bakıldığında sosyal anlayış ve duygusal perspektiften olaya yaklaşabilen ve insanın doğasını kavrayabilen bir yapay zekâ kaçınılmaz olarak görülmektedir. Bu gelişmeler beraberinde insan ile iş birliği yapan insanlaşmış bir yapay zekâyı da getirecektir.

1.2.2. Yapay Zekâ ve Habercilik İlişkisi

Yapay zekâ ve habercilik arasındaki ilişki teknolojinin hızlı ilerlemesiyle birlikte giderek daha belirgin hale gelmiştir. YZ sistemlerinin habercilik alanına sunduğu imkânları vurgulamakta fayda vardır. Analitik kabiliyetleri göz önüne alındığında YZ; insanların kolayca işleyemedikleri verileri hızlı bir şekilde sonuçlandırabilmekte ve veriler arasında bağlantı kurabilmektedir. Böylece insanlardan daha tutarlı olup onları sıkıcı veya tekrarlayan görevlerden kurtardığından dolayı hayatı kolaylaştırmaktadır (Yeşilkaya, 2022, s. 950). Yapay zekâ; haber üretimi, dağıtımı ve tüketimi aşamalarını dönüştürerek gazetecilik pratiğine yeni bir boyut kazandırmıştır. Yapay zekâ haberler üretim sürecinde önemli bir rol oynamaktadır. Algoritmalar ve veri analizi teknikleri büyük miktarda veriyi hızlı bir şekilde inşa ederek haberlerin daha hızlı ve verimli bir şekilde üretilmesine imkân vermektedir. Yapay zekâ haberlerin hedef kitlelere ulaşmasında da büyük rol

oynamaktadır. Kişiselleştirilmiş haber akışları okuyucuların ilgi alanlarına göre düzenlenmiş içerikleri sunmak için yapay zekâ algoritmaları tarafından oluşturulmaktadır. Bu, kullanıcıların haber sitelerinde daha uzun süre kalmalarını sağlarken medya şirketlerinin de içeriklerini daha etkili bir şekilde pazarlama imkânı vermektedir.

Yapay zekâ teknolojisiyle birlikte haber üretim pratiklerinde yeni yöntemler ve araçlar ortaya çıkmıştır. Veri gazeteciliği, bu yeni gazetecilik yöntemlerinin başında gelmektedir. İnternetin hayatımıza girmesiyle birlikte ortaya çıkmaya başlayan veri gazeteciliği, yapay zekâ teknolojilerinin habercilik alanında kullanılmasıyla birlikte son derece önem kazanmıştır. Bu habercilik yöntemi, büyük veri setlerinin analiz edilmesi ve hikâyeleştirilmesi sürecinde yapay zekâ araçlarının kullanılmasıyla daha da gelişmiştir. Ayrıca, deepfake ve diğer manipülatif içeriklerin tespiti için de yapay zekâ teknolojileri kullanılmaktadır. Deepfake, bir kişinin surat ifadelerini gelişmiş bir yazılım kullanılarak görsel ve sesli içerik olarak manipüle edilme işlemi olarak tanımlanabilmektedir (Berk, 2020, s. 1511). Bu durum, haberin doğruluğu ve güvenilirliği gibi etik durumları yakından ilgilendirmektedir. Yapay zekânın habercilikteki rolü, gelecekte daha da artacak gibi görünmektedir. Yapay zekânın etik standartlar çerçevesinde kullanımı, habercilikte doğruluk, tarafsızlık ve güvenilirlik gibi temel etik değerlerin korunmasını sağlayabilmektedir. Bununla birlikte, yapay zekânın haberciliğe nasıl entegre edileceği, medya sektöründeki dönüşümün hızı ve bu dönüşümün toplumsal etkileri, yapay zekânın habercilikteki geleceği açısından önemli tartışma konularıdır. Kısacası, yapay zekâ ve habercilik arasındaki ilişki, teknolojik yeniliklerin getirdiği fırsatlarla birlikte, gazetecilik pratiği ve etik standartlar açısından yeni tartışmaları da beraberinde getiren karmaşık bir yapı olarak karşımızda durmaktadır.

1.2.3. Robot Gazeteciliği ve Yapay Zekâ Haberciliği

Habercilik türlerine bakıldığında birbirine benzer ama birbirinden farklı olan iki habercilik türü karşımıza çıkmaktadır. Bu habercilik türleri robot haberciliği diğer bir deyişle robot gazeteciliği ve yapay zekâ haberciliği olarak isimlendirilen habercilik türleridir. Robot gazeteciliği genelde belirli bir şablon veya format kullanılarak haber metinlerinin otomatik olarak oluşturan yazılım tabanlı sistemleri ifade etmektedir. Bu

sistemler, belirli bir veri seti veya bilgi kaynağından gelen verileri otomatik bir biçimde analiz ederek haber metinlerini oluşturmaktadır.

Robot gazetecilik, algoritmaların belli konulardaki haber klişelerini depolayıp anlamlandırması sonucunda güncel verilerden benzer otomatik haber metinleri oluşturulmasıdır (Narin, 2017, s. 82). Robot gazeteciliği, teknolojinin gazetecilik alanındaki en yenilikçi ve dikkat çekici uygulamalarından biri olarak gözükmemektedir. Bu tür gazetecilik, haberlerin algoritmalar ve yapay zekâ yazılımları tarafından otomatik olarak üretilmesini ifade etmektedir. Kısacası geleneksel anlamda bir insanın yazdığı haber yerine bir yazılım programının belirli verileri analiz edip bu verilerden bir haber oluşturduğu bir süreçtir. Bu tür habercilik, büyük veri setlerini hızlı bir şekilde analiz edilmesi ve işlenmesi gerektiğinde oldukça kullanışlıdır.

Robot gazeteciliğin habercilik dünyasında bir dizi avantajı bulunmaktadır. En belirgin avantajı, haber üretimine hız ve verimlilik sağlamasıdır. Algoritmalar, büyük miktarda veriyi hızla analiz ederek tüketime hazır hale getirebilmektedir. Bu da gazetecilerin iş yükünü hafifletme ve zamandan tasarruf etme potansiyelini gazetecilere sunmaktadır. Bunun yanı sıra tarafsızlık ve nesnellik açısından insan hatasının arındırılmış haberlerin üretilmesi mümkün olabilmektedir. Ancak robot gazeteciliğin eleştirilen yönleri de vardır. Bu noktada en büyük eleştiri, bu tür haberlerin duygudan yoksun olması ve insani bir dokunuş içermemesidir. Haberin bir robot tarafından üretilmesi, okuyuculara ulaşan içeriğin, insan gazetecilerin sezgileri, tecrübeleri ve duygusal zekasıyla şekillenmiş olduğu anlamına gelmemektedir. Ayrıca, bu tür haberlerin denetime ihtiyaç duyması, doğru ve etik bir şekilde sunulup sunulmadığını kontrol edilmesi gerekmektedir (Öztürk Çelebi, 2024, s. 138-143).

Yapay zekâ haberciliğinde habere daha geniş bir perspektiften bakılarak yapay zekâ teknolojilerinin haber üretim süreçlerini geniş kapsamlı bir biçimde entegrasyonu söz konusudur. Bu süreçler; doğal dil işleme, makine öğrenimi ve büyük veri analizi gibi yapay zekâ tekniklerinin kullanımını içermektedir. Yapay zekâ haberciliği, haber metinlerinin oluşturulmasından yayımlanmasına ve hatta okuyucudan gelen geri bildirimlerin analize kadar oldukça geniş kapsamlı bir dizi süreci kapsamaktadır. Kısacası robot gazeteciliği, sadece otomatik haber metinleri oluşturulmasını içeren daha dar bir kavram iken yapay zekâ haberciliği, haber verisi toplamadan okuyucudan geri dönüş alınmasına kadar birçok süreci içeren daha geniş bir kapsama sahiptir.

Bu iki gazetecilik türünde teknolojik altyapı da kısmi ölçüde farklılık göstermektedir. Robot gazeteciliği genelde belirli kurallara dayanan ve yapılandırılmış verileri içeren algoritmaları kullanmaktadır. Bunlar genellikle önceden belirlenmiş şablon ve kalıplar üzerine inşa edilmektedir. Yapay zekâ haberciliğinde ise daha karmaşık yapay zekâ tekniklerini içermektedir. Bu teknikler doğal dil işleme ve derin öğrenme gibi tekniklerin kullanılmasını içermektedir. Derin öğrenme, eldeki verinin birden çok soyutlama seviyesinde temsil edilebilmesi için birden çok işlem katmanını bulanan hesaplama modellerini kapsamaktadır. Doğal dil işleme ise doğal dilde oluşturulmuş metinler üzerinde otomatik olarak gerçekleştirilen metin ayrıştırma, metin sınıflandırma, bilgi çıkarımı, duygu analizi gibi birçok önemli konuyu bünyesinde barındırmaktadır (Küçük ve Arıcı, 2018, s. 77). Bu açıdan bakıldığında yapay zekâ, haber metinlerini daha esnek bir şekilde oluşturmak ve anlamak için kullanılmaktadır.

Robot gazeteciliğinde belirli kalıp ve formatların kullanılması haberlerin daha sınırlı bir esnekliğe ve yaratıcılığa sahip olmasına neden olmaktadır. Yapay zekâ destekli habercilikte ise daha karmaşık yapay zekâ teknikleri kullanıldığından dolayı haber açısından daha esnek ve daha yaratıcı içerikler üretilmektedir. Böylece haber metinlerin daha çeşitli ve okuyucuya özgü olması sağlanmaktadır. Robot gazeteciliğinde kullanılan belirli kalıplar veri işleme ve öğrenme yeteneğini sınırlı tutmaktadır. Yapay zekâyla birlikte bu durum değişerek yapay zekânın her türlü metodu öğrenebildiği ve kendini sürekli yenileyebildiği, haber metinlerinin daha dinamik ve karmaşık verilere dayalı biçimde üretilebildiği bir hale gelmiştir. Yapay zekâ haberciliği kendini teyit edebilen bir mekanizmaya sahip olduğundan dolayı yapay zekâ teknolojisiyle üretilen haberlerin genellikle metinlerin doğruluk ve güvenilirlik gibi haberin kalitesini belirleyen unsurlar daha yüksektir.

Robot gazeteciliği insan etkileşimine dayanmaz ve otomatik bir biçimde çalışmaktadır. Yapay zekâ haberciliği ise insan etkileşimini içeren ve insan iş birliği temelini dayanan haber üretim süreçlerini içermektedir. Robot gazeteciliği ve yapay zekâ haberciliği birbirinden bu temel farklarla ayrılrsa da genel hatlarıyla aynı mantık ve çerçeveyi içeren birbirine oldukça fazla benzeyen haber üretim yöntemlerini içerdiği de göz önünde tutulmalıdır. Bu nedenle bu gazetecilik türleri sıklıkla birbirine karıştırılsa da yapay zekâ haberciliğinin gelecekte gazetecilik mesleğinde kendine daha fazla alan bulacağı

öngörülmektedir. Bunun başlıca sebebi yapay zekâ haberciliğinin daha detaylı ve gelişime açık bir yapıda olmasından dolayıdır.

1.3. Yapay Zekâ ve Haber Üretim Süreçleri

Bir olayın haber olarak hedef kitleye ulaşması birçok aşamadan geçerek gerçekleşmektedir. Geleneksel haber üretim aşamaların, her aşamasında insan varken modern haber üretim süreçlerinde insan faktörünün azaldığı görülmektedir. Gelecekte ise bu durumun daha fazla artarak insan faktörünün tamamen ortadan kalkarak haberi tamamen yapay zekâ gibi dijital teknolojilerin ürettiği ve dağıttı bir habercilik türünün ortaya çıkacağı öngörülmektedir. Yapay zekâ haber üretim sürecinin tüm aşamalarında, özellikle otomatik içerik oluşturma, veri madenciliği, veri görselleştirme, haber dağıtımı, içerik optimizasyonu ve kişiselleştirme için kullanılmaktadır. Bu noktada yapay zekâ teknolojisinin, haber üretimini desteklediğini ve verimliliği artırdığını söylemek mümkündür (Etike, 2023, s. 602-603).

Yapay zekâ haberciliğinde haber üretim süreçleri geleneksel medya yaklaşımından önemli ölçüde farklılık göstermektedir. Haber üretim süreçleri yapay zekâyla birlikte daha kapsamlı ve daha kişiselleştirilmiş hale gelmiştir. Bu süreçler büyük veri analizi, otomatik metin oluşturma ve doğal dil işleme gibi yapay zekâ tekniklerinin kullanımını içermektedir. Kullanılan bu teknikler haberlerin hızlı bir şekilde üretilmesini, doğrulanmasını ve yayılmasını sağlamaktadır. Fakat bu süreçte günümüzde kullanılan yapay zekâ teknolojisinin çok gelişmiş olmamasından kaynaklı olarak bu süreçlerin tümünde insan denetimi ve editoryal müdahaleler gerekebilmektedir. Bunun başlıca sebebi yapay zekâ sistemlerinin hala bazı sınırlamalara sahip ve tam anlamıyla güvenli olmamasından dolayıdır. Bu sebeple yapay zekâ haberciliği ile geleneksel medya bir araya gelip daha güvenilir ve nitelikli haber içeriklerinin üretilmesini sağlayabilmektedir. Bir gazeteciye, yazacağı haberin konusu ya da taraflarıyla ilgili bilgi sağlayan tüm kişi ya da kurumlar haber kaynağı olarak tanımlanmaktadır. Haber oluşturulurken kullanılan görüntü malzemesi, kitap, dergi, rapor gibi dokümanlar da haber kaynağı olarak kabul edilmektedir (Yıldırım vd., 2020, s. 48). Yapay zekâ ile haber üretim süreci; yapay zekâ algoritmaları ile internet ve sosyal medya platformları gibi birçok çeşitli kaynaklardan haber içeriği oluşturabilecek bilgileri toplanmasıyla başlamaktadır. Bu sürecin ardından toplanan veriler temizlenmekte, teyit edilmekte ve işlenmektedir. Doğal dil işleme

teknikleri sayesinde metinler analiz edilir, anahtar kelimeler belirlenir ve metinlerden anlamlar çıkartılmaktadır. Tüm bu işlemlerin ardından yapay zekâ haber metinlerini otomatik olarak oluşturmaktadır.

Yapay zekâ; başlık, giriş paragrafı, ana içerik ve ek bilgiler dahil olmak üzere haberin ana iskelet sistemini oluşturan tüm yapıyı inşa ederek haberi üretmektedir. Fakat üretilen haber metinleri; anlatım bozuklukları, dil bilgisi hataları ve yazım yanlışları açısından bir medya profesyoneli tarafından kontrol edilmesi gerekmektedir. Son aşamada ise yapay zekâ tarafından oluşturulan haber belirlenen platformlarda yayımlanır ve kullanıcılara ulaştırılmaktadır. Haber toplamadan dağıtımına yapay zekâyla gerçekleştirilen bu haber üretim süreci tamamlandıktan sonra okuyucudan geri dönüş alınmaktadır. Okuyucudan alınan geri dönüş sayesinde tüm haber üretim süreçleri ve okuyucuların alışkanlıkları göz önünde bulundurarak tekrardan yenilenmektedir. Bu açıdan bakıldığında yapay zekâ haberciliğinde haber üretim süreçleri geleneksel medya pratiklerinden farklı olarak teknolojinin tüm imkânlarını kullanmaktadır. Telgraf ile başlayan haberleşme; telefon, telsiz, radyo, televizyon, bilgisayar gibi araçlarla ve internet kullanımıyla devam etmektedir. Gelişen bu teknolojik imkânlar, gazetelerin ortadan kalkacağı ya da dijital ortama sıkıştırılacağı öngörülerini ortaya çıkarsa da haberlerden vazgeçmemiz pek mümkün görünmemektedir (Yıldırım vd., 2020, s. 17).

1.3.1. Haber Değeri Taşıyan Verileri Toplama

Haber üretim sürecinde en önemli aşamalardan biri hangi haberin haber değeri taşıdığını kararının verilmesi aşamasıdır. Bu aşama sosyal çevrede gerçekleşen bir olay ya da durum olması gerekirken aynı zamanda geniş bir kitleyi de ilgilendirmemeli ve bu kitlenin ilgisini çekmelidir. Yapay zekâ bu noktada sosyal medya platformları, haber ajansları ve diğer kaynakların tümünü anlık olarak inceleyerek haber değeri taşıyan veriyi tespit etmekte ve haber üretim sürecini başlatmaktadır. Veri kaynakları belirlendikten sonra belirlenen veri kaynaklarından haber içeriği oluşturabilecek potansiyeli olan veriler otomatik olarak toplanması için yapay zekâ desteğiyle çeşitli algoritmalar devreye girerek veriler otomatik olarak toplanmaya başlanmaktadır. Bu algoritma, verilerin sistem tarafından düzenli ve programlı bir şekilde çekilmesini sağlamaktadır.

Haber, temel olarak olayların, olguların, fikirlerin veya sorunların geniş bir kitleye iletilmesi amacıyla sunulan bilgi olarak tanımlanabilmektedir. Bu bilgiler, kamuoyunu

bilgilendirme bilinçlendirme ve toplumda belirli bir düzeni sağlama amacı taşımaktadır. Ancak, haberin ne olduğuna dair birçok tanım yapılmış ve bu tanımlar çeşitli unsurlara odaklanarak şekillendirilmiştir. Haber tanımını yapmanın güç olduğu kadar haber değerini taşıyan durum veya olayın ne olduğunu da tespit etmek bir o kadar güç bir durumdur. Haber değeri taşıyan olgu ve olayları insanlara bildirmek için yazan, yayımlayan, taşıyan ve satan kimselere gazeteci denmektedir (Yıldırım vd., 2020, s. 23). Haber değeri, bir olayın kamuoyunda ne kadar ilgi çekici ve önemli olduğuna bağlıdır. Gazetecilik literatüründe zamanında olma, yakınlık, göze çarpma, sonuç ve insan ilgisi gibi unsurlar; bir olayın haber olup olamayacağını belirleyen temel kriterler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu unsurlar haberlerin toplumsal etkisini ve değerini belirlemede önemli rol oynamaktadır. Ayrıca, haberlerin medya organlarında yer almasını olası kılan özellikler şu şekilde belirlenmiştir: sıklık, açıklık, kültürel yakınlık, uygunluk, beklenmedik olma, süreklilik, kompozisyon, seçkin kişilerin hareketleri, kişiselleştirme ve olumsuzluktur (Palmer, 2010, s. 67-68) (Çilek, 2019, s. 1-10).

Günümüzde, teknolojinin hızlı gelişimiyle birlikte haber toplama ve iletme süreçleri de değişirken haber değeri kavramı da değişmiştir. Yapay zekâ bu süreçte önemli bir rol oynamaya başlamıştır. Haber değeri olayların veya bilgilerin medya organlarında yer alıp alamayacağını nasıl bir önem sırasına göre sunulacağını belirleyen temel bir ölçüdür. Bu ölçütler yapay zekâ tarafından üretilen haberlerin de aynı şekilde değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir. Haberciliğin temel ilkelerine uyulup uyulmadığı, haber değeri kriterlerinin ne ölçüde dikkate alındığıyla ilgili olduğundan dolayı yapay zekâ algoritmalarının haber değeri taşıyan verilerin toplanması aşamasında nasıl davranacağı konusu oldukça önemlidir.

1.3.2. Veri Temizliği ve Ön İşleme

Veri temizleme ve ön işleme, yapay zekâ haberciliği açısından kritik adımlardır. Bu süreçler, yapay zekâ algoritmalarının doğru, güvenilir ve tarafsız haber içeriğini üretebilmesi için gereklidir. Veri temizleme aşamasında yapay zekâ tabanlı haber sistemlerinde kullanılan veriler, genellikle çeşitli kaynaklardan toplanır ve bu ham veriler genellikle; hataları, eksiklikleri ve tutarsızlıkları içermektedir. Veri temizleme aşaması bu hataların giderilmesi, eksik verilerin tamamlanması ve gereksiz verilerin elenmesini içermektedir. Bu aşama, verilerin doğruluğunu ve bütünlüğünü sağlamak için önemlidir.

Özellikle habercilikte, verilerin doğruluğu ve güvenilirliği kritik olduğundan temizleme süreci büyük bir titizlikle yürütülmektedir. Veri temizleme işlemi tamamlandıktan sonra verilerin yapay zekâ algoritmaları için uygun hale getirilmesi gerekmektedir. Bu aşamada, verilerin standardize edilmesi, normalleştirilmesi ve uygun formata dönüştürülmesi gibi işlemler yapılmaktadır. Özellikle metin verileri üzerinde çalışılırken, metinlerin sayısal bir forma dönüştürülmesi, gereksiz kelimelerin ve ifadelerin çıkarılması ve dilin sadeleştirilmesi gibi ön işleme adımları gerçekleştirilmektedir. Bu aşamalar, doğru ve tarafsız haber üretimi için temel taşlarını oluşturmaktadır (TÜBİTAK ULAKBİM, 2024). Yapay zekâ haberciliğinde verilerin hatalı veya eksiksiz olması yapay zekâ sistemlerinin yanlış bilgi üretmesini veya manipülasyona açık hale gelmesinin nedeni olabilmektedir. Bu nedenle veri temizleme ve ön işleme adımları yapay zekâ haberciliği için büyük önem taşımaktadır.

Toplanan verilerin gereksiz bilgilerden arındırılması ve işlenmeye hazır hale getirilmesi, veri setlerindeki eksik veya hatalı bilgilerin tespit edilmesi ve düzeltilmesi aşaması haber metninin gövdesini oluşturması açısından oldukça önemlidir. Bu aşamadan sonra yapay zekâ haber metninin inşasına geçeceğinden bu süreçteki gereksiz bilgiler bir ön işleme sisteminden geçerek, filtreleme sürecini tabii tutulmaktadır. Buradaki önemli nokta haber metnini oluşturacak metnin okuyucunun ilgisini çekmesi açısından gereksiz bilgilerden arındırılarak hedef kitle doğrultusunda oluşturulmasına zemin hazırlamaktır. Eşik bekçileri; bir ileti kitle iletişim araçlarından okuyucuya, izleyiciye ya da dinleyiciye geçerken bu mesaja müdahale ya da etki edenler anlamında kullanılmaktadır. Gazeteciler veya haberciler haber kaynaklarından gelen haberler ile kendi içeriklerini hazırlamaktadır. Ortaya çok fazla haber çıktığından bazıları belirli kriterlere göre elenmektedir. Ancak bu elemelerden geçebilen haberler izleyici ile buluşma şansını yakalamaktadır (Yıldırım vd., 2020, s. 42). Bu açıdan bakıldığında yapay zekâ ile üretilen haberlerde eşik bekçiliği görevini yapay zekanın üstlendiği görülmektedir.

Veri temizliği ve ön işleme yapay zekâ haberciliği açısından verilerin düzenlenmesi, analiz edilmesi ve hazırlanması için yapılan oldukça önemli bir adımdır. Bu süreçte verilerin tutarlılığını sağlamak gereksiz bilgileri temizlemek ve veri setini kullanıma hazır hale getirilmesini içermektedir. Veri toplama sırasında kaydedilen bazı veriler tutarsız ve hatalı olabilmektedir. Tam da bu süreçte veri temizleme aşaması devreye girerek bu tür hatalar açısından düzenlemeleri yapmaktadır. Anlamsız veya boş verilerin silinmesi,

tekrar eden verilerin birleştirilmesi veya silinmesi, birtakım format hatalarının düzeltilmesi ve aykırı verilerin tespit edilerek düzeltilmesi gibi aşamaları kapsamaktadır.

1.3.3. Metin Oluşturma

Metin oluşturma aşaması haber üretim sürecindeki en kapsamlı ve en zor aşamadır. Bu aşamada ortaya çıkacak haber metni okuyucuya haber hakkında enformasyonu direkt olarak vermesi açısından oldukça dikkatli ve özenli bir biçimde inşa edilmelidir. Bu aşamada doğal dil işleme teknikleri kullanılarak analiz edilmiş verilerden haber metni otomatik olarak oluşturulmaya başlanmaktadır. Başlık, giriş paragrafı, ana içerik ve ek bilgilerin belirlenen kriterlere göre oluşturulması bu aşamada gerçekleştirilmektedir. İlk başta belirli kurallara ve önceden belirlenmiş şablonlara dayalı olarak çalışan haber metni oluşturma sistemleri, belirli veri kaynaklarından alınan bilgilerle haber metinlerini otomatik olarak oluştururken, sistemlerin arkasındaki mantığın temeli programlamaya ve klasik algoritmalara dayanmaktadır (Etike, 2023, s. 597).

İletişim araçlarında okurların dikkatini en çok iki şey çekmektedir. Bunlardan ilki haberde kullanılan görsel ikincisi ise haberin başlığıdır. Okuyucu ancak ilgisini çeken bir başlık olduğunda haberi okumaya devam etmektedir. Başlıklar haberin konusunu yansıtan, dikkat çekici birkaç sözcük ya da haberin özeti niteliğindeki bir yargı şeklindedir (Yıldırım vd., 2020, s. 113). Haber metninin başlığı oluştururken haberin içeriğini oluşturan anahtar kelimelerden yola çıkılarak, yapay zekâ aracılığıyla, etkili bir başlık otomatik olarak oluşturulmaktadır. Bu başlık haberini özünü yansıtarak okuyucunun dikkatini çekmektedir. Giriş paragrafı oluşturma aşamasında, yapay zekâ başlıkta uyumlu bir şekilde haberin genel içeriğini sunarak okuyucunun kolay bir şekilde haberin konusuna dahil olmasını sağlamaktadır. Bu paragraf haberin temel noktalarına dikkat çekerek okuyucunun ilgisini çekerek okuyucuyu haberin ana metnine taşımaktadır. Ana metinde ise haberin bütününe detaylı bir biçimde ifade edecek kelimeler kullanılarak haber okuyucuya sunulmaktadır.

1.3.4. Düzeltmeler ve İyileştirmeler

Yapay zekâyla haber üretimi aşamalarından biri olan düzeltme ve iyileştirme aşamasında oluşturulan haber metinleri; dil bilgisi hataları, yazım yanlışları ve anlam bozuklukları açısından kontrol edilerek gerekli düzeltme ve iyileştirmeler yapılmaktadır. Bu aşamada

haber metninde bulunan eksiklikler giderilerek haber metni ana başlıktan ek bilgilere kadar tüm aşamalarında baştan aşağı yapay zekâyla kontrol edilerek haber metnine son hali verilmektedir. Haber metinleri, dil bilgisi kurallarına uygun olup olmaması açısından bu aşamada incelenmektedir. Cümle yapıları, zaman kullanımı, fiil-zaman uyumu gibi dil bilgisi unsurları kontrol edilmektedir. Yine bu aşamada yazım kontrolü yapılmaktadır. Yazım yanlışları, yanlış kelimelerin kullanımı veya yazım kurallarına uygun olmayan ifadeler metinden çıkarılarak veya düzeltilerek haber metnlerinin yazım hatası içermemesi sağlanmaktadır. Editörler, muhabirin yazmış olduğu haberdeki bazı noktaları ön plana çıkaran, kimi zaman bir cümle ile geçirilen bir detayı genişletip manşete taşıyan ya da bir fotoğraftaki küçük bir detaya odaklanıp habere yepyeni bir biçim veren ve haberi yeniden işleyen kişiler olarak öne çıkmaktadır (İşliyen ve Arslantaş, 2023, s. 676). Bu durumda ise yapay zekâ haberciliğinde editör olarak karşımıza yapay zekâ çıkmaktadır. Tüm bu editoryal süreçlerde; düzeltme ve iyileştirme işlemleri yapay zekâ aracılığıyla otomatik olarak yapılmaktadır.

Haber metinlerinde en önemli noktalardan biri haberin konusuyla metin arasında mantıklı bir anlam bütünlüğünün sağlanmasıdır. Bu açıdan bakıldığında haber metnlerinin anlamı, içeriği ve ifade biçiminin gözden geçirilmesi oldukça önemlidir. Yapay zekâyla birlikte bu aşamada anlam kontrolü de sağlanmaktadır. Anlam bozuklukları, belirsiz ifadeler ve yanıltıcı bilgiler tespit edilerek haber metninde düzeltmeler sağlanmaktadır. Genel açıdan bakıldığında yapay zekâ haber metinlerinde kalitenin arttırılması ve iyileştirilmesi açısından da kullanılmaktadır. Yapay zekâyla birlikte haber metninde daha açıklayıcı ve etkileyici cümlelerin kullanılması, haberin akıcılığını sağlanması açısından oldukça önemlidir. Böylece okuyucunun ilgisi de haber metnine karşı arttırılabilmektedir. Son aşamada ise haber metninin tüm aşamaları genel kapsamlı bir kontrolden geçirilerek; haber son halini almaktadır. Tüm bu adımların tamamlanmasıyla birlikte oluşturulan haber metnlerinin dil bilgisi hatalarından arınmış, doğru yazım ve anlam kullanımına sahip, kaliteli ve güvenilir içerikler haline gelmesi sağlanmaktadır. Bu durumda okuyucuya daha etkili ve güvenilir bir haber sunumu sağlamaktadır.

Yapay zekanın haber üretimi aşamasındaki düzeltme ve iyileştirme yetenekleri, bu teknolojilerin gelişiminde kritik rol oynamaktadır. Yapay zekanın kendisini düzeltme ve iyileştirme yeteneği; makine öğrenimi ve derin öğrenme algoritmalarına dayanmaktadır. Bu algoritmalar sayesinde yapay zekâ, deneyimlerinden öğrenebilir ve performansını

sürekli olarak iyileştirebilmektedir. Ancak, bu süreçler hala insan müdahalesine ihtiyaç duymaktadır. Gerçek anlamda bilinç geliştirmek için yapay zekanın kendiliğinden farkındalık ve varlık sorgulama gibi yeteneklerini geliştirmesi gerekmektedir. Sinir ağları yapay zekanın kendini geliştirme ve öğrenme süreçlerinde temel bir rol oynamaktadır. Bu sinir ağları, yapay zekanın görüntü ve ses teknoloji gibi uygulamalarda önemli avantajlar sağlamasına olanak tanımaktadır. Bununla birlikte yapay zekanın haber toplama ve veri analizi aşamasındaki düzeltme ve iyileştirme süreçleri, karşılaşılan riskleri yönetmek açısından büyük önem taşımaktadır. Yapay zekâ bu süreçlerde daha akıllı ve etkili sistemler oluşturarak haber toplama ve analizinde; güvenilirliği ve verimliliği artırabilmektedir (Yavuz, 2021) (STM, 2021).

1.3.5. Yayımlama ve Dağıtım

Oluşturulan ve inşa edilen haber bir kitleyle buluşmadıktan sonra gazetecilik açısından hiçbir anlam ifade etmemektedir. Bu sebeple haber üretim süreçlerinde en kritik nokta oluşturulan haberin yayımlanması ve dağıtımıdır. Gelişen dijital teknolojilerle birlikte haber üretim süreçlerinden biri olan yayımlama ve dağıtım aşaması da birçok değişikliği uğramıştır. Geleneksel medyada yazılı olarak veya video halinde: gazetelerde ve televizyonlarda yayınlanan haberler, günümüz dijital medyasında daha çok dijital platformlarda ve web tabanlı sitelerde yayımlanmaktadır. Yapay zekâ teknolojileri haber dağıtımını gibi haber endüstrisinin önemli bir alanında dikkat çekici bir hale gelmiştir. Yapay zekâ teknolojisi özellikle haber dağıtım aşamasında kullanıcı hareketlerin analizlerinden hareketle; içeriklerin kişiselleştirilmesi, haber sunumlarının sayfa tasarımlarını bu analizlere göre yapılması, kişiselleştirilmiş dağıtım, dağıtım otomasyonu, ödeme ve abonelikler, performans analizleri ve yine rakiplerin analizleri gibi gerekirse yeniden tasarım ve yeniden dağıtım gibi kapsamlı konularda yapay zekaya başvurmaktadır (Etike, 2023, s. 602).

Yayımlama ve dağıtım aşaması yapay zekâ destekli haber üretim sürecinin son adımıdır. Oluşturulan haber metinlerinin hedef kitleye ulaştırılması bu aşamada sağlanmaktadır. Bu aşamada oluşturulan haber metinleri belirlenen dijital platformlarda yayımlanmaktadır. Bu platformlar genellikle haber siteleri, sosyal medya platformları, mobil uygulamalar ve diğer dijital medya kanallarından oluşmaktadır. Her bir platform haberin farklı bir kitleye ulaşmasını sağlamaktadır. Bu durum açısından bakıldığında yapay zekâyla üretilen

haberlerin farklı okur kitlelerine haberi ulaştırmada etkin rol oynadığını söylemek mümkündür.

Haber siteleri geniş bir okuyucu kitlesine ulaşmak için önemli bir platformdur. Yapay zekâ tarafından üretilen haberler bu sitelerde haberin ilgili konu başlığı altında yayınlanmaktadır. Haberlerin yayımlandığı en etkili alan ise sosyal medyadır. Haber; Facebook, X (eski adıyla Twitter) ve Instagram gibi platformlarda geniş bir okur kitlesine ulaşmaktadır. Mobil uygulamalar haber platformlarına okur kitlesinin kolay bir biçimde ulaşmasını sağlamaktadır. Bu uygulamalar sayesinde okur birçok aplikasyon ile habere ulaşabilmektedir. Bu açıdan mobil cihazları, bir yanıyla gündelik yaşam ve davranışsal veri üretilen alanlar, diğer yanıyla da zaman ve mekân sınırı olmaksızın kullanıcıya içerikleri iletme olanağı sunan kanallar olarak ele almak mümkündür (Saran, 2023, s. 294).

1.3.6. Okuyucudan Geri Dönüş Alma

Okuyucudan geri dönüş alma aşaması yapay zekâ destekli haber üretim sürecinde haberin dağıtımı ve okur ile buluşmasından sonra gerçekleşen oldukça önemli bir adımdır. Bu aşama haberlerin okur üzerindeki etkisinin ne kadar ve nasıl olduğu hakkında haber üreticisine bilgi sunmaktadır. Bu aşamada yayınlanan haberlerin okuyucular tarafından nasıl karşılandığını anlamak için çeşitli analiz araçları kullanılmaktadır. Bu araçlar, haberlerin görüntülenme sayısı, paylaşım sayısı, beğeni ve yorum sayısı gibi verilerden istatistik elde etmektedir. Bu istatistik oluşturma aşaması başından sonuna kadar yapay zekâ sayesinde sağlanmaktadır. Yapay zekâ aracılığıyla kullanıcı yorumları görülebilmektedir. Buradaki birçok parametre sayesinde, izleyici/kullanıcı araştırmalarında geleneksel kitle iletişim araçlarının ölçümlenmesine kıyasla doğruya en yakın sonuçlar elde edilmektedir. Elde edilen tüm bu veriler, medya kuruluşlarına okuyucuya sundukları içeriklerin zayıf noktalarıyla ilgili fikir sunmakta; bu geri dönüşlerin yapay zekâ ile analizi sayesinde sunmuş oldukları ürünlerde bazı düzeltmeler yapmalarına olanak sağlanmaktadır (Narin vd., 2017, s. 220).

Haberlerin sosyal medya platformlarında web sitelerinde nasıl performans gösterdiğini değerlendirmek için yapay zekâyla bütünleşmiş bir biçimde sosyal medya izleme araçları ve web analiz araçları günümüzde etkin bir biçimde kullanılmaktadır. Bu araçlar haberlerin etkileşimlerini ve izlenme sayılarını takip etmektedir. Okuyucuların haberler

hakkında görüşlerini daha kapsamlı ve detaylı bir şekilde öğrenmek için anket ve geri bildirim formları sıklıkla kullanılan yöntemler arasındadır. Bu yöntemlerle okuyucuların memnuniyeti, beklentileri gibi durumlar öğrenilirken aynı zamanda önerileri de alınmaktadır. Dijital platformlar üzerinden yayınlanan haberlerde yayıncı ve okuyucu arasında bir etkileşimden söz etmek mümkündür. Ayrıca, e-posta yoluyla, yorum veya mesaj olarak okuyucudan geri bildirim almak yapay zekâ haberciliğinde okuyucudan geri dönüş almanın yöntemlerindendir (Semiz Türkoğlu, 2014 s. 29).

Bu aşamada toplanan geri bildirim verileri analiz edilmekte ve raporlanmaktadır. Bu analizler hangi tür haberlerin daha ilgi çekici olduğunu, hangi başlıkların daha fazla etkileşim aldığını ve okuyucuların ne tür içeriklerden daha çok hoşlandığının belirlenmesine yardımcı olmaktadır. Tüm bu aşamalarda asıl amaç haber üretim sürecinin iyileştirilmesidir. Elde edilen geri bildirimler, haber üretim sürecini iyileştirmek ve daha geniş bir kitleye etkili bir biçimde ulaşmak için kullanılmaktadır. Bu aşamadan sonra okuyucuların beklentilerini daha uygun içerikler ve başlıklar üretilirken haberin daha etkili olması sağlanmaktadır. Okuyucudan geri dönüş alma aşaması yapay zekâ destekli haber üretim sürecinin sürekli olarak gelişmesine ve kendini yeni alanlar açmasını sağlamaktadır. Yapay zekâ destekli haber üretiminde bu açıdan bakıldığında sürekli kendini yenileyen ve geliştiren bir teknolojinin olduğunu söylemek mümkündür. Okuyucudan geri dönüş sayesinde alınan bilgilerden hareketle yapılan iyileştirmeler, haberlerin daha ilgi çekici ve etkili olmasını sağlarken okuyucunun memnuniyetinin artmasını da sağlamaktadır.

1.4. Yapay Zekânın Kendini Yenilemesi ve Geliştirmesi

Yapay zekâ diğer adıyla Artificial Intelligence, bilgisayar sisteminin bir dizi algoritma ve teknik sistemle insan zekâsını taklit etme süreci olarak kısaca tanımlanabilmektedir. Yapay zekâ mantığını anlamak için insan zekâsının nasıl işlediğini de anlamak gerekmektedir. İnsan, hayatında yaşadığı olaylardan tecrübe kazanarak ilerlemektedir. Bu duruma bağlı olarak insan zekâsı da sürekli olarak kendini yenilemekte ve geliştirmektedir. Yaşadığı süreç boyunca birçok zorlukla mücadele eden ve bu mücadeleyle karşı karşıya kalan insan zekâsı tüm bu durumların sonucunda kendini bir sonraki gelecek olan zorluğa karşı olarak geliştirmektedir. Yapay zekâ teknolojisine bakıldığında yaşadığı mekanik süreçlerin neticesinde insan zekâsına benzer oranda

kendini geliştirdiği, o zamanın şartlarına göre kendini güncelleştirdiği ve yenilediği görülmektedir. Yapay zekanın kendini geliştirmesi için programlama dilleri kullanılmaktadır. Yapay zekanın geliştirilmesi, veri toplama, model eğitimi ve sürekli iyileştirme süreçlerini içermektedir. Bu süreçlerde Python, R, Java ve C++ gibi farklı programlama dilleri kullanılabilir (İakademi, 2023).

Yapay zekânın en çarpıcı özelliklerinden biri, sürekli olarak kendini yenileme ve geliştirme becerisine sahip olmasıdır. Bu özelliğin sebebi yapay zekânın öğrenme ve olaya karşı uyum sağlayabilme kabiliyetinden kaynaklanmaktadır. Yapay zekâ algoritması belirli bir görevi yerine getirmek için verilerden hareketle öğrenme yeteneğine sahiptir. Bu ğrenme yetenekleri makine öğrenimi ve derin öğrenme gibi yapay zekânın temel öğrenme metotlarıdır. Yapay zekâ sistemlerine bakıldığında algoritmik süreçlerin bir şekilde konuya derinlemesine uyum sağlayabildiği görülmektedir. Yapay zekânın uyum sağlayabilme özelliği, çevresel değişikliklere uyum sağlama ve yeni bilgilerle beslendiğinde davranışlarını değiştirebilme yeteneğini ifade etmektedir. Yapay zekâ sistemleri yeni veri ve deneyimlerle karşılaştığında davranışlarını optimize ederek değiştirmektedir. Yapay zekâ sistemlerinde ne kadar anlamlı veri varsa, yapay zekâ ile yapabilecekleriniz de o kadar gelişmektedir. Veri sayesinde yapay zekâ kendini geliştirebilmekte ve daha sağlıklı kararlar alabilmektedir (İsnet, 2024).

Yapay zekânın temel işleyişi sürekli olarak bir geri bildirim döngüsü halinde işlemektedir. Bu geri bildirim döngüsü, sistemin işleyiş performanslarını değerlendirmek için kullanılan verilerden sağlanmaktadır. Böylece yapay zekâ bu verilere dayanarak kendi sisteminin davranışlarını geliştirmek için sürekli olarak bir veri döngüsü yaratmaktadır. Bu veri döngüsü sayesinde sistem sürekli olarak aldığı geri bildirimi işleyerek kendini geliştirmektedir. Yapay zekâ yeni bir veri öğrendiğinde kendini otomatik olarak güncellemektedir. Bu güncellemeler yapay zekâ sisteminin daha doğru ve verimli hale gelmesini sağlamaktadır. Yapay zekâ teknolojilerinin tüm bu yetenekleri, yapay zekâya etkili bir şekilde öğrenme, uyum sağlama ve performans arttırma kabiliyeti sağlarken karmaşık problemlere karşı da daha etkili çözümler üretmesine yardımcı olmaktadır.

1.5. Bilgisayar Dili, Makine ğrenmesi ve Doğal Dil İşleme (NLP)

Bilgisayar dili ve makine öğrenme modelleri, yapay zekâ haberciliğinde önemli bir rol oynamaktadır. Bilgisayar dili, bilgisayarın anlayabileceği bir dilde verileri işlemek için kullanılan bir dizi sembol ve kurallar bütünüdür. Doğal dil işleme (NLP) gibi teknikler, insan dilini (Metin, konuşma vb.) anlamak ve yorumlamak için bilgisayar dilini kullanmaktadır. Bilgisayar dili; haber metinlerini anlamak, özetlemek, sınıflandırmak, yazmak ve analiz etmek gibi temel görevlerde kullanılabilir. Bilgisayar dili bir yazılım sayesinde bilgisayarın anlayacağı dilde talimatlar bütününe ifade etmektedir. Bilgisayar dili; büyük ve karmaşık bilgi gruplarını hızlı ve verimli şekilde işlenmesini sağlamaktadır. Bu durum çeşitli yazılımlar aracılığıyla bilgisayarın anlayabileceği programlama dilleriyle gerçekleştirilmektedir (Açılar, 2020). Makine öğrenmesi, algoritmaların belirli bir görevi yerine getirmek için verilerden öğrenmesini sağlayan yapay zekâ alanının bir alt dalı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu modeller genelde verilerdeki desenleri tanımlamak ve gelecekteki olayları tahmin etmek için kullanılmaktadır. Dil çevirisi, metin oluşturma, duygu analizi ve sınıflandırma gibi işlemlerde makine öğrenmesi modelleri kullanılabilir. Bu modeller, haber metinlerini kapsamlı bir biçimde analiz etmek, düzenlemek ve yeni haber metinleri oluşturmak için kullanılmaktadır.

Bilgisayar dili, bilgisayar sistemlerinin anlayabileceği bir formatta yazılmış komutlar ve veri talimatları kümesidir. Bu dil bilgisayarın belirli bir görevi yerine getirmesini sağlamak için kullanılmaktadır. Bilgisayar dili insanların anlayabileceği dilden farklıdır. Bu dil daha çok sembolik yapılardan oluşmaktadır. Bilgisayar dilleri, yazılım geliştirme, veri analizi, yapay zekâ, oyun geliştirme ve programlama ve daha birçok alanda kullanılmaktadır.

Bilgisayar dilleri belirli bir programın nasıl çalışacağını tanımlayan bir dizi komut ve kuralları içermektedir. Bu dil insanlar tarafından yazılan talimatları, bilgisayar tarafından yorumlanabilir ve işlenebilir hale getirmektedir. Bilgisayar dilleri genel anlamda yüksek seviyeli ve düşük seviyeli olarak sınıflandırılırken her seviyenin farklı özellikleri ve kullanım alanları vardır. Yüksek seviyeler insanlar tarafından daha kolay anlaşılabilir. Soyutlama seviyeleri yüksektir, kısacası işletim sistemleri ve donanımdan bağımsızdır. Genelde daha kolay okunabilmektedir. Düşük seviyeli diller, bilgisayarlar tarafından daha kolay ve doğrudan anlaşılır. Genellikle donanım özellikleri daha düşük düzeyde çalışmaktadır. Bellek yönetimi; donanım kaynakları ve

işletim sistemiyle daha doğrudan etkileşime girmektedir. Daha hızlı çalışabilir ancak daha karmaşık ve daha az okunabilmektedir. Yüksek seviyeli diller genellikle yazılım geliştirme sürecinin daha üst seviyelerinde kullanılırken, düşük seviyeli diller ise daha donanımsal ve performans odaklı uygulamalar için tercih edilmektedir. Yapay zekânın gelişiminde hem programlama hem de doğal diller önemli bir rol oynamaktadır. Bilgisayarlı dilbilim ve doğal dil işleme, standart dilbilim ile yapay zekâ araştırmaları arasında hibrit nitelikte bir disiplin oluşturmak üzere birlikte kullanılabilmektedir (Odacıoğlu, 2024, s. 150).

Bilgisayar dili, bir programcının belirli bir görevi gerçekleştirmek için kodları yazdığı sistemsel bir araçtır. Bu sistem değişkenler, şartlar, döngüler ve fonksiyonlar gibi yapılar kullanılarak oluşturulmaktadır. Programcı, bu yapıları kullanarak bir programın mantığını tanımlar ve bilgisayarın belirli bir işlemi nasıl gerçekleştireceğini belirlemektedir. Bir bilgisayar dili; yazım, derleme, yorumlama ve çalıştırma gibi adımlardan geçerek oluşmaktadır. Yazım aşamasında, programcı bilgisayar dilini kullanarak program yazmaktadır. Bu programlar genelde belli görevleri gerçekleştirmek için tasarlanmış talimatları içermektedir. Derlenen dil, yazılan kodların derleyici adı verilen bir yazılım tarafından derlenerek makine diline çevrilmesini gerektirmektedir. Bu süreçte, yazılan kodlar, anlamlı makine diline dönüştürülerek çalıştırılabilir dosyalar oluşturulmaktadır. Bu dosyalar daha sonra doğrudan bilgisayar tarafından yürütülebilecek hale getirilmektedir. Yorumlanan dil, yazılan kodların yorumlayıcı adı verilen bir yazılım tarafından satır satır yorumlanarak çalıştırılmasını gerektirmektedir. Yazılım; kodu anlamlandırır ve yürütür, ancak kodun çıktısını işlemeye başlamadan önce kodu her seferinde yeniden yorumlamaktadır. Bu durum hız açısından bazı performans kayıplarına neden olabilir ancak yazılım geliştirme sürecini hızlandırmaktadır.

Son aşamaya gelindiğinde yazılan derlenen ve yorumlanan dil artık bilgisayar tarafından çalıştırılmaktadır. Değerlenmiş ve yorumlanmış kod, bilgisayarın işlemcisi tarafından anlaşılabilir ve beklenen işlevi gerçekleştirebilir durumdadır. Bu adımda programın kullanıcıların beklentilerine uygun olarak davranması sağlanmaktadır. Bilgisayar dili kısaca insanların bilgisayarlarla iletişim kurmak için kullandığı bir dil olarak açıklanabilmektedir.

Makine öğrenmesi, bilgisayar sistemlerinin belli bir problemi çözmek için verileri kullanarak deneyimlerinden hareketle elde ettiği öğrenme yeteneği olarak

tanımlanmaktadır. Makine öğrenmesi, bir problemi o probleme ait veriye göre modelleyen bilgisayar algoritmalarının genel adıdır. Mevcut veri seti ve kullanılan algoritma ile oluşturulan model, en yüksek performansı vermek üzere kurulmaktadır (Atalay ve Çelik, 2017, s. 161). Makine öğrenmesi, algoritmaların matematiksel ve istatistiksel modelleri kullanarak verilerden yeni bilgiler öğrenmesini ve gelecekteki verileri tahmin etmesi için kullanılmaktadır. Karmaşık problemleri geleneksel programlama yaklaşımlarından daha etkili bir şekilde çözmektedir. Makine öğrenmesi, bilgisayar sistemlerinin verilerden öğrenme yeteneğini ifade etmektedir. Bu sistemler verilerdeki desenleri algılayabilir, ilişkilendirilebilir ve bu bilgiyi kullanarak geleceğe dayalı verileri tahmin edebilmektedir.

Makine öğrenmesi, genellikle büyük miktarda veriyle çalışmaktadır. Bu veri önceden etiketlenmiş (denetimli öğrenme) veya etiketlenmiş (denetimsiz öğrenme) olabilmektedir. Denetimli öğrenme, giriş verileriyle çıktıları eşleştiren bir modeldir. Bu tür veri setleri, her giriş verisini istenen çıktığı ile etiketlendiği veri kümesinin ifade etmektedir. Bir görüntü sınıflandırma modeli için, her görüntünün hangi nesneyi içerdiği belirten etiketlerle birlikte büyük bir veri kümesi kullanılmaktadır. Bu veri seti, modelin doğru sonuçları üretmesi içindir. Denetimsiz öğrenmede ise veri kümesindeki yapıları ve desenleri tanımlamaya çalışır ancak her giriş verisinin belirli bir çıktı ile eşleştirildiği veri türünü ifade etmektedir. Bu tür veri setleri genellikle daha geniş ve çeşitli olabilmektedir. Denetimsiz öğrenme algoritmaları, veri setindeki benzerlikleri, grupları veya desenleri tespit etmeye çalışmaktadır. Bir kümeleme algoritması, belirli özelliklerde benzerlik gösteren veri noktalarını gruplayabilmekte veya boyut azaltma algoritmaları, veri setindeki karmaşıklığı azaltarak temel desenleri ortaya çıkarabilmektedir. Makine öğrenmesi, bilgisayarın bir olayla ilgili bilgileri ve tecrübeleri öğrenerek gelecekte ortaya çıkacak benzeri olaylar hakkında kararlar verebilmesi ve sorunlara çözümler üretebilmesidir (Aygün, 2023, s. 543).

Makine öğrenmesi genellikle bir eğitim sürecinden geçmektedir. Bu süreçte, model belirli bir veri kümesiyle beslenir ve veriler arasındaki ilişkiyi öğrenmektedir. Daha sonraki süreçte modelin performansını değerlendirmek için ayrı bir doğrulama verisi kullanılmaktadır. Modelin başarıyla eğitilip eğitilmediği ve genelleme yeteneğinin ne kadar iyi olup olmadığı bu doğrulama süreciyle belirlenmektedir. Makine öğrenmesi, matematik ve istatistik gibi bilimlerden yararlanarak veriler üzerinde yapılan çeşitli

işlemlerden farklı çıkarımlarda bulunarak tahminler yapan sistemlerin bilgisayarlar tarafından modellenmesidir. Model, mevcut veri seti ve kullanılan algoritmayla oluşturulmaktadır. Makine öğrenmesi modellerden üst düzey etki elde etmek üzere kullanılmaktadır (Arslankaya ve Toprak, 2021, s. 181).

Basit bilgisayar programlarına baktığımızda programın bir insan tarafından yazıldığı, kullanılan algoritmanın basit ve kolayca anlaşılabilir olduğu görülmektedir. Bu tarz geleneksel sistemde programa bir komut ve bir veri seti verildikten sonra program size bir çıktı vererek işlemi gerçekleştirmektedir. Bu model basit matematiksel modellere dayalı problemleri çözmek için yeterlidir. Fakat bu tarz programlara insanları tanımayı, konuşmayı ve onların duygularını anlamayı öğretmeye çalıştığınızda; klasik program geliştirme yöntemleri yetersiz kalmaktadır. Makine öğrenimi sayesinde programlar artık verilen öğrenme ve kendi algoritmalarını geliştirme yeteneğine sahiptir. Elinizdeki verinin büyüklüğüne göre çözmek istediğiniz problemin modellemesini; çözüm sonucu istediğiniz doğrula varıncaya kadar modeli eğitmeniz mümkündür (Koç, 2019, s. 52-53). Doğal dil işleme (Natural Language Processing) (NLP) kısaca insana ait sözcük yapılarının, gramer gibi doğa dilin yapay zekâ aracılığıyla anlamlandırılması sürecidir. Doğal dil işleme, insana ait olan doğal dil yapısının bir makine tarafından çözümlenmesi ve çözümlenen yapının yeniden anlamlandırmasıdır. Haberin mesleki dinamikleri açısından doğal dil işleme sistemi algoritmik habercilik yönünden önemli görülmektedir (Babacan, 2021, s. 46).

Doğal dil işleme, bilgisayarların insanların doğal dilini anlamasına ve üretmesine imkân veren bir yapay zekâ alt alanıdır. Temel olarak işlevine bakıldığında; yazılı veya sözlü olarak iletilen doğal dil verilerini analiz etmek, anlamak, yorumlamak ve işlemek için bilgisayar tabanlı sistemlerin kullanılmasını içermektedir. NLP'nin ana hedefleri arasında metin veya konuşma içeriğini anlama, dilbilgisi kurallarını ve yapılarını tanıma, dildeki duygu ve niyetleri belirleme, çeviri, konuşma tanıma ve sentez gibi görevleri gerçekleştirmek bulunmaktadır. Bu teknoloji çevrim içi çeviri hizmetleri, otomatik metin özetleme araçları, dil modelleme ve duygu sentezi gibi birçok alanda kullanılmaktadır. Doğal dil işleme (Natural Language Processing - NLP), yapay zekâ ile dil bilimini bir araya getiren bir bilgisayar bilimleri dalıdır. Doğal dil işleme, ana işlevi bir doğal dili çözümleme, anlama, yorumlama ve üretme olan bilgisayar sistemlerinin tasarımını ve gerçekleştirilmesini konu alan bir mühendislik alanıdır (Aygün, 2023, s. 549).

Doğal dil işleme, yapay zekâ alanının önemli bir bileşenidir ve yapay zekâ teknikleriyle oldukça yakından ilişkisi vardır. Yapay zekâ uygulamalarına bakıldığında insan dilinin anlaşılması ve üretilmesi oldukça önemlidir. NLP bu tür uygulamalarda oldukça temel bir rol oynamaktadır. Siri, Google Asistan, ChatGPT vb. metin tabanlı diyalog sistemlerinde yapay zekâ teknolojisi kullanılırken doğal dil işleme tekniklerinden de faydalanılmaktadır. Yapay zekâ modelleri genellikle metin verileriyle eğitilmektedir. NLP; bu verileri anlamak, işlemek ve analiz etmek için kullanılan teknikleri sağlamaktadır. Sosyal medya analitiği, duygu sentezi ve metin tasniflendirme gibi uygulamalar NLP'nin sağladığı teknikleri kullanmaktadır. Yapay zekâ; makine çevirisi ve dil modelleme gibi NLP alanlarında önemli başarılar elde etmiştir. Özellikle Google Translate ve GPT gibi dil modelleme teknikleri, NLP'nin yapay zekâ uygulamalarında ne kadar etkili olduğunu göstermektedir. Yapay zekâ haberciliği açısından bakıldığında NLP ve makine öğrenmesi kavramları oldukça önemli olarak karşımızda durmaktadır.

1.6. Yapay Zekâ Haberlerinin Avantajları ve Dezavantajları

Yapay zekâ haberciliğine bakıldığında birtakım avantaj ve dezavantajları barındırdığı görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında yapay zekâ teknolojisinin gelişimi gazetecilik mesleğini birçok açıdan değiştirmiştir. Bu değişiklikler de beraberinde bir dizi avantajı ve dezavantajı getirmiştir. Yapay zekânın habercilik sektörünü değiştirmeye başlamasıyla birlikte bu konu akademisyenler, uzmanlar ve gazeteciler tarafından ele alınmaya başlamıştır (Öngel, 2023, s. 175).

Yapay zekâ haberciliğine bakıldığında mesleki açıdan birçok avantajının olacağı görülmektedir. Fakat, gerçekleşen her yeniliğin de beraberinde birçok dezavantajı da getirmesi kaçınılmazdır. Bu açıdan bakıldığında yapay zekâ teknolojilerinin gazetecilik mesleğine iyi yönde birçok katkısı olacağı gibi birçok dezavantajı olacağı da aşıkardır. Yapay zekânın sunduğu katkılar göz önünde tutulduğunda gazeteciliği zenginleştireceğini, içerik üretimini hem niceliksel hem de niteliksel olarak artıracığını, yazılı ve görsel olarak sahte haberlerin tespit edilmesinde yardımcı olacağını, haberlerin kişiselleştirilmesine imkân vereceğini, abonelik ve ödeme konusunda katkı sağlayacağını söylemek mümkündür. Fakat, tüm bu avantaj gibi gözüken durumlar ilerleyen süreçte dezavantaj olarak karşımıza çıkabileceği de göz önünde tutulmalıdır (Kocabay Şener, 2017, s. 222-223).

Yapay zekâ haberlerinin avantajları ve dezavantajları, medya endüstrisindeki teknolojik ilerlemelerin getirdiği sonuçlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yenilikçi teknolojilerin getirisi olarak haber üretim süreçlerini kökten değiştirerek haberlerin daha hızlı, daha verimli ve daha kişiselleştirilmiş bir şekilde ortaya çıkmasına neden olmuştur. Yapay zekâ haberlerinin avantajları arasında hızlı haber üretimi, 7/24 erişilebilirlik, büyük veri işleme yeteneği ve dil çevirisi gibi unsurlar bulunurken, dezavantajları arasında duygusal zekâ eksikliği, dil hataları, teknolojik sorunlar ve insan işsizliği endişeleri gibi konular yer almaktadır. Bu avantajlar ve dezavantajlar yapay zekâ haberlerinin gelecekteki rolünü ve medya endüstrisindeki etkisini anlamak için önemlidir. Bundan dolayı yapay zekâ haberlerinin toplum üzerindeki etkilerini ve medya etiği göz önünde bulundurularak bu teknolojilerin dikkatlice yönetilmesi ve kullanılması gerekmektedir.

1.6.1. Yapay Zekâ Haberlerin Avantajları

Yapay zekânın, haber üretim süreçlerinde sıklıkla karşılaşılan belirli zorlukları aşmada oldukça önemli bir rolü vardır. Bu teknolojinin kullanımı habercilik alanına bazı avantajlar getirmektedir. Yapay zekâ, haberlerin hızlı bir şekilde üretilmesini, kişiselleştirilmiş içerik sunulması ve büyük veri kümelerinden anlamlı bilgiler çıkarılmasını sağlamaktadır. Yapay zekâ teknolojisi, haber endüstrisindeki yenilikleri ve verimlilik artışlarını destekleyen bir dizi avantajı beraberinde getirmiştir. Bu avantajlar teknolojinin habercilik alanına getirmiş olduğu avantajlar ile yakından ilişkilidir. Bu avantajlar; hız ve verimlilik, 7/24 haber üretimi, veri işleme yeteneği, dil çevirisi, kişiselleştirilmiş haber, makine tarafsızlığı, yapay zekanın kendini düzeltme yeteneği ve makine öğrenmesi gibi konular etrafında şekillenmektedir. Yapay zekâ kullanımı bazı noktaları ile avantaj sağlarken bazı noktaları ile de dezavantaj sağlamaktadır. Bu sebeple hangi alanlarda nasıl kullanılacağı, hangi şartlarda kullanılacağı, gelecekte ne olacağı gibi sınırlar mutlaka çizilmelidir (Doruköz ve Uslu, 2023, s. 51).

1.6.1.1. Hız ve Verimlilik

Yapay zekanın hızı ve verimlilik avantajları, büyük veri kümelerinin analizinde kendini belirgin bir şekilde göstermektedir. Üretken yapay zekâ, insanların haftalar sürecektir analizleri saniyeler içinde tamamlayarak haber işletmelerini büyük hız kazandırabilmektedir. Bu teknoloji, her ölçekte işletmenin veriden daha fazla değer elde

etmesine, tekrarlanan görevleri otomatikleştirme ve mevcut veri çözümlerini kolaylaştırılmasına olanak sağlamaktadır. Yapay zekâ, veri odaklı işletmeler için hem üretkenliği hem de verimliliği artırma fırsatını sunmaktadır. Otomatik veri yönetimi platformları verilerin daha önce hiç olmadığı kadar hızlı işlenmesine yardımcı olmaktadır. İş süreçlerini daha verimli hale getirmek isteyen kurumlar otomatikleştirilebilecek görevleri yapay zekaya devrederken kurum çalışanları yalnızca otomasyona devredilemeyecek görevlere yönlendirmektedir. Yapay zekâ teknolojinin yayılmasıyla veri yönetimi hızla değişirken hem mevcut araçlara entegrasyon hem de yeni yaklaşım için uygun platform arayışı temel habercilik pratikleri açısından oldukça önemlidir (Innova, 2023) (HBR Türkiye, 2024).

Yapay zekâ, haber metinlerinin hızlı üretilmesini sağlayarak haber üretim sürecini hızlandırmaktadır. Otomatik metin oluşturma ve düzenleme gibi işlemler, insan gazetecilere göre daha hızlı ve verimli bir şekilde gerçekleştirilmektedir. Geleneksel haber üretiminde, haberin toplanması, işlenmesi ve dağıtımı oldukça yavaş bir biçimde gerçekleşmektedir. İnsan gazetecilerin yazım süreci; araştırma, yazım ve düzenleme aşamalarını içerirken bu süreçlerin tamamlanması oldukça fazla zaman almaktadır. Yapay zekâ teknolojisiyle birlikte büyük veri kümeleri hızlı bir şekilde analiz edilebilir ve bu verilerden haber metinleri hızlı bir şekilde oluşturulabilir hale gelmiştir. Böylece haberler daha hızlı bir şekilde hedef kitleye yayılırken okuyuculara da daha güncel bilgiler sunulabilmektedir.

Yapay zekâ haberlerinde hız ve verimlilikten kaynaklı hata oranı insan hatalarına kıyasla daha azdır. Bunun başlıca sebebi yapay zekâ sisteminin; belirli bir kural, algoritma, model ve işleyiş doğrultusunda çalışmasıdır. Bu açıdan bakıldığında insan gazetecilerinin; yorgunluk, dikkatsizlik ve önyargı gibi faktörlerden kaynaklanabilecek hataları yapay zekâ haberlerinde görmek mümkün değildir. Bu da haber metinlerinin daha tutarlı ve doğru olmasını sağlamaktadır. Zaman alan ve tekrarlayan görevleri yerine getirmede yapay zekâ kullanımı çalışanlarının etki ve önem derecesi yüksek işlere odaklanmasını sağlamaktadır. Bu da verimlilik artışının yanı sıra insan kaynaklarını daha stratejik süreçlere yönlendirilmesini sağlamaktadır. Yapay zekâ, hızlı veri işleme kapasitesiyle analiz ettiği verilerden anlamlı ilişkiler çıkarabilmektedir. Yapay zekâ makine öğrenimi teknikleriyle sürekli öğrenme yeteneğine sahiptir. Bu da değişen koşullara ve veri setlerine hızla adapte olabilmesini sağlamaktadır (Can ve Sezgin, 2024, s. 109).

Hız ve verimlilik konusu habercilikte önemli bir rol oynamaktadır. Hızlı haber sunumu okuyucuların anlık gelişmeler hakkında güncel bilgilere erişme ihtiyacını karşılamaktadır. Özellikle olayın yaşandığı anda haber olarak sunulması okuyucunun ilgisini çekmektedir. Diğer bir açıdan bakıldığında hızlı bir biçimde haber sunumu haber kuruluşları arasındaki rekabet açısından da oldukça önemlidir. Habere ilk ulaşan ve kitleyle buluşturan platform, ajans veya haber kuruluşu daha geniş bir pazar payına sahip olmaktadır. Böylece haber kuruluşu prestij ve güvenilirlik açısından da tercih edilmektedir. Yapay zekâ haberciliğinde hızlı haber sunumu, haberin yayınlandığı platformdaki ziyaretçi sayısını arttırmaktadır. Böylece haber kuruluşunun reklam gelirleri artmakta ve kuruluş mali açıdan daha başarılı bir konuma gelmektedir.

1.6.1.2. 7/24 Haber Üretimi

Günümüzün dijital çağında haber içeriğinin sürekli olarak güncellenmesi ve eklenmeler yapılabilmesi, haberciliğin işleyişini köklü bir şekilde değiştirmiştir. 7/24 çevrim içi olan bir dünyada, yeni medya teknolojileri ve mobil araçlar haberlerin güncel kalmasını ve hızla yayılmasını sağlamaktadır. Bu bağlamda, yapay zekanın 7/24 haber üretme yeteneği, haberciliğin dinamik doğasını daha da ileriye taşımaktadır. Yapay zekâ bilgiye erişimi sürekli hale getirirken haberlerin anında güncellenmesini ve geniş bir kitleye ulaşmasını mümkün kılmaktadır. Mobil araçlar ve internet teknolojileri sayesinde, haber akışı her an yenilenir ve okurlar, haberleri sadece ertesi gün değil, olayın hemen ardından erişim sağlayabilmektedir. Bu bilgi akışı, haberciliğin hızını ve etkinliğini artırırken, aynı zamanda haber içeriklerinin sürekli olarak güncellenmesini de gerektirmektedir. Yapay zekâ bu süreçte önemli bir rol oynamaktadır, çünkü algoritmalar ve otomatik sistemler, 7/24 haber üretimi ve güncellemesini mümkün kılmaktadır. Yapay zekâ destekli sistemler, haberlerin hızlı bir şekilde işlenmesini ve dağıtılmasını sağlamaktadır. Bu durum özellikle mobil habercilik ve dijital gazetecilik için kritik bir avantajdır, çünkü haberlerin her an erişilebilir olması ve hızlı yayılımı, okurların güncel bilgilerle donatılmasını sağlamaktadır (Parlak, 2018, s. 70-71) (Topsakal, 2020, s. 661) (Öztemel, 2020, s. 97).

Haber değeri taşıyan olaylar gün içindeki herhangi bir zaman diliminde her an gerçekleşebilmektedir. Bundan dolayı haber sektöründe mesai saati kavramı yoktur. Gazetecinin çalışma süresi bir günün tamamına yayılmaktadır. Bu durumda mesleği icra

eden gazeteciyi oldukça yormakta ve haberin kalitesini de düşürmektedir. Yapay zekâ haberciliğine bakıldığında yorulmadan ve dinlenmeden haberin 7/24 saat üretilbildiği görülmektedir. Yapay zekâ sistemleri insanların çalışma saatlerine bağlı olmadan sürekli olarak haber üretebilmektedir. Bu durumda, haber kuruluşlarının insan kaynaklarını optimize etmelerine ve ekibin dinlenmeye veya izin dönemlerinde dahi haber akışını sürdürmelerine olanak tanımaktadır. Kısacası yapay zekâ haberciliğinde insan kaynaklarından bağımsız bir haber üretim sürecinin olduğu söylenebilmektedir. Yapay zekâ ile sunulan iletişim hizmeti, geleneksel hizmetten daha hızlı, daha az masraflı, daha verimli ve kesintisiz bir şekilde alınabilmektedir. İnsanın aksine bilgisayarlar molalara ihtiyaç duymamaktadır. Yapay zekâ teknolojileri kesintisiz bir biçimde faaliyet göstererek 24 saat hizmet ve destek sunabilmektedir (Can ve Sezgin, 2024, s. 109-112). Yapay zekâ, haber üretimini kesintisiz olarak sürdürmektedir. Bu durumda haberlerin hızlıca güncellenmesi ve anlık gelişmelerin izlenmesi anlamına gelmektedir. Özellikle haberlere dijital platform aracılığıyla erişen okuyucuların ilgisi daha çok sürekli güncellenen haber içeriklerindedir. Farklı saat dilimlerinde yaşayan kullanıcıları hedefleyen haber siteleri için 7/24 saat haber üretimi önemlidir. Yapay zekâ, dünya genelindeki farklı coğrafi bölgelerdeki haberleri farklı zaman dilimlerinde, hızlı bir şekilde erişilmesini sağlarken haberi de anlık olarak birçok dilde sunmaktadır. Bu durumda uluslararası okuyucu kitlesine hizmet etme kabiliyetini arttırmaktadır.

1.6.1.3. Büyük Veriyi İşleme Yeteneği

Yapay zekâ, büyük miktarda veriyi işleyebilmek ve analiz edebilme yeteneğine sahiptir. Bu durumda yapay zekâ haberciliğine oldukça geniş veri kümelerinden anlamlı veriler elde etmesini ve derinlemesine analiz yaparak haber üretmesini mümkün kılmaktadır. Yapay zekâ, büyük veri setlerindeki karmaşık ilişkileri ve desenleri tanımlayabildiğinden dolayı haberlerin derinlemesine analizini sağlarken çeşitli kaynaklardan gelen verilerin birleştirilerek kapsamlı bir bakış açısı sunulmasına da katkı sağlamaktadır.

Büyük veri, hacmi, çeşitliliği ve hızı nedeniyle geleneksel veri işleme yöntemleriyle analiz edilemeyen ve yönetilemeyen, son derece büyük ve karmaşık veri setlerini ifade etmektedir. Bu veri setleri, geleneksel araçlarla işlenemeyecek boyutta olup, analiz edilmesi ve yönetilmesi için gelişmiş teknolojilere ihtiyaç duyulmaktadır (Atalay ve Çelik, 2017, s. 156). Bu veriler genellikle çeşitli kaynaklardan; sosyal medya, web

siteleri, dijital platformlar ve benzeri alanlardan toplanmaktadır. Bu konuya insan gazeteciler açısından bakıldığında, gazetecinin tüm bu karmaşık süreçten kısa sürede haber içeriği üretmesi beklenememektedir. Bundan dolayı büyük veriyi işleme yeteneği, yapay zekânın habercilik alanına katmış olduğu en önemli yeniliklerden biridir. Özellikle dijitalleşen dünyada istatistiğin almış olduğu önem göz önünde tutulduğunda büyük veri kümelerinden elde edilen içerikler her geçen gün daha da önem kazanmaktadır.

Yapay zekâyı ortaya çıkaran sistem, problem çözme dahil olmak üzere bilişsel işlevlere yaklaşan kararlar almak ve eylemlerde bulunmak için veri analizi yöntemleriyle işlenen büyük veriyi (bilgi deposu olarak ifade edebileceğimiz) bulut ortamlarından almaktadır (Aygün, 2023, s. 539). Yapay zekâ, büyük veri setlerini analiz ederek geniş bir bilgi yelpazesine erişim sağlamaktadır. Haberlerin derinlemesine kapsamlı bir biçimde incelenmesi, trendlerin belirlenmesi ve önemli konuların tanımlanması gibi birçok alanda büyük veri analitiği yapay zekânın yardımıyla mümkün hale gelmiştir. Yapay zekâ büyük veri senetlerindeki desenleri ve ilişkileri tanımlayarak gelecekteki olayları tahmin etme yeteneğine de sahiptir. Bu durum haberlerin doğruluğunu arttırırken aynı zamanda haberlerin öngörülebilirliğine de arttırarak daha etkili haber üretim stratejileri geliştirilmesine olanak tanımaktadır.

1.6.1.4. Dil Çevirisi ve Kavramsal Anlama

Yapay zekâ, farklı dillerdeki haberleri oldukça hızlı ve pratik bir şekilde çevirebilmektedir. Bu durumda haberlerin küresel ölçekte daha geniş bir kitleye ulaşmasını sağlamaktadır. Böylece haber platformları uluslararası bir kitleye hitap ederek dil ve kültür fark etmeksizin okuyucuları kendi bünyesine katmaktadır. Yapay zekâ aracılığıyla çeviri süreçlerinin iyileştirilmesi gibi bazı avantajlar elde edilmiştir. Yapay zekanın veri kümesi oluşturma kolaylığının sağlanması, daha etkili algoritmik modellerinin geliştirilmesi ve insani değerlendirme süreçlerinin daha hızlı hale gelmesi bu avantajlar arasında yer almaktadır. İnsani çeviride hatalar meydana gelirken mekândan bağımsız olarak çeviri yapan yapay zekâ algoritmaları aracılığıyla hem hata tespiti gerçekleştirilmekte hem de hatasız yakın çeviriler yapılmaktadır. İnsani değerlendirme her çeviri hatasını ortaya çıkaramamaktadır. Fakat yapay zekâ teknolojisi aracılığıyla çeviri hatalarının tespiti hızlanmıştır (Odacıoğlu, 2024, s. 151).

Yapay zekâ, dil işleme ve doğal dil anlama tekniklerini kullanarak metinlerin anlamsal derinliğini analiz edebilme yeteneğine sahiptir. Böylece haberlerin daha derinlemesine incelenmesi ve okuyuculara daha zengin içerik sunulması sağlanmaktadır. Doğal dil işleme, yazılım vasıtasıyla yazı veya konuşma gibi dil unsurunu analiz ederek bilgiye dönüştürülmesini amaç edinmektedir. En yaygını metin çeviri alanı olmak üzere duygu analizi, konuşma, tanıma gibi NLP'nin birçok kullanım alanı bulunmaktadır (Aygün, 2023, s. 549). Yapay zekâ, metinleri sadece kelime düzeyinde değil aynı zamanda anlam düzeyinde de kapsamlı olarak analiz edebilmektedir. Haber metindeki kelime öbeklerinin, cümle yapılarının ve bağlamsal ilişkilerinin incelenmesi sayesinde yapay zekâ, metinlerin altında yatan bağlamsal anlamı çıkarmak için karmaşık algoritmik yapıları haber metnine uygulayabilmektedir. Bu durumda haberin sadece yüzeydeki anlamının değil aynı zamanda haberin alt yordamlarında gizlenmiş bir şekilde bulunan ve sadece derinlemesine bir analizle ortaya çıkabilecek anlamları el etmek ve anlamak açısından oldukça önemlidir. Anlamsal derinlik analizi, haberlerin içeriğinin daha iyi anlaşılmasını sağlamakta ve okuyuculara daha kapsamlı bir bakış açısı sunmaktadır. Bir haberde geçen kelimelerin ve cümlelerin yanı sıra, haberin temel teması, duygusal tonu ve vurgusu da anlamsal derinlik analiziyle incelenabilmektedir. Bu durumda okuyucuların haberleri daha iyi anlamasını ve içeriğin özünü daha iyi kavramasını sağlamaktadır.

1.6.1.5. Kişiselleştirilmiş Haber

Kişiselleştirilmiş haber, bir kullanıcının ilgi alanları, tercihleri ve davranışlarına göre özel olarak hazırlanmış haber içeriğidir. Yapay zekâ haberciliğinde kişiselleştirilmiş haberler, kullanıcıların geçmiş etkileşimleri ve tercihleri üzerinden analiz edilerek, onların ilgi duyabileceği veya önemli bulabileceği içeriklerin önceliklendirilmesi sağlamaktadır. Yapay zekâ, büyük veri analitiği ve makine öğrenme tekniklerini kullanarak, kullanıcılarının arama geçmişi, tıklanma davranışları ve diğer etkileşim verilerini analiz ederek, yapay zekâ algoritmaları yardımıyla her kullanıcı için özel olarak kişiselleştirilmiş bir haber akışını kullanıcıya sunmaktadır. Bu olanaklar kullanıcıların haber ve içeriği kişiselleştirmelerine imkân sağlamaktadır. Haber ve içeriğin kişiselleştirilmesi yapay zekâ ile daha kolaylaşmakta ve yaygınlaşmaktadır. Haber kuruluşları açısından kullanıcı verileri doğrultusunda kendi hedef kitlelerine uygun

kişiselleştirilmiş haber ve içerik sunma olanakları ortaya çıkmaktadır (Topsakal, 2020, s. 660).

İçeriği üreten ve tüketen kullanıcılar artık haberlerin merkezinde etkin bir biçimde rol almaktadır. Yapay zekâ haberciliğinin kullanıcılara sunmuş olduğu olanaklar kullanıcıların haber içeriğini kişiselleştirmelerine imkân tanımaktadır. Özellikle mobil araçlar ve dijital platformlar ile okuyucu kişiselleştirilmiş habere daha kolay bir biçimde ulaşmaktadır. Haber kuruluşları tarafından kullanıcı verilerine yönelik, kendi hedef kitlelerine uyan kişiselleştirilmiş haber ve içerik sunma imkânları da aynı süreçte ortaya çıkmaktadır. Dijital ortamlarında seçim şansı olan kullanıcı kendi deneyimlerine benzer biçimde haberleri okumayı istemektedir. Kullanıcıların bilgilerini toplayabilen algoritmalar ilgilenebilecekleri kişiselleştirilmiş haber içerikleri ve reklamları kullanıcıların karşısına çıkarmaktadır. Kullanıcı hangi konuyla ilgileniyorsa veya hangi tür konuya ilgi duyuyorsa hangi haberi okumak istiyorsa o haberlere maruz kalmayı tercih etmektedir. Kısacası okuyucu kendi gazetesini kendi oluşturmaktadır (Topsakal, 2020, s. 660-664).

Kişiselleştirilmiş haber, yapay zekâ tarafından kullanıcıların tercihleri ve geçmiş davranışlarına dayalı olarak özelleştirilen haber içeriğidir. Yapay zekâ algoritmaları, kullanıcıların tarama geçmişi, tıklanma davranışları, arama sorguları ve diğer etkileşim verilerini analiz ederek, her kullanım için özel olarak kişiselleştirilmiş bir haber akışı oluşturmaktadır. Bu durumda okuyucuların ilgi alanlarına göre haber içeriğinin seçilmesi ve önceliklendirilmesi sağlanmaktadır. Kişiselleştirilmiş haber, kullanıcı deneyimini arttırmak ve haber platformlarının daha etkin hale gelmesini sağlaması açısından oldukça önemlidir. Kullanıcılar kendi ilgi alanlarına uygun içeriklerle daha fazla etkileşim kurma eğilimi içerisinde. Bundan dolayı kişiselleştirilmiş haberler bu beklentiyi karşılayarak kullanıcıların platformda daha uzun süre kalmasını ve daha fazla içeriğe erişmesini sağlamaktadır.

1.6.1.6. Makine Tarafsızlığı

Habercilikte tarafsızlık; haberlerin doğru, adil ve nesnel bir şekilde sunulmasını sağlayan önemli bir temel ilkedir. Tarafsızlık gazetecilerin ve haber kuruluşlarının siyasi, ideolojik veya kişisel görüşlerinden bağımsız olarak gerçekleri aktarmalarını ve olayları tarafsız bir şekilde analiz etmelerine olanak sağlamaktadır. Tarafsız haber toplumda haber

kaynağına olan güvenini artırırken haber kuruluşunun itibarını korumaktadır. Tarafsızlık, gerçeklik açısından medyanın manipülatif etkilerini en aza indirme şeklidir (Ay, 2023, s. 426). Okuyucular, tarafsız bir şekilde sunulan haberlere daha fazla güvenmektedir. Tarafsızlık haberlerin objektifliği ve değerini korumaktadır. Haberlerin bir taraflı veya ön yargılı bir şekilde sunulması durumunda haberin gerçeklikten uzaklaşması ve haber değerinin azalması riski oldukça yüksektir. Tarafsız habercilik; doğru, adil ve nesnel haberlerin üretilmesini sağlaması açısından oldukça önemlidir. Bu durumda toplumda güvenilir haber kaynaklarına olan ihtiyacı karşılamaktadır.

Makine tarafsızlığı, yapay zekâ sistemlerinin insan etkisinden mümkün olduğunca arınmış ve tarafsız bir şekilde işlenmesi anlamına gelmektedir. Bu bir algoritmanın veya yapay zekâ modelinin, verileri işlerken veya haberi inşa ederken hiçbir önyargıya, ayrımcılığa veya kişisel tarafsızlığa maruz kalmadan içeriği üretmesini ifade etmektedir. Buradaki işleyen sistem nesnel ve adil bir şekilde haber üretim sürecini gerçekleştirmektedir. Yapay zekâ haberciliğinde makine tarafsızlığı haberlerin objektif ve tarafsız bir şekilde üretilmesi açısından son derece önemlidir. Haberlerin tarafsızlığı, toplumda güvenilirlik ve itibarın korunması açısından oldukça kritiktir. Haberciliğin gerekliliklerinden biri olan tarafsızlık ilkesi makineleşmeyle birlikte önem kaybetme riskiyle karşı karşıya kalmaktadır. Bu duruma göre, tarafsız ve objektif habercilik anlayışı çerçevesinde okur bir haberi okuduğu zaman, somut gerçekliklere dayalı ve yorumdan uzak bir haber bilgisi edinmelidir. Gazeteci de bu bağlamda farklı bilgi kaynaklarından beslenerek oluşturduğu içeriği zengin bir perspektifte sunarak, okurun kendi doğrusunu ve kanaatini kendisinin bulmasına olanak tanımalıdır (Aksakal, 2016, s. 54).

Yapay zekâ aracılığıyla üretilen haberlerde; kullanılan veri ve algoritmaların tarafsızlığının korunması, haberlerin manipülasyona maruz kalma riskini büyük ölçüde azaltmaktadır. Fakat yapay zekâ modelleri, eğitim verilerindeki ön yargıları veya toplumsal çarpıklıkları öngörerek kendi tarafsızlığını tehlikeye sokabilmek değildir. Bundan dolayı yapay zekâ haberciliğinde makine tarafsızlığının sağlamak için algoritmaların düzenli olarak denetlenmesi ve gözden geçirilmesi gerekmektedir. Ayrıca haber üretiminde kullanılan algoritmaların şeffaf olması ve işleyişlerini anlaşılabilir olması da önemlidir. Böylece potansiyel önyargıları aşmak ve gidermek daha kolay hale gelecektir. Bu şekilde yapay zekâ haberciliği daha güvenilir ve tarafsız haberlerin üretilmesini katkıda bulunabilecektir.

1.6.1.7. Kalite, Kontrol ve Düzeltme

Yapay zekâ, haberleri üretirken dil bilgisi ve anlam hatalarını oldukça az bir seviyeye kadar indirgeyebilmektedir. Bundan dolayı haberler daha doğru ve güvenilir hale gelmektedir. Bu sebeple yapay zekâ haber dilinde ve anlamdan doğabilecek hataları haber metninden ayıklayarak haberin kalitesinin artmasına yardımcı olmaktadır. Yapay zekâ; imla hatalarının düzeltilmesi, cümleyi yapılarının iyileştirilmesi ve anlam belirsizliklerin ortadan kaldırılması gibi konularda haber metnini düzelterek okuyucuya oldukça kaliteli bir haber deneyimi sunmaktadır. Yapay zekâ uygulamalarından olan ChatGPT hataları tespit etme ve bu hataları düzeltme yeteneğiyle de ön plana çıkmaktadır. Özellikle kullanıcıların yazım hataları, dil hataları ve anlam bakımından yanlış olan cümleleri düzeltebilmektedir. Bu ise kullanıcıların kendini daha anlaşılır şekilde ifade etmesini sağlamaktadır (Koçyiğit ve Darı, 2023, s. 434).

Kalite, kontrol ve düzeltme süreçleri, yapay zekâ haberciliğinin profesyonel bir şekilde yapılmasına katkı sağlamaktadır. Bu durum hatalı ve yanıltıcı haberlerin yayınlanmasını önlemektedir. Böylece doğru ve eksiksiz haberler okuyucuların haber kaynağına olan bağlılığını ve güvenini artırırken okuyucuların memnuniyetini de arttırmaktadır. Haberde kalite hem basının sorumluluklarını hem de okurun beklentilerini ortaya koyan oldukça önemli bir olgudur. Genel olarak kalite kavramı; hangi alanda olursa olsun, üretim sürecindeki kurum ve çalışanların tüketici ihtiyacı ve beklentilerini en iyi şekilde karşılayabilmesidir. Basın alanında kalite; haberin türüne göre gerekliliklerin biçimdeki estetik ve içerikteki nitelik bağlamında en yüksek seviyede yerine getirilmesidir (Akdağ, 2017, s. 48).

Kalite, belirli bir standart veya beklentiye uygunluğu ifade ederken habercilik açısından haberlerin doğruluğu, güvenilirliği, tarafsızlığı ve anlaşıldığı gibi faktörlere dayanarak değerlendirilmektedir. Yapay zekâ haberciliğinde kalite kontrolü; haberlerin üretiminden yayınlanmasına kadar olan süreçte, dil bilgisi hataları, anlam bozuklukları, yanlış bilgi veya yanıltıcı içerik gibi unsurların kontrol edilerek haberlerin standartları uygun bir şekilde üretilmesini içermektedir. Habercilikte düzeltme diğer bir deyişle redaksiyon hatalı veya eksik olan bir içeriğin düzeltilmesini ifade etmektedir. Yapay zekâ haberciliğinde kalite kontrolü ve düzeltme süreçleri haberlerin doğruluğunu, güvenilirliğini ve kalitesini artırmak için önemlidir.

1.6.1.8. Makine Öğrenmesi ve Sürekli İyileştirme

Makine öğrenmesi, bilgisayar sistemlerinin belirli bir görevi veya sorunu çözmek için verilerden elde ettiği tecrübeler sayesinde sahip olduğu öğrenme yeteneğini ifade etmektedir. Bu süreçte algoritmalar geniş veri setlerini analiz eder, desenleri tanımlar ve bu desenlerden çıkarımlarda bulunarak kendine yeni anlam alanları açarken gelecekteki konular hakkında tahminler yapabilmektedir. Sürekli iyileştirme, bir sistemin performansını zamanla arttırmak için yapılan sürekli gelişmeler sürecini ifade etmektedir. Bu süreçte geri bildirim ve veri analizi kullanılarak sistemdeki hatalar tespit edilir, iyileştirmeler yapılır ve sistemin temel işleyiş performansını artırıcı adımlar atılmaktadır. Sürekli iyileştirme; sistemlerin daha verimli, doğru ve güvenilir olmasını sağlamaktadır. Makine öğrenmesi, bilgisayarların veri ile beslenerek öğrenme ve tahmin yapma yeteneği kazanmasını sağlayan, insan düşüncesini ve karar verme sürecini modelleyen bir yapay zekâ dalıdır. Günümüzde verinin hızla büyümesi ve çeşitlenmesi, insanların anlamlı veri parçalarını birleştirmelerini zorlaştırmıştır. Makine öğrenmesi, bu karmaşık veri yığınları içerisinde anlamlı farklılıkları ortaya çıkarabilmektedir. Makineler sınırsız kapasiteleri sayesinde çok fazla veriyi kısa sürede analiz edebilir, çözebilir ve kararlar alabilmektedir. Bu durum büyük verinin daha da büyümesiyle makine öğrenmesinin ne kadar önemli bir konu olacağını bize göstermektedir (Tosunoğlu vd., 2021, s. 180).

Makine öğrenmesi ve sürekli iyileştirme yapay zekâ haberciliği açısından oldukça önemlidir. Bu teknoloji, haber metinlerini otomatik olarak oluşturmak için kullanılabilir. Sürekli iyileştirme süreci ise bu otomatik metinlerin kalitesini artırırken daha doğru, anlaşılır ve ilgi çekici içeriklerin sunulmasını sağlamaktadır. Makine öğrenme algoritmaları, haberlerin hedef kitlelere daha etkili bir şekilde ulaştırılmasına yardımcı olmaktadır. Makine öğrenmesi ve sürekli iyileştirme aynı zamanda haber üretim süreçlerini hızlandırabilir ve daha verimli şekilde çalışmasını sağlayabilmektedir. Bu durum haberlerin daha hızlı bir şekilde yayınlanmasını ve okuyucuların daha güncel bilgiler sunulmasına olanak tanımaktadır.

Sürekli iyileştirme süreci haber metinlerin kalitesini artırırken dil bilgisi hataları gibi sorunları tespit ederek düzeltmektedir. Böylece daha doğru ve güvenilir haberler okuyucuya sunulmaktadır. Makine öğrenmesi, haber içeriğinin gelecekteki eğilimlerini tahmin etmek için kullanılırken haber üreticilerinin içeriklerine göre optimize etmesine yardımcı olmaktadır. Bundan dolayı makine öğrenmesi ve sürekli iyileştirme yapay zekâ

haberciliğinde önemli bir rol oynamakta ve haber üretim süreçlerini daha etkili hale getirmektedir. Yapay zekânın sürekli gelişen ve değişen bir alan olduğunu kabul etmek gerekmektedir; çünkü bir zamanlar yapay zekâ alanı içinde düşünülen konular, örneğin optik karakter tanıma ve bilgisayar satrancı artık rutin hesaplama işleri olarak kabul edilmektedir. Günümüzde robotik, görüntü tanıma, doğal dil işleme, gerçek zamanlı analitik araçları ve nesnelerin interneti (IoT) içindeki çeşitli bağlantı sistemlerin tümü, daha gelişmiş özellikler ve yetenekler sunmak için yapay zekâdan faydalanmaktadır. Bunun doğal sonucu olarak yapay zekâ, sürekli artarak daha fazla uygulama ve araca entegre edilmektedir (Aygün, 2023, s. 535-536).

1.6.2. Yapay Zekâ Haberlerinin Dezavantajları

Gelişen teknolojilerin habercilik alanına faydaları olmasıyla birlikte birtakım dezavantajları da beraberinde getirmektedir. Yapay zekâ haberciliği, haber kuruluşlarına avantajlar sunarken sorunlu veya eksik olarak değerlendirebilecek özelliklere de sahiptir. Yapay zekâ haberciliği pratiği de hiçbir teknolojik yeniliğin sadece fayda sağlamadığı göz önünde tutulduğunda ciddi tehlikeli riskleri içinde barındırmaktadır. Bu dezavantajları yaşayan taraf genelde haberi tüketen okuyucular ve mesleki kaygıları taşıyan gazetecilerdir (Fırat, 2018, s. 65).

Yapay zekâ teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla birlikte habercilik sektöründe de bazı endişeler ortaya çıkmıştır. Bu endişenin başında üretilen haberlerin kalitesi ve güvenilirliğinin nasıl olacağı gelmektedir. Yapay zekâ haberlerinin dezavantajlarını anlamak, bu teknolojinin kullanımının potansiyel risklerini değerlendirmemize ve uygun önlemleri alarak olası olumsuz etkileri azaltmanıza yardımcı olacaktır. Dezavantajların anlaşılması toplumun bu teknolojinin doğru kullanımı konusunda bilinçlenmesine yardımcı olmaktadır. Bununla birlikte dezavantajları anlamak yapay zekâ haberlerin etik ve yasal standartlara uygunluğunu değerlendirmemize olanak tanımaktadır. Böylece haber endüstrisinin bu teknolojiyi kullanırken belirli standartlara ve yönergelere uyumlu hareket etmesi sağlanabilmektedir. Yapay zekâ haberciliğinde olası riskleri ve zararları önceden tanımlamak ve azaltmak için dezavantajların ne olduğu ve ne olabileceğini detaylı bir şekilde ele almak gerekmektedir. Böylece yapay zekâ teknolojilerinin habercilik alanına girmesiyle birlikte karşılaşılabilecek olası riskli durumlar ön

görülebilmektedir. Yapay zekâ haberciliğinin eksikleri ve zayıf noktaları belirlendikten sonra bu alanda iyileştirmeler ve yenilikler yapılabilir.

1.6.2.1. Duygusal Zekâ Eksikliği

Duygusal zekâ bireylerin duygularını tanıma, anlama, yönetme ve diğer insanlarla etkileşim kurma yeteneği olarak ifade edilebilmektedir. Bu duyguları doğru bir şekilde tanımlayabilme, duygusal deneyimleri anlama ve bu duyguları yönetme becerisini içermektedir. Zekâ; insan ilişkilerinde başarılı olma, stresle başa çıkma, empati gösterme ve sağlıklı karar alma gibi pek çok alanda oldukça önemlidir. Duygusal zekâ eksikliği, bireylerin duygularını tanıma ve anlama konusunda zorluk yaşadığı durumu ifade etmektedir. Bu eksiklik kişinin kendisinin ve başkalarının duygularını tanımlama, anlama ve uygun şekilde tepki verme yeteneğini sınırlamaktadır. Kişinin ilişkilerinde sorunlar yaşamasına, stresle başa çıkma güçlüğü çekmesine empati kurma yeteneğinin azalmasına ve karar verme süreçlerinde zorlanmasına neden olabilmektedir.

Yapay zekanın icadından bugüne ana hedef, insan yerine hareket edebilen ve akıl yürütebilen yazılım sistemleri oluşturmak olmuştur. İnsanlar rasyonel karar verme süreçlerinde bile duyguların etkisi altındadır. Bu sebeple benzer şekilde yapay zekayı da daha zeki hale getirmek için ilgili sistemlere duygusal bir bileşen eklemenin gerekliliği üzerinde tartışılmaktadır. Duyguları programlamanın mümkün olup olmadığı günümüzde bir tartışma konusuyken asıl dikkat çekilmesi gereken şey makinelerin bir duyguya sahip olup olamayacağı değil, duyguları olmadan da en az o kadar akıllı olup olmayacağıdır (Yücel Karamustafa ve Arsan, 2022, s. 61).

Yapay zekâ haberciliği açısından duygusal zekâ eksikliği, yapay zekâ tabanlı sistemlerin duyguları tanıma, anlama ve duygusal bağlamlarda yorumlama konusundaki sınırlılıkları ifade etmektedir. Bu sistemler haberleri sadece veri tabanlı faktörleri değerlendirirken insan duygularını anlamakta veya duygusal bağlamda yorumlamakta zorlanmaktadır. Bundan dolayı yapay zekâ tarafından üretilen haberler, insan gazetecilerin üreteceği haberlerden duygusal açıdan daha eksik olmaktadır. Haberler genellikle sınırlı düzeyde aksiyon/hareket içerdiğinden, gazeteciler habere yeni eklemeler yapmayı deneyerek zenginleştirmeye çalışmaktadır. Örneğin gazeteci, röportaj esnasında kaynaklarına duygu yüklü cevaplar alabilecekleri sorular yöneltilmektedir (Aksakal, 2016, s. 47). Yapay

zekanın haber kaynağından duygu yüklü bilgiyi çıkarabilme ihtimali oldukça düşük gözükmemektedir.

Duygusal olarak zengin ve etkileyici haberler, okuyucular arasında daha güçlü bir bağlılık oluşturabilmektedir. Ancak yapay zekâ tarafından üretilen haberler duygusal incelikleri yansıtmadığı için, okuyucular bu haberleri duygusal olarak bağlanma eğiliminde olamayabilmektedir. Böylece okuyucuların haber kaynaklarına olan bağlılığı azalmaktadır. Duygusal olarak zengin haberler okuyucuların empati kurmasını kolaylaştırabilirken yapay zekâ haberlerinde duygusal zekâ eksikliği nedeniyle okuyucuların haberdeki kişilerle veya olaylarla empati kurması zorlaşmaktadır. Bu da haberlerin etkileyciliğini azaltmaktadır.

Duygusal zekâ, bir özellik olarak duygusal zekâ ve bilgi-işlem süreci olarak duygusal zekâ olmak üzere iki farklı şekilde ele alınmaktadır. Bilgi-işlem süreci olarak duygusal zekâ duyguları tanıma, ifade etme, etiketleme gibi yetenekler üzerinde dururken özellik olarak duygusal zekâ farklı ortamlarda tutarlı olan davranışlar (iyimserlik, güvenli girişkenlik, empati gibi belirli davranış ya da özelliklerde kendini gösteren) üzerinde durmaktadır (İşmen, 2013, s. 114). Duygusal zekâ eksikliği, yapay zekâ haberlerinin haberleri sadece veri odaklı bir şekilde sunmasına ve duygusal incelikleri göz ardı etmesine neden olmaktadır. İnsan gazeteci bir haber metnini yazarken duygusal tonları ve insanların duygusal tepkilerini göz önünde bulundurabilirken yapay zekâ sistemleri sadece veri tabanlı faktörleri dikkate alarak haberi oluşturmaktadır. Bundan dolayı haberlerin duygusal açıdan eksik ve okuyucuya soğuk gelmesine yol açmaktadır. Böylece okuyucunun haber metniyle duygusal bağ kurması zorlaşmaktadır. Haberlerin duygusal bağlamda daha az etkileyici olması okuyucuların duygusal tepki verme potansiyelini azaltmaktadır. Bu durumda haberlerin etkileyciliğini ve okuyucuların habere karşı olan bağlılığını azaltmaktadır. Yapay zekâ insanların duygusal tepkilerini anlayamaz ve empati kuramaz, bu durumda haberlerin duygusal veya insan odaklı konularda eksik veya yetersiz olmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla yapay zekâ haberciliği alanında duygusal zekâ eksikliği farkında olunması ve bu eksikliği gidererek çözümler geliştirilmesi gereklidir.

1.6.2.2. Kalite Sorunları

Kalite habercilik açısından oldukça önemli bir konudur, çünkü haberlerin doğruluğu, tarafsızlığı, güvenilirliği ve içerdiği bilgilerin değeri haberlerin kalitesini belirlemektedir. Kaliteli bir haber kamuoyunu bilgilendirmekte, tartışmalara yol açmakta ve toplumsal farkındalık oluşturmaktadır. Kaliteli haberler aynı zamanda demokratik bir toplumun işleyişinde önemli bir rolü de üstlenmektedir. İnternet ortamının hızlı yapısı ve bilginin kolay yayınlanabilir özelliğine karşın, bu yeni ortamdaki habercilik faaliyetlerinde bilginin kalitesi ve güvenilirliği konusunda birtakım sorunların da görülebildiği bir gerçektir (Aksakal, 2016, s. 53).

Yapay zekâ haberciliğinde üretilecek olan haberler bazı durumlar açısından insan gazetecilerin üreteceği haberlerin kalitesinden daha az olacak şekilde haber üretmesi habercilik açısından çeşitli sorunlara yol açabileceği öngörülmektedir. Günümüzde yapay zekâ sistemlerinin çok gelişmiş olmamasından kaynaklı, sistemlerin hatalı veya yanlış veri analizi yapmasından doğacak sonuçlar neticesinde; haberlerin doğruluğu olumsuz bir şekilde etkilenebilmektedir. Bu durumda beraberinde yanlış bilgilerin yayılmasına ve okuyucuların yanlış yönlendirmesine neden olmaktadır.

Yapay zekâ haberciliğinde haberin kalitesini olumsuz yönde etkileyen diğer bir konu ise haberin tarafsız olmasıdır. Yapay zekâ haberlerinin tarafsız olamaması, haberlerin objektif olmamasına ve belirli bir görüşü veya yanlışı yansıtmaya yol açmaktadır. Bu durum, haberlerin güvenilirliği ve kamuoyunun algısını olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Yapay zekânın da belirli ve sınırlı bir algoritma etrafında şekillendirildiği göz önünde tutulduğunda yapay zekâ destekli yazılmış haberin tarafsız olup olamayacağı oldukça önemli bir tartışma konusudur (Özsalih, 2023, s. 537).

Yapay zekâ tarafından üretilen haberlerin kalite sorunları okuyucular arasında haber kaynağına olan güveni azaltmaktadır. Okuyucular kalitesiz haberlerin güvenilir olmadığını düşünmekte ve haber kaynağına olan güvenini kaybederek o haberi okumamaktadır. Kalite sorunları haber metninin içeriğinde tutarsızlıklara yol açabilmektedir. Bundan dolayı aynı olay veya konu hakkında farklı haberlerde farklı bilgilerin sunulması ve okuyucularda bir kafa karışıklığına neden olabilmektedir. Haberlerde kalite sorunları editoryal denetim sürecini de zorlaştırmaktadır. Bu sebeple yapay zekâ desteğiyle üretilmiş haberlerde, insan gazetecilerin kalite kontrolü ve düzeltme yapma ihtiyacı artmaktadır. Bu da haber üretim sürecini yavaşlatmakta ve haber üretim maliyetlerini arttırmaktadır. Bu kalite sorunları yapay zekâ haberlerinin

güvenilirliğini, doğruluğunu ve tarafsızlığı gibi temel gazetecilik ilkelerini etkilemektedir. Bu nedenle yapay zekâ haberciliğinde kalite sorunlarının giderilmesi ve haberlerin daha güvenilir ve kaliteli hale getirilmesi önemlidir.

1.6.2.3. İnsan İşsizliği Endişesi

Haberin çeşitli algoritmalar tarafından hızlı, ekonomik ve daha fazla yazılabiliyor olması, insan gazetecilerin gerçekleştirdiği haber yazma görevinin algoritmalar aracılığıyla yapılması, gazetecilerin işsizlik durumuyla karşı karşıya kalmasına neden olmaktadır. Yapay zekânın birçok konu hakkında haber yazabilmesi gazetecilere haber yazılabilecek daha az alan bırakmaktadır. Böylece gazetecilerin haber yapabilecekleri haber türleri ve haber sayısı azalmakta, bundan dolayı daha fazla gazeteciye ihtiyaç duymayan haber kurumları daha az gazeteciye istihdam etmekte ya da çalışan gazetecileri işten çıkarmaktadır. Bu durumda gazetecilik mesleğini icra eden gazetecileri sosyal ve psikolojik açıdan yıpratmaktadır (Fırat, 2018, s. 65-67).

Yapay zekâ, birçok haber üretim sürecini otomatikleştirmektedir. Bu durumda yapay zekâ haberciliği insanların yerine geçebilecek düzeyde işlevsellik kazanabilmektedir; çünkü yapay zekâ sistemleri daha hızlı, daha verimli ve daha az maliyetle çalışmaktadır. Yapay zekâ haberciliği beraberinde gelişen işsizlik endişesinden dolayı insan gazetecilerinin yapay zekâ teknolojisine uyum sağlaması ve yeni iş becerileri geliştirmesi gerekmektedir. Fakat tüm bu dönüşüm süreci herkes için kolay olmamaktadır. Bazı gazeteciler işlerini kaybetme riskiyle karşı karşıya kalmaktadır. Diğer bir bakış açısıyla insan işsizliği endişesi, haber endüstrisinde çeşitliliğin azalmasına ve farklı seslerin susturulmasına neden olmaktadır. Bu durum ifade özgürlüğü ve demokratik değerler açısından oldukça endişe vericidir. Kısacası yapay zekâ haberlerinin insan işsizliğine neden olması gazetecilik mesleğinin geleceği ve haber endüstrisinin dönüşümü konusunda ciddi sorunlar doğurmaktadır. Bu nedenle yapay zekâ teknolojilerinin haber üretim süreçlerine entegrasyonu sırasında insanların işlerini kaybetme endişesi dikkate alınarak gazetecilerin geleceği açısından uygun önlemler alınmalıdır. Yapay zekâ uygulamaların ekonomide işler ve görevler üzerindeki etkisi hakkında hem iyimser hem de kötümser görüşler mevcuttur. İyimser görüş, yapay zekanın insan yeteneklerini arttırarak vasıflı çalışanlara talebi yükselteceği yönündedir. Kötümser görüş ise yapay zekanın işçilerin

yerini alacağını ve işlerin makineler tarafından devralacağını savunmaktadır. Çünkü yapay zekâ kullanılması daha az emek girdisi demektir (Sheikhı, 2022, s. 105-106).

Yapay zekâ teknolojilerinin habercilik alanına entegrasyonu ile birlikte artan işsizlik endişesi genellikle negatif bir bakış açısıyla ele alınırken, bu duruma olumlu bir perspektiften yaklaşmakta mümkündür. Yapay zekâ teknolojileri haber üretim süreçlerindeki bazı görevleri otomatikleştirirken, aynı zamanda yeni iş alanlarında oluşmasına katkıda bulunmaktadır. Yapay zekâ sistemlerinin geliştirilmesi, bakımı ve yönetimi için uzmanlara ihtiyaç vardır. Bu görevleri ise dijital çağda gazeteciler üstlenmektedir. Yapay zekâ, rutin ve tekrarlayan görevleri yerine getirilirken insan gazetecilerin daha yaratıcı ve analitik görevleri odaklanmasına zaman ve imkân tanımaktadır. Bu durumda haber endüstrisindeki işlerin doğası ve kalitesi üzerinde olumlu bir etki yaratmaktadır. Aynı zamanda yapay zekâ teknolojileri insanlarla makineler arasında iş birliği ve etkileşim imkânı da sunmaktadır. İnsan gazeteciler yapay zekâ sistemlerini kullanarak daha verimli bir şekilde çalışmakta ve haber üretim süreçlerindeki kaliteyi arttırmaktadır.

1.6.2.4. Veri Hassasiyeti ve Gizlilik Endişesi

Dijital mecralarda veri güvenliği en önemli konuların başında gelmektedir. Bu noktada yapay zekâ haberciliği uygulamalarında enformasyonun elde edildiği alanlarda birçok etik sorun ortaya çıkabilmektedir (Dağ ve Budak, 2022, s. 385). Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojileri birçok alanda kullanılırken en önemli alanlardan biri olarak da karşımıza habercilik sektörü çıkmaktadır. Yapay zekâ haberciliğinin gelişmesiyle birlikte kişisel verilerimizin gizliliği ve güvenliği konusu dikkat çeken bir konu haline gelmiştir. İnternet, mobil uygulamalar, sosyal medya diğer dijital ortamlar; verilerin toplanması, işlenmesi ve depolanması için geniş bir alanı kullanıcılara sunmaktadır. Ancak bu dijital ortamlar aynı zamanda kişisel veri güvenliğini tehdit eden birçok faktörü de bünyesinde barındırmaktadır (Altıntaş ve Barkuş, 2023, s. 46-50).

Veri hassasiyeti ve gizlilik; gazetecilikte haber kaynaklarının güvenilirliği ve itibarı açısından oldukça önemlidir. Veri hassasiyeti ve gizliliğini ihlal eden bir olay, haber kuruluşunun güvenilirliğini ve itibarını zedelemektedir. Gazetecilik mesleğinde haber kaynaklarının gizliliği ve mahremiyeti konusunda belirli etik standartlar vardır. Bu standartlar, gazetecilerin hassas bilgilere erişimini ve kullanımıyla ilgili yaklaşımı

belirlemektedir. Gazeteciler veri hassasiyeti ve gizliliğini korumakla yükümlüdür. Haber kaynağından izinsiz olarak kişisel verilerini kullanılması ve ifşa edilmesi, hukuki sorumluluğa da yol açabilmektedir.

Yapay zekâ haberciliğinde kullanıcıların güveninin kazanılması gereklidir. Veri hassasiyeti gizliliği konusundaki doğru uygulamalar, kullanıcıların bu teknolojiye karşı olan güvenini de arttıracaktır. Yapay zekâ haberlerinde kullanılan algoritmaların şeffaflığı, haberlerin nasıl üretildiğine dair bilgi vermektedir. Bu durumda haberin kişisel verilerin güvenliği ve mahremiyeti konusundaki endişeleri ortadan kaldırarak okuyucu tarafından toplumsal kabulünü sağlamaktadır. Veri hassasiyeti ve gizlilik endişeleri yapay zekâ haberciliğinde önemli bir konudur; çünkü bu teknolojiler genelde büyük miktarda veri kullanır ve bu veriler genellikle kişisel veya hassas bilgileri içermektedir. Gizlilik ve hassas verilerin işlenmesi arasındaki yakın ilişki aynı nedenle kişisel menfaatler, özel yaşam, demokratik katılım, bedensel bütünlük, aile hayatı ve evin kutsallığı üzerine kurulu hukuksal menfaatleri içeren geniş bir meşruiyet zemini ve çoklu değerler üzerinde etkileşim içinde bulunmaktadır (Bulut, 2020, s. 126).

Yapay zekâ haberlerinin veri kullanımı, kullanıcıların kişisel bilgilerinin içerebilir ve bu bilgilerin izinsiz veya kötü niyetli bir şekilde kullanılması, gizlilik ihlallerine neden olabilmektedir. Bu durumda bu verilerin güvenliği konusunda endişelere neden olmaktadır. Veri sızıntıları veya güvenlik açıkları, kullanıcıların kişisel bilgilerinin kötü amaçlı kişilerin eline geçmesine yol açabilmektedir. Yapay zekâ sistemleri kullanılan verilere bağlı olarak önyargılar veya ayrımcılık içerebilmektedir. Bu durum belirli grupları hedef alan veya onları olumsuz etkileyen haberlerin üretilmesine neden olabilmektedir. Yapay zekâ haberciliğinde veri kullanımı hukuki ve etik sorunlara yol açmaktadır. Özellikle veri toplama, depolama ve kullanımıyla ilgili düzenlemelerin ve standartların olmaması potansiyel hukuki ve etik sorunları arttırmaktadır.

Veri hassasiyeti ve gizliliği, yapay zekâ haberciliği açısından kritik bir öneme sahiptir. Bu durum haberlerin güvenilirliği, itibarı, etik uyumluluğu ve toplumsal kabulü üzerinde doğrudan etkiye sahiptir. Gazetecilerin ve yapay zekâ algoritmalarının; kişisel verilerin gizliliğini korumak, hassas bilgilere erişimi sınırlamak ve hukuki etik standartlara uyum sağlamak için gerekli önlemleri alması gereklidir. Doğru uygulamalar; kullanıcı güvenliğini artırır, algoritmik şeffaflığı sağlar ve toplumsal kabulü güçlendirmektedir. Yapay zekâ haberciliği açısından veri hassasiyeti ve gizliliği, haber üretiminde ve

teknoloji kullanımında en yüksek standartların korunmasını sağlamak için kritik bir unsur olarak kabul edilmektedir.

1.6.2.5. Teknolojik Sorunlar

Teknoloji, gündelik yaşamımızı kolaylaştıran ve insanlığa kattığı faydaları saymakla bitiremeyeceğimiz bir olgudur. Bunun yanında sürekli gelişen teknoloji ise beraberinde bir takım güvenlik sıkıntılarını da getirmektedir. Yapay zekâ, insan zekâsının yapabileceği görevleri gerçekleştirebilecek sistemleri oluşturmak için dijital teknolojinin kullanılmasını ifade etmektedir (Şen ve Yurtoğlu, 2020, s. 26-28). Yapay zekâ sistemlerindeki teknolojik arızalar veya hatalar, haber üretim sürecini olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu teknolojik sorunlar yapay zekâ haber üretiminde kullanan algoritmaların hatalı veya yanlış kodlanması sonucunda ortaya çıkmaktadır. Bir algoritmanın veri yanlış şekilde yorumlaması veya hedeflenen sonuçları üretmekte başarısız olması gibi durumlar teknolojik hatalara yol açmaktadır. Yapay zekâ sistemleri genellikle büyük veri kümeleri üzerinde çalıştığından dolayı veri setlerindeki eksiklikler, tutarsızlıklar veya yanlış etiketlemeler algoritmaların doğru sonuçlar üretmesine engelleyebilmektedir. Bu durumda da teknolojik sorunlar ortaya çıkmaktadır.

Yapay zekâ modellerinin karmaşık yapısı nedeniyle işlem gücü ve alt yapı gereksinimleri oldukça yüksektir. Bu nedenle donanım veya yazılım arızaları, haber üretim sürecini olumsuz etkileyebilmektedir. Yapay zekâ sistemlerinin geliştirilmesi ve dağıtılması sürecinde yetersiz denetim ve test süreçleri potansiyel hataların tespit edilmesini engellemektedir. Bu da teknolojik sorunlara neden olmaktadır.

Yapay zekâ günümüzde daha çok bireylerin yaşam kalitelerinin artırılması için kullanılmaktadır. Teknolojik açıdan bakıldığında tam anlamıyla fiziksel bir teknolojik araç olarak kullanılamamaktadır. Arama motorları ve otomatik kelime düzelticiler gibi günlük yaşamımızı kolaylaştıran hayatımızın bir parçası olmuştur. Fakat, yapay zekanın insanlığa faydaları bireysel alanda sınırlı kalmamalıdır. Yapay zekanın şehir planlaması, insansız ulaşım ve insansız tarım gibi alanlarda da en verimli çözümleri geliştirebildiği gözükmemektedir. Bu tarz fiziksel çözümlerin toplumsal yaşantımıza girmesinin sebebi ise yapay zekanın bu şekilde kullanıldığında toplumsal düzeni değiştirecek yönde etki yapacak olmasıdır (Köroğlu, 2017, s. 4). Yapay zekâ yazı denetimi ve görsel oluşturma

gibi buna benzer konularda sıklıkla kullanılsa da insanın hayatını teknolojik açıdan fiziksel olarak kolaylaştırabilecek düzeyde değildir.

Yapay zekâ modellerinin çalıştırılması için yüksek performanslı donanım ihtiyacı vardır. Fakat bu donanımın yetersiz kapasitesi veya arızalanması haber üretim sürecini aksatabilmekte veya durdurabilmektedir. Yapay zekâ haberciliğinde büyük veri setlerine ihtiyaç duyulmasından ve verilerin depolanması, işlenmesi ve yönetilmesi karmaşık bir süreç olduğundan dolayı yetersiz veri yönetimi, haber üretiminde teknolojik alt yapı sorunlarına neden olabilmektedir. Yapay zekânın çalışması genellikle yüksek enerji tüketimi gerektirmektedir. Bu durumda haber üretiminde enerji maliyetlerinin artmasına ve çevresel etkilere neden olabilmektedir. Hesaplama gücü ve altyapı sorunları, yapay zekâ tabanlı haber üretiminde karşılaşılan teknik zorlukların önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Bu sorunların etkili bir şekilde yönetilmesi, etkili haber üretimi için oldukça önemlidir.

1.6.2.6. Aşırı Bilgi ve Dezenformasyon

Bilgi, açıklama, aydınlatma ve tanıtmaya gibi anlamları içeren enformasyon kavramı, zamanla teknolojik ilerlemelerden etkilenecek: haber, bildiri, duyuru, ileti anlamıyla ilişkili bir yapıyı dönüşmüştür. Enformasyondaki bir bozulmayı ve olumsuzluğu ifade eden dezenformasyon kavramı ise; bir bilginin kasıtlı veya kasıtsız biçimde yanlış sunulması, deforme edilmesi anlamında kullanılmaktadır. Yanlış bilgilendirme anlamına gelen dezenformasyon; genellikle gerçek dışı bilgi kullanılmakta ve manipülasyon amacı taşımaktadır. Dezenformasyon çoğu zaman bir grup veya kişi tarafından üretilmişse de bazı haber kuruluşları tarafından bilinçli üretilmiş bilgiyi referans kabul alarak gerçek dışı haberler üretilebilmektedir. Medya burada dezenformasyon kaynağı olmamakla birlikte, bu amaçla üretilmiş bilgiye taşıyıcılık ve kitle geleneği yayma işlemini yürütmektedir (Çakmak, 2019, s. 1129).

Yakın zamanda sosyal medya platformlarına yönelik ilginin artış göstermesi dijital platformların kullanımını daha yaygın hale getirmiştir. Bu platformlarda sadece fotoğraf ve video paylaşımı gerçekleştirilmeyip; eğitimden bilime, sanattan siyasete, spordan ekonomiye birden fazla alanda haberciliğe yönelik enformasyon aktarımı ve paylaşımları gerçekleştirilmektedir. Sosyal medya platformları bilinçli biçimde kullanıldığında kullanıcılar arasında iletişim kurma açısından önemli bir araç olarak görülmektedir. Fakat

durum doğru enformasyona ulaşmak olduğu noktada durumun olumsuz bir hal aldığını söylemek mümkündür. Sanal bağlamlardaki özgürlük, kullanıcılara limitsiz paylaşım imkânı sunmaktadır. İnternet kullanıcıların duygu ve fikirlerini özgürce paylaşabileceği, farklı görüşlerin ve enformasyonun mevcut olduğu bir ortamdır. Bundan dolayı sanal mecrada sonsuz bir enformasyon birikimi oluşmaktadır. Bu durumda sistemdeki enformasyonun, herhangi bir kontrol mekanizmasından geçmemesi enformasyon kirliliğini de beraberinde getirmektedir (Topçu ve Çaycı, 2022, s. 170).

Yapay zekâ haberciliği, aşırı bilgi üretimi ve dezenformasyon riskini arttırmaktadır. Yapay zekâ, büyük miktarda veriyi hızlı bir şekilde işleyebilirken doğru ve güvenilir bilgiyi ayırt etme yeteneği ise sınırlıdır. Bundan dolayı yanlış veya yanıltıcı bilgilerin haberlerin içeriğinde yer alması olasılığı oldukça yüksektir. Yapay zekâ tabanlı haberler, sosyal medya ve diğer dijital platformda hızlı bir şekilde yayıldığından dolayı yanlış veya yanıltıcı bilgilerin bu platformlarda geniş kitlelere ulaşması, dezenformasyonun hızlı bir biçimde yayılmasına yol açabilmektedir.

Yapay zekâ teknolojisinin sahip olmuş olduğu büyük veri miktarı haber üretiminde aşırı bilgi üretimine yol açmaktadır. Çok fazla haber verisinin olması, önemli olan bilgiyi belirlemeyi zorlaştırmaktadır. Bu durumda aşırı bilgi kirliliğine sebep olmaktadır. Aşırı bilgi, gazetecilerin gerçek ve önemli bilgileri açıklamasını zorlaştırırken haberlerin içeriğinin belirsizleşmesine ve okuyucuların hangi bilgilere güveneceğini veya dikkate alacağını belirlemede güçlük çekmesine neden olmaktadır. Aşırı bilgi kirliliği yanlış veya yanıltıcı bilgilerin haberlere karışma riskini arttırmaktadır.

1.6.2.7. İçerik Zenginliği Eksikliği

Yapay zekâ haberciliğinde haber üretimi, belirli algoritmalar ve veri setleri üzerinden gerçekleşmektedir. Bu durumda haberin tek boyutlu olmasına yol açabilmektedir. Haberin sadece belirli konulara veya açılara odaklanması, geniş bir perspektif sunmada kısıtlamalara neden olabilmektedir. Yapay zekâ, belirli kriterlere göre veri analizi yaparak haber metinlerini oluşturmaktadır. Ancak insan gazetecilerin sahip olduğu yaratıcılık ve özgünlük, genellikle yapay zekâ tarafından üretilen haberlerde eksik olmaktadır. Bu durumun haberleri monotonlaştıracağı ve yenilikten yoksun hale getireceği düşünülmektedir. Yapay zekâ tarafından oluşturulmuş haberlere bakıldığında algoritma tabanlı oluşturulan haberler, okuyucuya 5N1K yazım kuralı içerisinde temel habercilik

kurallarına uygun veriye dayalı; fakat nesnel, monoton ve basma kalıp halde okuyucuya servis edildiği görülmektedir (Şayir, 2022, s. 130).

Yapay zekâ önceden tanımlanmış kalıpları takip ederek haber metinleri oluşturduğundan dolayı haberlerin benzer ifadelerle tekrarlanması ve içeriklerin monotonlaşması oldukça olasıdır. Benzer olaylar için sürekli olarak aynı ifadelerin kullanılması yapay zekâ haberciliğinde sıklıkla rastlanan içerik zenginliği eksikliğidir. İnsan gazeteciler, haberleri genellikle duygusal ve kültürel bağlamlarda göre şekillendirmektedir, ancak yapay zekâ tarafından üretilen haberlerde bu insan dokusu yoktur. Bu durum, haberlerin soğuk veya duygusuz olmasına ve haberlerin okuyucularla bağ kuramamasına yol açmaktadır. Yapay zekânın genelde veri senetlerindeki desenleri ve trendleri takip ederek haber üretmesi özgün bir içeriğin ortaya çıkmasını zorlaştırmaktadır. Bu da haberlerin gerçek anlamda özgün ve benzersiz olamamasına yol açmaktadır. Yapay zekâ tarafından üretilen haberler, tekdüze veya diğer kaynaklardan alıntı yapılmış gibi görünebilir, bu da okuyucuların ilgisini çekmezsen haberlerin etkisini de azaltmaktadır. Haber kalitesini etkileyen faktörlerden biri olarak ‘inandırıcılık’ ilkesi ön plana çıkmaktadır. Kaliteli bir habercilik anlayışında haber bilgisinin iknaya dayalı inandırıcılığını sağlayan en belirgin ölçüt bilginin kesinliği, haber kaynaklarının yapısı ve sayısal çokluğudur. Ancak günümüz geleneksel basın ve medyasında haber bilgisinin keskinliğini masa başı, ideolojik ve taraflı habercilik anlayışla sağlamak üzerinde tartışılması gereken bir husustur (Aksakal, 2016, s. 251).

1.6.2.8. Manipülasyon Riski

Manipülasyon bilgiyi yanıltıcı şekilde kullanarak başkalarını etkileme veya kontrol etme amacıyla bilerek veya kasıtlı olarak yapılan bir eylemdir. Manipülasyon ifadesi, kurnaca bir gerçeğe ya da gerçeğin tekrar oluşturularak dolaşıma sokulmasıdır. Kavram halinde hile ve aldatmak biçiminde olumsuz bir özelliğe sahiptir. Manipülasyon da iletişim sürecine bilinçli bir müdahale söz konusudur. Bu durum kimi zaman bir araç yardımıyla gerçekleşmekte ve istenilen düşünce ve fikir üretme süreçlerini etki edilmektedir. Bu açıdan bakıldığında manipülasyonun temel amacı fikir ekmek, fikri değiştirmek veya fikri yönlendirmek olarak açıklanabilmektedir. Manipülasyondaki en önemli nokta manipülasyon amacının saklı tutulmasıdır. Manipülasyonun en temelinde başkasının

davranışlarını yönlendirme ve düşüncesini biçimlendirme arzusu yatmaktadır (Elitaş, 2022, s. 115).

Habercilik açısından manipülasyon, haberlerin doğru olmayan veya yanıltıcı bilgilerle sunulması okuyucuların algısını etkilemeyi ifade etmektedir. Manipülasyon konusu habercilikte haberlerin güvenilirliğini ve tarafsızlığını tehlikeye atmaktadır. Haberlerin manipülatif bir şekilde sunulması, kamuoyunu yanıltabilir, toplumu kutuplaştırabilir ve yanlış bilgilerin yayılmasına neden olabilmektedir. Haberlerin manipüle edilmesi medya organlarının güvenilirliğini etkilerken ve gazetecilik mesleğine karşı olan güveni azaltmaktadır. Habercilikte manipülasyonun önlenmesi haberlerin doğruluğunu ve tarafsızlığını sağlamak için gazetecilerin etik standartlara uygun davranması ve kaynakları şeffaf ve net bir şekilde: açıklaması ve doğrulaması gerektiği anlamına gelmektedir.

Manipülasyonun pek çok yolu vardır. Haber akışını kontrol altında tutmak, beyinleri amaca uygun ideallerle doldurmak, bu yollardan en etkin olanları arasındadır (Özdemir, 2013). Yapay zekâ haberciliğinde manipülasyon riski, algoritmaların yanlış veya yanıltıcı bilgilerle beslenmesi sonucunda ortaya çıkmaktadır. Bu durum, yapay zekâ tarafından üretilen haberlerin doğru olmayan veya yanıltıcı bilgiler içermesine ve okuyucuların algısının etkilenmesine yol açmaktadır. Manipülasyon riski yapay zekâ modellerinin kalitesiz veya ön yargılı olması durumunda artmaktadır. Verilerdeki yanlış veya önyargılı bilgiler, algoritmaların yanlış sonuçlar üretmesine veya yanlış çıkarımlarda bulunmasına neden olmaktadır. Yapay zekâ tarafından üretilmiş bir haber metni, yanlış veya yanıltıcı bir kaynaktan gelen verilere dayanarak oluşturulabilmektedir. Bu durum, haberin doğruluğunu sorgulanır hale getirirken okuyucuların güvenini de zedelemektedir, ayrıca manipülatif bir şekilde sunulan haberler, kamuoyunu etkileyebilmekte ve toplumda kutuplaşmaya veya yanlış bilgilerin yayılmasına neden olabilmektedir.

Manipülasyon riskini azaltmak için yapay zekâ modellerinin haber verilerini dikkatlice seçmesi ve incelemesi gerekmektedir. Bu noktada haberlerin üretilmesi ve yayınlanması sürecinde insan denetiminin oldukça önemli olduğu görülmektedir. Gazeteciler, yapay zekâ tarafından üretilen haberleri doğrulamalı, gerektiğinde ise müdahale ederek düzeltilmelidir. Bu şekilde manipülasyon riski en aza indirilmekte; haberlerin doğruluğu ve tarafsızlığı korunmaktadır.

2. BÖLÜM: DİJİTAL ETİK KAVRAMI VE HABERCİLİK

Dijital etik kavramı habercilik, medya ve iletişim dünyasındaki gelişmelerle birlikte önem kazanan bir konu olarak görülmektedir. Geleneksel habercilik pratiklerine dijital medya ve internetin eklenmesiyle birlikte; haberin üretimi, yayılması ve tüketimi açısından bir dizi etik sorun ortaya çıkmıştır. Dijital etik, bu tür sorunları ele alırken habercilikteki etik prensipleri, standartları ve uygulamaları dijital platformlara uyarlamayı amaçlamaktadır. İnternet ve sosyal medya gibi dijital bilgi teknolojisi araçlarının kullanımı, dijital etik ve habercilik kavramları ile yakından ilişkilidir.

Dijitalleşme; insanın başkasıyla olan bağı ve etkileşimini, karşısında bir “bilinç ya da kişi” olmaksızın kurma imkânı sağlamaktadır (Özcan, 2021, s. 21). Dijitalleşmenin habercilik alanında yaygınlaşmasıyla birlikte haber üretimi, dağıtımı ve tüketimi büyük ölçüde dijital platformlara taşınmıştır. Bu köklü değişim ele alınması gereken birçok sorununa neden olmuştur. Haberlerin internet ve sosyal medya üzerinden hızlı yayılması, haberin doğruluğu ve güvenilirliği konusunda endişelere yol açmıştır. Gerçek ve yanlış bilgilerin birbiriyle karışması, manipülatif haber başlıkları, yanıltıcı içerikler ve haberin yanlış yorumlanması gibi sorunlar dijital etik ve habercilik açısından ele alınması gereken konulardır.

Dijital etik, haber üretimi ve yayılmasında; şeffaflık, doğruluk, tarafsızlık, mahremiyet ve kaynakların doğrulanması gibi temel prensipleri korumayı amaçlamaktadır. Bununla birlikte online etkileşim ve dijital ortamlarda iletişim kurarken uyulması gereken kuralları ve davranış standartların da kapsamaktadır. Bu açıdan bakıldığında dijital etik ve habercilik: medya çalışanları, gazetecilerin, yayıncıların ve internet kullanıcılarının, dijital platformlarda haber ve bilgi paylaşımı yaparken dikkat etmeleri gereken standartları ve sorumlulukları belirlemektedir. Bu prensiplere uyum güvenilir ve kaliteli bir dijital haber ortamının oluşturulmasına katkı sağlamaktadır. Dijital teknoloji ve insani değerlerin bir arada değerlendirildiği bir yapıda dijital etik, dijital teknolojinin insani değerleri geliştirip ilerleteceği bir sistem olarak tasarlanmalıdır. Bu alandaki faaliyetler, özellikle yapay zekanın etik kullanımına yönelik yöntemlerin formüle edilmesini ve gerekçelendirilmesini kapsamalıdır (Özcan, 2021, s. 94).

Dijital etik kavramının yapay zekâ destekli haber üretimi açısından önemi oldukça fazladır. Yapay zekâ haberciliği ve dijital etik, günümüzde haber üretimi ve dağıtımı alanında giderek daha fazla önemli hale gelen iki kavramdır. Yapay zekâ haberciliğinde,

gelişmiş teknolojiler sayesinde büyük veriler doğal dil işleme ve makine öğrenmesi gibi algoritmalar sayesinde: haberin internet ve dijital ortamlarda üretilmesini, dağıtılmasını ve tüketilmesini sağlarken bu durum dijital etik açısından da birçok etik problemi ortaya çıkarmaktadır.

Yapay zekâ tarafından üretilen haberlerde tarafsızlık ve doğruluk gibi haberciliğin temel etik problemleri görülürken aynı zamanda veri gizliliği ve algoritmik şeffaflık gibi konular da endişe kaynağı olmaktadır. Bu bağlamda, veri gizliliği, mahremiyetin korunması, haberin doğruluğu ve tarafsızlığı gibi konular dijital etik perspektifinden bakılması oldukça önemli konular olarak karşımızda durmaktadır. Yapay zekâ haberciliği ve dijital etik, haber endüstrisindeki teknolojik gelişmelerle birlikte sürekli olarak evrilen ve yenilenen bir alandır. Bu alanlarda karşılaşılan etik sorunların çözülmesi; güvenilir ve tarafsız bir haber ortamının oluşturulması açısından gereklidir.

2.1. Etik Kavramı

Etik, insanlar arasındaki ahlaki değerlerin iyi ya da kötü, doğru veya yanlış olma potansiyellerini ve temellerini inceleyen bir felsefe disiplini olarak tanımlanmaktadır. Etik değerler, belli bir otorite tarafından belirlenmez; insanlar arasındaki ilişkilerin süreç dahilindeki tecrübelerinden ortaya çıkmaktadır. Etik, sosyal bir canlı olan insanın bireysel ve toplumsal bağlantılarının temelini oluşturan kaideleri ve değerleri, doğru ya da yanlış, iyi veya kötü gibi ahlaki yönden inceleyen bir felsefe disiplindir. Etik, bir kimse için neyin doğru veya yanlış, haklı veya haksız olduğunun ortaya çıkarılmasına yarayan bir değer sistemidir. Bireyin davranışı, yalnızca kendi vicdanına karşı değil, aynı anda toplumsal, mesleki veya kurumsal olarak belirlenmiş kabul edilebilir kaidelere karşı da değerlendirilmektedir. Etik, insanın çeşitli olaylar karşısında takındığı tutumlarının arkasındaki yargıları ele alarak incelemektedir (Erden, 2014, s. 124).

Ahlak veya etik, toplum tarafından kabul görmüş, örf ve adetlerin, değer yargılarının, normların ve kuralların oluşturduğu değerler toplamıdır. Etik kavramının kelime anlamı olarak kökenine bakıldığında;

“Arapça ‘ahlak’ karşılığında kullanılan ‘hulk’, ‘huy’ anlamındadır. Kavramın İngilizce karşılığı olan ‘ethics’ ve ‘morality’ kelimeleri sırasıyla Yunanca ‘ethos’ ve Latince ‘mos’ kelimelerinden türetilmiştir. Kavramın Latince ‘ethicus’ sözcüğünden geldiği de kabul edilir ve bu anlamıyla ‘etik’ insanların

bireysel ve toplumsal ilişkilerini düzenleyen kurallar bütünü olarak tanımlanmaktadır” (Erden, 2014, s. 124).

Türk Dil Kurumu’nun Güncel Türkçe Sözlüğünde etik; “ahlak bilimi ve çeşitli meslek kolları arasında tarafların uyması veya kaçınması gereken davranışlar bütünü” şeklinde tanımlanmıştır (Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlüğü, 2024). Aynı zamanda ahlak felsefenin; ödev, yükümlülük, sorumluluk ve erdem gibi nosyonlarını inceleyen, doğruluk ile yanlışlık, iyi ve kötüyle alakalı ahlaki yargıları ele alan ahlaki davranışın doğasını inceleyen ve iyi bir hayatın nasıl olması gerektiğini ifade etmeye çalışan bilim dalı şeklinde de açıklanmaktadır (Erden, 2014, s. 125). Etik kavramına bu açıdan bakıldığında farklı alanlarla ilişkilendirilerek birçok tanımın olabileceğini söylemek mümkündür.

Etik sözcüğü genelde ahlak sözcüğü ile benzer anlamli olarak kullanılmaktadır. Ahlak ve etik kavramları oldukça fazla karıştırılarak birbirlerinin yerine kullanılan kavramlardır. En basit haliyle toplumda var olan değer yargıları olarak ifade edilen ahlak, insanın iyi veya kötü şeklinde değerlendirilmesine yol açan manevi özellikleri, huyları ve bunların etkisiyle ortaya çıkardığı iradeli davranışlar toplamıdır. Etik ise bireyin davranış kurallarını ve ilkelerini ahlaki olan temelinde inceleyen, savunan ya da eleştiren bir felsefe disiplindir (Örs, 2010, s. 3446).

Ahlak, topluluk biçiminde yaşamının sonucunda gelişen manevi bir yapıdır. Her insanın iyi veya kötü bir ahlak biçimi ve ahlak anlayışı mevcuttur. Ahlak topluma ve zamana göre uyulması gereken davranış kaideleri açısından farklılık gösterebilirken etik; genel geçer evrensel kaideleri içinde barındırmaktadır. Etik, coğrafi sınırlara ve topluluklara göre biçimlenememektedir. Etik, insanlar arasındaki iletişimin temelinde yer alan değerlerin tümüdür. Ahlak ise belli bir zamanda benimsenen davranış kaidelerinin bütünüdür (Erden, 2014, s. 125-126).

Etik, insan davranışlarının doğru veya yanlış arasındaki farkı belirlemeye çalışan felsefi bir disiplindir. Genel olarak, etik insanların nasıl davranmaları gerektiği konusunda normatif bir çerçeve sunarak bireylerin ve toplumların değerlerini tutumlarını ve davranışlarını yönlendirmektedir. Etik, bireylerin grupların ve toplumların yaşamlarında karşılaştıkları ahlaki sorunlarla ilgilenir ve bu sorunlara yönelik çözümleri sunmaktadır.

2.2. Etik Teoriler ve Temel Yaklaşımlar

Tarihsel süreç boyunca etik üzerine gerçekleştirilen çalışmalar farklı kuramları ortaya çıkarmıştır. Bu kuram ve yaklaşımları tasniflemek oldukça zordur. Bu açıdan bakıldığında birçok sınıflandırmanın olduğunu söylemek mümkündür. Bu kuramlar temel şekilde normatif etik, deontolojik etik, teolojik etik, erdem etik, normatif olmayan etik ve meslek etiğidir (Öteleş, 2021, s. 12-13). Bu temel yaklaşımlara birçok açıdan farklı şekillerde bakarak çoğaltılması ve sınıflandırılması mümkündür.

Normatif etik, kişilerin ahlaki faaliyetlerine kaideler ve ilkeler getiren etik türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Hayatta en fazla değere sahip olanın ne olduğu ve adil bir toplumun nelerden meydana geldiği, insanı ahlaki açıdan üstün yapanın ne olduğu bu etik yaklaşım türünün tartışma konularıdır (Öteleş, 2021, s. 13). Normatif etik, ahlaki ilkeler belirlemek suretiyle nasıl yaşamamız gerektiğine dair bir çerçeve çizmektedir. Etiğin alt disiplinlerinden biri olan normatif etik, ahlak felsefesi veya etik teoriler olarak adlandırılan etik alanı ile ilgilidir; ahlak ilkelerini, teorilerini ve kavramlarını analiz edip temellendirmektedir (Yılmaz, 2023, s. 2-4).

Deontolojik etik, eylemin etik olup olmadığı belirlenirken sadece eylemin neticeleriyle değil aynı anda eylemin özünde iyiyi barındırıp barındırmadığıyla ilgilenmektedir. Bu yaklaşım liderlerin hareketlerine odaklanarak doğru olan eylemi gerçekleştirmek hususundaki etik sorumlulukları olduğunu vurgulamaktadır (Öteleş, 2021, s. 13-14). Deontolojik etik yaklaşım, insan merkezli evrensel etik yaklaşım içerisinde insan merkezliliği bariz bir açıdan ön plana çıkaran bir etik bakıştır (Yılmaz, 2023, s. 12). Bir normatif etik türü olarak deontolojik etik davranışın neticelerinden daha fazla ahlaki kurallara uyumluluğu ile ilgilenmektedir. Deontolojik etiğin merkezinde bireyin sorumlu bir canlı olarak hayatını sürdürmekte olduğu, kendisi ve topluma karşı sorumlu hareketlerde bulunması gerektiği ana fikri vardır (Aslan, 2022, s. 72). Deontolojik etik eylemlerin doğruluğunu veya yanlışlığını belirleyen kural ve prensiplere odaklanmaktadır. Bu yaklaşıma göre, eylemin kendisi önemlidir ve eylem, belirli bir kurala veya prensibe uygunsa doğru kabul edilmektedir.

Teolojik etik, eylemlerin amaçlarından daha çok neticeleriyle ilgilenmektedir. Bu etik çeşidinde ahlaki olan eylemlerin sonucunu oluşturan şey ortaya çıkan sonuçtur. Bir eylem, beklenen veya istenilen sonuçların ortaya çıkmasıyla sonuçlanırsa ahlaki yönden doğru olarak kabul görmektedir. Teolojik yaklaşımlar 4 temel kuramdan oluşmaktadır. Bu kuramlar hazcılık, faydacılık, egoizm ve mutlulukçuluktur (Öteleş, 2021, s. 14). Bu

etik yaklaşım, ahlaki değerlerin veya prensiplerin tanrı veya dini kaynaklar tarafından belirlendiği savunulmaktadır. Bu yaklaşıma göre doğru ve yanlış arasındaki ayrım tanrının iradesine veya dini öğretilerin kökenine dayanmaktadır. Teolojik etik, genellikle dini metinler, kutsal kitaplar ve dini otoritelerin yorumlarına dayanarak ahlaki kuralları belirlemektedir. Bu yaklaşım ahlaki değerlerin nihai bir otoriteye, tanrıya dayandığını ve insanların tanrının iradesine uygun olarak yaşamaları gerektiğini savunmaktadır. Teolojik etik, dini inançları ve ahlaki değerleri birleştirerek, insanların yaşamlarını tanrının istediği şekilde şekillendirmesi gerektiğini öne sürmektedir.

Erdem etiği, deontolojik etik ve teolojik etikten ayrılarak, ahlaki yaşamın ana unsurları olarak bireyin karakterine ve erdeme dikkat çekmektedir. Erdem ettiği, iyi ya da erdemli olmanın karakterli bir insan olmak anlamına geldiğini belirtmektedir. Bireyin sahip olmayı hedeflediği huy ve alışkanlıklar, aslında onun karakter özellikleridir. Erdem etiği çözülmesi güç bir durumla karşılaştığında doğru olan davranışın erdemli bir bireyin gerçekleştirdiği eylem olduğuna vurgulayarak problemi çözmeye çalışmaktadır (Öteleş, 2021, s. 16). Erdem etiği, iyi hayat nasıl olması gerektiği ile ilgilenmekte ve insanın nasıl bir insan olması gerektiği konusunda durmaktadır. Teolojik etik açısından, bir davranışın güzel neticeler vermesi önemlidir. Deontolojik etik açısından ise doğru davranışın bir kurallar dizisine uygun olması kastedilerek kurala bağlılık öne çıkarılmaktadır. Erdem etiğinde ise kişinin eylemi ve kişinin kendisi vurgulanmaktadır (Aslan, 2022, s. 73). Erdem etiği, ahlaki değerlerin temelini insan karakteri ve erdemlerin oluşturduğu bir etik yaklaşımdır. Bu yaklaşıma göre doğru davranışlar, erdemli bir karakterin ürünüdür ve ahlaki mükemmellik; erdemli özelliklerin geliştirilmesi ve sergilenmesi ile elde edilmektedir. Erdem etiği bireylerin karakter özelliklerine odaklanır ve iyi bir yaşam devam ettirmek için bu erdemli özellikleri geliştirmeleri gerektiğini öne sürmektedir.

Normatif olmayan etik, ahlaki değerlendirmelerin nesnel veya bağlayıcı standartlarla ilişkilendirildiği bir etik yaklaşımı ifade etmektedir. Bu etik yaklaşımda ahlaki sorunları analiz etmek için belirli bir normatif yapı veya evrensel ahlaki prensipler kullanılmamaktadır. Bu yaklaşım bireylerin veya grupların; kişisel veya kültürel değerleri, duyguları, deneyimleri veya sosyal normlarına dayanarak ahlaki konuların değerlendirilmesine odaklanmaktadır. Normatif olmayan etik ahlaki değerlendirmelerin belirli bir standart veya kurallara bağlı olmadığını kabul etmektedir. Buna göre, bir ahlaki durumun doğru veya yanlış olduğunu belirlemek nesnel bir evrensel prensibe

dayanmaktadır. Etik yaklaşımları tasvir etmeyi, onları birbirleriyle karşılaştırarak aralarındaki benzer veya farklı yönleri belirlemeyi hedefleyen etik türüdür. Normatif olmayan etik türleri olarak karşımıza betimleyici etik, objektivizm, görecelik ve meta etik olmak üzere dört farklı etik türü daha çıkmaktadır (Öteleş, 2021, s. 16).

Betimleyici etik, toplumların cari ahlaki inanç ve pratiklerini betimlediği için felsefi olmaktan ziyade sosyolojik ve antropolojik alanlarla bağlantılıdır (Yılmaz, 2023, s. 2). Ahlaki değerlendirmelerin normatif yargılara dayanmayan, var olan ahlaki pratikleri veya fenomenleri açıklamayı amaçlayan, insanların gerçekte ne yaptıklarını, neden bu şekilde davrandıklarını ve ahlaki kararlarını nasıl verdiklerini anlamaya çalışan bu etik yaklaşım ahlaki olayların arkasındaki; psikolojik, sosyolojik, kültürel ve diğer faktörleri araştırmaktadır. Betimleyici etik ahlaki kararlar ve davranışlar üzerinde etkili olan düşsel ve iç faktörlerinin rolünü incelemektedir. Bireylerin ahlaki tutumları ve davranışlarını etkileyen güçlüklerle, çelişkilere ve çıkar çatışmalarına odaklanmaktadır.

Betimleyici etik ve normatif etik arasındaki temel ayrım olgu ile değer arasındaki farka dayanmaktadır. Betimleyici etik, ahlaki fenomenleri sadece açıklamayı amaçlar ve ahlaki değerlerin belirlenmesi veya normatif önermelerin yapılmasıyla ilgilenmemektedir. Betimleyici etik, ahlaki olayların nedenlerini ve bu nedenlerin insan davranışlarına olan etkilerini araştırmaktadır. Bu yaklaşımda ahlaki durumların neden ve sonuçlarını ortaya çıkarmak hedeflenmektedir. Kısacası betimleyici etik olgu bildiren yargılarla ilgilenirken normatif etik değer bildiren yargılarla ilgilenmektedir. Betimleyici etik, ahlaki durumları ve insan davranışlarını açıklayarak gerçekleri ortaya koymaya odaklanmaktadır. Normatif etik kural belirleyici veya değer belirleyici iken, betimleyici etik bu tarz unsurlardan tamamen bağımsızdır. Betimleyici etik ile normatif etiğin en temel farkı: olgu bildiren yargılar ile değer bildiren yargılar arasındaki yapılan ayrıma dayanmaktadır (Öteleş, 2021, s. 16).

Objektivist etik anlayışa göre her bir ahlaki ilkenin değeri diğer ahlaki ilkelere karşı veya onlarla değer kazanmaktadır. Bu etik anlayış insan merkezli olabileceği gibi tanrı merkezli de olabilmektedir (Yılmaz, 2023 s. 16-17). Bu etik yaklaşıma göre, ahlaki gerçeklerin var olduğunu ve bu gerçeklerin nesnel bir şekilde keşfedileceği ifade edilmektedir. Genellikle evrensel ahlaki prensipleri veya doğru ve yanlışın nesnel standartlarını desteklemek için kullanılmaktadır.

Göreceli etik, ahlaki değerlerin veya doğruların göreceli olduğunu savunan bir etik yaklaşımdır. Ahlaki değerler veya doğrular, kültürel bireysel veya tarihsel bağlamları göre değişmektedir ve evrensel olmayabilmektedir. Bu etik yaklaşım ahlaki konuların; kişisel tercihlere, toplumsal normlara veya kültürel değerlere dayandığını öne sürmektedir. Görecelik etiğinde bir kişiye veya topluma göre doğru olan başkası için yanlış olabilmektedir. Bundan dolayı doğru kavramı zamana, topluma ve bireye göre farklılık göstermektedir (Öteleş, 2021, s. 17). Ahlaki doğruluk genel olarak ya bireysel öznelerin kabullerine ya da toplumsal kabullere bağlıdır (Yılmaz, 2023, s. 5)

Metaetik yaklaşım, ahlaki teorilerin ve ahlaki kavramların doğasını, kaynağını, geçerliliğini ve anlamını inceleyen bir yaklaşımdır. Metaetik ahlaki gerçeklik hakkında tartışmaları incelemektedir ve ahlaki kavramların gerçekliğini veya varlığını sorgulamaktadır. Bununla birlikte metaetik ahlaki terimlerin veya ifadelerin dilbilimsel analizini de yapmaktadır. Metaetik, ahlaki yargıların dünyada olgusal bir duruma referans yapıp yapmadıklarını, öznel veya nesnel olup olmadıklarını, bilginin taşıyıcı mı yoksa duygunun ifadesi mi olduklarını sorgulayarak olgu-değer problemini incelemektedir. Bu problem; değerlerin özsel olarak olgulardan farklı olup olmadığını, ahlaki ifadelerin olgulardan türetilip türetilmeyeceği, ahlaki ifadelerin olgu ifadeleri gibi doğrulanma ve yanlışlanma durumlarında olup olamayacağı ile ilgilidir (Yılmaz, 2023, s. 20-21).

Etik yaklaşımlardan hayatımızın en önemli noktasında olan etik yaklaşımı meslek etiğidir. Uygulayıcılarının ve mensuplarının uyduğu ahlaki standartlar, değerler ve ilkeler bütünü meslek etiği olarak adlandırılmaktadır. Bu standartlar, mesleki faaliyetlerin doğruluğunu, dürüstlüğünü, adilliğini ve toplumsal yararını korumayı hedeflemektedir. Meslek etiği, meslek alanındaki hareketlerden hangisinin doğru, yanlış, haklı veya haksız olduğunu belirlememize yardım eden ilke ve kurallar toplumu olarak açıklanabilirken bireyin çalıştığı yerin, içinde olduğu kültürün ve yaşadığı bağlamın etik anlayışından etkilenebilmektedir. Bütün meslek kollarında bulunduğu toplum tarafından belirlenmiş bazı etik kurallar mevcuttur. Bu mesleğe mensup kişilerin bu ahlaki değer ve kurallar doğrultusunda mesleği icra etmesi beklenmektedir. Bu meslek etiği kuralları çoğu zaman evrensel de olabilmektedir (Öteleş, 2021, s. 17-18).

Meslek etiğinin en temel amacı meslek profesyonelinin ahlaki karakterine katkıda bulunmak ve böylelikle onun akla ve ahlaka göre mesleğini icra etmesini sağlarken mesleki kapasitesini de arttırmaktır. Bu sebeple meslek ortamında bir dizi kurallar bütünü

mesleği icra eden kişiye yol gösterici olmaktadır. Bu temel etik değerler; dürüstlük, doğruluk, gizlilik, tarafsızlık, sorumluluk ve başkalarının haklarına ve onuruna saygı gösterebilme gibi benzer hususları içermektedir (Yılmaz, 2023, s. 26-27). Meslek etiği bir mesleğin saygınlığını ve güvenilirliğini korumak açısından çok fazla öneme sahiptir. Aynı zamanda meslek etiği kuralları ve standartları, meslek mensupları arasında uyum ve iş birliğini arttırabilirken mesleki rekabet ortamında adil bir çerçeve sağlayabilmektedir. Bu nedenle bir meslek mensubu olarak mesleki etik kurallara ve ilkelere uyum, mesleki gelişim ve toplumsal saygınlık için temel bir gerekliliktir.

Tüm bu teoriler ve etik yaklaşımlar, etik düşüncüyü anlamamıza ve ahlaki kararlarımızı şekillendirme bize yardımcı olmaktadır. Her teori farklı perspektif açısı sunmakta ve etik konuları ele alırken dikkate alınması gereken farklı perspektifleri etik konusuna sunmaktadır. Etik teoriler ve temel yaklaşımlar, ahlaki düşüncenin farklı boyutlarını inceleyen ve insan davranışlarının temelinde yatan değerleri, ilkeleri ve normları anlamaya çalışan önemli bir akademik disiplin olarak görülmektedir. Bu teoriler ve yaklaşımlar genellikle deontolojik etik, teolojik etik, erdem etiği, metaetik ve normatif olmayan etik gibi kategorilere ayrılmaktadır. Bu teoriler ve yaklaşımlar, etik düşüncenin çeşitli yönlerini ele alır ve insanların ahlaki kararlarını şekillendirirken dikkate alınması gereken farklı perspektifleri sunmaktadır. Her biri, ahlaki sorunları ele alma ve ahlaki değerlerin temelini anlama konusunda rehberlik etmektedir. Bu çeşitlilik etik düşüncenin derinliğini artırırken ahlaki kararlarımızı da zenginleştirilmektedir.

2.3. Dijital Etik Kavramı

Dijital etik dijital ortamlarda etik ve ahlaki standartların belirlenmesi, uygulanması ve sürdürülmesi ile ilgili bir kavramdır. Geleneksel etik ilkeler ve değerlerin dijital dünyaya uyarlanmasıyla ortaya çıkmıştır. İnternet çağında ortaya çıkan yeni etik sorunları ele almaktadır. Temel olarak, dijital etik dijital teknolojilerin ve iletişimin yaygınlaşmasıyla ortaya çıkan etik zorlukları ve sorunları ele alırken; bireylerin, kurumların ve toplumun davranışlarını ve kararlarını şekillendiren değerleri ve ilkeleri incelemektedir.

Dijital etik, yaşadığımız dönemde oldukça önem kazanan yeni bir kavramdır. Dönemin felsefi düşüncesi bağlamında ele alınarak incelenmesi gerekmektedir. İnsanın sınırlarından kurtulma çabasıyla dolaylı olarak ortaya çıkan her dijital gelişme, büyük ölçüde etik ile ilişki içinde ilerlemektedir. Dijitalleşmenin etik ile sağlıklı bir biçimde

ilerlememesi günümüz dijital çağında birçok ciddi sorunu doğurabilmektedir. Felsefenin etik ilkelerini içermeyen bir teknoloji, insanlık için bir tehdit unsuruna dönüşebilmektedir (Özcan, 2021, s. 90-92).

Teknolojik gelişmeler beraberinde yeni iletişim biçimleri ve insani ilişkileri doğurmaktadır. Bu noktada yeni bir ahlak yapısının da meydana geldiğinden söz etmek mümkündür. Toplumsal açıdan bakıldığında her değişim ve dönüşüm beraberinde yeni bir ahlaki düzeni getirmiştir. Bu ahlaki düzen kendini o dönemin şartlarına uygun bir biçimde yeniden şekillendirerek adapte sürecini tamamlamaktadır. Tam bu noktada ele alınması ve incelenmesi gereken yeni kavram ve konular ortaya çıkmaktadır. Dijital etik kavramı da dijitalleşmenin yoğun bir biçimde yaşandığı günümüzde; özellikle yapay zekâ teknolojilerini yaygınlaştığı ve habercilik pratiklerinin köklü bir biçimde değiştiği noktada mutlaka incelenmesi gerekmektedir.

Sosyal bir varlık olan insan; düşünebilen, sorgulayan, araştıran, akıl yetisini kullanabilen, seyreden, karşılaştıran, bağlantı kuran, plan yapan, seçim ve tercihlerde bulunan oldukça karmaşık bir yapıya sahiptir. Bu noktada insan diğer varlıklardan kesin bir biçimde ayrılmaktadır. İnsanı diğer varlıklardan ayıran ve onu karmaşık bir yapıya sürükleyen en önemli özelliği; başkalarını düşünen bir ilgi ve kaygıyla, iyi ve kötü, doğru ve yanlış gibi terimler yardımıyla; bir şeyi kıymetli bulma veya bulmama yoluyla değerlendirme yapmasıdır. Her insan topluluğunda tarihsel dönem ve kültüre göre değişkenlik gösteren, olması gerekeni ifade eden iyi veya kötü olarak adlandırılan eylemler bulunmaktadır. “Tek kişinin veya bir insan topluluğunun belli bir tarihsel dönemde belli türden eğilim, düşünce, inanç, töre, alışkanlık, görenek vb. ve bunlarda içerilmiş olan değer, buyruk, norm ve yasaklara göre düzenlenmiş ve bu haliyle gelenekleşmiş, yerleşmiş yaşama biçimine ahlak denmektedir” (Özlem, 2010, s. 19-21). Etik, ahlakın felsefi düzlemde incelenmesidir (Feldman, 2013, s. 11). Bu açıdan bakıldığında dijital etik, dijital ortamdaki ahlaki işleyiş biçimin nasıl olduğunun felsefi düzlemde ele alınarak incelenmesi olarak tanımlanabilmektedir.

Etik ve ahlak gibi birbiriyle iç içe geçmiş konuları birbirinden keskin bir biçimde ayırmak oldukça zordur. Özlem (2010) etiği ahlaktan ayırmanın güçlüğüne dikkat çekerek, “her ahlakta bir etiğin, her etikte bir ahlakın içermiş olduğunu” ve “bir etiğin kaçınılmaz olarak bir ahlakı içermesinin onun tarihselliğinin bir gereği olduğunu” vurgulamaktadır (s. 229). Buradan hareketle bu kavramların birbirinden belirli bir noktaya kadar ayrımının

yapılarak açıklanabileceği fakat keskin bir biçimde ayrılamayacağı görülmektedir. Bu açıdan bu iki kavram birbirinden farklı olsa da sık sık birbirine karıştırılarak gündelik yaşamda kullanılmaktadır.

Dijital etik, teknolojiyle gelişen mecralarda başkalarına zarar vermemek ve bu platformlarda her türlü insan odaklı eylemin gerçekleştirilirken sistemin iyi bir biçimde devamını sağlamak için doğru davranışa teşvik eden kurallar olarak tanımlanabilmektedir. Günümüzde dijital etik insanın gündelik yaşam biçiminin bir parçası haline gelerek bireyin davranış ve yaşam biçimlerine ahlaki bir çerçeveden bakabilmeyi amaçlamaktadır (Özcan, 2021, s. 93). Geleneksel etik kavramından, iyi ve kötünün doğru ve yanlışın yorumlanması dijital ortamlara uyarlanarak dijital etik kavramsallaştırması ortaya çıkmıştır.

Dijital etik makine ve insan karşılaşmasında ortaya çıkan bazı sınır durumları düzenleyen etik ilkeler olarak tanımlamak mümkündür. Özellikle dijital platformlarda mekân ve toplum tasarlanmaya başladığından beri bu kavram hayatımıza girmiştir (Karataş, 2021, s. 576-577). Bu bağlamda, dijital etik ilkeler insanlar ve makineler arasındaki etkileşimden ortaya çıkan bazı durumlara odaklanmaktadır. Bu etkileşimlerde doğru ve etik davranışları belirlemektedir.

Dijital etik, bireylerin dijital araçlar ile interneti ne zaman ve nasıl kullanacağı hususunda bilgi edinebilmesi ve dijital bağlamlardaki davranışlarının etik sorumluluğunu üstlenmesi olarak ifade edilebilmektedir. Davranış ve usullerin elektronik standartları dijital etiği inşa etmektedir. Bu bağlamdan bakıldığında esas önemli yer dijital etik ihlallerin engellenmesinde kişilerin dijital etik açısından, ihlalleri ve yaptırımları konusunda bilgilendirilmesidir (Öteleş ve Merey, 2022, s. 1306-1307). Dijital etiğin önemi dijital platformlarda yaşanan etik ihlallerin engellenmesi ve bu ihlallerin azaltılmasıyla doğrudan ilişkilidir. Bu nedenle, bireylerin dijital etik kavramını, ihlalleri ve bu ihlallerin sonuçlarını anlamaları ve bilinçlenmeleri hayati öneme sahiptir.

Dijital araçların doğru kullanımı ne kadar önemliyse etik kullanımı da o kadar önemlidir. Dijital platformlar kullanılırken başkalarının haklarına da saygılı olunması gerektiği göz önünde tutulmalıdır. Doğru dil üslubu ve ahlaki davranış normlarını dijital platform ortamlarında devam ettirebilmek etik olgusu içerisinde gösterilebilmektedir. Etik davranışlara internet ortamında dikkat etmemek özellikle kışkırtıcı içeriklerin paylaşılması ve siber zorbalık vakalarının oluşmasına zemin hazırlayabilmektedir

(Çubukçu ve Bayzan, 2013, s. 157). Bu noktada ise karşımıza dijital ortamlarda uyulması gereken kurallar bütününe ifade eden dijital etik kavramı çıkmaktadır.

Dijital etik bireylerin çevrim içi davranışlarının etik sorumluluğunu anlamlarını ve üstlenmelerini teşvik etmektedir. Dijital etik kavramının önemi, dijital platformlarda yaşanan etik ihlallerin engellenmesi ve dijital ortamların daha güvenli, şeffaf ve adil hale getirilmesidir. Bu amaçla, bireylerin yanı sıra dijital platformların geliştiricileri ve yöneticileri de dijital ilkelere uygun hareket etmelidir.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde son dönemde gerçekleşen atılımlar ve özellikle dijital ortamın enformasyona kolay erişme, veriyi depolama gibi imkânlar sunması ve büyük veriyle gerçekleştirilebilecekler düşünüldüğünde geleneksel etik kodların dijital yaşamdaki etik gereksinimi karşılamak noktasında yetersiz kalacağı bir gerçektir. Gündelik yaşamın ve toplumsal kurumların neredeyse tamamı dijital ortamda kendine yer açmış olması bizi online hayata sürüklemiştir. Bu durum dijital etik anlayışını zorunlu hale getirmiştir. Dijital etik anlayış gerçek dünyadaki etik düşünceden farklı olarak bireyin gündelik hayatının taşındığı dijital bağlamdaki davranış ve yaşayış biçimlerine ahlaki bir çerçeve getirmeyi amaçlamaktadır. İnsanlar gerçek hayatlarına benzer bir biçimde dijital platformlarda da eylemler gerçekleştirmektedir. Dijital etik sayesinde insanların karşılıklı iletişimde birbirlerine karşı olan saygı ve anlayış göstermesi durumu dijital etik sayesinde dijital dünyada da sağlanabilmektedir (Güler, 2021, s. 514).

2.3.1. Dijital Mahremiyet ve Veri Gizliliği

Dijital etik kavramını anlamak günümüzün dijital çağında her geçen gün daha fazla gerekli hale gelerek önem kazanmaktadır. Teknolojik gelişmeler, dijital dünyaya sürekli olarak değiştirmekte ve dönüştürmektedir. Bu hızlı değişim, etik kuralların ve normların yeniden değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır. Dijital dünyada bireylerin kişisel verilerinin korunması her geçen gün daha gerekli hale gelmektedir. Dijital etik kişisel veri mahremiyetini korumak ve kullanımını denetlemek için dijital ortamda gerekli etik ilkeleri sağlamaktadır.

Mahremiyet genel anlamda kişilerin gizli kalması gerektiğine düşündüğü bilgileri içeren bir alandır. Mahremiyet kavramı gizlilik ve gizli olan alan ile alakalıdır. Mahremiyet bireyin kendi hayatı içerisinde özel bir yer olan alanı ifade etmektedir. Kişinin diğer kişilerle paylaşma gereği görmediği ve başkaları tarafından da bilinmesini istemediği

gerçekler olarak mahremiyeti tanımlamak mümkündür. Tüm bu tanımlar mahremiyet kavramını yeteri ölçüde açıklarken dijital mahremiyet kavramı için temel oluşturmakta fakat yetersiz kalmaktadır. Bunun sebebi ise bireylerin hayatları, gerçek hayattan dijital hayata doğru yön almakta ve bu hayat bireysel olarak oldukça fazla değişkeni barındırmaktadır. Birey dijital ortamda kendine ait birçok tutum ve davranışı paylaşırken bazı kişisel özelliklerini ise saklama gereği duymaktadır. Bu yönden konuya yaklaşıldığında gerçek yaşamda mahremiyet kişinin tek yönlü olarak belirlediği alanlar iken, dijital mahremiyet ise gerek teknolojiden gerekse onu üreten ve tüketen ortaya çıkan çok yönlü bir yapıdır (Barkuş ve Koç, 2019, s. 36-379).

Dijital mahremiyet, bireylerin çevrim içi faaliyetlerinin ve kişisel verilerin gizliliğinin korunmasını içermektedir. Dijital etik ise bu veri mahremiyetinin korunması gerektiği bilinciyle hareket etmeyi ve bireylerin verilerini izinsiz olarak paylaşılmasını gerekliliğini vurgulamaktadır. Dijital etik, bireylerin kişisel verilerinin toplanması, işlenmesi ve kullanılmasında şeffaflığı, adili ve izin alınmasının gerekliliğini dikkat çekmektedir. Dijital mahremiyet, kişisel verilerin istenmeyen kullanımlarından korunmasını ve izinsiz erişimden kaçınılmasını sağlamaktadır.

Veri gizliliğinin korunmasının hem etik hem de yasal boyutu bulunmaktadır. Veri sağlayanların mahremiyetinin korunması, sağladıkları verilerin kullanımıyla ilgili özelliklerine saygı gösterilmesi, yasal ve etik açıdan zorunlu olan aydınlatılmış onam sürecinin özenle yürütülmesi, veri toplanması, depolanması ve aktarımı esnasında olabilecek ihlallerin öngörülerek önlem alınması gerekmektedir (Yükseköğretim Kurulu, 2024, s. 9).

Veri gizliliği ve mahremiyeti, bireylerin temel haklarına ve özgürlüklerine dokunduğu için son derece önemli bir konudur ve etik açıdan ele alınması gerekmektedir. Medya, haberlerinin içeriklerini oluştururken kişisel veri gizliliği konusunda duyarlı olunmalıdır. Kişisel bilgilerin izinsiz yayılması veya mahremiyetin ihlali, bireylerde güvensizlik ve endişeye neden olabilmektedir. Bu durum medyanın toplum nezdinde güvenilirliğini ve saygınlığını zedelemektedir. Bununla birlikte medya kuruluşları, kişisel veri gizliliği konusunda yasal ve ahlaki sorumlulukları olduğunu kabul etmelidir. Kişisel verilerin toplanması, saklanması ve paylaşılmasıyla ilgili olarak gerekli önlemler alınmalı ve bireylerin mahremiyeti korunmalıdır. Medya alanında faaliyet gösterenler için bu sorumluluk sadece yasal zorunluluklara sınırlı değildir. Aynı zamanda toplumsal etik ve

dürüstlük ilkelerine de uymak önemlidir. Bu, medyanın güvenilirliğini artırırken toplumsal alanda daha sağlıklı bir ilişki kurulmasına yardımcı olmaktadır. Kısacası veri gizliliği ve mahremiyeti, medyanın etik çerçevesinde ele alınması gereken kritik bir konudur. Medya kuruluşları bu konuda duyarlı olmalı ve bireylerin mahremiyetini korumak için gerekli adımları atmaları gerekmektedir. Dijital etik bu durumda hem medyanın güvenilirliğini artırırken hem de bireylerin temel haklarına saygı duyulmasını sağlamaktadır.

2.3.2. Siber Güvenlik ve Etik

Siber güvenlik kavramı üzerinde uzlaşa sağlanmamış bir kavram olarak bilgi güvenliği ve bilgisayar güvenliği kavramları ile ilişkili manalarda kullanılmaktadır. Siber güvenlik kavramının açıklanması bilişim sistemlerinin en temel yapı taşı olan bilgi kavramsallaştırması üzerinden yapılmaktadır. Bu açıdan bakıldığında bilginin gizliliği, bütünlüğü ve erişilebilirliği siber bağlamın güvenli olabilmesi için gereklidir. Buradaki gizlilikten ifade edilmek istenen şey bilginin sadece ilgili kişilerce erişilmesini ifade etmektedir. Bilginin bütünlüğü, bilgi depolama sistemleri aracılığıyla değiştirilmemiş kısmen veya tamamen de olsa silinmemiş yok edilmemiş olmasıdır. Depolanan bilginin gerekli durumlarda yetkililer tarafından erişilebilir olması gerekliliği, erişilebilirlik durumuyla ifade edilmektedir. Özetle bilginin gizliliğini veya bütünlüğünü artırmaya yönelik alınacak tedbirler erişilebilirliği olumsuz yönde etkileyebilirken, erişilebilirliğin artırılması gizlilik ve bütünlüğü tehlikeye atabilmektedir (Hekim ve Başbüyük, 2013, s. 137).

Siber saldırılar ve veri ihlalleri gibi siber güvenlik tehditleri, dijital etiğin önemini arttırmaktadır. Dijital etik, siber güvenlik risklerini azaltmak ve dijital platformlarda güvenliği sağlamak için gerekli bütün ülkeleri içermektedir. Siber güvenlik ve etik, dijital dünyada bilgi güvenliğini sağlamak ve çevrim içi davranışların etik sınırlar içinde kalmasını teşvik etmek için bir arada ele alınan iki kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Siber güvenlik; bilgi sistemlerinin, bilgisayarların, ağların ve diğer dijital altyapının kötü niyetli saldırılardan ve veri sıkıntılarından kısacası tüm güvenlik tehditlerinden korunmasını sağlamaktadır. Bu koruma önlemleri, siber saldırganların bilgisayar korsanlığı, veri hırsızlığı, kimlik avı gibi kötü niyetli eylemlerine karşı bilgi sistemlerini güvende tutmayı amaçlamaktadır.

Siber güvenlik, siber saldırılara ve uluslararası tehditlere karşı savunma sistemlerinin geliştirilmesidir. Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı siber güvenlik kavramını, “Siber uzayı oluşturan bilişim sistemlerinin saldırılardan korunmasını, bu ortamda işlenen bilgi/verinin gizlilik, bütünlük ve erişilebilirliğinin güvence altına alınmasını, saldırıların ve siber güvenlik olaylarının tespit edilmesini, bu tespitlere karşı tepki mekanizmalarının devreye alınmasını ve sonrasında ise sistemlerin yaşanan siber güvenlik olayı öncesi durumlarına geri döndürülmesi” olarak tanımlamıştır (Çakır ve Taşer, 2023, s. 348).

Dijital etik ilkeler, bireylerin yaşam mahremiyetini göz önünde bulunduran normları kapsamaktadır. Siber güvenlik tehditleriyle mücadele konusunda dijital etik kuralların geliştirilmesi önem teşkil etmektedir. Dijital etik ilkeleri göz önünde tutularak oluşturulan siber güvenlik stratejileri önceliği; bilgi ve bilginin üretim, korunma, saklanma ve dağıtılma süreçleridir. Akış içinde bireylerin maruz kaldığı yanlış bilgi, yalan bilgi ve yanlış bilgilendirme süreçlerinden korunmaları için siber güvenlik büyük önem taşımaktadır (Tekke ve Lale, 2021, s. 45-46).

2.3.3. Kişisel Verilerin Güvenliği

Elektronik ortamlarda saklanan bilgilerin güvenliğinin korunması risk ve tehditlerdeki değişime bağlı olan yapı her geçen gün daha da karmaşıklaşmaktadır. Özellikle internet üzerindeki sosyal ağlar aracılığıyla ticaretin kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte kişisel verilerin korunması hususunda endişe ve kaygılar her geçen gün artmaktadır. Kişisel verilerin korunmasına yönelik tedbirler, bilginin kaynağına ulaşmasından imha edilmesine kadar bütün süre içinde aktif olan ve bilginin işlenmesinde rol alan bütün aktörlere belirli miktarda sorumluluk yükleyen bir güvenlik zincirini oluşturmaktadır (Henkoğlu, 2017, s. 47-48).

Kişisel verilerin güvenliği, bireylerin özel alanının korunmasını sağlamaktadır. Bu insanların özel yaşamlarını ve kişisel bilgilerinin izinsiz kullanımından korunmalarına imkân tanırken temel insan haklarını da desteklemektedir. Kurumlar ve organizasyonlar, müşteri ve kullanıcı verilerini korumakla yükümlüdür. Veri ihlalleri bu kurumların güvenilirliklerini ve itibarlarını ciddi şekilde zedeleyebilmektedir. Veri güvenliğinin sağlanması, siber saldırıların ve kötü niyetli davranışların önlenmesine de fayda sağlamaktadır. Bununla birlikte birçok yargı alanında, kişisel verilerin korunmasıyla ilgili

yasal düzenlemeler bulunmakta ve bu yasalara uyum sağlamak etik bir sorumluluk haline gelmektedir.

Tıbbi kayıtlar, finansal bilgiler ve diğer hassas veriler, kötü niyetli kişilerin eline geçtiğinde ciddi sonuçlar doğurabilmektedir. Bu tarz önemli bilgilerin güvenliği, insanlara kişisel ve mesleki yaşamlarını zarar görmesini önlemektedir. Kurumlar ve bireyler müşteri ve kullanıcı verilerini doğru ve etik bir biçimde işlemekle sorumludur. Bu tür hassas bilgilerin güvenliğin sağlanması veri güvenliği sorumluluğunun yerine getirilmesi ve kullanıcılarının güvenliğini sağlamak için oldukça önemlidir. Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (KVKK) uyarınca, kimliği belirli yahut belirlenebilir olan bir gerçek kişiye ilişkin her türlü bilgi kişisel veridir. Ayrıca kişinin sadece şahsi değil, ailesine dair bilgileri de ona ait kişisel veriler kapsamında değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda kişisel veri; bireyin şahsi, mesleki ve ailesine ilişkin özelliklerini gösteren, o bireyi diğer bireylerden ayırmayı ve niteliklerini ortaya koymayı sağlayan her türlü bilgi olarak tanımlanmaktadır (Akkurt, 2020, s. 21).

Birçok işletme ve kuruluş, veri ihlallerini yol açabileceği maliyetleri ve ekonomik zararları önlemek için veri güvenliğine yatırım yapmaktadır. Toplumsal ve ekonomik istikrarın korunmasına veri güvenlik ihlallerinin önlenmesi katkıda bulunmaktadır. Tüm bu nedenlerle veri güvenliği etik açıdan son derece önemlidir; çünkü veri güvenliği insanların haklarını korur, toplumsal güveni sağlar, yasal gereksinimlere uyuma teşvik eder ve toplumsal ekonomik istikrarı devamını sağlayarak desteklemektedir.

2.3.4. Dijital Haklar, Sorumluluklar ve Dijital Vatandaş Kavramı

Dijital haklar, insanın çevrim içi ortamda sahip olduğu temel özgürlükleri ve koruma altına alınan hakları ifade etmektedir. Dijital etik, bu hakların dijital ortamda nasıl uygulanacağını ve korunacağını konusunda önemli bir rol oynamaktadır. Dijital etik, elektronik ortamda yapılması herkesçe kabul edilmiş temel davranış prosedürleridir. Bu açıklamadan da ortaya çıkacağı üzere bireylerin sosyal ortamlarda ya da gündelik hayatlarındaki dikkat etmesi gereken etik kurallara uyma sürecinin dijital ortamda da devam etmesi hâli dijital etik kavramını açıklamaktadır. Bu kavram tüm dijital araçların kullanıcılar tarafından kullanılırken uyulması gereken kurallar bütününe ifade etmektedir. Dijital eğitimin alt boyutları; kişisel verilerin ihlali, bilginin doğruluğu, akademik usulsüzlük, intihal, fikri mülkiyet ihlalleri, erişilebilirlik ve ifade özgürlükleri

şeklinde ifade edilebilmektedir (Çatlı ve Keskin, 2021, s. 213-214). Dijital sorumluluklar dijital hakların yanında yer alan ve dijital etik ilkelerin uygulama gerekliliğini vurgulamaktadır. Bu sorumluluklar, dijital etik prensiplere uyum sağlayarak çevrim içi toplumların nasıl daha güvenli ve etik bir şekilde var olabileceğini şekillendirmektedir. Dijital vatandaş kavramı ise çevrim içi toplumların, yasalar ve toplumsal normlara uygun davranışlar sergileyerek ve diğer kullanıcıların haklarına saygı göstererek, daha hoşgörülü ve kapsayıcı bir ortamın oluşmasını sağlamaktadır.

2.3.5. Medya ve Dijital Etik

İletişime insanoğlu tarih boyunca ihtiyaç duymuş ve günümüzde iletişim temel gereksinimlerden biri haline gelmiştir. İletişim biçimleri ise tarihsel süreçte sürekli olarak değişerek günümüze kadar gelmiştir. Etik ise iletişim biçiminin değiştiği tüm bu tarih boyunca temel biçimini koruyarak o iletişim biçimine uygun hale gelmeyi başarmıştır. Özellikle sosyal medyanın gelişmesiyle sanal ortamların yaygınlaşması birtakım etik durumların ele alınması gerekliliğini ortaya koymuştur. Dijital bağlamdaki etik işleyiş biçimi diğer bir deyişle sosyal medya etiğinin nasıl biçimlendiği de ortaya çıkarmaktadır (Bayrak, 2017, s. 32-34). Sosyal medya platformları ve internet üzerindeki etik sorunlar, çevrim içi tacizden nefret söylemini yığılmasına kadar, veri manipülasyonu da dahil olmak üzere birçok çeşitli konuyu barındırmaktadır. Dijital etik, bu platformlarda etik davranışları teşvik etmeye ve istenmeyen davranışları önlemeyi hedeflemektedir.

Medya kelimesi, araç, ortam, aracı anlamına gelen "medium" kelimesinin çoğuludur. Medya, en temel anlamıyla diğerlerine ulaşma aracıdır. McLuhan'a göre medya, duyguların dışı vurumudur ve bu niteliğin gereği araç değil mesajın kendisidir. Kısacası medya duyguların diğerlerine ulaştırılması amacıyla kullanılan ortam ve araçlar bütün olarak ifade edilebilmektedir (Katıtaş, Seylim ve Demirkan, 2022, s. 154). Medya; bilgi, haber, eğlence ve kültürel içeriklerin üretilmesini ve yayılmasını sağlayan iletişim araçlarının genel adıdır. Medya; insanlar arasında iletişimi kolaylaştırır, bilgi ve fikir alışverişini sağlar ve toplumsal etkileşimi arttırmaktadır. Geleneksel olarak gazeteler, dergiler, radyo ve televizyon gibi basılı ve elektronik iletişim araçlarını içerirken, günümüzde internet ve dijital teknolojilerin yaygınlaşmasıyla birlikte dijital medyada önemli bir yer tutmaktadır.

Medya çeşitli biçimlerde ifade edilen içerikleri kitlelere sunarak toplumu bilgilendirir, eğitir ve eğlendirmektedir. Haberler, belgeseller, film ve dizi gibi görsel işitsel içerikler, müzik, oyunlar, sosyal medya platformları ve diğer dijital içerikler medyanın birer örneğidir. Medya ayrıca reklamcılık ve pazarlama faaliyetlerinin de önemli bir aracıdır. Reklamcılık faaliyetleri, ürün ve hizmetlerin tanıtımı ve satışı için kullanılmaktadır. Medyanın işlevleri arasında kamuoyu oluşturma, demokratik katılımı teşvik etme, kültürel kimliğin oluşturulması ve toplumsal değişimleri tetikleme gibi önemli roller bulunmaktadır. Ancak medya yanlış bilgi yayılması, manipülasyon ve özel hayatın ihlali gibi sorunlara da yol açabilmektedir. Bu nedenle medyanın etik ve sorumlu bir şekilde kullanılması ve yönetilmesi önemlidir.

Etik, erdemin felsefi açıdan incelenmesidir. Etik araştırma alanına verilen isimdir: ahlaklılık veya erdem ise araştırmanın nesnesinin/konusunun adıdır. Etik (ahlak ve erdem) belli zaman ve mekânda bulunan bir grup, cemaat veya toplumda kabul edilebilir olan davranış kurallarını ifade etmektedir (Erdoğan, 2006, s. 5-6). Etik perspektif medya kullanımında ortaya birtakım uyulması gereken kuralları çıkarmaktadır. Bu kurallar farklı bakış açılarıyla ele alınabilirken temel düzeyde bakıldığında birkaç konuda toplayabilmek mümkündür.

Medya etiği gazetecilik ve iletişim alanında; doğruluk, tarafsızlık, saygı, mahremiyetin korunması gibi temel prensiplere dayanan kurallar ve ilkeler bütünüdür. Medya etiği, haber kaynaklarının güvenilirliği, haberlerin doğruluğu, kamuoyunun tarafsız bir şekilde bilgilendirilmesi gibi konuları kapsamaktadır. Dijital etik ise teknolojinin hızla gelişmesiyle ortaya çıkan dijital ortamlarda (internet, sosyal medya, dijital platformlar vb.) doğru ve etik davranışların belirlenmesiyle ilgilenmektedir. Kişisel veri gizliliği, çevrim içi taciz ve zorbalık, telif hakları, çevrim içi güvenlik gibi konular dijital etik açısından oldukça önemli konulardır.

Medya ve dijital etik konusuna toplumsal güven ve saygınlık açısından bakıldığında medyadaki etik tutumun toplumsal alanda güvenilirliği ve saygınlığı sağladığından söz etmek mümkündür. Doğru, dürüst ve etik haberlerle medya toplumun bilgi ihtiyacını karşılarken güvenilir bir kaynak olarak da karşımıza çıkmaktadır. Dijital etik, bireylerin kişisel veri gizliliği ve dijital haklarının korunmasını sağlarken medya etiği de kamuoyunun bilgilendirilmesi ve toplumsal hakların savunulmasında oldukça önemli bir role sahiptir. Dijital etik kurallarının izlenmesi, çevrim içi platformlarda güvenliği

arttırırken siber suçluların da önlenmesine yardımcı olmaktadır. Medyada dijital etik ilkelerine uyulması internetin uzun vadeli sağlıklı bir ortam olarak korunmasına katkıda bulunmaktadır. Aynı zamanda etik ilkeler gelecek nesiller için daha iyi bir dijital ortamın oluşmasını da sağlamaktadır. Bu açıdan bakıldığında medya ve dijital etik birbirini tamamlayan ve güçlendiren kavramlardır. İkisi de iletişim alanında etik değerlerin korunması ve toplumsal refahın sağlanması açısından büyük ölçüde öneme sahiptir.

Medya kullanımında etik ilkeler, haber ve bilgi paylaşımında doğruluk, tarafsızlık, saygı, mahremiyetin korunması gibi temel prensiplere dayanan kurallar ve ilkelerdir. Bu ülkeler, medyanın toplum üzerindeki etkisini ve güvenilirliğini sağlamak, bireylerin haklarını korumak ve adil bir iletişim ortamı oluşturmak için oldukça önemlidir. Bu ilkeler, medyanın toplumda güvenilir ve etik bir rol oynamasını sağlamak için gereklidir. Etik olmayan medya kullanımı, güven kaybına ve yanıltıcı bilgilerin yayılmasına yol açabilmektedir. Bundan dolayı medya profesyonelleri ve medya kullanıcıları bu ilkeleri dikkate alarak hareket etmelidir.

Dijital etik, çevrim içi etkileşimdeki davranışları ve çevrim içi kullanıcıların sosyal medya kullanımını düzenleyen bir kavramdır. Medya etiği ise haberlerin, bilginin ve eğlence içeriklerinin sunumunu ve kullanımını düzenlemektedir. Bu kavramlar birbirleriyle yakından ilişkili ve birbirlerine alan açan son derece önemli kavramlardır. Çevrim içi platformlarda gizlilik ihlalleri, medya ve dijital etik alanlarının kesiştiği noktalardan biridir. Özellikle sosyal medya ve diğer çevrim içi platformlarda kişisel bilgilerin izinsiz olarak toplanması paylaşımı veya kötü niyetli amaçlarla kullanılması gibi durumlar gizlilik ihlallerine yol açmaktadır. Bu dijital etik ilkelerine aykırı davranışlar olarak kabul edilirken aynı zamanda medya etiği açısından da sorun teşkil etmektedir.

İnsanların mahremiyeti ve kişisel bilgilerin korunması, temel bir insani haktır ve bu haklara saygı göstermek zorunludur. Bu nedenlerle medya kuruluşları kişisel verilerin kullanımında; veri gizliliği ve mahremiyet haklarını tam saygı gösterir, hür izah esaslarını ön planda tutar ve insanlık onurunu zedeleyebilecek her türlü yapay zekâ uygulamasından kaçınmalıdır. Haber üretiminde yapay zekâ teknolojileri kullanılırken gerçek insanlara ait profil ve sesleri, telif haklarına uygun olarak lisans ve kaynaklarının belirlenmesi gerekmektedir. Hak sahiplerine saygı göstermenin yanı sıra yasal gereklilikleri karşılayacak adli bir kullanım olmalıdır (Usubaliev, 2024).

Medya platformlarında, kullanıcılarının kişisel bilgileri toplanırken bu bilgilerin nasıl kullanılacağı konusunda şeffaf olunmalı ve kullanıcılardan izin alınması gerekmektedir. Ancak bazı platformlar kişisel verileri izinsiz olarak toplamakta veya kullanıcıların rızası olmadan bu bilgileri üçüncü taraflarla paylaşabilmektedir. Bu durum medya etiği açısından güvenilirlik ve saygı ilkelerini ihlal ederken dijital etik açısından da kullanıcılarının mahremiyet haklarını zedelemektedir. Bu açıdan bakıldığında medya ve dijital etik kavramları dijital dünyada oldukça önemli ve birbirlerini açıklayan kavramlardır. Bu nedenle medya ve dijital etik ilkelerinin dijital platformlarda gizlilik ihlalleri konusunda bir araya gelmesi, kullanıcıların bilinçli bir şekilde çevrim içi ortamlarda hareket etmeleri ve kişisel verilerinin güvenliğini sağlamaları gerekmektedir. Aynı zamanda, profesyonel medya kuruluşları ve dijital platformlarında kullanıcıların mahremiyetini ve güvenliğini korumak için gerekli önlemleri alması önemlidir. Bu durum hem etik standartlara uygun bir davranış hem de toplumsal sorumluluğun bir gereğidir.

2.4. Etik ve Habercilik

Yeni medya ve internet teknolojilerinin etkisiyle birlikte iletişim ve bilgi akışı hızlanmış, gazeteciler artık sosyal medya platformlarında haberi üreterek yaymaya başlamışlardır. Sosyal medya platformlarında kullanıcılar tarafından üretilen içeriklerin haberlerde yer alması, sosyal medya platformlarında gündem olan konuların profesyonel anlamda haber üreten kanallar ve kişiler tarafından kullanılması, dijital medya ortamının bir manipülasyon aracı olarak kullanılması, yanıltıcı başlıkların kullanımı, nefret söylemi, telif hakları ihlalleri, sahte içerik üretimi, bilgi kirliliği, mahremiyet ve özel hayatın gizliliği gibi birçok konu etik perspektiften tartışılması gereken konular olarak karşımızda durmaktadır(Soydan, 2023, s. 198).

Haber en net tanımıyla, belirli bir zamanda ve mekânda meydana gelen ve çok sayıda kişiyi ilgilendiren önemli olayların, doğru ve tarafsız bir şekilde en kısa sürede aktarılmasıdır. Haber; kişileri bilgilendirir, eğitir, eğlendirir, üzer ve sevindirir. Kısacası haber, olaydır. Olay ise çeşitli olguların, belirli bir mekân ve zaman içinde geçmesi sürecidir (Anzerlioğlu, 2001, s. 6). Habercilik ise haberi toplamadan dağıtımına kadar gerçekleştiren profesyonellerin yapmış olduğu mesleki eylemin karşılığıdır. Etik ve habercilik ilişkisi haber var olduğundan beri vardır. Sadece haberin toplamının ve dağıtımının biçiminin teknolojiyle birlikte değişmesiyle etik ile olan ilişkisi de değişiklik

göstermiştir. Teknolojik gelişmeler ve dijitalleşme süreciyle birlikte değişen habercilik pratikleri beraberinde birtakım uyulması gereken yeni etik ilkeleri getirse de haberciliğin temel etik ilkeleri değişmemektedir.

2.4.1. Haberciliğin Temel Etik İlkeleri

Medya içeriği; doğru, güvenilir ve doğrulanabilir olmalıdır. Haberler ve bilgiler gerçeklerle uyumlu bir şekilde ilerlerken yanıltıcı bilgiler medyanın içeriğinde yer almamalıdır. Doğruluk ve güvenilirlik medya içeriğinin toplum üzerindeki etkisini büyük ölçüde belirlemektedir. Yanlış veya yanıltıcı bilgilerin yayılması, toplumda güven kaybına ve karmaşaya kısmi ölçüde de olsa yol açabilmektedir. Bu nedenle, medya kuruluşları doğruluk ve güvenilirliği sağlamak için etik açıdan özen göstermelidir. Bu bağlamda etik kavramı haberciliği kısıtlayan ve haberin önünde bir engel olarak duran bir olgudan ziyade neyin nasıl yapıp yapılmaması gerektiğini belirleyen ve yol gösterici görevi üstlenen bir kavram olarak düşünülmelidir.

Etik ilkeler, bir toplumda yaşanan ilişkilerin belli bir uyum, düzen ve anlayış çerçevesinde gerçekleşmesini sağlayan değerler bütünü olarak, aynı zamanda bireylerin bir başkasına karşı sorumlu davranış geliştirebilmesinin ön koşuludur. Haberciliğin temel etik ilkeleri; tarafsızlık, objektiflik, doğruluk, kesinlik, güvenilirlik, özel yaşamın gizliliği, kamu yararı ve haberin dilidir. Haberin değerlendirme ölçütleri olarak göz önüne alınan bu ilkelerin, uygulama sürecinde birbiriyle çelişkiye düşmesi ya da birinin yoğunluğun diğerini yoğunluğuna göre fazla olabileceği göz ardı edilmesi gerekmektedir (Akdağ, 2018, s. 2069-2071).

2.4.1.1. Doğruluk

Haberciliğin en önemli ilkelerinden biri olarak kabul edilen ve gerçeği olduğu haliyle doğrudan yansıtmak ve saptırmak olarak ifade edilen doğruluk kavramı, “hakikati arama çabası” olarak kısaca ifade edilebilmektedir. Genellikle dilimizde doğruluk, gerçeklik ve hakikat kelimeleri birbirleriyle karıştırılmaktadır. Özellikle “doğru” anlamında kullanılan “hakiki” kelimesi kimi zaman “gerçek” anlamında da kullanılmaktadır (Büyükaşar ve Özçağlayan, 2019, s. 29-32). Bu kavramlar birbirleriyle ilişkili ancak farklı anlamlara sahiplerdir. Doğruluk belirli bir ifadenin gerçeği ne kadar doğru bir şekilde yansıttığını

ifade ederken, gerçeklik daha somut, nesnel bir varoluşu ifade etmektedir. Hakikat ise daha soyut ve insanın algısına, düşüncesine ve inançlarına dayalı bir kavramdır.

Haberin doğru olması oldukça önemlidir. Haberlerin ilgili bilgilerin ve verilerin gerçeklerle uyumlu olması temel gazetecilik ilkeleri açısından dikkat edilmesi gereken bir konudur. Profesyonel haberciler yanlış veya yanıltıcı bilgilerin yayılmasına engel olmalıdır. Habercilikte doğruluk, temel bir ilkedir ve gazetecilerin en önemli sorumluluklarından biridir. İnsanlar haber kaynaklarına güvenirlir ve bu güven, doğru ve güvenilir bilgi sağlandığı zaman oluşmaktadır. İnsanların doğru bilgiye erişimi demokratik bir toplumun sağlıklı işleyişi için hayati önem taşımaktadır. Doğru haberler, insanların bilinçli kararlar almasına, toplumsal olayları anlamalarına ve bu konular hakkında fikir yürütmelerine yardımcı olmaktadır.

Haber doğruluktan uzaklaştıkça okuyucuların ve izleyicilerin güveni de bu durumla doğru orantılı olarak azalmaktadır. Bununla birlikte doğruluktan uzaklaşan haber aynı zamanda okuyucu ve izleyici gözünde itibar kaybetmeye de başlamaktadır. Bu nedenle gazetecilerin haberleri doğrulamak için özen göstermeleri, birden fazla kaynaktan bilgi almaları, çelişkili bilgileri araştırmayı ve haberin doğruluğunu teyit etmeyi önemsemeli gerekmektedir. Birden fazla kaynaktan bilgi almak haberin doğruluğunu da arttırmaktadır. Teknolojiler ne kadar değişirse değişsin gazetecilikte asla değişmeyecek kurallar vardır. Bunlar; haberin olayının dikkatli bir şekilde kontrol edilmesi, güvenilir kaynaklara bağlı olmak, olayları tarafsız bir şekilde sunmak, nokta sorular sormak ve en yüksek etik standartları benimsemektir (Büyükaşar ve Özçağlayan, 2019, s. 44). Gazeteciler kamuoyunu aydınlatma ve gerçeği ortaya çıkarma görevlerini yerine getirirken dürüst ve doğru olmak zorundadırlar. Doğru haberler, insanların yaşamlarını etkileyen konularda yanlış yönlendirmelerine önler ve toplumsal huzurun korunmasına katkıda bulunmaktadır. Bu açıdan bakıldığında haberin doğruluğu etik perspektiften de oldukça önemlidir.

2.4.1.2. Güvenilirlik

Haber ve güvenilirlik arasındaki ilişki, gazeteciliğin temel taşlarından biridir. İnsanlar haber kaynaklarına güvenirlir ve bu güven, haberin güvenilirliği ve doğruluğuyla doğrudan ilişkilidir. Haberlerin güvenilirliği kullanılan kaynakların güvenilirliğine de bağlıdır. İyi bir haber hikayesi, güvenilir ve çeşitli kaynaklardan doğrulanmış bilgilere

dayanmaktadır. Gazeteciler, bilgiyi çeşitli kaynaklardan doğruladıkları zaman haberin güvenilirliği artmaktadır. Güvenilir haber, gazetecilik etiği ve standartlarına uygun olarak üretilmelidir. Haberlerin doğruluğunu sağlamak için gazeteciler, kaynakları doğru bir şekilde kullanmalı, gerçekleri çarpıtmamalı ve haberleri oldukça objektif bir halde sunmalıdır. Habercilik açısından güvenilirliğin son derece kritik bir noktada durmasının en önemli nedenlerinden biri de insanların güvenilir bulduğu iletişim aracını, haber kuruluşunu ve haberleri tercih etmesi ve onlara inanmasıdır. Bundan dolayı haber kuruluşları, mevcut hedef kitlesini elinde tutmak ve bunlara yenilerini ekleyebilmek için onların gözünde güvenilir olmalı ve inandırıcı kalmalıdır (Balcı ve Bekiroğlu, 2014, s. 193).

Habercilik, toplumu bilgilendirme misyonu taşımaktadır. Güvenilir haber kaynakları, topluma doğru, tarafsız ve zamanında bilgi sağlamaktadır. Bu bilgi, insanların günlük yaşamlarını yönlendirmelerini ve karar alma süreçlerinde etkin rol oynamaktadır. Güvenilir haber, kamu güvenliği açısından toplum adına oldukça kritik bir rol oynamaktadır. Acil durumlarda veya kriz zamanlarında doğru bilgi sağlamak, panik ve yanlış yönlendirilmiş tepkilerin engellenmesine yardımcı olabilmektedir. Bu durumun tam tersinde ise güvenilir olmayan yanıltıcı bilgi toplumda alışılmadık durumların yaşanmasına sebebiyet verebilmektedir. Gazetecinin haberi yazmadan önce yapması gereken ilk işi, haberi doğrulamak olmalıdır. Haberde geçen bilgiler doğru belgelere dayandırılmalıdır. Aksi halde bir gazetecinin uyması gereken ve ona güvenilir vasfını kazandıracak olan haberin en önemli ilkesi doğruluktan ödün verilmiş olmaktadır (Büyükaşar ve Özçağlayan, 2019, s. 39).

Güvenilir haberler, demokratik süreçlerin sağlıklı işleyişi için temeldir. Seçmenlerin bilgilendirilmesi, adil ve şeffaf seçimlerin gerçekleşmesini sağlamaktadır. Bununla birlikte, hükümetin ve diğer kurumların hesap verebilirliği sağlamak adına medyanın denetimi açısından güvenilirlik kavramı habercilikte önemli bir yere sahiptir. Habercilikte güvenilirlik, gazetecilik etiği ve değerlerine bağlılığı ifade etmektedir. Haberlerin doğru, tarafsız ve dürüst bir şekilde sunulması, gazetecilerin toplumda saygın ve güvenilir bir konuma sahip olmalarını sağlamaktadır.

2.4.1.3. Gerçeklik

Gerçek, bireylerin kendi yaşam tecrübeleri etrafında şekillenen ihtimallere göre değerlendirilmekte ve toplumsal yaşam içinde çok kritik ve önemli olan neden-sonuç ilişkisinin kültürel bağlamda kazanılan deneyimlerle kurulduğu bir alandır (Yurdigül, 2011, s. 14). Habercilikte gerçeklik, haberin temelini oluşturan bir kavramdır. Gazeteci, gerçekliği doğru bir şekilde temsil etmeye ve kamuoyuna doğru bilgi sunmaya çalışmaktadır. Haberin gerçekliği, olayların gerçekleşme şekline ve gerçeklikle olan ilişkisine bağlıdır. Haber kaynağı, haberleri doğru ve objektif bir şekilde sunarak toplumun gerçeklik algısına katkıda bulunmaktadır. Haberlerin gerçekliği, toplumun doğru bilgiye erişimini sağlamaktadır. Haberin gerçekliği gazetecilerin güvenilirliğini etkilemektedir. Bu nedenle haber kaynaklarının gerçeklik ilkesine bağlı kalması, haberciliğin temel bir gerekliliğidir.

Haberde gerçeklik kavramı, haber içeriklerinin görünen gerçeklik açısından uygunluğunu ifade etmektedir. Haberin gerçekliği uygunluğunun anlamı görünürde gerçekliğin kabulüyle başlamaktadır. Habercinin görevi yaşanan olayı derinlemesine bir şekilde araştırarak sadece maddi anlamdaki gerçeği bulup ortaya çıkarmak değildir. Haberci aynı zamanda görünür gerçeği doğru bir biçimde de aktarmak zorundadır. Görünür gerçek kavramı olayın haber yapıldığı andaki ortaya çıkış biçimine uygunluğu demektir (Yüksel, 2013, s. 72-73).

2.4.1.4. Bağımsızlık

Haberin bağımsızlığı haberciliğin temel ilkelerinden biridir. Bağımsızlık, haberin dış etkenlerden, özellikle de politik veya ticari baskılardan etkilenmeden üretilmesini ifade etmektedir. Bağımsız haber kaynakları, haberleri tarafsız ve objektif bir şekilde sunmaktadır. Gazeteciler haberleri politik veya ticari baskılardan etkilenmeden üretmektedir. Bağımsız haber kaynakları, basın özgürlüğünün ve ifade özgürlüğünün bir parçasıdır. Haber kaynaklarının dış baskılardan etkilenmemesi gazetecilerin özgürce çalışmaları ve kamuoyunu siyasi taraflardan bağımsız bir şekilde bilgilendirilmesini sağlamaktadır. Bununla birlikte bağımsızlık, haber kaynaklarının çıkar çatışmalarından arınmasını sağlamaktadır. Bağımsızlıkla birlikte reklam veya sponsorluk gibi dış etkenlerin haber içeriğini etkilemesi engellenmektedir.

Medya araçları, ekonomik ve siyasal olarak tam bağımsız olamadıkları için bazı durumlarda tehlikeli olabilmektedir. Medyanın bağımsız ve yansız vazife görmesi, bu

yönde oto kontrol sisteminin etkili çalışması toplumsal bir beklenti ve aynı zamanda ihtiyaçtır. Gazetecilik mesleğini yürüten profesyoneller kamuoyunun bağımsız temsilcileri olarak medya kuruluşlarında çalışmaktadır. Bu profesyoneller kendi medya organizasyonları içinde bağımsız yapıdadır (Banar ve İlkiz, 2018, s. 176-180). Bağımsız haber kaynakları güvenilirliklerini korumak ve kamuoyunu doğru bilgilerle bilgilendirmek için bağımsızlık ilkesine sıkı sıkıya bağlı kalmalıdır. Bu sağlıklı bir demokratik toplumun ve özgür bir basının temel bir gerekliliğidir.

2.4.1.5. Tarafsızlık ve Nesnellik (Objektiflik)

Tarafsızlık, gazetecilerin haberleri sunarken kişisel görüşlerinden ve önyargılardan bağımsız bir şekilde davranmalarını ifade etmektedir. Tarafsız bir gazeteci, haberlerde farklı perspektifleri adil bir şekilde yer verir ve okuyucuların veya izleyicilerin kendi görüşlerini oluşturmalarına imkân tanımaktadır. Tarafsızlık, haberin politik veya ideolojik etkilere maruz kalmadan sunulmasını gerektirmektedir. Objektiflik, gerçeklere ve kanıtlara dayalı bir bakış açısını ifade etmektedir. Objektif bir gazeteci, haberleri doğru bilgilerle destekler ve duygusal veya özneler arası yargılamalardan kaçınmaktadır. Objektiflik, haberin tarafsız bir şekilde sunulmasını ve farklı bakış açılarını dengeli bir şekilde ele alınmasını gerektirmektedir. Nesnellik, haberin tarafsız bir şekilde sunulmasını sağlayan bir ilkedir. Nesnellik, gazetecilerin kişisel duygularını ve ön yargılarını habere karıştırmadan gerçeklere odaklanarak kullanmalarını ifade etmektedir. Nesnellik objektiflikle yakından ilgilidir ve haberin doğru ve adil bir şekilde sunulmasını sağlamaktadır.

Tarafsızlık ilkesi gazetecilik mesleğinde temel ilkelerden biridir. Tarafsız habercilik, haberlerin sunumunda herhangi bir ön yargı, tutum veya politik görüşün yer almadığı ve haberin doğru ve objektif bir şekilde aktarıldığı bir iletişim biçimidir. Haber tarafsız oluşu sadece habere ait olan olayların metin halinde doğru bir biçimde aktarıldığını anlamına gelmemektedir. Haber sunumu, haberin veriliş biçimi, haber seçimi, haberin veriliş sırası, haberde kullanılan görseller ve haberi sunan kişinin ses tonu gibi habere ait unsurlarda da taraflı veya tarafsızlık durumu söz konusudur. Tarafsızlık, bir habercinin kişisel bilgileri, siyasi konumu veya ideolojik inançları yansıtmadan sadece haberin gerçekliğine bağlı kalarak ve temel gazetecilik ilkelerini gözeterek haberi üretmesidir.

Gazetecinin habercilik mesleğini gerçekleştirirken dikkat etmesi gereken etik ilkelerden biri de objektifliktir. Tarafsızlık ilkesiyle de ilişkili olan bu olgu gazetecinin kişisel yorum ve düşüncelerini haberin dışında tutmasına, haberin bilgilerini olayın gerçekliğine bağlı olarak vermesini, okurda ani duygu değişimlerini meydana getirebilecek, okuru coşturabilecek ve yönlendirebilecek nitelikte eğilimlere olanak vermesini gerektirmektedir. Gazetecilikte, nesnellik(objektiflik) gazetecinin kendi duygu ve düşüncelerini haber metnine yansıtmaması, haberi yargılamadan olduğu şekliyle aktarması ve konuyu bir sorumluluk olarak etik prensiplere uygun şekilde haberi oluşturmasıdır (Dastan, 2021, s. 41-42).

Bireyin toplumsal yapısı ve düşüncesi hiçbir zaman tarafsız değildir. Bireyin, kendisine sunulan, önerilen bir konu ya da kendisine gelen bir mesaj üzerinde olumlu ya da olumsuz az da olsa bir fikri vardır. Birey gerçekleştirdiği her eyleme kişiliğini katmaktadır. Kişilik, öncelikle genlerin, daha sonra ailenin, yakın çevrenin, yaşanılan yörenin, ülkenin, manevi değerlerin, dini inançların ve toplumsal ilişkilerin etkileriyle şekillenmektedir. Bundan dolayı haber üretiminin herhangi bir aşamasında bulunan gazeteci mutlaka kendi kişiliğinden de birtakım yansımaları habere aktarmaktadır. Bu durum habercinin habere bakış açısının ve yaklaşma biçiminin belirlenmesinde etkindir. Nasıl herkesin bir fikri varsa gazetecinin de bir fikri vardır. Gazeteci, ister istemez canlı bir varlık olduğundan dolayı taraftır. Fakat sorumluluğundaki haberlerini tarafsız bir biçimde yazmak zorundadır. En önemlisi nokta bu taraf olma durumunun arkasında, kişisel çıkar olup olmadığıdır. Haberde tarafsızlık olgusuna yaklaşabilmek için konu ile ilgili tüm bilgiler aktarılmalı ve haber kaynağının sözleri alıntılar içinde kullanılmalıdır (Girgin, 2003, s. 96-100).

2.4.1.6. Şeffaflık/Saydamlık

Şeffaflık ilkesi, habercilikte önemli etik ilkelerden biridir. Habercilikteki bu önemli etik ilke haberin güvenilirliğini önemli ölçüde arttırmaktadır. Haber üreticisi, haber üretim sürecinde olabildiğince şeffaf olmalı okuyucuları veya izleyicileri oldukça net ve açık biçimde bilgilendirmelidir. Haber üreticisi, haberlerde kullanılan bilgilerin kaynaklarını açıkça belirtmelidir. Bu, okuyucuların veya izleyicilerin haberin güvenilirliği değerlendirmesine ve bilgiye erişimini sağlamaktadır. Okuyucular açısından, kaynakların açıklanması haberin doğruluğunu ve güvenilirliğini arttırmaktadır. Günümüzdeki dijital

platformlarda şeffaflık, uygun bilgilere tam ve kolayca online erişim sağlanması olarak tanımlanmaktadır ve sadece bu erişim sağlandığı zaman gerçek bir şeffaflık mümkündür (Kalkan ve Alparslan, 2009, s. 29).

Haber üreticisi haber üretim sürecinin her aşamasında şeffaf olmalıdır. Haberin nasıl üretildiği, hangi kaynaklardan bilgi alındığı ve hangi editoryal süreçlerden geçtiği okuyucular veya izleyiciler tarafından bilinmelidir. Okuyucular veya izleyiciler tarafından haber üretim sürecinin net bir biçimde bilinmesi haberi üreten gazete veya dijital platformun itibarını arttırmaktadır. Bununla birlikte haber üreticisi ürettiği haberde herhangi bir yanlış bilgilendirme de bulunması halinde okuyuculara veya izleyicilere karşı açık bir şekilde bilgi vermeli ve gerekli düzeltmeleri kısa süre içerisinde yapmalıdır. Şeffaflık ilkesi, habercilikte güvenilirlik ve doğruluk açısından oldukça kritik bir rol oynamaktadır. Haber üreticisi şeffaflık ilkesine bağlı kalarak haber üretim sürecini açıklamalı, kaynakları doğru bir şekilde belirterek ve hata düzeltme süreçlerini düzgün bir biçimde işleterek okuyucuların veya izleyicilerinin güvenini kazanırken aynı zamanda haberin güvenilirliğini de arttırmak zorundadır.

Yapay zekanın haber üretimi konusunda, haber üretiminin hangi aşamalarında ve ne boyutta kullanıldığı açık olarak ilan edilmelidir. Açıklık ilkesi olarak da tanımlanabilecek olan şeffaflık yaklaşımı, aynı zamanda dürüstlüğün bir gereği olarak bilimsel bilgiye duyulan güvenin korunması açısından değerlidir. Ayrıca, şeffaflık sayesinde yapay zekanın haber üretimine dahil olduğu aşamalarda yapay zekâ halüsinasyonu olarak bilinen yapay zekanın beraberinde getirdiği taraflılık, olgusal ve yorumsal hatalar, gizlilik, mahremiyet ile veri güvenilirliği gibi olumsuz sorunlara yönelik önlemlerin alınması sağlanmalıdır (Yükseköğretim Kurulu, 2024, s. 8).

2.4.1.7. Eşitlik/Dengelilik

Toplum her biri birbirinden ayrı özellikleri ve gereksinimi olan bireylerden oluşmaktadır. Amaçları, ihtiyaçları birbirinden bağımsız olan gruplar için tam bir eşitlikten de söz edilememektedir. Bu yüzden eşitlik kavramından önce eşitsizlik kavramının ayrımını yapmak önemlidir. Eşit olmama durumu çeşitli toplumsal sınıfların ya da kişilerin yaşam koşulları arasındaki farktır. Bu fark insanların temel haklara ulaşmasında bir dezavantaj oluşturuyorsa bu durum eşitsizliğin ötesinde bir hak ihhalidir (Çoban, 2017, s. 254). Eşitlik ilkesi, habercilikte önemli bir etik prensiptir. Haberin tarafsızlık, doğruluk ve adil

bir şekilde sunulmasını sağlamaktadır. Haberlerin eşitlik ilkesine uygun olması, farklı perspektifleri, seslere ve gruplara adil bir şekilde yer verilmesine olanak tanımaktadır. Eşitlik ilkesi, haberlerde farklı grupların ve toplulukların adil bir biçimde temsiliyetine ve çeşitliliğine neden olmaktadır. Haberlerde çeşitli bakış açılarına yer verilmesi, toplumun farklı kesimlerinin seslerinin duyulmasını sağlamaktadır. Böylece haberler daha kapsayıcı ve adil bir hale gelmektedir. Haberlerde farklı bakış açılarının sunulması, farklı görüşlere, perspektifleri ve deneyimlere yer verilmesi haberlerin daha dengeli ve objektif olmasına yol açmaktadır.

Haber üreticisi haberler üretirken toplumda yaygın olan önyargıları ve stereotipleri (kalıp yargı) göz önünde bulundurmalı ve bu tür yanlış algıları destekleyecek biçimde haberi sunmaktan kaçınmalıdır. Gazeteciliğin temel ilkelerinden olan eşitlik ilkesi bu noktada haberlerde önyargı ve stereotiplere karşı mücadelede etken bir ilkedir. Bu ilke habercilikte tarafsızlık, doğruluk ve adil bir haber sunumuna haberciyi teşvik ederken haberlerde farklı seslere, gruplara ve perspektiflere adil bir şekilde yer verilmesi, demokratik bir toplumun gerekliliğine ortaya koymaktadır. Bu sebeple habercilikte eşitlik ilkesine uygun hareket etmek temel habercilik etiği ilkeleri açısından önemlidir. Yapay zekanın haber yayınında kullanımına ilişkin insan merkezli bir yaklaşımın geliştirilmesi son derece önemli olup, yapay zekanın kullanımının, mevcut eşitsizlikleri derinleştirmeyecek şekilde, eşitlik ve hakkaniyet ilkelerini gözeterek insanlık yararına ilerlemesini sağlamak, dijital etik perspektifinin öncelikli unsurlar arasında yer almalıdır (Yükseköğretim Kurulu, 2024, s. 10).

2.4.1.8. Haber Kaynağına Saygı ve Özel Yaşamın Gizliliği

Haber kaynağının saygı ve özel yaşamın gizliliği konusu haberciliğin temel etik ilkelerinden biridir. Haberin; doğru, tarafsız ve güvenilir bir şekilde sunulmasını sağlamak için haberci önce haberi edindiği kaynağına ve onun özel yaşamına saygı duyarak onun hayatının gizliliğini korumak zorundadır. Bu temel ilke gazetecilerin bireylerin özel yaşamlarına ve kişisel bilgilerine saygı göstermesini gerektirmektedir. Özellikle haberlerde kullanılan bilgilerin izin alınmadan paylaşılması veya bireylerin mahremiyetini ihlal eden içeriklerin yayınlanması etik dışı bir davranış olarak kabul edilmektedir.

Haberci ve kaynak arasındaki ilişkinin niteliği; kaynağın korunması ve haber kaynağının gizliliği hususu gibi konular gazetecilik mesleğindeki etik tartışmaların başında gelmektedir. Gazetecilik mesleğinin standartları gereği, şeffaflık açısından haber kaynaklarının ismi haberde açıkça ifade edilmese de haber kaynağının korunması bağlamında temel yönelim ‘haber kaynağının gizliliğini’ ilkesine başvurmadır. Bu durum en temelde, haberde kaynağın kimliğinin saklı tutulması ve haber yayınlandıktan sonra da ilgili medya kuruluşu ve haberde imzası bulunan gazetecinin, kaynağın kimliğinin hiçbir koşulda açıklamayacağını taahhüt etmesi anlamına gelmektedir (Yurdam, 2022, s. 147).

Haber kaynağına saygı, gazetecilerin haberleri oluştururken kaynaklarının gizliliğini korumasını içermektedir. Bu durum haber konusuyla ilgili bilgileri sağlayan kişilerin isimlerini, kişisel verilerini veya özel bilgilerini izinsiz olarak ifşa etmemeyi gerektirmektedir. Gazeteci bu bilgileri kullanırken kaynağın gizliliğini ve güvenliğini sağlamak için gereken önlemleri almalıdır. Bireylerin özel yaşamlarına ait bilgilerin kamuoyuyla paylaşılması gerektiğinde, gazeteciler bu bilgileri izin alarak ve hassasiyetle ele almalıdır. Haberlerde yer alan kişisel bilgilerin, haberin amacını ve kamu yararını sağlamak için gerekli olduğu durumlarda dahi, izin alınmadan ifşa edilmesi gazetecilik açısından etik olmayan bir davranış olarak kabul görmektedir. Haber kaynağına saygı ve özel yaşamın gizliliği konusu, gazetecilerin toplumun güvenini kazanmasına ve haberlerin etik bir şekilde okuyucu veya dinleyiciye aktarılmasına yardımcı olmaktadır. Bununla birlikte bu etik ilke habercilik mesleğinin itibarını korurken, bireylerin haklarına ve özel yaşamlarına saygı duyulmasını sağlamaktadır.

2.4.1.9. Kamuoyu Bilgilendirme Sorumluluğu

Gazeteciler, halkın doğru bilgi ve haber alma hakkını koruma sorumluluğunu üstlenmektedir. Bu amaçla gazeteci, basın özgürlüğünü dürüstçe kullanmaktadır. Sansür ve otosansür ile mücadele ederek, öncelikle halka ve gerçeğe karşı sorumlu olmaktadır. Bu sorumluluk, kamu otoriteleri ve işverenlerine olan sorumluluklarından önce gelmektedir. Bilgi ve haber, ticari bir maldan ziyade toplumsal bir değer taşımaktadır. Gazeteciler, ilettikleri bilgilerin sorumluluğuna sahiptir. Mesleki özgürlükleri, sorumlulukları ve meslek ilkeleriyle sınırlanmıştır. Gazeteciler, dijital platformlarda meslek ilkelerine sadık kalarak davranışlarını şekillendirmede ve bu ortamlarda Hak ve

Sorumluluk Bildirgesi'ne uygun hareket etmelidir. Siyasi çatışmalarda ve gerilimlerde nefret söyleminin yayılmasını önlemek gibi önemli sorumlulukları bulunmaktadır. Bu sorumluluklar, habercilik faaliyetine katılan herkes için geçerlidir. Ayrıca, dijital platformlarda yapılan yayıncılık da bu sorumlulukların bir parçası olarak kabul edilmektedir (Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, 2024).

Yapay zekâ bir kitle iletişim aracı olarak; haber verme ve bilgi aktarımı yoluyla kamuoyu oluşturma, toplumsal değerleri aktarma ve bu değerlere dayalı olarak toplumu özendirme, güdüleme ve tartışma ortamı yaratma gibi görevlerle topluma önemli katkılarda bulunmaktadır. Bu süreçte, kitle iletişim araçlarının kamuoyunu doğru bilgilendirme sorumluluğu, demokratik sistemin bir gereği olarak, devleti gözlemleyen kamu gözcüsü rolüyle de entegre olarak çalışmaktadır. Medya, kamuoyunu oluştururken ve bilgilendirirken haberlere belirli değerler yüklenmelidir. Bu sayede haberler hem okunabilir hem de izlenebilir konuma gelmektedir. Haberciliğin temel ilkelerinden biri olan kamuoyu bilgilendirme sorumluluğu olmadan, haberlerin hedef kitleye ulaştırılması ve kabul görmesi mümkün değildir. Bu bağlamda, haberlere değer katan unsurlar arasında gerçeklik(doğruluk), yenilik(güncellik), ilginçlik(ilgi uyandırma), önemlilik, anlaşılabilirlik, kamu yararı, haberin kanıyla anlatım arasındaki düşünsel bağ, eleştiri, haber ve yorumda tarafsızlık, yansızlık, bağımsızlık, kişilik hakları ve özel yaşama saygı gibi etik değerler yer almaktadır. Bu unsurlar, gazetecilerin kamuoyunu bilgilendirme sorumluluğunu yerine getirirken dikkate alması gereken temel ilkelerdir (Banar, 2015, s. 127-129).

2.4.2. Dijital Haberciliğin Etik İlkeleri

İnsanlığın varlığıyla beraber haber alma ihtiyacı da tarihin ilk dönemlerinden beri süregelen bir durumdur. İnsanların yeni bir şey öğrenme arzusu teknolojinin sürekli olarak gelişerek günümüze kadar gelmesine neden olmuştur. Dijitalleşmenin başlıca sebebi hiç şüphesiz insanın öğrendiklerini başkalarına aktarma isteği ve hayatını daha kolay bir bağlamda sürdürme ihtiyacından dolayıdır. Geleneksel haberciliğin dijital haberciliğe dönüş sürecinin en önemli aşaması internetin insan hayatına girmesidir. Günümüzde olduğu gibi gündelik hayatın her alanında kendine alan açabilen internet sosyal medya platformları aracılığıyla haberin hızlı bir biçimde paylaşılabileceği bir bağlamı da ortaya çıkarmıştır. Hedef kitleye daha hızlı ulaşmak, içerikleri zenginleştirmek, zaman ve mekân sınırını ortadan kaldırmak bu dijital ortamın en etkili özellikleridir (Kazan, 2021, s. 665-666).

Geleneksel gazeteler için üretilen basılı haberler internet teknoloji ile internet sitelerinde yayınlanmaya başlanmıştır. Okuyucunun geleneksel medyadan uzaklaşarak hızlı bir biçimde; bilgisayar, tablet, telefon gibi mobil uygulamalarla iç içe yaşamaya başlaması habercilik pratiklerinin bu alana kaymasına neden olmuştur. Sayfa sınırlarının olmaması, habere sınırsız fotoğraf koyabilme imkânı, haber ile alakalı videonun internet sayfasında paylaşılabilmesi gibi durumlar habercilikteki maliyetin düşmesine ve haberin artık internet mecralarında paylaşılan bir ürün olmasına neden olmuştur. Tüm bu olumlu durumlar neticesinde olumsuz sonuçlarda ortaya çıkmıştır (Kazan, 2021, s. 665-666).

Dijitalleşen gazetecilik, geleneksel gazeteciliğin halihazırdaki etik sorunlarının alışlagelmemiş yeni etik problemleri de yanında getirmiştir. Gazeteciliğin ideolojiden, kurumsal yapıdan, medya sahipliğinden kaynaklanan alışagelmiş etik sorunları dijital habercilik alanında da ortaya çıkmıştır. Dijital ortamın etkileşimlilik, hipermetinsellik, multimedya gibi doğasından kaynaklanan özellikleri haber üretiminde, haberin yayımında ve okurun rolünde geleneksel gazetecilikten farklı olarak: deneyimledikçe anlayabileceğimiz ve hala öğrenmeye devam ettiğimiz sonuçlar ortaya çıkarmıştır (Özel ve Deniz, 2019, s. 445). Dijital algoritmaların gücü gazetelerin toplumsal rollerini etkilerken haberciliğin temel etik ilkelerinin de dijital ortama uyarlanmasına neden olmaktadır. Gazetecilik, teknolojik gelişmelerin doğrudan veya dolaylı olarak şekillendirdiği dinamik bir yapıdır. Teknolojik yenilikler gazetecilerin çalışma pratiklerinde köklü değişimlere neden olurken aynı zamanda yeni etik problemlerin de meydana gelmesine yol açmaktadır. Yapay zekâ teknolojisinin haber üretimi ve dağıtımında yer alması, çeşitli güç ilişkilerini etkileyebilecek bir sürece yol açabilme ihtimali taşımaktadır. Bu anlamda haber endüstrisinin, yapay zekâ uygulamalarında şeffaflığa vereceği önem gazeteciliğin itibarında önemli bir unsura dönüşmektedir (Adıyaman, 2023, s. 36).

Etik, gazetecilik mesleğinin profesyonelliğini sağlayan en önemli bileşendir. Kamusal hizmet ve objektiflik gibi gazetecilik kodlarıyla birlikte etik, gazetecilik kimliğinin oluşmasını sağlamaktadır. Tarihsel süreçte oluşan bu gazetecilik etiği kodları, gazetecilik mesleğinin toplum tarafından meşruluk kazanmasında önemli bir noktada durmaktadır. Bundan dolayı doğruluk, güvenilirlik, şeffaflık, gerçeklik ve bağımsızlık gibi etik değerlerin, yapay zekâ uygulamalarında da uygulanması gerekmektedir (Adıyaman, 2023, s. 36).

Dijital habercilikte haberlerin hızlı bir şekilde yayımlanması doğruluk ve doğrulama süreçlerinin ihmal edilmesine yol açmaktadır. Dijital alanda büyük veri kullanımı, kişisel gizlilik ve veri güvenliği sorunlarını ortaya çıkarmaktadır. Dijital platformlarda, Haber içeriğinin nasıl üretildiği ve hangi verilerin kullanıldığı konusunda şeffaflık gerekmektedir. Dijital medyada ifade özgürlüğü ve sorumlu habercilik arasındaki dengeyi sağlamak dijital haberciliği oldukça zordur. Bu konular dijital habercilik etiğinin temel problemlerini oluşturmaktadır.

2.4.2.1. Dijital Kaynakların Doğrulanması

Dijital habercilikte, bilgi kaynağının doğruluğunu ve güvenilirliğini sağlamak oldukça önemlidir. Dijital içeriklerin hızla yayılması, yanlış bilgi riskini arttırmaktadır. Bu nedenle haberlerin doğrulanması dijital habercilik açısından kritik önem taşımaktadır. Gazetecilik ve siyasal iletişim ortamında öne çıkan kaynak doğrulama yöntemlerinden biri kaynak doğrulama kuruluşlarıdır. Bu kuruluşlar haberlerin doğruluğunu teyit etmek için çeşitli yöntemler sunmaktadır: bunlar arasında bilginin kaynağını ve güvenilirliği kontrol etmek, bilgiyi bağımsız kaynaklardan doğrulamak, tarih ve saat bilgisini incelemek, görsellerin gerçekliğini doğrulamak için araçlar kullanmak ve uzman görüşlerini başvurmak yer almaktadır. Ayrıca, resmî açıklamaları kontrol etmek, benzer bilgilerin karşılaştırılmasını yapmak ve web sitesinin güvenilirliğini analiz etmek gibi ek yöntemler de doğrulama sürecinin bir parçasıdır. Ancak, doğrulama kuruluşlarının gazetecilikle ilişkisi konusunda bir fikir birliği bulunmamaktadır. Bu kuruluşların temel amacı, haberlerin güvenilirliği ve doğruluğuna artırmaktır. Bu doğrulama süreçleri, dijital haberciliğin etik ilkeleriyle uyumlu şekilde; haberlerin doğruluğunu sağlamada ve kamuoyunu doğru bilgilendirmede kritik bir rol oynamaktadır (Uzunoğlu ve Uyar, 2021) (Foça, 2024).

Dijital haberciliğin etik ilkeleri çerçevesinde, dijital kaynakların doğrulanması kritik bir öneme sahiptir. Yapay zekâ ve makine öğrenme teknikleri, haberlerin ve sosyal medya paylaşımlarının doğruluğunu analiz ederek yanlış bilgileri tespit ederken doğrulama süreçlerini hızlandırmaktadır. Bu teknolojiler, verileri tarayarak ve analiz ederek dezenformasyonun yayılmasını önlemeye yardımcı olmaktadır. Model doğrulama süreci, yapay zekâ sistemlerinin performansını değerlendirmek ve olası hataları tespit etmek için oldukça önemlidir. Bu süreçte çapraz doğrulama ve parametre ayarlama analizleri gibi

yöntemler kullanılmaktadır. Çapraz doğrulama, modelin farklı veri kümeleri üzerinde test edilmesini sağlayarak güvenilir sonuçlar elde edilmesine yardımcı olmaktadır. Ayrıca, F1 skoru gibi metrikler kullanılarak modelin performansı değerlendirilmektedir (Tafralı, 2022) (Öğündür, 2019).

Doğrulama platformları, özellikle yapay zekâ teknolojilerinin habercilik alanında etkin bir şekilde kullanılmasından sonra, yanlış bilgiye karşı mücadele oldukça önemli bir pozisyona gelmiştir. Bu platformların çeşitli dijital kaynaklardan bilgi doğrulama, görsel ve metin içeriklerini analiz etme ve uzman görüşlerine başvurma gibi yöntemlerle haberin doğruluk payını artırması gerekmektedir. Etkili doğrulama süreçleri kullanıcıları bilgilendirme ve eğitim verme, şeffaflık sağlama ve hızlı geri bildirim mekanizmaları oluşturma konularında da önemli rol oynamaktadır. Ayrıca, haber kaynaklarının güvenilirliği değerlendirmek için kaynakların geçmiş performansları ve popülerlikleri göz önünde bulundurulmalı; bilgilerin birkaç bağımsız kaynaktan doğrulanması ve görsel içeriklerin doğruluğunu kontrol etmek için çeşitli araçlar kullanılmalıdır (Pandermos, 2024) (Uğur, 2023) (İrvan, 2022).

2.4.2.2. Veri Güvenilirliği ve Şeffaflık

Dijital platformlarda kullanılan verilerin doğruluğu ve güvenilirliği haberlerin kalitesini belirlemektedir. Yanıltıcı veriler, toplumu yanlış yönlendirebilir, bu yüzden güvenilir veri kaynaklarının kullanımını dijital habercilikte sağlamak gereklidir. Günümüzde bilgiye sınırsız ve uzaktan erişim imkanlarının artması iletişimi yalnızca bireyler arasında değil, insan-makine etkileşimi bağlamında da önemli bir boyuta taşımıştır. Yapay zekâ teknolojilerinin gelişimi, bu süreçte kritik bir rol oynamaktadır. Bununla birlikte dijital etik ve veri güvenliği konularını da gündeme getirmektedir. Bazı gazete ve ajansların çalışanlarına uzaktan çalışma imkânı sağladıkları ve internet bağlantıları üzerinden şirketlerinin veri ağına erişimi sağlandığında, siber güvenlik riskleri ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte yapay zekanın ulaştığı verinin güvenilirliği de tartışma konusudur. Bu riskler, dijital etik ilkeleri çerçevesinde değerlendirildiğinde, yapay zekâ destekli sistemlerin kullanımında güvenilir ve şifrelenmiş veri iletimi protokollerinin gerekliliğini daha da belirgin hale getirmiştir. Son yıllarda yaşanan veri güvenliği ihlalleri, ulusal ve küresel düzeyde veri yönetim politikalarının sıkılaştırılmasını ve standartların belirlenmesini zorunlu kılarak, yapay zekâ uygulamalarının etik açıdan

denetlenebilirliği de önemli bir gereksinim olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda, dijital envanter yönetimi ve teknolojik araçların güvenli kullanımına yönelik ilke ve eylem planları hem veri gizliliğini korumak hem de dijital etik standartlara uygunluğu sağlamak için kritik bir konumdadır (Aydemir ve Fetah, 2023, s. 376-385).

Bilgi güvenliği, veri güvenliğini de kapsayan daha geniş bir kavram olarak, “bilgiyi ürünler, kişiler ve prosedürler aracılığıyla depolayan, işleyen ve ileten cihazlarda bilgilerin bütünlüğünü, gizliliğini ve kullanılabilirliğini koruma” şeklinde tanımlanmaktadır (Civan Kemiksiz, 2022, s. 73). Güvenlik zafiyetleri, bilgilerin izinsiz veya yetkisiz olarak kullanılması, değiştirilmesi, ifşa edilmesi, yok edilmesi ya da hasar görmesi gibi durumlar sonucunda ortaya çıkan tehditler olarak açıklanmaktadır. Günümüzdeki büyük veri çağında, verilerin sunduğu kolaylıkların yanı sıra mahremiyet ve güvenlik sorunları, distopik senaryoların önünü açmaktadır. Bu bağlamda, veri güvenliği kritik bir mesele olarak öne çıkmakta ve kapsamlı veri politikalarıyla ele alınması gerekmektedir. Dijital kullanıcıları korumaya yönelik yasal düzenlemelerin oluşturulması, bu alandaki hukuksal boşlukları doldurmak için zaruri bir ihtiyaç haline gelmiştir. Yasal düzenlemeler ve teknik altyapının yanında, bireylerin veri güvenliğine ilişkin sorumlulukları da güvenliğin ilk aşamasını oluşturmak açısından büyük önem taşımaktadır. Teknolojik altyapı çalışmaları ve hukuksal düzenlemeler kadar bu sistemleri kullanan bireylerin farkındalık düzeylerinin arttırılması ve veri güvenliğine dair bilinçlenmesi gerekmektedir (Civan Kemiksiz, 2022, s. 64-78). Haberin dijitalleşmesi ve etik açıdan, verilerin güvenilirliği de bu bağlamda dikkatle ele alınmalı; okuyucular, sınırları belirsiz bir sanal ortamda kendilerini bekleyen tehditlere karşı sorumluluk bilinciyle hareket etmelidir.

Dijital medyanın veri toplama süreçlerinde şeffaf olması, kullanıcı güvenliğini arttırmaktadır. Hangi verilerin toplandığı, nasıl kullanıldığı ve kimin erişebileceği konusunda açık olmak habercilik etiği açısından gereklidir. Baudrillard, şeffaflığı “bir erişilebilirlik ve berraklık gösterisi” olarak tanımlar ve bunun modern toplumun bir yanılsaması olduğunu iddia etmektedir. Ona göre şeffaflık her şeyin açıkça görünür bir şekilde sunulması anlamına gelmektedir. Castells, şeffaflığı günümüzün “enformasyon çağı” fenomeni olarak tanımlamaktadır. Buna göre şeffaflık bilginin her yerde ve herkes tarafından erişilebilir olması anlamına gelmektedir. Castells, bunun sadece bir

bilgilendirme aracı olarak kullanılmadığını, aynı zamanda bir güç ve kontrol aracı olduğunu belirtmektedir (Keskin ve Keloğlu, 2023, s. 111).

Dijital şeffaflık, bilgi ve iletişim teknolojilerinin sağladığı imkanlar sayesinde, toplumdaki her bireyin bilgi erişimi ve bu bilgilerin denetlenebilirliğini arttırmıştır. Dijitalleşme kavramı olmadan önceki geleneksel şeffaflık, kamu kurum ve kuruluşlarının faaliyetlerinin açık ve erişebilir olmasını ifade ederken, dijital şeffaflık bu anlayışı internet, Web 2.0 ve sonrasındaki teknolojilerle genişletmiştir. Dijital şeffaflık, veri toplama, işleme ve paylaşma süreçlerini içermektedir. Böylece şirketler ve kamu kurumları daha açık ve hesap verebilir hale gelirken haber okuyucuları da verileri hakkında bilgi sahibi olabilmekte ve denetim yapabilmektedir. Yapay zekâ teknolojileri bu süreçlerde önemli bir rol oynamaktadır; çünkü yapay zekâ veri analizi ve karar verme süreçlerini otomatikleştirmekte ve hızlandırmaktadır. Bu teknolojiler, haberciliğin şeffaflık ilkesini destekleyerek, haberlerin doğruluğu, tarafsızlığı ve erişilebilirliğini arttırmaktadır, ancak yapay zekâ destekli sistemlerin karar alma süreçleri ve veri işleme yöntemleri, şeffaflığın sağlanması açısından dikkatli bir şekilde ele alınmalıdır. Bu bağlamda, dijital şeffaflık sadece bilginin erişilebilirliğini değil, aynı zamanda bu bilginin nasıl toplandığını, işlendiğini ve paylaşıldığını da açık bir şekilde göstermektedir (Keskin ve Keloğlu, 2023, s. 111-126).

2.4.2.3. Dijital Bağımsızlık ve Tarafsızlık

Dijital medyada bağımsızlık ve tarafsızlık, objektif haberciliğin temelini oluşturmaktadır. Algoritmaların tarafsız çalışması ve ticari veya siyasi baskılardan bağımsız bir şekilde içerik sunulması gerekmektedir. Haberciliğin temel etik kodlarına göre bağımsızlık; gerçeğin araştırılması ve kişilere duyulan saygıyla, enformasyon kalitesi, haberi veren kişinin güvenilirliği ve basın özgürlüğü ilkesinin temel koşuludur (Yurdigül ve Yüksel, 2013, s. 142). Haberin dijitalleşmeyle birlikte, özellikle yapay zekâ teknolojilerinin haber üretiminde kullanılması bağımsızlık ve tarafsızlık gibi haberciliğin temel etik ilkelerini tanımlaması zor karmaşık bir hale getirmiştir. Yapay zekâ, haberin üretim sürecine katıldığında, algoritmaların belirli bir ideolojiye veya çıkar grubuna hizmet etme riski ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla, yapay zekâ tabanını haber üretiminde editoryal bağımsızlığı sağlamak daha da zorlaşmıştır. İfade özgürlüğüne yönelik kısıtlamalar, yapay zekâ teknolojilerinin kullanıldığı bağlamda da geçerlidir ve bu kısıtlamaların

kanunla yapılması, gerekçelerinin ve sınırlarının belirlenmiş olması ve yalnızca gerekli durumlarda kısıtlamaya gidilmesi önemlidir (Aydın vd., 2013, s. 50). Kısıtlamayı yapacak makamların bağımsızlığı haberin bağımsızlığı ve tarafsızlığı açısından kritik bir öneme sahiptir. Bu çerçevede yapay zekâ teknolojilerinin habercilikte kullanımı etik değerlerin korunması ve geliştirilmesi açısından dikkatle ele alınması gereken bir konudur. Yapay zekanın sağladığı imkanlar, habercilikte doğruluk, tarafsızlık ve şeffaflık gibi temel etik değerleri destekleyebilir, ancak bu teknolojilerin kullanımı sırasında bağımsızlığın korunması ve tarafsızlığın sağlanması dijital açıdan da her zaman bir öncelik olarak kalmalıdır.

Haberin bağımsızlığı ve tarafsızlığı: dürüstlük, doğruluk, objektiflik, dengelilik, hakkaniyet, profesyonel standartlar, kamusal yararın gözetilmesi, çıkar ilişkilerine girilmemesi gibi unsurlarla doğrudan ilişkilidir. Bağımsız ve tarafsız medya kuruluşlarının sahiplik yapısı ve ticari yapılanma açısından herhangi bir kuruluşla ilişkisi olmaması, onları ana akım medya kuruluşlarına göre daha güvenilir kılmaktadır (Algül, 2015, s. 260-261) (Yurdigül ve Yüksel, 2013, s. 142-145). Günümüzde ise bu durum yapay zekâ teknolojilerinin bağımsız medya kuruluşlarında da kullanılmaya başlanmasıyla birlikte ortadan kalkmıştır. Yapay zekanın taraflı ve bağımsız olmayan yapısı; bağımsız medya olarak nitelendiren medya yapısını da yapay zekanın algoritma sistemine bağımlı hale getirmiştir. Ancak, tarafsız ve bağımsız üretilebilen bir yapay zekâ algoritması; haberin içeriğini haberi üreten kurumun yayın politikasından bağımsız ve ideolojik görüşünün dışında tarafsız olarak üretebilme şansına sahiptir. Bu noktada asıl dikkat edilmesi gereken yapay zekayı kullanacak olan haber kuruluşunun ne ölçüde bağımsız ve tarafsız olabileceğidir.

2.4.2.4. Dijital Medya Sorumluluğu ve İfade Özgürlüğü

Dijital medya sorumluluğu çevrim içi platformlarda yayılan içeriklerin etik ve yasal standartlara uygunluğunu sağlama yükümlülüğünü ifade etmektedir. Bu içerik üreticilerinin ve platform sağlayıcılarının ürünü zararlı veya yanıltıcı içeriklerin yayılmasını önlemek, kişisel verilerin korunmasını sağlamak ve toplumsal normlara uygun bir ortam oluşturmak gibi sorumlulukları içermektedir. Fakat bu sorumlulukların sınırları ifade özgürlüğüyle dengelemek zorundadır. İfade özgürlüğü, bireylerin fikirlerini açıklama, bilgi edinme ve paylaşma özgürlüğünü ifade etmektedir. İfade özgürlüğü,

anayasal demokrasilerin temel taşlarından biridir. En geniş anlamda ifade özgürlüğü; bir düşünce, inanç, kanaat, tutum veya duygunun barışçı yoldan açığa vurulmasının veya dış dünyada ifade edilmesinin serbest olması anlamına gelmektedir. İfade özgürlüğü; sözlü ve yazılı anlatım, sanatsal icra, kişisel görünüm ve görüntü tercihi, gösteri, yürüyüş, toplantı yapma ve örgütlenme gibi özgürlükleri içermektedir (Şen ve Şen, 2015, s. 128). Dijital medya ortamlarında ifade özgürlüğü, kullanıcıların çeşitli fikirleri, görüşleri ve bilgileri serbestçe paylaşabilmesine olanak tanımaktadır. Ancak, bu özgürlük başkalarının haklarını ihlal etmemeli ve zarar verici veya yasadışı içeriklerin yayılmasını engellenmelidir.

Dijital medya sorumluluğu ile ifade özgürlüğü arasındaki denge, dijital platformların içerikleri denetleme ve moderasyon politikalarını belirlerken önemlidir. Bu politikalar, zararlı içerikleri filtrelemek ve yayılmasını önlemek için teknolojik araçlar kullanırken aynı zamanda ifade özgürlüğünü korumak için esneklik sağlamalıdır. Bu dengeyi sağlamak hem dijital medya platformlarının hem de kullanıcıların adil ve güvenli bir çevrim içi deneyim yaşamasını sağlamaktadır.

Medya insanlara bilgi aktarır, bu bilgilerin bazıları yurttaş olarak yükümlülüklerini yerine getirebilmeleri için okuyucular açısından hayati önem taşımaktadır. Habercilikte siyasi ve ekonomik oluşumlar, ulus ve devletin ahlak kuralları, yurttaşların temel hakları ve halka yol gösteren doğrular göz önünde tutulmalıdır. Gazeteci bilginin yayılmasına toplumdaki muhtemel oluşabilecek problemleri gözeterek izin vermelidir. Gazeteci yaptığı haberin olası zararlı sonuçları karşısında sorumluluk alabilmelidir. Gazeteciler haber yaparken sorumluluk taşımaları beklenen vatandaşlardır. Bundan dolayı insanların yaşamlarını etkilemenin getirdiği fazladan sorumluluktan gazeteciler daha hassas olmalıdır. Özellikle başkalarına saygı ve diğer insanlara zarar vermeme ilkelerini bağlı kalmaları beklenmektedir. Habercilik sadece gazetenin satışlarını arttırmak veya bazı yayınların izlenme oranını yükseltmek demek değildir (Almagor, 2002, s. 127-128).

Sonuç olarak dijital medya sorumluluğu ve ifade özgürlüğü, çevrim içi ortamlarda etik ve adil davranışı teşvik etmek ve demokratik bir iletişim ortamı oluşturmak için birlikte işlemelidir. Bu hem içerik üreticilerinin hem de tüketicilerin çevrim içi dünyada güvenli ve özgür bir şekilde paylaşım yapabilmelerini sağlamaktadır.

2.4.2.5. Yalan Haber ve Manipülasyon

Çevrim içi veya çevrim dışı iletişim kurma, etkileşim halinde ve sınırsız bir alanda bulunma gibi avantajlar sosyal medyanın sunduğu alternatif iletişim biçimleri arasında yer almaktadır. Sosyal medya içinde bulunan her kullanıcı sınırsız enformasyon akışının bir temsilcisi konumundadır. Bu sebeple bireylerin düşüncelerini sosyal medya etkilemektedir. Bu açıdan bakıldığında sosyal medyanın bireyler üzerindeki etkisi diğer bir değişle kullanıcılar üzerindeki etkisinin önemi inkâr edilemez bir durum olarak karşımızda durmaktadır. Bu dijital platform olan sosyal medya alanında ortaya çıkan; resmi, gayri resmi, bilimsel olan veya bilimsel olmayan içerikler bulunmaktadır. Bu perspektiften bakıldığında sosyal medyanın bireyleri etkisi altında bırakma gücü manipülasyona uygun bir ortamı da beraberinde getirmektedir (Tekke ve Lale, 2021, s. 47-48).

Yalan haber kavramı “gazetecilik prensipleri altında toplanan enformasyonun doğrudan yanlış veya yanıltıcı içerik olarak maskelenmesi” olarak tanımlanmaktadır (Kocabay Şener, 2018, s. 359). Yapay zekâ teknolojilerinin kullanıldığı ortamda, doğruluğu kanıtlanmış bilgi ve yalan haberlerin yayılma hızı geleneksel haberciliğe göre önemli ölçüde artmıştır. Yalan haberin yayılma hızı doğru ve gerçek habere göre daha hızlı olması sorunsalı bu durumun ne kadar önemli olduğuna dikkat çekmektedir. Geleneksel medyanın dijital, mobil ve sosyal medya platformlarına kaymasıyla birlikte, haber akışı hızlanmış ve çeşitlenmiştir. Ancak bu durum, yalan haber ve yanlış bilginin de hızla yayıldığı bir ortam yaratmıştır. Sosyal medya, yanlış enformasyonun hızlı yayılmasını sağlayarak kitlesel düzeyde etkili bir şekilde yayılmasına katkıda bulunmuştur. Yalan haberin tarihi, medya tarihi kadar eski olmakla birlikte, hakikat sonrası(post-truth) kavramının önem kazanmasına ve bu sorunun daha fazla tartışılmasına neden olmuştur (Kocabay Şener, 2018 s. 357).

Sosyal medya kanallarında düzeltme yapılan haberler, genellikle düşük ilgi görmektedir. Bu durum, yalan haberlerin sansasyonel etkisinin, doğru haberlere olan ilgiden çok daha yüksek olduğunu göstermektedir (Sarioğlu, 2020, s. 386). Yapay zekâ haberciliği, bu bağlamda hem haberciliğin doğruluk ve güvenilirlik ilkeleri açısından zorluklar yaşanmasına neden olmakta hem de bu tür sorunlarla başa çıkmak için çeşitli çözümler geliştirme gerekliliğini ortaya koymaktadır. Yalan haberle mücadelede alternatif medyanın katkıları sınırlı kalmakta, ekonomik ve siyasi çıkarlar uğruna bu mecralarda yalan haberler görülmektedir. Bu nedenle yapay zekâ tabanlı haber sistemlerinin

geliştirilmesi hem doğruluk hem de etik standartların korunması açısından önemli bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır (Ünal ve Taylan, 2017, s. 81-85). Olgusal gerçekliğe uygun haber yapmak ile toplumsal sorunlara dikkat çekmek gibi, ilk bakışta içsel bir çatışma barındırmayan gazetecilik nosyonları, kimi zaman yalan haber üretiminin arka planındaki ahlaki ikilemleri görünür hale getirmektedir (Taş ve Taş, 2018, s. 187).

2.4.3. Haberin Dijitalleşmesi ile Birlikte Ortaya Çıkan Etik Problemler

Her değişen teknoloji bir öncekine göre daha ileride birçok imkânı o alana sunarken beraberinde de birtakım sorunları ve etik problemleri getirmektedir. Haber oldukça uzun zamandan beri insan yaşantısının bir parçası olarak gündelik hayatın içinde yer almaktadır. Haber aktarımının profesyonelleşmesi ile bir meslek halini alma süreci oldukça uzun zamana yayılmaktadır. Tüm bu süreçlerin doğrultusunda görülmektedir ki: teknolojik gelişmeler birçok meslekte olduğu gibi habercilik sektörünü de doğrudan etkilemiştir. Özellikle medya sektörünün yeni medya alanındaki sosyal platformlarda yerini almasıyla birlikte haber alanı yazılı basın ve televizyonculuk alanından zemin değiştirerek daha çok dijital ortama geçmeye başlamıştır. Günümüzde kişiler arası iletişim sürecinin; makinelerle ve makineler arası iletişime doğru genişlediği, sanal ile gerçek arasındaki sınırın bulanıklaştığı düşünüldüğünde etik sorunların tartışılması gerekmektedir (Öztürk ve Zeybek, 2021, s. 2).

Haberin dijitalleşmesi ile haber dağıtım ve toplama pratikleri de değişerek haber üretim süreci kendini teknolojik gelişmeleri bir şekilde uyarlamayı başarmıştır. Bu süre boyunca ortaya çıkan birçok etik problem gazetecilik mesleğini yerine getiren meslek profesyonellerini zorlamış bununla birlikte de haberin temel yapısı değişkenlik göstermiştir. Değişen haber üretim biçimi ve dağıtımının getirdiği etik problemler birçok açıdan yaklaşabilecek düzeyde karşımızda durmaktadır. Genel hatlarıyla dijital etik problemleri bakılacak olursa karşımıza yalan haberler, yanıltıcı bilgilerin yayılması, görsel ve işitsel manipülasyonlar, reklam ve ticari baskılar, kopya ve içerik hırsızlığı, tıklanma odaklı habercilik vb. konular haberciliğin dijitalleşmesi ile ortaya çıkan problemlerdir. Bu etik problemler, dijital medyanın hızlı yayılma ve erişim imkânlarına rağmen dikkate alınması gereken konulardır. Medya endüstrisi, bu soruları çözmek ve etik standartları korumak için çeşitli önlemler almalı ve kamuoyunu bilinçlendirmek için çaba göstermelidir. Hak odaklı bir anlayışın temel olması şartıyla iletişim etiğine yönelik

toplumun eğitilmesi de gerekmektedir. Böylece haklarını gözeterek etik davranan bireyler söz konusu etik sorunlarla mücadele edebilecektir (Öztürk ve Zeybek, 2021, s. 12).

2.4.3.1. Yalan Haber ve Yanıltıcı Bilgi Yayılımı

Yalan haber gazetecilik mesleğinde uzun zamandan beri süregelen bir tartışma konusudur. Yalan haber ve yanıltıcı bilgi yayılımı, dijitalleşme ve sosyal medyanın hızlı yayılma ve erişim imkânlarıyla birlikte önemli bir sorun haline gelmiştir. Yanlış bilgiyi üretmek, yaymak ya da var olan bilgileri niyetli biçimde çarpıtarak vermek, kitleleri etkileyebilecek potansiyele ve imkâna sahip bir yöntemdir. Sosyal medyayla birlikte kitle iletişimlerinin yaygınlaşması, gerçek dışı haberin yayılma alanının ve hızının artmasına neden olmuştur (Kesgin ve Gül Ünlü, 2021, s. 36). Haberin taraflı bir biçimde diğer tarafı dezavantajlı durumda bırakacak şekilde üretilmesi ve yayılması geleneksel medya pratiklerinde halihazırda var olan bir durumdur. Fakat günümüzde asıl tartışma konusu olarak yer alan önemli nokta haberin yalan bir biçimde üretilmesinin sebebinin sosyal medya platformunda daha fazla izlenme, daha fazla görüntülenme alma ve daha fazla etkileşimde bulunma gibi nedenlerden dolayı olmasıdır. Buradaki sosyal medya hesaplarındaki haber üretiminin asıl amacı haber yayım işini profesyonel açıdan kamuoyu faydası gözeterek yapmadan sadece daha fazla kitleyi kendi hesabına çekmek için yapmasıdır.

Yalan haber terimi, günümüzde akademisyenlerin ve gazetecilerin üzerinde durduğu bir konu iken üzerinde uzlaşmış sabit bir tanımlamadan söz etmek mümkün değildir. Sosyal medyada yalan haber üretiminin finansal ve ideolojik açıdan yapıldığını söylemek mümkündür. Finansal açıdan bakıldığında gündem olan yalan hikayeler, içeriği üreten kişilerin sosyal medya hesapları aracılığıyla reklam gelirlerini dönüştürülmektedir. İdeolojik bağlamda ise kişi ve gruplar belirli ideolojileri veya siyasi hareketleri desteklemek için yalan haber üretmektedir (Taş ve Taş, 2018, s. 194-196). Yalan haberlerin ve yanıltıcı bilgilerin yayılması gazetecilerin okuyucuya vermiş olduğu güvenilirliği tehlikeye atarak Toplumun gazetecilere karşı olan güveninin azalmasına neden olmaktadır. Yalan haberlerin toplum üzerindeki olumsuz etkisi, toplumun yanlış bilgilendirilmesini ve yanlış yönlendirilmesini neden olurken halkın doğru kararlar almasını engelleyebilmekte hatta demokratik süreçleri etkileyebilmektedir. Yanlış bilgilerin yayılması, toplumda sosyal kutuplaşmayı arttırabilmektedir. Tüm bu nedenlerle

gazetecilerin yalan haberlerle mücadele etmesi ve doğru bilgiyi sağlama sorumluluğunu almaları son derece önemlidir. Etik kuralları ve gazeteci ilkelerine bağlı kalarak doğru ve güvenilir haberleri yaymak gazetecilerin en temel görevlerinde biridir.

2.4.3.2. Görsel ve İşitsel Manipülasyonlar

Görsel ve işitsel manipülasyonlar, medya ve iletişim araçlarında bilginin veya algının kasıtlı olarak değiştirilmesi veya çarpıtılması süreçlerini ifade etmektedir. Fransızca kökenli bir kelime olan manipülasyonun Türkçe karşılığı; insanları yönlendirme, seçme, ekleme ve çıkarma yoluyla bilgileri değiştirme; varlıkları yapıcı, açıklayıcı ve yararlı bir biçimde kullanma işi olarak açıklanabilmektedir (Arslan, 2019, s. 93). Görsel manipülasyonlar; fotoğraf, video ve grafiklerin düzenlenmesi yoluyla yapılmaktadır. Bu tür manipülasyonlar aracılığıyla gerçeklik çarpıtılarak izleyicinin algısı etkilenmeye çalışılmaktadır. İşitsel manipülasyonlar; seslerin düzenlenmesi ve değiştirilmesi yoluyla yapılmaktadır. Bu radyo programları, podcastler, televizyon yayınları ve diğer sesli medyalarda görülmektedir. Manipülasyon iletişim sürecinde alıcı ile verici arasında mesaj yapısına ve içeriğine bilinçli bir müdahaledir. Bu müdahale özellikle kaynak tarafından ve kimi zamanda araç yardımıyla; alıcıda istenilen düşünce ve fikir üretme süreçlerine etki etme şeklinde gerçekleşmektedir (Elitaş, 2022, s. 115).

Yapay zekâ haber üretiminde; içerik analizi ve kişiselleştirilmiş haber akışları gibi birçok alanda kullanılmaktadır. Ancak, bu teknolojinin yaygınlaşmasıyla birlikte görsel ve işitsel manipülasyonlar da artmaktadır. Yapay zekâ teknolojileri, deepfake ve ses sentezleme gibi araçlar kullanarak görsel ve işitsel içerikleri değiştirme yeteneğine sahiptir. Bu, haberlerin yanlış bir şekilde sunulmasına veya manipüle edilmesine neden olabilmektedir. Manipüle edilmiş görsel ve işitsel içerikler, habercilikte doğruluk ve güvenilirlik konularını tehdit etmektedir. Bu tür içerikler, halkın yanlış bilgi almasına ve medyanın güvenilirliğinin zedelenmesine yol açmaktadır.

2.4.3.2. Kopya ve İçerik Hırsızlığı

Habercilikte bir haberin alıntı kurallarına uyularak ya da uyulmadan başka bir yayın organında kullanılması, bir haberin atlatılarak kaynak gösterilmeden sunulması geçmişten günümüze bu kadar süregelen bir tartışma konusudur. Bu konu uluslararası düzeyde gazetelerin çevrim içi ortama taşınması ile daha karmaşık bir hale gelmiştir

(Çetinkaya, 2017, s. 287). Kısacası kopya içerik hırsızlığı, bir kaynağın izni olmadan içeriğin kopyalanması ve başka bir yerde yeniden yayınlanması olarak ifade edilmektedir. Bu durum telif hakkı ihlali olarak kabul görürken aynı zamanda etik dışı bir davranış olarak da kabul edilmektedir. Yapay zekâ araçları, metin oluşturma ve içerik üretme konusunda kullanıldığında, kopya içerik üretme ve yayma riski taşımaktadır.

Yapay zekânın haber üretiminde kullanılmasıyla birlikte haber içeriklerinin özgün olmak yerine birbirinin kopyası haline gelmeye başlamıştır. Özellikle yapay zekânın haber kaynaklarından aldığı bilgiler çoğu zaman ekleme veya düzeltme yapılmadan doğrudan okuyucuya kopya şeklinde sunulmaktadır. Yapay zekânın haber üretiminde kullanılması, içeriklerin özgünlüğünü kaybetmesine ve birbirinin kopyası haline gelmesine yol açmıştır. Özellikle yapay zekânın haber kaynaklarından aldığı bilgiler, çoğu zaman ekleme veya düzeltme yapılmadan doğrudan okuyucuya kopyalanmış olarak sunulmaktadır. Bu süreçte, mevcut içeriğin tekrar tekrar kopyalanması ve yapay zekâ tarafından üretilen haberlerin çoğu zaman yalnızca minimal düzenlemelerle yayımlanması, internet gazeteciliğinde hızlı ve yoğun bir içerik üretim yarışına yol açmıştır. İnternet gazetecileri arasında, kopyala/yapıştır yaklaşımı giderek yaygın bir uygulama haline gelmiştir. Bu durum, sınırlı sayıda özgün ve kaliteli haberin, çeşitlilikten ziyade yeniden kopyalanabilir içerik üretme amacıyla kullanılmasıyla kısır döngüyü devam ettirmektedir. Sonuç olarak, bu süreçler, haber içeriklerinin benzerleşmesine neden olmakta ve internetin sunduğu çeşitlilik avantajını da dezavantaja dönüştürmüştür (Temel, 2018, s. 1-5).

2.4.3.3. Tıklanma Odaklı Habercilik

Tık odaklı habercilik, okuyucuların dikkatini çekmek ve web sitelerine trafik sağlamak amacıyla başlık ve içeriklerde abartılı veya yanıltıcı ifadeler kullanılmasıdır. Bu tür habercilik, genellikle okuyucuları sadece başlıkları tıklamaya teşvik etmekte ve içerik genellikle beklentileri karşılamamaktadır. Haber başlıkları, haberlere kısa bir bakış açısı sağlayan ve özet olarak tanımlanan başlıklardır. Haberin başlığının en temel amacı okuyucuda merak uyandırmak ve okuyucunun ilgisini çekerek reaksiyon almaktır. Tık odaklı habercilik, ‘click-bait’ ve ‘tık tuzağı’ olarak da bilinmektedir. En kısa açıklamasıyla tık odaklı habercilik; dijital ortamlarda hazırlanan haberlerde yer alan başlıkların veya görsellerin sadece tıklama sayısını arttırmak amacıyla kurgulanması

olarak ifade edilebilmektedir (Çavuş ve Ede, 2021, s. 28). Bu tür üretilen içeriklerde asıl amaç haberin niteliğinden daha çok okuyucunun haberin içeriğine çekilmesidir. Tık odaklı haber amacıyla üretilen haberin içeriğine bakıldığında çoğunlukla başlık ile alakasız haberler okuyucunun karşısına çıkmaktadır.

Yapay zekâ, tık odaklı haberciliğin yaygınlaşmasında önemli rol oynayan faktörlerden biri haline gelmiştir. Yapay zekâ algoritmaları, kullanıcıların tıklama alışkanlıklarını analiz ederek, hangi tür başlıkların daha fazla tıklama aldığını belirlemekte ve bu verileri kullanarak içerik stratejisi oluşturmaktadır. Dijitalleşme sürecinde ortaya çıkan ‘tık odaklı habercilik’ anlayışı yapay zekâ ile haber sitelerinin ziyaretçi sayılarını artırmak amacıyla sansasyonel başlıklar ve tık tuzağı içeren yöntemlere başvurmasına neden olmuştur (Şimşek, 2024, s. 25). Yapay zekâ içerik üretimi süresince başlık ve metin önerileri sunarak tık odaklı yaklaşımları teşvik etmektedir. Yapay zekâ kullanıcıların ilgisini çekmek için optimize edilmiş başlıklar ve içerikler oluşturmak üzere eğitilebilmektedir. Bununla birlikte yapay zekâ, kullanıcıların hangi tür içerikleri daha çok tıkladığını ve hangi başlıkların daha fazla dikkat çektiğini analiz ederek, tık odaklı habercilik stratejileri geliştirmek için kullanılmaktadır. Bu durum tıklama oranlarını artırmak amacıyla içeriklerin daha fazla manipüle edilmesine neden olmaktadır.

3. BÖLÜM: PROFESYONEL HABERCİLİKTE YAPAY ZEKÂ KULLANIMININ DİJİTAL ETİK PERSPEKTİFİNDEN ANALİZİ

Yapay zekâ haberciliği açısından dijital etiğin önemi oldukça büyüktür. Yapay zekâ; haber üretimi, içerik önerileri, doğruluk kontrolü gibi birçok alanda kullanılmaktadır. Bu kullanım biçimleri etik sorumlulukları da beraberinde getirmektedir. İnsanlarla makineler arasındaki etkileşimin arttığı dijital habercilik ortamında, dijital etik ilkelerinin göz ardı edilmemesi gerekmektedir. Günümüzde yapay zekâ tarafından üretilen haberlerin doğruluğu ve tarafsızlığı konusunda endişeler bulunmaktadır. Yapay zekâ algoritmaları, haber içeriklerini belirlerken farklı kaynaklardan bilgileri analiz etmektedir. Bu süreçte alınan kararlar veri setlerindeki ön yargılar, yanlı bilgi kaynakları ve manipülatif içerikler gibi etik sorunları ortaya çıkarabilmektedir. Bu noktada yapay zekâ tarafından üretilen haberlerin doğruluğunu ve tarafsızlığını tehlikeye atmaktadır.

Yapay zekâ kullanımıyla ilgili etik sorunlar sadece içerik üretimiyle sınırlı değildir. Kullanıcıların dijital platformlarda karşılaştığı önerilen içerikler, reklamlar ve kişiselleştirilmiş içerikler gibi alanlarda da etik kaygılar bulunmaktadır. Yapay zekâ algoritmaları kullanıcıların davranışlarını analiz ederek içerikleri önerirken, bu süreçte gizlilik, güvenlik ve kullanıcı hakları gibi önemli konuları göz ardı edebilmektedir. Dolayısıyla, yapay zekâ haberciliği alanında da dijital etik ilkelerin gözetilmesi ve uygulanması gerekmektedir. Bu haber içeriklerinin doğruluğu ve tarafsızlığına dikkat edilmesi, veri gizliliğinin ve kullanıcı haklarının korunması, algoritmaların şeffaflığın sağlanması gibi konuları içermektedir. Yapay zekâ haberciliğinin güvenilir, şeffaf ve adil bir şekilde gerçekleştirilmesi için dijital etik ilkelerin titizlikle takip edilmesi ve bu etik ilkelerin ne olduğunun belirlenmesi yapay zekâ habercilik pratikleri açısından oldukça önemlidir.

3.1. Metodoloji

Metodoloji bilinene nasıl ulaştığımızı adım adım gösteren bir yoldur. Metodolojinin temel özelliği uygulanabilir olmasıdır. Metodoloji kısaca dünyamızı daha iyi anlama amacıyla kullandığımız metotlar ve spesifik yöntemlerle araştırdığımız konuya odaklanmamız olarak ifade edilebilmektedir (Kazan, 2016, s. 69). Metodoloji bir araştırmanın veya çalışmanın nasıl yapıldığını, hangi adımların izlendiğini hangi yöntemlerin kullanıldığını açıklayan disiplinler arası bir terimdir. Araştırma veya çalışma

sürecinin planlanması, veri toplama, analiz, yorumlama ve sonuçların çıkarılması gibi adımları içermektedir. Metodoloji, bir araştırma veya çalışmanın sağlam bir temele dayanmasını ve bilimsel bir yaklaşımı temsil etmesini sağlamaktadır. Araştırmacıların, çalışmalarının güvenilirliği ve geçerliliğini artırmak için uygun yaklaşımları seçmelerine yardımcı olmaktadır.

Araştırma metodolojisi, araştırmanın temelini oluşturan yöntemlerin, tekniklerin ve temel prosedürlerin açık ve sistematik bir şekilde tanımlanmasıdır. Bu, araştırmacıların araştırma sürecinin planlamasını, uygulamasını ve raporlamasını kolaylaştırırken, diğer araştırmacıların da çalışma hakkında yorum ve çıkarım yapabilmesini sağlamaktadır. Bir araştırmanın metodolojisi genellikle araştırmanın amacına, konusuna ve yöntemlerine bağlı olarak değişmektedir. Yapay zekâ haberciliği ve dijital etik kapsamlı bu tez için kullanılacak metodoloji, bu durumla bağlantılı olarak araştırmanın amaçlarına, sorularına ve kapsamına bağlı olarak değişmektedir.

Bu araştırmanın metodolojisi; yapay zekâ haberciliği ve dijital etik konularını incelemek ve analiz etmek için belirlenen yaklaşımı ve araştırma yöntemlerini detaylı bir biçimde tanımlamaktır. Bu araştırma, yapay zekâ haberciliği ve dijital etik konularını anlamak ve araştırmak için nitel araştırma yöntemini benimseyerek derinlemesine bir inceleme yapmayı amaçlamaktadır. Metodoloji; araştırma sorularını belirleme, literatür taraması, veri toplama, veri analizi ve sonuçların çıkarılması gibi adımları içermektedir.

3.1.1. Araştırmanın Problemi ve Soruları

Araştırmanın probleminin belirlenmesi o araştırmanın en zor aşamalarından biridir. Bu aşamada problem ilk önce hissedilmedi, fikir olarak edinilmesi ve son aşamada tanımlanması gerekmektedir. Problem seçimi bilimsel ahlak kurallarına uymak zorundadır. Araştırmadaki problem yeni ve güncel olmalıdır. Araştırmacı problemi seçerken konuyu önemli kılan şeyin ne olduğunu, konunun yapılabilirlik düzeyini ve özgünlük düzeyini göz önünde tutarak belirlemelidir (Kazan, 2016, s. 72-74). Araştırma problemi, araştırmaya temel sağlayacak kavramsal bir sınırın belirlenmesi, probleme uyan bir araştırma deseninin ortaya çıkması ve çalışma problemini açıklayan özün okuyucuya aktarılması açısından çok fazla önemlidir. Bu nedenle nitel çalışmalarda probleminin tespit edilmesi diğer aşamaların şekillenmesinde yönlendirici bir rol oynamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 81-82).

Her çalışmanın bir amacı vardır. Çalışmanın problemi bu amacı yansıtmaktadır. Araştırma problemini değerlendirmede “önem” ve “yapılabilirlik” dikkate alınan iki önemli ölçüttür. Araştırma probleminin önemi ilgili alandaki bir boşluktan ya da uygulamadaki bir sorunun daha iyi anlaşılmasına ya da çözümüne yönelik olmasından kaynaklanabilirken yapılabilirlik araştırmanın var olan kaynaklar ışığında yapılıp yapılamayacağına bağlıdır. Araştırma problemi belirlenirken araştırmacının, kendi kaynaklarını ve ulaşabileceği diğer kaynakları göz önünde bulundurması önemlidir (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 82-83). Araştırma probleminin, çalışılan alana yeni bir katkısının olması gerekmektedir. Araştırma problemi önemli bir problemi ele almaya çalışan bir çalışma olmalıdır. Sosyal bilimler alanında ortaya konulmak istenen araştırma problemi mevcuttaki literatür içinde yer almalıdır. Araştırma problemini oluştururken dikkat edilmesi gereken önemli noktalar; bu çalışma sonunda ortaya çıkacak sonuçlar literatüre ne kazandıracak ne gibi yararları olacak ve kimlere yardımcı olacaktır (Böke, 2009, s. 23-25).

Araştırmalarda problem cümlesi yazılırken açık ve sade bir dil kullanılmaktadır. Araştırma problemi soru cümleleri şeklinde ifade edilebilirken problem cümlesi çözülecek problemi açık ve net bir şekilde ortaya koymalıdır. Alt problemler problemin daha net bir şekilde belirlenmesini sağlamaktadır. Bu araştırmada, araştırma soruları yapay zekâ haberciliği ve dijital etik konularında hangi spesifik sorunların ele alınacağı konusunda belirlenmiştir. Araştırmada, “Yapay zekâ teknolojilerinin habercilik alanındaki kullanılmaya başlamasının, haberciliğin temel etik değerleri açısından ortaya çıkardığı sorunlar” konusu araştırmanın temel problemini ifade etmektedir. Bu ifade araştırmanın temel problemini açıkça belirtmektedir. Yapay zekâ teknolojilerinin haberciliğinde kullanımının artmasıyla birlikte ortaya çıkan etik sorunların incelenmesi; doğruluk, tarafsızlık, veri gizliliği ve manipülasyon gibi temel etik değerlerle ilgili hassasiyetleri ele almayı içermektedir. Bu problemi çözmek için araştırma, bu teknolojilerin etik boyutlarını anlamak ve bu alanda etik standartları belirlemek üzerine odaklanmaktadır. Bu temel etik değerlerin yapay zekâ destekli haber üretimi gibi teknolojilerle uyumlu bir şekilde nasıl korunabileceği veya güçlendirileceğini konusu araştırmanın temel problemini oluşturmaktadır.

Araştırmadaki ana problem sorusu,

- "Yapay zekâ teknolojilerinin habercilik alanındaki kullanımının artması, haberciliğin temel etik değerleri açısından hangi tür sorunları ortaya çıkarmaktadır?"

Araştırmanın ana problem sorusu, yapay zekâ teknolojilerinin gazetecilikteki yükselen rolünün etik boyutlarını anlamak için araştırmaya temel bir çerçeve sunmaktadır. Araştırmanın odak noktası yapay zekâ destekli haber üretiminin; doğruluk, tarafsızlık, veri gizliliği ve manipülasyon gibi temel etik değerlerle nasıl etkileşime girdiği ve bu etkileşimin habercilik uygulamalarındaki sonuçlarını ortaya çıkarmak olacaktır. Bu soru ayrıca yapay zekâ teknolojilerinin habercilik mesleğindeki rolünün gelecekteki etik standartlar üzerindeki etkisini de değerlendirme fırsatı sunmaktadır.

Araştırmanın alt problem soruları,

- Yapay zekâ destekli haber üretiminin gazetecilik etiği açısından etkileri nelerdir?
- Yapay zekâ tarafından üretilen haberlerin doğruluğu ve güvenilirliği nasıl sağlanmaktadır?
- Haber editörlüğünde yapay zekâ kullanımının yarattığı etik sorunlar nelerdir?
- Yapay zekâ destekli haber üretimi ve algoritmik karar süreçleri, haberciliğin objektifliğini ve tarafsızlığını ne ölçüde etkilemektedir?
- Yapay zekâ kullanımıyla ilgili etik yönergeler veya düzenlemeler eksikliği, habercilik uygulamalarında hangi tür riskleri beraberinde getirmektedir?

Alt problem soruları araştırmanın kapsamını ve derinliğini belirlemeye yardımcı olmaktadır. Araştırmanın genel kapsamını belirlerken her bir soru farklı bir açıdan konuya yaklaşarak daha kapsamlı bir inceleme sağlamaktadır. Her alt problem sorusu ana problem sorusuyla ilişkili fakat farklı belirli bir konuyu hedeflemektedir. Bu da araştırmanın daha odaklanmış olmasını sağlarken derinlemesine analiz yapılmasına imkân tanımaktadır. Alt problem soruları araştırmaya yönlendirici bir rehber olarak yardımcı olmaktadır. Bu yardımcı sorular araştırmanın yönünü belirlerken hangi konuların ele alınacağını netleştirmektedir.

3.1.2. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı iyi tanımlanmış bir problem ifadesinde saklı olmakla birlikte her türlü yanlış anlamayı önleyebilecek açıklıkta olmalıdır (Kazan, 2016, s. 75). Genellikle bilimsel araştırmalarda çözüm aranan problem araştırmanın amacı olarak ifade

edilmektedir. Araştırmanın amacı o araştırmanın niçin araştırıldığını ortaya koymaktadır. Bir araştırmanın amacı araştırma probleminin somutlaştırılması ifade ve araştırma için yön tayin etmektedir. Araştırmanın amacı araştırmanın soruları ve toplanacak verileri açıklayabilecek nitelikte olmalıdır. Araştırmanın amacı açıklanırken önce genel olarak ifade edilir daha sonra ise ayrıntılı bir biçimde açıklanmaktadır.

Araştırmanın temel amacı yapay zekâ haberciliği ve dijital etik konularını inceleyerek, bu alanlardaki güncel gelişmeleri ve etik sorunları analiz etmektir. Yapay zekâ teknolojisinin gazetecilik ve haber üretim süreçlerini olan etkilerini araştırmak ve bu teknolojinin haberlerin doğruluğu, güvenilirliği ve tarafsızlığı üzerindeki potansiyel etkilerini değerlendirmek araştırmanın en temel amaçlarındandır. Bu araştırmanın diğer bir amacı da dijital medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte ortaya çıkan yeni etik sorunları ele almak ve çözüm önerileri sunmaktır.

Bu araştırmanın amacı yapay zekâ haberciliği ve dijital etik konularındaki literatürü derinlemesine incelemek ve mevcut bilgiyi bir araya getirerek bu alana yeni bir bakış açısı sunmaktır. Bununla birlikte bu araştırma gazetecilerin ve haber kuruluşlarının bu teknolojileri nasıl kullanabileceğini; etik ilkelerle uyumlu bir şekilde nasıl entegre olabileceğini ortaya koymayı da amaçlamaktadır. Bu araştırmada yapay zekâ haberciliği ve dijital etik konularını ele almak için nitel araştırma yöntemi kullanılarak derinlemesine bir inceleme yapılması amacı vardır.

3.1.3. Araştırmanın Önemi

Araştırmadan elde edilecek kuramsal ya da pratik yararların ne olacağı açıkça belirtilerek araştırmanın önemi bu kısımda vurgulanmalı araştırma sonucunda üretilen ilke ve teorilerin çözebileceği problemler, toplumda yapacağı değişimler işaret edilerek araştırmanın gereği ortaya konulmalıdır (Kazan, 2016, s. 75). Yapay zekâ haberciliği ve etik alanında yapılan araştırmalar, günümüzde önemli bir bilimsel ve toplumsal gereklilik haline gelmiştir. Bu araştırmalar, haber üretimi ve yayıncılığı alanında giderek daha fazla kullanılan yapay zekâ teknolojilerinin etkilerini ve beraberinde getirdiği etik sorunları incelemeyi amaçlamaktadır. Yapay zekâ teknolojilerinin haber akışını belirlemesi ve içerik üretim süreçlerine dahil olması; haberin doğruluğu, güvenilirliği ve tarafsızlığı üzerinde önemli etkiler ortaya çıkarmaktadır. Bu nedenle, yapay zekâ haberciliği ve dijital etik konularının araştırılması, haber endüstrisindeki profesyonellerin ve toplumun;

bu teknolojiye karşı bilinçlenmesi ve etik bir yaklaşım sergilemesi açısından yapay zekâ haberciliği ve dijital etik konusu önem taşımaktadır.

Yapay zekâ algoritmalarının haber içeriğini belirlemesi ve kişiselleştirilmiş haber akışlarının oluşturulmasında kullanılması, haberlerin çeşitli önyargılarla ve manipülatif içeriklerle şekillenmesine neden olabilmektedir. Bu durum, haberin tarafsızlığı ve doğruluğu konusunda ciddi endişelere yol açmaktadır. Ayrıca, yapay zekâ teknolojilerinin kişisel verilerin kullanımı ve mahremiyetin ihlali gibi etik sorunlarla gündeme gelmektedir. Bu bağlamda, yapay zekâ haberciliği ve dijital etik alanında yapılan araştırmalar, haber endüstrisinin bu teknolojileri nasıl etkili biçimde kullanılacağı ve toplumun bu teknolojiyi nasıl daha bilinçli bir şekilde yaklaşabileceği konusunda dikkate değer ipuçları sunabilmesinden dolayı önemli ve gereklidir.

Bu araştırma akademik açıdan büyük bir öneme sahiptir, çünkü yapay zekâ teknolojilerinin hızla geliştiği ve medya sektöründe giderek daha fazla kullanıldığı bu dönemde, yapay zekâ teknolojilerinin etik boyutlarını ele almak, doğru ve tarafsız habercilik için kritik öneme sahiptir. Yapay zekâ sistemlerinin karar verme süreçlerinde adalet, doğruluk ve şeffaflık gibi etik ilkelerini nasıl sağlanabileceğine dair bulgular medya kuruluşları ve gazeteciler için yol gösterici olacaktır. Bununla birlikte bu araştırma, yapay zekâ teknolojilerinin habercilikte güvenilir bir şekilde kullanılması için gerekli düzenlemeler ve yönergeler hakkında önemli bilgiler sunacak böylece medya endüstrisinde daha etik ve sorumlu bir yapay zekâ kullanımına katkıda bulunabilecektir. Bu nedenle tezin bulguları hem akademik literatüre hem de pratik habercilik uygulamalarına oldukça değerli katkılar sağlayacaktır.

3.1.4. Araştırmanın Hedefi

Bu araştırma yapay zekâ algoritmalarının haber akışını şekillendirilmesi, kişisel verilerin kullanımı ve mahremiyetin ihlali gibi konular üzerinde derinlemesine bir analiz yaparak, bu teknolojinin etik boyutlarını ortaya çıkarmayı hedeflenmektedir. Araştırmadan elde edilen bulgular, bilimsel literatüre katkı sağlamanın yanı sıra, gazetecilerin ve haber kuruluşlarının bu teknolojileri daha etik bir şekilde nasıl kullanabileceklerini yönelik pratik öneriler sunabilecektir. Kısacası yapay zekâ haberciliği ve dijital etik konusuna ilişkin yapılan bu araştırma, haber endüstrisindeki haber üretiminin temel etik değerler

üzerine inşa edilmesine ve toplumun habere daha güvenli bir şekilde erişmesine katkıda bulunacaktır.

Yapay zekâ haberciliği ve dijital etik kapsamlı bu araştırmanın temel hedefi, yapay zekâ teknolojilerinin habercilik alanında kullanımını ve bu kullanımın getirdiği etik sorunları derinlemesine incelemektir. Araştırma yapay zekâ destekli haber üretiminin gazetecilik etiği üzerindeki etkilerini, haberlerin doğruluğu ve güvenilirliği konusundaki zorlukları, haber editörlüğünde ortaya çıkan etik problemleri ve haberciliğin objektifliği ile tarafsızlığı üzerindeki potansiyel etkileri değerlendirecektir. Araştırma bu hedefe ulaşabilmek için nitel araştırma yöntemini olan görüşme metoduyla medya profesyonellerinin deneyimlerini ve görüşlerini ortaya çıkararak analiz edip, yapay zekâ algoritmalarının; şeffaflık ve denetlenebilir açısından nasıl iyileştirilebileceğini araştıracaktır.

3.1.5. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Bu araştırama yapay zekâ destekli haber üretiminin gazetecilik etiği üzerindeki etkilerini kapsamlı bir şekilde incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın kapsamını; yapay zekâ algoritmalarının haber üretiminde nasıl kullanıldığını ve bu teknolojilerin habercilik süreçlerini getirdiği yenilikler, yapay zekâ tarafından üretilen haberlerin doğruluğu, tarafsızlığı ve güvenilirliği gibi etik ilkelerin değerlendirilmesi, haber editörlüğünde yapay zekâ kullanımının yol açtığı etik sorunlar ve bu sorunların gazetecilik pratikleri üzerindeki etkileri, yapay zekâ teknolojilerinin medya sektöründe kullanılmasında dijital etik ilkelerin nasıl uygulanabileceği, yapay zekâ kullanımına ilişkin mevcut düzenlemeleri ve etik önerileri değerlendirilerek bu alandaki eksikliklerin çözümü üzerine tartışılması oluşturmaktadır.

Sınırlılıklar araştırmacının yapmak isteyip de çeşitli nedenlerle yapamadığı durumları göstermektedir. Araştırma probleminin değişkenlerine ve yöntemine ilişkin bazı sınırlılıkları olabilmektedir. Bu sınırlılıklar zaman, maliyet ve değişkenlerin kontrolüne bağlı sınırlılıklar şeklinde olabilmektedir (Kazan, 2016, s. 269). Başka bir ifadeyle araştırmacının ideal gördüğü ve normal olarak yapmak isteyip de çeşitli nedenlerle vazgeçmek zorunda kaldığı durumda araştırmanın sınırlılıklarıdır. Bu sınırlılıklar araştırmacının kontrolü dışındaki durumlardan da kaynaklanabilmektedir. Sınırlılıklar araştırmanın yöntemine, zamana, örnekleme ve sürece ilişkin olabilmektedir. Sınırlılık

kavramı araştırmanın kavramsal çerçevesiyle başka bir ifadeyle kapsamıyla sıklıkla karıştırılmaktadır. Sınır kavramı araştırmanın sınırlarının teorik çerçevesinin ne olduğunu ifade ederken sınırlılık kavramı ise araştırma süresince karşılaşılmaması öngörülen veya karşılaşılan engeller ve zorluklardır. Araştırma kapsamının ve sınırlılıklarının belirlenmesi araştırma için kolaylık sağlamaktadır. Araştırmanın kapsamında nelerin olup nelerin kapsam dışı bırakılacağı araştırma açısından önemli bir aşamadır.

Araştırmanın bulguları, belirli bir bağlam veya örneklem grubuyla sınırlı kalabilmektedir. Yapay zekâ teknolojilerinin hızlı gelişimi, araştırma bulgularının hızlı eskiyebileceği anlamına gelmektedir. Araştırma sürecince yapay zekâ teknolojisinde yeni teknolojik gelişmeler yaşanabilmektedir. Özellikle, yapay zekâ teknolojilerinin hızla evrildiği bir dönemde, uzun vadeli etkilerin tam olarak değerlendirilebilmesi zordur. Araştırma, belirli bir dil veya kültürel bağlamda yapılacağından dolayı diğer dil ve kültürlerdeki habercilik uygulamaları ve etik anlayışları araştırma kapsamına dahil edilmemesi araştırmayı sınırlandırmaktadır. Araştırmada yapay zekâ alında uzman kişilerden, gazetecilerden ve akademisyenlerden görüşler alınacaktır. Bu durumda yapay zekâ teknolojilerinin yeni kullanılmaya başlamasından dolayı katılımcı çeşitliliğinin az olmasına yol açmaktadır.

3.1.6. Araştırmanın Yöntemi

Yapay zekâ haberciliği ve dijital etik konularını derinlemesine inceleyerek bu teknolojilerin haber endüstrisindeki etkilerini ve etik boyutlarını anlamak için araştırmalarda çeşitli yöntemler kullanılmaktadır. Bu araştırmanın temel sorusu ve problemi göz önünde tutulduğunda bu araştırmaya en uygun araştırma yöntemi olarak nitel araştırma yöntemi görülmektedir. Nitel araştırma için net bir tanım yapmak oldukça zor olsa da nitel araştırma; gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma olarak tanımlanabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 40-41). Üzerinde araştırma yapılan olgu ve olaylar kendi bağlamında ele alınarak, insanların onları yükledikleri anlamlar açısından yorumlanmaktadır. Nitel araştırma, insanın kendisiyle ilgili olan sınırlarını çözmek ve kendi çabasıyla biçimlendirdiği toplumsal sistemlerin derinlerine inmek için geliştirdiği bilgi üretme yöntemlerinden biridir. Nitel araştırmada konu hakkında derin bir sonuca ulaşma çabası vardır. Nitel araştırmalarda neden-sonuç ilişkisi

kurulmamaktadır. Sayısal verilere ve istatistiklere daha az yer verilirken sözlü nitel analizlere daha çok vurgu yapılmaktadır (Kazan, 2016, s. 40-41).

Nitel araştırma yöntemiyle yürütülen araştırmalarda temel özelliklerin anlaşılması oldukça önemlidir. Nitel araştırma, derinlemesine anlayış sağlamak, bireylerin deneyimlerini ve algılarını anlamak için kullanılan bir bilimsel araştırma yaklaşımıdır. Nitel araştırma katılımcıların duygularını, düşüncelerini ve deneyimlerini derinlemesine keşfetmeyi amaçlamaktadır. Bu açıdan bakıldığında yapay zekâ haberciliği ve dijital etik kapsamlı bu araştırmada yapay zekâ teknolojisinin habercilik alanına etkilerinin mesleki dinamikleri etik açıdan nasıl etkilediğini anlamak için nitel araştırma uygun görülmüştür. Bu yöntem karmaşık etik sorunları anlamak ve konuyla ilgili önemli kişilerin görüşlerini dikkate alarak doğru bir biçimde analiz etmek için uygun bir çerçeveyi araştırmaya sunmaktadır. Yapay zekâ haberciliği ve dijital etik üzerine yapılan bu araştırmada nitel araştırma yöntemiyle katılımcıların deneyimlerine dayalı derinlemesine bir analiz yapılarak alana önemli bir katkı verilebilecektir.

Kavramsal ifadeyle evren, benzer özellikleri taşıyan bireylerin ya da öğelerin bulunduğu bir bütündür. Evren, araştırma sorununa yönelik tüm bireyleri ya da öğeleri kapsamaktadır. Evrenin bu kadar kapsamlı yapısının olması araştırmadaki veri toplama sürecini zorlaştırmaktadır. Tüm evrenden veri alabilmek genellikle maliyet yükü, zaman ve iş gücü gibi nedenlerle mümkün değildir. Evrenin soyut ve çok büyük olması sebebiyle evrenin bütününe ulaşmanın imkânsız olduğu ya da sonuçların tüm evrene doğru bir biçimde genellenemeyeceği durumlarda araştırmacı evreni belirli ölçütlere göre sınırlaması gerekmektedir. Araştırmacı evreni araştırmanın amaçları doğrultusunda uygun gerekçelerle daraltabilmektedir. Böylelikle toplanan veriler yardımıyla araştırma evreninin parametrelerine dair kestirmeler yapmak daha olanaklı hale gelmektedir. Genel anlamıyla örneklem evren içinde belirli ölçütlere dahilinde seçilen ve evreni temsil etme yeterliliğine sahip olduğu kabul edilen bir alt gruptur. Örneklem, evrenden örneklem alma işlemidir. Özetle evren tüm bireyleri çevreleyen geniş ve büyük bir grup iken örneklem evren içinden seçilen ve evreni temsil etme yeterliliği olan görece küçük bir kesittir. Bu seçme işlemine de örneklem denmektedir (Şimşek, 2018, s. 109-111).

Araştırma verilerinin elde edildiği kaynakların seçimi araştırma sonuçlarının temsil yeteneği ve benzer grup ya da ortamlar için anlamlılık bakımından önemlidir. Araştırma evreninin kesin hatlarıyla belirlenmesi araştırmanın bütün sorunlarını çözmez, çünkü

evren genellikle bir araştırmacının ulaşamayacağı kadar büyüktür. Bundan dolayı ortaya çıkan kavram ise örneklemdir. Örneklem sayesinde araştırmacı evreni temsil etme gücüne sahip sınırlı sayıda birey, olay veya olguyu araştırma kapsamına dahil etmektedir. Daha fazla birey, olay veya olguyu içeren evren, belirli yöntemlerle örneklem dediğimiz küçük ve çalışılabilir bir büyüklüğe indirgenmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 113-115). Nitel araştırmalarda araştırmacının evrene genellemesi beklenmemektedir. Nitel araştırmadaki örneklem; daha çok araştırmaya derin bulgular verebilecek bir amaca yönelik, araştırmaya maksimum çeşitliliği sağlayarak farklı konular kapsamında bağlantılar kurulmasına yardımcı olabilecek şekildedir.

Nitel araştırmalarda evrenin tamamına değil belirli durumlar veya kişiler üzerine derinlemesine çalışılmaktadır. Bu, daha az sayıda katılımcı ile daha ayrıntılı bilgi elde edilmesini sağlamaktadır. Nitel araştırmalarda katılımcıların kişisel deneyimlerine ve anlamlarına önem verilmektedir. Böylece verilerin daha zengin ve özgün yapıya sahip olmaları sağlanmaktadır. Nitel araştırma süreci, örneklem ve veri toplama yöntemleri açısından daha esnekler. Araştırma sürecinde ortaya çıkan yeni bilgiler doğrultusunda yöntemlerde değişiklik yapılabilir. Nitel araştırmalar, genellikle daha küçük ölçekli örneklem gruplarıyla gerçekleştirilmektedir. Bu durum derinlemesine analiz yapılmasını mümkün kılarken sonuçların genelleştirilebilirliğini sınırlamaktadır.

Araştırmacı evrenin tümü üzerinde çalışmak yerine daha ekonomik, zaman ve kontrol güçlüklerinin daha az olduğu ama evrenin tüm özelliklerini yansıtabilen bir örneklem üzerinde çalışmalıdır (Kazan, 2016, s. 269). Bu araştırmada bu açıdan bakıldığında yapay zekâ haberciliği ve dijital etik kapsamında araştırmacının tüm evreni oluşturan kişilerle görüşülmesi mümkün değildir. Araştırmacının evrenini medya sektöründe yapay zekâ teknolojilerini kullanan tüm gazeteciler, editörler, medya yöneticileri ve yapay zekâ uzmanları oluşturmaktadır. Aynı zamanda hem geleneksel medya kuruluşları hem de dijital ve online medya platformları yöneticileri bu evrene dahil olduğu düşünüldüğünde araştırmada tüm bu evrene ulaşılması beklenmemektedir. Araştırmacının amacına yönelik olarak seçilen örneklem araştırmacının konusu kapsamında araştırmaya spesifik, özgün ve derinlemesine veriler sunabilecek nitelikte olmalıdır. Bununla birlikte örneklemin ulaşılabilir olması ve yeterli düzeyde olması da araştırma açısından oldukça önemlidir.

Görüşme yönteminin tercih edildiği nitel araştırmalarda görüşülen kişilerin dikkatle seçilmesi oldukça önemlidir. Araştırmacının ana problemi kapsamında oluşturulan sorulara

en iyi ve doğru yanıtı verebilecek, konu hakkında derinlemesine bilgi sağlayabilecek kişilerin seçilmesi gerekliliğinden dolayı bu çalışmada “amaçlı örnekleme yöntemi” kullanılmıştır. Amaçlı örnekleme araştırmacının kendi hedefi doğrultusunda evrenden seçim yaparak örnekleme belirlemesidir. Örneklem belirlenirken araştırma sorununa en uygun olan öğelerin seçimine özen gösterilmelidir. Örneklem belirli bir amaç doğrultusunda belirlendiğinden evreni temsil etme gücü azalmaktadır. Bu durumda araştırma amacına ve seçilen örnekleme göre sonuçların yorumlanması doğru olacaktır (Şimşek, 2018, s. 121). Amaçlı örnekleme zengin bilgiye sahip olduğu düşünülen kişilerle derinlemesine çalışma yapılmasına olanak vermektedir. Bu anlamda, amaçlı örnekleme yöntemi pek çok durumda, olgu ve olayların keşfedilmesinden ve açıklanmasında yararlıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 118).

Bu çalışmada kullanılan örnekleme yöntemi, belirli bireylerin derinlemesine incelenmesine odaklanarak yapay zekâ destekli haber üretimi ve dijital etik konularında daha zengin ve ayrıntılı bilgiler sağlaması hedeflenmiştir. Bu yaklaşım, özellikle karmaşık ve çok boyutlu etik sorunları anlamak için uygundur. Bu örnekleme yöntemi araştırma sonuçlarının habercilik sektöründe yapay zekâ kullanımının etik yönlerini daha iyi anlamaya ve bu alanda geliştirilecek uygulamalar için önemli öngörüler sunmaya yardımcı olması beklenmektedir.

Araştırma Örnekleme	Yapay Zekâ Alanında Uzman Katılımcılar	Gazeteci Katılımcılar	Akademisyen Katılımcılar	Toplam
Katılımcı Sayısı	4	6	5	15

Tablo 1: Araştırma Katılımcı Sayıları

Kaynakça: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Araştırma örnekleme toplamda 15 kişiden oluşmaktadır. Araştırma evreninden örneklem seçilirken üç farklı grupta örnekleme yapılmıştır. İlk grup yapay zekâ alanında uzman katılımcılardan oluşmaktadır. Bu katılımcı grubunda 4 katılımcı vardır. Bu kişiler, yapay zekâ teknolojilerinin teknik yönlerini, algoritmalarını, işleyişini ve uygulama alanlarını anlama konusunda derin bir bilgiye sahiptirler. Bu uzmanlar, genellikle makine öğrenimi, derin öğrenme, doğal dil işleme ve yapay zekâ ile ilgili diğer alanlarda çalışmalar yapmış

veya uzmanlaşmışlardır. İkinci grup yeterli mesleki bilgi birikimine sahip gazetecilerden oluşmaktadır. Bu kişiler, haber üretimi, haber değerlendirme, editoryal süreçler ve gazetecilik etiği konularında deneyim sahibidir. Ayrıca, medya sektöründeki değişimleri ve teknolojik yenilikleri yakından takip ederler. Bu grupta toplamda 6 katılımcıdan oluşmaktadır. Üçüncü grupta habercilik, yapay zekâ ve etik alanında akademide üretim yapan akademisyenlerden oluşmaktadır. Bu kişiler, genellikle haber endüstrisindeki değişimleri ve teknolojik yenilikleri araştıran, analiz eden ve bu konularda teorik çalışmalar yapan akademisyenlerdir. Bu grupta toplamda 5 kişiden oluşmaktadır.

3.1.7. Araştırmanın Veri Analizi ve Bulguları

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak nitel veri toplama yöntemlerinden olan görüşme yöntemi kullanılmıştır. Görüşme yöntemi sosyal bilimlerde en sık kullanılan araştırma yöntemlerinden biridir. İlk bakışta görüşme, kolay bir veri toplama yöntemi gibi görünse de sadece konuşma ve dinleme gibi herkes tarafından kullanılan temel becerileri gerektiği düşünülmemelidir. Görüşme becerisi; duyarlılık, yoğunlaşma, bireyler arası anlayış, öngörü, zihinsel uyanıklık ve disiplin gibi pek çok boyutu kapsamaktadır. Görüşme yöntemiyle araştırmacı; deneyimler, tutumlar, düşünceler, niyetler, yorumlar, zihinsel algılar ve tepkiler gibi durumları ortaya çıkarmaya çalışmaktadır. Görüşme yönteminin; esneklik, yanıt oranı, sözel olmayan davranış, ortam üzerindeki kontrol, soru sırası, anlık tepki, veri kaynağının teyit edilmesi ve derinlemesine bilgi gibi güçlü yönleri vardır (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 129-133).

Görüşme yöntemi katılımcılarla birebir etkileşim içinde olmayı sağlayarak derinlemesine bilgi elde etmeyi mümkün kılmaktadır. Bu yöntem, araştırmacının katılımcılardan konuyla ilgili deneyimlerini, görüşlerini ve duygularını doğrudan öğrenmesine olanak tanımaktadır. Yapılan görüşmelerde katılımcılar detaylı şekilde düşüncelerini aktarmalı ve araştırmacıya önemli bilgiler sunmalıdır. Bununla birlikte görüşme yöntemi aracılığıyla katılımcıların yaşadıkları deneyimlerin ve bakış açılarının daha iyi anlaşılması ve belirlenmiş olan araştırma sorularına odaklanılması sağlanabilmektedir. Bu araştırmada yapay zekâ haberciliği ve dijital etik konularında görüşme yöntemi kullanılması, araştırmaya derinlemesine ve zengin bir veri seti sağlayarak araştırmanın kalitesini artıracaktır.

Araştırmada veri analiz metodu olarak içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Veri analizi nitel araştırmalarda en fazla güçlük çekilen aşamalardan biridir. Toplanan verilerin analiz edilerek yazılı bir rapor haline getirilmesi, araştırma açısından oldukça kritik bir süreçtir. İçerik analizi yöntemi, toplanan verilerin derinlemesine analiz edilmesini ve önceden belirli olmayan temaların ve boyutların ortaya çıkarılmasına olanak tanımaktadır. İçerik analizinde temel amaç, toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve bağıntılara ulaşmaktır. İçerik analizinde veriler oldukça derin bir işlemde geçer ve yüzeysel bir yaklaşımla fark edilmeyen kavram ve temalar bu analiz sonucu keşfedilmeye çalışılmaktadır. Bu amaçla toplanan verilerin önce kavramsallaştırılması, ortaya çıkan kavramlara göre mantıklı bir şekilde düzenlenmesi ve buna göre veriyi açıklayan temalar saptanmalıdır. Bu çerçevede içerik analizi yoluyla veriler tanımlanmaya, verilerin içinde gizli olabilecek gerçekler açığa çıkarılmaya çalışılmaktadır. İçerik analizinde birbirine benzeyen veriler belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirilerek ve düzenlenerek yorumlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 238-242).

Araştırmada nitel ve karma yöntemler için profesyonel veri analizi uygulamalarından olan Maxqda uygulamasının 2024 sürümü olan “Maxqda 24” uygulaması kullanılmıştır. Maxqda nitel ve nicel verilerin sistematik olarak düzenlenmesini, analiz edilmesini değerlendirilmesini sağlayan bir bilgisayar yazılım modelidir. Maxqda programı 1989 yılında nitel araştırmalar için piyasaya sürülmüş olmasına karşın çeşitli güncellemeler ile kapsamını genişletmiştir (Dereli, 2023, s. 149).

Maxqda veri analizi uygulaması ile yapılan kodlama işleminde katılımcılara yöneltilen sorulardan alınan cevaplar ile araştırmanın konusu, araştırmanın temel ve alt problemleri doğrultusunda kodlama şeması oluşturulmuştur. Bu kodlama şemasını 4 tema, 9 ana kod ve 37 alt kod oluşturmaktadır. Yapılan kodlamada 492 anlamlı kelime öbeği bu kodlara uygun olacak biçimde dağıtılmıştır. Bu dağıtım aşamasında araştırmacı konu kapsamında anlamlı gördüğü kelime öbeklerini, bu bazen bir kelime bazen bir cümle, bazen bir paragraf olabilmektedir, dağıtmaktadır. Kodlama şemasındaki 4 tema araştırmanın kapsamı çerçevesinde katılımcılardan alınan cevaplardan daha özgün veriler elde etmek için oluşturulmuştur. Bu temalar ve kodlar, yapay zekânın haber üretimi ve dijital etik sorunlar üzerindeki etkilerini anlamak için kapsamlı bir temel sağlamaktadır.

Yapay zekâ haberciliği dijital etik konularını ele alan bu araştırmada içerik analizi yöntemi; bu konuların dağılımının incelenmesi ve sistematik bir şekilde analiz edilmesi

amacıyla kullanılmıştır. İçerik analizi yapmak için kullanılan kodlama şeması, belirli anahtar temaları, kategorileri, verileri ve sorunların dağılımını analiz etmek için bir araçtır. Kodların kullanım amacı; içerik analizinde veriyi sistematik ve anlamlı bir şekilde düzenlemek, açmak ve yorumlamaktır. Özellikle yapay zekâ haberciliği ve dijital etik bilgilerinin geniş ve karmaşık verileriyle çalışırken, kodlar verideki belirli temaları, kavramları ve kavram ilişkilerini ortaya çıkarmak için kullanılmaktadır. Böylece, verinin ayrıntılı analizlerinin ve ayrıntılı etik dağılımının, temel gazetecilik pratikleri açısından daha net bir şekilde anlaşılması sağlanacaktır. Aşağıdaki tabloda kodlama şemasında kullanılan kodlar ve bu kodlama şemasına ait ana ve alt kodların kullanım amaçları açıklanmıştır.

KODLAR	Kodların Kullanım Amacı
Ana Kod: Doğruluk ve Güvenilirlik	Yapay zekâ destekli haberlerin doğruluk ve güvenilirlik açısından nasıl etkilendiğini anlamak. Bu kod, haberlerin doğru ve güvenilir olup olmadığını, kaynakların güvenilirliğini ve haberlerin gerçeğe uygunluğunu değerlendirmek için kullanılmıştır.
Alt Kod: Haberin Doğruluğu	Yapay zekâ tarafından üretilen haberlerin doğruluk seviyesini incelemek.
Alt Kod: Kaynakların Güvenilirliği	Kullanılan kaynakların güvenilirliğini ve haberlerin bu kaynaklara ne kadar dayandığını değerlendirmek
Alt Kod: Haberin Gerçekliği	Yapay zekâ tarafından üretilen haberin içerdiği bilgilerin gerçeklikle olan ilişkisini ortaya çıkarmak.
Ana Kod: Tarafsızlık ve Objektiflik	Yapay zekâ destekli haberlerin tarafsızlık ve objektiflik açısından nasıl bir etkisi olduğunu belirlemek. Bu kod, haberlerin ne kadar tarafsız ve objektif olduğunu değerlendirmek için kullanılmıştır.
Alt Kod: Haberin Tarafsızlığı	Haberin tarafsız olup olmadığını ve bilgi sunumunda önyargı bulunup bulunmadığını incelemek.
Alt Kod: Haber Seçiminde Yanlılık	Haberlerin seçiminde yanlılıkları tespit etmek.
Alt Kod: Bağımsız Haber Üretimi	Haberlerin bağımsız olup olmadığını ve dış etkenlerden ne kadar bağımsız olduğunu değerlendirmek.
Alt Kod: Haberde Eşitlik ve Dengelilik	Haberlerde eşitlik ve dengelilik ilkesinin uygulanıp uygulanmadığını analiz etmek.
Ana Kod: Şeffaflık ve Denetlenebilirlik	Yapay zekâ algoritmalarının şeffaflık ve denetlenebilirlik düzeyini değerlendirmek. Bu kod, algoritmaların şeffaflığı ve karar alma süreçlerinin denetlenebilirliğini incelemek için kullanılmıştır.
Alt Kod: Yapay Zekâ Algoritmalarının Şeffaflığı	Algoritmaların nasıl çalıştığını ve ne kadar şeffaf olduğunu incelemek.
Alt Kod: Karar Alma Süreçlerinde Denetlenebilirlik	Algoritmaların karar alma süreçlerinin ne kadar denetlenebilir olduğunu değerlendirmek.

Ana Kod: Veri Gizliliği ve Güvenliği	Yapay zekâ destekli haberlerin veri gizliliği ve güvenliği açısından taşıdığı etik sorunları araştırmak. Bu kod, kişisel verilerin nasıl korunduğunu ve mahremiyet ihlali risklerini incelemek için kullanılmıştır.
Alt Kod: Kişisel Verilerin Korunması	Kişisel verilerin nasıl korunduğunu ve veri gizliliği standartlarının nasıl uygulandığını analiz etmek.
Alt Kod: Mahremiyet İhlali Riski	Mahremiyet ihlali risklerini ve bunların haber üretimine etkilerini değerlendirmek.
Alt Kod: Kullanıcı Rızası ve Bilgilendirme	Kullanıcıların veri kullanımı konusunda nasıl bilgilendirildiğini ve rızalarının nasıl alındığını incelemek.
Ana Kod: Etik Yönergeler ve Düzenlemeler	Mevcut etik yönergelerin yeterliliğini ve ihtiyaç duyulan yeni düzenlemeleri değerlendirmek. Bu kod, mevcut düzenlemelerin etkili olup olmadığını ve yeni yönergelerin geliştirilmesi gerekliliğini incelemek için kullanılmıştır.
Alt Kod: Mevcut Düzenlemelerin Yeterliliği	Mevcut etik düzenlemelerin ne kadar yeterli olduğunu değerlendirmek.
Alt Kod: Yeni Etik Yönergeler Geliştirilmesi	Yeni etik yönergelerin geliştirilmesi ve mevcut eksikliklerin giderilmesi üzerine çalışmak.
Alt Kod: Düzenleme Eksiklikleri ve İhtiyaçlar	Mevcut düzenlemelerdeki eksiklikleri ve yeni düzenleme ihtiyaçlarını belirlemek.
Alt Kod: Uluslararası Düzenlemeler ve Uyum	Uluslararası düzenlemelerin nasıl uygulandığını ve yerel düzenlemelerle uyumunu değerlendirmek.
Ana Kod: Dijital İçerik Yayılımı	Dijital içerik yayılımının nasıl uygulandığını ve gerçekleştiğini değerlendirmek.
Alt Kod: Yanıltıcı Bilgi (Dezenformasyon)	Yanıltıcı bilgi (dezenformasyonun) yayılma biçimlerini incelemek.
Alt Kod: Manipülasyonu Riski	İçerik manipülasyonu risklerini ve bunların etkilerini değerlendirmek.
Alt Kod: Haberde Duygu Eksikliği	Haberde duygusal derinliğin eksikliğini ve bunun etkilerini analiz etmek.
Alt Kod: Hızlı Bilgi Yayılımının Etik Sorunları	Bilgi yayılımının hızının etik sorunlara neden olup olmadığını değerlendirmek.
Alt Kod: Teknolojik Eğitim ve Yeterlilik	Teknolojik eğitim ve yeterliliğin etik sorunlara neden olup olmadığını değerlendirmek.
Alt Kod: Algoritma Bazlı İçerik Dağıtımı ve Etkileri	Algoritma bazlı içerik dağıtımının etkilerini ve bunların haber yayılımına etkisini araştırmak.
Alt Kod: Haber Kalitesi	Haber kalitesini ve yapay zekanın bu kalitenin üzerindeki etkilerini değerlendirmek.
Ana Kod: Teknolojinin Haber Üretimine Entegrasyonu	Yapay zekanın haber üretimine entegrasyonunun getirdiği pratik ve etik zorlukları incelemek. Bu kod, teknolojinin entegrasyonu ve bu entegrasyonun gazetecilik pratikleri üzerindeki etkilerini araştırmak için kullanılmıştır.
Alt Kod: Haber Üretim Otomasyonu ve Verimlilik	Otomasyonun haber üretim sürecindeki verimliliği nasıl etkilediğini incelemek.
Alt Kod: Gazeteci ve Yapay Zekâ İş Birliği	Gazetecilerle yapay zekâ arasındaki iş birliğini ve bu iş birliğinin etkilerini değerlendirmek.
Alt Kod: Yapay Zekâ ve İnsan Denetimi	Yapay zekâ ve insan denetiminin haber üretimindeki rolünü analiz etmek.
Alt Kod: Haber Üretim Sürecindeki Etik Kaygılar ve Zorluklar	Yapay zekâ ve insan denetiminin haber üretimindeki rolünü analiz etmek.

Alt Kod: İşsizlik Endişesi	Yapay zekâ entegrasyonunun işsizlik endişelerine etkisini incelemek.
Ana Kod: Etik Sorumluluk ve Mesleki İlkeler	Gazetecilik mesleğinde etik sorumlulukları ve mesleki ilkeleri değerlendirmek. Bu kod, gazetecilik mesleği üzerindeki etik sorumlulukları ve standartların evrimini araştırmak için kullanılmıştır.
Alt Kod: Karar Alma Sürecinde Etik Sorumluluklar	Algoritmaların karar alma sürecindeki etik sorumlulukları ve bu sorumlulukların nasıl gerçekleştirdiğini incelemek.
Alt Kod: Etik İlkeler Uygunluk	Yapay zekâ haberciliğinin etik ilkelere uygunluk düzeyini değerlendirmek.
Alt Kod: Gazetecilik Mesleği Üzerindeki Etkiler	Yapay zekanın gazetecilik mesleği üzerindeki etkilerini analiz etmek.
Alt Kod: Mesleki Standartların Evrimi	Mesleki standartların nasıl evrildiğini ve yapay zekanın bu evrime etkilerini değerlendirmek.
Ana Kod: Dijital Etik İlke ve Yaklaşımlar	Dijital etik ilkelerini ve yaklaşımlarını değerlendirmek. Bu kod, yapay zekâ haberciliği için etik standartların geliştirilmesini ve toplum üzerindeki etkilerini incelemek için kullanılmıştır.
Alt Kod: Okuyucuyu Yapay Zekâ Haberciliği Konusunda Bilinçlendirme Çalışmaları	Yapay zekâ haberciliği hakkında okuyucuları bilinçlendirme çalışmalarını incelemek.
Alt Kod: Toplumsal Algı ve Okuyucu Üzerindeki Etkiler	Toplumsal yapay zekâ haberciliğine dair algısını ve bu algının okuyucu üzerindeki etkilerini değerlendirmek.
Alt Kod: Haber Endüstrisinde Etik Standartların Geliştirilmesi	Haber endüstrisinde etik standartların nasıl geliştirildiğini ve geliştirilmesi gerekliliğini incelemek.
Alt Kod: Dijital Etik Kılavuzları ve Düzenlemeler	Dijital etik kılavuzları ve düzenlemelerin etkilerini araştırmak.
Alt Kod: Yapay Zekâ Haberciliği Etiği Üzerine Yaklaşımlar	Yapay zekâ haberciliği etiği konusundaki farklı yaklaşımları değerlendirmek.

Tablo 2 :Kodlama Şeması ve Kodların Kullanım Amacı

Kaynakça: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

3.1.7.1. 1. Tema Yapay Zekâ Destekli Haber Üretiminin Haber Etiği Üzerindeki Etkileri

1.tema “Yapay Zekâ Destekli Haber Üretiminin Haber Etiği Üzerindeki Etkileri” başlığı altında oluşturulmuştur. Bu tema, yapay zekânın haber üretimi üzerindeki etkilerini inceleyerek, haberlerin doğruluk ve güvenilirliğini nasıl etkilediğini değerlendirmektedir. Özellikle, yapay zekânın haberlerin doğruluğunu ve kaynakların güvenilirliğini sağlama yeteneğini sorgulamaktadır. Ayrıca, tarafsızlık ve objektiflik konularına odaklanarak, yapay zekânın haber seçiminde yanlılık yaratıp yaratmadığını ve bağımsız haber üretimini nasıl etkilediğini araştırmaktadır. Şeffaflık ve denetlenebilirlik ise, yapay zekâ

algoritmalarının işleyişini ve karar alma süreçlerinin ne kadar şeffaf ve denetlenebilir olduğunu ele almaktadır.

Kod Sistemi	Yapay Zeka Uzmanı Katılımcılar	Gazeteci Katılımcılar	Akademisyen Katılımcılar	TOPLAM
✓ Doğruluk ve Güvenilirlik				0
• Haberin Doğruluğu	10	9	13	32
• Kaynakların Güvenilirliği	12	7	13	32
• Haberin Gerçekliği	4	5	5	14
✓ Tarafsızlık ve Objektiflik				1
• Haberin Tarafsızlığı	7	1	15	23
• Haber Seçiminde Yanlılık	4	1	6	11
• Bağımsız Haber Üretimi	1	3	1	5
• Haberde Eşitlik ve Dengelilik	4		3	7
✓ Şeffaflık ve Denetlenebilirlik				1
• Yapay Zeka Algoritmalarının Şeffaflığı	6	2	11	19
• Karar Alma Süreçlerinde Denetlenebilirlik	3	5	6	14
Σ TOPLAM	52	34	73	159

Şekil 1: Yapay Zekâ Destekli Haber Üretiminin Haber Etiği Üzerindeki Etkileri Teması Kod Dağılımı

Kaynakça: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Bu kod temasında toplamda 159 kod öbeği dağıtılmıştır. Bu kod teması 3 ana kod ve 9 alt kod içermektedir. Kod dağılımı yoğunluğuna bakıldığında bu temada kod yoğunluğunun “Haberin Doğruluğu”, “Kaynakların Güvenilirliği” ve “Haberin Tarafsızlığı” kodlarında olduğu görülmektedir. Özellikle akademisyenler bu kodlar üzerinde daha fazla durmuştur. Katılımcılar araştırma sorularına cevap verirken bu üç kod üstünde yoğun biçimde durmuşlardır. Özellikle yapay zekâ teknolojileri ve gazetecilik pratiklerinin birbirinin içerisine geçmeye başlamasıyla birlikte gazetecilik alanında doğruluk ve güvenilirlik konularında etik tartışmalar yoğun bir biçimde başlamıştır. Geleneksel medyadaki doğruluk ve güvenilirlik tartışmaları hala daha sıcaklığını korurken teknolojik anlamda yapay zekânın mesleğin içerisine dahil olması etik açıdan ele alınması gereken bir konu olarak karşımızda durmaktadır.

Tabloya bakıldığında akademisyen katılımcıların diğer iki gruba kıyasla daha fazla bu kodları vurguladığı gözükmemektedir. Akademisyen grubunda 73 kod öbeği ile daha yoğun bir değerlendirme yapılmıştır. Bununla birlikte gazeteci katılımcılar açısından ise vurgulan kod sayısı diğer iki gruba kıyasla azdır. Buradan hareketle görülmektedir ki; yapay zekâ destekli haber üretiminin haber etiği üzerindeki etkilerini akademisyenler gazetecilere kıyasla daha fazla yaşamaktadır. Bunun başlıca nedeninin yapay zekanın akademik açıdan ele alınıp işlenmesinin yoğun olması fakat gazetecilik mesleğinin yerine

getiren gazetecilerin ise yapay zekâ teknolojisiyle tam anlamıyla tanışamamasındandır. Özellikle yerel gazeteler; küçük işletmeler olduğundan dolayı yapay zekâ teknolojileri kullanımı daha tekdüze ve basit bir şekilde kopyala yapıştır mantığı ile ilerlemektedir. Akademik açıdan ise yapay zekâ haberciliği konusu daha fazla dikkat çeken ve ele alınan bir konu olduğundan kod öbeğimi yığılımı bu grupta daha fazladır. Yine aynı şekilde ‘haber seçiminde yanlılık’ ve ‘bağımsız haber üretimi’ kodlarına da gazeteciler daha az vurgu yapmıştır.

Haberin doğruluğu konusu habercilik açısından oldukça önemli bir konudur. Yapay zekâ (YZ) sistemleri ile haber üretiminde doğruluğu sağlamak; verilerin güvenilirliğine ve modelin nasıl eğitildiğine bağlıdır. YZ sistemleri, internet ve sosyal medyadan topladıkları verileri doğal dil işleme (NLP) teknikleri ve makine öğrenimi modelleri kullanarak analiz eder ve anlamlı metinler oluşturur. Ancak, bu sistemlerin verileri doğrulamak için harici kaynaklardan yardım alması gerekmektedir, çünkü dil işleme modelleri, yalnızca metnin anlamsal ve duygusal içeriğini analiz edebilir; haberin kaynağının doğruluğunu belirlemek için özel olarak eğitilmedikçe, haberin kaynağının güvenilirliğini tam olarak değerlendirememektedir.

Gelişmiş YZ modelleri, büyük veri setleri üzerinde eğitim alarak çalışır ve bu verilerin doğru seçilmesi çok önemlidir. İnternet ortamındaki veriler genellikle önyargılı, eksik veya tutarsız olabilir, bu da YZ sistemlerinin doğruluğunu etkilemektedir. Model doğrulama ve test aşamasında, eğitilmiş modelin performansı değerlendirilir ve yeni veriler üzerinde tahminler yapılmaktadır. Bu süreç, haberin doğruluğunu ve güvenilirliğini test etmeye amacına yönelik kullanılmaktadır.

YZ sistemleri, bilgileri doğrulamak için güvenilir veri tabanları, akademik araştırmalar ve yetkili web siteleri gibi çeşitli veri kaynaklarına başvurmaktadır. Ayrıca, birincil veri kaynaklarından (anketler, gözlemler, deneyler, görüşmeler) doğrulama yapabilmektedir. Ancak, yapay zekânın genellikle internet ortamından topladığı bilgiler, bu bilgilerin orijinal ve doğruluğunu sağlamamaktadır. Bu nedenle, YZ'nin ürettiği haberler çoğunlukla var olan verilerin harmanlanmasıyla oluşturulur ve bu, haberlerin doğruluğu açısından sorunlar yaratmaktadır.

Yapay zekânın taradığı bilgilerin hatalı veya bilinçli olarak yanlış bilgiler içermesi durumunda, YZ bu bilgileri doğruymuş gibi sunabilmektedir. Bu, bilgi doğruluğunu ciddi şekilde etkileyebilir ve gazetecilik pratiklerini yeniden şekillendirilmesine yol

açabilmektedir. Hedef, internette haberi ilk koyup en çok tıklamayı almak olduğunda, haberlerin kalitesi ve doğruluğu azalmaktadır. Bu nedenle, doğru ve güvenilir haberlerin üretilmesi için editoryal kontrol gereklidir. Enformasyon hızının arttığı bir ortamda, denetim hızı düşer ve bu durum doğru ve tarafsız haber kaynağı olmayı zorlaştırmaktadır. YZ sistemleri, genellikle belirli merkezler ve algoritmalar tarafından beslendiği için, bu sistemlerin ideolojileri ve amaçları doğrultusunda enformasyon sunma riski taşımaktadır. Bu nedenle, YZ sistemlerinin tarafsız ve adil bir şekilde tasarlanması, haberin doğru bir şekilde editoryal denetimden geçirilmesi ve veri koruma politikalarının oluşturulması önemlidir.

YZ'nin haber üretimindeki hızlılığı, haberlerin doğruluğu ve teyidi konusunda risk oluşturmaktadır. YZ, yanlış bilgi ve dezenformasyonu tespit etmek ve doğrulamak için kullanılabilir. Ancak, YZ tarafından üretilen haberlerin ve bilgilerin; doğruluğu ve tarafsızlığı sağlanmalı, ayrıca bu bilgilerin kaynağı net bir şekilde belirtilmelidir. İnsan gazetecilerin; haberleri doğrulama, etik açıdan değerlendirme ve insan bakış açısını ekleme gerekliliği, YZ'nin bu süreçteki sınırlamalarını telafi edebilmektedir.

Yapay zekâ (YZ) sistemlerinin haber üretiminde kullandığı bilgi kaynaklarının güvenilirliği, sistemlerin nasıl eğitildiğine ve verilerin doğruluğuna bağlıdır. YZ modelleri, eğitildiği bilgi kaynaklarına göre veri toplamakta ve analiz etmektedir. Ancak, bu sistemlerin bilgi doğruluğunu sağlamak için genellikle harici kaynaklardan yardım alması gerekmektedir, çünkü dil işleme modelleri sadece metnin anlamsal içeriğini analiz edebilmektedir. Haber kaynağının güvenilirliğini ise tam olarak değerlendirememektedir. Yapay zekâ, genellikle büyük miktarda veriyi analiz ederek haberleri otomatik olarak üretmeye odaklanmaktadır. Ancak, bu durum önyargılı veya eksik veri kümelerine dayalı haberlerin üretilmesine neden olabilmektedir. Bu nedenle, YZ sistemleri veri kaynaklarının güvenilirliğini artırmak için şeffaflık ve etik kurallara uyum sağlanmalıdır. Modelin ve veri kümelerinin açık kaynaklı olması, güvenilirliği artırmaktadır. Editoryal kontrol, YZ tarafından üretilen haberlerin doğruluğunu sağlamak için önemlidir. Bu, haberlerin editoryal denetimden geçirilmesini, veri kaynaklarının doğrulanmasını ve yasal mevzuat ile etik kuralların gözetilmesini içermektedir. Ayrıca, YZ'nin oluşturduğu içeriklerin şeffaflık ilkelerine uygun olması ve kaynakların belirtilmesi gereklidir.

Yapay zekâ tabanlı habercilik, büyük veri setlerini analiz ederek haberler üretme kapasitesine sahiptir; ancak bu süreçte yanlış bilgi, önyargı ve şeffaflık eksiklikleri gibi

riskler taşımaktadır. YZ, yanlış bilgi ve dezenformasyonu tespit etme ve doğrulama yeteneğine sahip olabilir, ancak bu sistemlerin güvenilirliği, veri kaynaklarının kalitesine ve editoryal denetim süreçlerine bağlıdır. YZ tabanlı habercilikte haberlerin güvenilirliğini artırmak için algoritmaların tarafsız bir şekilde hazırlanması, kaynakların güvenilirliğinin değerlendirilmesi ve editoryal kontrolün sağlanması kritik öneme sahiptir.

Kod Sistemi	Yapay Zeka Uzmanı Katılımcılar	Gazeteci Katılımcılar	Akademisyen Katılımcılar	TOPLAM
> Doğruluk ve Güvenilirlik	26	21	31	78
> Tarafsızlık ve Objektiflik	16	6	25	47
> Şeffaflık ve Denetlenebilirlik	10	7	17	34
Σ TOPLAM	52	34	73	159

Şekil 2: Yapay Zekâ Destekli Haber Üretiminin Haber Etiği Üzerindeki Etkileri Teması
Ana Kod Dağılımı

Kaynakça: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Bu şekilde "Doğruluk ve Güvenilirlik", "Tarafsızlık ve Objektiflik" ve "Şeffaflık ve Denetlenebilirlik" ana başlıklarının yapay zekâ uzmanı katılımcılar, gazeteciler ve akademisyenler tarafından ne yoğunlukta değerlendirildiğini göstermektedir. Araştırmadaki “Yapay Zekâ Destekli Haber Üretiminin Haber Etiği Üzerindeki Etkileri Temasındaki” ana kodların dağılımına bakıldığında “Doğruluk ve Güvenilirlik” ana kodlarının sayısının diğer kodlara kıyasla fazla çıktığı görülmektedir. Bunun başlıca sebebi (YZ) sistemlerinin haber üretiminde kullanılmasının, doğruluk ve güvenilirlik gibi haberciliğin temel etik konularında çeşitli zorluklar ve riskler taşımasıdır. YZ teknikleri, pratikteki performansları nedeniyle tercih edilse de henüz doğruluk ve güvenilirlik açısından tam anlamıyla olgunlaşmamıştır. Bu nedenle, veri kümelerinin ve algoritmaların doğruluğu ve güvenilirliği üzerinde dikkatli bir kontrol sağlanmalıdır. Bununla birlikte yapay zekâ sistemlerinin tarafsız, şeffaf ve denetlenebilir olması konusu da oldukça önemlidir.

Gazeteci katılımcılar, ‘tarafsızlık ve objektiflik’ ve ‘şeffaflık ve denetlenebilirlik’ ana kodlarında bu kodların önemine diğer gruplara kıyasla daha az vurgu yapmıştır. Bunun başlıca nedenleri arasında gazetecilerin haber üretim sürecindeki pratik zorluklara odaklanması olarak görülmektedir. Gazeteciler, haberin çeşitliliğine ve haber kalitesine etki eden değerlere doğrudan odaklandığından dolayı yapay zekâ programlarının geniş ve

etik çerçeveleri gibi konulara daha az odaklanmıştır. Bu sebeple bu kodlar daha az vurgulanmıştır.

YZ, eğitildiği veri setlerine bağlı olarak çalışır; bu yüzden, veri kaynaklarının tarafsızlığı ve önyargısızlığı, YZ tarafından üretilen haberlerin tarafsızlığını doğrudan etkilemektedir. Eğer veri setlerinde önyargı veya taraflı bilgi varsa, YZ'nin ürettiği haberler de bu yanlışlıkları yansıtabilmektedir. Dolayısıyla, veri kaynaklarının ve modellerin dikkatli bir şekilde seçilmesi ve denetlenmesi gerekmektedir.

Haberlerin tarafsızlığını sağlamak için, YZ sistemlerinin eğitilmesinde kullanılan veri setlerinin önyargısız olması önemlidir. Bununla birlikte, haberlerin doğruluğu ve tarafsızlığı konusunda yapay zekâ sistemlerinin tamamen güvenilir olduğunu söylemek zordur. YZ'nin ürettiği içerikler, önceden tanımlanmış kurallara göre şekillendirilir ve bu kuralların etkisiyle tarafsızlık doğrudan sağlanamayabilmektedir. Fakat, algoritmaların nasıl çalıştığı ve hangi verileri kullandığı konusunda şeffaflık sağlanmalıdır.

Haberin tarafsızlığı, geleneksel gazetecilikte olduğu gibi, YZ tarafından da sağlanmalıdır. Ancak, yapay zekânın duygusal analiz ve veri işleme gibi yöntemlerle, haberlerin tarafsızlık ve doğruluk konularında eksik kalabileceği unutulmamalıdır. YZ, tarafsızlığı artırmak için çeşitli teknikler kullanabilir, ancak bu sistemlerin önyargı ve manipülasyona karşı duyarlı olduğunu unutmamak gerekmektedir. YZ sistemlerinin tarafsızlık ve doğruluk üzerindeki etkileri karmaşıktır. Bu sistemler, veri kaynaklarının ve algoritmaların önyargılarını yansıtabilir, bu yüzden haber içeriklerinin dikkatlice denetlenmesi ve editoryal kontrol altında tutulması gerekmektedir. Ayrıca, kullanıcıların hangi verilerin ve algoritmaların kullanıldığını bilmesi sağlanarak, şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkeleri çerçevesinde haberlerin doğruluğu ve tarafsızlığı korunmalıdır.

Yapay zekânın (YZ) haber üretimi ve içeriği doğrulama yetenekleri, halen gelişim aşamasındadır. Bu teknolojiye dayalı habercilik, bazı sorunları da beraberinde getirmektedir. Yapay zekâ, kaynaklardan aldığı bilgileri okuyucuların ilgisini çekecek şekilde dönüştürme yeteneğine sahiptir; bu süreç, bir anlamda bilgi tercümesi olarak düşünülebilmektedir. Ancak, bu dönüşüm sırasında ortaya çıkabilecek yapay halüsinasyonlar (gerçek dışılık) ve doğruluk sorunları, haberlerin güvenilirliğini etkileyebilmektedir. Yapay zekâda halüsinasyon, makul görünebilecek ancak olgusal olarak yanlış veya verilen bağlamla ilgisiz çıktıların üretilmesi anlamında kullanılmaktadır (STM ThinkTech, 2023). Yapay zekâ halüsinasyon görebilir, eksik ve

yanlış referanslar gösterebilir, mantıksız çözümler ortaya koyabilmektedir. Bu durum karar almada kullanılırken mutlaka bir kontrol sürecinden geçirilmesini ve çıktıların teyit edildikten sonra kullanılmasını gerektirmektedir (Ünal ve Kılınç, 2024, s. 786).

Dil işleme modelleri, metnin anlamsal ve duygusal içeriğini analiz edebilir, fakat haber kaynağının doğruluğunu ve güvenilirliğini değerlendirebilmek için özel olarak eğitilmemişse, gelen metne dayanarak kesin bir yargıya varmayabilmektedir. Yapay zekâ tarafından üretilen haberler genellikle internet üzerindeki verilerin bir araya getirilmesiyle oluşturulan kurgusal içeriklerdir. Bu, haberlerin orijinalliğini ve doğruluğunu sorgulama gerekliliğini artırmaktadır.

Bilgilerin doğru olup olmadığını araştırmak, özellikle sosyal medya ve dijital ortamların hızla yayılan yanlış bilgileri nedeniyle, günümüzde daha zor hale gelmiştir. YZ'nin, literatüre dayalı içerikleri üretme yeteneği mevcutken, literatürde yer almayan yenilikçi haberleri oluşturmakta sıkıntı yaşadığı görülmektedir. Yapay zekâ tabanlı habercilik, geleneksel basındaki etik sorunları bünyesinde barındırmanın yanı sıra, dijital ortamların sunduğu ek risklerle de karşı karşıyadır. YZ'nin ürettiği haberler; yanlış bilgi ve dezenformasyon yayılmasına neden olabilecek daha gerçekçi ve inandırıcı sahte içerikler üretme potansiyeli bulunmaktadır. Bu durum, toplumda yanlış anlamalara ve manipülasyona yol açabilmektedir.

Yapay zekânın bilimsel doğruluk ve tarafsızlık açısından henüz yeterince gelişmediği gerçeği göz önüne alındığında, haber içeriklerinde YZ kullanımına dikkatli bir yaklaşım sergilemek önemlidir. YZ, büyük veri kümelerini analiz ederek otomatik haberler üretebilir, ancak bu süreç içeriklerin doğruluğunu ve güvenilirliğini sorgulama ihtiyacını artırır. Ayrıca, YZ'nin video ve ses kayıtlarını manipüle edebilme kapasitesi, gerçeklerin çarpıtılmasına ve yanlış bilgilendirmelere de yol açabilme riski taşımaktadır.

YZ modelleri, eğitildikleri veri setlerine dayanarak sonuçlar üretmektedir. Eğer veri seti tekdüze veya dengesizse, model belirli bir perspektifi daha fazla yansıtabilmektedir. Örneğin, spor haberlerinde büyük takımların perspektifi ağır basarsa, model bu takımların bakış açısını daha fazla yansıtabilir ve diğer takımların perspektifleri göz ardı edebilmektedir. Bu nedenle, veri setlerinin farklı demografik gruplardan ve coğrafi bölgelerden dengeli şekilde seçilmesi önemlidir.

Dijital mecralarda yayınlanacak haberlerin, sadece SEO müdahalelerinin ötesinde, kapsamlı ve dengeli bir şekilde desteklenmesi gerekmektedir. YZ sistemlerinin kullanımı,

haberlerin kişiselleştirilmesi, otomatik çevirisi ve görselleştirilmesi gibi konularda büyük yenilikler getirmektedir. Ancak, YZ'nin önyargılı veri setleri üzerinde eğitilmesi, önyargılı ve ayrımcı içeriklerin üretilmesine yol açabilmektedir. Yanlı veri setleri kullanılarak eğitilen YZ sistemleri, belirli bir ideolojiye veya perspektife hizmet eden haber içerikleri oluşturabilmektedir. Bu durum, haberlerin tarafsızlığını ve doğruluğunu olumsuz etkileyebilmektedir. Editoryal kontrol ve denetim, haberlerin güvenilirliğini sağlamak için gerekli olan unsurlardır.

YZ sistemlerinin her kullanıcıya özel içerikler oluşturma yeteneği, filtre balonları ve yankı odaları gibi sorunlara yol açabilmektedir. Kişisel verilerin filtrelenerek kullanıcının ilgilendiği veya ilgilenebileceği benzer içeriklere maruz bırakılması filtre balonlarını oluşturmaktadır (Gençler, 2021). Yankı odaları, kişilerin kendi ideoloji ve tutumlarına benzer olan kişiler ile iletişim kurdukları, farklı görüşlere yer verilmeyen, bunun sonucunda da mevcut inanç ve eğilimlerin pekiştirildiği iletişim ortamları olarak ifade edilmektedir (Ertürk, 2023, s. 152). Bu, kullanıcıların farklı bakış açılarını görmesini engelleyebilir ve bilgi çeşitliliğini azaltabilmektedir. YZ'nin kullanımı, nesnellik ve objektiflik sağlama potansiyeline sahip olsa da dil kullanımında tarafsızlık sağlamak her zaman garanti edilmemektedir. Bu nedenle, haber içeriklerinin dikkatlice seçilmesi ve önyargıların önlenmesi için gerekli tedbirlerin alınması önemlidir.

Bir yapay zekâ (YZ) modeli eğitilirken kullanılan veri kümesinin dengeli olması, tarafsız ve adil sonuçlar elde etmek için kritik bir öneme sahiptir. Benzer şekilde, bir YZ modelinin eğitildiği veri kaynakları da tarafsızlık açısından önem taşımaktadır. Örneğin, Amerika'da beyaz ırka sahip vatandaşlara ait kaynaklardan oluşturulan bir model, siyahi vatandaşlar hakkında sorulara yanıt verirken önyargılı olabilmektedir. Veri setlerinin çeşitli demografik gruplardan ve coğrafi bölgelerden dengeli şekilde toplanması, YZ sistemlerinin tarafsızlığını sağlamak için gereklidir.

YZ'nin kişiselleştirme yeteneği, kullanıcıların ilgi alanlarına uygun ve güncel anahtar kelimeleri içeren haberler sunma konusunda büyük fark yaratmaktadır. Ancak, YZ'nin haber üretiminde insan vicdanı ve merhameti ilkelerini taklit etme yeteneği bulunmamaktadır. Bu nedenle, kopyala-yapıştır haberciliğin artması ve özel haberciliğin azalması gibi riskler söz konusudur.

YZ sistemleri, belirli merkezlerden ve algoritmalarından beslenerek, bu merkezlerin ideolojilerine ve amaçlarına göre bilgi sunabilmektedir. Aynı veriyi kullanarak farklı

bakış açılarına göre haberler üretmek mümkün olsa da bu durum tartışmaya açık bir konudur. Ayrıca, YZ sistemleri her kullanıcıya özel içerikler oluşturabilir, bu da kullanıcıların belirli propaganda içeriklerine maruz kalmasına yol açabilmektedir. Evrensel habercilik etiği ve standartları, dijital dönüşümle birlikte daha fazla bilgi akışı ve veri elde edilmesi noktasında yeni boyutlar kazanmıştır. Bu standartlar ve ilkeler, YZ ile üretilen haberler için de geçerlidir. Eğer bu ilkeler ihlal ediliyorsa, sorumluluk içerik üreticilerine değil, standartları ve etik kuralları belirleyenlere aittir.

Yapay zekâ tabanlı haberleşme sistemlerinde şeffaflık; güven ve etik standartlar açısından büyük önem taşımaktadır. Derin öğrenme ve geniş dil modelleri gibi gelişmiş teknolojiler kullanılsa da bu sistemlerin çalışma prensipleri ve teorisi henüz tam anlamıyla oturmuş değildir. Yapay zekâ kullanarak haberlerin doğruluğunu ve etik standartlara uygunluğunu denetlemek mümkün, ancak bu sürecin nasıl yürütüleceği konusunda belirsizlikler devam etmektedir. Şeffaflık, bu noktada yapay zekâ sistemlerinin işleyişinin ve veri kullanımının kamuoyuna açık olması gerektiği anlamına gelmektedir. Kullanılan veri kümelerinin ve modellerin açık kaynaklı olması, güvenilirlik açısından önemli bir adım olarak görülmektedir. Bu sayede daha fazla insan bu algoritmaları inceleyebilmekte ve geliştirebilmektedir.

Yapay zekâ tarafından üretilen haberlerin hangi kaynaklara dayandığı, hangi algoritmalarla işlendiği ve kimler tarafından denetlendiği gibi unsurların şeffaf bir şekilde sunulması gerekmektedir. Yapay zekâ haber içeriklerinin üretilmesinde; şeffaflık, dürüstlük, özen, adalet, gizlilik ve mahremiyetin korunması, hesap verebilirlik ve sorumluluk üstlenme gibi etik prensiplere bağlı kalınmalıdır. Bununla birlikte, bu haberlerin hangi aşamada yapay zekâ tarafından üretildiğini belirtmek, içeriğin manipüle edilmesini önlemek açısından da önemlidir. Bazı akademisyenler, “bu haber yapay zekâ tarafından yazılmıştır” ibaresinin yetersiz olduğunu ve bu açıklamanın detaylandırılması gerektiğini savunmaktadır. Algoritmanın nasıl çalıştığı ve hangi veri kaynaklarını kullandığı da belirtilmelidir.

Yapay zekâ sistemlerinin manipülasyon riski taşıdığı da göz önünde bulundurulmalıdır, çünkü yapay zekânın önyargısız ve tarafsız bir içerik sunma garantisi yoktur. Bu nedenle, algoritmaların şeffaflığı ve etik denetim süreçleriyle manipülasyonun önlenmesi gerekmektedir. Ayrıca, yapay zekâ sistemlerinin hangi verileri topladığı, nasıl işlediği ve kullanıcılara hangi seçenekler sunduğu konusunda açıklık sağlanmalıdır. Kullanıcılara,

kişisel verilerinin nasıl toplandığı, işlendiği ve paylaşıldığı konusunda kontrol imkânı verilmelidir. Verilerin anonimleştirilmesi veya silinmesi de kullanıcıların talep edebileceği bir hak olmalıdır. Yapay zekâ teknolojilerinin haber üretiminde kullanılmasıyla birlikte, doğru haber üretimi ve şeffaflık prensipleri daha da önemli hale gelmektedir.

Yapay zekâ algoritmalarının şeffaflığı, dijital etik açısından kilit bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Yapay zekâ kullanılarak üretilen içeriklerin ne kadarının bu teknolojilerle üretildiği açıkça belirtilmeli, kullanılan algoritmaların ve veri kümelerinin incelenebilir olması sağlanmalıdır. Bu şeffaflık, güvenilir bir dijital medya ekosisteminin inşasında önemli bir adım olacaktır.

Yapay zekâ sistemlerinin haberleşme ve enformasyon alanında kullanımı, denetim ve sorumluluk açısından büyük bir soru işareti oluşturmaktadır. Haber üretiminde hız ve doğruluk gibi önemli avantajlar sağlasa da bu sistemlerin denetimi tam anlamıyla sağlanmadıkça yalan ve yanlış bilgi yayılma riski taşımaktadır. Gazete, televizyon ve radyo gibi geleneksel medya araçlarında yasal standartlara uygun olmayan haberler sıkı denetim altındayken, yapay zekâ tarafından üretilen haberlerin nasıl denetleneceği konusu halen belirsizliğini korumaktadır.

Gazetecilikte etik ve tarafsızlık ilkelerine bağlı kalmak büyük önem taşımaktadır. Yapay zekâ sistemleri, bilginin nasıl toplandığı ve işlendiği konusunda şeffaf olmadığı sürece, toplumda güven sorunları oluşacaktır. Bu nedenle, yapay zekânın kullanıldığı platformlarda gerçek zamanlı bir puanlama sistemi ile tarafsız gazeteciler ve bilim insanlarının içerik doğruluğunu onaylayacağı bir mekanizma kurulabilmektedir. Bu mekanizma, yapay zekâ tarafından üretilen haberlerin etik ve yasal çerçeveler dahilinde kontrol edilmesini sağlayabilecektir.

Yapay zekâ sistemlerinin nasıl çalıştığı, hangi verileri kullandığı ve karar alma süreçlerinde nasıl işlediği konusunda şeffaflık sağlanması, kullanıcıların güvenini kazanmak için temel bir gereklidir. Ayrıca, kişisel verilerin toplanması ve işlenmesi süreçlerinde kullanıcılara daha fazla kontrol ve seçim imkânı sunulmalıdır. YZ tabanlı içeriklerin üretilmesinde, bu sistemlerin potansiyel önyargıları ve etik ihlalleri göz önünde bulundurularak titizlikle incelenmesi ve gerekli tedbirlerin alınması gerekmektedir.

Yapay zekâ ile üretilen haberlerde "bu haber yapay zekâ tarafından yazılmıştır" ibaresinin eklenmesi önemli bir adım olsa da bu açıklamanın yeterli olmadığı görüşü yaygındır. Yapay zekâ sistemlerinin etik ve yasal sorumluluğu konusunda sorumlulukların net bir şekilde belirlenmesi ve denetlenebilirlik sağlanması büyük önem taşımaktadır. Bu noktada, haberin sorumluluğunun kimde olduğu; algoritmayı geliştiren programcıda mı, yazılım firmasından mı, yoksa yayıncı kuruluşta mı olduğu sorusunun çözülmesi gerekmektedir.

3.1.7.2. 2. Tema Dijital Etik Sorunlar

2.tema “Dijital Etik Sorunlar” başlığı altında oluşturulmuştur. Bu tema, dijital çağda karşılaşılan etik sorunları kapsamlı bir şekilde değerlendirmektedir. Veri gizliliği ve güvenliği, kişisel verilerin korunması ve mahremiyet ihlali riski gibi konuları araştırmaktadır. Kullanıcı rızası ve bilgilendirme sürecindeki etik meseleler de önemli bir yer tutmaktadır. Ayrıca, mevcut etik düzenlemelerin yeterliliği, yeni etik yönergelerin geliştirilmesi ve düzenleme eksiklikleri gibi konuları da incelemektedir. Dijital içerik yayılımı açısından yanıltıcı bilgi, manipülasyon riski ve hızlı bilgi yayılımının etik sorunlarını değerlendirirken, bu bağlamda teknolojik eğitim ve algoritma bazlı içerik dağıtımının etkilerini de araştırmaktadır.

Kod Sistemi	Yapay Zeka Uzmanı Katılımcılar	Gazeteci Katılımcılar	Akademisyen Katılımcılar	TOPLAM
Veri Gizliliği ve Güvenliği		1	2	3
Kişisel Verilerin Korunması	5	1	13	19
Mahremiyet İhlali Riski	1		11	12
Kullanıcı Rızası ve Bilgilendirme	2		6	8
Etik Yönergeler ve Düzenlemeler				0
Mevcut Düzenlemelerin Yeterliliği	3	2	5	10
Yeni Etik Yönergeler Geliştirilmesi	3		6	9
Düzenleme Eksiklikleri ve İhtiyaçlar	1	2	8	11
Uluslararası Düzenlemeler ve Uyum			8	8
Dijital İçerik Yayılımı				0
Yanıltıcı Bilgi (Dezenformasyon)		5	7	12
Manipülasyonu Riski	1	7	13	21
Haberde Duygu Eksikliği	2	5	1	8
Hızlı Bilgi Yayılımının Etik Sorunları		1	1	2
Teknolojik Eğitim ve Yeterlilik	6	1	5	12
Algoritma Bazlı İçerik Dağıtımı ve Etkileri	2			2
Haber Kalitesi	2	10		12
TOPLAM	28	35	86	149

Şekil 3: Dijital Etik Sorunlar Teması Kod Dağılımı

Kaynakça: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Bu tablo, "Veri Gizliliği ve Güvenliği", "Etik Yönergeler ve Düzenlemeler" ve "Dijital İçerik Yayılımı" ana kodlarına yapay zekâ uzmanları, gazeteciler ve akademisyenler tarafından yapılan değerlendirmeleri göstermektedir. Bu kod temasında toplamda 149 kod öbeği dağıtılmıştır. Bu kod teması 3 ana kod ve 14 alt kod içermektedir. Kod dağılımı yoğunluğuna bakıldığında bu temada kod yoğunluğunun “Manipülasyon Riski” ve “Kişisel Verilerin Korunması” kodlarında olduğu görülmektedir. Katılımcılar araştırma sorularını cevaplandırırken bu iki kod üstünde yoğun biçimde durmuşlardır. Özellikle dijital alanda üretilen içeriklerin yüksek oranda manipülasyon riski taşıması konusuna akademisyen katılımcıların vurgu yaptığı görülmektedir. Bunun başlıca nedeni; akademisyenlerin habercilik alanında yapılan akademik çalışmalarda manipülasyon, kişisel verilerin korunması ve mahremiyet gibi konuları sıklıkla çalışıyor olmalarından dolayıdır. Yapay zekâ uzmanı katılımcılar; bilişim alanında mekanik açıdan çalışma yürüttüklerinden, gazeteciler ise; haber üretimi pratikleri üzerinde yoğunlaştıklarından ve haber üretim süreci içerisinde hareket ettiklerinden dolayı bu konu üzerinde yoğunlaşmamışlardır.

Bilginin hızla yayılması denetim mekanizmalarını yavaşlatır ve böylece yapay zekâ tarafından üretilen haberlerin manipülasyona açık olma ihtimali artmaktadır. Bu nedenle, gazetecilik etiği ve sorumluluğu her zamankinden daha önemli hale gelmiştir. Yapay zekâ ile üretilen haberlerde etik ilkeler öncelikli olmayabilir ve bu durum, manipülasyona açık bir ortam yaratabilmektedir. Yapay zekânın manipülasyon yapabilme kapasitesi, özellikle kendi kodunu değiştirebilen sistemlerde daha belirgindir. Bu potansiyel tehlike, yapay zekâ tabanlı haberlerin yanlış temsillere yol açmasına ve toplumda yanlış algıların oluşmasına neden olabilmektedir. Bu tür manipülasyonlara karşı etkili önlemler almak zor olabilir, ancak bu tür sistemlerin sınırsız şekilde kullanıma açılması, toplum açısından ciddi riskler taşımaktadır.

Yapay zekâ haberciliği, geleneksel medyadaki etik sorunları bünyesinde barındırdığı gibi, dijital ortamın getirdiği ek sorunları da beraberinde getirmiştir. Bu noktada özellikle manipülasyon riski gibi konular toplumsal infiale yol açabilme ihtimali taşımaktadır. Yapay zekâ tarafından üretilen içeriklerin titizlikle incelenmesi, önyargıların değerlendirilmesi ve editoryal kontrol mekanizmalarının devreye girmesi gereklidir. Aynı zamanda, algoritmaların manipülasyona uğrayabileceği ve kötüye kullanılabileceği göz önünde bulundurularak hukuki yaptırımların devreye girmelidir.

Yapay zekâ, doğal dil işleme (NLP) algoritmalarıyla metinleri analiz eder ve yeni içerikler üretmektedir. Ancak bu süreçte yapay zekâ sıfırdan bilgi üretmez; mevcut verileri harmanlamakta ve sunmaktadır. Eğer yapay zekânın taradığı veriler hatalı veya bilinçli olarak yanlışsa, bu bilgileri doğruymuş gibi sunulabilmektedir. Bu durum, zamanla doğru ve yanlış bilgilerin birbirine karışmasına yol açabilir ve doğru bilgiyi ayırt etmek zorlaşabilmektedir. Yapay zekâ ile üretilen sahte yüzler, videolar ve ses kayıtları gibi içerikler, insanların güvenilir olmayan bilgilere maruz kalmasına ve bu içerikler üzerinden manipülasyon yapılmasına olanak tanımaktadır.

Yapay zekâ tabanlı haberleşme sistemleri, tarafsızlık ve güvenilirlik endişesi taşımaktadır. Bu nedenle, yapay zekâ ile üretilen haberlerde güvenilirlik ve tarafsızlık sağlanması için editoryal denetim şarttır. Manipülasyon riski, yapay zekânın potansiyel önyargıları ve algoritmaların nasıl geliştirildiği ile doğrudan ilişkilidir. Bu sebeple, doğru bilginin erişimini sağlamak ve manipülasyonu engellemek için açık ve kolektif bir tartışma gereklidir.

Yapay zekâ teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte, kişisel verilerin korunması giderek daha önemli bir hale gelmiştir. Özellikle içerik kişiselleştirme ve hedefli reklamcılık gibi uygulamalar, kullanıcıların geçmiş okuma alışkanlıkları, ilgi alanları ve davranışları gibi hassas bilgilerin toplanmasını ve işlenmesini gerektirmektedir. Bu durum, kişisel verilerin gizliliği ve mahremiyeti konusunda endişeleri de beraberinde getirmektedir. Nitekim, yapay zekâ platformlarının veri kaynaklarının çok geniş olması; bu verilerin güvenliği ve etik kullanımı konusunda soru işaretleri oluşturmaktadır. Özellikle, internet ortamındaki verilerin temizliği ve doğruluğu konusunda kaygılar bulunmaktadır.

Kişisel verilerin korunması konusunda mevzuat ve düzenlemeler önem kazanmaktadır. Türkiye'de yürürlüğe giren Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (KVKK) bu alanda önemli bir adım olmuştur. Ancak, yapay zekâ tabanlı haberleşme sistemleri için doğrudan bir mevzuat bulunmadığından, KVKK ve Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'na uygun hareket edilmesi için önlemler alınması gerekmektedir. Yapay zekâ sistemlerinin veri toplama ve işleme süreçlerinde, kişisel verilerin gizliliği ve mahremiyeti gözetilmelidir. Kullanıcılara, verilerinin nasıl kullanıldığı ve hangi seçeneklere sahip oldukları konusunda şeffaflık sağlanmalı, onlara kontrol imkânı tanınmalıdır. Ayrıca, veri koruma politikaları oluşturulmalı ve sistemlerin geliştiricileri ile işleticileri, veri gizliliği ve mahremiyet yasalarına uymakla yükümlü olmalıdır. Sonuç olarak, yapay zekâ

teknolojilerinin gelişimi ile kişisel verilerin korunması daha da önemli hale gelmiştir. Mevzuat, şeffaflık, kullanıcı kontrolü ve etik ilkeler, bu alanda alınması gereken önlemler arasında yer almaktadır.

Günümüzde yapay zekâ teknolojilerinin hızla gelişmesi ve yaygınlaşması, kişisel verilerin ve mahremiyetin korunması konusunda ciddi endişeleri de beraberinde getirmektedir. Özellikle yapay zekâ tabanlı gazetecilik ve haber üretimi alanında, veri gizliliği ve kişisel mahremiyet önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Yapay zekâ sistemleri, kişisel verilere kolayca erişebilme ve bunları izinsiz bir şekilde kullanabilme potansiyeline sahiptir. Örneğin, Cambridge Analytica skandalında olduğu gibi, şirketler Facebook'taki kişisel verileri izinsiz bir biçimde kullanarak reklam hedeflemesi yapmışlardır. Facebook-Cambridge Analytica Skandalı, 87 milyon Facebook kullanıcısının kişisel bilgilerinin Cambridge Analytica şirketi tarafından izinsiz bir şekilde alınması ve şirketin bu verileri destek verdiği seçim kampanyaları için kullanması olarak bilinmektedir (Özdemir, 2022, s. 25). Bu tür veri ihlalleri, kişilerin mahremiyetini ciddi şekilde zedelemektedir.

Yapay zekâ tabanlı haber üretiminde de mahremiyet ihlali riskleri bulunmaktadır. Gizli veriler veya veri sızıntıları yoluyla elde edilen bilgiler, kişisel bilgilerin ifşa edilmesine neden olabilmektedir. Bu nedenle, yapay zekâ tabanlı gazetecilik uygulamalarında, kişisel bilgilerin anonimleştirilmesi ve gerekli olmadıkça paylaşılmaması önemlidir. Mevcut yasal düzenlemeler, yapay zekâ teknolojilerinin hızlı gelişimi karşısında yetersiz kalmaktadır. Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (KVKK) ve Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu gibi mevzuatlar, yapay zekâ tabanlı sistemlerin veri gizliliği ve mahremiyeti konularındaki uygulamalarını tam olarak düzenlememektedir. Hem yapay zekâ sistemlerinin geliştiricileri hem de kullanıcıları, veri gizliliği ve kişisel mahremiyet konularında daha duyarlı ve sorumlu davranmalıdır. Ayrıca, yasal düzenlemelerin de bu hızlı değişime ayak uydurması ve yapay zekâ teknolojilerinin mahremiyet üzerindeki etkilerini daha kapsamlı bir şekilde ele alması gerekmektedir.

Yapay zekâ teknolojilerinin kullanımında kullanıcı rızası ve bilgilendirme kritik öneme sahiptir. Veri setlerinin kullanımında telif hakları ve izinler gibi yasal konulara dikkat edilmesi gerekmektedir. Kişisel verilerin korunması için tüm paydaşların uyması gereken kurallar olduğu, devletlerin sansüre kaçmadan düzenlemeler yapması, şirketlerin daha şeffaf olması ve kullanıcıların da farkındalık kazanması gerektiği belirtilmelidir.

Özellikle hassas veriler söz konusu olduğunda, yapay zekâ tabanlı uygulamalarda kişisel bilgilerin anonimleştirilmesi ve ifşa edilmemesi önemlidir. Veri gizliliği ve kişisel mahremiyet konusundaki yasal düzenlemeler teknolojik gelişmelerin gerisinde kalmakta, bu alanda hala önemli tartışmalar sürmektedir. Bu nedenle, yapay zekâ uygulamalarında izimli içerik kullanımı esaslarının açık bir şekilde yapılandırılması gerekmektedir.

Kullanıcıların, yapay zekâ sistemlerinin nasıl çalıştığı ve hangi verileri topladığı konusunda şeffaflık sağlanması, verilerinin nasıl kullanıldığı ve hangi seçeneklere sahip oldukları konusunda bilgilendirilmesi önemlidir. Ayrıca, kullanıcıların verilerinin silinmesi veya anonimleştirilmesi talebinde bulunabilmelidir. Yapay zekâ teknolojilerinin kullanımında kullanıcı rızası ve bilgilendirme, kişisel verilerin korunması, yasal düzenlemeler ve şeffaflık gibi konular kritik önem taşımaktadır. Tüm paydaşların bu konularda sorumluluk alması ve gerekli önlemleri alması gerekmektedir.

Kod Sistemi	Yapay Zeka Uzmanı Katılımcılar	Gazeteci Katılımcılar	Akademisyen Katılımcılar	TOPLAM
> Veri Gizliliği ve Güvenliği	8	2	32	42
> Etik Yönergeler ve Düzenlemeler	7	4	27	38
> Dijital İçerik Yayılımı	13	29	27	69
Σ TOPLAM	28	35	86	149

Şekil 4: Dijital Etik Sorunlar Teması Ana Kod Dağılımı

Kaynakça: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Yapay zekâ teknolojilerinin hızla gelişmesi ve yaygınlaşması, beraberinde önemli etik ve yasal sorunları da gündeme getirmektedir. Araştırma kapsamına bakıldığında özellikle “Dijital İçeriğin Yayılımı” ana kodunda bir yoğunlaşmanın olduğu görülmektedir. Bu durum, yapay zekâ ve dijitalleşmenin, geleneksel yazılı basın dijital ortama taşınma sürecini hızlandırmasından kaynaklanmaktadır. Günümüzde veri aktarımı ve haber paylaşımı dijital platformlarda gerçekleşmektedir. Dijital içerik yayılımı ana kodunun yoğun olmasının başlıca nedeni, dijital etik değerler konusunda birçok tartışmalı konunun bulunmasıdır. Haberin dijital ortamda nasıl yayınlanacağına dair etik bir çerçevesinin bulunmaması dijital içeriğin yayılımı konusunu önemli kılmaktadır. Özellikle veri gizliliği ve kişisel mahremiyet konuları, yapay zekâ uygulamalarında kritik bir öneme sahiptir. Yapay zekâ sistemleri; internetten, sensörlerden, akıllı evlerden ve diğer kaynaklardan topladıkları verilerle sürekli beslenmektedir. Bu durum, "veri vampiri"

olarak nitelendirilen yapay zekâ platformlarının, mahrem ve gizli verilere erişme riskini de artırmaktadır.

Tabloya bakıldığında akademisyen katılımcıların özellikle ‘veri gizliliği ve güvenliği’, ‘etik yönergeler ve düzenlemeler’ ana kodlarında diğer katılımcılara göre yoğun bir biçimde vurgu yaptığı görülmektedir. Bu ana kodlara akademisyen katılımcıların daha fazla vurgu yapmasının nedeni, gazetecilik mesleğinde etik standartların yüksek olması gerekliliğini düşündüklerinden dolayıdır. Gazeteciler bu kodları mesleki pratik açıdan zaten süreç içerisinde işlediğinden dolayı spesifik olarak dikkatini çekmemektedir. Akademisyenler ise kişisel verilerin korunması ve güvenlik konularına akademik açıdan büyük önem vermektedir, çünkü bu unsurlar haberciliğin temel etik değerlerini doğrudan etkilemektedir. Özellikle, yapay zekâ teknolojilerinin gazetecilik pratiklerine karşı olan etkisi, konunun akademik perspektiften ele alınmasındandır. Bu sebeple bu ana kodlardaki yoğunluk akademisyen katılımcılarda daha fazladır.

Hukuki düzenlemeler, teknolojik gelişmelerin gerisinde kaldığı için, yapay zekâ tabanlı uygulamalarda veri gizliliği ve kişisel mahremiyet konularında hala önemli tartışmalar yaşanmaktadır. Ancak, yasal standartların belirlenmesi ve uygulanması bu alanda kritik önem taşımaktadır. Yapay zekâ kullanımının etik açıdan da incelenmesi gerekmektedir. Özellikle, yapay zekâ tarafından üretilen haber içeriklerinin etik standartlara uygunluğu ve mevcut düzenlemelerin yeterliliği, önemli bir tartışma konusudur. Bu konuda, medya kuruluşlarının ve akademisyenlerin çalışmaları önem kazanmaktadır. Yapay zekâ teknolojilerinin gelişimi ve kullanımı; hukuki, etik ve güvenlik boyutlarıyla ele alınmalı; veri gizliliği, kişisel mahremiyet, telif hakları gibi konularda gerekli düzenlemeler yapılmalıdır.

Yapay zekâ teknolojilerinin kullanımı ve yeni etik yönergelerin geliştirilmesini zorunlu kılmaktadır. Uzmanlar, yapay zekânın yasal sınırların dışına çıkma riskini en aza indirmek için avukatlarla iş birliği yaparak insan geri bildiriminden takviyeli öğrenim (RLHF) yöntemini kullanmanın önemini vurgulamaktadır. İnsan Geri Bildiriminden Takviyeli Öğrenim (RLHF), yapay zekâ sistemlerini eğitmek için takviyeli öğrenmeyi insan geri bildirimiyle birleştiren gelişmiş bir yaklaşımdır. Bu yöntem, modelin eğitim sürecine insan eğitmenlerin bilgi ve deneyimlerini dahil ederek daha güçlü bir öğrenme ortamı oluşturmayı amaçlamaktadır (McFarland, 2023). Ayrıca, yapay zekâ kullanımında veri güvenliğinin sağlanması için blok zincir teknolojilerinden yararlanılması gerektiği

belirtilmektedir. Blok zinciri; dağıtılmış, paylaşılan, şifrelenmiş, değiştirilemez ve geri döndürülemez bir bilgi deposudur. Blok zinciri, kullanıcılar arasındaki işlemleri doğrulayıp saklayan bir sistemdir. Ağ yardımıyla yapılan tüm işlemler güvenle doğrulanır ve saklanır, bu nedenle blok zinciri, bütünlüğüne güvenilen, doğrulanabilir işlemlerden ve bu işlemleri içeren bloklardan oluşan bir veri tabanı olarak kabul edilmektedir (Ünal ve Uluyol, 2020, s. 168).

Hukuki düzenlemelerin oluşturulması da kritik bir konu olarak öne çıkmaktadır. Hukuk ve kullanım ilkeleri ile kılavuzların geliştirilmesi şart olarak görülmektedir. Özellikle, yapay zekâ kullanılarak yasa dışı ve ahlak dışı içeriklerin denetlenmesi için sistemler oluşturulması önerilmektedir. Bununla birlikte, bu sistemlerin de aşılabilmesi için yeni yapay zekâ çözümlerinin geliştirilmesi gerekebileceği vurgulanmaktadır.

Akademisyenler yapay zekâyâ yönelik düzenlemelerin gerekliliğine işaret etmektedir. Ancak, henüz bu konuda yeterli düzenleme olmadığı da belirtilmiştir. Öte yandan, yapay zekâ tabanlı gazetecilik uygulamalarına ilişkin yasal çerçevelerin oluşturulması gerektiği ifade edilmektedir. Bu kapsamda algoritmaların tarafsız hazırlanması, haberlerin doğru bir şekilde yazılması, veri koruma politikalarının oluşturulması, kaynak gösterme ve izinli içerik kullanma esaslarının yapılandırılması önerilmiştir. Ayrıca, habercilik etik ilke ve standartlarının yeniden tanımlanması gerekliliği vurgulanmaktadır. Yapay zekânın haberleşme alanındaki kullanımını düzenleyen yasal çerçevelerin geliştirilmesi ve güncellenmesi önemli bir ihtiyaç olarak öne çıkmaktadır. Bununla birlikte, sansür ve kısıtlama yerine, doğru bilginin erişimini sağlayacak yöntemler üzerinde çalışılması gerektiği de belirtilmiştir.

Yapay zekâ tabanlı habercilikte, yasal sınırların dışına çıkma riskini en aza indirmek için uzmanlarla iş birliği yapılması önemli görülmektedir. Ülkemizde henüz yeterli denetim mekanizmaları bulunmadığından, yalan ve yanlış bilgilerin yayılması riski bulunmaktadır. Kendi kodunu değiştirebilen yapay zekânın haberlerde manipülasyon yapma ihtimali oldukça yüksek ve tehlikelidir. Bu nedenle, içeriğin dijital etik perspektifinden incelenmesi gerekliliği vurgulanmaktadır. Veri gizliliği, kişisel mahremiyet ve telif hakları gibi konular hala önemli tartışma alanlarıdır. Algoritmaların tarafsız hazırlanması, haberlerin doğru yazılması, veri koruma politikalarının oluşturulması, kaynak gösterme ve izinli içerik kullanımı gibi hususlara dikkat edilmesi önerilmiştir.

Tüm bu sorunların sistemik olduğu, sadece bireysel çözümlerle değil, paydaşların bir araya gelerek müzakere etmesi ve çok yönlü yaklaşımlar geliştirmesi gerekmektedir. Denetim mekanizmalarının sıkılaştırılması da öneriler arasında yer alırken, yapay zekâ tabanlı habercilikte dijital etik ve yasal düzenlemelerin geliştirilmesi kritik önem taşımaktadır.

Yapay zekâ teknolojisinin hızlı gelişimi ve kullanımındaki sınırsızlık, akademisyenlerin endişelerine neden olmaktadır. Bazı katılımcılar, yapay zekâ şirketlerinin durdurulması veya kullanımının sınırlandırılması gerektiğini düşünmektedir. Diğer yandan, yasal düzenlemelerin teknolojik gelişmelerin ardından geldiği belirtilmektedir. Türkiye'de yürürlüğe giren Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (KVKK) önemli bir gelişme olsa da yapay zekâ tabanlı gazetecilikte veri gizliliği ve kişisel mahremiyet konusundaki yasal düzenlemeler hala tartışmalıdır. Bu konuda hukukçu, gazeteci ve yazılımcıların birlikte çalışması gerektiği vurgulanmaktadır.

Uluslararası iş birliğinin, bu sorunların ele alınması için teşvik edilmesi gerektiği belirtilmektedir. Ayrıca, evrensel habercilik etiği ve standartlarının bu alanda da geçerli olması gerektiği ifade edilmektedir. Sonuç olarak, akademisyenler yapay zekâ teknolojisinin kullanımındaki sınırsızlık konusunda endişe duymakta ve bu sorunların çözümü için uluslararası iş birliği, yasal düzenlemeler ve tüm tarafların katılımıyla gerçekleştirilecek müzakereler gerektiğini düşünmektedirler.

Yapay zekâ, sıfırdan bilgi yaratmaz; mevcut arşivdeki verileri harmanlayarak sunmaktadır. Eğer bu veriler yanlış ya da kasıtlı olarak hatalıysa, yapay zekâ bu bilgileri doğruymuş gibi sunabilmektedir. Bu durum zamanla doğru ve yanlış bilgilerin karışmasına, bilginin güvenilirliğinin sorgulanmasına neden olabilecektir. Sosyal medya üzerinden yayılan yanlış bilgilerin hızla yayılması ve doğru bilginin aynı hızla geri iletilmemesi günümüzün en büyük sorunlarından biridir. Bu durum, haber kalitesini düşürmekte, özellikle yapay zekâ destekli sistemlerin hız kazandırdığı süreçler dezenformasyona daha fazla zemin hazırlamaktadır.

Yapay zekâ, gazeteciler için haber toplama ve derleme sürecini kolaylaştırırsa da kopyala-yapıştır tarzı haberciliği artırmakta ve özgün gazeteciliğin yerini alabilme ihtimali bulunmaktadır. Hızlı enformasyon akışı, haberin doğruluğunu sorgulamayı zorlaştırır, bu da yanlış bilgi ve dezenformasyonun yayılmasına neden olabilmektedir. Yapay zekâ sistemleri, geleneksel medya etiğinde var olan sorunları dijital ortama taşıırken, yeni

riskler de doğurmuştur. Bu sistemler, yanlış bilgi yayılması ve manipölasyon potansiyelini taşımaktadır.

Yapay zekâ tabanlı haberlerin doğruluğunu ve tarafsızlığını kontrol etmek her zaman mümkün olmamaktadır. Veri kaynaklarının tamamen denetlenememesi, yanlış bilgi ve önyargıların haberlere yansımaya neden olacaktır. Öte yandan, yapay zekâ, yanlış bilgi ve dezenformasyonu tespit etmek ve doğrulamak için de kullanılabilir, böylece haberlerin şeffaflığı artırılabilir. Ancak yapay zekânın manipölasyon için kullanılması; demokrasinin zayıflamasına, kamuoyunun yanlış yönlendirilmesine ve sahte haberlerin hızla yayılmasına neden olacaktır. Ayrıca, yapay zekâ teknolojisiyle manipöl edilen videolar ve ses kayıtları, gerçek kişilerin yapmadığı ya da söylemediği şeyleri söylemiş gibi gösterebilmektedir. Bu tür manipölasyonlar, gerçeklerin çarpıtılmasına ve kamuoyunun yanıltılmasına yol açacaktır.

Yapay zekâ, metinlerin duygusal ve anlamsal analizini yapabilmekte; içerikteki olumlu ya da olumsuzluk ölçüsünü belirleyebilmektedir. Ancak etik kavramı manevi bir boyut taşıdığı için, yapay zekânın insanlarla duygusal bir bağ kurması mümkün değildir. Bu nedenle, duygusal bağ gerektiren konularda insanların ön planda olması kaçınılmazdır. Yapay zekâ, duygusal unsurları anlamaktan yoksundur ve gazetecilikteki vicdan, merhamet ve tarafsızlık gibi ilkelere sahip olma ihtimali oldukça düşüktür.

Yapay zekâ destekli habercilik, hız ve kolaylık sağladığı için bazı gazeteciler tarafından tercih edilse de duygudan ve gerçeklikten uzak, soğuk bir haber tarzının gelişmesine yol açmaktadır. Yapay zekâ, içeriği kaynağa dayandırmaksızın sunabilir ve haberlere duygusal bir derinlik katmayabilmektedir. Bu durum, yapay zekânın ürettiği haberlerin daha mekanik ve insani duygulardan yoksun olmasına neden olmaktadır.

Derin öğrenme ve geniş dil modelleri, yapay zekâ uygulamalarında önemli bir rol oynar, ancak bu teknolojilerin teorisi henüz tam olarak oturmamıştır. Yapay zekânın kötü ellerde ne kadar zararlı olabileceği konusunda toplumun şimdiden uyarılması önemlidir. ‘Fake’ destekli provokasyonlar gibi gelecekte yaşanabilecek riskler, toplumun bu tür tehditlere karşı bilinçlenmesini gerektirmektedir. Yapay zekâ tabanlı habercilik, okuyuculara kişiselleştirilmiş bir haber deneyimi sunabilmektedir. Ancak bu durum, kullanıcıların bilgiye ulaşımında yankı odaları oluşturarak, onların sadece onaylayıcı içeriklerle karşılaşmasına neden olabilecektir. Bu, bilgi çeşitliliğini sınırlayabilir ve taraflı bakış açılarını pekiştirebilmektedir. Hızlı bilgi yayılımı, etik sorunları da beraberinde

getirmektedir. Bilgilerin hızla yayılması, doğruluk ve güvenilirlik sorunlarına yol açacaktır. Ayrıca, algoritma bazlı içerik dağıtımı, belirli görüşlerin öne çıkmasına ve toplumsal kutuplaşmaya neden olabilmektedir. Bu bağlamda, haberlerin etik standartlara uygun olarak sunulması ve algoritmalarındaki önyargıların dikkate alınması önemlidir.

Yapay zekânın etkili bir şekilde kullanılabilmesi için, bu konunun okullarda ders olarak öğretilmesi gerektiği düşünülmektedir. Ayrıca, yapay zekâ tabanlı gazetecilik sadece yazılımcılar tarafından değil, gazeteciler tarafından da geliştirilmelidir. Yazılımcılar ve gazetecilerin iş birliği ihtiyacı günümüz iletişim fakültelerinin; yeni medya ve iletişim bölümleri aracılığıyla yazılımcı gazeteciler yetiştirilmesini gerektirmektedir. Okuyucuların yapay zekâ okuryazarlığı eğitimi almaları da önemlidir. Yapay zekâ sistemlerinin engelli ve dezavantajlı gruplar dahil herkes tarafından erişilebilir ve kullanılabilir olması sağlanmalıdır. Kamuoyunun, yapay zekânın haberleşme alanındaki etik ve yasal sorunlar hakkında bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Devletler bu konuda sansüre kaçmadan düzenlemeler yapmalı, şirketler şeffaf olmalı ve kullanıcılar verilerini daha dikkatli kullanmalıdır. Farkındalık eğitimleri, bu bilincin artırılması açısından büyük önem taşımaktadır.

3.1.7.3. 3. Tema Yapay Zekâ ve Gazetecilik Pratikleri

3.tema “Yapay Zekâ ve Gazetecilik Pratikleri” başlığı altında oluşturulmuştur. Bu tema, yapay zekânın gazetecilik pratikleri üzerindeki etkilerini ele almaktadır. Teknolojinin haber üretimine entegrasyonu, otomasyon ve verimlilik konuları bu temada öne çıkmaktadır. Gazetecilerin yapay zekâ ile iş birliği yapma şekilleri ve yapay zekânın insan denetimi ile nasıl kullanıldığını sorgulanmaktadır. Ayrıca, haber üretim sürecindeki etik kaygılar ve zorlukları değerlendirilirken, işsizlik endişeleri gibi sosyal etkileri de ele alınmıştır. Mesleki ilkeler, karar alma süreçlerinde etik sorumluluklar ve mesleki standartların evrimi gibi konuları kapsamlı şekilde yine bu temada incelenmektedir.

Kod Sistemi	Yapay Zeka Uzmanı Katılımcılar	Gazeteci Katılımcılar	Akademisyen Katılımcılar	TOPLAM
▼ Teknolojinin Haber Üretimine Entegrasyonu		1		1
Haber Üretim Otomasyonu ve Verimlilik	13	8	9	30
Gazeteci ve Yapay Zeka İş Birliği	6	11	13	30
Yapay Zeka ve İnsan Denetimi	8	5	5	18
Haber Üretim Sürecindeki Etik Kaygılar ve Zorluklar	1	4	1	6
İşsizlik Endişesi		2	3	5
▼ Etik Sorumluluk ve Mesleki İlkeler				0
Karar Alma Sürecinde Etik Sorumluluklar	3		7	10
Etik İlkelerle Uygunluk	2	4	3	9
Gazetecilik Mesleği Üzerindeki Etkiler	1	8	5	14
Mesleki Standartların Evrimi		5	1	6
Σ TOPLAM	34	48	47	129

Şekil 5: Yapay Zekâ ve Gazetecilik Pratikleri Teması Kod Dağılımı

Kaynakça: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Bu kod temasında toplamda 129 kod öbeği dağıtılmıştır. Bu kod teması 2 ana kod ve 9 alt kod içermektedir. Kod dağılımı yoğunluğuna bakıldığında bu temada kod yoğunluğunun “Haber Üretim Otomasyonu ve Verimlilik” ve “Gazeteci ve Yapay Zekâ İş birliği” kodlarında olduğu görülmektedir. Katılımcılar araştırma sorularına cevap verirken bu iki kod özelinde yoğun biçimde durmuşlardır.

Kodların bu iki kod üzerinde yoğunlaşmasının başlıca sebepleri arasında şu nedenler yer almaktadır. Haber üretim otomasyonu yapay zekâ teknolojileri ile gazetecilik alanında önemli yenilikler getirmeye devam etmektedir. Haber üretiminde; kişiselleştirme, çeviri ve görselleştirme gibi konularda yapay zekâ büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Yapay zekâ, büyük veri kümelerini analiz ederek otomatik haberler üretebilmekte; insan gazetecilerin daha karmaşık araştırma ve analizlere odaklanmasına imkân tanımaktadır. Ayrıca, kullanıcıların ilgi alanlarına göre haber önerileri sunarak okuma deneyimini iyileştirmektedir. Bununla birlikte, yapay zekâ tabanlı habercilik bazı riskleri de beraberinde getirmektedir. Önyargılı veya eksik veri kümelerine dayalı haberlerin üretilmesi, haber kalitesinin düşmesine neden olabiliyorken insan emeğinin tamamen devre dışı bırakılması da doğru bir yaklaşım olarak gözükmemektedir.

Bu şekilde teknolojinin haber üretimine entegrasyonu ana kodundaki kod yoğunluğu dağılımına bakıldığında kodların üç katılımcı grubu arasında homojen bir şekilde dağıldığı görülmektedir. Araştırmadaki diğer iki temada ise yığılmalar akademisyen katılımcılardaydı. Bu temada ise kod yoğunluğunun teknolojinin “Haber Üretimine Entegrasyonu” ana kodunda eşit bir şekilde dağılmasının başlıca nedeni gazetecilerin teknolojiyi haber üretiminde kullanmasının her geçen gün daha fazla artmasından ve

gazetecilerin haber üretim sürecinin bizzat içerisinde yer almasından dolayıdır. Yapay zekâ uzmanı katılımcıların bu kodlar üzerinde vurgu yapmasının başlıca sebebi ise haber üretiminde yapay zekâ teknolojisiyle birlikte haber üretiminin otomatikleşmesi ve bu teknolojiyle gazeteci iş birliğinin olabileceğinin öngörüsünden dolayıdır.

Yapay zekâ haberlerin hızlı bir şekilde üretilmesini sağlıyor, ancak bu durum yanlış bilgilerin ve yalan haberlerin yayılmasına da yol açabilmektedir. Bu nedenle, yapay zekâ destekli gazetecilik uygulamalarında denge ve hassasiyetin gözetilmesi oldukça önemlidir. Yapay zekâ gazetecilik alanında önemli fırsatlar sunuyor, ancak bu teknolojinin etkin ve sorumlu bir şekilde kullanılması gerekmektedir. İnsan gazetecilerin uzmanlığı ve deneyimi ile yapay zekânın gücünün birleştirilmesi, daha kaliteli ve güvenilir haber üretimi için kritik önem taşımaktadır.

Gazeteci ve yapay zekâ iş birliği durumu ise yapay zekâ teknolojisinin gazetecilik alanına girmesiyle birlikte kaçılmaz bir konu olarak görülmektedir. Bu iş birliği, gazetecilikte haber üretimini hızlandırma ve kolaylaştırma konusunda büyük avantajlar sunmaktadır. Veri toplama, analiz etme ve haber yazımı gibi görevlerde yapay zekâ araçları kullanılarak gazetecilerin iş yükü hafifletilebilmektedir. Çeşitli yazılımlar sayesinde internet sitelerinden otomatik olarak veri toplanabilir, bu da haber üretim sürecini hızlandırabilmektedir. Bununla birlikte, yapay zekânın haberin doğruluğunu ve güvenilirliğini değerlendirme konusunda tek başına yeterli olmadığını vurgulamak gerekmektedir.

Gazetecilikte yapay zekâ iş birliğinin en büyük katkısı hızdır. Özellikle konuşma deşifreleri ve haber düzenlemeleri gibi zaman alıcı süreçlerde yapay zekâ gazetecilere büyük kolaylık sağlamaktadır. Ancak, yapay zekâ yalnızca bir araçtır; etik değerlerin gözetilmesi, haberin içeriğinin kontrol edilmesi ve olayların derinlemesine analizi hâlâ insan gazetecilerin sorumluluğundadır. Yapay zekâ, özel haberlerin oluşturulmasında muhabirlerin yakalayabileceği detayları fark edemeyecek olsa da rutin haberler ve teknik işler konusunda önemli bir yardımcıdır.

Gelecekte yapay zekânın birçok meslek dalını etkileyeceği ve gazeteciliği de dönüştüreceği düşünülmektedir. Ancak yapay zekâ, tamamen gazetecilerin yerini alacak bir teknoloji olarak görülmemelidir. Gazeteciler, yapay zekânın ürettiği içeriklerin doğruluğunu ve etik uyumluluğunu kontrol etmekle sorumlu olmaya devam edecektir. Haberin insan perspektifinden yazılması, olayların yerinde takibi ve toplumsal bağlamın

değerlendirilmesi gibi görevler hala insan gazetecilere bağlıdır. Bu nedenle, gazeteciler ile yapay zekâ arasındaki iş birliği, habercilikte yeni bir dönemi başlatırken, bu teknolojinin etik ve yasal çerçeveler içinde kullanılması önem arz etmektedir.

Yapay zekâ, tıpkı bir yazarın kaynaklardan aldığı bilgileri dönüştürmesi gibi, veri kümelerinden elde ettiği bilgileri işleyerek anlamlı ve okunabilir hale getirmektedir. Yapay zekâ modelleri, optimizasyon algoritmaları ile veri kümelerini işleyerek hataları azaltır ve daha iyi sonuçlar üretmektedir. Ancak, bu modellerin doğruluğunu ve tarafsızlığını sağlamak için sürekli takip edilmeleri ve gerekirse güncellenmeleri gerekmektedir. Bu noktada ise yapay zekâ kullanımı mutlaka bir insan denetimi ile kullanılmalıdır.

Yapay zekâ hızlı bir öğrenme yeteneğine sahiptir, fakat tamamen insan müdahalesi olmadan etik ve güvenilir haberler üretmesi mümkün değildir. Yapay zekâ tarafından üretilen haberler, genellikle literatür ve veri temellidir. Bu nedenle etik ve yasal standartlara tam olarak uymamaktadır. Bu yüzden yapay zekâ sistemlerinin ürettiği haberler mutlaka editoryal süreçlerden geçmeli ve deneyimli editörler tarafından incelenmelidir. Özellikle özel haberlerde, insanlarla iletişim kurmak ve olayları yerinde gözlemlemek gibi önemli görevler insan gazeteciler tarafından yürütülmelidir.

Yapay zekâ tarafından üretilen içeriklerin etik ve güvenilirlik açısından doğrulanması, editoryal denetimle sağlanmalıdır. Gazetecilerin bu süreçte etkin rol oynaması, yazılımcılarla iş birliği yaparak yapay zekâ temelli gazetecilik uygulamalarının geliştirilmesine katkı sağlamaları gerekmektedir. İletişim fakültelerinde "yazılımcı gazeteciler" yetiştirmek de bu iş birliğini güçlendirecektir. Algoritmaların tarafsızlık ilkesiyle hazırlanması, veri koruma politikalarının oluşturulması ve kaynak gösterme gibi temel etik kuralların uygulanması, yapay zekâ ile üretilen haberlerin güvenilirliğini artıracaktır. Yapay zekânın sağladığı hız ve veri işleme kapasitesi önemli avantajlar sunarken, insan gazetecilerin etik denetimi ve doğrulama süreçleri bu sistemlerin güvenilirliğini sağlamada kritik rol oynamaktadır.

Kod Sistemi	Yapay Zeka Uzmanı Katılımcılar	Gazeteci Katılımcılar	Akademisyen Katılımcılar	TOPLAM
> Teknolojinin Haber Üretimine Entegrasyonu	28	31	31	90
> Etik Sorumluluk ve Mesleki İlkeler	6	17	16	39
Σ TOPLAM	34	48	47	129

Şekil 6: Yapay Zekâ ve Gazetecilik Pratikleri Teması Ana Kod Dağılımı

Kaynakça: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Yapay zekânın habercilik alanına girmesiyle birlikte haber üretim sürecindeki zorluklar beraberinde birçok etik zorluğu da getirmiştir. Araştırmadaki “Yapay Zekâ ve Gazetecilik Pratikleri” temasını oluşturan ana kodlara bakıldığında, bu temadaki kod yoğunlaşmasının “Teknolojinin Haber Üretimine Entegrasyonu” ana kodunda olduğu görülmektedir. Teknolojinin yaygınlaşması ve kendine özgü pratikler geliştirmesi, bu pratiklerin habercilik alanına nasıl entegre edilebileceği sorusunu da meydana getirmiştir. Bu durum yapay zekanın da habercilik alanına girmeye başlamasıyla birlikte birçok tartışmaya yol açarak gazetecilik deki etik sorumlulukları ve mesleki ilkeleri de oldukça yakından etkilemiştir. Şekildeki ‘Etik Sorumluluklar ve Mesleki İlkeler’ ana kodu gruplar arasında kıyaslandığında en düşük yoğunluğun yapay zekâ uzmanı katılımcılarda olduğu gözükmemektedir. Bunun başlıca nedeni habercilik etik sorumluluk ve mesleki ilkelerinin yapay zekâ uzmanı katılımcıların mesleki ilkeleriyle örtüşmemesi olarak öngörülmektedir.

Habercilikte yapay zekâ kullanımı, hız kazandırsa da meslekte etik ve nitelik açısından kaygılar yaratmaktadır. Yapay zekânın ürettiği hızlı haberlerin niteliği genellikle düşük olmaktadır; cümle düşüklükleri, kelime hataları ve soğuk seslendirmeler bu haberlerde yaygındır. Haber üretiminde niceliğin ön plana çıkması, meslek standartlarını zayıflatmakta ve kaliteli haberciliğin gerilemesine yol açmaktadır. Bu durum, yapay zekânın hızdan ve bilgi aktarımından öteye geçemediğini göstermektedir.

Doğru sonuçlar elde etmek için yapay zekâ sistemlerine doğru verilerin yüklenmesi gerekmektedir. Ancak, yapay zekânın haber üretimindeki rolü değerlendirildiğinde, araştırmacının katkısını azaltıp azaltmadığı önemli bir etik mesele olarak ortaya çıkmaktadır. Eğer yapay zekâ, araştırmacıların katkısını tamamen devre dışı bırakıyorsa, bu durum habercilikte ciddi etik sorunlara yol açabilir ve dikkatle ele alınması gerekmektedir. Sonuç olarak, yapay zekâ ile haber üretiminde hız ve veri işleme kapasitesi gibi avantajlar bulunsun da bu sürecin etik yönü dikkatle incelenmeli ve insan katkısının önemi vurgulanmalıdır.

Yapay zekânın gazetelerde ve ajanslarda kullanımı arttıkça çalışan insan gazetecilerin işlerini kaybetme endişesi ortaya çıkmıştır. İşsizlik endişesi teknolojinin bütünleştiği her meslekte görüldüğü üzere gazetecilik alanında da görülmeye başlamıştır. Yapay zekânın habercilikte kullanılmasıyla birlikte birtakım etik sorumluluklar ortaya çıkarken mesleki ilkelerde değişim ve dönüşüme uğramıştır. Özellikle bir konu üzerinde karar alma

aşamasında mesleki sorumluluğun kime ait olacağı henüz net bir biçimde belli değildir. Bununla birlikte yapay zekâ teknolojisinin haber üretimi sürecinde kullanılması, birçok etik ve yasal sorumluluğu beraberinde getirmektedir. Haberlerin algoritmalarını oluşturan programcılar; yazılım firmaları veya yayıncı kuruluşlar tarafından manipüle edilebilmektedir. Bu durumda, hukuki yaptırımların uygulanması önemlidir. Dolayısıyla, yapay zekâ destekli haber üretiminde; şeffaflık, dürüstlük, özen, adalet, gizlilik, hesap verebilirlik ve etik ilkelere uyulması gerekmektedir.

Yapay zekâ, bilgi erişimi ve yayılma süreçlerinde bir araç olarak kullanılabilir, ancak sürecin ana unsurlarının belirlenmesi, yönetilmesi, doğrulanması ve denetlenmesi açısından sorumluluk sahibi yapay zekâ değildir. Ayrıca, gazetecilik meslek örgütlerinin yapay zekânın haber üretiminin hangi aşamalarında kullanılacağına dair etik çerçeve belirlemesi gerekmektedir. Yapay zekâ destekli haber üretiminde insan gazetecilerin rolü önemlidir. Onlar, üretilen haberleri doğrulamalı, etik açıdan değerlendirmeli ve insan bakış açısını eklemelidir. Ayrıca, yapay zekâ sistemlerinin nasıl çalıştığı, hangi verileri kullandığı ve hangi kararları verdiği kamuoyuna açık ve şeffaf bir şekilde açıklanmalıdır. Yapay zekânın haber içeriği üretimindeki rolü oldukça önemli bir konudur. Gazetecinin katkısının azaltılması durumunda etik sorunlar ortaya çıkabilmektedir. Gazeteciler, yapay zekâ kullanımının mesleğin niteliğini bozduğunu ve kolaycılığa kaçış olduğunu düşünmektedir. Yapay zekâ tarafından üretilen haberlerin kopya habercilik olduğu ifade edilmektedir. Yapay zekânın etik dışı davranışlar sergileyebileceği ve rasyonalist yaklaşımı nedeniyle içerisinde açıklar bulabileceği düşünülmektedir.

Haberlerde etik ilkelerin gözetilmesi önemli görülmektedir. Başlık-içerik uyumu, yanıltıcı görsellerin olmaması, 5N1K kuralına uygunluk ve doğruluk gibi hususlar vurgulanmaktadır. Yapay zekâ modellerinin eğitimi ve kullanımı sırasında bu etik kurallara uyulması gerekmektedir. Haberin üretim sürecinde yapay zekânın hangi aşamalarda kullanılacağına dair temel ilkelerin belirlenmelidir. Yapay zekâ tabanlı habercilik aslında geleneksel basındaki etik sorunları da beraberinde getirmektedir. Yapay zekânın haber üretimindeki rolü ve etik boyutu önemli bir tartışma konusudur. Etik ilkelerin gözetilmesi, araştırmacının katkısının korunması ve yapay zekânın denetimi gibi hususlar bu noktada öne çıkmaktadır.

Yapay zekâ tabanlı haberciliğin gelecekte yaygınlaşacağı bu sebeple gazetecilik mesleği üzerinde çok yoğun bir etkisinin olacağı aşikardır. Yapay zekâ teknolojileri; haberlerin

toplanması, içerik oluşturulması, kişiselleştirilmiş haberler hazırlanması, haberlerin otomatik bir şekilde istenilen dile çevrilmesi, haber verilerinin görselleştirilmesi gibi konularda habercilik alanında yenilikler getirmeye devam edecektir. Yapay zekâ muhabirlerinin, zamanı verimli kullanmaları açısından daha önce görülmemiş büyük avantajlar sunduğu görülmektedir.

Bununla birlikte bu temada, yapay zekânın gazetecilik mesleğinde gazetecilerin yerini alabileceği endişesi de dile getirilmektedir. Özellikle, "gereksiz" gözüyle bakılan muhabirliğin ve özel haber anlayışının önümüzdeki süreçte kıymetinin anlaşılacağı düşünülmektedir. Yapay zekânın, haber üretimini iyileştirmek ve daha çeşitli, ilgi çekici içerikler sunmak için kullanılabileceği ancak aynı zamanda geleneksel habercilik etiği ve standartları ile YZ tabanlı habercilik arasında önemli farklılıklar yaratabileceği de vurgulanmaktadır.

Bazı katılımcılar, yapay zekânın habercilikte etik bir durum yaratmadığını, meslek standardının nicelik açısından önem kazandığını ve haber kalitesinin düştüğünü belirtmektedir. Diğer yandan, yapay zekânın gazetecilerin işini hızlandırdığı ancak detayları yakalayamadığı ve etik kurallara uymadığı da ifade edilmektedir. Son olarak, yapay zekâ haberciliğinin kolayca kaçmayı seven, hazırcı tipteki gazeteciler tarafından tercih edilebileceği, bundan dolayı gerçeklikten ve duygudan kopuk bir haber tarzının gelişebileceği düşünülmektedir.

Gazeteciler, yapay zekânın gazetecilikte kullanılmasının olumsuz etkileri olduğunu düşünmektedir. Yapay zekâ tabanlı sistemlerin kullanılması, emek verilerek hazırlanan haberlerin yerini alırken mesleğin niteliğini de bozmaktadır. Hızlı haber üretimi sağlasa da kalitesizlik ve etik sorunlar mutlaka ortaya çıkmaktadır. Kelime hataları, cümle düşüklükleri ve soğuk seslendirmeler, yapay zekâ destekli haberlerin kalitesizliğini göstermektedir.

Gelecekte, teknik anlamda gazetelerin mizanpajının hızlanacağı ve daha kısa sürede daha fazla sayfa basılabileceği öngörülmektedir. Ancak bu durum, sayfa sekreterliği, redaktörlük gibi mesleklerin kaybolmasına neden olacaktır. Öte yandan, muhabirliğin ve özel haber anlayışının kıymetinin ise o zaman anlaşılacağı düşünülmektedir.

Sonuç olarak, yapay zekâ teknolojisinin habercilik ve gazetecilik alanında etkili olacağı ve bu değişimin yakın gelecekte daha belirgin hale geleceği öngörülmektedir. Ancak, bu değişimin etkileri konusunda hem gazeteciler hem de akademisyenler farklı görüşler

sunmaktadır. Bununla birlikte, akademisyenler ve gazeteciler, yapay zekânın gazeteciliğin gelişimine de katkı sağladığını da belirtmektedirler. Haber yazımını hızlandırması ve alternatif teknikler sunması, mesleğin ilerlemesine yardımcı olduğunu vurgulamaktadırlar. Ancak, gazetecilik sadece yapay zekânın elinde ilerleyebilecek bir meslek değildir. Yapay zekâ, her sektörde olduğu gibi gazetecilikte de iş yapış şekillerinin güncellenmesini beraberinde getirecektir ve bu değişim yakın zamanda daha hissedilir olacaktır.

3.1.7.4. 4. Tema Yapay Zekâ Haberciliği Etik İlke ve Yaklaşımlar

4.tema “Yapay Zekâ Haberciliği Etik İlke ve Yaklaşımlar” başlığı altında oluşturulmuştur. Bu tema, yapay zekâ haberciliği ile ilgili etik ilkeler ve yaklaşımlar üzerinde durmaktadır. Dijital etik ilkeleri ve okuyucuları yapay zekâ haberciliği konusunda bilinçlendirme çalışmaları önemli bir yer tutmaktadır. Toplumsal algı ve okuyucu üzerindeki etkiler ile haber endüstrisinde etik standartların geliştirilmesi konularını bu temada ele alınmıştır. Dijital etik kılavuzları ve düzenlemelerin gerekliliği, yapay zekâ haberciliğinin etik yönleri üzerine yaklaşımlar da bu temanın kapsamına girmektedir.

Kod Sistemi	Yapay Zeka Uzmanı Katılımcılar	Gazeteci Katılımcılar	Akademisyen Katılımcılar	TOPLAM
▼ Dijital Etik İlke ve Yaklaşımlar				0
● Okuyucuyu Yapay Zeka Haberciliği Konusunda Bilinçlendirme Çalışmaları		1	1	2
● Toplumsal Algı ve Okuyucu Üzerindeki Etkiler		3	10	13
● Haber Endüstrisinde Etik Standartların Geliştirilmesi	1	5	20	26
● Dijital Etik Kılavuzları ve Düzenlemeler	1		3	4
● Yapay Zeka Haberciliği Etiği Üzerine Yaklaşımlar	7	1	2	10
Σ TOPLAM	9	10	36	55

Şekil 7: Yapay Zekâ Haberciliği Etik İlke ve Yaklaşımlar Teması Kod Dağılımı

Kaynakça: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Bu kod temasında toplamda 55 kod öbeği dağıtılmıştır. Bu kod teması 1 ana kod ve 5 alt kod içermektedir. Kod dağılımı yoğunluğuna bakıldığında bu temada kod yoğunluğunun “Haber Endüstrisinde Etik Standartların Geliştirilmesi” kodunda olduğu görülmektedir. Katılımcılar araştırma sorularına cevap verirken bu kod üzerinde yoğun biçimde durmuşlardır. Bunun başlıca nedeni değişen gazetecilik pratiklerinin beraberinde bir etik standart oluşması gerekliliğini getirmesidir. Yapay zekâ teknolojisinin dijitalleşen etik yapı içinde kendine yer bulmaya çalışması, dönüşüm geçiren ve günümüzde geleneksel medyada bile oturmayan hukuki etik standartlar bu kod öbeğinde yoğunlaşmaya neden

olmuştur. Özellikle akademisyen katılımcılar haber alanındaki etik standartların geliştirilmesi konusuna oldukça fazla vurgu yapmışlardır. Bunun başlıca sebebi medya alanında keskin ve net bir şekilde ortada duran bir etik anlayışın olmamasından dolayıdır. Buradan hareketle haber endüstrisinde etik standartların geliştirilmesi gerekli olduğu görülmektedir.

Yapay zekâ tarafından üretilen haber içeriklerinin etik ve yasal standartlara uygunluğunun kontrol edilmesi gerekmektedir. Gazeteciler ve akademisyenler, yapay zekâ tabanlı habercilik için etik ilkeler ve standartlar oluşturması gerektiği belirtmişlerdir. Ayrıca, yapay zekânın haber üretimindeki rolü ve etkisi karmaşık olup; yanlış bilgi, önyargı ve şeffaflık eksikliği gibi potansiyel riskler taşıdığına da dikkat çekmişlerdir. Bu riskleri azaltmak için, yapay zekâ sistemlerinin etik bir şekilde geliştirilmesi ve kullanılması, veri kümelerinin önyargısız olması ve sistemlerin işleyişinin şeffaf olması önemlidir.

Yapay zekâ tabanlı haberleşme sistemleri için doğrudan bir mevzuat olmadığı için, veri gizliliği ve kişisel mahremiyet açısından ilgili kanunlara uygun hareket edilmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Ayrıca, haber üretiminde algoritmaların manipüle edilebileceği ve kötüye kullanım riskinin olduğu belirtilmekte, bu konuda hukuki yaptırımların uygulanması gerektiği ifade edilmektedir. Gazetecilik meslek örgütlerinin ve kurumların, yapay zekâ kullanımına ilişkin etik ilkeler ve standartlar belirlemesi gerektiği, böylece yapay zekânın haberciliğe olumlu ve etik katkılar sağlamasının mümkün olacağı öne sürülmektedir.

Diğer bir yoğunluğun olduğu kod öbeği olarak karşımıza “Toplumsal Algı ve Okuyucu Üzerindeki Etkiler” kodu çıkmaktadır. Bu yoğunluğun sebebi habercilik pratiklerinin değişmesinden kaynaklı olarak toplumun ve okuyucunun etkilenmesidir. Bu noktada toplumun gazetecilik mesleği ile karşılıklı olarak değişmesinin nedeni birbirinin içine geçen sarmal bir yapıda olmasından ötürüdür. Toplum ve gazeteci birbirini tamamlayan iki önemli yapıdır.

Yapay zekâ tabanlı haberciliğin hem avantajları hem de dezavantajları vardır. Avantajlar arasında, kullanıcılara kişiselleştirilmiş haber deneyimi sunması, kullanıcıların ilgi alanlarına göre haber önerileri yapması ve haberleri farklı dillere çevirerek erişilebilirliği artırması gösterilebilmektedir. Ancak, bu kişiselleştirilmiş haber deneyiminin kullanıcılarda yankı odaları oluşturma riski taşıdığı vurgulanmaktadır. Yankı odası, dijital

medya kullanımının bir sonucu olarak ortaya çıkan bir fenomendir. Bu fenomen, bireylerin sadece kendilerinin onayladığı veya benzer görüşlere sahip içeriklerle etkileşimde bulunarak, karşıt görüşlerden uzaklaşmalarına ve var olan inançlarını daha da güçlendirmelerine neden olduğu bir kavramsallaştırmayı ifade etmektedir (Narin, 2018, s. 240). Bununla birlikte, yapay zekânın sahte haber üretmek için kullanılabileceği, haberlerin toplumda yanlış temsillere yol açabileceği ve yapay zekâ tabanlı haberciliğin geleneksel basındaki etik sorunları daha da derinleştirebileceği belirtilmektedir.

Muhabirlerin haberleri insani bir süzgeçten geçirebildiği, ancak yapay zekânın bunu henüz yapamayacağı vurgulanmakta ve toplumun yapay zekânın kötüye kullanımı konusunda uyarılması gerektiği ifade edilmektedir. Kısacası, yapay zekâ tabanlı haberciliğin sunduğu avantajlar olsa da etik sorunlar, manipülasyon ve dezenformasyon riskleri nedeniyle dikkatli bir şekilde ele alınması gerektiği öne çıkmaktadır.

Yapay zekâ (YZ) teknolojisinin haber üretimi ve yayılımında kullanımı, etik açıdan önemli sorunları beraberinde getirmektedir. Uzmanlar, YZ'nin haberciliğe katkısının olumlu ve etik bir şekilde gerçekleşebilmesi için kapsamlı bir dijital etik değerlendirmesinin yapılması ve etik prensiplerin geliştirilip uygulanması gerektiğini vurgulamaktadır. Ayrıca, kamuoyunun YZ'nin haberleşme alanındaki kullanımıyla ilgili etik ve yasal sorunlar hakkında bilinçlendirilmesi önerilmektedir. Bu sorunların ele alınması için uluslararası iş birliğinin teşvik edilmesi gerektiği de belirtilmektedir.

Birçok gazeteci, YZ'nin haber üretiminde kullanılmasının etik açıdan sorunlu olduğunu düşünmektedir, çünkü mevcut sektörde bile etik kurallara uymak tartışılırken, insan üretimi bir mekanizmanın etik değerleri öne alarak haber yazması mümkün görünmemektedir. Öte yandan, YZ uzmanları, YZ teknolojilerinin haber üretimi sürecinde kullanılabileceğini ifade etmektedir. Doğal dil işleme (NLP) teknikleri ve makine öğrenimi modelleri kullanılarak anlamlı metinler oluşturulabileceği, büyük veri kümelerinin gerçek zamanlı işlenmesi ve analizi için de büyük veri analitiği araçlarından yararlanılabileceği belirtilmektedir.

Uzmanlar, YZ'nin haber üretiminde kullanılması durumunda etik ilkelerin belirlenmesi ve uygulanması gerektiğini vurgulamaktadır. Editörlerin; veri kaynaklarını doğrulanması, yasal mevzuat ve etik kuralların gözetmesi bu açıdan önemlidir. Ayrıca, gerçek zamanlı puanlama sistemi ile tarafsız gazeteciler ve bilim insanlarının anlık doğruluğu onaylayacağı bir sistem kurulması önerilmektedir. Gerçek zamanlı puanlama sistemi,

verilerin anlık olarak toplanıp analiz edilmesiyle kullanıcı veya nesnelere anında puan verilmesini sağlayan bir mekanizmadır. Bu sistem, genellikle kullanıcı davranışlarını, performanslarını veya etkileşimlerini anında değerlendirerek sonuçları gerçek zamanlı olarak geri bildirmektedir. Böylece, dinamik bir değerlendirme süreci sunarak daha hızlı ve doğru kararlar alınmasına sağlanmaktadır (Siegel, 2021). Etik açıdan, YZ modellerinin eğitiminde ahlaklı kişilerden geri bildirim alınması da önerilmektedir.

Akademisyen katılımcılar; gazetecilik meslek örgütleri, gazeteler ve gazetecilik bölümü akademisyenlerinin ortak bir etik ilke kılavuzu oluşturması gerektiğini vurgulamaktadır. Bu kılavuzda, haber üretimi ve yayılımı sürecinde YZ kullanımının hangi aşamalarda ve ne ölçüde olması gerektiği konusunda etik ilkeler belirlenmeli ve uygulanmalıdır.



SONUÇ

Tarihsel süreçte gazeteciliğin gelişen teknolojilerden sürekli olarak etkilendiği, bir değişim ve dönüşüm süreci içerisinde olduğu görülmektedir. Her yeni teknolojik gelişim gazetecilik mesleki pratiklerini etkilemiştir. Son zamanlarda gelişen teknolojilerden en çok dikkat çeken ise yapay zekâ teknolojisidir. Bu teknoloji birçok mesleği etkilediği gibi gazetecilik mesleğini de etkilemiştir. Yapay zekâ veriye hızlı ulaşma ve hızlı veri analizi gibi konulardan sıfırdan içerik üretimine kadar birçok açıdan imkân sağlasa da dijital etik açısından tartışma konusudur. Yapay zekâ teknolojilerinin habercilik alanındaki kullanımının gazetecilik etiği açısından yarattığı etkiler, bu araştırmanın ana problem sorusu doğrultusunda kapsamlı bir şekilde ele alınmıştır. Araştırma yapay zekâ destekli haber üretiminin; doğruluk, tarafsızlık, güvenilirlik, bağımsızlık, tarafsızlık, şeffaflık, eşitlik ve veri güvenliği gibi temel etik değerlerle olan etkileşiminin habercilik üzerindeki sonuçlarını ortaya koymuştur. Yapay zekâ teknolojilerinin habercilikte giderek artan kullanımı, haber üretim süreçlerini daha hızlı ve verimli hale getirirse de bu teknolojilerin etik açıdan doğurduğu riskler dikkat çekicidir.

Bu çalışmada habercilikte yapay zekâ kullanımının meslek etiği açısından ortaya çıkardığı sorunlar ortaya çıkarılmaya ve bu sorunlara cevaplar aranmaya çalışılmıştır. Araştırmada yapay zekâ haberciliği ve dijital etik kapsamında bulgular ortaya çıkarılmıştır. Bu bulgular araştırmanın temel problemini açıklarken aynı zamanda ileride yapılacak olan çalışmalara da ışık tutacaktır.

Bu çalışmada bulgular dört tema üzerinden analiz edilip ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Birinci tema ‘yapay zekâ destekli haber üretiminin haber etiği üzerindeki etkileri’ kapsamında oluşturulmuştur. Bu temada yapay zekâ teknolojilerinin haber üretimini etik açıdan ne şekilde etkilediği detaylı bir şekilde incelenmiştir. Yapay zekanın haberlerin doğruluğunu ve güvenilirliğini nasıl etkilediği, bu konuların objektiflik ve şeffaflık gibi konulara nasıl yansıdığı değerlendirilmiştir. Yapay zekâ teknolojisinin etik açıdan doğurduğu avantajlar ve riskler etik açıdan ele alınmıştır, ayrıca yapay zekâyla üretilen haberlerin bağımsızlığı, şeffaflığı ve denetlenebilirliği de bu temadaki önemli bir odaklanma noktasıdır.

Bu tema kapsamında toplamda 159 kod öbeği belirlenmiş ve bu kodlar 3 ana kod ile 9 alt kod altında toplanmıştır. Araştırma, bu temadaki kodların özellikle, ‘haber doğruluğu’, ‘kaynakların güvenilirliği’ ve ‘haber tarafsızlığı’ üzerinde yoğunlaştığını

göstermektedir. Akademisyenler, bu konuları diğer gruplardan daha fazla vurgulamış, gazeteciler ise genellikle pratik zorluklara odaklanmıştır. Araştırma sonuçları, akademisyenleri diğer gruplara kıyasla bu kodlara daha fazla vurgu yaptığını açıkça göstermektedir. Akademisyenler, toplamda 73 kod öbeğiyle bu temaya yoğun bir değerlendirme yapmıştır. Bu duruma kıyasla gazeteciler açısından bu kodlara verilen önem daha düşüktür. Bu durum, yapay zekâ destekli haber üretimine ilişkin akademik ilginin gazetecilere kıyasla daha yüksek olduğunu göstermektedir. Bunun nedeni, gazetecilik mesleğinde yapay zekâ teknolojisinin tam anlamıyla yer bulamaması ve özellikle yerel gazetelerde daha basit ve tekdüze bir şekilde ayakta kalabilmesi olarak görülmektedir.

Gazeteciler, ‘tarafsızlık ve objektiflik’ ile ‘şeffaflık ve denetlenebilirlik’ ana kodlarına diğer gruplara kıyasla daha az vurgu yapmışlardır. Bunun nedenleri arasında, gazetecilerin haberlerin üretim sürecindeki ayrıntılara, pratik zorluklara odaklanması gösterilebilmektedir. Gazeteciler, haberin çeşitliliği ve güvenilirliğine daha fazla yoğunlaşırken, yapay zekâ programlarının geniş ve kapsamlı çerçeveleri gibi konulara daha az odaklanmıştır. Bu nedenle, bu kodlara verilen önem gazeteciler açısından daha sınırlı kalmıştır. Sonuç olarak, ‘yapay zekâ destekli haber üretiminin haber etiği üzerindeki etkileri’ teması, yapay zekanın habercilik alanında; doğruluk, güvenilirlik, gerçeklik, şeffaflık, tarafsızlık, bağımsızlık ve eşitlik gibi haberciliğin temel etik değerleri ile olan ilişkisi incelenmiştir. Araştırma sonuçları, özellikle akademisyenlerin yapay zekâ haberciliğin etik boyutlarıyla daha yakından ilgilendiğini ve bu konuları daha ayrıntılı ele aldığını göstermektedir.

İkinci tema olan dijital etik sorunlar teması, dijital çağın sorunlarına karşı etik çözümleri ne olabileceğini kapsamlı bir şekilde ele almaktadır. Toplamda 149 kod öbeğinin yer aldığı bu temada, ‘veri gizliliği ve güvenliği’, ‘etik yönergeler ve düzenlemeler’ ve ‘dijital içerik yayılımı’ ana kodları üzerinde değerlendirmeler yapılmıştır. Veri gizliliği, güvenliği, kişisel verilerin korunması ve mahremiyet gibi konular bu temanın merkezinde yer almıştır. Ayrıca mevcut etik düzenlemelerin yeterliliği ve yeni düzenlemelerin gerekliliği üzerinde durulmuştur. Bu temada ‘manipülasyon riski’ ve ‘kişisel verilerin korunması’ konularında kodların yoğunlaştığı görülmektedir. Özellikle akademisyenler, bu konuları diğer katılımcılara kıyasla daha fazla vurgulamıştır. Bunun başlıca sebebi

olarak, akademisyenlerin habercilik alanlarında etik standartların oluşturulmasının önemini sıklıkla dikkat çekmesinden dolayıdır.

Üçüncü tema olan ‘yapay zekâ ve gazetecilik pratikleri teması’, yapay zekanın gazetecilik pratikleri üzerindeki etkilerini ele almaktadır. Haberin ortaya çıkardığı etik kaygılar ve sosyal etkiler bu tema kapsamında değerlendirilmektedir. Gazetecilik mesleği standartları ile yapay zekâ algoritmaları arasındaki uyumsuzluk bu temanın odaklandığı temel kaygılardandır. Bu tema, özellikle haber üretim otomasyonu, verimlilik, yapay zekâ ile gazeteci iş birliği ve teknolojik haber üretimi gibi konulara odaklanmaktadır. Araştırmada 129 kod öbeği; 2 ana kod ve 9 alt kod altında toplanmıştır. Bu temada ‘haber üretim otomasyonu ve verimlilik’ ile ‘gazeteci ve yapay zekâ iş birliği’ kodlarında bir yoğunlaşmanın olduğu görülmektedir. Yapay zekâ, haber üretiminde büyük veri analizleriyle kişiselleştirilmiş içerikleri okuyucuya sunabilirken, etik sorumluluklar ve haber kalitesi açısından bazı riskleri beraberinde getirmiştir. Ön yargı ve yanlış veri kümelerine dayanan haberler, gazetecilik mesleğinde kalite ve etik kaygıları arttırdığı görülmektedir. Teknolojinin haber üretimine entegrasyonu, kurumsal etik politikaların ve sorumlulukların yeniden ele alınmasını gerektirirken yapay zekâ haberciliği gazeteciliğin temel pratiklerini değiştirebilecek şekilde gözlemlenmiştir.

Dördüncü tema yapay zekâ haberciliği ile ilgili etik ilkeler ve yaklaşımlar üzerinde durmaktadır. Bu tema dijital etik politikaları açısından okuyucuların yapay zekâ haberciliği konusunda bilinçlendirmenin artırılması gerekliliği üzerinde durmaktadır. Bununla birlikte, haberlere uygulanan etik standartların ve toplumsal uygunluğun şekillendirmesi gibi konuları ele alırken; dijital etik kontrollerin ve düzenlemenin gerekliliği, yapay zekâ haberciliğin etik kapsamı ve standartlarının geliştirilmesi gibi konular tartışılmıştır. Toplamda 55 kod öbeği, 1 ana kod ve 5 alt kod şeklinde oluşturulan bu temada ‘haber endüstrisindeki etik standartların geliştirilmesi’ kodu mevcut kodlar arasında yoğunlaşmanın olduğu kod olarak karşımıza çıkmaktadır. Katılımcılar, yapay zekanın giderek dijitalleşen etik yapısı içinde kendine yer bulabilmesi için güncel ve kapsamlı etik standartların belirlenmesinin gerekliliğini vurgulamıştır. Özellikle akademisyenler, medya alanında halihazırda net ve pratik bir anlayışın sunumunun olmasına, yapay zekâ haberciliği için yeni etik standartların geliştirilmesinin önemine dikkat çekmiştir.

Yapay zekâ teknolojilerinin haber üretimi alanında kullanımı, haber etiği konusunda önemli tartışmaları da beraberinde getirmektedir. Öncelikle, yapay zekâ sistemlerinin haber içeriklerini oluştururken kullandığı veri kaynakları ve algoritmaların şeffaflığı önemli bir husus olarak karşımıza çıkmaktadır. Eğer yapay zekâ sistemleri yanlı, eksik veya güvenilir olmayan veri setleri üzerinden eğitilirse, ortaya çıkan haber içerikleri de taraflı, yanlış veya yanıltıcı olacaktır. Bu nedenle, yapay zekâ sistemlerinin nasıl çalıştığı, hangi verileri kullandığı ve hangi kararları verdiği konusunda şeffaflık sağlanmalıdır.

Yapay zekâ sistemlerinin haber üretimindeki hız ve verimlilik avantajı, haberlerin doğruluğu ve tarafsızlığı konusunda riskleri de beraberinde getirmektedir. Hızlı haber üretimi, haberlerin yeterince doğrulanmaması ve teyit edilmemesi sorunlarına yol açmaktadır. Bunun yanı sıra, yapay zekâ sistemlerinin belirli ideolojik veya siyasi yönelimlere göre eğitilmesi durumunda, üretilen haberlerin de bu yönde bir yanlılık içermesi mümkündür. Öte yandan, yapay zekâ sistemlerinin haber üretiminde kullanılması, haberlerin kişiselleştirilmesi ve hedef kitleye uyarlanması gibi avantajlar da sağlamaktadır. Ancak, bu durum, kullanıcıların farklı bakış açılarına ve görüşlere erişimini sınırlandırarak "yankı odaları" ve "filtre balonu" etkilerinin oluşmasına neden olacaktır.

Yapay zekâ tarafından üretilen haberlerin sorumluluğu ve denetimi konusu haber etiği açısından önemli bir konudur. Haberin algoritmasını oluşturan programcı, programcayı çalıştıran yazılım firması veya haberi yayınlayan kuruluş arasındaki sorumluluk paylaşımı belirsizdir. Ayrıca, yapay zekâ tarafından üretilen haberlerin denetlenmesi ve gerektiğinde düzeltilmesi veya kaldırılması da teknik açıdan oldukça zordur. Tüm bu riskler göz önünde bulundurulduğunda, yapay zekâ destekli haber üretiminde etik ilkelere uyulması ve gerekli önlemlerin alınması büyük önem taşımaktadır. Veri kaynaklarının doğruluğu, algoritmaların tarafsızlığı, haberlerin şeffaflığı ve denetlenebilirliği gibi hususlar, yapay zekâ destekli habercilikte gözetilmesi gereken temel hususlardır. Ayrıca, yapay zekâ sistemlerinin ürettiği haberlerin insan gazeteciler tarafından doğrulanması ve etik açıdan değerlendirilmesi de önemli bir gereklilik olarak öne çıkmaktadır. Yapay zekâ tabanlı habercilik, geleneksel gazetecilik etiği ve standartlarına kıyasla, veri kaynaklarına erişim, veri kullanım izni, veri gizliliği ve mahremiyeti, veri güvenliği ve fikri mülkiyet hakları gibi konularda önemli farklılıklar getirmiştir. Bu nedenle, yapay zekâ kullanımı

sonrasında yasal sorunlarla karşılaşmamak için kullanım amacı, kapsamı ve niteliği hakkında etik olarak bilgi verilmelidir.

Yapay zekâ sistemlerinin eğitiminde kullanılan veri kaynakları, modeller ve işleyişleri tam olarak kontrol edilemediğinden, yapay zekâ tarafından üretilen haberlerin yanlış veya taraflı olma riski bulunmaktadır. Bu nedenle, içeriklerin titizlikle incelenmesi, yapay zekânın potansiyel önyargılarının değerlendirilmesi ve araştırmacılar tarafından onaylanması gerekmektedir. Ayrıca, yapay zekâ tarafından üretilen haber içerikleri, etik kurallara uygun bir şekilde denetlenmeli, içerik kontrolü sağlanmalı ve manipülasyonun önlenmesi için gerekli tedbirler alınmalıdır.

Veri gizliliği ve kişisel mahremiyet konusu da önemli bir dijital etik sorundur. Yapay zekâ tabanlı haberleşme sistemleri ile ilgili doğrudan bir mevzuat olmadığından, 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (KVKK) ve 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanununa uygun hareket edilmesi için önlemler alınmalıdır. Ayrıca, yapay zekâ sistemlerinin geliştiricileri ve işleticileri, veri gizliliği ve kişisel mahremiyet yasalarına uymaktan sorumlu olmalı ve bu yasaların ihlali halinde yaptırımlar uygulanmalıdır.

Yapay zekâ tabanlı habercilik; veri kaynaklarına erişim, veri kullanım izni, veri güvenliği ve fikri mülkiyet hakları gibi konularda da etik sorunlar barındırmaktadır. Yapay zekânın dayandığı veri setlerinde telif hakkına dikkat edilip edilmediği, başkalarının verilerinin izinsiz kullanılıp kullanılmadığı sorgulanmalıdır. Ayrıca, yapay zekâ sistemlerinin nasıl çalıştığı ve hangi verileri topladığı konusunda kullanıcılara şeffaflık sağlanmalı, kullanıcılar verilerinin nasıl kullanıldığını ve hangi seçeneklere sahip olduklarını bilmelidir. Bunlara ek olarak, yapay zekâ sistemlerinin engelli ve dezavantajlı gruplar da dahil olmak üzere herkes tarafından erişilebilir ve kullanılabilir olması gerekmektedir. Ayrıca kamuoyu, yapay zekânın haberleşme alanındaki kullanımıyla ilgili etik ve yasal sorunlar hakkında bilgilendirilmeli ve bilinçlendirilmelidir.

Yapay zekâ ve gazetecilik arasında kurulan ilişki, bir yandan habercilik süreçlerini hızlandırırken; diğer yandan etik, doğruluk ve insan emeği gibi konuları tartışmaya açmıştır. Yapay zekâ algoritmaları, büyük veri kümeleri üzerinde çalışarak belirli kurallar çerçevesinde anlamlı ve tutarlı metinler üretebilmektedir. Bu anlamda yazarların kaynaklardan elde ettikleri bilgileri düzenleyip okuyucuya ilgi çekici bir şekilde sunmaları gibi, yapay zekâ da benzer bir süreçten geçerek haberleri oluşturmaktadır. Yapay zekâ tabanlı modeller, genellikle belirli bir veri kümesi üzerinden eğitilir ve bu

veri kümesiyle ilişkili tahminler veya üretimler yapmaktadır. Aynı şekilde, dil işleme modelleri de geniş metin veri kümeleri ile eğitilerek haber yazımı ve içerik üretimi konusunda gazetecilere yardımcı olmalıdır.

Habercilikte yapay zekâ; röportajların deşifresi, hızlı haber yazımı gibi alanlarda büyük kolaylık sağlayacaktır. Ancak, bu durum "kolaycılığa kaçma" ya da habercilikteki insani boyutun azalması endişelerini de beraberinde getirmektedir. Fakat haberin doğruluğunu ve etik kurallara uygunluğunu garanti etmek için insan denetimi kritik bir önem taşımaktadır. Özellikle habercilik etiği gibi manevi değerlerin korunması yapay zekâyâ bırakılacak bir süreç değildir; bu noktada insan müdahalesi her zaman gerekli olacaktır.

Yapay zekâ teknolojilerinin haber üretimi ve yayımında kullanılması, etik ve yasal açıdan önemli sorunları beraberinde getirmektedir. Uzmanlar; yapay zekânın haber içeriğinin doğruluğu, tarafsızlığı ve manipülasyona açık olması konusunda endişeler dile getirmektedir. Özellikle, yapay zekânın kendi kodunu değiştirerek haberleri manipüle edebilme potansiyeli, kamuoyunun yanlış yönlendirilmesi, yanlış bilginin yayılması ve demokrasinin zayıflaması gibi ciddi sonuçlar doğurabilmektedir. Bu nedenle, yapay zekâ tabanlı habercilik için kapsamlı bir etik çerçeve ve yasal düzenlemelerin geliştirilmesi önem kazanmaktadır. Gazetecilik meslek örgütleri, gazeteler ve akademisyenler; yapay zekânın hangi aşamalarda kullanılacağına dair ortak bir etik kılavuz oluşturmmalıdır. Ayrıca, veri gizliliği, kişisel mahremiyet ve erişilebilirlik gibi konularda yasal düzenlemeler yapılmalı ve uygulanmalıdır. Kamuoyunun da bu konularda bilinçlendirilmesi ve uluslararası iş birliğinin teşvik edilmesi önemlidir.

Yapay zekânın haberciliğe olumlu katkıları da göz ardı edilmemelidir. Yapay zekâ, haber önerileri sunma, çeviri yapma, erişilebilirliği artırma gibi alanlarda fayda sağlayabilir ancak, tüm bu potansiyel faydaların etik ve yasal sınırlar içerisinde gerçekleşmesi için gerekli önlemlerin alınması şarttır. Yapay zekâ (YZ) tabanlı habercilik, içerik üretiminde ve doğrulama süreçlerinde önemli gelişmeler ve zorluklar sunmaktadır. Yapay zekâ, veri kaynaklarından elde ettiği bilgileri analiz ederek anlamlı metinler oluşturmaktadır. Ancak, bu süreçte veri kaynağının kalitesi ve doğruluğu kritik bir rol oynamaktadır.

YZ'nin habercilikte kullanımı, bilgi doğruluğunu ve güvenilirliğini etkilemektedir. Yapay zekâ sistemleri, internet ve sosyal medyadan büyük miktarda veri toplamakta ve doğal dil işleme (NLP) teknikleriyle bu verileri analiz etmektedir. Bu analizler sonucunda anlamlı ve tutarlı haber metinleri üretmektedir. Ancak, bu süreçte YZ'nin eğitildiği veri setlerinin

kalitesi büyük önem taşımaktadır. Verilerin önyargılı, eksik veya hatalı olması, üretilen haberlerin doğruluğunu ve tarafsızlığını olumsuz etkilemektedir. Bu durum, YZ'nin habercilikteki güvenilirliğini sorgulanabilir hale getirmektedir. Yapay zekâ tarafından üretilen haberlerin doğruluğunu sağlamak için, genellikle büyük veri setleri üzerinde eğitim yapılmalıdır. Ancak, bu veri setlerinin seçimi ve kalitesi, sonuca doğrudan etki etmektedir. YZ'nin kaynak olarak kullandığı verilerin güvenilirliği tartışmalıdır. Özellikle internet üzerindeki veriler, doğruluk açısından yeterince güvenilir değildir. YZ'nin kaynak olarak aldığı verilerin doğru olduğundan emin olmadan haberi dolaşıma sokmak, yanlış bilgilendirmelere ve dezenformasyona yol açacaktır.

Dil işleme modelleri, metnin anlamsal ve duygusal içeriğini analiz etmektedir, ancak haberin kaynağının doğruluğunu değerlendirmek için özel olarak eğitilmediyse, gelen metne dayanarak güvenilirlik konusunda kesin bir yargıya varamayabilecektir. Bu nedenle, haberin doğruluğunu tespit etmek için harici kaynaklardan yardım alınması gerekmektedir. Ancak, bu tür doğrulama süreçleri genellikle insan müdahalesi gerektirir ve mevcut YZ sistemleri bu aşamaları tam anlamıyla gerçekleştirememektedir.

YZ'nin, yanlış bilgi ve dezenformasyonu tespit etmek ve doğrulamak için kullanılabileceği belirtilmiştir. Ancak, YZ sistemleri tarafından üretilen haberlerin doğruluğu ve tarafsızlığı, algoritmaların şeffaflığı, veri kaynaklarının güvenilirliği; editoryal denetimle sağlanmalıdır. YZ'nin haber üretimi, büyük veri kümelerini analiz ederek otomatik haberler oluşturur, ancak bu durum önyargılı veya eksik veri kümelerine dayalı haberlerin üretilmesine yol açmaktadır. Ayrıca, YZ'nin ürettiği içeriklerin doğruluğunu ve tarafsızlığını sağlamak için editoryal kontrol şarttır. Bu kontrol, algoritmaların tarafsız bir şekilde hazırlanmasını, haberlerin doğru bir şekilde yazılmasını, veri koruma politikalarının oluşturulmasını ve kaynak gösterme şartlarını içermektedir. Ancak, yapay zekânın veri setlerinin doğruluğu ve güvenilirliği üzerinde tam bir kontrol sağlanamadığı için, haberlerin güvenilirliğini sağlamak oldukça zordur.

YZ tarafından üretilen haberlerin kaynakları net bir şekilde belirtilmeli ve doğruluğu açıklanmalıdır. Bu, yanlış bilgilendirme riskini azaltabilir ve kullanıcıların hangi haberlere güvenmeleri gerektiğine dair bilinçli kararlar vermelerine yardımcı olacaktır. Ayrıca, YZ'nin sahte haberler üretme kapasitesi, gerçek kişilerin söylemediği veya yapmadığı şeyleri söylediği veya yaptığı izlenimini verebilmektedir, bu da gerçeklerin çarpıtılmasına yol açmaktadır.

Yapay zekâ (YZ) sistemlerinin haber üretiminde tarafsızlık ve objektiflik sağlamak, veri setlerinin dengeli ve adil bir şekilde seçilmesi ile doğrudan ilişkilidir. Eğer bir YZ modeli eğitilirken veri kümesindeki kaynaklar belirli bir tarafa ağırlık veriyorsa, bu durum modelin de bu tarafa meyilli sonuçlar üretmesine neden olmaktadır. Veri setleri dengeli olmalı, farklı demografik gruplardan ve coğrafi bölgelerden gelen bilgileri içermelidir. Bu, haber içeriğinin daha kapsamlı ve tarafsız olmasına yardımcı olmaktadır. Ancak, yapay zekâ sistemleri veri kaynaklarının tarafsızlığını doğrudan garanti edememektedir. YZ'nin kişiselleştirme yeteneği, kullanıcıların ilgi alanlarına uygun ve güncel anahtar kelimeleri içeren haberler sunma açısından önemli bir avantaj sağlasa da bu durum tarafsızlık konusunu karmaşıktırmaktadır. YZ sistemleri, her kullanıcı için özel haber içerikleri oluşturabilir, ancak bu özelleştirme, kullanıcıların yalnızca belirli bakış açılarına maruz kalmasına yol açmakta ve farklı görüşlerin görülmesini engellemektedir. Bu da filtre balonları ve yankı odaları oluşturarak, kullanıcıların bilgiye erişimini kısıtlamaktadır.

Önyargılı veya ayrımcı veri kaynakları kullanılarak eğitilen YZ sistemleri, benzer şekilde önyargılı ve ayrımcı haber içerikleri üretmektedir. Bu durum, haberin tarafsızlığını ve doğruluğunu ciddi şekilde etkilemektedir. YZ'nin tarafsızlık ve objektiflik sağlama potansiyeli, sistemlerin eğitiminde kullanılan verilerin kalitesine ve çeşitliliğine bağlıdır. Eğer veriler önyargılıysa, model de bu önyargıları yansıtmaktadır. Veri setlerinin dengeli ve tarafsız olması, YZ sistemlerinin adil ve güvenilir haberler üretmesini sağlamak için gereklidir. Ancak, yapay zekânın mevcut teknolojisi, tarafsızlık ve doğruluk açısından henüz mükemmel değildir. Bu nedenle, yapay zekâ tarafından üretilen haberlerin doğruluğu ve tarafsızlığı, dikkatli editoryal denetim ve veri koruma politikaları ile desteklenmelidir. Editoryal denetim, haberlerin doğru ve tarafsız bir şekilde sunulmasını sağlayarak kullanıcıların güvenini koruyacaktır.

Yapay zekâ (YZ) sistemlerinin haber üretimindeki rolü giderek artarken, bu teknolojilerin şeffaflık ve denetlenebilirlik ilkelerine uygunluğu büyük önem taşımaktadır. Derin öğrenme ve geniş dil modelleri gibi YZ teknikleri, henüz teorik olarak tam anlamıyla olgunlaşmamış olmalarına rağmen, pratikteki etkili performansları nedeniyle tercih edilmektedir. Bu nedenle hem modellerin hem de veri kümelerinin açık kaynaklı olması, güvenilirliği artırmaktadır. Böylece daha fazla uzman, algoritmalar üzerinde geliştirmeler yapacak ve sistemlerin şeffaflığı sağlanacaktır.

Şeffaflık, YZ tarafından üretilen haberlerin ne ölçüde bu teknolojilerle oluşturulduğunu belirten açıklamalarla sağlanmalıdır. Eğitilen modellerin çalışma prensiplerinin açıkça paylaşılması, kullanıcıların bu sistemlerin nasıl işlediğini anlamalarına yardımcı olunmalıdır. Örneğin, YZ kullanılarak yasa dışı ve ahlaki olmayan haberlerin denetimi yapılabilir, ancak bu süreçlerin nasıl gerçekleştirildiğinin açıkça belirtilmesi gerekmektedir. YZ platformlarının açık kodlu olması topluluk tarafından incelenmesini sağlarken bu durum platformun güvenilirliği artırmaktadır. Şeffaflık, ayrıca YZ sistemlerinin hangi veri kaynaklarını kullandığını ve hangi kararları verdiğini anlamak için önemlidir. Bu tür bilgilerin açık ve şeffaf bir şekilde kamuoyuna açıklanması, kullanıcıların; verilerinin nasıl toplandığını, işlendiğini ve paylaşıldığını bilmesini sağlamaktadır. Kullanıcıların kişisel verileri üzerinde seçim ve kontrol hakkına sahip olması, veri silme veya anonimleştirme talepleri gibi konular da şeffaflık ilkeleri arasında yer almalıdır.

Denetlenebilirlik ise, haberlerin doğru ve tarafsız bir şekilde sunulmasını sağlamak için kritik öneme sahiptir. Gerçek zamanlı puanlama sistemleri ve tarafsız denetçiler, haberlerin doğruluğunu onaylamak veya reddetmek için kullanılmalıdır. Ayrıca, yapay zekâ ile üretilen içeriklerin etik kurallara uygun olarak denetlenmesi ve manipülasyon risklerinin azaltılması için gerekli tedbirlerin alınması gerekmektedir. Ancak, enformasyon hızının arttığı günümüzde, denetim süreçlerinin yavaşlayabileceği ve bu durumun; doğru ve tarafsız haber sunumunu zorlaştırabileceği göz önünde bulundurulmalıdır.

Haberlerin sorumluluğu ile ilgili olarak, algoritma tarafından üretilen içeriklerin kime ait olduğu sorunu da ele alınmalıdır. Bu, haberin algoritmasını geliştiren programcıdan, bu programcayı istihdam eden yazılım firmasına veya haberi yayınlayan kuruluşlara kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. "Bu haber yapay zekâ tarafından yazılmıştır" gibi açıklamalar yetersiz kalmaktadır; algoritmanın hangi kaynaklarla çalıştığı ve yöntemlerinin bilimsel açıklamaları gibi detayların da sağlanması gerekmektedir.

Günümüzde yapay zekâ, içerikleri kullanıcı tercihlerine göre kişiselleştirerek sunma yeteneğine sahiptir. Ancak bu durum, kullanıcıların mahrem verilerinin izinsiz bir şekilde toplanması ve kullanılması riskini de beraberinde getirmektedir. Yapay zekâ tabanlı gazetecilik alanında da veri gizliliği ve kişisel mahremiyet önemli bir sorun teşkil etmektedir. Özellikle gizli veriler yoluyla elde edilen haberler, bireylerin mahremiyetini

ihlal etmektedir. Bu nedenle, yapay zekâ tabanlı gazetecilik uygulamalarında kişisel bilgilerin anonimleştirilmesi ve ifşa edilmemesi gerekmektedir. Yapay zekâ teknolojilerinin hızla gelişmesi ve yaygınlaşması, veri gizliliği ve güvenliği konularını önemli bir tartışma alanı haline getirmiştir. Özellikle yapay zekâ tabanlı gazetecilik ve haberleşme sistemlerinde, kişisel verilerin korunması kritik bir mesele olarak karşımıza çıkmaktadır. Yapay zekâ sistemlerinin veri kaynaklarına erişimi, veri kullanım izinleri, veri güvenliği ve fikri mülkiyet hakları gibi konularda geleneksel habercilik etiği ve standartlarından farklılıklar göstermektedir. Bu farklılıklar, veri gizliliği ve kişisel mahremiyet açısından önemli riskler yaratmaktadır.

Yapay zekâ sistemlerinin nasıl çalıştığı ve hangi verileri topladığı konusunda şeffaflık sağlanması, kullanıcılara seçim ve kontrol imkânı sunulması, kişisel verilerin korunması için gerekli önlemler alınmalıdır. Ayrıca, yapay zekâ sistemlerinin geliştiricileri ve işleticilerinin veri gizliliği ve kişisel mahremiyet yasalarına uyması ve ihlal durumunda yaptırımlara tabi tutulmalıdır.

Yapay zekâ teknolojilerinin hızla gelişmesi ve özellikle habercilik alanında kullanımının artması, beraberinde önemli etik ve yasal sorunları da gündeme getirmiştir. Bu bağlamda, yapay zekâ tabanlı gazetecilik uygulamalarına yönelik kapsamlı etik ilkeler ve yasal düzenlemelerin oluşturulması elzem hale gelmiştir. Yapay zekâ sistemlerinin yasa dışı ve ahlak dışı içeriklerin üretilmesini engelleyecek denetim mekanizmalarının geliştirilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda; hukukçular, gazeteciler ve yazılımcıların bir araya gelerek etik ve yasal bir çerçeve oluşturmaları gerekmektedir.

Yapay zekâ teknolojilerinin hızla gelişmesi ve yaygınlaşması, veri gizliliği ve güvenliği konularını önemli bir tartışma alanı haline getirmiştir. Özellikle yapay zekâ tabanlı gazetecilik ve haberleşme sistemlerinde, kişisel verilerin korunması kritik bir mesele olarak karşımıza çıkmaktadır. Telif hakları konusu da yapay zekâ tabanlı gazetecilik için önemli bir husustur. Dolayısıyla, habercilik etik ilke ve standartlarının yeniden tanımlanması ve sürekli iyileştirilmesi önem arz etmektedir. Ayrıca, yapay zekâ sistemlerinin kendi kendini değiştirme ve manipülasyon yapabilme potansiyeli de göz önünde bulundurulmalıdır. Bu nedenle, yapay zekâ kullanımına yönelik sınırlamaların getirilmesi ve düzenlemelerin yapılması gerekmektedir.

Toplumun YZ'nin potansiyel tehlikeleri hakkında bilgilendirilmesi ve 'Fake' destekli provokasyonlara karşı bilinçlendirilmesi önemlidir. Bu teknolojinin kötüye kullanımı,

yanlış bilgilerin yayılmasına ve kamuoyunun manipüle edilmesine yol açabilmektedir. Ayrıca, YZ'nin bireylerin duygusal bağ kurmasını sağlamak veya doğru bilgi sunmasını beklemek gerçekçi değildir; çünkü YZ'nin insanlara özgü vicdan ve merhamet gibi duygusal özellikleri yoktur.

Yapay zekâ, haberlerin hızlı bir şekilde üretilmesini sağlasa da bu durum genellikle kaliteyi olumsuz etkilemektedir. İçeriklerin doğruluğu ve etik standartları açısından bilginin hızlı yayılması güvenilirliğini etkilemektedir. Bu nedenle, haberlerin doğruluğunu kontrol etmek ve şeffaflık sağlamak için YZ'nin kullanımı dikkatli bir şekilde denetlenmelidir. YZ, haberlerdeki gerçekleri kontrol etmek ve dezenformasyonu tespit etmek için kullanılabilir, ancak aynı zamanda manipülasyon riskini de artırmaktadır. YZ tarafından üretilen içerikler, manipülatif olabilir ve bu durum, toplumu yanlış bilgilendirebilir veya infiale yol açabilmektedir. Bu bağlamda, YZ'nin nasıl kullanılacağına dair düzenlemeler yapılmalı ve şeffaflık sağlanmalıdır. Kamuoyunun bu konuda bilinçlendirilmesi ve topluma eğitim verilmesi önemlidir, zira doğru bilgiye erişim ve manipülasyonun önlenmesi, dijital içerik yayılımında kritik rol oynamaktadır. Yapay zekâ (YZ); veri toplama, analiz etme ve içerik üretme aşamalarında gazetecilikte büyük avantajlar sunmaktadır. Tıpkı bir yazarın kaynaklardan topladığı bilgileri okuyucunun ilgisini çekecek şekilde dönüştürmesi gibi, yapay zekâ da bu süreci yerine getirmektedir. Bu, insan yazarlar için bir tür çeviri gibi düşünülmelidir. Ancak YZ, öğrenme algoritmalarıyla bu süreci optimize eder; veri kümesinden aldığı bilgileri belirli modeller çerçevesinde işler ve bu verilerden anlamlı sonuçlar üretmektedir. Bu durum gazetecilere büyük avantaj sağlamaktadır.

YZ'nin gazetecilikteki en büyük katkılarından biri, haber üretim sürecini hızlandırmasıdır. Büyük veri analitiği, doğal dil işleme (NLP) teknikleri ve makine öğrenimi gibi yöntemlerle geniş çaplı veri kümelerini analiz eder ve bu verilere dayalı haber metinleri oluşturmaktadır. YZ'nin hızla büyük veri kümelerini işleyip analiz etmesi, insan gazetecilere karmaşık araştırmalara odaklanma imkânı vermektedir. Ancak YZ'nin gazetecilik alanındaki sınırlamaları da göz ardı edilemez bir gerçektir. Özellikle özel haberlerde; insanlarla iletişim kurmak, olay yerinden bilgi toplamak ve duygusal bağ kurmak gibi unsurlar insan gazetecilere özgü becerilerdir. YZ, insanlarla duygusal bir bağ kuramayacağı için bu tür haberlerde yetersiz kalacaktır. Ayrıca YZ'nin ürettiği haberlerin etik ve doğruluk açısından insan denetiminden geçmesi gerekmektedir. YZ haberlerinin,

kaynağın güvenilirliği veya haberin doğruluğu hakkında tam bir analiz sunamaması, çapraz referanslama ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Bu nedenle, YZ'nin oluşturduğu haberlerin editörler tarafından kontrol edilmesi ve etik değerler gözetilerek sunulması önemlidir.

Yapay zekâya dijital etik perspektiften yaklaşırken oluşan etik problemlerin; gazetecilerin mesleğini kaybetmesi, yapay zekâ ile oluşturulan haberlerin güvenilirliğinin ne ölçüde doğru olduğu, ortaya çıkan haberin taraflı mı tarafsız mı olacağı, büyük medya tekellerinin kontrolünde haber içeriği üretilip üretmeyeceğini gibi konular üzerinde uzlaşa sağlanırken asıl etik problem; yapay zekânın bir kültür ve toplumsal normlar üzerine şekillenen çok karmaşık bir yapıya sahip olan etiği nasıl öğrenebileceği ve algoritmalar aracılığıyla nasıl işleyebileceğidir.

Haber üretilirken haber değeri taşıyan temel kriterler kültürel ve tarihsel süreçlerden etkilenecek şekilde şekillenmektedir. Dünya üzerindeki tüm toplumların aynı evrensel değerleri paylaştığı; tüm kültürdeki ahlaki tavırlar ve davranışlar için ortak bir açıklama yapmak temel etik değerler açısından mümkün olsa da her toplumun kendine özgü farklı değer dizilerini benimsediği de bir gerçektir (Almagor, 2002, s. 124). Kültürel farklılıklar ve tarihsel değerlerin yapay zekâ tarafından etik perspektiften iyi veya kötü bağlamında nasıl ele alınıp habercilik açısından değerlendirileceği gelecekteki habercilik ve yapay zekâ etkileşimi açısından asıl önemli olan konu olarak karşımızda durmaktadır.

Profesyonel gazeteciler tarafından üretilen haberler toplumsal açıdan varoluş nedenlerini dikkate alarak bu toplumu dikkatli bir şekilde analiz ederek; önemli tarihsel, kültürel ve farklılıkları dikkate alarak haber üretimini gerçekleştirmektedir. Yapay zekâ teknolojisinin haberi yazarken temel aldığı kriterler teknolojiyi üreten kişinin yazmış olduğu ve yapay zekânın öğrenim biçimini şekillendiren algoritmalar olduğu göz önünde tutulduğunda; profesyonel haber üretimi açısından varoluşsal nedenler, tarihsel ve kültürel kural temelinde şekillenen farklılıklar açısından bu teknolojinin haberi nasıl topluma göre öreceği ve inşa edeceği oldukça bilinmez bir durum olarak gazetecilerin ve medya çalışanlarının karşısında durmaktadır.

Geleneksel habercilik metotlarına bakıldığında haberin kendi kendini düzenleme ve kontrol mekanizmaları olduğu görülmektedir. Diğer bir deyişle gazetecilik mesleği kendi kendini denetleyen bir mekanizmaya da sahiptir (Almagor, 2002, s. 123). Dijital teknolojilerle birlikte bu denetleme biçimi her ne kadar değişim ve dönüşüme uğrasa da

yapay zekâ ile sistemin habercilik açısından kendi kendini kontrol ederek denetlemesi mümkündür. Bu durum yapay zekâ haberciliğinin en büyük avantajı olarak görülmektedir.

Haber üretiminin profesyonel isim ile gazeteciliğin bir “meslek” veya sadece bir “zanaat” ya da bir “ticaret” olup olmadığı konusu oldukça uzun zamandan beri tartışılan bir konudur. Bu konu gazetecilik açısından her ne kadar sıklıkla tartışılsa da özellikle dijital teknolojilerin gelişmesi ve haberciliğin dijital platformlara kaymasıyla birlikte tekrar gündeme gelmiştir. Haber üretiminin hızlanması beraberinde haberdeki derinliğin kaybolması ve haberciliğin yüzeyselleşmesi gibi problemleri beraberinde getirmiştir. Yapay zekâ teknolojisiyle birlikte haber toplamadan dağıtımına çok hızlı bir şekilde gerçekleştirilmesi gazeteciliğin bir fabrikasyon halini alarak; başka bir bakış açısıyla zanaattan uzaklaşarak ticari bir olguya dönüşmesi habercilik açısından dikkat çekilmesi gereken bir durum olarak medya profesyonellerinin önünde durmaktadır. Bu açıdan bakıldığında yapay zekâ teknolojisi oldukça hızlı bir biçimde yanlış bilgileri ayıklayarak güvenilir bir şekilde haberi üretebilir durumda olsa da bir medya profesyonelinin duymuş olduğu halka karşı sorumluluğu duymamakta ve bu bilince sahip olamamaktadır. Dijital etik perspektifinden bakıldığında tartışılması gereken en önemli konuların başında da gazetecilerin halka karşı olan sorumluluğun geldiği görülmektedir (Almagor, 2002, s. 123).

Yapay zekâ teknolojileri algoritmik açıdan ve sistematik işleyiş açısından oldukça kusursuz olarak gözüксе de haber üretimi toplumsal perspektiften bakıldığında üretilip satılan bir emtia olmadığı dikkat çekmektedir. Her ne kadar gazete elle tutulabilen bir ürün olarak para ile satılsa da okuyucuya diğer bir deyişle topluma karşı gazetecilerin takınmış olduğu sorumluluk bilinci ve kamuoyu faydası düşüncesi açısından yapay zekâ haber üretim biçimi gözle görülen açıdan kusursuz, fakat temel gazetecilik normları ve işleyişi açısından kısmi anlamda etik problemleri açık olduğu dikkat çekmektedir.

Gazetecilik halkı araç olarak değil, amaç olarak görmek demektir (Almagor, 2002, s. 128). Bu ifade gazeteciliğin temel amacının halka hizmet etmek olduğunu vurgulamaktadır. Gazetecilik bilgiyi; toplumun dikkatini çekmek, bilgilendirmek, eğitmek ve kamuoyunu faydasını sağlamak için bir araç olarak kullanmaktadır. Gazeteciliğin asıl amacı toplumun bilgiye erişimini sağlamak ve demokratik bir toplumun işleyişine katkıda bulunmaktır. Gazeteciler kamuoyunu aydınlatma göreviyle

yükümlüdür. Bu nedenle gazeteciler; tarafsızlık, doğruluk, dürüstlük ve toplumsal sorumluluk gibi ilkelerle hareket etmelidirler.

Yapay zekâ teknolojisinin haber üretimi ve gazetecilikte kullanımı hem avantajlar hem de riskler barındırmaktadır. Bazı katılımcılar yapay zekânın; haber toplama, içerik oluşturma, kişiselleştirme gibi alanlarda gazetecilerin işini kolaylaştıracağını ve daha verimli çalışmalarına imkân sağlayacağını belirtmektedir. Ancak diğer katılımcılar, yapay zekânın etik ilkelere uygun kullanılmaması durumunda manipülasyona ve dezenformasyona yol açabileceği konusunda endişelerini dile getirmektedir. Katılımcılar, yapay zekânın haber üretim sürecinin hangi aşamalarında kullanılacağına dair etik ilkelerin belirlenmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Ayrıca, yapay zekâ sistemlerinin şeffaf, hesap verebilir ve denetlenebilir olması gerektiği üzerinde durmaktadırlar. Bazı katılımcılar, yapay zekânın gazetecilerin yerini alabileceği endişesini taşıırken diğerleri yapay zekânın gazetecilerin işini kolaylaştıracağını ancak onların yerini alamayacağını belirtmektedir.

Sonuç olarak, yapay zekânın haber üretimi ve gazetecilikte kullanımı konusunda farklı görüşler bulunmaktadır. Etik ilkelerin belirlenmesi, şeffaflık ve hesap verebilirlik gibi hususlar öne çıkmaktadır. Yapay zekânın gazetecilikte kullanımının hem avantajları hem de riskleri olduğu anlaşılmaktadır.

Yapay zekâ teknolojilerinin haber üretimi alanında kullanımı, haber etiği konusunda çeşitli riskler ve zorlukları beraberinde getirmektedir. Ancak, bu risklerin farkında olunması ve gerekli önlemlerin alınması durumunda, yapay zekâ destekli haberciliğin haber kalitesi, hızı ve kişiselleştirilmesi gibi avantajlarından yararlanılabilme ihtimali oldukça yüksektir. Önemli olan, yapay zekâ sistemlerinin etik ilkeler çerçevesinde geliştirilmesi ve kullanılmasıdır.

Yapay zekâ tabanlı habercilik, geleneksel habercilikteki etik sorunları ve dijital ortamların sunduğu ek riskleri içermektedir. Bu nedenle, YZ tarafından üretilen haberlerin doğruluğu, tarafsızlığı ve güvenilirliği konusunda dikkatli bir yaklaşım benimsenmeli ve editoryal denetim, doğrulama süreçleri ve şeffaflık sağlanmalıdır.

Yapay zekâ haber üretiminde tarafsızlık ve objektiflik, veri kaynaklarının çeşitliliği ve dengeli seçilmesi ile sağlanabilmektedir. Ancak, yapay zekânın mevcut sınırlamaları ve önyargı potansiyeli göz önünde bulundurularak, haber içeriklerinin güvenilirliğini ve tarafsızlığını sağlamak için süreklilik arz eden oldukça dikkatli bir yaklaşım gereklidir.

Evrensel habercilik etiği ve standartlarının dijital dönüşümle birlikte yeni boyutlar kazanması, bu konuda dikkatli ve etik bir yaklaşımın önemini artırmaktadır.

YZ sistemlerinin haber üretiminde kullanımı, şeffaflık ve denetlenebilirlik ilkeleriyle uyumlu olmalıdır. Yapay zekânın manipülasyon potansiyeli ve veri önyargıları gibi risklerin azaltılması için etik ve yasal sorumluluklar net bir şekilde belirlenmelidir. Bu bağlamda; şeffaflık, açık kaynaklı modeller ve denetim süreçlerinin titizlikle uygulanması; güvenilir bir bilgi ekosisteminin oluşturulmasında kilit rol oynayacaktır.

Yapay zekâ tabanlı habercilik, geleneksel gazetecilik etiği ve standartlarına göre daha karmaşık dijital etik sorunlar barındırmaktadır. Bu sorunların çözümü için hukuk, gazetecilik ve teknoloji alanlarındaki uzmanların ortak çalışması ve kapsamlı düzenlemelerin oluşturulması gerekmektedir.

Yapay zekâ teknolojilerinin hızla ilerlemesi karşısında veri gizliliği ve güvenliği konusu kritik bir hal almıştır. Mevcut yasal düzenlemelerin yapay zekâ sistemlerine uyarlanması, şeffaflık, kullanıcı kontrolü ve sorumluluk mekanizmalarının geliştirilmesi, bu alandaki temel ihtiyaçlar olarak öne çıkmaktadır. Yapay zekâ tabanlı gazetecilik uygulamalarının etik ve yasal çerçevesinin oluşturulması için tüm paydaşların (hukukçular, gazeteciler, akademisyenler, yazılımcılar vb.) katılımıyla kapsamlı bir müzakere süreci yürütülmesi önerilmektedir. Böylece, doğru bilginin erişilebilirliğinin sağlanması ve kişisel verilerin korunması gibi temel ilkeler gözetilerek, yapay zekâ teknolojilerinin habercilik alanında kullanımına yönelik etik ve yasal standartlar belirlenebilecektir.

Sonuç olarak, YZ tabanlı gazetecilik insan emeğini en aza indirse de insan gazetecilerin rolü; etik denetim, derin araştırmalar ve duygusal içerikler açısından kritik bir önem taşımaya devam edecektir. Yapay zekâ gazetecilik alanında büyük hız ve verimlilik sağlayabilir, ancak mesleğin duygusal ve etik boyutu açısından insanın önemi yadsınamaz bir gerçektir.

KAYNAKÇA

- Açiler, S. (2020, Ocak). Programlama Dilleri Nelerdir?. İenstitu. <https://www.ienstitu.com/blog/programlama-dilleri-nelerdir>
- Adıyaman, F. (2023). Yapay Zekâ Çağında Gazetecilik ve Etik: Güncel Tartışmalar Üzerinden Bir Değerlendirme. K. Ateşgöz (Ed.), Medya ve Habercilik Alanında Yapay Zekanın Yükselişi İçinde (S. 29-48). Eğitim Yayınevi.
- Akdal, T. (2017). Elektronik Basın ve Elektronik Medya’da Haber Kalitesindeki Farklılıklar ve Güvenilirlik Olgusunun İncelenmesi. Ulakbilge, 5 (9), 43-65.
- Akdal, T. (2018), Haberciliğin Etik Kodları Bağlamında Gazetecilerin Polis Adliye Haberlerine ve Haber Öznelerine Bakışıyla İlgili Bir Derinlemesine Mülakat Çalışması. Ulakbilge, 5 (18), 2067-2085.
- Akkurt, S. S. (2020). Kişisel Veri Kavramının Hukukî Niteliğine İlişkin Yaklaşımlara Mukayeseli Bir Bakış. Kişisel Verileri Koruma Dergisi, 2(1), 20-32.
- Aksakal, T. (2016). Yazılı ve Elektronik Basında Haber Kalitesindeki Farklılıklar ve Güvenilirlik Olgusu [Doktora Tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Aktaş, A. D. A. (2021). Dijital Platformlarda Kullanılan Yapay Zekâ Teknolojilerinin Kullanıcı Motivasyonları Üzerinden İncelenmesi: Netflix Örneği [Doktora Tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Algül, A. (2015). Kurumsal ve Demografik Özelliklerin İnternet Haber Medya Güvenirliğı Üzerine Etkisi. Öneri Dergisi, 11(44), 257-273. <https://doi.org/10.14783/od.v11i44.5000080014>
- Almagor, R. C. (2002). İfade Medya ve Etik. Phoenix Yayınevi.
- Altıntaş, S., & Barkuş, F. (2023). Dijital Ortamlarda Kişisel Veri Güvenliğı Kavramı Üzerine Bir Derleme Çalışması. Ejovoc (Electronic Journal Of Vocational Colleges), 13(1), 46-69. <https://doi.org/10.17339/Ejovoc.1311027>
- Anzerlioğlu, S. E. (2001). Televizyon Haberciliğinde Etik Dışı Yayınlar [Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Arslan, E. (2019). 21. Yüzyılda Basında Görüntü Kullanımı ve Gerçeklik [Yüksek Lisans Tezi]. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi.

- Arslankaya, S., & Toprak, Ş. (2021). Makine Öğrenmesi ve Derin Öğrenme Algoritmalarını Kullanarak Hisse Senedi Fiyat Tahmini. Uluslararası Mühendislik Araştırma ve Geliştirme Dergisi, 13(1), 178-192. <https://doi.org/10.29137/Umagd.771671>
- Aslan, A. (2022). Dijital Etik: Değer Temelli Bir Model Önerisi [Yüksek Lisans Tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Ataizi, M. (2018). Araştırma Sorununun Belirlenmesi. A. Şimşek (Ed.), Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri İçinde (S. 30-51). Anadolu Üniversitesi.
- Atalay, M., & Çelik, E. (2017). Büyük Veri Analizinde Yapay Zekâ ve Makine Öğrenmesi Uygulamaları- Artificial Intelligence And Machine Learning Applications In Big Data Analysis. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9(22), 155-172. <https://doi.org/10.20875/Makusobed.309727>
- Ay, A. (2023). Gazetecilik 4.0: Yapay Zekâ Haberciliğinin Güncel Örneklerine Yönelik Bir İnceleme. Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 14(38), 412-435. <https://doi.org/10.21076/vizyoner.1141093>
- Aydemir, M., & Fetah, V. (2023). İletişim Teknolojilerinde Veri Güvenliği ve Uzaktan Erişim: Vpn Kullanımı Üzerine Bir Vaka Çalışması. Bilgi Yönetimi, 6(2), 376-392. <https://doi.org/10.33721/By.1275605>
- Aydın, D. H., Ceyhan, Ç., & Aydın, M. B. (2013). İfade Özgürlüğü Açısından Ağ Tarafsızlığı Kavramı ve Türkiye'deki Hukuki Düzenlemeler ve Pratik Uygulamaları/Net Neutrality Concept In Terms Of Freedom Of Expression And Its Applications In Turkey. Mülkiye Dergisi, 37(3), 37-60.
- Aygün, M. (2023). Yabancı Hukukun Uygulanmasında Yapay Zekâ ile Veri Analitiğinin Rolü ve Bir Model Önerisi. Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 31(2), 527-567. <https://doi.org/10.15337/suhfd.1276782>
- Babacan, H. (2021). Türkiye'De Yapay Zekâ Destekli Gazetecilik: Robot Gazeteciliğe Yönelik Yaklaşımlar [Yüksek Lisans Tezi]. Akdeniz Üniversitesi.
- Balcı, Ş., & Bekiroğlu, O. (2014). Medyanın Kritik ve Süreğen Dönemeci: Üniversite Öğrencilerinin Gözünden Medya Haberlerinin Güvenilirliği. Selçuk İletişim, 8(2), 192-217. <https://doi.org/10.18094/si.98299>
- Banar, F. S. ve İlkiz, F. (2018). Medya hukuku ve meslek ilkeleri. H. İ. Gürcan (Ed.), Haberciliğin temel kavramları içinde (s. 168-201). Anadolu Üniversitesi.

- Banar, S. (2015). Türkiye’de Haber Verme İşlevinin Kişilik Hakları ve Etik Yaklaşımla Değerlendirilmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* (15).
- Barkuş, F., & Koç, M. (2019). Dijital Mahremiyet Kavramı ve İlgili Çalışmalar Üzerine Bir Derleme. *Bilim Eğitim Sanat ve Teknoloji Dergisi*, 3(1), 35-44.
- Bayrak, T. (2017). Sosyal Medyada Dijital Etik: Twitter’da Şiddet İçerikli İletilerin İncelenmesi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*,
- Begtimur, M. E. (2018). İlk Matbaanın Mucidi. *Uluslararası Uygur Araştırmaları Dergisi*(12), 160-168.
- Berk, M. E. (2020). Dijital Çağın Yeni Tehlikesi “Deepfake”. *Opus International Journal Of Society Researches*, 16(28), 1508-1523. <https://doi.org/10.26466/Opus.683819>
- Böke, K. (2009). Sosyal Bilimlerde Araştırma. K. Böke (Ed.), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri İçinde* (1-34). Alfa Yayınları.
- Bulunmaz, B. (2014). Yeni Medya Eski Medyaya Karşı: Savaşı Kim Kazandı Ya Da Kim Kazanacak, *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 2
- Bulut, M. (2020). Özel Bir Hukuksal Koruma ve Veri Kategorisi Alanı: Hassas Kişisel Veriler. *Ankara Barosu Dergisi*, 78(3), 99-150. <https://doi.org/10.30915/abd.811902>
- Büyükaşar, M., & Özçağlayan, M. (2019). Haber ve Doğruluk İlişkisi: Doğruluk Sorununun Geçmişi ve Haberin Dönüşümü. *Düşünce ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 29-49.
- Can, Ö., & Sezgin, M. (2024). Yapay Zekâ Teknolojilerinin Kurumsal İletişimdeki Rolünün Değerlendirilmesi. *Uluslararası Sosyal Bilimler Akademik Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 103-114. <https://doi.org/10.58201/utsobilder.149733>
- Civan Kemiksiz, R. (2022). Kişisel Veri Güvenliği Üzerine Bir Alan Araştırması: Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenlerin Güvenlik Algıları. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 9(1), 64-91.
- Çakır, H., & Taşer, M. (2023). Türkiye’de Yapılan Siber Güvenlik Faaliyetlerinin ve Eğitim Çalışmalarının Değerlendirilmesi. *Gazi University Journal of Science Part C: Design and Technology*, 11(2), 347-366. <https://doi.org/10.29109/gujsc.1165131>

- Çakmak, F. (2019). Medyada Dezenformasyon Sorunsalı ve Manipülasyonun Gücü: İdeoloji ve Söylem Açısından Seçim Haberlerinin Siyasal İletişimdeki Rolü. *Selçuk İletişim*, 12(2), 1127-1154. <https://doi.org/10.18094/>
- Çatl, M., & Keskin, S. (2021). İnsan Haklarının Değişime Açık Konusu: Dijital Vatandaşlık Kavramı Üzerine Bir İnceleme. *Ombudsman Akademik*, 7(14),
- Çavuş, S., & Ede, N. (2021). Tık Odaklı Habercilik: Türk İnternet Haber Medyası Üzerine Bir İçerik Analizi. *Selçuk İletişim*, 14(1), 23-54. <https://doi.org/10.18094/Josc.811590>
- Çetinkaya, A. (2017). Çevrimiçi Gazetecilikte Fikri Mülkiyet Hakları Sorunu. *Ajıt-E: Academic Journal Of Information Technology*, 8(30), 71-90. <https://doi.org/10.5824/1309-1581.2017.5.004.X>
- Çilek, E. (2019). Haber Değeri Kriterlerinin Geleneksel ve Yeni Medya Bağlamında Karşılaştırılması: Hürriyet Gazetesi ve Ensonhaber.Com Örneği. *Yeni Medya*, 2019(6), 1-19.
- Çoban, R. (2017). Sosyal Adalet, Eşitlik ve Sosyal Hizmet. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 6(4), 252-260.
- Çubukçu, A. Ve Bayzan, Ş. (2013). Türkiye’de Dijital Vatandaşlık Algısı ve Bu Algıyı İnternetin Bilinçli, Güvenli ve Etkin Kullanımı ile Artırma Yöntemleri. *Orta Doğu ve Afrika Dergisi*, (5), 148-174.
- Dağ, H., & Budak, E. (2022). Teknolojik Gelişmelerin Habercilik Pratikleri Üzerine Etkisi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 10(1), 359-402. <https://doi.org/10.19145/E-Gifd>
- Dastan, F. (2021). Gazetecilikte Haberin Objektiflik Niteliği. *Euro Politika* (9), 41-50.
- Dereli, A. B. (2023). Maxqda: Yaratıcı Veri Analizi Üzerine Notlar. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 149-152. <https://doi.org/10.53495/E-Kiad.1319405>
- Dilmen, N. (2014). Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları. *Marmara İletişim Dergisi*, 12(12), 113-122
- Doruköz, K. D., & Uslu, B. (2023). Yapay Zekânın İş Hayatındaki Yeri: Avantajlar, Dezavantajlar ve Politikalar. *Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 6(CEEİK 2023 Özel Sayısı), 45-62. <https://doi.org/10.38120/banusad.1376452>

- Dursun, Ç. (2005). Haber ve Habercilik Gazetecilik Üzerine Düşünmek. Gazetecilik ve Habercilik (34-69), İstanbul: Ips İletişim Vakfı.
- Elitaş, T. (2022). Dijital Manipülasyon ‘Deepfake’ Teknolojisi ve Olmayanın İnandırıcılığı. Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 19(49), 113-128.
- Erden, G. (2014). Etiğin Kavramsal Açılımı, İletişim ve Etik Arasındaki İlişki. M. Işık (Ed.), İletişim ve Etik İçinde (S. 123-138). Eğitim Yayınevi.
- Erdoğan, İ. (2006). Medya ve Etik: Eleştirel Bir Giriş. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, (23), 1-26.
- Ertürk, H. A. (2022). Yeni Medya Ekseninde İdeolojiyi Anlamak: Filtre Balonları ve Yankı Odaları. Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 1(2), 137-159.
- Eski, M. (2012). Kent Kültürünün Oluşmasında Basının Görevi: Kastamonu Örneği. Dört Öge (1), 141-1
- Etike, Ş. (2023). Yapay Zekâ ve Haber Üretim Süreci: Tanımlar ve Uygulamalar. Türkiye Medya Akademisi Dergisi. Cilt:3 Sayı:6, S. 588-609. <https://doi.org/10.5281/Zenodo.8378908>
- Feldman, F. (2013). Etik Nedir?. Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Fırat, F. (2018). İnternet Haberciliğinde Yapay Zekâ Teknolojisi Kullanımı: Robot Gazetecilik [Yüksek Lisans Tezi]. Gazi Üniversitesi.
- Foça, M. A. (2024, Eylül). İnternette Yanlış Bilgiyle Başa Çıkmanın 10 Yolu. Journo. <https://web.archive.org/web/20160323150701/https://journo.com.tr/dogrulama-10-yolu>
- Gençler Y. (2021, Mart 5). Filtre Balonları ve Yankı Odaları Nedir? Medium. <https://medium.com/yetkingencler/filtre-balonlar%C4%B1-ve-yank%C4%B1-odalar%C4%B1-nedir-ef95a071d8ac>
- Girgin, A. (2003). Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik'i. İnkılap Kitabevi.
- Gökçe, E. U. (2022). Uluslararası İlişkiler Çalışmalarında Açıklamaya ve Anlamaya Dayalı Nitel Araştırma Süreci, Yöntemler ve Bilgisayar Destekli Veri Analizi. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (51), 37-53. <https://doi.org/10.30794/Paus>

- Güler, S. (2021). Üniversitelerde Dijital Etiğin İmkânı Üzerine Bir Sorgulama. TRT Akademi, 6(12), 514-535. <https://doi.org/10.37679/Trta.905595>
- Hbr Türkiye. (2024, Eylül 5). Yapay Zekâ ile Değer Üretme ve Verimlilik. Hbr Türkiye. Erişim Adresi: <https://hbrturkiye.com/sponsorlu-icerik/yapay-zeka-ile-deger-uretme-ve-verimlilik>
- Hekim, H., & Başbüyük, O. (2013). Siber Suçlar ve Türkiye'nin Siber Güvenlik Politikaları. Uluslararası Güvenlik ve Terörizm Dergisi, 4 (2), 135-158.
- Henkoğlu, T. (2017). Kişisel Verileriniz Ne Kadar Güvende? Bilgi Güvenliği Kapsamında Bir Değerlendirme. Arşiv Dünyası (18-19), 36-47.
- Innova. (2023, Kasım). Yapay Zekâ Veri Yönetimini Nasıl Değiştirecek. Innova. Erişim Adresi: <https://www.innova.com.tr/blog/yapay-zeka-veri-yonetimini-nasil-degistirecek>
- İakademi, (2023, Eylül). Yapay zekâ nedir? nasıl geliştirilir?. İakademi. <https://iakademi.com/yapay-zeka-nedir-nasil-gelistirilir/>
- İrvan, S. (2022, Kasım). Yanlış Bilgiyle Doğru Mücadele: Doğrulama Platformları Nasıl İşlemeli?. Newslabturkey. <https://www.newslabturkey.org/2022/11/07/yanlis-bilgiyle-dogru-mucadele-dogrulama-platformlari-nasil-islemeli/>
- İsnet, (2024, Eylül). Yapay zekanın gelişimi ve farklı sektörlerde kullanımı. İsnet. <https://www.isnet.net.tr/blogicerik/yapay-zekanin-kullanim-alani-isnet-blog>
- İşliyen, M. ve Arslantaş, R. (2023). Dijital Gazeteciliğin Haber Üretim ve Sunumunda Editöryal Süreç. Erciyes İletişim Dergisi, 10(2), 671-696 <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1273396>
- İşmen, A. E. (2013). Duygusal Zekâ ve Problem Çözme. Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi, 13(13), 111-124.
- Kalkan, A., & Alparslan, A. M. (2009). Şeffaflık, İletişim ve Hesap Verebilirliğin Yerel Yönetim Başarılarına Etkileri. Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi, 1(1), 25-40.
- Karataş, Y.C. (2021). Dijital Etik ve Dijital Çağda "İnsan Doğası". TRT Akademi, 6(12), 570-579. <https://doi.org/10.37679/Trta.945237>
- Kasım, M. (2014). Basında Haberin Anlatımında Fotoğrafın Rolü. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 10(1-2), 431-448.

- Katıtaş, S., Seylim, E. & Demirkan, S. (2022). Medya Etiği ve Medya Okuryazarlığı Eğitimi Üzerine Bir İnceleme. Alanyazın 3(1), 153-175
[Http://Dx.Doi.Org/10.22596/Cresjournal.0301.153.175](http://Dx.Doi.Org/10.22596/Cresjournal.0301.153.175)
- Kazan, H. (2016). Bilimsel Araştırma Teknikleri. İstanbul Üniversitesi.
- Kazan, H. (2021). Dijital Habercilik Bağlamında Trajik Haberlerde Etik ve Kalıcılıktaki Etkisi Üzerine Bir Araştırma. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 14(2), 661-692.
[Https://Doi.Org/10.37093/İjsi.962864](https://doi.org/10.37093/İjsi.962864)
- Kesgin, Y., & Gül Ünlü, D. (2021). Covid-19 Aşısı ve Yalan Haber: Aşılama Öncesinde Bireylerin Yalan Haber İçeriklerini Fark Etme, Takip Etme ve Teyit Etme Eğilimlerinin Belirlenmesi. Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi (35), 32-55.
[Https://Doi.Org/10.16878/Gsuilet.914875](https://doi.org/10.16878/Gsuilet.914875)
- Keskin, M., & Keloğlu İşler, E. (2023). Dijital Şeffaflık Kavramı: Uluslararası Literatürün PRISMA Yöntemiyle Sistemik İncelenmesi. Türk Kütüphaneciliği, 37(2), 109-136.
[Https://Doi.Org/10.24146/Tk.1283373](https://doi.org/10.24146/Tk.1283373)
- Kocabay Şener, N. (2018). “Doğruluk Kontrol Merkezi” Ve “Yalan Haber” Kavramlarına İlişkin İçeriklerin Medyada Yansımalarının Araştırılması. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi (29. Özel Sayısı), 355-373. [Https://Doi.Org/10.31123/Akil.454397](https://doi.org/10.31123/Akil.454397)
- Kocabay Şener, N. (2021). Yapay Zekânın Habercilikte Kullanımı: Olanaklar ve Sakıncalar. F. Zengin, B. Kapır (Ed.), Yapay Zekâ ve Medya (S. 217-244). Doruk Yayıncılık.
- Koç, O. (2019). Daha İyi Bir Dünya İçin Yapay Zekâ. Doğan Kitap.
- Koçyiğit, A. ve Darı, A. B. (2023). Yapay Zekâ İletişiminde ChatGPT: İnsanlaşan Dijitalleşmenin Geleceği. Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7(2), 427-438.
<https://doi.org/10.30692/sisad.1311336>
- Köroğlu, Y. (2017). Yapay Zekâ'nın Teorik ve Pratik Sınırları. Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi, 1-10.
- Küçük, D., & Arıcı, N. (2018). Doğal Dil İşlemede Derin Öğrenme Uygulamaları Üzerine Bir Literatür Çalışması. Uluslararası Yönetim Bilişim Sistemleri ve Bilgisayar Bilimleri Dergisi, 2(2), 76-86.
- Mcfarland, A. (2023, Mart). İnsan Geri Bildiriminden (Rlhf) Takviyeli Öğrenim Nedir?. Unite.Ai. <https://www.unite.ai/tr/what-is-reinforcement-learning-from-human-feedback-rlhf/>

- Nalcioğlu, B. U. (Tarih Yok). Türk Basın Tarihi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzakta Eğitim Fakültesi
- Narin, B. (2017). Uzman Görüşleri Bağlamında Haber Üretiminde Otomatikleşme: Robot Gazetecilik. Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi(27), 79-108. <https://doi.org/10.16878/gsuilet.373242>
- Narin, B. (2018). Kişiselleştirilmiş Çevrimiçi Haber Akışının Yankı Odası Etkisi, Filtre Balonu ve Siberbalkanizasyon Kavramları Çerçevesinde İncelenmesi. Selçuk İletişim, 11(2), 232-251. <https://doi.org/10.18094/Josc.340471>
- Narin, B., Fırat, F., Fırat, D., Ayaz, B. (2017). Büyük Veri ve Gazetecilik İlişkisi Bağlamında Veri Gazeteciliği. AJIT-E: Academic Journal of Information Technology, 8(30), 215-235. <https://doi.org/10.5824/1309-1581.2017.5.010.x>
- Odacıoğlu, M. C. (2024). Yapay Zekâ ve İnsan Çevirisi: Hukuk Metinlerine Dayalı Karşılaştırmalı Bir Çalışma (M. C. Odacıoğlu, çev.). Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Uluslararası Filoloji ve Çeviribilim Dergisi, 6(1), 147-171. <https://doi.org/10.55036/ufced.1477008>
- Öğündür, G. (2019, Kasım). Doğruluk (Accuracy), Kesinlik (Precision), Duyarlılık (Recall) Ya Da F1 Score?. Medium. <https://medium.com/@Gulcanogundur/Do%C4%9fruluk-Accuracy-Kesinlik-Precision-Duyar%C4%B1l%C4%B1k-Recall-Ya-Da-F1-Score-300c925feb38>
- Öngel, A. (2023). Yapay Zekâ Teknolojisinin Medya Örgütlerinde Kullanımı: Enformasyon Üretim Sürecinin Otomatikleşmesi ve Robot Gazetecilik [Doktora Tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Örs, F. (2010). Küresel Medya Ortamında Yaşanan Etik Sorunlar ve Uluslararası Düzenlemeler. Yaşar Üniversitesi E-Dergisi, 5(20), 3443-3452. <https://doi.org/10.19168/Jyu.2389>
- Öteleş, F. (2021). Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Dijital Etik Kavramına İlişkin Görüşleri [Yüksek Lisans Tezi]. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi.
- Öteleş, F., & Merey, Z. (2022). Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Dijital Etik Kavramına İlişkin Görüşleri. İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 23(3), 1302-1323. <https://doi.org/10.17679/İnuefd.1135696>
- Özcan, N. (2021). Dijital Etik Üzerine Nitel Bir Araştırma. Gençlik Araştırmaları Dergisi, 9(25), 89-108. <https://doi.org/10.52528/Genclikarastirmalari.1004342>

- Özdemir, F. (2013). Reklamın Öteki Yüzü ve Manipülasyon. <https://l24.im/uOZK>
- Özdemir, U. (2022). Facebook-Cambridge Analytica Skandalının Katılımcı Kültür, Dijital Emek Sömürüsü ve Mahremiyetin İhlali Çerçevesinde İncelenmesi. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi (10), 22-34. <https://doi.org/10.56075/Egemiadergisi.999935>
- Özel, E. K., & Deniz, Ş. (2019). “Tik” Ve “Etik” Arasında Sıkışan Gazetecilik: İnternet Gazeteciliğinin Ortaya Çıkardığı Yeni Etik Sorunlar ve Gazetecilerin Konuya Bakış Açısı Üzerine Bir Araştırma. Erciyes İletişim Dergisi, 6(1), 443-466. <https://doi.org/10.17680/Erciyesiletisim.42645>
- Özkartal, T. (2015). Eskiçağda Yazı, Kitap ve Kütüphanenin Oluşum Süreci; Günümüz Eğitime Katkıları. Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi(34), 371-384. <https://doi.org/10.21497/sefad.83631>
- Özlem, D. (2010). Etik Ahlak Felsefesi. Say Yayınları.
- Özsalih, 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>
- Öztemel, E. (2020). Yapay Zekâ ve İnsanlığın Geleceği. M. Şeker, Y. Bulduklu, C. Korkut ve M. Doğrul (Ed.), Bilişim Teknolojileri ve İletişim: Birey ve Toplum Güvenliği İçinde (S. 95-112). Türkiye Bilimler Akademisi (TÜBA).
- Öztürk Çelebi, G. (2024). Robotlar Çağında Gazetecilik. İletişim Çalışmaları Dergisi, 10(2), 138-152.
- Öztürk, İ., & Zeybek, B. (2021). Dijitalleşme ve Etik Sorunlar: Nesnelerin İnterneti Teknolojisini Gözetim, Gizlilik, Güvenlik Kapsamında Değerlendirme. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 2021(55), 1-15. <https://doi.org/10.47998/ikad.932173>
- Öztürk, K., & Şahin, M.E. (2018). Yapay Sinir Ağları ve Yapay Zekâ ‘Ya Genel Bir Bakış. Takvim-İ Vekayi, 6(2), 25-36
- Palmer, J. (2010). Haber Değerleri (M. Demir, Çev.). Abmyo Dergisi, 20, 67-78.
- Pandermos, (2024, Şubat). Yapay Zekanın Günlük Hayatta Kullanımı. Pandermos. <https://www.pandermos.com/blog/yapay-zekanin-gunluk-hayatta-kullanimi-44059>

- Parlak, M. O. (2018). Yeni Medya ve Haberciliğin Dönüşümü. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(14), 59-82.
- Penrose, R. (2004). *Bilgisayar ve Zekâ Kralın Yeni Usu*. Tübitak Popüler Bilim Kitapları.
- Saran, C. (2023). Habere Maruz Kalmak: Mobil Haber Uygulamalarının Anlık Bildirimleri Üzerine Bir İnceleme. *Etkileşim*(11), 292-315. <https://doi.org/10.32739/etkilesim.2023.6.11.198>
- Sarioğlu, E. B. (2020). Yalan Haber, “Post-Truth” Kavramı ve Medya Üçlemesi: Geçmişten Günümüze Gündem Belirleyen Örnekler. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 377-397. <https://doi.org/10.15869/İtobiad.642988>
- Sarıtaç, D. (2023). *Dijital Arama Motorlarında Yapay Zekâ Etkisi ve İşlevsellik Analizi [Yüksek Lisans Tezi]*. İstanbul Aydın Üniversitesi.
- Semiz Türkoğlu, H. (2014). *İnternet Gazeteciliğinde İnteraktiflesen Okur Üzerine Bir Alan Araştırması [Yüksek Lisans Tezi]*. İstanbul Üniversitesi.
- Sheikhı, M. (2022). Yapay Zekâ Kullanımının İş Piyasasına Etkisi. *Journal of Economics and Political Sciences*, 2(1), 102-111.
- Siegel, E. (2021, Haziran). Real-Time Machine Learning: Why It’s Vital And How To Do It. *Machinelearningtimes*. <https://www.predictiveanalyticsworld.com/machinelearningtimes/Real-Time-Machine-Learning-Why-Its-Vital-And-How-To-Do-It/12166/>
- Sinav, A. (2010). Futbol ile İlişkili Şiddet Olaylarına Yönelik Haberlerin Gazetecilik Meslek Etiği İlkeleri Açısından Değerlendirilmesi: Galatasaray-Leeds United, Roma-Galatasaray ve Türkiye-İsviçre Karşılaşmaları Örnek Olaylarına Yönelik Haberlerin Fikir Gazeteleri, Popüler Gazeteler ve Spor Gazetelerindeki Sunumlarının Karşılaştırmalı İçerik Çözümlemesi [Yüksek Lisans Tezi]. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Soydan, B. (2023). Yeni Medya ve Sosyal Medya: Etik Sorunlar ve Çözüm Yaklaşımları, *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, Yeni Medya Elektronik Dergisi, 7 (3), 198-215.
- Stm Thinktech. (2023, Mayıs 31). Üretken Yapay Zekâ (Chatgpt) Dünyayı Değiştirebilir Mi? <https://thinktech.stm.com.tr/tr/uretken-yapay-zeka-chatgpt-dunyayi-degistirebilir-mi>
- Stm. (2022). Yapay Zekânın Geleceği. Thinktech. <https://thinktech.stm.com.tr/tr/yapay-zekanin-gelecegi>

- Şayir, O. (2022). İnternet Haberciliğinde Yapay Zekâ Gazeteciliğinin Eşik Bekçiliği Açısından İncelenmesi. İletişim Bilimi Araştırmaları Dergisi, 2(2), 117-134.
- Şen, A. F., & Şen, Y. F. (2015). Sosyal Medya, İletişim Hakkı ve İfade Özgürlüğü Üzerine Bir Değerlendirme. Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 17(2), 122-136.
- Şen, Y. F., & Yurtoğlu, D. (2020). Teknoloji ve Güvenlik İlişkisi Bağlamında Yapay Zekânın İstihbarat Analizindeki Önemi. Güvenlik Çalışmaları Dergisi, 22(1), 24-48.
- Şimşek, A. (2018). Araştırma Sorununun Belirlenmesi. A. Şimşek (Ed.), Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri İçinde (S. 108-133). Anadolu Üniversitesi.
- Şimşek, O. H. (2024). Tık Odaklı Habercilik Kapsamında Video Oyun Haberlerinin İncelenmesi. Sakarya İletişim, 4(1), 23-38.
- Tafralı, S. (2022, Mayıs). Yapay Öğrenme: Model Doğrulama Yöntemleri. Medium. <https://Medium.Com/Machine-Learning-T%C3%Bcrkiye/Yapay-%C3%B6%C4%9frenme-Model-Do%C4%9frulama-Y%C3%B6ntemleri-78e0de0fb01>
- Taş, O., & Taş, T. (2018). Post-Hakikat Çağında Sosyal Medyada Yalan Haber ve Suriyeli Mülteciler Sorunu. Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi (29), 183-208. <https://doi.org/10.16878/Gsuilet.500943>
- Tekke, A. Ve Lale, A. (2021). Sosyal Medyada Etik, Bilgi Manipülasyonu ve Siber Güvenlik. Akademik İncelemeler Dergisi, 16(2), 44-62. <https://doi.org/10.17550/Akademikincelemeler.958167>
- Temel, D. (2018). Türkçe İnternet Gazetelerinde İçerik Çeşitliliği ve Kopyala Yapıştır Habercilik [Yüksek Lisans Tezi]. Galatasaray Üniversitesi
- Topçu, E. Ve Çaycı, B. (2022). Sosyal Medyada Dezenformasyon: Covid-19 Pandemisi Örneği. Tam Akademi Dergisi, 1(2), 161-191. <https://doi.org/10.58239/Tamde.2022.02.005.X>
- Topsakal, T. (2020). Kişiselleştirilmiş Haber Uygulamaları Bağlamında Kullanıcıların Haber Okuma Tercihleri: Bundle Uygulaması Örneği. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 20(3), 659-686. <https://doi.org/10.11616/Basbed.V20i56819.684408>

- Tosunoğlu, E., Yılmaz, R., Özeren, E., Sağlam, Z. (2021). Eğitimde Makine Öğrenmesi: Araştırmalardaki Güncel Eğilimler Üzerine İnceleme. Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Dergisi, 3(2), 178-199.
- Tübitak Ulakbim. (2024). Veri Kontrolü ve Veri Temizleme. Açık Veri ve Açık Bilim. <https://Acikveri.Ulakbim.Gov.Tr/Acik-Veri-Acik-Bilim/Bolum-3-Veri-Isleme/3-3-Veri-Kontrolu-Ve-Veri-Temizleme/>
- Türkiye Gazeteciler Cemiyeti. (2024). Türkiye Gazetecilik Hak ve Sorumluluk Bildirgesi. <https://Www.Tgc.Org.Tr/Bildirgeler/T%C3%Bcrkiye-Gazetecilik-Hak-Ve-Sorumluluk-Bildirgesi/Bildirge.Html>
- Uğur, M. (2023, Kasım). Logically AI: Yapay Zekâ ile Doğrulama. NewsLabTurkey. <https://Www.Newslabturkey.Org/2023/11/27/Logically-Ai-Yapay-Zeka-İle-Dogrulama/>
- Usubaliev, E. (2024, Şubat). Medyada Yapay Zekâ Etik Kullanım Rehberi. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/info/infografik/38044#>
- Uzunoglu, S., & Uyar, V. (2021, Aralık 21). Türkiye'de Doğru Bilgiyi Aramak: Çöldeki Vahanın Peşinde. NewsLabTurkey. <https://Www.Newslabturkey.Org/Turkiyede-Dogru-Bilgiyi-Aramak/>
- Ünal, A., & Kılınç, İ. (2024). Üretken Yapay Zekâların İş Dünyası Üzerine Etkilerine İlişkin Erken Dönem Bir Değerlendirme. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 23(90), 776-797. <https://Doi.Org/10.17755/Esosder.1411805>
- Ünal, D. (2020). Yeni Medyada Gazeteciliğin Dönüşümüne Dair Nitel Bir Araştırma. 19 Mayıs Sosyal Bilimler Dergisi, 1(3), 238-253
- Ünal, G., & Uluyol, Ç. (2020). Blok Zinciri Teknolojisi. Bilişim Teknolojileri Dergisi, 13(2), 167-175. <https://Doi.Org/10.17671/Gazibtd.516990>
- Ünal, R., & Taylan, A. (2017). Sağlık İletişiminde Yalan Haber-Yanlı Enformasyon Sorunu ve Doğrulama Platformları. Atatürk İletişim Dergisi (14), 81-100.
- Yapar Gönenç, A. (2012). Medya ve Haber. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi | İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi (14). <https://Doi.Org/10.17064/Iuifhd.74643>
- Yavuz, H. (2021, Eylül 1). Yapay Zekâ'nın Bilinç Kazanması Mümkün Olabilir Mi? Eğer Mümkünse, Yapay Zekâ Nasıl Bilinç Kazanabilir? Evrim Ağacı.

<https://Evrimagaci.Org/Yapay-Zekanin-Bilinc-Kazanmasi-Mumkun-Olabilir-Mi-Eger-Mumkunse-Yapay-Zeka-Nasil-Bilinc-Kazanabilir-10059>

- Yeşilkaya, N. (2022). Yapay Zekaya Dair Etik Sorunlar. *Şarkiyat*, 14(3), 948-963. <https://doi.org/10.26791/Sarkiat.1189864>.
- Yıldırım, A. Ve Şimşek, H. (2016). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, G., Taşkın, H. ve Koç, M. (2020). Haber Toplama ve Yazma. Millî Eğitim Bakanlığı.
- Yılmaz, A. (2017). Yapay Zekâ. Kodlab Yayın Dağıtım Yazılım ve Eğitim Hizmetleri.
- Yılmaz, E. (2023). Etik ve Temel Yaklaşımlar. F. Apaydın (Ed.), Akademik Etik ve Bilim (S. 1-34). Nobel Tıp Kitabevleri.
- Yolcu, D. D. (Tarih Yok). Yeni Medya. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi
- Yurdam, S. (2022). Haber Kaynaklarının Korunması Meselesinde Kadim Çelişkiler, Yeni Sorunlar: Dijital Güvenlik Odaklı Bir Perspektife Doğru. *ViraVerita E-Dergi* (15), 136-170. <https://doi.org/10.47124/viraverita.995046>
- Yurdigül, Y. (2011). Kurgusal Gerçeklik Bağlamında Haber ve Gerçeklik İlişkisi. *Atatürk İletişim Dergisi* (1),
- Yurdigül, Y. Ve Yüksel, H. (2013). TV Haberciliğinde Editoryal Bağımsızlık Sorunu: Türkiye Televizyon Haberciliğinde Editoryal Bağımsızlık Sorununa İlişkin Alan Araştırması. *Selçuk İletişim*, 7(4), 140-151. <https://doi.org/10.18094/Si.98924>
- Yücel Karamustafa, E., & Arsan, B. (2022). Yapay Zekanın Geleceği: Duygular Yapay Zekayı Nasıl Etkileyecek?. *Journal Of Business İn The Digital Age*, 5(1), 58-64. <https://doi.org/10.46238/Jobda.1070090>
- Yükseköğretim Kurulu. (2024). Yapay Zekâ Kullanımına Dair Etik Rehber. <https://www.yok.gov.tr/Documents/2024/yapay-zeka-kullanimina-dair-etik-rehber.pdf>
- Yüksel, E. (2018). Temel Kavramlar. H. İ. Gürçan (Ed.), Haberciliğin Temel Kavramları İçinde (S. 49-75). Anadolu Üniversitesi.

EK

Ek 1: Araştırma Kodlama Şeması

Tema 1: Yapay Zekâ Destekli Haber Üretiminin Haber Etiği Üzerindeki Etkileri
Ana Kod: Doğruluk ve Güvenilirlik
• Alt Kod: Haberin Doğruluğu
• Alt Kod: Kaynakların Güvenilirliği
• Alt Kod: Haberin Gerçekliği
Ana Kod: Tarafsızlık ve Objektiflik
• Alt Kod: Haberin Tarafsızlığı
• Alt Kod: Haber Seçiminde Yanlılık
• Alt Kod: Bağımsız Haber Üretimi
• Alt Kod: Haberde Eşitlik ve Dengelilik
Ana Kod: Şeffaflık ve Denetlenebilirlik
• Alt Kod: Yapay Zekâ Algoritmalarının Şeffaflığı
• Alt Kod: Karar Alma Süreçlerinde Denetlenebilirlik
Tema 2: Dijital Etik Sorunlar
Ana Kod: Veri Gizliliği ve Güvenliği
• Alt Kod: Kişisel Verilerin Korunması
• Alt Kod: Mahremiyet İhlali Riski
• Alt Kod: Kullanıcı Rızası ve Bilgilendirme
Ana Kod: Etik Yönergeler ve Düzenlemeler
• Alt Kod: Mevcut Düzenlemelerin Yeterliliği
• Alt Kod: Yeni Etik Yönergeler Geliştirilmesi
• Alt Kod: Düzenleme Eksiklikleri ve İhtiyaçlar
• Alt Kod: Uluslararası Düzenlemeler ve Uyum
Ana Kod: Dijital İçerik Yayılımı
• Alt Kod: Yanıltıcı Bilgi (Dezenformasyon)
• Alt Kod: Manipülasyonu Riski
• Alt Kod: Haberde Duygu Eksikliği
• Alt Kod: Hızlı Bilgi Yayılımının Etik Sorunları
• Alt Kod: Teknolojik Eğitim ve Yeterlilik
• Alt Kod: Algoritma Bazlı İçerik Dağıtımı ve Etkileri
• Alt Kod: Haber Kalitesi
Tema 3: Yapay Zekâ ve Gazetecilik Pratikleri
Ana Kod: Teknolojinin Haber Üretimine Entegrasyonu
• Alt Kod: Haber Üretim Otomasyonu ve Verimlilik
• Alt Kod: Gazeteci ve Yapay Zekâ İş Birliği
• Alt Kod: Yapay Zekâ ve İnsan Denetimi
• Alt Kod: Haber Üretim Sürecindeki Etik Kaygılar ve Zorluklar
• Alt Kod: İşsizlik Endişesi
Ana Kod: Etik Sorumluluk ve Mesleki İlkeler
• Alt Kod: Karar Alma Sürecinde Etik Sorumluluklar
• Alt Kod: Etik İlkelere Uygunluk
• Alt Kod: Gazetecilik Mesleği Üzerindeki Etkiler
• Alt Kod: Mesleki Standartların Evrimi
Tema 4: Yapay Zekâ Haberciliği Etik İlke ve Yaklaşımlar

Ana Kod: Dijital Etik İlke ve Yaklaşımlar
• Alt Kod: Okuyucuyu Yapay Zekâ Haberciliği Konusunda Bilinçlendirme Çalışmaları
• Alt Kod: Toplumsal Algı ve Okuyucu Üzerindeki Etkiler
• Alt Kod: Haber Endüstrisinde Etik Standartların Geliştirilmesi
• Alt Kod: Dijital Etik Kılavuzları ve Düzenlemeler
• Alt Kod: Yapay Zekâ Haberciliği Etiği Üzerine Yaklaşımlar



Ek 2: Kodlama Şemasındaki Veri Dağılımı

Kod Sistemi	Yapay Zeka Uzmanı Katılımcılar	Gazeteci Katılımcılar	Akademisyen Katılımcılar	TOPLAM
Doğruluk ve Güvenilirlik				0
Haberin Doğruluğu	10	9	13	32
Kaynakların Güvenilirliği	12	7	13	32
Haberin Gerçekliği	4	5	5	14
Tarafsızlık ve Objektiflik		1		1
Haberin Tarafsızlığı	7	1	15	23
Haber Seçiminde Yanlılık	4	1	6	11
Bağımsız Haber Üretimi	1	3	1	5
Haberde Eşitlik ve Dengelilik	4		3	7
Şeffaflık ve Denetlenebilirlik	1			1
Yapay Zeka Algoritmalarının Şeffaflığı	6	2	11	19
Karar Alma Süreçlerinde Denetlenebilirlik	3	5	6	14
Veri Gizliliği ve Güvenliği		1	2	3
Kişisel Verilerin Korunması	5	1	13	19
Mahremiyet İhlali Riski	1		11	12
Kullanıcı Rızası ve Bilgilendirme	2		6	8
Etik Yönergeler ve Düzenlemeler				0
Mevcut Düzenlemelerin Yeterliliği	3	2	5	10
Yeni Etik Yönergeler Geliştirilmesi	3		6	9
Düzenleme Eksiklikleri ve İhtiyaçlar	1	2	8	11
Uluslararası Düzenlemeler ve Uyum			8	8
Dijital İçerik Yayılımı				0
Yanıtıcı Bilgi (Dezenformasyon)		5	7	12
Manipulasyonu Riski	1	7	13	21
Haberde Duygu Eksikliği	2	5	1	8
Hızlı Bilgi Yayılımının Etik Sorunları		1	1	2
Teknolojik Eğitim ve Yeterlilik	6	1	5	12
Algoritma Bazlı İçerik Dağıtım ve Etkileri	2			2
Haber Kalitesi	2	10		12
Teknolojinin Haber Üretimine Entegrasyonu		1		1
Haber Üretim Otomasyonu ve Verimlilik	13	8	9	30
Gazeteci ve Yapay Zeka İş Birliği	6	11	13	30
Yapay Zeka ve İnsan Denetimi	8	5	5	18
Haber Üretim Sürecindeki Etik Kaygılar ve Zorluklar	1	4	1	6
İşsizlik Endişesi		2	3	5
Etik Sorumluluk ve Mesleki İlkeler				0
Karar Alma Sürecinde Etik Sorumluluklar	3		7	10
Etik İlkeler Uyumluk	2	4	3	9
Gazetecilik Mesleği Üzerindeki Etkiler	1	8	5	14
Mesleki Standartların Evrimi		5	1	6
Dijital Etik İlke ve Yaklaşımlar				0
Okuyucuyu Yapay Zeka Haberciliği Konusunda Bilinçlendirme Çalışmaları		1	1	2
Toplumsal Algı ve Okuyucu Üzerindeki Etkiler		3	10	13
Haber Endüstrisinde Etik Standartların Geliştirilmesi	1	5	20	26
Dijital Etik Kılavuzları ve Düzenlemeler	1		3	4
Yapay Zeka Haberciliği Etiği Üzerine Yaklaşımlar	7	1	2	10
TOPLAM	123	127	242	492

Ek 3: Katılımcılara Yöneltilen Sorular

Yapay Zekâ Uzmanı Katılımcılara Yöneltilen Sorular

1. Yapay zekâ tabanlı haberleşme sistemlerinin teknik olarak nasıl işlediğini ve haber içeriğini nasıl ürettiğini açıklayabilir misiniz?
2. Yapay zekâ tabanlı sistemlerde kullanılan algoritmaların temel işleyiş mekanizması nasıldır? Yapay zekâ algoritmaları içeriği nasıl üretir ve bu süreçte hangi adımları izler?
3. Bilgi kaynaklarının analizinde yapay zekâ nasıl bir yöntem izler ve bilginin kaynağını doğrulamak için hangi veri kaynaklarına başvurur?
4. Yapay zekâ tarafından üretilen haber içeriğinin etik ve yasal standartlara uygunluğunu kontrol etmek için hangi denetim süreçleri uygulanabilmektedir?
5. Yapay zekâ tabanlı sistemlerin tarafsızlık ve güvenilirlik açısından nasıl optimize edilebileceğini düşünüyorsunuz?

Gazeteci Katılımcılara Yöneltilen Sorular

1. Yapay zekâ tabanlı haberleşme sistemlerinin günlük habercilik pratiğinizi nasıl etkilediğini düşünüyorsunuz?
2. Yapay zekâ tarafından üretilen haber içeriğinin gazetecilik etiği ve mesleki standartlar açısından nasıl etkileri olduğunu düşünüyorsunuz?
3. Yapay zekâ haberciliğinin gelecekteki gazetecilik pratiklerini nasıl şekillendireceğini öngörüyorsunuz?
4. Yapay zekâ destekli haber üretirken, hangi etik kaygılar ön planda gelmektedir?
5. Yapay zekâ tarafından üretilen haber içeriğinin etik ve yasal standartlara uygunluğunu kontrol etmek için hangi denetim süreçleri uygulanabilmektedir?
6. Yapay zekâ kullanımının artmasıyla birlikte, haberlerin hızlı bir şekilde üretilmesi ve dağıtılmasının haber kalitesi üzerindeki etkilerini sizce nelerdir? Bu etkileri nasıl değerlendiriyorsunuz?

Akademisyenlere Yöneltilen Sorular

1. Yapay zekâ tarafından üretilen haber içeriğinin dijital etik perspektifinden incelenmesi gerektiğini düşünüyor musunuz? Bu konuda hangi etik prensipler öne çıkıyor?
2. Yapay zekâ kullanımının haber içeriğinin doğruluğu ve tarafsızlığı üzerindeki etkilerini nasıl değerlendiriyorsunuz?
3. Gelecekte yapay zekâ teknolojisinin haberleşme ve habercilik alanında nasıl ilerlemeler getirebileceğini öngörüyorsunuz?
4. Yapay zekâ haberleşme sistemlerinin haber içeriğinin manipülasyonuna olan potansiyel etkileri hakkında ne düşünüyorsunuz ve bu konuda nasıl önlemler alınabilir?
5. Yapay zekâ tabanlı haberleşme sistemlerinin veri gizliliği ve kişisel mahremiyet açısından nasıl düzenlenmesi gerektiğini düşünüyorsunuz? Hangi önlemler alınabilir?
6. Yapay zekâ kullanımının haberleşme alanında, bilgi erişimi ve yayılma süreçleri üzerindeki etik ve yasal sorunlara nasıl bir yaklaşım önerirsiniz?
7. Yapay zekâ tabanlı haberciliğin, geleneksel habercilik etiği ve standartlarına nasıl bir farklılık getirdiğini düşünüyorsunuz?

Ek 4: Kodların Amacı ve İlişki Kurulan Kelimeler

KODLAR	Kodların Kullanım Amacı	Kodlar ile İlişki Kurulan Kelimeler
Ana Kod: Doğruluk ve Güvenilirlik	Yapay zekâ destekli haberlerin doğruluk ve güvenilirlik açısından nasıl etkilendiğini anlamak. Bu kod, haberlerin doğru ve güvenilir olup olmadığını, kaynakların güvenilirliğini ve haberlerin gerçeğe uygunluğunu değerlendirmek için kullanılmıştır.	- Otomatik içerik kontrolü - Algoritmik analiz - Gerçeklik doğrulaması - Veri madenciliği - Haber kaynağı çeşitliliği - Haber doğrulama - Sahte haber (fake news) - Dezenformasyon - Bilgi kirliliği - Veri seti güvenilirliği - Algoritma bağımsızlığı - Kaynak güvencesi
Alt Kod: Haberin Doğruluğu	Yapay zekâ tarafından üretilen haberlerin doğruluk seviyesini incelemek.	- Veri analitiği - Otomatik doğrulama araçları - Yapay zekâ doğrulama mekanizmaları - Haber içeriği doğruluğu, - Gerçek zamanlı doğrulama, - Bilgi doğrulama algoritmaları
Alt Kod: Kaynakların Güvenilirliği	Kullanılan kaynakların güvenilirliğini ve haberlerin bu kaynaklara ne kadar dayandığını değerlendirmek.	- Güvenilir kaynak analizi - Yapay zekâ kaynak filtreleme - Veri kaynağı otoritesi. - Kaynak çeşitliliği - Doğrulanmış haberler - Yapay zekâ algoritmalarıyla kaynak seçimi
Alt Kod: Haberin Gerçekliği	Yapay zekâ tarafından üretilen haberin içerdiği bilgilerin gerçeklikle olan ilişkisini ortaya çıkarmak.	- Gerçeklik kontrolü - Sahtecilik önleme - İçerik gerçekliği. - Yapay zekâ tarafından oluşturulan içeriklerin gerçekliği - Sahte haber tespiti
Ana Kod: Tarafsızlık ve Objektiflik	Yapay zekâ destekli haberlerin tarafsızlık ve objektiflik açısından nasıl bir etkisi olduğunu belirlemek. Bu kod, haberlerin ne kadar tarafsız ve objektif olduğunu değerlendirmek için kullanılmıştır	- Algoritma eğilim analizi - Yapay zekâ tarafsızlığı - Veri önyargısı - Haber çerçevesi - İçerik filtrelemesi - Editöryal yapay zekâ kararları - Algoritmik bağımsızlık - İçerik üretim kontrolü
Alt Kod: Haberin Tarafsızlığı	Haberin tarafsız olup olmadığını ve bilgi sunumunda önyargı bulunup bulunmadığını incelemek.	- İçerik objektifliği - Tarafsız haber anlatımı - Dil kullanımı - Algoritma temelli tarafsızlık - Yapay zekâ yanlılığı - Tarafsız dil modeli
Alt Kod: Haber Seçiminde Yanlılık	Haberlerin seçiminde yanlılıkları tespit etmek.	- Algoritma yanlılığı - İçerik filtreleme - Veri seti seçimi - Algoritmik kararların önyargıya yol açması - Haber seçimi şeffaflığı - Filtre balonu
Alt Kod: Bağımsız Haber Üretimi	Haberlerin bağımsız olup olmadığını ve dış etkenlerden ne kadar bağımsız olduğunu değerlendirmek.	- Yapay zekâ destekli editöryal bağımsızlık - İçerik denetimi - Yapay zekâ ile bağımsız habercilik - Editöryal özgürlük - Yapay zekâ kontrolü - Bağımsız içerik üretimi

Alt Kod: Haberde Eşitlik ve Dengelilik	Haberlerde eşitlik ve dengelilik ilkesinin uygulanıp uygulanmadığını analiz etmek.	- Eşit temsil - Dengeli içerik - Yapay zekâ içerik dengelemesi - Yapay zekâ destekli denge - İçerik çeşitliliği - Eşit bilgi dağılımı
Ana Kod: Şeffaflık ve Denetlenebilirlik	Yapay zekâ algoritmalarının şeffaflık ve denetlenebilirlik düzeyini değerlendirmek. Bu kod, algoritmaların şeffaflığı ve karar alma süreçlerinin denetlenebilirliğini incelemek için kullanılmıştır.	- Yapay zekâ model açıklanabilirliği - Algoritmik karar mekanizması - Kod erişilebilirliği - Algoritma denetimi - Veri denetimi - Yapay zekâ izlenebilirliği
Alt Kod: Yapay Zekâ Algoritmalarının Şeffaflığı	Algoritmaların nasıl çalıştığını ve ne kadar şeffaf olduğunu incelemek	- Algoritma erişimi - Veri işleme şeffaflığı - Yapay zekâ model açıklaması - Karar alma süreçlerinin açıklığı - Yapay zekâ şeffaflık raporları - İçerik oluşturma mekanizması
Alt Kod: Karar Alma Süreçlerinde Denetlenebilirlik	Algoritmaların karar alma süreçlerinin ne kadar denetlenebilir olduğunu değerlendirmek.	- Yapay zekâ karar denetimi algoritma izlenebilirliği - İçerik kontrol mekanizması - Yapay zekâ karar süreçlerinin denetlenebilirliği - İçerik kontrol süreçleri - Algoritmik karar şeffaflığı
Ana Kod: Veri Gizliliği ve Güvenliği	Yapay zekâ destekli haberlerin veri gizliliği ve güvenliği açısından taşıdığı etik sorunları araştırmak. Bu kod, kişisel verilerin nasıl korunduğunu ve mahremiyet ihlali risklerini incelemek için kullanılmıştır.	- Veri anonimleştirme - Veri etiketi - Yapay zekâ veri işleme - Kullanıcı veri mahremiyeti - Bilgi güvenliği - Veri koruma protokolleri - Kullanıcı rızası - Veri paylaşım izinleri - Bilgilendirilmiş onam
Alt Kod: Kişisel Verilerin Korunması	Kişisel verilerin nasıl korunduğunu ve veri gizliliği standartlarının nasıl uygulandığını analiz etmek..	- Yapay zekâ veri işleme - Veri koruma düzenlemeleri - Bilgi güvenliği - Kişisel veri gizliliği - Yapay zekâ veri güvenliği - Bilgi mahremiyeti
Alt Kod: Mahremiyet İhlali Riski	Mahremiyet ihlali risklerini ve bunların haber üretimine etkilerini değerlendirmek.	- Gizlilik riski - Veri ihlali - Mahremiyet tehditleri - Mahremiyet zorlukları - Veri ihlali riskleri - Yapay zekâ gizlilik politikaları
Alt Kod: Kullanıcı Rızası ve Bilgilendirme	Kullanıcıların veri kullanımı konusunda nasıl bilgilendirildiğini ve rızalarının nasıl alındığını incelemek.	- Bilgilendirme - Kullanıcı izni - Veri işleme rızası - Yapay zekâ bilgilendirme süreci - Kullanıcı onay prosedürleri - Veri paylaşım izinleri
Ana Kod: Etik Yönergeler ve Düzenlemeler	Mevcut etik yönergelerin yeterliliğini ve ihtiyaç duyulan yeni düzenlemeleri değerlendirmek. Bu kod, mevcut düzenlemelerin etkili olup olmadığını ve yeni yönergelerin geliştirilmesi gerekliliğini incelemek için kullanılmıştır.	- Yapay zekâ etik yönergeleri - Gazetecilik kuralları - Medya standartları - Dijital etik - Yapay zekâ etik çerçevesi - Medya etik ilkeleri
Alt Kod: Mevcut Düzenlemelerin Yeterliliği	Mevcut etik düzenlemelerin ne kadar yeterli olduğunu değerlendirmek.	- Etik mevzuat - Medya düzenlemeleri - Yapay zekâ medya kuralları - Mevcut etik yönergeler - Yapay zekâ medya düzenlemeleri

Alt Kod: Yeni Etik Yönergeler Geliştirilmesi	Yeni etik yönergelerin geliştirilmesi ve mevcut eksikliklerin giderilmesi üzerine çalışmak.	• Etik eksiklikler • Yeni medya etiği • Dijital etik rehberi • Yapay zekâ etik kuralları • Etik standart geliştirme • Yapay zekâ haberciliği için kılavuz oluşturma • Dijital etik oluşturma
Alt Kod: Düzenleme Eksiklikleri ve İhtiyaçlar	Mevcut düzenlemelerdeki eksiklikleri ve yeni düzenleme ihtiyaçlarını belirlemek.	• Düzenlemeler • Eksiklikler • Yasal çerçeve • Etik kurallar • İhtiyaçlar • Kılavuzlar
Alt Kod: Uluslararası Düzenlemeler ve Uyum	Uluslararası düzenlemelerin nasıl uygulandığını ve yerel düzenlemelerle uyumunu değerlendirmek.	• Uluslararası medya standartları • Yapay zekâ etik uyum • Global düzenlemeler • Küresel etik uyumu • Uluslararası yapay zekâ etik standartları • Medya düzenlemeleri
Ana Kod: Dijital İçerik Yayılımı	Dijital içerik yayılımının nasıl uygulandığını değerlendirmek.	• Sahte içerik • Manipülasyon • Yapay zekâ destekli yanıltıcı bilgi • İçerik kişiselleştirme • Algoritma filtreleme • Bilgi yayılımı • Bilgi yayılım hızı • Anlık haber paylaşımı • Etik sorunlar
Alt Kod: Yanıltıcı Bilgi (Dezenformasyon)	Yanıltıcı bilgi (dezenformasyonun) yayılma biçimlerini incelemek.	• Algoritmik dezenformasyon • Sahte içerik • Bilgi kirliliği • Yapay zekâ tarafından oluşturulan yanıltıcı içerikler • Dezenformasyonun tespiti • Bilgi güvenilirliği
Alt Kod: Manipülasyonu Riski	İçerik manipülasyonu risklerini ve bunların etkilerini değerlendirmek.	• Manipülasyon • Dezenformasyon • Veri işleme • Etik ihlaller • Bilgi güvenliği.
Alt Kod: Haberde Duygu Eksikliği	Haberde duygusal derinliğin eksikliğini ve bunun etkilerini analiz etmek.	• Duygusal ifade • İnsan dokunuşu • İçerik soğukluğu • Yapay zekanın insan duygularını aktarmada yetersizliği • Haberlerde insani duygunun eksikliği • Empati kuramama
Alt Kod: Hızlı Bilgi Yayılımının Etik Sorunları	Bilgi yayılımının hızının etik sorunlara neden olup olmadığını değerlendirmek.	• Hızlı paylaşım • Gerçek zamanlı haber • Etik boşluklar • Yanlış bilgi yayılma hızı • Etik denetimsizlik • Anlık haberlerin doğruluğu
Alt Kod: Teknolojik Eğitim ve Yeterlilik	Teknolojik eğitim ve yeterliliğinin etik sorunlara neden olup olmadığını değerlendirmek.	• Dijital okuryazarlık • Yapay zekâ farkındalığı • Etik eğitim • Gazetecilerin teknoloji yeterliliği • Yapay zekâ farkındalığı • Medya okuryazarlığı
Alt Kod: Algoritma Bazlı İçerik Dağıtımı ve Etkileri	Algoritma bazlı içerik dağıtımının etkilerini ve bunların haber yayılımına etkisini araştırmak.	• Algoritma • İçerik dağıtımı • Etkileşim • Bilgi akışı

		• Veri analitiği. • Algoritma etkileri • Haber seçimi
Alt Kod: Haber Kalitesi	Haber kalitesini ve yapay zekanın bu kalitenin üzerindeki etkilerini değerlendirmek.	• İçerik seçimi • Algoritmik kalite • Kullanıcı deneyimi • Algoritma kaynaklı içerik manipülasyonu • Haber kalitesinin düşmesi • Kullanıcı odaklı içerik dağıtımı
Ana Kod: Teknolojinin Haber Üretimine Entegrasyonu	Yapay zekanın haber üretimine entegrasyonunun getirdiği pratik ve etik zorlukları incelemek. Bu kod, teknolojinin entegrasyonu ve bu entegrasyonun gazetecilik pratikleri üzerindeki etkilerini araştırmak için kullanılmıştır.	• Teknoloji entegrasyonu • Entegrasyon etkileri • Teknolojik ilkelerin belirlenmesi • Otomasyon • Etik kaygılar
Alt Kod: Haber Üretim Otomasyonu ve Verimlilik	Otomasyonun haber üretim sürecindeki verimliliği nasıl etkilediğini incelemek.	• Otomatik haber üretimi • Hızlı içerik • Verimlilik artışı • Haber üretim hızındaki artış • İçerik otomasyonu • Verimlilik ve maliyet avantajları
Alt Kod: Gazeteci ve Yapay Zekâ İş Birliği	Gazetecilerle yapay zekâ arasındaki iş birliğini ve bu iş birliğinin etkilerini değerlendirmek.	• İş birliği • İnsan-yapay zekâ etkileşimi • Karma içerik üretimi • Gazetecilerin yapay zekâ ile ortak çalışmaları • Hibrit haber modelleri • İçerik kontrolü
Alt Kod: Yapay Zekâ ve İnsan Denetimi	Yapay zekâ ve insan denetiminin haber üretimindeki rolünü analiz etmek.	• İnsan kontrolü • Denetleme mekanizması • Algoritmik kararlar • Yapay zekâ tarafından üretilen haberlerin insan denetimi • İçerik düzenlemesi • Etik uyum
Alt Kod: Haber Üretim Sürecindeki Etik Kaygılar ve Zorluklar	Haber üretim sürecinde etik kaygıları ve zorlukları ortaya çıkarmak.	• Etik ikilemler • Otomasyon endişeleri • Güvenilirlik • Gazetecilik süreçlerinde ortaya çıkan etik sorunlar • Yapay zekâ ile içerik oluşturma kaygıları
Alt Kod: İşsizlik Endişesi	Yapay zekâ entegrasyonunun işsizlik endişelerine etkisini incelemek.	• Meslek kaybı • İşsizlik riski • İnsan işgücü • Yapay zekâ nedeniyle gazetecilik mesleğinde işsizlik riski • Teknolojik işsizlik endişesi
Ana Kod: Etik Sorumluluk ve Mesleki İlkeler	Gazetecilik mesleğinde etik sorumlulukları ve mesleki ilkeleri değerlendirmek. Bu kod, gazetecilik mesleği üzerindeki etik sorumlulukları ve standartların evrimini araştırmak için kullanılmıştır.	• Mesleki etik • Sorumluluk • Gazetecilik standartları • Karar alma • Mesleki evrim. • Etik sorumluluklar • Mesleki standartlar • Teknoloji etkisi • Mesleki ilkeler
Alt Kod: Karar Alma Sürecinde Etik Sorumluluklar	Algoritmaların karar alma sürecindeki etik sorumlulukları ve bu sorumlulukların nasıl gerçekleştirildiğini incelemek.	• Karar etiği • Sorumluluk • Etik uygulamalar. • Yapay zekâ destekli haberlerde etik sorumluluklar • Editöryal kararlar

Alt Kod: Etik İlkelerine Uygunluk	Yapay zekâ haberciliğinin etik ilkelere uygunluk düzeyini değerlendirmek.	• Etik uyum • Mesleki standartlar • Kural uygunluğu • Haberlerde etik ilkelerin sağlanması • Yapay zekâ destekli gazetecilikte etik uyum
Alt Kod: Gazetecilik Mesleği Üzerindeki Etkiler	Yapay zekanın gazetecilik mesleği üzerindeki etkilerini analiz etmek.	• Meslek değişimi • Yapay zekâ etkisi • Yeni uygulamalar • Gazetecilik mesleğinde yapay zekanın yarattığı değişiklikler • Yeni nesil gazetecilik pratikleri
Alt Kod: Mesleki Standartların Evrimi	Mesleki standartların nasıl evrildiğini ve yapay zekanın bu evrime etkilerini değerlendirmek.	• Mesleki gelişim • Etik standartlar • Gazetecilik evrimi • Gazetecilik standartlarının yapay zekâ ile evrimi • Yeni etik normlar
Ana Kod: Dijital Etik İlke ve Yaklaşımlar	Dijital etik ilkelerini ve yaklaşımlarını değerlendirmek. Bu kod, yapay zekâ haberciliği için etik standartların geliştirilmesini ve toplum üzerindeki etkilerini incelemek için kullanılmıştır.	• Dijital etik • İlkeler • Yaklaşımlar • Düzenlemeler • Etik sorunlar • İlkeler
Alt Kod: Okuyucuyu Yapay Zekâ Haberciliği Konusunda Bilinçlendirme Çalışmaları	Yapay zekâ haberciliği hakkında okuyucuları bilinçlendirme çalışmalarını incelemek.	• Bilinçlendirme • Farkındalık • Bilgi yayılımı • Yapay zekâ destekli haberlerin anlaşılması • Okuyucu bilinci oluşturma • Bilgi farkındalığı
Alt Kod: Toplumsal Algı ve Okuyucu Üzerindeki Etkiler	Toplumsal yapay zekâ haberciliğine dair algısını ve bu algının okuyucu üzerindeki etkilerini değerlendirmek.	• Toplum algısı • Kamuoyu etkisi • Yapay zekâ • Yapay zekâ haberciliğinin toplum üzerindeki etkisi • Okuyucu güveni • Medya algısı
Alt Kod: Haber Endüstrisinde Etik Standartların Geliştirilmesi	Haber endüstrisinde etik standartların nasıl geliştirildiğini ve geliştirilmesi gerekliliğini incelemek.	• Etik standartlar • Medya endüstrisi • Yapay zekâ politikaları • Haber endüstrisinde yeni etik standartların geliştirilmesi • Yapay zekâ için kural belirleme
Alt Kod: Dijital Etik Kılavuzları ve Düzenlemeler	Dijital etik kılavuzları ve düzenlemelerin etkilerini araştırmak..	• Dijital etik • Kılavuzlar • Medya düzenlemeleri • Dijital etik kılavuzları oluşturma • Medya düzenlemeleri • Yapay zekâ haberciliğinde etik kurallar
Alt Kod: Yapay Zekâ Haberciliği Etiği Üzerine Yaklaşımlar	Yapay zekâ haberciliği etiği konusundaki farklı yaklaşımları değerlendirmek.	• Etik yaklaşımlar • Gazetecilik • Etik analiz • Yapay zekâ haberciliği konusunda farklı etik yaklaşımlar • Etik çözüm önerileri

Ek 5: Etik Kurul Karar Yazısı

Evrak Tarih ve Sayısı: 17.05.2024-E.361998



T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Etik Kurulu



Sayı : E-61923333-050.99-361998
Konu : 69/34 Kerem KABA

17.05.2024

Sayın Kerem KABA

İlgi : 09.05.2024 tarihli ve E--050.99-0 sayılı yazınız.

Üniversitemiz Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulunun 15.05.2024 tarihli ve 69 sayılı toplantısında alınan "34" nolu karar ile Kerem KABA'nın başvurusu **uygun** görülmüş ve karar örneği ekte sunulmuştur.

Bilgilerinizi rica ederim.

Prof. Dr. Selim İNANÇLI
Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu
Başkanı

Ek: Karar Yazısı (1 Sayfa)

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Doğrulama Kodu: BSNLC5F4FK Pin Kodu: 54362

Belge Takip Adresi: <https://turkiye.gov.tr/ebd?eK=5783&eD=BSNLC5F4FK&eS=361998>

Adres: Esentepe Kampüsü 54187 Serdivan SAKARYA / KEP Adresi:
sakaryauniversitesi@hs01.kep.tr
Telefon No: 0264 295 50 00 Faks No: 0264 295 50 31
e-Posta: ozelkalem@sakarya.edu.tr Elektronik Ağ: www.sakarya.edu.tr

Bilgi için: Hanife Babacan
Unvanı: Birim Evrak Sorumlusu



ÖZ GEÇMİŞ

Ad Soyad: Kerem KABA	
Eğitim Bilgileri	
Lisans	
Üniversite	Ege Üniversitesi
Fakülte	İletişim Fakültesi
Bölümü	Gazetecilik Bölümü
Makale ve Bildiriler	
1. Kaba, K. (2023, Aralık). Yeni Medya ve Dijital Gözetimde; Etik ve Ahlaki İhlaller [Bildiri Sunumu]. Uluslararası Marmara Sosyal Bilimler Kongresi, (s. 94-103). Erişim Adresi: https://www.imascon.com/indextr.php?konf=1	