

YAPAY ZEKA GAZETECİLİĞİNİN BOYUTSAL AÇIDAN İNCELENMESİ

Doç. Dr. Yıldıray KESGİN¹

ÖZET

Günümüzde, yapay zekanın habercilik alanında yer bulması ile birlikte yapay zekâ gazeteciliği ya da habercilikte yapay zeka gibi nitelendirmelerle konu kavramsal olarak çeşitli çalışmalarda ele alınmaya başlamıştır. Yapay zekâ gazeteciliğinin belirli başlıklara ayrılarak çeşitli açılardan incelenmesi, bilimsel zeminde temel oluşturması açısından faydalı olacağından bu araştırma, yapay zekâ gazeteciliğini boyutsal açıdan incelemeyi amaçlamıştır. Konuyla ilgili pek çok araştırma ve çeşitli türdeki bilimsel kaynaklar incelenerek boyutsal bakış sağlamak amacıyla doküman inceleme tekniği ile kategorik yaklaşım benimsenmiştir. Böylece, yapay zekâ gazeteciliğinin şu başlıklar altında incelenmesine karar verilmiştir: (1) Yapay Zekâ Gazeteciliğinin Tanımlanması, (2) Avantajlar ve Tehditler Boyutuyla Yapay Zekâ Gazeteciliği, (3) Yapay Zekâ Gazeteciliğinde Etik ve Düzenlemeler, (4) Dijital Bilgi Akışı, Habercilik ve Dezenformasyon. Yapılan incelemeler sonucunda, yapay zeka gazeteciliğinin çok boyutlu bir yapısının olduğu, daha geniş açıdan incelenebileceği ve dinamik bir alan olarak ele alınarak yeni boyutlarında eklenebileceği anlaşılmıştır. Araştırma sonunda, gelecekte yapılacak yeni çalışmalarda önerilen boyutların dahil edildiği ve gazetecilik eğitiminde ve pratikte kullanılabilir modellerin geliştirilmesinin faydalı olacağı sonucuna varılmıştır.

Anahtar kelimeler: Yapay zekâ gazeteciliği, yapay zeka, haber, yapay zeka haberciliği

A DIMENSIONAL ANALYSIS OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE JOURNALISM

ABSTRACT

With the increasing presence of artificial intelligence in the field of journalism, concepts such as *AI journalism* or *the use of artificial intelligence in news production* have begun to appear in various scholarly studies. Examining AI journalism under specific subheadings and from multiple perspectives is valuable for establishing a scientific foundation; therefore, this research aims to analyze AI journalism dimensionally. To provide a dimensional perspective, a categorical approach was adopted through document analysis, drawing on numerous studies and diverse scientific sources related to the topic. Accordingly, AI journalism was examined under the following headings: (1) Defining AI Journalism, (2) Advantages and Threats of AI Journalism, (3) Ethics and Regulations in AI Journalism, and (4) Digital Information Flow, Journalism, and Disinformation. The findings indicate that AI journalism has a multidimensional structure, can be explored from broader perspectives, and should be approached as a dynamic field in which new dimensions may be added. The study concludes that incorporating the proposed dimensions into future research and developing applicable models for journalism education and practice would be beneficial.

Keywords: AI journalism, artificial intelligence, news, AI-driven journalism

¹ İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, Yeni Medya ve İletişim Bölümü, İstanbul, Türkiye.
e.posta: yildiray.kesgin@nisantasi.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-6535-9151>

GİRİŞ

Yapay zekanın haber üretim süreçlerine entegrasyonu, özellikle veri analizi, içerik üretimi ve kişiselleştirilmiş haber dağıtımını gibi alanlarda önemli fırsatlar sunmaktadır. Ioscote ve diğerleri (2024), Yapay zekanın gazetecilikte tekrarlayan görevleri otomatikleştirerek gazetecilerin daha yaratıcı ve analitik işlere odaklanmasını sağladığını belirtmektedir. Sağladığı fırsatların yanında yapay zekâ teknolojisinin etik, güvenilirlik ve tarafsızlık gibi temel gazetecilik değerleri üzerinde yarattığı potansiyel risklerin de göz ardı edilmemesi gerektiği vurgulanmaktadır (Tejedor vd., 2024). Dolayısıyla, oldukça kapsamlı bir o kadar da karmaşık bir çalışma alanı olarak karşımıza çıkan yapay zekâ gazeteciliği üzerinde yapılmaya başlanan temel çalışmalar, yapay zekâ gazeteciliğinin çok boyutlu olarak ele alınması gerektiğini gözler önüne sermektedir.

Yapay zekâ gazeteciliğinin neden çok boyutlu olarak ele alınması gerektiği pek çok sebeple açıklanabilir. Hatta çağın yeni bir tür vebası olarak görülen dezenformasyon bile başlı başına yapay zekâ gazeteciliği ile birlikte tartışılabilir kapsamlı bir konu olarak görülmektedir (Karakoç Keskin, 2025). Çalışmasında teknolojinin yanlış bilgiyle mücadeledeki rolüne vurgu yapan Reyes Hidalgo (2025), algoritmik önyargı ve içeriğin insansızlaşması gibi sorunlara dikkat çekmektedir. Yapay zekâ gazeteciliğinin boyutsal olarak ele alınmasını gerektiren sebeplerden birisi de bu yeni tür gazeteciliğin ne şekilde tanımlanabileceğine yöneliktir. Yapay zekâ gazeteciliği, her ne kadar teknolojinin medya ve haber üretim süreçlerine entegrasyonu ile ortaya çıkan bir kavram olarak ele alınsa da farklı akademik ve profesyonel çevrelerde çeşitli şekillerde tanımlanmaktadır.

Örneğin, Şirvanlı (2023), yapay zekâ gazeteciliğini, insan olmayan aktörlerin gazetecilik süreçlerinde aktif bir rol oynadığı bir dönüşüm olarak tanımlamakta ve yapay zekanın yalnızca bir araç değil, aynı zamanda bir "eyleyen" olarak değerlendirilmesi gerektiğini belirtmektedir. Yine diğer bir görüş ise, yapay zekanın gazetecilikteki rolünü daha çok otomasyon ve verimlilik perspektifinden ele almaktadır (Ioscote vd., 2024). Buna göre, yapay zekâ, tekrarlayan görevleri otomatikleştirerek gazetecilerin yaratıcı ve analitik işlere odaklanmasını sağlamaktadır ki bu yaklaşım, yapay zekanın gazetecilikte bir destekleyici teknoloji olarak konumlandığını göstermektedir.

Diğer yandan, yapay zekâ gazeteciliğinin ortaya çıkmasının avantajları ve yarattığı tehditler pek çok perspektiften ele alınabilecek kapsamlı bir konu olarak yerini almıştır. Çünkü pek çok yeni araştırma bu konu üzerinde durarak kategorik yapılar ortaya koymaya çabalamaktadır ve buna göre gazetecilik mesleğini yeniden ele almak gerekmektedir (MacDonald vd., 2023; Bélair-Gagnon vd., 2023). Özellikle 2014'ten 2023'e kadarki çalışmaların sistematik olarak incelenmesi ile yürütülen bir çalışmada, etik, düzenlemeler ve gazetecilik eğitiminin, araştırmalarda yeterince tartışılmadığı sonucuna varılmış, yapay zekâ gazeteciliğinin henüz yeni bir alan olduğu vurgulanmıştır (Ioscote vd., 2024).

Bu çalışmanın amacı, yapay zekâ gazeteciliğini yeni bir çerçeve sunarak çok boyutlu olarak incelemektir. Alanyazında yer alan çalışmaların boyutsal perspektif çizilerek derlenmesine incelenmesi ile sonraki yapılacak çalışmalara temel oluşturmak hedeflenmiştir.

1. YÖNTEM

Araştırmada yöntem doküman incelemesi olarak belirlenmiş olup çevrimiçi veritabanları, tez kütüphanesi, internet siteleri, kitaplar incelenerek yapay zeka gazeteciliğine yönelik alanda yapılmış makaleler, kitap çalışmaları, raporlar ile internet sitelerindeki bilimsel yazılar ele alınmıştır. Doküman incelemesi, araştırılan konu hakkında bilgilerin yer aldığı yazılı materyallerin analizini ifade etmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2008).

Yapılan incelemeler doğrultusunda, yapay zekâ gazeteciliğinin şu başlıklar altında incelenmesine karar verilmiştir: (1) Yapay Zekâ Gazeteciliğinin Tanımlanması, (2) Avantajlar ve Tehditler Boyutuyla Yapay Zekâ Gazeteciliği, (3) Yapay Zekâ Gazeteciliğinde Etik ve Düzenlemeler, (4) Dijital Bilgi Akışı, Habercilik ve Dezenformasyon.

Çalışmada, tanımlama, avantajlar ve tehditler, etik ve yasal düzenlemeler ile dezenformatif içerik farkındalığı oluşturabilmek amacıyla dijital bilgi akışı ve habercilikte dezenformasyon konularına odaklanarak başlamak, yani yukarıda sıraladığımız başlıkları sırayla takip etmenin faydalı olacağı öngörülmektedir.

2. YAPAY ZEKA GAZETECİLİĞİNE BOYUTSAL BAKIŞ

2.1. Yapay Zekâ Gazeteciliğinin Tanımlanması

Dijital çağda gazeteciliğin katma değeri olarak kabul edilen yapay zekâ teknolojileri, özellikle günümüz gazeteciliğinin karşılaştığı temel sorunların üstesinden gelebilme, sahte haberlerle mücadele, yayın politikasına göre haber düzenleme ve içerik kişiselleştirme becerisiyle öne çıkıyor. Böylece, yapay zekâ teknolojilerinin kullanımı, gazetecilik alanında köklü dönüşümlere yol açarak medyanın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir (Galily, 2018). Diğer bir ifadeyle, yapay zekâ, gazetecilikte büyük bir fark yaratmıştır. Yapay zekâ teknolojisi, gazetecilikteki mesleki uygulamaları değiştirmek ve gazetecilerin becerilerini dönüştürmek için nesnel bir destek olarak görülse de (Örnebring, 2016), aynı zamanda çağdaş gazete üretiminin bir gerekliliği haline gelmiştir (Zangana, 2017).

Yapay zekâ (YZ), algoritmalar, robotlar ve diğer teknolojiler, bugün yeni medya ekosisteminin ayrılmaz bir parçasıdır. Bu bağlamda, yapay zekâ, gazetecilikte kayda değer bir gelişmeyi yansıtan ve günümüzde “Robot Gazetecilik” (Robot Journalism) veya “Algoritma Gazeteciliği” (Algorithm journalism) veya “Otomatik Gazetecilik” (Automated Journalism) olarak da bilinen yeni bir medya kavramı ortaya koymuştur. Gerçekten de robotlardan bahsederken elbette onları bir klavyenin önünde hayal etmiyoruz. Onlar aslında verileri metinlere dönüştürmek üzere programlanmış algoritmalarıdır.

Son zamanlarda, gazetecilik alanı yapay zekâ inovasyonu nedeniyle hızlı ve eşit görülmemiş dönüşümler geçirmiştir. Dolayısıyla, bu gelişme, özellikle otomatik içerik üretimiyle ilgili olarak, gazetecilerin geleceği üzerindeki olası etkiler hakkında soruları gündeme getirmektedir. Carlson'un belirttiği gibi, “otomatik gazetecilik (automated journalism), sanayileşmenin ilk günlerinden bu yana var olan otomasyon ve emek arasındaki tekrarlayan teknolojik dramayı anımsatıyor” (Carlson, 2015). Şimdilerde yapay zekâ araçlarının gazetecilik süreçlerine dahil edilmesiyle ortaya çıkan yeni bir gazetecilik anlayışı olarak “yapay zekâ gazeteciliğinin” kavramsallaşma sürecine de otomatik, otomasyon gibi araçsal terminoloji dahil olmuş ve tanımlarda ziyadesiyle yerini almıştır.

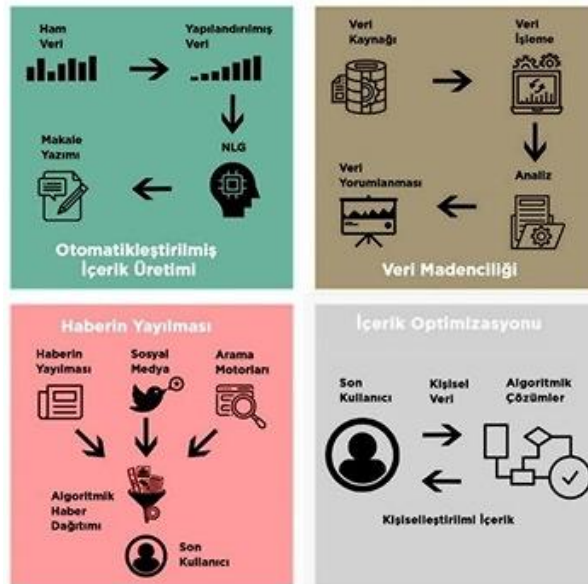
Araştırmalar incelendiğinde, YZ gazeteciliği, otomatik içerik üretimi, büyük veri analizi ve haber doğrulama süreçlerinde yapay zekanın kullanılması olarak tanımlanabilir. Bir çalışmada, yapay zekâ gazeteciliği, insan olmayan aktörlerin gazetecilik süreçlerinde aktif rol

oynadığı bir dönüşüm olarak tanımlanmıştır (Şirvanlı, 2023). Bu tanıma göre, yapay zekâ, yalnızca bir araç değil, aynı zamanda bir "eyleyen" olarak ele alınmaktadır.

Ioscote ve diğerleri (2024), yapay zekayı, tekrarlayan görevleri otomatikleştirerek gazetecilerin yaratıcı ve analitik işlere odaklanmasını sağlayan destekleyici bir araç olarak ele almaktadır. Bu yaklaşım, yapay zekanın gazetecilikte destekleyici bir teknoloji olarak konumlandığını göstermektedir.

Yapay zekâ gazeteciliğinin temeli, algoritmaların habercilikte kullanılmasına dayanmakta olduğundan, veri analizi ve verinin görselleştirilmesi amacıyla gazetecilik pratiklerinde algoritma kullanılması üzerinden de tanımlama çabaları vardır (Bölük, 2025, s. 73). Buna göre, algoritmalar dijital medyayı kullananların davranışlarını analiz etmesinin yanında, içeriğe erişimin kurgulanmasında ve günümüz haberciliğinin işleniş biçiminde de temel bir aktör olmuştur. Algoritmik haberciliğin temelini doğal dil işleme (Bulut, 2020, s. 299), doğal dil işlemenin özünü ise bilgisayarların insan dilinden akıllıca ve kullanışlı bir şekilde anlam çıkarması oluşturmaktadır. Dolayısıyla, algoritmik habercilik gibi kavramlar da yapay zekâ gazeteciliğini tanımlama çabaları içerisinde yer almaktadır. Oldukça kapsamlı bir alan çizen yapay zekâ gazeteciliği, içerisinde pek çok kavramsal ekosistem barındırdığı için, terminolojisine de hâkim olmak yerinde olacaktır.

Örneğin; otomasyon ve algoritma teknolojisi yapay zekâ gazeteciliği ekosistemi içerisinde geçen ve habercilik ile ilişkisi bağlamında anlaşılması gereken kavramlardır. Buna göre, otomasyon ve algoritma teknolojisinin getirdiği değişiklikler gazetecilikte daha çok dört farklı uygulama alanında gözlemlenmiştir. Bunlar, otomatik içerik üretimi, veri madenciliği, haber yayma ve içerik optimizasyonudur (Kotenidis ve Veglis, 2021). Otomatik içerik üretiminde haberlerin haberciler yerine bilgisayarlar tarafından otomatik bir şekilde üretilmesi hesaplamalı gazeteciliğin bir alt kolu olan ve bazı kaynaklarda da algoritmik ya da robot gazetecilik olarak bilinen otomatik gazeteciliği ortaya çıkartmıştır. Gazetecilik mesleği teknolojik yeniliklerle sürekli ve çok yakın bir ilişki içerisinde olmasına rağmen geçtiğimiz son on yılda, yapay zekanın da sürece dahil edilmesiyle, mesleğin yeniden tanımlanmasıyla büyük bir değişim yaşamıştır (Deuze ve Witschge, 2018).



Şekil 1. Otomatikleştirilmiş haber aşamaları

Otomasyon ve algoritmalar, haber yazım sürecinde pek çok kolaylığı sağlamakta, özellikle veri temelli istatistikî haber içeriklerinde kesinliği ve doğruluğu artırabilmekte,

gazetecilere hız ve zaman kazandırmaktadır ve bu yönleriyle medya şirketlerine pek çok avantaj sağlamaktadır (Kavut, 2024, s. 239-240).

Alanyazında, otomasyon ve algoritma teknolojisinin haber yazım süreçlerinde yarattığı dört farklı uygulama alanına “dezenformasyonla mücadele” konusunun da aşama olarak eklendiğine rastlanmaktadır (Kotenidis ve Veglis, 2021; Sarısakaloğlu, 2025). Böylece yukarıda belirtilen aşamaları da dikkate alarak aşamaları şu şekilde sıralayabiliriz:

1. Otomatik İçerik Üretimi: Yapay zekâ destekli sistemler, finansal raporlar, spor sonuçları ve hava durumu gibi yapılandırılmış verileri analiz ederek haber metinleri oluşturabilir. Örneğin, Associated Press ve Reuters gibi büyük haber ajansları, finansal haberleri otomatikleştiren algoritmalar kullanmaktadır (Kotenidis ve Veglis, 2021).
2. Veri Madenciliği ve Analiz: Büyük veri kümeleri, algoritmalar sayesinde daha hızlı ve etkili bir şekilde analiz edilebilir. Bu durum, gazetecilere daha derin araştırmalar yapma fırsatı sunar (Sarısakaloğlu, 2025).
3. Haber Yayılımı ve İçerik Optimizasyonu: Algoritmalar, haberlerin okuyuculara nasıl sunulacağını belirleyerek kişiselleştirilmiş haber akışları oluşturur. Google News ve sosyal medya platformları, kullanıcıların ilgi alanlarına göre haberleri sıralayan algoritmalar kullanmaktadır (Kotenidis ve Veglis, 2021).
4. Dezenformasyonla Mücadele: Yapay zekâ destekli doğrulama sistemleri, sahte haberleri tespit etmek ve yanlış bilgilerin yayılmasını önlemek için kullanılmaktadır (Sarısakaloğlu, 2025).

Tanımlama çabalarını gözden geçirdiğimizde, haber merkezlerindeki yapay zekanın ne anlama geldiğine yönelik açıklamalara da rastlanmaktadır. Buna göre, habercilikte kullanılan yapay zekâ, fiziksel bir varlık ya da otonom şekilde çalışan bir robot olmayıp daha çok haber içeriklerini otomatik oluşturabilen, veriyi işleyebilme ve analiz edebilme, ayrıca içerikleri kişileştirme kapasitesine sahip yazılımlar olarak ifade edilmektedir (Peretti, 2022).

Yapay zekânın 2010’lu yıllardan itibaren haber üretim ve dağıtım süreçlerinde büyük yayın kuruluşlarınca kullanıldığı elbette bilinmektedir. Bu yüzden, bugün gazetecilikte gelinen noktanın “yapay zekâ gazeteciliği” olarak kavramsallaştırma çabasının hızla ivme kazanması altında yatan nedenleri iyi anlamak gerekmektedir. Şimdilerde insanın yerine geçmesi söz konusu olursa pek çok meslek mensubu çalışanların işlerinin son bulması durumu ile ilgili endişeler yayılmaktadır ki; bu da tanımlama çalışmalarına yön veren dinamiklerden birisidir. Öyleyse, son on yıldan bu yana değişen dinamiklerin neler olduğunun iyi araştırılması tanımlama çalışmalarında potansiyel etkiye sahiptir. Buradan yola çıkarak insanın mı yoksa teknolojinin mi haber üretim süreçlerinde aktif rol oynayacağına dair görüşler devreye girmekte ve bunun tanımlama çalışmalarında da yer bulduğu görülmektedir.

Yukarıda bahsedilen otomatikleştirilmiş haberleştirme süreçlerinin işe katıldığı haberlerin, dijital medyanın ve özellikle sosyal medyanın yaygın etkisi sayesinde hızla yayılmasının ve dezenformatif içeriklerin yapay zekâ araçları tarafından yeterince filtrelenip filtrelenmediği konusunun yeterince netliğe kavuşmamasının, haberciliğin ve haberlerin değerini azaltmadığı, bilhassa habere yönelik ilgi ve merakı arttırdığı şüphesiz. Çünkü, sosyal ağlarda kabul gören her görüşün ya da yönelimin altında gerçekliğin olup olmadığının önemini yitirdiğimiz gerçek ötesi (post-truth) bir çağda yaşıyoruz ve bu ağlarda çok konuşulmanın bir süre sonra gerçeklik olarak algılandığı ve kabul edildiğine şahit oluyoruz.

Böylece, sahte haber (fake news), dezenformasyon ve haber teyit sistemlerinin yapay zekâ araçları ile otomatik üretilmesi konusunun sosyal medya ile bu denli gündemde olması da yapay zekâ gazeteciliğini yeni bir kavram olarak tanımlama çabalarını etkileyen dinamikler olarak karşımıza çıkıyor.

Otomatik haber üretme süreçlerinin mesleki olarak yarattığı endişelerin de sosyal ağlarda paylaşımlar aracılığıyla yayılması, yeni nesil bir gazetecilik türünün gelip insanların yerine geçerek mesleklerini elinden alacağı düşüncesinin medya çalışanları ya da medya çalışanı olacak aday öğrenciler ve akademisyenler tarafından sıklıkla gündeme getirilmesi ve tartışılması elbette yapay zeka gazeteciliğini anlama çabalarını yoğunlaştıran dinamikler olarak ele alınabilir. Dolayısıyla farklı bakış açılarının tanımlara yansıdığı pek çok yapay zekâ gazeteciliği tanımını sentezleyerek yeni bir tanım oluşturmak geniş bir perspektif sağlayacaktır. Böylece yapay zekâ gazeteciliğini şu şekilde tanımlayabiliriz:

“Yapay zekâ gazeteciliği, insan olmayan aktörlerin diğer bir deyişle yapay zekâ teknolojisinin gazetecilik süreçlerinde sadece aktif bir araç olarak değil aynı zamanda, bilişsel, duyuşsal ve davranışsal olarak destekleyici bir rol oynadığı çok boyutlu bir dönüşümdür”.

Bu tanımın kapsamından yola çıkarak, yapay zekanın bir dönüşümü temsil ettiği ve gazetecilik süreçlerine entegre edildiğinde gazeteciliği de çok boyutlu olarak dönüştürdüğü anlaşılmaktadır. Yine, haberi üreten/tüketen insanların bilişsel, duyuşsal ve davranışsal olarak çok boyutlu etkilendiği bir dönüşüm olarak ele alabiliriz ki, bilişsel hazır bulunuşluk ya da diğer bir ifadeyle farkındalık ve kabul, duyuşsal olarak hazır bulunuşluk ve olumlu tutum kazanma ile davranışsal olarak bu gazetecilik türünü hayata geçirme gibi aşamalar, boyutları anlayabilmemize yardımcı olacak dinamiklerdir.

2.2. Avantajlar ve Tehditler Boyutuyla Yapay Zekâ Gazeteciliği

Küresel medya kuruluşları, 2010 yılından itibaren yapay zekâ teknolojilerinden faydalanmaktadır. Thomson Reuters, Los Angeles Times, Bloomberg, Washington Post gibi küresel yayın kuruluşlarının ekonomi, spor, hava durumu gibi veriye dayalı haber içeriklerini algoritmalar kullanarak oluşturduğu bilinmektedir (Çavuş, 2020, s. 250). Söz konusu kullanımların yanı sıra bir yandan da YZ'nin, gazetecilik pratiklerinde kullanılması gazetecilik mesleği ve haber üretimi açısından yeni soru işaretlerine neden olmuştur. Avantajları ile ön plana çıkan yapay zekâ gazeteciliği, haber kuruluşlarından, medya profesyonellerine, gazetecilik eğitimi veren öğretim üyelerinden medya çalışanı olacak aday öğrencilere uzanan geniş yelpazede ve pek çok zeminde tartışmaları gündeme getirmiş ve buna neden olan birtakım belirsizlikler araştırmalara konu olmuştur. YZ'nin gazetecilik için bir avantaj mı yoksa dezavantaj mı olduğu; gazeteciliği ve gazetecileri nasıl etkileyeceği, haber merkezlerinde nasıl bir dönüşüme neden olacağı tartışmaların odağında yerini almıştır (Bölük, 2025).

“Medya Profesyonellerinin Gözünden Yapay Zekâ Gazeteciliği ve Türkiye’deki Uygulamalar Üzerine Nitel Bir Analiz” isimli 2025 yılında yapılan bir tez çalışmasında, Türkiye’de gazetecilik alanındaki yapay zekâ uygulamalarına ilişkin görüşler mercek altına alınmıştır. 13 gazeteciyle yapılan görüşmeler sonucunda, geleneksel medyada yayın yapan gazetecilerin, yapay zekâyâ karşı güvensizlik içinde olduğu tespit edilmiştir. Görüşmeciler, haberin yapay zekâ tarafından otomatik üretilmesi sonucu özgünlüğün ortadan kalkacağı ve haber içeriklerinin kalitesinde düşüş yaşanacağı endişesi taşımaktadır. Araştırmaya katılan medya profesyonelleri, YZ'nin haber üretim sürecine dahil edilmesiyle istihdam sorunlarının yaşanabileceğine dikkat çekerken, gazeteciliğin ise yok olmayacağı, bir meslek olarak her zaman devam edeceği ve muhabirliğin asla ölmeyeceğini savunmaktadır. YZ haberciliği ile prompt editörlüğü, yapay zekâ editörlüğü, yapay zekâ sorumlusu, yapay zekâdan sorumlu müdür, yapay zekâ eşik bekçisi gibi yeni birimlerin ortaya çıkacağı öngörülmektedir. Araştırmada görüşmecilerin önemli bir bölümü iletişim fakültelerinde yapay zekâ eğitimlerine ağırlık verilmesi gerektiğine vurgu yapmaktadır (Bölük, 2025).

Marshall McLuhan (1964), teknolojik uzantıların insanın eylem olanaklarını hayal edilemez seviyelere taşıyacağını öngörmüştür, ancak bunun bir bedeli de vardır. İnsan zekâsını

taklit edebilen teknolojilerin artmasıyla birlikte, bu uzantılar üzerindeki tartışmalar yeniden gündeme gelmiştir. Bu teknolojiler, 'yapay zekâ' (Prasad ve Makesh 2024) adı altında toplanmaktadır. Medya sektörü, doğası gereği, bu geniş uygulama yelpazesini kullanmaktan kaçınmamış ve medya içeriğinin toplanması, oluşturulması, düzenlenmesi, dağıtımı ve tanıtımı süreçlerini optimize etmek için bu teknolojilerden faydalanmıştır (Chan-Olmsted, 2019). Sylvia Chan-Olmsted, gazetecilik ve eğlence sektörlerinde yapay zekânın kullanımını ele aldığı kapsamlı çalışmasında, dijital izleyicilerin, haberlerin kişiselleştirilmesi, içerik hızla sunulması ve talebe göre 'akıllı' ürünlerin sunulması gibi konularda artan beklentilerinin altını çizmiştir (Chan-Olmsted, 2019). Yapay zekâ, gazetecilik iş akışını, medya içeriğinin sunumunu ve tanıtımını, fiyatlandırma yapılarını ve pazarlama stratejilerini değiştirmektedir (Chan-Olmsted, 2019; Ioscote vd., 2024; Prasad ve Makesh, 2024).

Fabia Ioscote ve diğerlerinin belirttiği gibi, üretici yapay zekânın gelişimi, dijital ve otomatik gazeteciliğin ötesine geçerek haber sektörünü yeniden düşünmeye yönlendirmiştir. Haber ajansları hem rekabetçi kalmak hem de kaliteyi sürdürmek için YZ'yi nasıl kullanabileceklerini sorguluyor. Aynı zamanda, gazeteciler de yapay zekânın iş süreçlerine daha fazla dahil olmasının getirdiği zorluklarla başa çıkmak zorunda. Yapay zekâ, rutin işleri kolaylaştırabilir; ancak güvenilir, kaliteli ve etik standartlara uygun içerik oluşturmak için insan katkısına hâlâ ihtiyaç var. Bugün, Associated Press ve Reuters gibi büyük haber ajansları, geniş veri setlerinden doğru ve zamanında bilgi çıkarmak için yapay zekâ araçlarını etkin bir şekilde kullanıyor. Bu durum, teknolojinin gazetecilikteki potansiyelini ortaya koyarken, insan dokunuşunu korumanın önemini de hatırlatıyor (Ioscote vd., 2024).

Dolayısıyla, yapay zekânın gazetecilik uygulamalarında başarıyla kullanıldığına dair örnekler ve modernlik, hız ile büyük miktarda veriyi işleme kapasitesi gibi avantajları övgü olsa da literatür insan kontrolünden tamamen vazgeçmek için henüz erken olduğunu vurgulamaktadır (Amponsah ve Atianashie, 2024). Yapay zekâ teknolojilerinin daha geniş çapta kullanılmadan önce etik ve profesyonel değerlerle donatılması gerekliliktir (Amponsah ve Atianashie, 2024; Aydın ve İnce 2024; Dragomir vd., 2024; Graefe ve Bohlken 2020; Helberger vd., 2020; Ioscote vd., 2024).

Siitonen ve ekibinin, yapay zekânın gazetecilik üzerindeki etkisini inceleyen on yıllık bir çalışmayı analiz ederek vardığı sonuca göre, yapay zekâyâ yönelik tutumlar 'aşırı beklenti ve korku' arasında gidip geliyor. Ancak, yeni teknolojilerin kalıcı olduğu açık ve net olarak görüldüğünden, teknolojik gelişmelerin gazetecilik ve medyayı uzun vadede nasıl değiştirdiğini incelemek önemlidir (Siitonen vd., 2024; Sonni vd., 2024). Haber odalarında yapay zekânın gerçek kullanımını inceleyen araştırmalar, en azından Orta Avrupa'da bu yeni araçların kullanımının, Amerika Birleşik Devletleri veya Çin'deki tartışmalara kıyasla çok daha az yaygın olduğunu gösteriyor (Dragomir vd., 2024; Siitonen vd., 2024; Zheng vd., 2018). Romanya'nın komşusu olan Orta Avrupa'da, medya kuruluşlarında yapay zekâ kullanım oranının ortalama %15'i geçmediği görülüyor (Dragomir vd., 2024). Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Polonya ve Slovakya'da yapay zekâ kullanımını haritalayan bir rapor, yapay zekânın çoğunlukla bilgi toplama, mevcut veriye dayalı basit haber yazma, düzenleme ve metin denetimi gibi basit görevlerde kullanıldığını; ancak bu teknolojinin benimsenmesinin yavaş ve temkinli bir şekilde ilerlediğini ortaya koyuyor.

Gazetecilik disiplini, geniş kapsamı ve çok yönlülüğü ile dikkat çekerken, otomasyon teknolojilerinin ve yapay zekâ destekli araçların sektöre olan etkisi giderek artmaktadır. Bu bağlamda, mevcut çalışmaların pek çoğu, yapay zekâ kullanımının medya sektöründeki belirli bir uygulamasını, yani okuyucuları içeriğe yönlendirme potansiyeline sahip dikkat çekici başlıkların oluşturulmasını ele almaktadır. Dikkat çekme işlevi gören başlıklar aynı zamanda haber odasının en iyi yazarlarının yeteneklerini gerektirmiştir ve modern medya tüketiminde

önemli bir araç haline gelmiştir. Böylece, araştırmalarda, çevrimiçi okuyucu kitlesini etkileyen başlık stratejilerinin incelenmesinin hem teorik hem de pratik açıdan önem taşıdığı vurgulanmaktadır. (Isani, 2011; Ifantidou, 2009; Kuiken vd., 2017; Scacco ve Muddiman, 2015).

Tehditler bağlamında ele alındığında, günümüz gazetecilik toplumu, iş kayıplarıyla ilgili bir dizi potansiyel zorlukla karşı karşıya kalmaktadır. Bu bağlamda, büyük haber kuruluşlarında algoritmaların giderek daha baskın bir rol oynaması ve bunun sonucunda gazetecilerin yerini insan dışı meslektaşlarının alması gibi birçok pratik endişe, gazetecilerin geleceğini tehdit etmektedir. Daha derin bir şekilde incelendiğinde, haber odalarında insan varlığına duyulan ihtiyaç giderek azalmakta olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu da, insan muhabirlerin artık haberlerin nihai kaynağı olmayacağı anlamına gelmektedir. Bu bağlamda, gazetecilerin işlerini tamamen kaybetme olasılığına dayanan karamsar senaryolardan endişe duyulmaktadır (Kim ve Seongcheol, 2018; Noain-Sánchezi 2022). Bunun yakın gelecekte geniş çaplı işsizliğe yol açabileceği (Hislop vd., 2017) ve gazetecilerin dijital beceriler edinme ve programlama öğrenme konusundaki baskılarla ilgili zorluklar yaşayabileceği de olasıdır (Pashevich, 2018).

Fakat madalyonun diğer tarafından bakıldığında, YZ araçları, henüz ve belki de hiçbir zaman, kaliteli haberciliğe bağlı kuruluşlardaki gazetecilerin yerini alamayabilir. Sosyal zekâ gerektiren, yüksek düzeyde yaratıcılık içeren veya karmaşık fiziksel görevler gerektiren işler, şu anda otomatikleştirilmesi zor olan işlerdir (Nedelkoska ve Quintini, 2018). Ancak YZ yetenekleri geliştikçe, gazetecilerin gerçekleştirdiği işler de dönüşecektir. Dolayısıyla, yapay zekâ ile insanın karşılıklı etkileşimine bağlı olarak avantajlar ve tehditler konusu da dinamik bir süreç olarak her geçen gün değişecek ve dönüşecektir.

2.3. Yapay Zekâ Gazeteciliğinde Etik ve Düzenlemeler

Editöryal departmanlarda Yapay Zekâ (YZ) araçlarının kullanımı, haber kuruluşları içinde yaygın bir uygulama haline gelmiş ve bu durum dijital gazetecilik için zorluklar yaratmıştır. Hem medya profesyonelleri hem de izleyiciler için yeni bir alan oluşturan bu gelişmeler, eski yöntemlere dönmeyen artık mümkün olmadığını ortaya koymaktadır. Bu alandaki ilerlemeler, gazetecilikte YZ kullanımına yönelik etik ilkeler içeren yeni çerçeveler ve etik kurallar gerektirmektedir.

İletişim profesyonellerinin bu yeni ortamda algılarını, 99 etik kural ve 14 uluslararası basın derneğini inceleyerek yaklaşık 2.000 kişi tarafından yapılan bir anketle izleyici algısını da analiz eden bir çalışmanın sonucuna göre, gazetecilik değerlerini, etik ilkelerini ve iyi uygulamalarını korumak için YZ kullanımının dışarıdan düzenlenmesi gerektiği savunulmuştur. Sonuçlar hem kamuoyunun hem de gazetecilerin, YZ'nin yanlış bilgiye yol açma potansiyeli ve gazeteci ile kamuoyu arasındaki güvenin zedelenmesi konusunda endişeli olduğunu göstermektedir (Forja-Pena vd., 2024).

Son yıllarda, hesaplamalı gazetecilikle ilgili önemli unsurlar olan yazılım ve tekniklerin kontrolü ile doğrulama süreçlerinin, meslek etiği kurallarına tam anlamıyla yansıtılmadığı belirtilmiştir (Díaz-Campo ve Chaparro-Domínguez, 2020). Etik kuralların güncellenmesindeki bu gecikme, gazetecilik mesleği için ortak rehber ilkelerin eksikliğini beraberinde getirmekte ve YZ'nin haber merkezlerine entegrasyonu ile bu durum daha da karmaşık bir hal almaktadır. Bu bağlamda, gazetecilik ve etik değerlerin ayrılmaz bir bütün oluşturması gerektiği vurgulanmaktadır (Rodrigo-Alsina ve Cerqueira-da-Silva, 2018). Etik kuralların, özellikle YZ'nin haber üretim süreçlerinde artan kullanımının dikkate alınarak yeniden değerlendirilmesi, meslektaşların doğru uygulamalar geliştirmesini ve sürdürülebilir gazetecilik değerlerini korumasını sağlamak adına kritik bir gereklilik olarak öne çıkmaktadır.

Etik kurallar, belirleyici kuralları bir araya getirerek hangi konuların haber değeri taşıdığını tanımlayan ilkelere dayanır ve "düzenleyici" kurullarla, gazetecilik medyasında haberlerin nasıl üretilmesi gerektiğini ifade eder (Ryfe, 2006). Bu kurallar, gazetecilerin mesruiyetini ve etik davranışlarını geliştirmeye katkıda bulunur. Yenilikçi süreçler, haber merkezlerinde yenilikler ortaya çıktıkça ve gazeteciler bunları benimsedikçe, bazen gazeteciler için etik kaygılar yaratır; bu yüzden etik standartlar yeni gerçekliğe uyum sağlamak zorundadır (García-Avilés, 2021).

Bu eğilimler, YZ'nin haber üretim sürecinin tüm aşamalarında kullanılmasını işaret eder ve bazı sektörlerde yarattığı heyecanı göz önüne alır. Böylece söz konusu eğilimler, bu teknolojinin uygulanmasının, dikkatli ve etik kararlarla dengelenmesi gerektiğini göstermektedir. Dolayısıyla etik standartlar kapsamında yapılan çalışmalarda, net çerçeveler ve somut öneriler geliştirilmesi gerektiği vurgulanmaktadır (Kim, 2019). Haber merkezlerinde YZ'nin kullanımında gösterilen ihtiyat, algoritmik çağa yönelik etik öneriler noktasına dikkat çekmiştir. Bu öneriler, etik standartların korunması konusunda sorumluluğun, insanlar ve algoritmalar dahil olmak üzere, birden fazla aktöre dağıtılmasını önermektedir (Paik, 2023). Böylece, gazetecilikte YZ'nin etik standartlarını yeniden tanımlamaya yönelik somut adımlar atılması, önümüzdeki yıllar için büyük bir gereklilik olarak görülmektedir.

YZ'nin acilen etik çerçevelere ihtiyaç duyduğu, bunun hem teknolojik perspektiften yenilikçi yaklaşımlarla (Tzachor vd., 2020) hem de gazetecilik yaklaşımlarıyla yenilenen öneriler ve bakış açılarıyla sağlanması gerektiği belirtilmektedir. Gazetecilik araştırmaları sayesinde, YZ'nin insanları ve gazetecileri nasıl etkileyeceği ve mesleğin amaçları ile toplumsal fayda için nasıl kullanılabileceği konularına daha fazla dikkat çekilmesini talep eden çok sayıda uzman sesini bir araya getiren çalışmalar artmaktadır. Bu akademik seslere, düzenli olarak denemeler yapan veya içerik ürettiğinde rehberliğe ihtiyaç duyan iletişim profesyonellerinin sesleri de katılmaktadır. Bu nedenle, bir an önce önlemler alınması gerekmektedir; çünkü etik olmadan kaliteli gazetecilik mümkün değildir. Etik kurallar güncellenmediği takdirde, görevlerini iyi yapmayı ve güncel teknikler ve ileri düzey araçlarla, çoğu YZ kullanarak, katma değerli bilgi sunmayı amaçlayan birçok dürüst gazeteci için şüpheler artmaktadır.

Gazeteciler, yıllardır otomatikleştirilmiş gazeteciliğin haber üretiminde yaygın ve alışılmış bir yöntem haline geleceğine ikna olmuşlardır (Thurman, Dorr ve Junett, 2017). Gazetecilik kuruluşları, otomasyonun ortaya çıkardığı etik sorunlar (Porlezza ve Ferri, 2022) ve medyayı ve gazeteciliği etkileyen unsurları içeren YZ'ye yönelik düzenleyici çerçeveler, yönetmelikler ve etik kuralların güncellenmesiyle ilgili konular hakkında endişelenmeye başlamıştır. Bu konular, daha fazla ertelenemeyecek bir aciliyet meselesi haline gelmiştir.

Etik rehberler konusundaki belirsizlikler yalnızca gazeteciliğe olan güvensizliği artırmakla kalmamaktadır, aynı zamanda makinelerin bilgi doğruluğuna bağlılığı olmadığı konusunu hatırlatmaktadır. Çünkü makineler yalnızca içerik üretirler. Gazeteciliğin diğer bir ayağı olarak ele alınabilecek okuyucular ise, etik konusundaki tartışmaları dikkatle takip ederler ve somut kararlar ile önlemleri bekleyen rolünü üstlenirler. Bu kararlar ve önlemler, gazetecilikte YZ'nin insanlara, haber merkezlerine ve medya pazarlarına olan etkisiyle ilgili derin dinamikleri ve karmaşıklıkları göz önünde bulundurmalıdır (Helberg vd., 2022). YZ'nin sunduğu zorlukların üstesinden gelmek için iddialı bir düzenleme gerekli yanıt olacaktır. Avrupa Birliği, 2023 yılı aralık ayında temel konular üzerinde anlaşarak etik kuralların güncellenmesini teşvik eden güvenilir bir etik çerçeve oluşturma yönünde ilk adımları atmıştır. Bu adıma göre, özellikle şirketlerin insan hakları ve çevreye duyarlı davranmalarını sağlamak amacıyla "Kurumsal Özen Yükümlülükleri" (Corporate Due Diligence) adıyla direktif hazırlanmıştır. Bu direktif, şirketlerin tedarik zincirlerinde insan hakları ihlallerini ve çevresel zararları önlemeye yönelik sorumlulukları artırmayı hedeflemektedir. Buna yönelik gelişmeler

gazeteler tarafından da kamuoyuna aktarılmıştır (www.ekonomigazetesi.com). Buna göre, yükümlülükler şu şekildedir:

1. Risk tanımlaması ve değerlendirmeleri yapılmalıdır.
2. Risk yaratabilecek olumsuz etkilerin iyileştirilmesine çalışılmalıdır.
3. Özen yükümlülüklerinin yerine getirildiği hakkında düzenli raporlamalar yapılmalı ve şeffaflık sağlanmalıdır.
4. Şikâyet mekanizmaları kurulmalıdır.
5. İnsan haklarının ve çevrenin korunması kurumsal politikalara entegre edilmelidir.

Diğer yandan yapay zekanın işlediği algoritmalar ile ilgili başka bir sorun daha gündeme gelmektedir. EDPS (European Data Protection Supervisor) Etik Danışma Grubu'nun da belirttiği gibi, "bireyler, kişiler olarak değil de yalnızca endüstriyel ölçekte işlenen geçici veri yığınları olarak ele alındığında ve algoritmik profillemeye yoluyla idari, finansal, eğitimsel, adli, ticari ve diğer etkileşimler optimize edilmek istendiğinde, bireylerin ne onurları ne de insanlıkları tam anlamıyla saygı görmektedir" (EDPS Etik Danışma Grubu, 2018:17). Bu da dijital teknolojilerin etik boyutta yarattığı bir tehdit olarak detaylı çalışmalarla ayrıca ele alınması gereken önemli bir konu olarak kayda geçebilir.

"Sorumlu kullanım", bilgi aramada, bilgi hazırlamada veya büyük veri aracılığıyla bilginin dolaşımında, alıcının bilginin tam olarak nasıl kullanıldığını bildiği şeffaf bir kullanım olarak anlaşılmaktadır. Ancak bu şeffaflığı sağlamak için standart göstergeler henüz mevcut değildir. Medyanın bunu gönüllü olarak raporlaması ve kendi yöntemleriyle göstermesi gerekmektedir. Bilimsel yazında, gazetecilik derneklerinin ve sektördeki çalışanların, telif haklarının ve gazetecilik çalışmalarının korunmasını sağlamak ve teknolojinin sorumlu kullanımını denetlemek için yapay zekânın yasalarla düzenlenmesinden yana olduğu belirtilmektedir.

YZ'nin medya üretim süreçlerine dahil edilmesine yönelik yapılan bir algı çalışmasında, gazetecilikte yapay zekâ düzenlenmesinden sorumlu olanların kimlerin olduğu sorusu halka sorulmuştur. Yaklaşık iki bin kişiden anket yoluyla elde edilen sonuca göre, Yapay zekâ (YZ), düzenlemeye tabi tutulmalıdır ve vatandaşlara göre bu görevi yerine getirecek aktörler öncelikli olarak ulusal çapta YZ kullanımını düzenleyen bir ulusal kurum olmalıdır ve bunu medya şirketleri ve hükümet, gazetecilik etiğine, medyaya ve bilimsel kuruluşlara adanmış yeni bir dış organ takip etmektedir. Yine araştırmaya göre, çoğunluk, yapay zekâ kullanımında birincil sorumluluğun editoryal ekibe ait olduğunu düşünmektedir; ancak tüm medya sektörü için harici bir düzenleme yapılması da önerilmektedir. Araştırmada, medya yöneticilerinin, yapay zekânın nasıl ve ne zaman kullanılacağını belirlemede sorumlu olması gerektiği, çünkü gazeteciliğin etik değerlerini koruma ve güvence altına alma görevine sahip oldukları belirtilmiştir (Forja-Pena vd., 2024).

Etik yönergelerin tanımlanması ve etik kodlara yeni unsurların dahil edilmesi konusunda adımlar atılmış olsa da hâlâ kat edilmesi gereken uzun bir yol bulunmaktadır. Mevcut etik kodların güncellenmesi ve uyarlanmasını güçlendirmek için çeşitli perspektiflerden katkılara ihtiyaç duyulmaktadır (Ufarte-Ruiz, Calvo-Rubio ve Murcia-Verdú, 2021). Haber merkezlerinin yoğun otomasyonundan kaynaklanabilecek etik sorunların çeşitliliği geniş bir yelpazeye sahiptir (Romeo ve Griglié, 2022); bu nedenle, gazetecilik etiğinin yerine getirilmesini sağlamak için düzenleme ve yönergeler acilen ihtiyaç duyulmaktadır.

Literatür incelendiğinde, etik bir temel sağlayan fakat yasal etkileri olmayan birtakım yönergeler karşımıza çıkmaktadır. Buna bir örnek, Sınır Tanımayan Gazetecilerin öncülüğünde, Nobel Barış Ödülü sahibi ve Rappler kurucusu Maria Ressa'nın başkanlığını yaptığı, 20 ülkeden

17 basın meslek örgütü ve 32 uzmanın katkısıyla geliştirilen ve gazeteciler, haber odaları ve medya için iş yerinde YZ uygulamalarına dair etik ilkeleri tanımlayan “Gazetecilikte Yapay Zekâ Paris Şartıdır”. Gazetecilikte Yapay Zekâ Paris Şartı, Kasım 2023’te Paris Barış Forumu kapsamında yayımlanan ve medya sektöründe yapay zekâ kullanımına dair etik ilkeleri belirleyen uluslararası bir belgedir (Bianet.org, 2023). Amaçları, yapay zekâ çağında haberin doğruluğunu ve güvenilirliğini korumak, gazetecilik mesleğinin etik temellerini yapay zekâ teknolojileriyle uyumlu hale getirmek ve medya kuruluşlarının yapay zekâ kullanımında şeffaflık ve hesap verebilirlik sağlamasını teşvik etmek olarak belirlenmiştir. Buna göre temel maddelerden bazıları şu şekildedir (Global Investigative Journalism Network, 2023):

1. **Şeffaflık:** Yapay zekâ ile üretilen içeriklerin açıkça belirtilmesi gerekir.
2. **Sorumluluk:** Yapay zekâ araçlarının kullanımı gazetecilik sorumluluğunu ortadan kaldırmaz; nihai sorumluluk insandadır.
3. **Doğruluk ve Güvenilirlik:** Yapay zekâ destekli içeriklerin doğruluğu insan gazeteciler tarafından denetlenmelidir.
4. **Ayrımcılıkla Mücadele:** Yapay zekâ sistemlerinin önyargılı içerik üretmemesi için denetim mekanizmaları kurulmalıdır.
5. **Veri Gizliliği:** Kullanıcı verileri etik ilkelere uygun şekilde korunmalıdır.
6. **İfade Özgürlüğü:** Yapay zekâ uygulamaları ifade özgürlüğünü tehdit etmemelidir.
7. **Eğitim ve Farkındalık:** Gazeteciler yapay zekâ araçları konusunda eğitilmeli ve bilinçlendirilmelidir.

Toplantıda, Paris Şartı, yapay zekâ ve gazetecilik için ilk uluslararası etik ölçüt olarak ifade edilmiştir. Gerçeklere dayalı kanıtlar, gerçek ve sentetik içerik arasında net bir ayrım, editoryal bağımsızlık ve insan sorumluluğu, yapay zekâ çağında güvenilir haber ve bilgi edinme hakkının birincil güvenceleri olacaktır, denilmiştir. Buna göre, gazetecilik, her zamankinden daha fazla, sağlam ve yaygın olarak tanınan bir etik temele ihtiyaç duymaktadır (Bianet.org, 2023).

YZ alanındaki düzenlemeyi ele alan sonraki çalışmalar, genel terimlerle yapılmaktadır. Gazeteciler, gazeteci sendikaları, kuruluşlar ve kurumlar, haber sektöründe YZ kullanımına yönelik düzenleme ve mevzuat çağrısında bulunmaktadır. Bu eylem, teknolojinin gelişmesi ve haber odalarına entegre edilmesiyle gelecekte gerçekleştirilecek bir görev olarak değerlendirilmektedir.

Diğer yandan, içeriklerde bu teknolojilerin kullanımının medya sektörü içinde kendiliğinden düzenlenmesi gerektiği belirtilmektedir. Her ne kadar böyle bir fikir öne sürülse de, bu öz düzenlemenin nasıl yürütülmesi gerektiğine dair herhangi bir yönerge verilmemekte, yalnızca gazetecilerin bu konuda sorumlu olması gerektiği belirtilmektedir.

Gazetecilerin YZ kullanımını nedeniyle zarar görebilecekleri telif hakkı ve fikrî mülkiyet haklarının savunulması temelinde düzenleme fikri de ortaya konmaktadır. Mevcut düzenlemelerdeki bu tür telif hakkı, ahlakî ve fikrî mülkiyet haklarının eksikliğine dair boşluklar vurgulanmakta ve bunların daha fazla korunması ve tespit edilen bu eksikliklere dayanarak düzenlemelerin güncellenmesi çağrısında bulunmaktadır.

Bu çağrılar sonucunda, Avrupa Komisyonu tarafından 21 Nisan 2021 tarihinde sunulan ve Yapay Zeka (YZ) sistemlerinin piyasaya arzı, hizmete sunulması ve bazı uygulamaların yasaklanmasına dair kuralları belirleyen “Yapay Zeka Hakkında Uyumlaştırılmış Kurallar Getiren ve Bazı Birlik Yasama Tasarruflarını Değiştiren (AB) 2024/1689 sayılı Tüzük”, 12 Temmuz 2024 tarihinde AB Resmî Gazetesi’nde yayımlanmıştır. AB’nin bu düzenlemesi bir

yandan iç pazarın işleyişinin geliştirilmesini, diğer yandan insan odaklı ve güvenilir YZ teknolojilerinin benimsenmesini teşvik etmeyi hedeflemektedir. AB böylece yenilikçiliği desteklerken, YZ sistemlerinin olası zararlı etkilerine karşı sağlığın, güvenliğin, çevrenin yanı sıra demokrasi ve hukukun üstünlüğü dâhil temel hakların korunmasını amaçlamaktadır (Avrupa Birliği, 2024).

AB'nin 2024/1689 sayılı Yapay Zekâ Tüzüğü, risk temelli bir yaklaşım benimseyerek yapay zekâ sistemlerini dört ana kategoriye ayırmaktadır:

1. Yasaklı Uygulamalar

- İnsan davranışını manipüle eden veya zihin kontrolü sağlayan sistemler
- Sosyal puanlama sistemleri (kişilerin davranışlarına göre değerlendirilmesi)
- Gerçek zamanlı biyometrik tanımlama sistemleri (bazı kamu alanlarında)

2. Yüksek Riskli Sistemler

- Kritik altyapılar (ulaşım, enerji)
- Eğitim ve iş gücü değerlendirme sistemleri
- Hukuki ve adli karar destek sistemleri
- Göç ve sınır kontrol uygulamaları
- Bu sistemler için *zorunlu risk değerlendirmesi, veri yönetimi, şeffaflık ve insan gözetimi* gereklidir.

3. Sınırlı Riskli Sistemler

- Sohbet robotları, duygu tanıma sistemleri gibi uygulamalar
- Kullanıcıların bilgilendirilmesi ve etkileşimde olduklarının açıkça belirtilmesi gerekir.

4. Minimal Riskli Sistemler

- Spam filtreleri, video oyunlardaki yapay zekâ gibi düşük riskli uygulamalar
- Bu sistemler için özel düzenleme gerekmez.

Görüldüğü gibi, Avrupa Komisyonu tarafından yayınlanan Yapay Zekâ Yasası, bu alandaki düzenlemeye dair önemli bir adım olarak ele alınmaktadır. Bu yasanın YZ ile ilgili ilk kapsamlı düzenleme olma özelliği taşıdığı dikkat çekmektedir. İnsanı merkeze alan daha etik bir yaklaşımla jeneratif, diğer bir ifade ile üretken yapay zekânın (Generative AI) düzenlenmesi gerektiği yönündeki bilgiler bu düzenlemelerin ilerleyen zamanda geliştirilmeye açık olduğunu da ortaya koymaktadır.

2.4. Dijital Bilgi Akışı, Habercilik ve Dezenformasyon

Büyük veri setlerinin mevcudiyeti, artan işlem gücü, derin öğrenmedeki ilerlemeler ve 2017 yılında tanıtılan dönüştürücü (transformer) mimarisi çeşitli modellerin (örneğin, OpenAI'dan GPT veya Google'dan BERT) temelini oluşturmaktadır. Doğal dil üretimi (Natural Language Generation - NLG) ve büyük dil modellerinin (Large Language Models - LLM) gelişimine ivme kazandırmıştır. Dil, özellikle yazılı dil, artık yalnızca insanlara özgü bir alan olmaktan çıkmıştır. Örneğin; eğitim verileri sayesinde, LLM'ler artık hayal edilebilecek herhangi bir konu hakkında yazabilir. Ancak, içerik açısından yetkin olup olmadıkları ayrı bir meseledir.

Büyük Dil Modellerinin (LLM) ortaya çıkışından önce, Otomatik Metin Üretimi (Automated Text Generation - ATG), örneğin kısa haber raporlamalarında, halihazırda

yerleşmiş bir yöntemdi. Yapılandırılmış ve makine tarafından okunabilir verileri kullanarak, yapay zekâ tabanlı algoritmalar, bir şehrin hava durumu parametrelerinin ham verilerini tutarlı ve insan yazımıyla ayırt edilemeyen sözlü bir hava durumu raporuna dönüştürebilir (Brown vd., 2020; Köbis ve Mossink 2021). ChatGPT'nin Kasım 2022'de piyasaya sürülmesinden bu yana, gazetecilik dışındaki alanlarda bile metin üretimi olanakları ortaya çıkmıştır. Günümüz LLM'leri sayesinde, herhangi bir konu hakkında yazma zahmetini yalnızca bir komut ile ortadan kaldıran araçlar artık erişilebilir durumdadır. Belirgin eksiklikleri ve sınırlamalarına rağmen, bu modeller bilgiye erişim ve bilim iletişimi için yeni olanaklar sunmaktadır. Örneğin, bilimsel bilgileri, belirli grupları hedefleyerek, özüne inerek, özetleyerek, karmaşık bilgileri basitleştirerek daha anlaşılır ve erişilebilir hale getirilebilir (Lermann Henestrosa ve Kimmerle, 2024).

ChatGPT'nin piyasaya sürülmesinden önce Otomatik Metin Üretimi (Automated Text Generation - ATG) sınırlı bir kapasite ile az dikkat çekmişti; bu nedenle, bu özel yapay zekâ formuna ve özellikle haber raporları dışında kalan konularla ilgili olarak yapay zekâ yazarlığına yönelik okuyucu algıları konusunda araştırmalar geride kalmıştır (Pavlik, 2023). Ancak, otomatik gazetecilik alanındaki çalışmalar, en azından bu metinlerin algılanan güvenilirlik açısından insan yazımı metinlerden farklı olmadığını (Graefe ve Bohlken 2020; Tandoc vd., 2020; Wölker ve Powell 2021), makine yazarlığının güvenilirlik algıları üzerinde yalnızca küçük bir olumsuz etkisi olduğunu (Wang ve Huang 2024) öne sürmektedir.

ChatGPT, Gemini, Siri, Microsoft Copilot ve benzeri araçların gazetecilik, metin oluşturma ve şeffaf etiketleme süreçlerinde artan kullanımıyla, gelecekteki okuyucuların bu yeni yazarlık anlayışını daha iyi kavrayabilmesi bekleniyor. Bununla birlikte, yapay zekâ yazarlığı üzerine gelecekte yapılacak araştırmaları zorlaştırabilecek ya da değiştirebilecek bir durum olarak ise, artan ortak yazarlık ve yazma sürecindeki rollerin bulanıklaşması görülüyor (Cress ve Kimmerle, 2023; Luther vd., 2024).

Yapay Zekâ Araçlarının sunduğu imkânlarla artık herkesin, bilginin doğruluğundan bağımsız olarak, herhangi bir konuda yazı yazabiliyor olmasından dolayı, yapay zekâ yazarlığı algısını derinlemesine incelemek oldukça gecikmiş bir ihtiyaçtır. Bu ihtiyaca yönelik olarak hazırlanan bu bölümde konu dezenformasyon kavramı etrafında ele alınmıştır.

Gerçeğin manipülasyonu, tarih boyunca tekrar eden bir olgu olmuştur. Eski Mısır'da uygulanan "damnatio memoriae," yani kişilerin tarihten silinmeye çalışılması, kasıtlı gerçeklik çarpıtmasına bir örnek teşkil etmektedir. Şimdilerde ise, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki (ICT) hızlı ilerlemeler ve bu teknolojilerin artan yaygınlığı sayesinde, yanıltıcı bilgiler artık kolayca ve gerçekçi bir biçimde üretilebilmekte ve hedef kitlelere eşi benzeri görülmemiş bir hız ve ölçekte, yapay zekâ (YZ) teknikleri de dahil olmak üzere, yayılabilmektedir (Bontridder ve Pouillet, 2021).

Her dakika, özellikle sosyal medyada, haber platformları üzerinden 120.000'den fazla bilgi ögesi paylaşılmaktadır ve bunların %60'ı sahtedir. Amerika kıtasında izleyicilerin yaklaşık üçte ikisi ve Avrupa'da izleyicilerin yarısı her gün dezenformasyona maruz kalmaktadır. Vatandaşları politikacılara bağlamaya çalışan pazarlamacılar ya da kamuoyunu manipüle etmeye çalışan çıkar grupları tarafından etkilenmiş bilgilerden (Ong ve Cabañes, 2018), sahte haberlerden toplumun ne denli geniş bir şekilde etkilendiği açıkça görülmektedir. Bu etkiler; finansal piyasaları etkilemekte, iklim değişikliği hakkındaki kamuoyu görüşlerini değiştirmekte ve terör saldırılarına ve doğal felakete verilen yanıtları bozabilmektedir (Brigida ve Pratt, 2017; Starbird vd., 2014). İnsanlar, hiçbir zaman bu kadar çok dezenformasyona/yanlış bilgiye ve bu kadar çok farklı açıdan gelen çelişkili görüşlere maruz kalmamıştır (El Gody, 2021).

Manipülatif olarak medya ekosistemi, 2016 ABD başkanlık seçimleri ve Birleşik Krallık'ın Avrupa Birliği'nden ayrılma referandumu (Brexit) bağlamında vatandaşların görüşlerini ve oy kararlarını etkilemek için kullanılmıştır. Yine, Myanmar'da Facebook, Rohingya Müslümanlarına karşı nefret yaymak isteyenler için etkili bir araç olmuştur (Human Rights Council, 2018). Hindistan'da WhatsApp üzerinden yayılan söylentiler, birkaç cinayetle sonuçlanmıştır (Dixit ve Mac, 2018). Fransa'da sosyal medyada bir profesöre karşı yürütülen şiddetli çevrimiçi kampanya, profesörün öldürülmesiyle sonuçlanmıştır (Bindner ve Gluck, 2020). Ve Komplo teorileri günümüzde hızla yayılmaktadır (Enders vd., 2023). Son yıllarda ise, Covid-19 bağlamında, Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) tarafından "infodemi" olarak adlandırılan yanlış bilgi salgını ile karşı karşıyayız ve bunun bireyler ve toplum üzerinde çok sayıda olumsuz etkisi bulunmaktadır (WHO, 2020a, 2020b).

Anlaşılabacağı üzere, dezenformasyon, alıcıyı yanıltma amacıyla paylaşılan, yanlış, hatalı veya yanıltıcı bilgilere işaret etmektedir. Buna karşılık, yanlış bilgi (misinformation), yanıltma amacı taşımaksızın paylaşılan yanlış, hatalı veya yanıltıcı bilgiler anlamına gelmektedir. Yeni dijital teknolojiler ve sosyal medya, hem yanlış bilgilendirme hem de dezenformasyonun üretilmesini ve yayılmasını artırmış olsa da AB kurumları tarafından yalnızca dezenformasyon, yasal ve teknik yollarla ele alınması gereken bir tehdit olarak kabul edilmiştir. Bu odaklanmanın sebebi, dezenformasyonun manipülatif doğası ile temel hak ve özgürlüklerin, özellikle ifade ve bilgi özgürlüğünün korunmasının öneminden kaynaklanmaktadır (Bontridder ve Poulet, 2021).

Gerçeklerin kimin tarafından yanlış olarak kabul edileceğine ve içerik düzenleme yetkisinin kime verileceğine herhangi bir kişi ya da kuruluşun karar vermesi durumunda, ifade ve bilgi özgürlüğünün ciddi şekilde zarar göreceği belirtilmektedir. Dezenformasyon sorunu, iki açıdan özgündür: Birincisi, paylaşılan bilgi, insanları manipüle etmek amacıyla kasıtlı olarak yanıltıcıdır. İkincisi, bu amacı gerçekleştirmek için yazar modern iletişim ve bilgi tekniklerinden faydalanmaktadır. Ayrıca, "sahte haber" (fake news) teriminin, politikacılar ve onların destekçileri tarafından hoşlarına gitmeyen haberleri reddetmek için kullanıldığı bir kavramdan farklı olarak, dezenformasyon sorununun yalnızca "habere" benzeyen şeylerin ötesine geçen çeşitli uydurma bilgileri ve uygulamaları kapsadığına dikkat çekmekte fayda vardır.

YZ teknikleri yalnızca kötü niyetli aktörler tarafından dezenformasyonun oluşturulmasını ve yayılmasını kolaylaştırmakla kalmayıp, aynı zamanda çevrimiçi dezenformasyonla mücadele için de kullanılmaktadır. Bu nedenle madalyonun iki yüzünü de ele almaya ihtiyaç duyulmaktadır. İlk olarak, dezenformasyon sorununu artıran farklı YZ tekniklerinin analiz edilmesine yönelik çalışmalar mevcuttur. İkinci olarak ise, aynı soruna yanıt olarak geliştirilen YZ tekniklerine odaklanan çalışmalar artmaktadır.

Yapay zekâ (YZ) teknikleri sahte içerik oluşturmak için kullanıldığında, üretilen ürün "derin sahte" (deepfake) olarak adlandırılır. Örneğin, Photoshop gibi araçlar, nispeten az yetkin aktörlerin fotoğrafları karmaşık bir şekilde değiştirmelerini kolaylaştırmıştır (Akers vd., 2018, s. 4). Daha yakın zamanlarda, YZ'deki gelişmeler, metinler, görüntüler, sesler ve videoların manipülasyon olanaklarını daha da genişletmiş ve uğraşılacak içerikler birtakım düzenlemeler ile giderek daha gerçekçi hale getirilebilmektedir.

Derin sahte (deepfake) kavramını açıklamak gerekirse şu şekilde tanımlanabilir:

"Derin sahte (deepfake) terimi, derin öğrenme (deep learning) ve sahte (fake) kelimelerinin birleşimidir ve iki YZ algoritmasının bir arada çalıştığı bir tür Generative Adversarial Network (GAN) ürünüdür. GAN'lar, mevcut veri setlerinden yeni tür veriler üretmenin algoritmik bir yolu olarak tanımlanabilir. Örneğin, bir GAN, Donald Trump'ın binlerce fotoğrafını analiz edebilir ve analiz edilen görüntülere benzer, ancak hiçbirinin birebir

kopyası olmayan yeni bir görüntü üretebilir. Bu teknoloji, görüntüler, hareketli görüntüler, ses ve metin gibi çeşitli içerik türlerine uygulanabilir. Deepfake terimi, öncelikli olarak ses ve video içerikleri için kullanılmaktadır” (Walorska, 2020, s. 9).

Metinler ve görüntülerin manipülasyonu daha az sofistike araçlarla da mümkünken, derin sahte (deepfake) teknolojisinin ortaya çıkışı, sahte video ve ses içeriklerinin üretilmesini de oldukça erişilebilir hâle getirmiştir. Eğlence değerinin yanı sıra, medyada derin sahtelerin kullanımı toplum üzerinde olumsuz etkiler yaratabilir. Bu teknoloji yalnızca yanlış bilgilerin yayılmasını teşvik etmekle kalmaz, aynı zamanda meşru bilgilerin güvenilirliğini de zayıflatarak, geleneksel basın veya hükümet kurumları tarafından sağlanan bilgiler dahil olmak üzere, karşılaşılan her türlü bilgiye dair şüpheler yaratabilir. Dezenformasyon bağlamında, gerçekleri manipüle etmek isteyen herhangi bir kişi, iki etkili yolla bunu gerçekleştirebilir: *Sahte içerikler gerçekmiş gibi gösterilebilir ve otantik bilgiler sahteymiş gibi lanse edilebilir.*

Dezenformasyon, uzun süredir var olan bir sorun olmasına rağmen, dijital ekosistemdeki yapay zekâ (YZ) teknikleri, bireyleri etkili bir şekilde ve geniş ölçekte manipüle etmek için yeni olanaklar sunduğundan, birden fazla etik endişe ortaya çıkmakta ya da mevcut olanlar daha da artmaktadır. Bu endişeler dikkatlice ele alınmalıdır. Ek olarak, dijital ekosistemde mevcut olan yapay zekâ teknikleri, genellikle bireylerin bilgisi dışında gerçeği değiştirmekte ve görüşlerinin etkili bir şekilde manipüle edilmesine yönelik fırsatları genişlettiği unutulmamalıdır.

Vatandaşların özgür ve bilinçli kararlar alma kapasitesi dijital ekosistem tarafından engellendiğinden, demokratik söylemlere katılım yetenekleri de etkilenmektedir. Bireylerin kamuoyu tartışmalarına tam anlamıyla katılma kapasitesi, özellikle görüşlerinin ve oy verme kararlarının etkili bir şekilde manipüle edilmesi yoluyla zayıflatıldığında, demokrasi ciddi şekilde tehlikeye girmektedir. Demokrasi, esasen, “farklı görüşlere sahip insanların, diyalog yoluyla ortak çözümler bulmak için bir araya gelmesini gerektirir” (Bergamini, 2020, s.15).

Yankı odası (echo chamber), “bireylerin yalnızca kendi inanç veya görüşleriyle örtüşen fikirlerle karşılaştığı ve bu nedenle mevcut bakış açılarının pekiştiği, alternatif düşüncelerin ise dikkate alınmadığı bir ortam” olarak tanımlanabilir (Bergamini, 2020, s. 18). Bu durum, bireyleri diyalogun yer almadığı bir entelektüel izolasyon durumuna yönlendirmektedir ve kullanıcıların beğendiği haber ve bilgileri önceliklendiren algoritmalar, bireylerin görüşlerini, zevklerini ve alışkanlıklarını pekiştirme eğiliminde olup, farklı görüşlere erişimi sınırlamaktadır (Bergamini, 2020, s. 10).

Bireylerin filtre baloncukları ve yankı odaları içinde kapatılması, barış için kesinlikle tehlikelidir; çünkü bir arada yaşamak, farklı görüşler ve kültürler hakkında bilgi sahibi olmayı ve onlara hoşgörü göstermeyi gerektirir. Bireylerin, kendi görüşlerini paylaşan gruplarla, bazen sosyal botlar tarafından abartılan biçimlerde, yalnızca etkileşimde bulundukça ve taraflı bir gerçeklik versiyonuyla manipüle edildikçe, diğer kültürlerin varlığını kabul etme ve onları anlama yetenekleri zorlaşır. Bu durum radikalleşmeyi besler ve barış ve istikrar için gerekli olanı değil, birbirine hoşgörüslüğü artırır.

Çevrimiçi dezenformasyonun alarm verici sonuçlarına bir tepki olarak, yapay zekâ algoritmaları araştırılmaya ve sorunların giderilmesi için ne şekilde kullanılabileceğine odaklanılmıştır. Ancak, başlangıçtan itibaren dikkate alınması gereken önemli bir nokta, YZ sistemlerinin yanlış bilgi (misinformation) ile dezenformasyonu (disinformation) ayırt edememesi ya da bu konuda uygun olmaması durumudur. Bu, özellikle ifade ve bilgi özgürlüğü açısından sorun teşkil etmektedir.

Ek olarak, makine öğrenimi kullanılarak etiketlenmiş verilerle, yani sahte bilgi içeren makalelerle doğru bilgi içeren makaleleri içeren uçtan uca modelleri eğitmek mümkündür. Bu

sistem, bu iki tür makaleyi doğrudan ayırt edebilir. Ancak, böyle bir modelin çalışır hale gelmesi için gerekli olan büyük miktarda etiketlenmiş verinin elde edilmesi zor olabilir; ayrıca, modelin çıktısı açıklanabilirlikten yoksun olur ve veri setlerindeki önyargılardan etkilenebilir.

Chris Marsden ve Trisha Meyer'in vurguladığı üzere, potansiyel dezenformasyon içeriğini tespit etmek üzere eğitilen metin analizi programları, “metinden ortaya çıkan çoklu, karmaşık ve muhtemelen çelişkili anlamları ayrıştırmanın zorluğu” nedeniyle yanlış negatifler ya da yanlış pozitifler üretmeye eğilimlidir (Marsden ve Meyer, 2019, s., 1–2). Ayrıca, 2018 yılı itibarıyla Facebook'un YZ sistemlerinin, İngilizce ve Portekizce dışındaki dillerde oldukça etkili olabilmek için yeterli eğitim verisine sahip olmadığı belirtilmiştir (Marsden ve Meyer, 2019, s. 17). Bu nedenle, yanlış, hatalı veya yanıltıcı bilgiler içeren makalelerin doğru bir şekilde tespiti hâlâ insan etkileşimini gerektirmektedir.

Sonuç olarak, manipülatif araçların engellenmesi gereklidir, çünkü bu araçlar uluslararası düzeyde yaygın olarak paylaşılan birçok etik değeri tehlikeye atmaktadır. Ancak bunu yaparken, etik değerler ve temel haklar—özellikle ifade özgürlüğü ve bilgi alma özgürlüğü—üzerindeki riskler özel bir dikkatle ele alınmalıdır. İçerik denetimi için yapay zekâ (YZ) sistemlerinin kullanımı doğru bir yaklaşım olmasa da bu tür sistemler dijital ekosistemin manipülasyonuna karşı koymak için hâlâ kullanılabilir. Bu, özellikle YZ tarafından üretilen içeriğin, sosyal medya botlarının veya mikro hedefleme sistemlerinin kötü amaçlarla dezenformasyon içeriğiyle tüm kullanıcıları hedef almasını tespit etmek için kullanılabilir. Aslında, ele alınması gereken içeriğin kendisi değil, iletilen mesajı güçlendiren teknolojilerin kötüye kullanılmasıdır.

Tüm bu önlemlerin yanı sıra, medya okuryazarlığı birincil öneme sahiptir. Bilgilerin eleştirel değerlendirilmesine yönelik eğitim her zaman gerekli olmuştur, ancak veri odaklı dünyamızın izin verdiği artan bilgi akışı ile bu önem önemli ölçüde artmıştır. İfade özgürlüğü, bilgi özgürlüğü, medya çoğulculuğu, medya okuryazarlığı gibi konular, demokrasinin korunması için—ya da diyebiliriz ki, yeniden canlanması için—gerekli unsurlardır.

3. SONUÇ

Yapay Zekanın gazeteciliğe entegrasyonu için öncelikle önemi, avantaj ve dezavantajları konularının iyi anlaşılması ve olumlu tutum geliştirilmesine teşvik edici çalışmaların yapılmasına öncelik verilmesi gerekmektedir. Literatürde belirtilen çözüm yollarının uygulamaya geçirilmesi ve sistematik olarak yapılacaklar listesi oluşturulması yani sistem bakış açısıyla işlem adımlarını kapsayan bir model üretilmesi işi kolaylaştırabilir.

Sahte haber (Fake News), çarpıtılmış bilgi (dezenformasyon) ve yanlış bilgi (misenformasyon) konuları adeta çağın vebası haline gelmiştir ve toplumsal etkiler yaratma potansiyeline sahiptir. Dolayısıyla, yapay zekanın habercilikte kullanımında bu kavramların anlaşılması önemlidir ve toplumsal algı yanıltmalarında yapay zekanın rolü iyi anlaşılmalıdır. Literatüre göre, yapay zekâ araçları doğru olmayan bilgiyi hem üretebilir hem de tespit edebilir olduğundan iki boyutta ele alınmalıdır. Buradan hareketle, gerçek olmayan bilgiyi yapay zekâ araçlarının tespit edebilmesine yönelik yapılacak çalışmaların genişletilmesi önerilebilir.

Gazetecilik uygulamalarına entegre edildiğinde, yapay zekanın oluşturduğu yeni ve değişen haber işlerini incelemek için hâlâ çok fazla araştırma yapılması gerekmektedir. YZ'nin haber üretim süreçlerine entegrasyonu, özellikle veri analizi, içerik üretimi ve kişiselleştirilmiş haber dağıtımı gibi alanlarda yeni çok sayıda araştırmanın yapılması bekleniyor. Gerek gazetecilerin yapay zekâ gazeteciliğine adaptasyonu gerek haber üretim süreçlerindeki yapay zekanın doğru kullanımı gelecekte yapılacak çalışmalarla sağlam zemine oturabilecek durumdadır. Avantajlar ve tehditler boyutunda ele alındığında, yapay zekâ gazeteciliğinin çok

boyutlu bir inceleme alanı olduğu ortaya çıkmaktadır. Çalışmada ele alındığı gibi etik, sahte haber (fake news), sorumlu kullanım ve düzenlemelerin yeniden ele alınması gibi çeşitli boyutlarda alt yapı çalışmalarına ihtiyaç olduğu açıktır. Bu doğrultuda, sonraki çalışmalarda söz konusu boyutları dahil edecek ve gazetecilik eğitimini de işe katacak modellerin geliştirilmesinin faydalı olacağı sonucuna varılmaktadır.

KAYNAKÇA

- Akers, J., Bansal, G., Cadamuro, G., Chen, C., Chen, Q., Lin, L., ... & Roesner, F. (2018). *Technology-enabled disinformation: Summary, lessons, and recommendations*. arXiv preprint arXiv:1812.09383.
- Amponsah, P. N., & Atianashie, A. M. (2024). Navigating the new frontier: A comprehensive review of AI in journalism. *Advances in Journalism and Communication*, 12(1), 1-17.
- Avrupa Birliği. (2024). Tüzük (AB) 2024/1689: Yapay Zekâ ile ilgili kuralların belirlenmesine dair Avrupa Parlamentosu ve Konsey Tüzüğü. Resmi Gazete L 216/1, 1–65. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/TR/TXT/?uri=CELEX%3A32024R1689>
- Aydın, B., & İnce, M. (2024). Can artificial intelligence write news: A research on determining the effect of artificial intelligence on news writing practice. *Intermedia International E-journal*, 11(20), 24-41.
- Bélair-Gagnon, V., Holton, A. E., Deuze, M., & Mellado, C. (2023). *Fostering a culture of well-being in journalism*. In Happiness in journalism (pp. 1-7). Routledge.
- Bergamini D (2020) *Need for Democratic Governance of Artificial Intelligence*. Committee on Political Affairs and Democracy Council of Europe, 24 September 2020, no. 15150. <https://pace.coe.int/en/files/27616>
- Bianet.org (2023). Gazetecilikte yapay zeka kullanımına karşı ilk etik ilkeler belirlendi. <https://bianet.org/haber/gazetecilikte-yapay-zeka-kullanimina-karsi-ilk-etik-ilkeler-belirlendi-287811>
- Bindner L & Gluck R (2020). *Social Media and the Murder of Samuel Paty*, *Global Network on Extremism and Terrorism*. <https://gnet-research.org/2020/11/06/social-media-and-the-murder-of-samuel-paty/>
- Bontridder, N., & Pouillet, Y. (2021). The role of artificial intelligence in disinformation. *Data & Policy*, 3, e32. <https://doi.org/10.1017/dap.2021.20>
- Bölük, M. (2025). Medya Profesyonellerinin Gözünden Yapay Zekâ Gazeteciliği ve Türkiye'deki Uygulamalar Üzerine Nitel Bir Analiz. *Yüksek Lisans Tezi*, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aksaray Üniversitesi, Aksaray.
- Brigida, M., & Pratt, W. (2017). Fake News. *The North American Journal of Economics and Finance*, 42(C), 564–573.
- Brown, T., Mann, B., Ryder, N., Subbiah, M., Kaplan, J. D., Dhariwal, P., ... & Amodei, D. (2020). Language models are few-shot learners. *Advances in neural information processing systems*, 33, 1877-1901.
- Bulut, S. (2020). Liberal Anlatı ve Dijital Habercilikte Yapay Zekâ: Toplumların Umudu ya da Yeni Bir Distopya. *Selçuk İletişim Dergisi*, 13(1), 294-213.
- Carlson, M. (2015). The Robotic Reporter: Automated journalism and the redefinition of labor, compositional forms, and journalistic authority. *Digital Journalism*, 3(3), 416-431.
- Chan-Olmsted, S. M. (2019). A Review of Artificial Intelligence Adoptions in the Media Industry. *International Journal on Media Management*, 21, 193–215.
- Cress, U., & Kimmerle, J. (2023). Co-constructing knowledge with generative AI tools: Reflections from a CSCL perspective: U. Cress, J. Kimmerle. *International Journal of Computer-Supported Collaborative Learning*, 18(4), 607-614.

- Çavuş, S. (2020). *Gazetecilik ve Yapay Zeka*. H. Bakırtaş, & S. Çavuş içinde, Yapay Zekâ Disiplinleri Dönüştürüyor Değişime Hazır mıyız? (s. 242-255 S:250). Konya: Ekin.
- Deuze, Mark, and Laura Glitsos. 2024. What Journalism Feels Like: Considering the Body of the Journalist. *Journalism and Media*, 5, 1851–1865. <https://doi.org/10.3390/journalmedia5040112>
- Díaz-Campo, J. & Segado-Boj, F. (2015). Journalism Ethics in a Digital Environment: How Journalistic Codes of Ethics Have Been Adapted to the Internet and ICTs in Countries around the World. *Telematics & Informatics*, 32(4), 735-744. <https://www.doi.org/10.1016/j.tele.2015.03.004>
- Dixit, P. and Mac, R. (2018). How WhatsApp Destroyed a Village. Buzzfeed News, September 2018. <https://www.buzzfeednews.com/article/pranavdixit/whatsapp-destroyed-village-lynchings-rainpada-india>
- Dragomir, M., Marko, D., Klačar, B., & Čolo, I. (2024). How artificial intelligence is changing media and journalism in Central Europe. A study mapping the use of AI by newsrooms in the Czech Republic, Hungary, Poland and Slovakia.
- EDPS Ethics Advisory Group. (2018). Towards a digital ethics. European Data Protection Supervisor. https://www.edps.europa.eu/data-protection/our-work/publications/ethical-framework/ethics-advisory-group-report-2018_en
- El Gody, A. (2021). *Using artificial intelligence in the Al Jazeera newsroom to combat fake news*. Al Jazeera Media Institute.
- Enders, A.M., Uscinski, J.E., Seelig, M.I. et al. (2023). The relationship between social media use and beliefs in conspiracy theories and misinformation. *Polit. Behav.*, 45, 781–804. <https://doi.org/10.1007/s11109-021-09734-6>
- Forja-Pena, T., García-Orosa, B. & López García, X. (2024). The Ethical Revolution: Challenges and Reflections in the Face of the Integration of Artificial Intelligence in Digital Journalism, *Communication & Society*, 37(3), 237-254. <https://doi.org/10.15581/003.37.3.237-254>
- Galily, Y. (2018). Artificial intelligence and sports journalism: Is it a sweeping change? *Technology in Society*, 54, 47-51.
- García-Avilés, J.-A. (2021). *An Inquiry into the Ethics of Innovation in Digital Journalism*. In M. Luengo & S. Herrera-Damas (Eds.), *News Media Innovation Reconsidered*. <https://www.doi.org/10.1002/9781119706519.ch1>
- Global Investigative Journalism Network (2023). *GIJN Paris Yapay Zeka ve Gazetecilik Şartı'na katıldı*. <https://gijn.org/tr/hikayeler/gijn-paris-yapay-zeka-ve-gazetecilik-sartina-katildi/>
- Graefe, A., & Bohlken, N. (2020). Automated journalism: A meta-analysis of readers' perceptions of human-written in comparison to automated news. *Media and communication*, 8(3), 50-59.
- Helberger, N., van Drunen, M., Moeller, J., Vrijenhoek, S. & Eskens, S. (2022). Towards a Normative Perspective on Journalistic AI: Embracing the Messy Reality of Normative Ideals. *Digital Journalism*, 10(10), 1605-1626. <https://www.doi.org/10.1080/21670811.2022.2152195>

- Hislop, D., Coombs, C., Taneva, S., & Barnard, S. (2017). Impact of artificial intelligence, robotics and automation technologies on work. *Chartered Institute of Personnel and Development, London*.
- Human Rights Council (2018). *Report of the Independent International Fact-Finding Mission on Myanmar*, <https://www.ohchr.org/en/hrbodies/hrc/myanmarFFM/Pages/ReportoftheMyanmarFFM.aspx>
- Ifantidou, E. (2009). Newspaper headlines and relevance: Ad hoc concepts in ad hoc contexts. *Journal of Pragmatics*, 41(4), 699-720.
- Ioscote, F., Gonçalves, A., & Quadros, C. (2024). Artificial Intelligence in Journalism: A Ten-Year Retrospective of Scientific Articles (2014–2023). *Journalism and Media*, 5(3), 873-891. <https://doi.org/10.3390/journalmedia5030056>
- Isani, S. (2011). Of headlines & headlines: Towards distinctive linguistic and pragmatic genericity. *ASp. la revue du GERAS*, (60), 81-102.
- Karakoç Keskin, E. (2025). Türkiye’de Yapay Zekânın Dezenformasyon Karnesi: Yapay Zekâ ile Üretilen Dezenformasyona İlişin Doğruluk Kontrollerinin İçerik Analizi. *TRT Akademi*, 10(23), 104-139. <https://doi.org/10.37679/trta.1557154>
- Kavut, S. (2024). *Yapay Zekâ ve İletişim*. Konya ve İstanbul: Çizgi Kitapevi.
- Kim, H. (2019). AI in Journalism: Creating an Ethical Framework. Syracuse University Honors Program Capstone Projects. 1083. https://surface.syr.edu/honors_capstone/1083
- Kim, D., & Seongcheol, K. (2018). Newspaper Journalists' Attitudes toward Robot Journalism. *Telematics & Informatics*, 35(2), 340-357.
- Kotenidis, E., & Veglis, A. (2021). Algorithmic Journalism—Current Applications and Future Perspectives. *Journalism and Media*, 2(2), 244-257.
- Köbis, N., & Mossink, L. D. (2021). Artificial intelligence versus Maya Angelou: Experimental evidence that people cannot differentiate AI-generated from human-written poetry. *Computers in human behavior*, 114, 106553.
- Kuiken, J., Schuth, A., Spitters, M., & Marx, M. (2017). Effective headlines of newspaper articles in a digital environment. *Digital journalism*, 5(10), 1300-1314.
- Lance Bennet, W. & Wand Livingston, S. (2020) *The Disinformation Age: Politics, Technology, and Disruptive Communication in the United States*. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108914628>
- Lermann Henestrosa, A., & Kimmerle, J. (2024). The effects of assumed AI vs. human authorship on the perception of a GPT-generated text. *Journalism and Media*, 5(3), 1085-1097.
- Luther, T., Kimmerle, J., & Cress, U. (2024). Teaming up with an AI: Exploring human–AI collaboration in a writing scenario with ChatGPT. *AI*, 5(3), 1357-1376.
- MacDonald, J. B., Hodgins, G., Saliba, A. J., & Metcalf, D. A. (2023). Journalists and depressive symptoms: A systematic literature review. *Trauma, Violence, & Abuse*, 24(1), 86-96.
- Marsden, C. & Meyer, T. (2019) *Regulating Disinformation with Artificial Intelligence: Effect of Disinformation Initiatives on Freedom of Expression and Media Pluralism*. European Parliamentary Research Service (EPRS)– Scientific Foresight Unit (STOA),

March 2019, PE 624.279. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/b8722bec-81be-11e99f05-01aa75ed71a1>

- McLuhan, Marshall. 1964. *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill.
- Nedelkoska, L., & Quintini, G. (2018). Automation, skills use and training. https://www.oecd-ilibrary.org/employment/automation-skills-use-and-training_2e2f4eea-en
- Noain-Sánchez, A. (2022). Addressing the Impact of Artificial Intelligence on Journalism: The perception of experts, journalists and academics. *Communication & Society*, 35(3), 105–121.
- Ong, J., Cabañes, J. (2018) Architects of Networked Disinformation: Behind the Scenes of Troll Accounts and Fake News Production in the Philippines. *Architects of Networked Disinformation: Behind the Scenes of Troll Accounts and Fake News Production in the Philippines*. 74.
- Örnebring, H. (2016). *Newsworkers: A comparative European perspective*. London: Bloomsbury Academic.
- Paik, S. (2023). Journalism Ethics for the Algorithmic Era. *Digital Journalism*. <https://www.doi.org/10.1080/21670811.2023.2200195>
- Pashevich, E. (2018). Automation of news production in Norway: Augmenting newsroom with artificial intelligence. MA thesis. The University of Oslo, Faculty of Humanities, *Department of Media & Communication*. <https://www.duo.uio.no/handle/10852/63213>
- Pavlik, J. V. (2023). Collaborating with ChatGPT: Considering the implications of generative artificial intelligence for journalism and media education. *Journalism & Mass Communication Educator*, 78(1) 84-93.
- Peretti, M. (2022). *10 Things You Should Know About AI in Journalism*. <https://gijn.org/stories/10-things-you-should-know-about-ai-in-journalism/>
- Porlezza C. & Ferri, G. (2022). The missing piece: ethics and the ontological boundaries of automated journalism. #ISOJ 12(1), 71-98. Porlezza, C. (2023). Promoting responsible AI: A European perspective on the governance of artificial intelligence in media and journalism. *Communications*, 48(3), 370-394.
- Prasad, R., & Makesh, D. (2024). Impact of AI on media & entertainment industry. *Media & journalism transformations-emerging trends and paradigm shifts*, 41-71.
- Reyes Hidalgo, C. M. (2025). Artificial intelligence and journalism: Challenges and opportunities in the new era. IX Congreso de Investigación, Desarrollo e Innovación de la Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología.
- Rodrigo-Alsina, M. & Cerqueira da Silva, L. J. (2018). Ética e Jornalismo: na era da Pós-verdade. *Revista Observatório*, [S.l.], 4(3), 708-725. <https://www.doi.org/10.20873/uft.24474266.2018v4n3p708>
- Romeo, G. & Griglié, E. (2022). AI Ethics and Policies: Why European Journalism Needs More of Both. In: J. Mökander & M. Ziosi (Eds.), *The 2021 Yearbook of the Digital Ethics Lab. Digital Ethics Lab Yearbook*. Cham: Springer. https://www.doi.org/10.1007/978-3-031-09846-8_14
- Ryfe, D. M. (2006). The Nature of News Rules. *Political Communication*, 23(2), 203-214. <https://www.doi.org/10.1080/10584600600629810>

- Sarısakaloğlu, A. (2025). Navigating the Research Landscape of Algorithm-Driven Journalism: A Systematic Literature Review of Authorship, Research Trends, and Future Research Pathways. *Journalism Studies*, 1-27.
- Scacco, J. M., & Muddiman, A. (2015). The current state of news headlines. *Cent. Media Engagem*, 1-11.
- Siitonen, M., Laajalahti, A., & Venäläinen, P. (2024). Mapping automation in journalism studies 2010–2019: A literature review. *Journalism Studies*, 25(3), 299-318.
- Sonni, A. F., Hafied, H., Irwanto, I., & Latuheru, R. (2024). Digital newsroom transformation: A systematic review of the impact of artificial intelligence on journalistic practices, news narratives, and ethical challenges. *Journalism and Media*, 5(4), 1554-1570.
- Starbird, K., Maddock, J., Orand, M., Achterman, P., & Mason, R. M. (2014). Rumors, False Flags, and Digital Vigilantes: Misinformation on Twitter after the 2013 Boston Marathon Bombing. In *iConference 2014 Proceedings* (p. 654–662).
- Şirvanlı, T. (2023). *Yapay Zekâ Uygulamaları ve Gazeteciliğin Değişen Sınırları: Aktör-Ağ Teorisi Perspektifinden Bir Değerlendirme*, In *Medya ve Habercilik Alanında Yapay Zekanın Yükselişi*, İstanbul: Eğitim Yayınevi, 2023, pp.69-94.
- Tandoc Jr, E. C., Yao, L. J., & Wu, S. (2020). Man vs. machine? The impact of algorithm authorship on news credibility. *Digital Journalism*, 8(4), 548-562.
- Tejedor, S., Cervi, L., Romero-Rodríguez, L. M., & Vick, S. (2024). Integrating artificial intelligence and big data in Spanish journalism education: A curricular analysis. *Journalism and Media*, 5(4), 1607-1623. <https://doi.org/10.3390/journalmedia5040100>
- Thurman, N., Dörr, K. & Kunert, J. (2017). When Reporters Get Hands-on with Robo-Writing. *Digital Journalism*, 5(10), 1240-1259. <https://www.doi.org/10.1080/21670811.2017.1289819>
- Tzachor, A., Whittlestone, J., Sundaram, L. & Ó hÉigeartaigh, S. (2020). Artificial intelligence in a crisis needs ethics with urgency. *Nature Machine Intelligence*, 2, 365-366. <https://www.doi.org/10.1038/s42256-020-0195-0>
- Ufarte Ruiz, M. J., Calvo Rubio, L. M. & Murcia Verdú, F. J. (2021). Los desafíos éticos del periodismo en la era de la inteligencia artificial. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(2), 673-684. <https://www.doi.org/10.5209/esmp.69708>
- Walorska, A M (2020). *Deepfakesand Disinformation*. Friedrich Naumann Foundation for Freedom, May 2020. https://fnf-europe.org/wp-content/uploads/2020/06/fnf_deepfakes_broschuere_en_web.pdf
- Wang, S., & Huang, G. (2024). The impact of machine authorship on news audience perceptions: A meta-analysis of experimental studies. *Communication Research*, 51(7), 815-842.
- World Health Organization (2020a). *Managing the COVID-19 infodemic: Promoting healthy behaviours and mitigating the harm from misinformation and disinformation*. <https://www.who.int/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation>
- World Health Organization. (2020b). *Call for action: Managing the infodemic*. <https://www.who.int/news/item/11-12-2020-call-for-action-managing-the-infodemic>

- Wölker, A., & Powell, T. E. (2021). Algorithms in the newsroom? News readers' perceived credibility and selection of automated journalism. *Journalism*, 22(1), 86-103.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayınevi.
- Zangana, A. (2017). *The impact of new technology on the news production process in the newsroom*. The University of Liverpool (United Kingdom).
- Zheng, Y., Zhong, B., & Yang, F. (2018). When algorithms meet journalism: The user perception to automated news in a cross-cultural context. *Computers in human behavior*, 86, 266-275.