


## Yapay Zekâ ve Etik: Yeni Medyanın Dönüşümünde Sorumluluk ve Sınırlar\*

 Abdülhakim  
Bahadır DARI<sup>1</sup>

 Ahmet  
KOÇYİĞİT<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Doç. Dr. Kırgızistan-Türkiye  
Manas Üniversitesi İletişim  
Fakültesi/Yalova Üniversitesi  
İnsan ve Toplum Bilimleri  
Fakültesi

abahadir.dari@manas.edu.kg  
aldulhakim.dari@yalova.edu.tr  
ORCID: 0000-0003-3525-5823

<sup>2</sup> Öğr. Gör. Dr., Zonguldak  
Bülent Ecevit Üniversitesi  
Çaycuma Meslek Yüksekokulu,  
ahmetkocyigit@beun.edu.tr  
ORCID: 0000-0002-1276-1128

### Gönderilme / Received

31.05.2024

### Kabul Tarihi / Accepted

04.07.2024

### Yayın Tarihi / Published

30.09.2024

### Öz

Yapay zekâ uygulamaları, diğer bir çok alanda olduğu gibi medya alanını da büyük ölçüde etkileyerek içerik üretiminden editoryal süreçlere kadar birçok alanda değişimlere yol açmıştır. Medyanın yapay zekâ sayesinde hızla dönüşmesi, sorumluluk ve etik ilkelerin yeniden tanımlanmasını zorunlu hale getirmiştir. Bu çalışmada, yapay zekâ bağlamında medyanın dönüşüm süreçleri ve bu dönüşüm çerçevesinde etik ilkelerin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bunun yanında yapay zekâ ve etik sürecinin gelişimini analiz etmek, son yıllardaki değişimlerini takip etmek, bu değişim sürecindeki sorumluluk ve sınırları belirlemek ve yasal düzenlemeleri ortaya koymak açısından bu çalışma önemlidir. Nitel durum çalışması yönteminin kullanıldığı çalışmada, yapay zekânın medyanın dönüşüm süreçlerine etkisi, bu etkinin etik sınırları ve yapay zekâ ile etik arasındaki ilişkin neler olduğu sorularına cevap aranmıştır. Araştırma sonucunda yapay zekâ teknolojilerinin henüz çok yeni bir alan olması nedeniyle sorumluluk ve etik konularında sınırların net çizilemediği belirlenmiştir. Bunun yanı sıra, yapay zekânın medya alanında kullanımı çeşitli etik sorunlara yol açmakta ve bu sorunların çözümünde yetersizlikler olduğu gözlemlenmiştir. Bu bağlamda, yapay zekânın kullanım alanlarının sürekli genişlemesiyle birlikte, ortaya çıkan sorunların çözümüne yönelik yasal düzenlemelerin kademeli olarak uygulanmaya başladığı gözlemlenmektedir. Ancak, bu düzenlemelerin yetersiz olduğu ve bu alanda daha geniş kapsamlı sosyal, bireysel ve hukuki düzenlemeler ile önlemlerin alınması gerektiği tespit edilmiştir. Özellikle yapay zekâ uygulama ve araçlarının medyadaki kullanımıyla ilgili kavramsal bir çerçevenin çizilmesi ve etik ilkelerin yeniden tanımlanması önem arz etmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Yapay Zekâ, Medya, Etik, Sorumluluk, Yasal Düzenlemeler.

Bu çalışma 09-12 Mart 2024 tarihleri arasında gerçekleşen “12. Çukurova Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Kongresi’nde” özet bildiri olarak sunulmuş metnin genişletilmiş halidir.

\* Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. Benzerlik tespit edilmemiştir.

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

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

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

\*\*\* Yazarların çalışmadaki katkı oranları; birinci yazar %50, ikinci yazar %50,

Contribution rates of the authors in the study; first author 50%, second author 50%.

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

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

**Kaynak gösterme / To cite this article:** Dari, A. B., & Koçyigit, A. (2024). Yapay Zekâ ve Etik: Yeni Medyanın Dönüşümünde Sorumluluk ve Sınırlar. İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi, 4(2), 246-261. doi: 10.59534/jcss.1492948



## Artificial Intelligence and Ethics: Responsibility and Limits in the Transformation of New Media



Abdülhakim  
Bahadır DARI<sup>1</sup>



Ahmet  
KOÇYİĞİT<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Assoc. Prof. Dr. Kyrgyzstan-Turkey Manas University  
Faculty of Communication/  
Yalova University Faculty of  
Humanities and Social Sciences,

abahadir.dari@manas.edu.kg  
aldulhakim.dari@yalova.edu.tr  
ORCID: 0000-0003-3525-5823

<sup>2</sup> Lect. Ph.D., Zonguldak Bülent  
Ecevit University Caycuma  
Vocational School,  
ahmetkocyigit@beun.edu.tr  
ORCID: 0000-0002-1276-1128

### Gönderilme / Received

31.05.2024

### Kabul Tarihi / Accepted

04.07.2024

### Yayın Tarihi / Published

30.09.2024

### Abstract

Artificial intelligence applications have greatly affected the media field as in many other fields, leading to changes in many areas from content production to editorial processes. The swift evolution of the media landscape due to artificial intelligence has necessitated a reevaluation of responsibility and ethical standards. In this context, this study seeks to uncover the transformation processes of the media driven by artificial intelligence, as well as the ethical principles guiding these changes. This study is significant for analyzing the evolution of artificial intelligence and associated ethical issues, tracking recent changes, identifying responsibilities and boundaries in this transformation process, and elucidating the relevant legal regulations. Employing a qualitative case study approach, the research aimed to explore how artificial intelligence influences media transformation processes, the ethical boundaries of this influence, and the interplay between artificial intelligence and ethics. The research concluded that, due to the novelty of artificial intelligence technologies, the lines defining responsibility and ethics remain ambiguous. Moreover, the integration of artificial intelligence in the media sector creates several ethical challenges, and it has been noted that current efforts to address these issues are insufficient. In this regard, it has been noted that as the applications of artificial intelligence continue to grow, legal regulations are gradually being introduced to address the arising issues. However, it was found that these regulations were inadequate and that more extensive social, individual, and legal measures need to be implemented in this domain. Specifically, it is crucial to establish a clear conceptual framework and redefine ethical guidelines for the use of artificial intelligence applications and tools within the media industry.

**Keywords:** Artificial Intelligence, Media, Ethics, Responsibility, Legal Regulations.

## Giriş

Mevcut yapay zekâ teknolojisine yol açan araştırmalar, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra ve büyük ölçüde dijital bilgisayarın ortaya çıkışıyla başlamıştır. Ancak, temelleri çok daha önce atılmıştır. Babbage'ın "hesaplama motoru", makinelerin zeki davranışlar sergileme potansiyeli üzerine pek çok tartışmaya yol açmıştır. Daha sonra, George Boole, beynin olası işlemlerini biçimsel bir kalkülüs içinde tanımlamanın bir yolu olarak Boole cebirini geliştirmiştir. Erken dönem yapay zekâ araştırmaları, Alan Turing'in çalışmalarıyla doruğa ulaşmıştır. Turing, kendi adıyla anılan Turing testini ortaya koymuş ve bilgisayarın tasarımını tanımlayan Turing makinesini geliştirmiştir. Turing'in çalışması, tüm makinelerin ve gramerlerin (insan gramerleri dahil) uzun yıllar boyunca değerlendirildiği önemli bir temel oluşturmuştur (Simmons & Chappell, 1988).

Sonraki yıllarda yapay zekânın yayılımıyla beraber insanların günlük yaşamları, gelişmiş yeteneklerin ve verimliliğin etkisi, yeni düşünme biçimleri ve davranış kalıplarıyla birlikte dönüşüm geçirmiştir. Günümüzde ise, akıllı evler, akıllı tarım, tıp ve sağlık sistemleri gibi kullanımda olan pek çok yapay zekâ uygulaması örneği bulunmaktadır. Yapay zekânın kullanımını çevreleyen etik ve gizlilik sorunları, çeşitli topluluklar arasında artan ilgi konusu olmuştur ve olmayada devam etmektedir. Örneğin genel halk, robotların artan kullanımının işsizlik ve eşitsizlik üzerindeki etkisine ilişkin endişelerini dile getirmektedir. Sosyal bilimciler ise, gözetim sistemleriyle ilgili derin mahremiyet endişelerini dile getirmekte ve bu kaygılar doğrultusunda yapay zekâ araçlarına yönelik düzenleme tartışmaları her geçen gün artmaktadır. Özel verilerin kötüye kullanılması konusundaki endişeler ve etik kaygılara rağmen yapay zekâ modellerinin gelişimi ve kullanımı her geçen gün artmaktadır. Ayrıca bu kaygılara rağmen teknoloji geliştiriciler, yapay zekânın verimliliğinin ve sağlamlığının arkasında durmaktadırlar (Zhang, vd., 2021).

Yapay zekâ çalışmalarının temel amacı; insansı bir biçimde bilinçli, düşünebilen ve ahlaki bir statüye sahip olan bir makine ve yapay zekâ sistemleri geliştirmektir. Bu bağlamda, insansı özelliklere sahip olabilecek yapay zekâ sistemlerinin hem insanlara hem de diğer canlılara zarar vermemesi için etik bir zemine oturtulması önem arz etmektedir. Aksi takdirde her geçen gün gelişim gösteren yapay zekâ sistemlerinin etik statüden mahrum olması hem insanlık için hem de diğer canlılar için bir sorun teşkil edeceği aşıkardır (Çelebi, 2019, s. 651).

İletişim araştırmalarında Yapay Zekâ (AI) üzerine yapılan araştırmalar giderek daha fazla ilgi kazanmaktadır. Bu disiplinlerarası ilgi henüz sistematik bir bilimsel tanımla ve iletişim araştırmalarında bütünsel bir teorik çerçeveye desteklenmemiştir (Gil de Zúñiga, vd., 2024). İletişim, medya ve yapay zekâ, sosyal etkileşimleri değiştirmekte, çevrimiçi ve çevrimdışı iletişime uyarlanmış teknolojiler her geçen gün çeşitlenmektedir. Yapay zekâ, hesaplama kaynaklarının yardımıyla insan iletişim yeteneklerini akıllı bir şekilde kopyalamayı amaçlamaktadır. Yapay zekâ teknolojileri, medya ve iletişim arasındaki bağlantının değişen dinamikleri nedeniyle, yapay zekânın iletişim paradigmalarına nasıl uyduğu konusunda yeni etik sorunlar ortaya çıkmaktadır (Gunkel, 2012).

Yapay zekâ, medya ve etik konuları ile ilgili literatürde yapılan çalışmalar

dikkate alındığında; (Ouchchy, vd., 2020), yapay zekânın medyada kullanımını ve bu kullanımın etik sorunlarını ortaya koymuştur. Buenfil, vd., (2019) ise, yapay zekâ etiği ve sosyal medya aracılığıyla yönetim süreci üzerinde durmuştur. Shaw (2019) yapay zekâ ve etik konusunda kavramsal bir çerçeve çizerek, bu kavramların ilişkileri üzerinde durmuştur. Koçyiğit ve Darı (2023) yapay zekâ ve iletişim süreci üzerine odaklanırken Çelebi (2019) ise, yapay zekâ bağlamında etik problemleri ortaya koymuştur.

Tüm bu mevcut çalışmalar, bu çalışma ile konu bakımından benzerlik gösterse de bu çalışma medyanın dönüşümünde sorumluluk ve sınırları ortaya koyması açısından diğer çalışmalardan farklılaşmaktadır. Ayrıca medya, etik ve yapay zekâ alanında yapılan çalışmaların literatürde sınırlı olması sebebiyle bu çalışma önem arz etmektedir. Bu doğrultuda çalışmada, yapay zekâ çerçevesinde medyanın dönüşümü ve bu dönüşüm sürecinde etik ilkelerin ortaya konulması amaçlanmaktadır.

## 1. Etik Kavramı ve Meslek Etiği

Yunanca'daki ethos kelimesinden türemiş olan etik kavramı günümüzdeki teknolojik değişim ve gelişmelere paralel olarak önemli bir kavram haline gelmiştir. Etik ahlakın felsefi olarak incelenmesidir. Etik araştırma alanına verilen bir isimken; ahlak ise, araştırmanın bizzat kendisini oluşturan nesnenin/konunun adıdır (Erdoğan, 2006, s. 5).

Türkçede günlük kullanımda etik ve ahlak sözcükleri genellikle aynı manada kullanılırlar da yukarıda da ifade edildiği üzere aralarında farklılık vardır. Arapça'dan Türkçe'ye geçen ahlak sözcüğü "hulk" sözcüğünün çoğulu olarak karşımıza çıkmakta, hulk sözcüğü ise, "bir insanın yaradılışı gereği gerçekleştirdiği davranışları anlatır ve huy adet alışkanlık anlamında" kullanılmaktadır. İyi davranışların kolaylıkla sergilenmesine yardımcı olan bir yeti olarak tasavvufta tanımlanır. Bu yeti sayesinde insan eylemleri fazla düşünmeye gerek duymadan kolaylıkla gerçekleşir. "Ahlak bir toplum içinde kişilerin uymak zorunda oldukları davranış biçimleri ve kuralları ile iyi niyetler ve güzel huyları kapsar, etik sözcüğü ise insan davranışlarını ahlaki iyilik kuralları içinde araştıran ahlak bilimi anlamındadır" (Uzun, 2016, s. 20-21).

Bu doğrultuda etik, doğru ile yanlış arasındaki ahlaki değerleri ve prensipleri konu edinen, bu değerlerin ve prensiplerin insan davranışlarına nasıl uygulanması gerektiği üzerine odaklanan bir alandır. Etik, bu doğrultuda bireylerin ve toplumların günlük yaşamlarında karşılaştıkları sorunları, çatışmaları ve kararları ele alırken kullanılan bir çerçeve sunar. Etik alanının en temel amacı, insanların nasıl davranmaları gerektiği konusunda rehberlik sağlamak ve toplumsal normları, adaleti, dürüstlüğü ve sorumluluğu tartışmaktır. Ayrıca etik, kişisel değerlerin, toplumsal normların, dinin, kültürün ve felsefi düşüncelerin bir araya gelerek insan davranışlarını şekillendiren karmaşık bir etkileşimini de içerir.

Uzun (2016), etiğin normatif ve betimleyici olarak iki yönteminin olduğunu ifade etmektedir. Betimleyici yöntem; bir toplumdaki ya da gruptaki eylem ve davranış

süreçlerini, grup içerisinde geçerli olan etkin normlar ve geçerlilik talepleri açısından ortaya konulmakta ve bu yöntem çoğunluğun bağlayıcı olduğuna ikna olduğu, ahlak normlarının tamamına yönelik yargıları içermektedir. Normatif etik ise; mevcut olan süreci betimlemekten daha ziyade, daha çok tanımlayıcı bir yöntemi ifade etmektedir. Ve bu yöntem herhangi bir sapmaya gitmeden öncelikle değerlendirme imkânı sunan ölçütleri geliştirmeyi amaçlamaktadır. İletişim ve medya ile ilgili sorunlar dikkate alındığında en uygun yöntemin normative yöntem olduğu kabul görmektedir.

Meslek etiği kavramı, herhangi bir mesleği gerçekleştirirken bireylerin ne yapması gerektiğini ya da ne yapmamasını ortaya koymakla ilgilidir. Bütün meslek gruplarının belirli ahlakları, genel ahlaki kuralları, ilkeleri, mesleğin olabildiğince iyi olması için değerlerin bulunması gerekmektedir. Bu noktada burada çalışma ve emeğin kendisine bir değer yüklenmektedir. Etik ilkeler ile meslek ya da yapılan iş bağdaştırılır ve bir iş sadece teknik kurallar aracılığıyla değil ayrıca diğer bireyleri doğrudan ya da dolaylı olarak ilgilendiren ahlaki kurallar temelinde icra edilecek bir etkinlik olarak tanımlanır. Bu noktada platon bir işin iyi yapılması için yalnızca uzmanlığın yeterli olmadığını iyiye niyet etmenin de önemli olduğunu vurgulamaktadır (Uzun, 2016, s. 26).

Bu noktada gelişen teknolojiyle birlikte ortaya çıkan yapay zekâ alanının da etik ilkelerinin, sınırlarının ve değerlerinin belirlenmesi önem arz etmektedir. Özellikle yeni bir alan olarak ortaya çıkması ve yeni bir teknoloji sebebiyle bu etik ilkelerin belirlenmesi uzun sürebilir. Bu nedenle tüm toplumu yakından ilgilendiren bu konuda hem kurumların hem de bireylerin sorumlu hareket etmesi gerekmektedir. Özellikle medya alanında yapay zekâ uygulamalarıyla içerik üreten ya da medya alanına yapay zekâ uygulamaları kullanarak içerik sağlayan kurumların etik kavramını içselleştirmesi gerekmektedir.

## 2. Yeni Medya ve Etik

Medya etiği uzun zamandır medya akademisyenleri ve halkla ilişkiler profesyonellerinin ilgi odağı olmuştur. Hem gazetecilerin hem de halkla ilişkiler profesyonellerinin kullandığı etik standartların düzeyi, medya ilişkileri faaliyetlerinin nasıl yürütüldüğünü ve hangi tür ve nitelikteki içeriklerin kamuoyunu şekillendirebileceğini etkilemektedir. Medya etiği demokrasi, özgürlük, hakikat, dürüstlük, nesnellik ve mahremiyet gibi temel değerlere devredilmiştir (Tsetsura & Valentini, 2016).

Bilgilendirme, eğlendirme ve haber verme gibi işlevleri içerisinde barındıran medya, topluma aktırdığı iletilerde sorumluluk ve mesuliyet taşıması gerekmektedir. Bu sorumluluk ve mesuliyet geleneksel medya kanallarında genellikle işlerlik gösterse de yeni medya araçları üzerinde büyük sorunları beraberinde getirmektedir. Özellikle sosyal medya araçları bu sorunların en sık karşılaşılan ortamlarıdır.

Sosyal medya kullanıcıların kendi içeriklerini oluşturabildikleri, kendi ürettikleri içerikleri paylaşabildikleri interaktif iletişime imkân tanıyan sanal mecralardır. Paylaşılan bu içeriklerin bazıları dolaylı olarak bazıları ise doğrudan

toplumdaki bireylerin düşünceleri, davranışları, fikirleri ve algıları üzerinde etkili olmaktadır. Bu bağlamda sosyal medya, bireylerin birbiri ile kolay bir şekilde iletişime geçmesinin yanı sıra birbirini rahatlıkla etkilemesine olanak sağlayan ileri düzeyde erişilebilir iletişim teknolojileridir (Blossom, 2009; Koçyiğit, 2022) Sosyal medya olanaklarının bireylere sunmuş olduğu bu fırsatlar ve olanaklar bazı durumlarda etik kaygı ve problemlere sebep olmaktadır. Bunun yanında geleneksel medya için de bezner süreçler ve kaygılar mevcuttur. Bu kaygıların ve problemlerin incelenmesi ve ortaya konulması medya etiği kavramının çalışma alanına girmektedir.

“Medya etiği medyanın örgüt içi ilişkilerinin, hükümet dahil diğer örgütlü yapılarla olan bağlarının, uyguladığı ücret politikalarının, yarattığı çalışma koşullarının ve ürettiği ürünün içeriğinin toplumca kabul edilebilir özelliklere sahip olması olarak” tanımlanmaktadır (Erdoğan, 2007). Ayrıca medya etiği, daha iyi hizmet sunabilmek için kullanıcılarla iş birliği yaparak meslek üyeleri tarafından belirlenen bir dizi ilke ve kuralı içerir. Medya etiği, dürüst veya saygılı olma meselelerinden ziyade, önemli bir sosyal sorumluluğu yerine getirme konusunu içerir ve bunun illaki yasalara veya ahlaki kurallara dayanması gerekmez. Yani medya etiği dürüst ya da saygılı olma meselesinden ziyade önemli bir sosyal görevi üzerine üstlenme sürecidir (Bertrand, 2004).

(Sebastião, vd., 2017) medyada etik davranışın mahremiyet hakkını, gizlilik sözleşmelerini, bilgilendirilmiş onam, bilginin güvenilirliğini ve doğruluğunu içerdiğini ileri sürmektedir. Pek çok etik şirket, kişisel verilerin gizliliğine önem verir ve müşterileri koruyacak politikalara ve güvenlik duvarlarına sahiptir. Tıbbi, finansal veya piyasa verileri gibi özel şirketler tarafından toplanan kişisel verilerin çoğu korunur ve hatta bunların kullanımıyla ilgili bilgilendirilmiş onam gerekebilir.

(Uzun, 2016) ise, medya etiğini gazetecilik etiği, ikna edici iletişimde etik ve sanal uzay etiği olarak sınıflandırmıştır. Yazara göre, gazetecilik mesleği toplumsal bir sorumluluğu gerektirmekte, bu sorumluluk etik tartışmaları güçlendirmektedir. Ayrıca, gazetecilik etiğindeki temel sorunlar gazeteciliğin toplumdaki amaçlarıyla ilgilidir. İkna edici iletişimde etik kavramları ise daha çok halkla ilişkiler ve reklam gibi aslında medya olarak kabul edilmeyen fakat medya medyayı yoğun bir şekilde kullanan alanlarla ilgilidir. Temel anlamda ikna ve propagandaya dayanan bu alanların da manipülasyon ve aldatma gibi etik kaygıları bulunmaktadır. Sanal uzay ve etik süreçleri ise, bilgisayar ve internet teknolojilerinin tüm süreçlerini kapsamaktadır. Bu süreçler ise özellikle sosyal medya gibi alanı içerisinde barındırması sebebiyle medya ve etik tartışmaları içerisinde kendisine yer bulmaktadır.

### 3. Yapay Zekâ ve Medya

Yapay zekânın öncü isimlerinden olan Marvin Minsky, yapay zekâyı makinelerin insan zekâsı gerektiren şeyleri yapmasına olanak sağlayan teknolojiler olarak tanımlamıştır. Yapay zekânın farklı tanımları olsa da yapay zekânın özünü, insan zekâsını simüle etmeye, genişletmeye yönelik araştırma teorileri, yöntemleri, teknolojileri ve uygulamaları oluşturduğuna yaygın olarak inanılmaktadır.

Günümüzde yapay zekâ uygulamalarının insanların yaşantısı üzerinde her geçen gün daha derin etkiler bıraktığı görülmektedir. Buhar Çağı'nda buhar motorlarının, Elektrik Çağı'nda jeneratörlerin ve Bilgi Çağı'nda bilgisayarların rolleri gibi yapay zekâ da çağdaş çağda ve sonrasında teknolojinin temel direğini oluşturacaktır (Jiang, vd., 2022).

Yapay zekâ günümüzde iş dünyasından diğer çeşitli endüstrilere kadar giderek daha yaygın olarak kullanılmaktadır. Medyada yapay zekâ çalışması, bilgisayar bilimi ve mühendisliği, sosyoloji ve hukuk çalışmalarından “bilgisayar makinelerinde çalışan bazı zekâ türlerine yaklaşmak için kullanılan öğrenme algoritması” şeklindeki geniş açıklamalara dayanmaktadır (Ninness ve Ninness, 2020). Yapay zekâ, medya kullanımı ve üretiminde otomasyon olarak kabul edilmektedir ve benzer veya daha yüksek insan zekâsına sahip olmanın aksine sınırlı görevleri yerine getirmek üzere tasarlanmış akıllı sistemleri açıklayan genel yapay zekâ olarak sınıflandırılmıştır. Yapay zekânın medyadaki rolü ve yeni önerilen kavramsal parametreler insan-yapay zekâ etkileşimi ve yapay zekâ aracılı iletişim, kaynak yönelimi ve makine öğrenimi tarafından optimize edilen sosyal değişimler gibi faktörlere dayalı olarak bilim adamları tarafından tartışılmaktadır (Gil de Zúñiga, vd., 2024).

Keşfetme, öğrenme, yaşama, iletişim kurma ve çalışma şeklimizde devrim yaratma potansiyeline sahip bir teknoloji olarak karşımıza çıkan yapay zekâ; ekonomi, iş dünyası, medya ve toplum için muazzam bir potansiyele sahiptir (Goralski & Tan, 2020) Ayrıca yapay zekâ medyada özellikle çevrimiçi ve sosyal medyada nefret söylemi ve yanlış/dezenformasyon sorunlarını çözmek için de kullanılmaktadır. Dahası, duygu analizi, bilgi modeli çıkarımı, görsel analiz ve konuşma tanıma işlemlerini gerçekleştirebilmektedir. Bunun yanında içerik üretimi, anlamlı içerik analizi, maliyet azaltımı, yorumlama, yazma, görsel ve içerik yaratma gibi olumlu potansiyeli bulunmaktadır.

Yapay zekânın avantajlarına rağmen medyada dağıtımıyla ilgili etik, gizlilik ve orijinallik kaygıları mevcuttur. Özellikle de kavramın yeni olması, sınırlarının, çerçevesinin ve etkilerinin tam olarak belirlenememesi sebebiyle etik tartışmaları yoğun olarak gündeme gelmektedir. Örneğin, yapay zekâ gömülü sistemlerin kullanıcıların tercihlerini öğrenmede şeffaflık eksikliği ve yanlışlığı gibi sorunlar mevcuttur. Kullanıcılar hakkındaki çıkarımların doğru bir şekilde yapılamadığı durumlarda etik sorunlar oluşabilmektedir. Tik Tok, Instagram, YouTube gibi sosyal medya platformlarındaki öneri sistemlerinde veya Netflix, Hulu, Apple TV vb. medya yayın hizmetlerinde kullanılan makine öğrenimi algoritmaları buna örnek olarak verilebilir. Ayrıca yapay zekânın bilinç kazanıp daha da yaygınlaşmasıyla birlikte makine özerkliğinin artması konusunda da belirsizlikler mevcuttur (Gil de Zúñiga, vd., 2024).

#### 4. Yöntem

Bu çalışmada araştırmanın içeriği ve doğasına uygun olması sebebiyle tanımlayıcı durum çalışması yöntemi kullanılmıştır. Durum çalışması, elde edilen veriler ve sonuçlar neticesinde olayın neden o şekilde meydana geldiği, neler yapılması gerektiği ve gelecekte nelere odaklanması gerektiğini ortaya koymaktadır (Davey, 2009).

Durum çalışması yöntemi, sınırlı sayıda değişkeni incelemek ve belirli kuralları takip etmek yerine, tek bir durum ya da olayı derinlemesine ve boylamsal olarak inceler. Bu yöntem, gerçek ortamda neler olduğuna bakmayı, verileri sistematik bir şekilde toplamayı, analiz etmeyi ve sonuçları ortaya koymayı içerir. Ortaya çıkan ürün, olayın neden o şekilde gerçekleştiğinin ve gelecekteki araştırmalar için hangi konulara daha detaylı odaklanılması gerektiğinin net bir şekilde anlaşılmasıdır. Bu nedenle, özel durum yöntemi test etme veya hipotez kurmaktan ziyade, yeni bilgiler üretmek ve ortaya koymak için daha uygundur (Gökçek, 2009).

Durum çalışması bir çalışmada belirli özellikleri içermektedir. Bunlar; araştırmada “nasıl” ve “niçin” sorularına cevap aranmaktadır. Bunun yanında araştırmacının olaylar üzerinde çok az kontrole sahiptir ya da hiç kontrolü yoktur. Durum çalışmasında olayı ya da olguyu araştırmacı kendi doğal yaşam çerçevesinde çalışmakta, olay ve gerçek yaşam arasındaki ilişki yeterince açık olmadığı zamanlarda kullanılmaktadır (Yin, 1984).

(Creswell, 2017) ise durum çalışmasını, “değerlendirme süreçleri gibi birçok alanda kullanılan, araştırmacının bir durumunu, çoğunlukla da bir programı, olayı, eylemi, süreci ya da bir veya birden daha fazla bireyi analiz ettiği bir araştırma deseni” olarak tanımlamaktadır.

Açıklayıcı ya da tanımlayıcı durum çalışmaları; betimsel bir nitelik taşımaktadır. Herhangi bir durum ya da kavram hakkında bilgi ortaya koymak için örnek bir olayı ya da süreci kullanılmaktadır. Bu durum özellikle okuyucuların o konuyla ilgili çok fazla bilgisi olmadığını gösteren bir durum karşısında olayları ve durumları açıklayıcı ve tanımlayıcı olarak ortaya koymaya yardımcı olur. Dahası, kavramları, olayları, bilinmeyen süreçleri daha bilinir hale getirmeyi amaçlamaktadır (Gökçek, 2009). Tanımlayıcı durum çalışmalarının tanımlanan olayla ilgili geniş bir bilgi vermesi ve bilinmeyen süreçleri ortaya koyması gerekir bu sebeple bu çalışmanın yapısına ve doğasına uygun olması sebebiyle tercih edilmiştir.

Bu doğrultuda bu çalışmada aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

- Yapay zekâ, medya ve etik ilişkisi nedir?
- Yapay zekâ medya bağlamında hangi etik problemleri ortaya çıkarmıştır.
- Yapay zekâ ile ilgili kişi ve kurumların sorumluluk ve sınırları nelerdir?
- Yapay zekâ ile ilgili yasal düzenlemeler nelerdir?

## 5. Bulgular

Yapay zekânın medyada kullanımını belirli etik sorunları beraberinde getirmektedir. Bu etik sorunlara ise aşağıda yer verilmiştir.



### 5.1.Yapay Zekâ, Medya ve Etik Problemler

**Deepfake:** Tanım olarak deepfake; bireyin benzerliğini (ses, görüntü vb.) ikna edici bir şekilde diğerininkiyle değiştirmek için dijital olarak manipüle edilmiş sentetik medyadır. Aynı zamanda gerçek hayatta var olmayan insan deneklerin bilgisayar tarafından oluşturulan görüntülerine de atıfta bulunabilir. Sahte içerik oluşturma eylemi yeni olmasa da deepfake, yüz tanıma algoritmaları ve değişken otomatik kodlayıcılar gibi yapay sinir ağları dahil olmak üzere makine öğrenimi ve yapay zekâdan araç ve tekniklerden yararlanmaktadır (Juefei-Xu, vd., 2022).

Deepfake, günümüzde her geçen gün daha fazla kullanılmaktadır. Bireylerin kolayca erişebilmesi ve içerik oluşturabilmesi sebebiyle bu kavram yapay zekâ ve etik tartışmalarının en üst sırasında yer almaktadır. Bireylerin rızası olmadan onların ses ve görüntülerinin manipüle edilmiş şekilde kullanılması ve bunun geleneksel ya da sosyal medya aracılığıyla dolaşıma sokulması büyük etik problemleri beraberinde getirmektedir. Bu noktada özellikle medyaya içerik üreten ve yayınlayan kişilerin sorumluluk sahibi olması ve etik değerlere özen göstermesi gerekmektedir.

**Mahremiyet, gözetim ve özel yaşamın ihlali:** Mahremiyet, gizli olma durumu ve gizlilik ile ilgili bir kavramdır. Bireyin genel yaşam alanı bireyin tüm kamuya paylaşabileceği kamuya açık yaşam alanlarını içerirken; özel yaşam alanı ise bireyin belirli kimselerle ve belirli ölçüde paylaştığı yaşam parçalarını içermektedir. Bireyin özel yaşamının ne kadarını kamuya açacağına oran ve şekline kendi iradesiyle karar vermesi gerekmektedir (Binark & Bayraktutan, 2013 s. 57). Hukuki ve felsefi literatürde mahremiyet farklı şekillerde tanımlanmıştır. Örnek verecek olursak mahremiyet; kişiliğin bir bileşeni olarak, kişisel bilgiler üzerindeki kontrol ve gizlilik hakkıdır. Büyük veri patlaması ve yapay zekâ çağıyla birlikte, veri gizliliği ve kişisel bilgiler üzerindeki kontrol, tartışmasız şekilde gizliliğin korunmasının giderek daha önemli yönleri haline gelmekte ve yapay zekâ, gizliliğin korunmasına yönelik daha fazla tehditler ve etik problemler ortaya çıkarmaktadır (Zhang, vd., 2021).

**Kişisel verilerin izinsiz kullanımı:** Kişisel veriler bireylere ait özel bilgiler olup, bireylerin izni olmadan kullanılmamalıdır. Bireylere özel bilgilerin yani kişisel verilerin depolanması ve kullanımı günümüzde giderek artmaktadır. Bu veriler çoğunlukla bireylerin kişisel ve özel bilgileri olması sebebiyle izinsiz kullanımı bireyler açısından sorunlara yol açmaktadır. Bu veriler çoğunlukla şirketler, kurumlar ve diğer kişiler tarafından ticari amaçlı olarak kullanılmaktadır. Fakat art niyetli kişilerin ve kurumların eline geçmesi ve kötüye kullanımı nedeniyle bireyler tarafından kaygıya sebep olmaktadır. Özellikle yapay zekâ uygulamalarının gelişmesiyle birlikte bireylerin gizlilik ve mahremiyet kaygıları her geçen gün daha da artmaktadır. Kişisel verilerin yapay zekâ ile elde edilmesi, çoğaltılması ve medya araçları ile yayılması bireylerin hak ihlalleri yaşamasına neden olabilmektedir. Örneğin yapay zekâ araçları ile bireylerin sesinin, görüntüsünün, kimlik bilgilerinin, şifre ve kredi kartı bilgilerinin ya da diğer kişisel verilerinin izinsiz olarak elde edilmesi etik ihlaller olarak karşımıza çıkmaktadır.

**Telif haklarının ihlâli:** Medyada ya da sosyal medyada dolaşımda olan her içerik gibi telif ve patent haklarıyla koruma altında olan her türlü veri, içerik ve bilgi birer enformasyon çeşididir. Bu bilgilerin, enformasyonun kullanımı ve paylaşımının etik bir problem değildir. Ancak, bu enformasyonların sınırsız olarak dolaşıma sokulması ve hak kayıpları birer etik sorun olarak görülmektedir (Binark & Bayraktutan, 2013, s. 60). Ayrıca bu veri ve enformasyonun yapay zekâ araçları ile yeniden üretim ve telifsiz kullanımı da bir diğer etik problem olarak karşımıza çıkmaktadır.

**Dezenformasyon:** Tanım olarak dezenformasyon yalan veya yanlış bilginin kasıtlı olarak dolaşıma sokulmasıdır. Dezenformasyon ve manipülasyon aktörleri, haber içeriklerini yönlendirmek, gündemleri belirlemek ve fikirleri yaymak için mevcut medya ekosisteminden yararlanmaktadır. Yapay zekâ araçlarının gelişmesiyle birlikte dezenformasyon kavramını içerisinde barındıran manipülasyon, çarpıtma, taklit, uydurma içeriklerin üretimi ve dağıtımı daha kolay hale gelmiş durumdadır. Bu durum ise yapay zekâ ile oluşturulmuş sahte içeriklerin üretimini ve medya ortamlarında dağıtımını kolaylaştırması sebebiyle etik ihlallere yol açmaktadır.

## 5.2. Yapay Zekâ, Sorumluluklar ve Sınırlar

Yapay zekânın ortaya çıkarmış olduğu etik problemlerin engellenebilmesi ya da azaltılması için toplum içerisindeki her bireyin ve kurumun sorumluluklar bulunmaktadır. Bu sorumlulukları da bireysel sorumluluklar ve kurumsal sorumluluklar olarak iki farklı şekilde ifade edilebilir.

**Bireysel sorumluluklar:** Bireylerin yapay zekâ araçlarını kullanarak ürettikleri ve edindikleri içeriklerin etik anlamda uygun olup olmadığını kendi öz denetiminden geçirmesi ve daha sonra medya araçlarıyla dolaşıma sokması etik ihlallerin engellenebilmesi açısından önem arz etmektedir. Özellikle çoğu bireyin günümüzde sosyal medya kullanıcısı olduğu dikkate alındığında bireylerin kişisel sayfalarından gerçekleştirecekleri paylaşımların etik ilkelere uygun olması gerekmektedir. Bireyler tarafından üretilen içeriklerin diğer bireylerin mahremiyetini ve özel yaşamını ihlal edip etmediğini dikkate alması ve daha sonra bu içerikleri medya araçlarında paylaşması gerekmektedir. Ayrıca telif hakkı içeren görsel, metin ve fotoğrafların izinsiz olarak kullanılmaması yapay zekâ ile etik ihlâl doğurabilecek içerikler üretilmemesi ve paylaşılmaması gerekmektedir. Dahası yapay zekâ araçlarının manipülasyon, sahte içerik, çarpıtma, taklit ve uydurma gibi içerikler üretmek için kullanılmaması bireylerin sorumlulukları arasındadır.

**Kurumsal sorumluluklar:** Yapay zekâ araçlarının gelişmesiyle birlikte kurumlar özellikle sosyal ağlar üzerinden paylaşacakları içerikleri bu araçları kullanarak üretebilmektedirler. Bu içerikler resim, afiş, görsel vb. içeriklerin yanı sıra, metinsel temelli içerikler de olabilmektedir. Bu içeriklerin üretilmesinde, dağıtımında ve çoğaltılmasında kurumlar etik sorumluluklara riayet etmelidir. Ayrıca bu içeriklerin yapay zekâ uygulamaları ile üretildiğinin hedef kitleye bildirilmesi önem arz etmektedir.

Medya kuruluşlarının etik konusunda daha fazla sorumluluğu bulunmaktadır. Televizyon, gazete, radyo, sinema, internet ortamlarında üretilen ve kamuoyu ile paylaşılan içeriklerin editoryal sorumluluk gereği etik ilkelerle uyumlu olması gerekmektedir. Medya kurumları iş süreçleri gereği sürekli olarak görsel, metin ve fotoğraf gibi içeriklere ihtiyaç duymaktadırlar. Bu içerikler dış kaynaktan karşılanmadığı takdirde ise kendileri üretme yoluna gitmektedirler. Tam da bu noktada yapay zekâ araçları medya kurumlarına büyük imkânlar sunmaktadır. Bu imkanlar her geçen gün genişleyerek çeşitlenmekte ve kullanım oranı da günden güne artmaktadır. Medya kurumlarının bu içerikleri üretirken, dağıtırken ve çoğaltırken kişisel hak, mahremiyet, gizlilik, kişisel veri, telif ve dezenformasyon gibi etik ihlal doğuracak konularda yüksek hassasiyet göstermesi gerekmektedir. Bu ihlalleri içeren ya da içerebilecek içeriklerin gerek geleneksel medyada gerekse dijital ortamlarda yayınlanmaması, yayınlanmış ise gerekli açıklamaların yapılarak yayından kaldırılması medya kurumlarının etik sorumluluğudur.

### 5.3.Yapay Zekâ Alanındaki Politikalar ve Yasal Düzenlemeler

Yapay zekâ ve ortaya çıkardığı etik konular, araştırma ve yenilik, veri koruma, vergilendirme, rekabet ve fikri mülkiyet gibi birçok politika alanına dokunmaktadır. Bu nedenle hem ülkemizde hem de dünyadaki hükümetler veya diğer politika yapıcı organlarda tartışılan ve yapay zekânın etik konularını nasıl gerçekleştirilebileceğini etkileyebilecek çok sayıda politika, düzenleme ve yasa teklifi ortaya atılmıştır (Stahl, vd., 2023). Ülkemizde ve dünyada öne çıkan düzenleme ve stratejiler şunlardır:

**Ulusal Yapay Zekâ Stratejisi Programı:** Bu çalışma ile, “yapay zekâ alanındaki çalışmalarını ortak bir zemine oturtacak tedbirleri ve bu tedbirleri hayata geçirmek üzere oluşturulacak yönetim mekanizmasını ortaya konulması” amaçlanmıştır (Dijital Dönüşüm Ofisi, 2021).

**Yapay Zekâ Alanında Kişisel Verilerin Korunmasına Yönelik Tavsiyeler:** Kişisel Verileri Koruma Kurumu (KVKK) tarafından ortaya konulan çalışma ile, “yapay zekâ alanında faaliyet gösteren, geliştiriciler, üreticiler, servis sağlayıcılar ve karar alıcılar için 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu kapsamında kişisel verilerin korunması amacına yönelik önerileri” içermektedir. Bu çalışma ile, yapay zekâ kullanımı ile ilgili geliştiriciler, üreticiler ve servis sağlayıcılar için tavsiyeler, genel tavsiyeler ve karar alıcılar için tavsiyeler ortaya konulmuştur. Çalışmada, yapay zekâ kullanımı, uygulanması ve geliştirilmesinde; “kişilerin temel hak ve özgürlüklerine saygı gösterilmesi, hak ihlaline meydan verilmemesi, insan hakları ve temel özgürlüklerin himayesi ile insan onurunun korunması hakkı gözetilmesinin yanı sıra; kişisel veri işleme temelli yapay zekâ ve veri toplama çalışmaları, kişilerin temel hak ve özgürlüklerini koruyan bir yaklaşım içerisinde hukuka uygunluk, dürüstlük, ölçülülük, hesap verebilirlik, şeffaflık, kişisel verilerin doğru ve güncel olması, kişisel veri kullanım amacının belirli ve sınırlı olması ilkeleri ile veri güvenliği” konularında öneriler getirilmiştir (KVKK, 2010).

**Avrupa Parlamentosu Yapay Zekâ Yasası:** Dünyanın ilk yapay zekâ yasası olarak adlandırılan ve Avrupa Parlamentosu tarafından 13 Mart 2024 tarihinde

onaylanan yasa ile geniş kapsamlı bir yapay zekâ kuralları ortaya koyulmuştur. Bu yasa ile, Avrupa Birliği vatandaşlarının yapay zekâ teknolojisinin risklerinden korunması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda yasada yapay zekâ ile ilgili küresel standartlar ortaya konulmuştur. Bu doğrultuda yasada; (1) genel amaçlı yapay zekâyâ ilişkin önlemler, (2) kolluk kuvvetleri tarafından biyometrik tanımlama sistemlerinin kullanımına ilişkin sınırlamalar, (3) kullanıcının güvenlik açıklarını manipüle etmek veya istismar etmek için kullanılan sosyal puanlama ve yapay zekâyâ ilişkin yasaklar, (4) tüketicilerin şikâyette bulunma ve anlamlı açıklamalar alma hakkı gibi temel başlıklar altında kurallar sıralanmıştır (EU, 2024).

**UNESCO Yapay Zekâ Etiğine İlişkin Tavsiye Kararları:** Unesco tarafından oluşturulan bu tavsiye kararlarında yapay zekâ geliştirici ve kullanıcılarının insan haklarına, gizliliğe ve toplumsal cinsiyet eşitliğine saygı gösterilmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

**OECD Yapay Zekâ Konseyi Önerileri:** Yapay zekâ kavramının gelişmeye başladığı yıllardaki ilk çalışmalardan olan OECD Yapay Zekâ Konseyi Önerileri Mayıs 2019 tarihinde hayata geçmiştir. Konsey, yapay zekâ ile ilgili önerilerinde kavramın çerçevesini ve sınırlarını çizmeyi amaçlayarak, tavsiye kararlarını sıralamıştır. Konsey ayrıca yapay zekâ ve etik ile ilgili olarak; insan hakları, tüketici ve kişisel verilerin korunması, fikri mülkiyet hakları, sorumlu iş yönetimi ve rekabet konularına değinerek güvenilir yapay zekânın sorumluluğuna ilişkin ilkeler ortaya koymuştur (OECD, 2019).

**Avrupa Konseyi “Yapay Zekâ ve Kişisel Verilerin Korunması Rehber İlkeleri:** Avrupa Konseyi İnsan Hakları ve Hukukun Üstünlüğü Genel Müdürlüğü tarafından yayınlanmış olan “Yapay Zekâ ve Kişisel Verilerin Korunması Rehber İlkeleri” ile kişisel verilerin korunmasına yönelik ilkeler ortaya konulmuştur. Ayrıca yapay zekânın geliştirilmesi ve kullanımında gizlilik ve veri koruma haklarına saygı gösterilmesi gerektiği vurgulanmıştır (Directorate General of Human Rights and Rule of Law, 2019).

**Avrupa Konseyi “Güvenilir Yapay Zekâ için Taslak Etik Kuralları:** Yapay Zekâ Üst Düzey Uzman Grubu (AI HLEG) tarafından hazırlanan “Güvenilir Yapay Zekâ için Taslak Etik Kuralları” ile “Güvenilir Yapay Zekâyı” teşvik etmeyi amaçlanmıştır. Konsey ayrıca, Güvenilir YZ'nin üç bileşenini ortaya koymuş ve sistemin tüm yaşam döngüsü boyunca karşılanması gerektiğini vurgulanmıştır. Bu bileşenler ise; “(1) yasalara uygun olmalı, yürürlükteki tüm yasalara uymalı, (2) etik olmalı, etik ilke ve değerlere bağlılığı sağlamalı ve (3) sağlam olmalıdır” şeklinde metne dökülmüştür (European Commission, 2019).

**Fransız Veri Koruma Komitesi (CNIL) “Yapay Zekâ Konulu Eylem Planı”:** Yapay zekâ ve özellikle ChatGPT gibi üretken yapay zekâ ile ilgili son haberler karşısında CNIL, bireylerin mahremiyetine saygı gösteren yapay zekâ sistemlerinin konuşlandırılması için bir eylem planı yayınlamıştır. Bu eylem planında; (1) yapay zekâ sistemlerinin işleyişini ve insanlar üzerindeki etkilerini anlamak, (2) kişisel verilere saygı duyan yapay zekânın geliştirilmesine olanak sağlamak ve rehberlik etmek, (3) Fransa ve Avrupa’da yapay zekâ ekosistemindeki

yenilikçi oyuncuları bir araya getirmek ve desteklemek, (4) yapay zekâ sistemlerini denetlemek, kontrol etmek ve bireylerin korunmasını sağlamak üzere dört temel başlık altında yapılandırılmıştır (CNIL, 2023).

## Sonuç

Kamuoyunda da giderek artan bir endişe haline gelen yapay zekâyı çevreleyen etik sorunlar günümüzde gündemi yoğun bir şekilde meşgul etmektedir. Gelişen teknoloji ve olanaklara bağlı olarak ortaya çıkan teknolojilerin bireylere ve topluma kolaylık sağlamanın yanı sıra belirli riskleri de beraberinde getirdiği görülmektedir. Yapay zekânın (AI) etik ve insan hakları sorunları, toplumsal ve bilimsel tartışmaların yanı sıra araştırma ve yenilik politikasının da öne çıkan konularından biridir. Yapay zekâ ile ilgili teknolojilerin mahremiyet, önyargı ve ayrımcılık, emniyet, ekonomik dağılım, siyasi katılım veya savaşın değişen doğası gibi etik ve insan haklarıyla ilgili kaygılara yol açabilecek özelliklere sahip olduğu genel olarak kabul edilmektedir. Bu sorunları çözenin birçok yolu önerilmiştir (Stahl vd., 2023).

Akademisyenlerin ve politika yapıcıların çok sayıda yapay zekâ sorunuyla yüzleşmesi gerekmektedir. Örneğin çeşitli yapay zekâ benzeri iletişimsel robotlar, bireysel özel verilerin birikmesi temeline dayanır, bu nedenle yapay zekâ kullanıcıların sosyal alanlarına yerleştirildiğinde hangi verilerin genel veya özel olduğunun daha net anlaşılmasına ihtiyaç vardır. Ek olarak, yapay zekâ hesap verebilirliği kavramını, yani kullanıcıların özel alanlarına yapay zekâ müdahalesinin sorumluluğunu kimin üstleneceğini ortaya çıkarmak kritik önem taşımaktadır. Yapay zekâ sistemleri, makine öğrenimi sürecinin şeffaflığını zedeleme riski taşıyabilir. Veri toplama yöntemlerinin ve toplanan bilgilerin bireyselleştirilmesinin kapsamının açıklanması, kullanıcıların verilerini takip etmek ve dijital ayak izlerini, örneğin ilgi alanları ve medya kullanım kalıplarını izlemek açısından önemlidir (Gil de Zúñiga, vd., 2024).

Bu çalışmada, yapay zekâ, medya ve etik bağlamında ortaya çıkan sorunlar, etik problemler, sorumluluklar, sınırlar ve yasal düzenlemelere yer verilmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre, yapay zekâ etik problemleri de beraberinde getirmiştir. Bu etik problemler; deepfake, mahremiyet, gözetim ve özel yaşamın ihlali, kişisel verilerin izinsiz kullanımı, telif haklarının ihlâli ve dezenformasyon olarak belirlenmiştir. Ayrıca, yapay zekânın ortaya çıkarmış olduğu etik problemlerin engellenebilmesi ya da azaltılması için toplum içerisindeki bu teknolojiyi kullanan her birey ve kuruma görevler düşmektedir. Fakat medya kurumlarının görev sorumluluğunun daha fazla olduğunu söylemek yerinde olacaktır. Bu doğrultuda yapay zekânın etik problemlerinin çözümünde hem bireylere hem de kurumlara görevler düştüğü sonucuna varılmıştır.

Avrupa Birliği gibi farklı kurumlar politika oluşturma yoluyla bu tür konuları sürekli olarak ele almaktadır. Bunun yanı sıra ABD Kongresi de yapay zekânın toplum ve ABD demokrasisinin sağlığı üzerindeki etkileri üzerine çalışmalar yapmaktadır. Mahremiyet ihlali, veri güvenliği, siyasi propaganda ve çocuk güvenliği hakkındaki Tik Tok kongre duruşmaları buna örnek olarak verilebilir (Gil de Zúñiga, 2024).

Bu doğrultuda yapay zekâ ve etik kaygılar sonucunda hem ülkemizde hem de dünyada politikalar ve yasal düzenlemelerin hayata geçirildiği tespit edilmiştir. Bu düzenlemeler dikkate alındığında çoğunlukla kişilerin temel hak ve özgürlüklere, hak ihlallerine, insan hakları ve temel özgürlüklere, insan onurunun korunmasına vurgu yapıldığı tespit edilmiştir. Ayrıca, kişisel veri işleme, veri toplama, hukuka uygunluk, dürüstlük, ölçülülük, hesap verebilirlik, şeffaflık, kişisel verilerin doğruluğu ve veri güvenliğine vurgu yapıldığı görülmektedir. Fakat yapay zekâ ve medya özelinde bir düzenlemenin olmadığı görülmektedir. Bu durum bu alandaki açığı göstermektedir.

Sonuç olarak, yapay zekânın yeni bir alan olması nedeniyle sorumluluk ve etik anlamında sınırların tam çizilemediği tespit edilmiştir. Dahası, yapay zekânın medyadaki kullanımı etik problemleri doğurmakta ve problemlerin çözümünde eksiklikler olduğu görülmektedir. Yapay zekânın ortaya çıkarmış olduğu sorunların ve etik kaygıların çözülmesine yönelik yasal düzenlemelerin yavaş yavaş hayata geçirildiği görülmektedir. Fakat bu düzenlemelerin yeterli olmadığı bu alana yönelik daha kapsamlı yönelik sosyal, bireysel, hukuki düzenleme ve önlemlerin alınması gerekmektedir. Özellikle yapay zekâ uygulama ve araçlarının medyadaki kullanımı konusunda kavramsal bir çerçeve çizilmesi ve etik ilkelerin belirlenmesi medyanın geleceği açısından önem arz etmektedir.

## Kaynakça

- Bertrand, C. J. (2004). Medya Etiği. Başbakanlık BYEGM Yayını, Ankara.
- Binark, M., & Bayraktutan, G. (2013). Ayın Karanlık Yüzü Yeni Medya ve Etik. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Blossom, J. (2009). Content Nation-Surviving and Thriving as Social Media Changes Our Work, Our Lives, and Our Future. Indiana: Wiley Publishing, Inc.
- Buenfil, J. Arnold, R., Abruzzo, B., & Korpela, C. (2019, November). Artificial intelligence ethics: governance through social media. In 2019 IEEE international symposium on technologies for homeland security (HST) (pp. 1-6). IEEE.
- CNIL. (2023). Artificial intelligence: the action plan of the CNIL. <https://www.cnil.fr/en/artificial-intelligence-action-plan-cnil> (Erişim Tarihi: 10.05.2024).
- Creswell, J. W. (2017). Araştırma Deseni Nicel, Nitel ve Karma Yöntem Yaklaşımları. S. B. Demir (Çev. Ed.), (3. Baskı), Eğiten Kitap Yayıncılık.
- Çelebi, V., ve İnal, A. (2019). Yapay Zekâ Bağlamında Etik Problemi. Journal of International Social Research, 12(66).
- Davey, L. (2009). The Application of Case Study Evaluations. (Çev: Tuba Gökçek). Elementary Education Online, 8(2), 1-3.
- Dijital Dönüşüm Ofisi (2021). Ulusal Yapay Zekâ Stratejisi 2021-2025. <https://cbddo.gov.tr/uyzs> (Erişim Tarihi: 15. 05. 2024).
- Directorate General of Human Rights and Rule of Law (2019). Consultative Committee of The Convention for The Protection of Individuals with Regard To Automatic Processing Of Personal Data. <https://rm.coe.int/guidelines-on-artificial-intelligence-and-data-protection/168091f9d8> (Erişim Tarihi: 20.05.2024).
- Erdoğan, İ. (2006). Medya ve Etik: Eleştirel Bir Giriş. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 23, 1-26.
- Erdoğan, İ. (2007). Televizyon, Denetim ve Medya Etiği Üzerine. Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Ratem Dergisi, 2.
- EU. (2024). Artificial Intelligence Act: MEPs adopt landmark law. Artificial Intelligence Act: MEPs adopt landmark law. <https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20240308IPR19015/artificial-intelligence-act-meps-adopt-landmark-law> (Erişim Tarihi: 20.05.2024).
- European Commission. (2019). High-Level Expert Group on Artificial Intelligence. [https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc\\_id=60419](https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=60419) (Erişim Tarihi: 18.05.2024).
- Gil de Zúñiga, H., Goyanes, M., & Durotoye, T. (2024). A scholarly definition of artificial intelligence (AI): advancing AI as a conceptual framework in communication research. Political communication, 41(2), 317-334.
- Gökçek, T. (2009). Durum Çalışması Değerlendirmelerinin Uygulanması. İlköğretim Online, 8(2), 1-3.
- Goralski, M. A., & Tan, T. K. (2020). Artificial Intelligence and Sustainable

- Development. *The International Journal of Management Education*, 18(1), 100330.
- Gunkel, D. J. (2012). Communication and artificial intelligence: Opportunities and challenges for the 21st century. *Communication+*, 1(1(1), 1–25.
- Jiang, Y., Li, X., Luo, H., Yin, S., & Kaynak, O. (2022). Quo Vadis Artificial Intelligence?. *Discover Artificial Intelligence*, 2(1), 4.
- Juefei-Xu, F., Wang, R., Huang, Y., Guo, Q., Ma, L., & Liu, Y. (2022). Countering Malicious Deepfakes: Survey, Battleground, and Horizon. *International Journal of Computer Vision*, 130(7), 1678-1734.
- Koçyiğit, A. (2022). *Sosyal Medya ve Algı Yönetimi*. Eğitim Yayınevi.
- Koçyiğit, A. ve Darı, A. B. (2023). Yapay Zekâ İletişiminde Chatgpt: İnsanlaşan Dijitalleşmenin Geleceği. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(2), 427–438.
- KVKK. (2010). Kişisel Verilerin Korunması Amacına Yönelik Öneriler. <https://www.kvkk.gov.tr/Icerik/4185/6698-Sayili-Kisisel-Verilerin-Korunmasi-Kanununun-Amaci-ve-Kapsami> (Erişim Tarihi: 15.05.2024).
- Ninness, C. & Ninness, S. K. (2020). Emergent virtual analytics: Artificial intelligence and human-computer interactions. *Behavior & Social Issues*, 29(1), 100–118.
- OECD. (2019). Recommendation of the Council on Artificial Intelligence. <https://legalinstruments.oecd.org/en/instruments/OECD-LEGAL-0449> (Erişim Tarihi: 13.05.2024).
- Ouchchy, L., Coin, A., & Dubljević, V. (2020). AI In The Headlines: The Portrayal of The Ethical Issues of Artificial Intelligence in the Media. *AI & SOCIETY*, 35, 927-936.
- Sebastião, S. P., Zulato, G., & Santos, T. B. (2017). Public relations practitioners' attitudes towards the ethical use of social media in Portuguese speaking countries. *Public relations review*, 43(3), 537-546.
- Shaw, J. (2019). Artificial Intelligence and Ethics. *Harvard Magazine*, 30, 1–11.
- Simmons, A. B., & Chappell, S. G. (1988). Artificial intelligence-definition and practice. *IEEE journal of oceanic engineering*, 13(2), 14-42.
- Stahl, B. C., Brooks, L., Hatzakis, T., Santiago, N., & Wright, D. (2023). Exploring ethics and human rights in artificial intelligence—A Delphi study. *Technological Forecasting and Social Change*, 191, 122502.
- Tsetsura, K., & Valentini, C. (2016). The “holy” triad in media ethics: A conceptual model for understanding global media ethics. *Public Relations Review*, 42(4), 573-581.
- Uzun, R. (2016). *İletişim Etiği: Sorunlar ve Sorumluluklar* (3. Baskı). Dipnot Yayınları.
- Yin, R. (1984). *Case Study Research: Design and Methods* (3. Edition). Sage.
- Zhang, Y., Wu, M., Tian, G. Y., Zhang, G., & Lu, J. (2021). Ethics and Privacy of Artificial Intelligence: Understandings from Bibliometrics. *Knowledge-Based Systems*, 222, 106994.