

Haber Ajansları Tarafından Geliştirilen Gazetecilikte Yapay Zekâ Kullanımı Standartları

Standards for the Use of Artificial Intelligence in Journalism Developed by News Agencies

Ayça GÖKDEMİR*

Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Received: 27.11.2024 Kabul Accepted: 30.06.2025

ÖZ

Bu çalışmada, yapay zekâ uygulamalarının, habercilerin gündelik pratiklerinde kullanımının beraberinde taşıdığı sorumluluklar üzerine, dünyanın önde gelen haber ajanslarının geliştirmeye çalıştıkları standartlar incelenmiştir. Doküman analizinin kullanıldığı çalışmada, Anadolu Ajansı, AFP, AP ve Reuters haber ajanslarının yapay zekâ kullanımına ilişkin standartları belirleyen rehber ve metinleri ele alınmıştır. Araştırmada 'haber ajansları, yapay zekâ araçları kullanımında meslek etiği ve habercilik pratikleri açısından ne tür standartlar geliştirmektedir?' sorusundan hareketle, söz konusu dokümanlara ait maddeler irdelenmiş, ajansların öne çıkardıkları konular, ortak temalar oluşturularak değerlendirilmiştir. Bu temalar; "ajans standartları ve meslek etiğinin korunması", "insan denetimi ve sürdürülebilirlik", "veri kullanımı", "haber üretiminde yardımcı araç olarak yapay zekâ kullanımı" ve "yapay zekâ içeriğinin güvenilirliği sorunu" şeklindedir. İncelenen dokümanlar arasında en kapsamlı içeriğin, özellikle meslek etiği ile insan denetimi ve sürdürülebilirlik başlıklarına öncelik veren Anadolu Ajansı'nda yer aldığı görülmüştür. AFP, yapay zekâ kullanımının etik sınırları, ajans olarak temel sorumlulukları ve editoryal denetimden bahsetmiştir. AP, kullandıkları yapay zekâ aracını açıklarken, insan gazetecilerin yerini alamayacağını vurgulayarak kilit noktalardan birine temas etmiştir. Yapay zekâ uygulamalarından neredeyse tamamen olumlu olarak bahseden Reuters, yararlandıkları aracı şeffaf biçimde açıklamış, ancak editoryal denetimin önemine gönderme yapan ifadelere de yer vermiştir. AA, AP ve AFP, veri kullanımı noktasında oluşabilecek hak, mahremiyet, telif hakkı ihlali konularını ele almıştır. Reuters ise veri güvenliğini sağlayacaklarını belirtmekle yetinmiştir. Diğer yandan AA, AP ve AFP, yapay zekâ tarafından üretilen içeriğin dezenformasyon, manipülasyon, yanlış bilgi içermesi nedeniyle dikkat edilmesi gereken hususlara değinmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zekâ, Haber Ajansı, Veri, Dijitalleşme, Etik.

ABSTRACT

This study analyses the standards that the world's leading news agencies are trying to develop on responsibilities regarding the use of artificial intelligence applications. The study used document analysis and examined the texts that set the standards for the use of artificial intelligence by the AA, AFP, AP and Reuters. Based on the question 'What kind of standards do news agencies develop in terms of professional ethics and journalistic practices in the use of artificial intelligence tools?', the relevant documents were analysed, and the issues highlighted by the agencies were evaluated by identifying common themes. These themes are: 'agency standards and protection of professional ethics', 'human control and sustainability', 'use of data', 'use of artificial intelligence as a tool in news production' and 'problem of reliability of artificial intelligence content'. Among the documents analysed, Anadolu Agency had the most comprehensive content, prioritising professional ethics, human control and sustainability. AFP emphasised the ethical limits of using artificial intelligence, its fundamental responsibilities as an agency and its editorial oversight. AP described the artificial intelligence tool it employs and highlighted one of the key issues by emphasising that it cannot replace human journalists. Reuters, which was almost exclusively positive about AI applications, was transparent about the tool it was using but also included statements about the importance of editorial control. AA, AP, and AFP addressed the issues of rights, privacy, and copyright infringement that may arise during data use. Reuters simply stated that they would ensure data security. AA, AP and AFP mentioned the issues that need to be considered because content produced by artificial intelligence contains disinformation, manipulation and misinformation.

Keywords: Artificial Intelligence, News Agency, Data, Digitalisation, Ethics.



Giriş

Teknolojik ilerlemeler, üretim biçimlerinden gündelik pratiklere, meslek uygulamalarından tüketim alışkanlıklarına kadar geniş bir skalada yaşamlarımızı biçimlendirmektedir. Gün geçtikçe artan ve neredeyse vazgeçilmez hale gelen teknolojik kuşatma, dijitalleşmenin devreye girerek insan varlığına olan ihtiyacı azaltacak robotik gelişmeleri beraberinde taşıması ile zaman zaman endişe verici bir boyuta doğru yol aldığımızı düşündürmektedir. Yapay zekanın insanların yaptığı işlerin çok büyük bir bölümünü yapabilecek şekilde evrimleşmesi, insan-makine arasındaki insan lehine olması beklenen ilişkiyi tersine çevirebilme tehlikesi taşımaktadır. Bunlar, başlıca istihdama yönelik olmakla beraber aynı zamanda mesleklerin gerektirdiği eylemleri yaparken belirli ilkeler, etik kurallar ve yasalar kapsamında gerçekleştirilmemesi, eylemin negatif çıktılarla sona ermesi durumuna da işaret etmektedir. Özellikle enformasyon üretim ve iletiminden birinci derecede sorumlu olan medya ve habercilik sektörü; yanlış bilgilendirme, dezenformasyon, manipülasyon gibi yapay zekâ kaynaklı olumsuzluklara açık bir alanı teşkil etmektedir. Zira iletişim sistemlerindeki her yeni gelişme, kitle medyasına uyumlandırılmaktadır. İnternetin yaygın hale gelmesi ile geleneksel gazetelerin internet ortamına taşınması (Gürçan, 1998), sosyal medya platformları geliştikçe medya kuruluşlarının bu alanlarda faaliyet göstermesi, en bilindik örneklerdir. Son dönemlerde ise yapay zekâ uygulamalarının habercilik faaliyetlerinde kullanımı gündeme gelmektedir.

Yapay zekâ teknolojisi, habercilik sektörünün bilgi üretim-iletim zinciri içerisinde yer almaya başlamasıyla hem avantaj hem de dezavantajları beraberinde getirmiştir. Örneğin basit, rutin haberlerin robotik araçlarla yazılması, zaman ve maliyet açısından bir avantaj olarak görülebilir (Graefe, 2016; Akyazı, 2018). Haber yapım sürecinde olayın araştırılmasından metnin yazılmasına değin yapay zekâ uygulamalarına başvurulabilir. Bununla beraber sahte bilgi yayma ve gündem belirleme konusunda da tehlike barındırmaktadır (Özsali,

2023). Bilgi kirliliği, dezenformasyon, yanlış bilgilendirme yeni teknolojinin habercilik alanında yarattığı başlıca sorunları teşkil etmektedir. Yapay zekânın çalışma prensibi itibarıyla, büyük veri içerisinde seçip derlediği bilgilerin yanlış/hatalı bilgiler olabilmesi, hedef kitlenin mesleğe inancının sarsılmasına yol açması tartışma konusu edilmektedir (Cheng, 2025; Maral, 2023; Özsali, 2023; Şentöregil, 2023). Bu makalenin odağında da yapay zekanın gazeteciliğe yönelik risklerine karşı önlem almak adına, küresel haber kuruluşlarının ortaya koydukları yeni standartlar yer almaktadır.

Çalışmada, yapay zekanın medya sektöründe kullanımına ilişkin, haber ajanslarının belirlediği standartların doküman analizi ile incelemesi gerçekleştirilmiştir. Araştırmayı belirli bir sınırlandırma içerisinde yürütebilmek adına, Anadolu Ajansı, Associated Press, Agence France-Presse ve Reuters örneklem olarak seçilmiştir. Küresel haber akışının sağlayıcısı olarak haber ajanslarının; yeni teknolojiyi sorumlu habercilik gerekliliklerine göre entegre edip etmedikleri, mesleğin ihtiyaçlarına, yasal ve etik sınırlarına uygun hale getirip getirmediğinin tartışılması dikkate değerdir. Mevcut durumda, habercilik için risk teşkil eden faktörlerin, ajanslar tarafından elimine edilmesine yönelik önlemler olarak değerlendirilebileceğimiz yeni standartlar, kamuya olan güven ikliminin sağlanması ve mesleğin sürdürülebilir kılınması açısından da rol oynamakta ve akademik düzeyde incelenmesi önemli hale gelmektedir. AA tarafından yayınlanan “Medyada Yapay Zekâ Etik Kullanım Rehberi”, AP’nin “Üretken Yapay Zekâ ile İlgili Standartlar” başlıklı yazısı, AFP’nin “AFP Editöryal Standartlar ve En İyi Uygulamalar” rehberinin yapay zekâ ile ilgili bölümü, Reuters’in “Güvenilir Haberlere Yapay Zekâ ile Güç Katmak” ile “Veri ve Yapay Zekâ Etiği İlkeleri” doküman analizi ile değerlendirilmiştir. Dokümanların ilk olarak temel özellikleri çıkarılmış, sundukları standart ve önerileri içeren maddeler/başlıklar özetlenmiştir. Her bir madde ve başlığa ilişkin değerlendirmeler yapılmıştır. Dokümanlarda yer verilme yoğunluğuna göre öne çıkan temalar belirlenmiştir.

Esas itibariyle, medyada yapay zekâ kullanımı ile ilgili haber kuruluşları ve küresel organizasyonlar çeşitli yönergeler, çağrı metinleri, rehberler yayınlamışlardır. Literatürde bu konu ile ilgili 2024 yılında yayınlanmış kapsamlı bir makale bulunmaktadır. Küresel medyada yapay zekâ yönergelerini inceleyen makalede, 17 farklı ülkeden 37 adet medya ve yapay zekâ rehberi analiz edilmiştir. Yayınlanan kılavuzlardan Kuzey Amerika ve Avrupa'da yapay zekâ yönergelerinin daha fazla olduğu, bu yönergeleri yayınlamada adı geçen kıtaların diğerlerine göre daha önce davrandığı bilgileri yer almaktadır. Yapay zekâ tarafından üretilen haberler, editöryal kontrole olan ihtiyacın devam etmesi, dezenformasyon tehlikesi, şeffaflık, kullanıcıların kişisel verilerinin ve telif haklarının korunması noktasında oluşabilecek riskler şeklindeki konuların bu kılavuzlarda ele alındığı, yapay zekanın sürekli ve hızla güncellenen bir teknoloji olması nedeniyle kılavuzların güncel tutulması gerekliliği ifade edilmiştir. Öte yandan etik ilkeleri formülize etme noktasında bu kılavuzların yetersiz kaldığı da sonuçlar arasındadır (de-Lima-Santos, Yeung ve Dodds, 2024). Yöntem ve seçilen örneklem bakımından bu çalışmadan farklılık göstermekle birlikte incelenen ve elde edilen verilerle benzerlik taşıdığı söylenebilir. Bu araştırmada ise doküman incelemesi ile spesifik ve maddeler halinde tamamıyla nitel bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Ayrıca bu çalışma doğrudan haber ajanslarını ele almıştır. Üstelik atfedilen çalışmada AFP ve AA'ya ilişkin verilerin bulunmadığı, AP'nin dokümanının 2017 tarihli olduğu da eklenmelidir.

Habercilik Pratiklerinde Yapay Zekâ

İnternet teknolojisi, 1960'lı yıllarda bulunuşundan bu yana iş yapış biçimlerinden tüketim alışkanlıklarına, eğlenceden haber almaya kadar hemen her alanda yaşamımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Örneğin alışveriş için çevrimiçi alışveriş sitelerine başvurmak, akıllı ev aletleri sayesinde rutin işleri daha pratik yapmak veya uzaktan kontrol edebilmek, haberleşme veya bilgi edinme için dijital ortamları kullanmak hem daha kolay hem daha hızlı biçimde ihtiyaçların giderilmesine katkı sağlayabilmektedir. Turancı'nın

(2016) da ifade ettiği gibi dijitalleşme sunduğu imkanların yanı sıra toplumsal dönüşümleri de beraberinde taşımaktadır (s. 452). Teknolojinin eylemlere hız ve pratiklik kazandırma gibi potansiyel faydalarının yanı sıra insan emeğine-işgücüne olan ihtiyacı azaltma veya ortadan kaldırma riski taşıdığı yönündeki tartışmalar da beraberinde gelmektedir. Özellikle karmaşık ve yaratıcılık gerektiren işlerde yapay zekânın devreye girmesi, küresel çapta tartışmalar yaratmaktadır. Enformasyon aktarma, bilgilendirme, eğitime gibi başlıca özellikleri bulunduran ve bunu yaparken insan kontrolünün önemini üst düzeyde tutan habercilik sektörü, yapay zekanın mesleklere yönelik taşıdığı endişenin aktörleri arasındadır.

Habercilikte web tabanlı teknolojilerin kullanımı 1990'lara rastlamaktadır. İnternet hem kullanıcılar hem de haber üretenler açısından veriye ulaşmayı kolaylaştırmıştır. Bu minvalde internet gazeteciliğinin dünyada ve Türkiye'de örnekleri 1990'lı yıllara tekabül etmektedir. İlk yıllarda internet gazeteciliğini, internete özgü haber üretilmemesi, günlük gazetelerde yer alan haberlerin sitelere yüklenmesi karakterize etmiştir (Gürçan, 1998; Kalsın, 2016). Bu dönemde geleneksel medyanın haricinde, yalnızca internet üzerinden habercilik faaliyetleri yürüten haber siteleri ortaya çıkmıştır. Geleneksel medyanın haberlerini derleyen sitelere, 1990'ların sonuna doğru kendi içeriklerini üretmeye başlayanlar eklenmiştir (Çevikel, 2004, s. 153). Zaman içerisinde ulusal ve uluslararası gazetelerin de yalnızca internet için haber üreten sitelerin de haber yazım pratikleri dönüşüme uğramış, internete özgü haberler yazılmaya başlamıştır (Kalsın, 2016; Gürçan, 2002).

İnternet ortamı, geleneksel gazetenin aksine, görsel-işitsel-metinsel unsurların bir arada hedef kitleye sunulabildiği yöneşme özelliği, içerikleri hızla okuyucuya ulaştırabilmesi, hiper metinlerle içeriği zenginleştirebilmesi, etkileşimli olması, eş zamansızlığı açısından avantajlar sağlamaktadır (Aktaş, 2007, s. 38). Günümüzde bu özelliklerinin ötesinde, kişiselleştirilmiş içerik sunan, tahminlerde bulunan, otomasyonla haber üretimi yapan yapay zekâ mekanizmaları devreye girmiştir.

Akıllı makineler ve akıllı bilgisayar programları bilimi ve mühendisliği olarak bilinen yapay zekâ, en yalın tanımıyla *insan zekasını anlamak için bilgisayar kullanılması ile ilgilidir* (McCarthy, 2007, s. 2). Yapay zekâ sistemleri derin öğrenme ya da makine öğrenmesini içerir. Burada minimum insan müdahalesi ile büyük veri setlerindeki örüntüleri tanıyan ve gelişebilen algoritmalar söz konusudur (Brennen, Howard ve Nielsen, 2018, s. 2). Doğal dil işleme (NPL) de bu sistemin bir parçasıdır. Kavramı doğal dillerin bilgisayar ortamlarına işlenmesi konusunda çalışan bir bilim dalı olarak tanımlayan Adalı (2016), kapsamı ile ilgili 10'dan fazla başlıktan söz etmiştir. Bunlar arasında yazım yanlışlarını düzeltme, konuşmayı yazıya dökme, çeviri yapabilme, metin özetleme, bilgiye erişim gibi görevlerin gazetecilik süreçlerine yardımcı olabilecek düzeyde olduğu bilinmektedir.

Pavlik (2023) yapay zekanın gazetecilik ve medya için önemli birer teknolojik araç olduğunu ifade etmektedir. Makalede, yapay zekanın ciddi anlamda içerik üretme potansiyeline sahip olmanın yanında gazetecilik ve medya hakkında tarihsel bilgiler dahil olmak üzere geniş bir yelpazede bilgiye sahip olduğu kaydedilmiştir. Sophia Cheng (2025) de Büyük Dil Modellerinin (LLM), gazetecilik açısından devrimsel nitelikte olduğunu, verimliliği artırmak, süreçlerin otomatikleştirilmesi ve içerik kalitesinin iyileştirilmesine yardımcı olmak gibi avantajlar barındırdığını ifade etmektedir.

Gazetecilik ve haber üretiminde yapay zekâ kullanımının hikayeleri keşfetme, üretme ve dağıtma şeklinde üç temel gruba ayrılabilir. Genel kabul görmüştür. Hikâye keşfinde yapay zekâ; büyük veri setleri içerisinde belge ve veri toplamak üzere makine öğrenmesi ve otomatik programlanmış sistemleri imlemektedir. Haber üretimi kısmı otomatik içerik üretimini; okuma geçmişini takip etmek ve öneriler sunmak için oluşturulan botlar ise dağıtım kısmını kapsamaktadır (Kim, 2019, ss. 6-8). Algoritmalar tarafından üretilen haber metinleri, insan üretimine göre çok daha fazla sayıda olabilmekte ve hızla ulaştırılabilmektedir (Bulut, 2020, s. 299). Graefe, robotik teknolojilerin gazeteciliğin çalışma pratiklerinde köklü

değişimlere neden olacağını, fakat değişimin gazetecilerin işlerini ellerinden almaya yönelik bir tehdit mi yoksa işlerini kolaylaştıracak araçlar mı olduğunu, kişilerin becerisinin ve görevinin içeriğinin belirleyeceğini ifade etmiştir. Bunun yanında bütünüyle insan zihninin gerektirdiği becerilere yönelmesi durumundan bahsetmiş ve iyimser bir yaklaşıma işaret etmiştir. Örneğin derinlemesine analiz, röportaj, araştırmacı gazetecilik gibi yazı türlerine yönelmelerinin yerinde olacağına gönderme yapmıştır (Graefe, 2016, s. 49). Robotik gazeteciliği gazetecilerin, internet çağında ürettikleri haberlerde anlık ve hızlı olma baskısından ve bu baskının getirebileceği hata endişesinden sıyrılarak, mesleği daha verimli bir şekilde yapabilmelerine olanak tanıyan bir alan olarak görmektedir.

Genellikle büyük medya kuruluşları tarafından finans raporları, spor özetleri gibi rutin işlerde otomatik sistemler yıllardır kullanılmaktadır. Bu sistemler, daha küçük çaplı medya kuruluşlarında ise giderek yaygınlaşmaya başlamıştır (CNTİ, 2024). Hava durumu, doğal afetler, suç olayları, finans gibi rutin haberler, robot gazeteciler tarafından yazılabilmektedir (Akyazı, 2018, s. 22). Günümüzde, yerel gazetelerden küresel ajanslara neredeyse tüm haber kuruluşlarının internet siteleri, sosyal medya hesapları veya her ikisi bulunmaktadır. Haber kuruluşlarının önemli bir kısmı ise yapay zekâ uygulamalarına haber üretim sürecinde başvurmaktadır. Reuters, Bloomberg, Los Angeles Times, Forbes, AP gibi dünyanın önde gelen haber kuruluşları içeriklerini otomatikleştirmede uzun zamandır gelişen teknolojiye yararlanmaktadır (Graefe, 2016). Akyazı (2018) da AP, USA Today, Reuters, Forbes, ProPublica, Washintgon Post, Anadolu Ajansı, Los Angeles Times, Xinhua gibi küresel medya kuruluşlarının yapay zekâ teknolojilerinden yararlandıklarını aktarmıştır.

Yapay Zekanın Habercilik Alanındaki Olumsuz Yönleri

Önceki bölümde de bahsedildiği gibi gazetecilikte internet teknolojisinin serüveni, 30 yılı aşmıştır. Ancak meslek etiği sorunlarıyla yan yana ilerlediği gerçeği de göz ardı edilmemelidir. İnternet

gazeteciliğinin erken sayılabilecek döneminde Gürcan¹ (2005, ss. 44-45) çevrimiçi haber sitelerinde editoryal kontrol eksikliğinin başlıca etik sorun teşkil ettiğini, imla ve yazım yanlışları, kaynağın belirsizliği veya güvenilir olmama ihtimali, anlık gelişmeler yerine eski bilgilerin güncel gibi paylaşılması, reklam sayısının haberin önüne geçecek çoğunlukta olması, uzman olmayan kişilerin de internet gazetesi çıkarma işine girişmesi gibi bir dizi problemi dile getirmiştir. Atabek (2006) de internet ortamında başlıca etik ihlallerin; mahremiyet, özel yaşamın gizliliği, telif hakkı, reklam-haber ayrımının belirsizleşmesi, veri güvenilirliği vb. konular etrafında olduğunu söylemiştir. İnternet gazeteciliği etiği tartışmaları hala sonuçlanmamıştır. Yapay zekâ temelli uygulamaların habercilikte kullanılmaya başlamasıyla da telif hakkı, mahremiyet ihlali, hesap verilebilirlik, şeffaflık gibi benzer özellikler taşıyan problemler sürmektedir.

Carl-Gustav Lindén (2017), gazetecilikte algoritmaların kullanımı ile ilgili çalışmasında, haber algoritmalarının yapılandırılmış veriler olmadan çalışmadığını, verilerin seçilme ve değerlendirme süreçlerinin gazetecilik kararlarına tabi olduğunu ifade etmiştir. Diğer yandan verilerin erişilebilirliği, üretim yeri, süreci kullanım amacı noktasında sorular olduğuna dikkat çekmiştir. Genel itibarıyla yazılımla üretilen haberlerin etik, ahlaki ve operasyonel açılarından dikkate alınmasına işaret etmiştir (ss. 71, 73).

Porlezza ve Schapals (2024), haber kuruluşlarının ve gazetecilerin ürettikleri içerik, kullandığı yol yöntemden sorumlu olmaları durumunu ifade eden hesap verilebilirlik noktasında algoritmaların, kimi zaman kara kutular gibi davranmaları nedeniyle durumu karmaşık hale getirebildiğini ifade etmişlerdir. Bu durumun haber kapsamında ortaya çıkabilecek hataların ve önyargıların sorumlularının tespitini zorlaştırdığını; yapay zekâ destekli gazetecilik süreçleri için editoryal gözetim ve etik mekanizmalara ihtiyaç olduğunu dile getirmişlerdir. Ayrıca, çalışmada haber

içeriklerinin kişiselleştirilmesinde kullanılan yapay zekâ sistemlerinin eğitime süreçlerinde karşılaştıkları verilerdeki önyargıları sürdürme riski taşıdığı, bu nedenle çeşitlilik ve çoğulculuk yerine kullanıcı etkileşiminin öncelendiği, bunun da filtre balonlarına yol açtığı kaydedilmiştir. Yine insan editör kontrolünün önemi belirtilmiştir.

Pavlik (2023), yapay zekanın olumlu yönleri kadar olumsuz yönlerine de dikkat çekmiştir. ChatGPT gibi üretken yapay zekâ platformlarının, son dönemlerde bütçesi giderek daralmak durumunda kalan veya ekonomik verimlilik baskısıyla karşı karşıya kalan haber kuruluşlarında çalışan insan gazeteciler ve medya profesyonellerine olan ihtiyacı azaltma riski yarattığından söz etmiştir. Ona göre her ne kadar öz farkındalığa ve duyarlılığa sahip olmasa da ChatGPT, tıpkı bir insan gibi bilgileri işleyebilmekte, damıtılabilmekte ve sunabilmektedir. Bu bakımdan yazar, zaman ve kaynak kısıtının olduğu durumlarda kalite ve verimliliği artırmak adına kullanımının gazeteciler için avantaj yaratabileceğini ifade etmiştir.

Waddell (2017), otomasyona dayalı haberlerin artmasıyla beraber hedef kitle üzerindeki etkisi açısından ortaya çıkan sorular üzerine, iki araştırma ve değerlendirme içeren makalesinde; robotlar/makineler tarafından yazılan haberlerin, insanlar tarafından yazılanlara kıyasla okuyucular tarafından daha az olumlu değerlendirildiğini, okuyucuların otomatik kaynakların oluşturduğu haberlere şüpheyle yaklaştığını, bununla birlikte geçmiş medyadan bir robot tasvirini hatırlayabilen okuyucuların, hatırlamayanlara kıyasla antropomorfizm çeşitliliğinden daha az etkilendiğini ortaya koymuştur (s. 251).

Üretken yapay zekâ, yanlış bilgi ve dezenformasyonla mücadele konusunu daha karmaşık hale getirme endişesine yol açmaktadır (Arguedas ve Simon, 2023, s. 13). Cheng (2025) de yapay zekanın gazetecilikteki risk ve fırsatlarından söz ettiği makalesinde, ChatGPT gibi Büyük Dil Modelleri'nin yanlış bilgi yayma ve halkın gazeteciliğe olan

¹ Ayrıntılar için bkz. Gürcan, 2005.

güvenini sarsabilme potansiyeli olduğuna dikkat çekmiştir. Yapay zekâ tarafından üretilen dezenformasyonun tespitini sağlayan doğrulama platformları zemininde bir inceleme gerçekleştiren Şentöregil, dezenformasyonun oluşumunda sosyal medya platformları ve kullanıcıların burada yaydığı yanlış bilgi içeriklerinin etkili olduğunu, basın kuruluşlarının da bu noktada rol oynadığını bulgulamıştır. Ayrıca basın kuruluşlarının, yapay zekâ uygulamalarına yazdırdıkları haberlerin söz konusu olduğu ve bunların yeterli denetime tabi tutulmadığı bulgusu göze çarpmaktadır (Şentöregil, 2023, ss. 181-182).

Yapay zekâ destekli bir arama motoru olan Bing üzerine yapılan bir çalışmada iklim konulu haber fotoğrafları sorgulatılmış, arama sonucunda tasarım programları tarafından oluşturulmuş benzer sembolik görsellerin sunulduğu, bu durumun haber fotoğrafçılığı mesleğine zarar verecek türden olduğu, gerçek olmayan görüntülerin problemleri kitlelere aktarmada yetersiz kalarak dezenformasyon riski doğurduğu sonuçlarına ulaşılmıştır (Turğal ve Küçükerdoğan, 2023, ss. 77-78). Bekar (2024), ABD eski başkanı Trump'ın seçim sonuçları nedeniyle yargılandığı dava öncesinde, X platformunda yer alan bir hesabın paylaştığı sansasyonel fotoğrafların yapay zekâ ile üretilmesini konu almış, yapay zekanın dezenformatif yönünü içeren bir çalışma gerçekleştirmiştir.

Center for News Technology and Innovation (CNTI), yapay zekanın yükselmesi etrafındaki tartışmaların, önceleri, yaratıcılık gerektiren mesleklerin üzerinde sınırlı düzeyde etki yaratacağının öne sürüldüğünü, son dönemde popülerleşen üretken yapay zekâ sistemlerinin (DALL-E, Lensa AI, Stable Diffusion, ChatGPT, Poe ve Bard) bu durumda değişiklik yarattığına işaret etmiştir. Üretken yapay zekâ sistemlerinin meydana getirdiği endişeleri; beyaz yakalı işler ve medya çalışmalarında istikrarsızlaştırma, yanlış bilgilendirme, telif haklarını kötüye kullanma ve kamunun güvenliğini sarsma potansiyeli olarak kaydetmiştir (CNTI, 2024). ChatGPT'nin haber üretim süreci hakkında inceleme yapan Maral (2023), bu uygulamanın olumlu ve olumsuz boyutlarını ele almıştır. Haber

toplama, yazma analiz etme, dağıtma işlemlerinde gündeme gelen ChatGPT'nin bu noktada, özellikle büyük veri bağlamında gazetecilik için önemli bir araç olma rolüne dikkat çekmiştir. "Bu model, büyük miktardaki veriyi anlayarak ve işleyerek, hızla farklı haber kaynaklarından bilgi toplama ve önemli gelişmeleri takip etme yeteneğine sahiptir. Aynı zamanda, veri tabanlı gazeteciliği güçlendirmek için önemli bir araç olarak görülmektedir" (Maral, 2023, s. 192). Öte yandan mahremiyet ihlali, manipülasyon şeklinde etik boyutundaki sorunlar ile gazetecileri mesleklerinden etmeye yönelik bir tehdit içerdiğine de işaret etmiştir (Maral, 2023, s. 197).

Reuters Institute for the Study of Journalism (Reuters Gazetecilik Çalışmaları Enstitüsü) haber üretiminde yapay zekâ ve haber medyası açısından etkilerini ele aldığı bir rapor yayınlamıştır. 47 ülkeden yaklaşık yüz bin kişi ile gerçekleştirilen anketlerin sonucuna dayanan rapor, özellikle siyaset gibi hassas konularda, yapay zekâ tarafından üretilen haber içeriğinin şüphe ile karşılandığını göstermiştir (Dang, 2024). Habercilik açısından en önemli ilke, bilginin doğruluğu ve güvenilirliği iken başat ilkenin bilerek veya bilmeyerek kökünden ihlal edilmesi, mesleğin itibarını da zedelemektedir. Dolayısıyla bu durum karşısında önlem almak elzem hale gelmiştir. Uluslararası organizasyonlar bir araya gelerek, medya sektöründe yapay zekanın kullanımına ilişkin önerileri içeren anlaşmalar ile temel prensipleri anlatan rehberler hazırlamışlardır. Dünya Ekonomik Forumu ve Avrupa Konseyi rehber yayınlamıştır. Medya ve yayıncılık sektörünün önde gelen kuruluşları ve haber ajanslarından oluşan 10 kişilik bir grup, ortak niyet mektubu yayınlamış; bu mektupta habercilik sektöründe başvurulanan yapay zekaya yönelik standartların belirlenmesi çağrısında bulunmuşlardır. Sınır tanımayan gazeteciler ve 16 kuruluşun ortaklığında, Paris Yapay Zekâ ve Gazetecilik Sözleşmesi/Şartı adıyla, etik ilkeleri belirlemek için bir tüzük oluşturulmuştur.

Bir yol haritası niteliği taşıdığı söylenebilecek olan 10 maddelik Paris Yapay Zekâ ve Gazetecilik Sözleşmesi/Şartı, gazeteciliğin temel sorumluluklarını yerine getirme noktasında yapay

zekanın işlevsel olabileceğinin, ancak gazetecilik etiğini gözetken bir editoryal sistem içerisinde adil, şeffaf ve sorumluluk taşımasının altını çizmiştir (Paris Charter On AI and Journalism, 2023). Dolayısıyla yapay zekanın yararlı biçimde gazetecilik pratiklerinde yer alabilmesinin yolu, tıpkı konvensiyonel gazetecilikte olduğu gibi editoryal denetimden geçmektedir. Avrupa Konseyi tarafından yayınlanan, altı ana başlıktan oluşan “Gazetecilikte Yapay Zekâ Sistemlerinin Sorumlu Bir Şekilde Uygulanmasına İlişkin Yönerge”de, medya kuruluşlarının editoryal kontrol ve etik ilkelere uyumu sürekli olarak vurgulanmıştır. Özellikle rehberin dördüncü başlığında, haberciliğin kamuoyuna karşı görev ve sorumluluk bilincinin, etik ilkeler ve meslek kodlarına uyumun, hak ihlalinin kaçınmanın altı çizilmiştir (Council of Europe, 2023)

Dünya Ekonomik Forumu tarafından, “Yapay Zekâ Çağında Sorumlu Medyanın Geleceği İçin İlkeler” başlıklı bir rehber yayınlanmıştır. Bu rehberde de doğruluk ve güvenilirlik, şeffaflık, hesap verilebilirlik, editoryal bağımsızlık, tarafsızlık gibi gazeteciliğin temel ve ortak ilkelerinin yapay zekâ ile değişmemesi hususu ilk maddede yer almıştır (World Economic Forum, 2024). AFP, European Pressphoto Agency, European Publishers’ Council, Gannett, USA Today Network, Getty Images, National Press Photographers Association, National Writers Union, News Media Alliance, The Associated Press, The Authors Guild; üretken yapay zekânın kontrolsüz kullanımının özellikle medya sektöründe olumsuz sonuçlar doğurabileceğinden hareketle, atılması gereken adımları özetleyen bir bildiri yayımlamışlardır. İnsanlık için faydalı olabileceğinin de göz ardı edilmediği bu çağrı mektubunda; fikri mülkiyet ihlali, önyargı, dezenformasyon gibi sorunlara işaret edilmiştir (AFP, 2023a).

Çalışmanın Yöntemi

Bugün pek çok medya kuruluşu, yapay zekâ temelli uygulamalardan haber üretim veya dağıtım süreçlerinde yararlanmaktadır. Arguedas ve Simon’un (2023) aktardığı üzere Aralık 2022’de Büyük Dil Modeli (LLM) olarak adlandırılan

ChatGPT’nin kamuoyuna duyurulması sonrası metin yaratma, görsel oluşturma gibi işlevleri sayesinde -üretken yapay zekâ olarak adlandırılan bu sistemler yaygınlaşmaya başlamıştır (s. 5). Ancak yapay zekanın yol açabileceği güvenilirlik, dezenformasyon, yanlış bilgilendirme vb. sorunlar, küresel organizasyonlar ve haber kuruluşlarının önlemler almalarını gerektirmiştir. Özellikle 2022 yılının sonunda, ChatGPT adlı yapay zekâ uygulamasının pek çok alanda olduğu gibi habercilik alanında popülerleşmesi, meslek etiği açısından yapılacak güncellemeleri adeta zorunlu kılmıştır. Küresel organizasyonlar ve haber kuruluşları, standartlar belirlemek üzere rehber oluşturma, çağrı metni yayınlama şeklinde girişimlerde bulunmuşlardır. Bu çalışmada ise Anadolu Ajansı, Associated Press, Agence France Presse ve Reuters tarafından medyada yapay zekâ kullanımı üzerine oluşturulmuş standartların incelenmesi üzerine bir sınırlılık getirilmiştir.

Tokgöz (1981), dünyadaki haber alışverişinin en önemli isimleri olarak beş ajansa dikkat çeker. Bunlar, Reuters, AFP, AP, UPI ve Tass olarak zikredilmiştir (s. 39). Ancak 1970’lerde UPI’nin el değiştirip küçülmüş ve Sovyetler Birliği’nin dağılmasının ardından Tass’ın etkinliğinin azalmıştır. Böylece AP, AFP ve Reuters uluslararası haber üretim ve dağıtımında etkili hale gelmiştir (Drost, 1991, s. 536’dan aktaran Girgin, 2012, s. 179). Günümüzde çok sayıda haber ajansı bulunmasına rağmen dünyanın en büyük haber ajansı olarak görülen ajanslar, Associated Press, Agence France Presse ve Reuters’dir (The Information Architects of Encyclopaedia Britannica, t.y.). Küresel üç ajansın yanı sıra Türkiye’yi temsilen de Anadolu Ajansı çalışmaya dahil edilmiştir. 1920’de kurulan ve kuruluşundan itibaren ulusal haber akışının en önemli aktörlerinden olan Anadolu Ajansı, günümüzde dünyanın pek çok ülkesinde bürosu olan, etkin bir ajanstır (Anadolu Ajansı, t.y.). Ayrıca medyada yapay zekâ kullanımı konusundaki kapsamlı rehberi, bu çalışmanın da hareket noktasıdır. Bahse geçen diğer üç ajansın da yapay zekâ konusunda ortaya koydukları standartlar söz konusudur. Bu gerekçelerle çalışmanın örnekleme AA, AP, AFP ve Reuters olarak seçilmiştir.

Haber ajansları, ulusal veya uluslararası haber akışı sağlamada birinci derecede sorumlu olan aktörlerdir. Öte yandan işleyişleri itibarıyla teknolojiyi yakından takip etmektedirler (Tokgöz, 1981). Bu durumda gelişen her yeni teknoloji hem habercilik hem de ajanslar üzerinde etkilidir. Yapay zekâ araçlarının habercilik pratiklerinde yaygınlaşması, aynı zamanda mesleketiği açısından değerlendirilmesi gereksinimi, ajanslara ilgilendirir hale gelmiştir. Dolayısıyla haber ajanslarının yapay zekâ konusunda yayınladıkları ilkelere projeksiyon tutmak, sorumlu habercilik anlamında da neler yapıldığına dair önem taşımaktadır. Bu önemden hareketle çalışmanın ana sorusu şu şekildedir:

-Haber ajansları, yapay zekâ araçları kullanımında meslek etiği ve habercilik pratikleri açısından ne tür standartlar geliştirmektedir?

Çalışmanın alt soruları aşağıdaki gibidir:

-AA, AFP, AP ve Reuters'ın habercilikte yapay zekâ kullanım üzerine oluşturduğu rehberler/standartlar nelerdir?

- AA, AFP, AP ve Reuters tarafından ortaya atılan rehberler/standartlar arasındaki benzerlikler nelerdir?

- AA, AFP, AP ve Reuters tarafından ortaya atılan rehberler/standartlar arasındaki farklar nelerdir?

Nitel analiz temeline dayanan bu çalışmada doküman analizinden yararlanılmıştır. Doküman incelemesi/analizi öz olarak araştırma sorusuna yönelik, basılı veya elektronik olarak üretilmiş belgelerin toplanarak incelenmesi ve değerlendirilmesi şeklinde tanımlanabilir (Bowen, 2009; Smulowitz, 2017). Karasar bu yöntemi belirli bir amaca matuf kaynak bulma, bu kaynakları okuyup not çıkarma ve değerlendirme süreci olarak özetler (2016, s. 230). Doküman analizi, bir araştırmacının veri olarak topladığı belgeleri incelemesi ve değerlendirmesini içerir. Toplanan verilerin analizi ve yorumlanması sürecidir. Araştırmacı, bütün veri

parçalarına bakarak notlar almalı, yeni eklenen belgelerle aralarındaki örüntülerin sıralamalıdır (Smulowitz, 2017, s. 1-2). Sistematik değerlendirme içeren bu çalışmalarda belgeler; reklam, dergi, gazete, kitap, rapor, anket verisi, basın bülteni, etkinlik programları, raporlar gibi çok sayıda alanı içermektedir (Bowen, 2009, s. 27)². Bu teknik, ekonomik, güvenli ve kaynakların değişmemesi nedeniyle tutarlı olarak görülmektedir (Karasar, 2016, s. 247).

Doküman analizi, başka yöntemlerle birlikte de uygulanabilir. Gözden geçirme, kapsamlı inceleme ve yorumlama aşamalarını barındıran bu süreçte, içerik ve tematik analiz de yapılabilir. İçerik analizi ile bilgiler, araştırma soruları kapsamında kategorileştirilir (Bowen, 2009, s. 32). Verilerin içerisinden anahtar kelime veya kategori çıkarılarak kaydedilir ve belgeler kodlanır (Smulowitz, 2017, s. 6). Bu çalışma, içerik analizinin sayısallaştırma, kodlama ve tekrar sıklığını ölçme gibi ayrıntılarını içermemekte, yalnızca belli kategoriler altında değerlendirmesini kapsamaktadır. Bu bağlamda AP, AFP, Reuters ve AA tarafından yayınlanan rehber ve standartların detaylı incelemesi sonucunda, tümünde yer alan konuları tanımlayan temel kategoriler oluşturulmuştur.

- Ajans Standartları ve Meslek Etiğinin Korunması
- İnsan Denetimi ve Sürdürülebilirlik
- Veri Kullanımı
- Haber Üretiminde Yardımcı Araç Olarak Yapay Zekâ Kullanımı
- Yapay Zekâ İçeriğinin Güvenilirliği Sorunu

Çalışmada ilkin ajansların rehberlerindeki maddeler özetlenerek değerlendirilmiştir. Tüm rehberler ve maddeleri araştırmacı tarafından en az üç kez okunup irdelenmiştir. Ardından kategoriler kapsamında her bir ajans için sonuçlar ortaya konulmuştur.

² Bowen 10'dan fazla doküman türü belirtmiştir (Bowen, 2009, ss. 27-28).

Bulgular

Uluslararası alanda faaliyet gösteren ve dünyanın önde gelen haber ajanslarından Associated Press, Agence France Presse, Reuters ve Anadolu Ajansı, yapay zekanın habercilik alanında kullanımına ilişkin standartlar belirlemek üzere girişimlerde bulunmuşlardır. AA, doğrudan medyada yapay zekâ ile ilgili etik kuralları ifade eden, *Medyada Yapay Zekâ Etik Kullanım Rehberi* yayınlamıştır. AP, standartları açıklayan, *Üretken Yapay Zekâ ile İlgili Standartlar* başlıklı bir metin kaleme almıştır. AFP, *Editöryal Standartlar* ve *En İyi Uygulamalar* kılavuzu hazırlamıştır. Kılavuzun başlığında doğrudan yapay zekâ sözcüğü bulunmasa da içeriğinde ayrı bir bölüm yer almıştır. Reuters ise yapay zekadan nasıl yararlanılacağını odağına alan, *Güvenilir Haberlere Yapay Zekâ ile Güç Katmak* adlı bir metin yayınlamıştır. Thomson Reuters, Veri ve Yapay Zekâ Etiği İlkeleri başlığıyla, 8 maddeden oluşan temel prensipler ortaya koymuştur. Ajansın, kendi güven ilkelerine bağlı kalacaklarının yer aldığı ilkeler de araştırma verisi olarak incelenmiştir. Zira ilk doküman, tek başına ajansın yapay zekâ ile ilgili bakış açısını rehber veya standartlar kapsamında açıklamak için yeterli bulunmamıştır. Bu nedenle, Reuters adına iki doküman bir arada incelenmiştir.

Anadolu Ajansı

Anadolu Ajansı, akademisyenler, gazeteciler ve sektör temsilcilerinden oluşan bir forum düzenleyerek, yapay zekanın medyada kullanımıyla alakalı bir etik rehber ortaya koymuştur. Anadolu Ajansı Akademi ve katılımcıların iş birliğiyle oluşturulan rehberde, 10 madde yer almıştır. Ajans, teknolojik ilerlemenin haber üretim sürecine pozitif etkilerini göz ardı etmemektedir. Bununla beraber belli başlı yükümlülükleri barındırdığı ifade edilmektedir. Anadolu Ajansı'nın temel başlıkları; meslek etiğinin öncelenmesi, insan gazetecilerden oluşan üretimin sürdürülmesi, yapay zekâ üretiminin denetlenmesi, mesleği sürdürülebilir kılmak adına teknolojiyle denge kurulması ve telif hakları, kişisel veri gizliliği gibi hem hukuksal hem de mesleki etik önlemlerine ilişkin öneriler şeklindedir (Anadolu Ajansı Akademi, t.y.).

Rehberin ilk maddesi olan “gazetecilik ilkelerinin korunması” başlığında, mesleğin doğruluk, tarafsızlık ve etik ilkelerinden bağımsız olunmayacağı aktarılmıştır. “Medyada yapay zekâ algoritmaları kullanımı” maddesinde söylendiği üzere, yapay zekâ algoritmaları, kişilere özel içerikler sunabilmekte, ses-görüntü işleyebilmektedir. Bu bağlamda, gazeteciliğin temel etik ilkeleriyle ve hukuki sorumluluklarıyla çelişen yanlışlık, yanıltıcılık, veri gizliliğinin sağlanamaması potansiyeli taşıması nedeniyle, algoritma kullanımında hassas davranılmasının altı çizilmiştir. “Gerçeğe sadakat ve teyit mekanizması” başlığında yapay zekâ çıktılarının yanlış, yanıltıcı, dezenformatif, önyargı içeren türden elementler taşıyabileceğinin göz önünde bulundurularak, bunlardan kaçınılmasının, yeterli denetimin sağlanmasının önemi vurgulanmıştır. Gazeteciliğin temel ilkeleri arasında bulunan kamu yararını gözetmek ve okurun haklarına saygı göstermek, rehberin dördüncü maddesini teşkil etmiştir. “Toplumsal fayda ve okur hakları” başlığında, algoritmaların belirli ekonomik kazanç sağlamak adına değil, hızlı ve şeffaf biçimde haberin kamuya ulaştırılmasında rol oynaması gerektiğine dikkat çekilmiştir. “İnsan onur ve haysiyetine saygı” maddesinde, özellikle dijital ortamlarda kişilerin paylaştıkları kişisel bilgilere yönelik yasal sorumluluklar, mahremiyet ve telif hakları konularının altı çizilmiştir (Anadolu Ajansı Akademi, t.y.).

Rehberin altıncı maddesinde (önyargıya karşı editöryal çerçeve), yapay zekâ uygulamalarının üretebileceği önyargı ve ayrımcılık içerikleri karşısında insanlardan oluşan editöryal kontrolün gerekliliği öne çıkarılmıştır. “Sürdürülebilir gazetecilik” başlığında, yapay zekâ teknolojisinin haber üretim sürecinde sağladığı avantajların yanı sıra, özellikle yaratıcı bölümlerde istihdama karşı bir tehdit içermesi yönündeki endişelere karşı, teknoloji ve insan işgücünün eş güdümlü olarak bir araya getirilmesine yönelik öneriler yer almıştır. “İnsan üretimi bilgi ve çeşitliliğin korunması” başlığında da bir önceki başlığa benzer şekilde insan ve teknoloji (YZ) tarafından üretilen içerik

ve bilgilerin dengeli dağılımının desteklenmesi gerektiği ifade edilmiştir (Anadolu Ajansı Akademi, t.y.).

Rehberin son iki maddesi hukuki sorumluluk ve süreçleri konu almıştır. Bu bağlamda “Hukuki sorumluluk, şeffaflık ve telif hakları” başlıklı maddede, medya kuruluşlarının bu sürecin geliştirilmesine katkı sağlamaları, yapay zekâ tarafından üretilmiş içeriklerin açık şekilde gösterilmesinin garanti altına alınması konu edilmiştir. Bu bakımdan logo ve dipnotlarla uyarı yapılması önerisi verilmiştir. Son olarak, teknolojiye gelişmeler dolayısıyla içinde bulunulan sürecin, hukuki açıdan tamamlanmamış olduğu belirtilerek, küresel çapta yayınlanan yönergelerin takip edilmesinin şu aşamada gerekli olduğu aktarılmıştır (Anadolu Ajansı Akademi, t.y.).

Anadolu Ajansı tarafından hazırlanan rehberin neredeyse tüm maddelerinde, yapay zekâdan yararlanırken gazetecilik etik ilke ve değerlerine uygun davranış kodları önerileri sunulmuştur. Manipülasyon ve dezenformasyon, gazetecilikte olduğu gibi yapay zekâ tarafından üretilen içeriklerde de problemlidir. Öyle ki internet tabanlı teknolojilerden çıkan yanlış veya kasten çarpıtılmış bilgi, çok kısa süreler içerisinde kitlelere ulaşarak provokasyona sebep olabilmektedir. Bu açıdan, yapay zekâ içeriğinin insan editörler tarafından kontrolü, Anadolu Ajansı’nın altını çizdiği bir başlık olmuştur. Toplumsal fayda kısmı, gazeteciliğin bilindik kamu yararı gözetme ilkesiyle iç içe geçmiştir. Ajans da meslek ahlakının dijital ortamlarda korunmasının önemini vurgulamıştır.

Hızla güncellenen doğası gereği, internet dünyasının sınırları yeterince belirgin değildir. Burada özellikle hukuki sınırlılıklar, kişisel veriler, mahremiyet konusunda büyük problem teşkil etmektedir. Bilindiği gibi yapay zekâ uygulamaları, büyük verinin içerisinden elde ettiği bilgileri filtrelemeden sunan bir mekanizmaya sahiptir. Gazetecilerin kişilerin haklarını ihlal etmemek adına *buradan edinilen veriye karşı sürekli uyanık olmaları gerektiği* uyarısının rehberde yer aldığı görülmektedir. Zira yapay zekâ uygulamalarının

farklı bilgilerin bir kombinasyonu olarak sunduğu içerikler, telif hakkı ihlaline yol açmaktadır. Öyle ki Aralık 2023'te New York Times, izinsiz veri ve telif hakkı ihlali nedeniyle OPEN AI ve Microsoft'a dava açmıştır (Zengin Okay, 2024). Elon Musk kamu güvenliğine zarar verdiği iddiasıyla yine OPENAI'ye dava açmıştır (NTV, 2024).

Anadolu Ajansı etik rehberinin önemli bir kısmında, oldukça tartışmalı bir alanı gösteren veri kullanımının yasal düzeylerine ilişkin öneriler yer almıştır. Rehberin 5. ve 9. maddelerinde “kişisel bilgiler ve telif hakkına saygı” görülmektedir. Rehberin 10. maddesinde ise hukuksal sürecin henüz tamamlanmamasına ve yapay zekâ alanındaki hızlı gelişmelere rağmen, ajans olarak belirli önlemler almaya çalıştıklarını göstermişlerdir. Rehberde öne çıkan bir başka husus, insan odaklı kontrol ve mesleğin geleceğinde yine insan istihdamının sürdürülmesi konusunu içermektedir. Bu bağlamda 3., 6., 7. ve 8. maddelerinde, hali hazırda yapay zekanın insan gazetecilerin yerini alamayacağına ve insana olan ihtiyacın devam ettiğine gönderme yapılmıştır. Bu da elbette, teknolojinin insanların işlerini elinden alma tehlikesine ilişkin, hemen her dönemde olduğu gibi dijital çağda da meslek grupları arasında tartışılan ve büyük endişe kaynağı olan sorun karşısında, önlem alma hassasiyeti gösterdiklerini ortaya koymaktadır.

Associated Press

Associated Press, üretken yapay zekâ ile ilgili 7 maddeden oluşan standartlar koymuştur. Öncelikle ChatGPT’nin üreticisi Open AI ile lisans anlaşmaları bulunduğu ve bu teknolojiyi deneyimledikleri aktarılmıştır. Ancak çalışanlarının doğrudan içerik üretiminde ChatGPT programına başvurmayacakları söylenmiştir. Diğer yandan, üretken yapay zekâ aracılığıyla elde edilen içerikleri kaynak olarak doğruluğunu teyit etmeden kullanmayacakları, temel kaynak ilke ve standartlarından ayrılmayacakları, AP’nin elde ettiği görsel işitsel materyallerin hiçbir şekilde değiştirilmeyeceği vurgulanmıştır. Bilindiği gibi yapay zekâ, haber materyali sayılabilecek görüntüler oluşturabilmektedir. Zira

bu görüntüler yanıltıcı olabilmekte ve kitleleri yanlış yönlendirebilmektedir. Standartlarda; ajans olarak üretken yapay zekâ tarafından üretilen görüntülerin kullanılmasından kaçınacakları, yalnızca yapay zekâ tarafından üretildiği bilgisinin açıkça görülecek şekilde olması durumunda faydalanacakları belirtilmiştir. Gizli ve hassas bilgilerin yapay zekâ araçlarına konulmaması, başka kaynaklardan gelen bilgi, görüntü vb. materyallerin yapay zekâ üretimi olup olmadığının sıkı bir şekilde denetlenmesi, mümkün olduğunca orijinal kaynağa ulaşarak söz konusu içerik, ses veya görüntünün gerçekliğinin mutlaka teyit edilmesi, son üç maddede geçmektedir. Özellikle yapay zekanın gerçekçi haber materyali üreterek, dezenformasyona yol açabilmesini bir tehlike olarak görmüşlerdir. Bu bağlamda içeriklere karşı dikkatli davranma ve şüpheli yaklaşma uyarısı yer almıştır (Meir, 2023).

Associated Press, daha çok üretken yapay zekanın kullanımı konusunda hassasiyet gösterilmesi elzem olan noktalara odaklanmıştır. Bu standartlar, elbette hedef kitleyi yapay zekâ uygulamalarının olumsuz etkilerinden koruma, temel gazetecilik ilkelerinden ödün vermeden teknolojiyi mesleğe entegre etme çabasına hizmet edecek şekilde tasarlanmıştır. Özellikle ChatGPT'nin üretimi içeriklerin doğruluğu ve güvenliği noktasında şüpheli olma, ana kaynağa ulaşma şeklinde insan denetiminin önemi vurgulanmaktadır. Ajans, üretken yapay zekaya karşı olmamakla birlikte, gerçek gazetecilerin yerini yapay zekanın almayacağını taahhüt etmektedir. Bu bakımdan, yapay zekanın gazetecilerin yaptığı tüm faaliyetleri gerçekleştirerek, meslek profesyonellerini işlevsiz hale getirebileceğine yönelik endişelere karşı pozisyon aldıkları anlaşılmaktadır. Öte yandan AP'nin temel değerlerinin doğruluk, hız ve adalet olduğunun altı çizilerek, bu kavramlardan uzaklaşılacağı belirtilmiştir. Buna göre yapay zekâ, ajansın temel ilkelerinden ve değerlerinden bağımsız olmayan, yayıncılık faaliyetlerinin iyileştirilmesinde rol alan araçlar olarak görülmektedir (Meir, 2023). AP sırasıyla; kendi temel ilkeleri ve meslek etiğini, insan denetimini ve yapay

zekanın taşıdığı manipülatif ve dezenformatif içeriği incelemektedir.

Agence France Presse

AFP, 18 Eylül 2023'te, "Editorial Standartlar ve En İyi Uygulamalar" adlı bir rehber yayınlamıştır. Rehber, uluslararası etik standartların yanı sıra yapay zekâ uygulamalarına ilişkin bölüm içermektedir. Bölümler; *10 rehber prensip, temeller, ilişkili alanlar, yönetim, finansal raporlar, güvenlik, düşmanca ortamlar ve çatışmalar, kullanıcı tarafından oluşturulan içerik/görgü tanığı medyası, yapay zekâ ve görsel/grafik, fotoğraf ve video* şeklindedir. Bu çalışmada, yapay zekâ hakkındaki etik standart girişimlerine odaklanıldığından, yalnızca ilgili kısım değerlendirmeye alınmıştır (AFP, 2023b).

İlk sırada, araştırma yapma veya metin hazırlama noktasında bu teknolojiye yararlanılabileceği bilgisi yer almaktadır. Bununla beraber doğrudan üretken yapay zekanın kendi yarattığı görüntü, ses, metin gibi haber materyallerinin kullanılmayacağını altı çizilmiştir. İkinci olarak, haber üretiminde AFP çalışanlarının emek ve profesyonelliklerine yaslandıkları aktarılmıştır. Bu noktada, teknolojinin insan gazetecilerin yerine geçemeyeceği işaret edilmektedir. Ajans, yapay zekâ uygulamalarından kaçınılmayacağını farkında olarak, gelecekte daha fazla rol alacağını da göz önünde tutmaktadır. Bu açıdan teknoloji ile haberciliğin eş güdümlü ilerlemesini benimsedikleri kolaylıkla söylenebilir. Dolayısıyla özellikle haber toplama aşamasında ortaya çıkabilecek risklere karşı pozisyon alınmasının altı çizilmiştir. Ardından gelen açıklamada da haber üretim sürecinin hangi aşamalarında başvuracaklarına yönelik sınırlar belirlenmiştir. Buna göre; röportaj sorusu hazırlamaya yardım etme, metin özetleme veya araştırma yapma gibi durumlarda kullanılabilmektedir. Her şeye rağmen edinilen enformasyonun mutlaka teyit edilmesinin önemi vurgulanmıştır. Üretken yapay zekâyı güvenilir kaynak olarak görme yerine şüpheli yaklaşıma, zira buradan üretilen bilginin önyargılı, yanıltıcı, eski, basmakalıp olabilmek potansiyeli bulunduğu dikkat çekilmiştir. Buraya

kadar olan başlıklarda, doğrudan haber üretim aşamalarındaki fonksiyonu ve sınırları çizilmiştir (AFP, 2023b).

Yapay zekâ üretimi avatar veya sohbet robotlarına insani değer atfedilmeği yazılmıştır. *Kişisel ve mesleki gizli bilgilerin yapay zekâ uygulamalarında paylaşılmaması gerektiği* diğer bir husustur. Ajansa, serbest çalışanlar veya üçüncü taraf kullanıcılardan gelen bilgilerin yapay zekâ tarafından üretilip üretilmediğinin denetlenmesinden sorumlu olduğu söylenmiştir. Bu durum veri gizliliği konusunda hassasiyet taşıdıklarının bir göstergesidir (AFP, 2023b).

Rehberin yapay zekâ ile ilgili bölümünün devamında yine bu araçların hangi koşullarda gündeme getirileceği yer almaktadır. Sosyal medya gönderisi haline getirilen içeriklerin gazetecilerin bizzat kendileri tarafından yazılması, sohbet robotlarına yazdırılmaması söz konusu olmuştur. Yapay zekâ sistemleri, çeviri alanında ön plana çıkmaktadır. Bu nedenle AFP, kontrollü olunması koşuluyla tercüme için yapay zekanın çeviri araçlarından yararlanılabileceğini söylemiştir. Yine bu konuda “bağlam, doğrulanmış gerçekler ve doğru terminoloji ile AFP tarzında yazılması gerekenlerin tamamını çevirmek için kullanılmayacağı” da ifade edilmiştir. Bir diğer alan olarak ses kayıtlarının doküman haline getirilmesi süreci olduğunu aktaran AFP, burada da orijinalliğinin kontrol edilmesinin altını çizmiştir. Bununla birlikte kaynağın güvenilirliğini korumak adına hassas konulardaki görüşmelerin bu uygulamalarda paylaşılmamasına vurgu yapılmıştır. Son olarak ajans “yapay zekâ olanaklarını araştırmaya davet edilen gazetecileri, doğrudan yayınlamaya yönelik olmadığı sürece, tartışma ve deneyimlere açık olduklarını” yazmışlardır (AFP, 2023b). AFP, gelecekte üretken yapay zekanın gazetecilikte daha fazla rol alacağı öngörüsünü dile getirmiştir. Yeni sayılan bu teknolojiiden yararlanırken belli başlı standartlar getirilmesi gerekliliğine gönderme yapılarak kullanım amaçları, insan denetimi, meslek etiği, veri gizliliği konularına ilgili bölümde yer verilmiştir. Sözü geçen temel başlıklar farklı sıralamalarla ve iç içe geçmiş olarak sunulmuştur.

Reuters

Reuters, diğer ajansların aksine direkt olarak yapay zekanın medyada kullanımına yönelik ilkeleri tek bir başlıkta toplamamıştır. Seçilen dokümanlardan ilkinde “Thomson Reuters Veri ve Yapay Zekâ Etiği İlkeleri” başlığıyla, 8 maddeden oluşan prensipler yer almaktadır. İlk maddede, Reuters’in veri ve yapay zekâ kullanımının kendi güven ilkeleri tarafından desteklendiği yazılmıştır. Her ne kadar teknolojiye uyum sağlanmışsa da temel değerlerinden ayrılmayacaklarının vurgulanarak güven tazelenmeye çalışıldığı söylenebilir. İkinci maddede bu konuda çeşitli kişi ve kuruluşlarla ortaklık kurarken, kendi etik yaklaşımlarına yakın olanların seçilmeye gayret edildiği aktarılmıştır. Burada ajansın meslek üzerinden oluşturduğu etik ve ahlaki sorumlulukların korunduğu ve sürdürüldüğü yinelenmiştir (Thomson Reuters, t.y.).

Diğer maddelerde ise veri kullanımı ve yapay zekâ ürün ve hizmetlerinin tasarımı; güvenlik ve gizliliği, insanlara adil davranacak şekilde veri kullanma çabasını, tutarlı ve sosyal sorumluluk taşıyan kararları güçlendirmeyi öncelikledikleri ve amaçladıkları paylaşılmıştır. Öte yandan hesap verilebilirliğini sağlamak adına önemlerin alınacağı, ayrıca bunları anlaşılır hale getirecek uygulamalar ortaya konulacağı ifade edilmektedir. Son olarak “güvenli bir çalışma ortamı ve çalışanların yönetmelik ve şirket politikalarına uyumunu sağlamak adına çalışan verilerinin kullanılacağı” belirtilmiştir. Ayrıca bu ilkelerin zamanla gelişeceği de söylenmiştir (Thomson Reuters, t.y.). Bu kısımda yer alan ilkeler, doğrudan yapay zekânın olumlu yönlerine odaklanmakta ve verimliliğini sağlamak adına izlenen yol ve yöntemler anlatılmaktadır. Sorumlu bir şekilde yapay zekâ kullanımının çerçevesini, mümkün olduğunca şeffaf biçimde çizmeye ve teşvik etmeye çalıştıkları görülmektedir. Ajansın, herkese ulaşılabilir olarak sunduğu bu bilgilerin, özellikle hedef kitleye karşı güven ortamı yaratmayı desteklediği açıktır.

Reuters, habercilik pratiklerinde yapay zekâ, makine öğrenme ve doğal dil işlemeyi kendi etik ilke ve standartlarından ayrılmadan, hangi hususları göz önünde tutarak faydalandıklarını

özetleyen bir içerik paylaşmıştır. Öncelikle, 170 yılı aşkın tarih boyunca, güvenilir haber ulaştırmadaki temel prensiplerinden ayrılmadıkları ancak teknolojik yeniliklere de açık oldukları bilgisi görülmektedir. Ardından, üretken yapay zekâ teknolojisinin haber üretim ve dağıtım süreçlerinde, sağladığı avantajlardan söz edilmiştir. Ajans, doğruluk ve tarafsızlık ilkesini koruyarak teknolojiden yararlanmaktadır. Ayrıca geçmişten bu yana tüm koşullarda haber üretiminin dengeli biçimde sürdürüldüğüne de gönderme yapılmıştır (Reuters, t.y.).

“Yeni raporlama araçları ve yöntemleri”, “kullanıcı deneyimini geliştirmek” ve “üretken yapay zekâ” şeklinde üç temel başlıkta, bu sistemle ilgili açıklamalar yer almaktadır. İlk olarak, Reuters’in kurulduğu günden itibaren değişen şartlar ve teknolojik ilerlemelere uyum sağladığı ifade edilmiştir. 1990’lı yıllardan bu yana internet, habercilik sektöründe varlığını sürdürmektedir. Reuters’in bu yıllarda, finans ve ekonomi verilerini otomatikleştirilmiş şekilde sunmak adına hem şirket içinden hem de üçüncü taraf araçlardan oluşan sistemlerden yararlandıkları aktarılmıştır. İngilizce dışındaki diller için yapay zekâ destekli çeviri araçlarına da başvurumaktadırlar. Kullanıcı deneyimi kısmında, müşterilerin verimli biçimde bilgilere ulaşabilmesi için yapılanlardan söz edilmiştir. Bilgiye hızlı ve kolay erişilebilmesi için ajans tarafından eğitilmiş makine öğrenme hizmetlerine başvurulduğu; içerik önerisi ve analiz motoru ile de müşterileri belirli bir hedefe yönelik olan ve alaka düzeyi yüksek haberler sunulduğu kaydedilmiştir. Üretken yapay zekâ teknolojisi ile içerik ve dağıtımın zenginleştirilmesinin hedeflendiği, kullanıcı deneyimini iyileştirmek için çalışmalar gerçekleştirildiği; haberlerin sunumu ve iletim hizmetlerini geliştirmede üretken yapay zekanın olanaklar sağladığı, bununla beraber doğruluk ve tarafsızlık ilkelerine sadık kalınmaya çalışıldığı belirtilmiştir (Reuters, t.y.).

Reuters, ilk olarak, gazetecilikte robotik araçların haber toplama, üretim ve dağıtımında sağladığı avantajları ön plana çıkarmıştır. Bir ajansta bulunması gereken temel özelliklerden olan hız

faktörünü yerine getirmek adına, yapay zekâ teknolojisinin bu özelliğinden yararlandıkları anlaşılmaktadır. Reuters’in, yapay zekâ etiği ile ilgili temel değerlerine zarar vermeyecek şekilde oluşturulan belli başlı standartlar dışında, meslek etiği ve sürdürülebilirliğini açıklayan net ve sınırları çizilmiş sözlere yer verilmediği görülmektedir. Diğer ajanslarda -özellikle AFP ve Anadolu Ajansı’nda- belirgin olan bu durum, Reuters’da kısmen ve örtülü anlamlarla yer almıştır. Ancak teknolojik düzeyde kendileri de atılımlar yapan Reuters’in veri hizmeti, kalitesi, güvenliği konularında sorumlu yaklaşım ilkelerinden söz ettiği de göz ardı edilmemelidir.

Değerlendirme ve Sonuç

Habercilik, olan biteni gerçeğe en uygun şekilde aktarma, doğru ve güvenilir olma yükümlülükleri itibarıyla, yeni gelişen teknolojiye mesleğin ana ilkelerinden sapmadan uyumlanması konusunda, oldukça hassas bir konumdur. Dolayısıyla gelinen noktada, medya kuruluşlarının haber üretiminden dağıtımına yapay zekâ teknolojisinden yararlanması, meslek etiği ve standartları bağlamında güncellemeleri beraberinde getirmiştir. Doküman analizi yöntemi benimsenen bu çalışmada, *‘haber ajansları, yapay zekâ araçları kullanımında meslek etiği ve habercilik pratikleri açısından ne tür standartlar geliştirmektedir?’* sorusundan hareketle, AFP, AA, AP ve Reuters haber ajanslarının, yapay zekâ uygulamalarının haber süreçlerinde kullanımı noktasında ortaya koydukları standartlar ele alınmıştır. Çalışmanın *‘AA, AFP, AP ve Reuters’in habercilikte yapay zekâ kullanım üzerine oluşturduğu rehberler/standartlar nelerdir?’* alt sorusu üzerine ajansların rehber/standartlar ortaya konulmuştur. Bu bağlamda, Anadolu Ajansı tarafından yayınlanan “Medyada Yapay Zekâ Etik Kullanım Rehberi”, AP’nin “Üretken Yapay zekâ ile ilgili Standartlar” başlıklı yazısı, AFP tarafından yayınlanan “AFP Editöryal Standartlar ve En iyi Uygulamalar” başlıklı rehberin yapay zekâ ile ilgili bölümü ve Reuters’in “Güvenilir Haberlere Yapay Zekâ ile Güç Katmak” ile “Veri ve Yapay Zekâ Etiği İlkeleri” başlıklı yazıları incelenmiştir. Haber ajanslarının dokümanlarında yapılan inceleme sonucunda, yapay zekanın

medyada kullanımı ile ilgili temalar, “ajans standartları ve meslek etiğinin korunması”, “insan denetimi ve sürdürülebilirlik”, “veri kullanımı”, “haber üretiminde yardımcı araç olarak yapay zekâ kullanımı” ve “yapay zekâ içeriğinin güvenilirliği sorunu” olarak belirlenmiştir.

İnceleme için oluşturulan temalar bağlamında yapılan değerlendirme sonucunda, ‘AA, AFP, AP ve Reuters tarafından ortaya atılan rehberler/standartlar arasındaki benzerlikler nelerdir?’ sorusuna ilişkin bulgular ortaya konulmuştur. Tüm ajanslar hem kendi oluşturdukları standartlar hem de meslek etiğinin yapay zekâ sistemlerini kullanırken gözetilmesi gerektiğine işaret etmişlerdir. Ajans standartları ve meslek etiğinin korunması konusunda, bütün ajanslar yüksek hassasiyet sahibidir. Ancak meslek etiğine ağırlıkla değinen Anadolu Ajansı’dır. Ardından Reuters gelmektedir. AFP ve özellikle AP, ajansın kendi sahip olduğu standartlardan sıkça bahsetmiştir. Yine de bunlar, temel habercilik etiğiyle doğrudan ilintilidir. Standartlar ve etik konusunun tüm ajanslar tarafından dikkate alınması, teknolojiyle bütünleşmenin haberciliğin temel kurallarını yerinden edemeyeceğinin ispatlanmaya çalışılması olarak görülebilir.

Dikkat çektikleri diğer ortak nokta insan denetimi/editoryal kontrolün hem etik hem de sürdürülebilirlik bağlamında taşıdığı önemdir. Tüm ajanslar, yayınladıkları içeriklerde yapay zekâ sistemlerini kullanırken insan kontrolünün gerekliliğine gönderme yapmışlardır. Haberciliğin otomatikleşmesi sonucu istihdama karşı potansiyel risk taşıması, etik değerlerin yanında insanlardan oluşan editoryal kontrolün öne çıkmasına neden olmuştur. AA’nın mesleğin sürdürülebilirliği konusunda ayrıca bir başlık açtığı ve editoryal kontrolü öncelediği görülmüştür. AP, yapay zekanın gazetecilerin yerine almayacağını garanti ederek başladığı yazıda, editoryal denetimi vurgulamıştır. Reuters kendi geliştirdikleri haber üretim aracı Lynx Insight (Reuters, t.y.) verilerini editoryal denetime tabi tuttuklarını ifade ederken, AFP’de de öne çıkan yapay zekâ tabanlı tercüme araçlarına verinin ilk değerlendirme aşamasında başvurulması ve kontrol edilmesi, transkripsiyon

sürecinde de kaynağın orijinalliğinin denetlenmesi bilgileri, dolaylı olarak insan kontrolüne verdikleri önemi ortaya koymuştur.

Haberciliğin şeffaflık ilkesi temelinde veri kullanımı konusuna, Reuters dışındaki ajanslar önemle dikkat çekmişlerdir. Veri kullanımı ve bunun doğruluğu, dünyaya enformasyon akışını sağlama misyonuna sahip ajanslara, ekstra hassasiyet gösterme sorumluluğu yüklemektedir. Dolayısıyla rehberlerde, verinin gizliliğini sağlamanın önemine ve alınacak önlemlere yer vermişlerdir. AFP ve AP, gizli veya hassas verilerin yapay zekâ araçlarına yüklenmemesini söylerken, AA mahremiyete saygı ile telif hakları bakımından veri kullanımında hassasiyet gösterilecek hususlara değinmiştir. Ayrıca AA ve AP, yapay zekâ tarafından üretilen içeriklerin logo/dipnot gibi göstergelerle sunulması gerektiğini aktarmıştır. Reuters ise veri gizliliği ve güvenliğini önceleyecekleri bilgisini vermekle yetinmiştir. AFP ve AP veri kullanımı konusunda yol gösterici öneriler sunmuştur. AA ise diğerlerine oranla daha fazla hukuksal süreçlere odaklanmış, etik ve hukuki yaptırımlara karşı dikkatli olma tavsiyesinde bulunmuştur.

Ajanslar, yapay zekâ araçlarını kullanırken izledikleri yol ve yöntemlerle ilgili olarak da ortak yaklaşıma sahiplerdir. Verileri özetleme, transkripsiyon, analiz gibi konularda yardımcı olduğunu ifade etmişlerdir. Haber üretiminde yardımcı araç olarak yapay zekâ kullanımı başlığına göre, bütün ajanslar bu sistemlerden yararlandıklarını dile getirmişlerdir. Bu konuda en fazla açıklamayı Reuters yapmıştır. Zaten Reuters’in iki dokümanında da yapay zekâ araçlarının haber üretim ve dağıtım süreçlerinde, ajansa ve müşterilerine sağladığı faydalara değinilmiştir. AA, AP ve AFP, yapay zekadan görselleştirme, haber donesini özetleme veya sesi metin haline getirme, analiz etme süreçlerinde başvurulabileceğini ifade etmiştir. Ajanslar, yapay zekayı nasıl kullandıklarını açıklayarak bu konuda şeffaflıklarını ortaya koymuşlardır. AP, ChatGPT üreticisi OpenAI ile anlaşması olduğunu aktarmıştır. Reuters, yapay zekâ ve makine öğrenimi konusunda kendi girişimlerinden ve geliştirdikleri tescilli haber yazım aracı olan Lynx Insight’dan söz etmiştir. Bunun yanında, bu araçlardan

üretilen görsel-işitsel-metinsel verilerin doğrudan kullanılmayacağı da belirtilmiştir. AA, paylaşılan içeriğin yapay zekâ tarafından oluşturulduğunun dipnotlar veya logo yerleştirerek bildirilmesini söylemiştir. AFP ise tüm metinde yapay zekânın gazetecilik açısından sınırlarını çizmiş ve çeviri araçlarından yararlandıklarını söylemiştir. Ancak AA ve AFP, spesifik olarak hangi yapay zekâ araçlarını haber üretim ve dağıtım süreçlerinde kullandıklarına yer vermemiştir. Bu durum, söz konusu ajanslar için giderilmesi gereken bir eksiklik olarak değerlendirilmiştir.

Son olarak, *yapay zekâ içeriğinin güvenilirliği sorunu* konusunda Reuters, fazla bilgi aktarmamış olsa da tüm ajanslar, yine insan denetimini önceleyen açıklamalar yapmışlardır. Yapay zekâ üretiminin dezenformasyon, manipölasyon, gerçekdışı görüntü/ses üretimi, ayrımcılık, önyargı içermesi ihtimali bulunmaktadır. Bu nedenle insan denetimi temasıyla eşgüdümlü olarak elde edilen içeriklerin süzgeçten geçirileceği ifade edilmiştir. Reuters bu olumsuz yönlerde değinmezken Anadolu Ajansı, aynı konu hakkında toplumsal fayda ile insan onuru açısından da bir bakış sunmuştur. AFP, AP ve AA açısından yapay zekanın haber yapım ve dağıtım süreçlerinde kullanımı, meslek etiği ihlali boyutu, insan denetimi ve sürdürülebilirliği birbirini kapsayan cümleler halinde yer almıştır. AFP ve Reuters çeviri sistemlerinden bahsetmişlerdir. Gerçekten de çeviri, yapay zekâ sistemlerinin iddialı olduğu alanlardan biridir. Buna karşılık AFP'nin de dikkat çektiği gibi kuruluşa ait belirli söylemsel kalıpları da doğru tercüme etmesi önem taşıdığından, editöryal kontrol öne çıkmaktadır. Bu açıdan Reuters da yalnızca ön değerlendirme aşamasında bu uygulamalara başvurulduğunu aktarmıştır. AA, sürdürülebilir gazetecilik şeklinde bir başlık açarak, yapay zekâ ve sürdürülebilirlik ilişkisi kurmuştur. Esasen iç içe sayılabilecek bu iki kavramın diğer ajanslar da farkındadır. Ancak AA'nın açıkça madde olarak yazdığı, diğer ajansların ise daha çok etrafında dolaştığı görülmektedir. Dolayısıyla AA etik rehberindeki bu madde, rehberin okuyucularına direkt olarak basın çalışanlarının ve gazetecilik mesleğinin

varlığını korumaya yönelik aksiyon alacakları güvenini verecek şekildedir. Benzer şekilde insan gazetecilerin yapay zekaya tercih etmeyeceklerini söyleyen AFP ve AP, bununla, mesleğin devamlılığı ve itibarını korumaya yönelik bir adım attıklarını göstermişlerdir.

Belirlenen temalar kapsamında ajansların ortak tutuma sahip olmasının yanında, özellikle belli konulara atfettikleri önem derecesi birbirinden farklılık göstermiştir. Bu kapsamda araştırmanın '*AA, AFP, AP ve Reuters tarafından ortaya atılan rehberler/standartlar arasındaki farklar nelerdir?*' şeklindeki alt sorusu yanıtlanmıştır. İncelenen rehberler/standartlar arasında Reuters, en belirgin farklılığa sahiptir. Reuters, yapay zekâ teknolojisinin olumlu yönlerine ağırlık vermiştir. Fakat yaratacağı olumsuzluklarla ilgili bir öngörü bulunmamaktadır. Diğer ajansların aksine karmaşık ve kapsamlı bir rehberden daha çok yapay zekâ kullanımının avantajları, kullandıkları araçlar ve bu konudaki sorumluluklarından bahsetmekle yetinmiştir. Öte yandan müşteri memnuniyetini de öne çıkararak, YZ araçlarının ajansın sistemi içinde nasıl çalıştığına odaklandığı için ayrılmaktadır. Ajansların geliştirdiği ilkeler arasında, en sıralı ve kapsamlı bilgilerin, AA tarafından yayınlanan rehberde yer aldığını söylemek mümkündür. Daha çok küresel organizasyonların önerileriyle benzerlik içeren rehberin, diğerlerine nispeten daha kapsamlı olduğu söylenebilir. Yine diğerlerinden farklı olarak AA, "hukuksal süreçler" ve "insan ve okur hakları" şeklinde spesifik maddeler oluşturmuştur. Ajansın özellikle meslek etiği ve hukuk konusunda diğerlerinden ayrıştığı görülmektedir. AP standartları, sınırlı açıklamalar içermektedir. Belli başlıklarla sınırlandırılmamış olsa da yapay zekâ teknolojisine ilişkin potansiyel riskler, ana hatlarıyla maddelerde yer almıştır. Ancak, bilhassa meslek etiği ve ajans ilkeleri konusuna yaptığı vurgu öne çıkmaktadır. AFP, temel kuralları karmaşık olarak sıralamıştır. Üretken yapay zekâ araçlarının haberin üretim aşamalarında nasıl ve ne şekilde kullanılacağına yönelik sınırlar tekrar edilmiştir. Yapay zekanın gelecekteki konumuna yönelik öngörülerde bulunması, diğer ajanslara göre dikkat çeken bir özelliği olmuştur.

Genel olarak değerlendirildiğinde, incelenen rehberlerde, haber ajanslarının yapay zekâ araçları konusunda, habercilerin gündelik pratikleri ve meslek etiği bağlamında gerek olumsuzluk teşkil edebilecek konularda aldıkları önemlerin gerekse potansiyel faydalarının değerlendirildiği görülmüştür. Anadolu Ajansı ve AFP, teknolojik gelişimin devamlılığını göz önünde bulundurarak, bugün var olan standartların gelecekte değişeceğini vurgulamışlardır. Bu açıdan her iki ajansın da teknolojiyle paralel ve uyumlu olarak kendilerini güncelleyeceklerini işaret etmeleri, olumlu bir yaklaşım olarak değerlendirilmelidir. Zira habercilik, ilkel dönemlerden günümüze alanla ilgili hemen her yeni gelişen araca, enformasyon aktarma sürecinde başvurmuştur. Reuters ve AP ise özellikle yararlandıkları yapay zekâ uygulamalarından açıkça bahsederek, faaliyetlerine entegre ettiklerini doğrudan belirtmekle birlikte, teknolojik değişim karşısındaki durumlarını açıkça ortaya koymuşlardır.

İncelenen dokümanlarda da yazıldığı üzere, teknolojinin gelişmesi mevcut standartların güncellenmesini gerektireceğinden, gelecekte rehberlerin de kategorisel ve içeriksel anlamda değişikliğe uğrayacağı kaçınılmazdır. Bu dinamik alana ilişkin betimsel inceleme boşluğu, ajansların standartlarını inceleyen bu güncel makale ile mevcut durumun tespiti, olumlu yönleri ve eksiklikleri ortaya koymak suretiyle doldurulmaya çalışılmıştır. Teknolojideki hızlı değişim ön görüldüğünde, mevcut rehberlerin de güncelleneceği, dolayısıyla yeni araştırma problemleriyle ve çeşitli metotlarla çalışmalar gerçekleştirilebileceği söylenebilir.

Kaynaklar

Adalı, E. (2016). Doğal dil işleme. *Türkiye Bilişim Vakfı Bilgisayar Bilimleri ve Mühendisliği Dergisi*, 5(2).

AFP. (2023a, Eylül 8). *AFP and other leading media organizations call for global AI policy to protect editorial integrity*. <https://www.afp.com/sites/default/files/afpcommunique/202308/pdf/afppria2023.pdf>

AFP. (2023b, Eylül 18). *AFP editorial standards and*

best practices. https://www.afp.com/sites/default/files/afp_ethic_septembre_2023_0.pdf

Aktaş, C. (2007). İnternet'in gazeteciliğe getirdiği yenilikler. *Selçuk İletişim*, 5(1), 30-41.

Akyazı, A. (2018). Gazetecilikte dijitalleşme ve haber üretimine yansması: Robot gazeteciler. İçinde O. Uçak (Editör), *Dijital medya ve gazetecilik* (ss. 15-30). Eğitim Yayınevi.

Anadolu Ajansı. (t.y.). *Tarihçe*. <https://www.aa.com.tr/tr/p/tarihce>

Anadolu Ajansı Akademisi. (t.y.). *Medyada yapay zekâ etik kullanım rehberi*. <https://www.aa.com.tr/tr/haberakademisi/haberler/medyada-yapay-zeka-etik-kullanim-rehberi/533264>

Arguedas, A. R., & Simon, F. M. (2023). *Automating democracy: Generative AI, journalism, and the future of democracy*. Balliol Interdisciplinary Institute, University of Oxford.

Atabek, Ü. (2006). İnternette etik sorunların ekonomi politik bağlam. *Küresel İletişim Dergisi*, 2, 1-9.

Bekar, S. (2024). Yeni medyada yapay zekâ aracılığıyla dezenformasyon oluşturulması: Trump örneği. *Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 8(1), 40-66. <https://doi.org/10.46452/baksoder.1448805>

Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>

Brennen, J. S., Howard, P. N., & Nielsen, R. K. (2018). *An industry-led debate: How UK media cover artificial intelligence*. Reuters Institute for the Study of Journalism. DOI: 10.60625/risj-v219-d676

Bulut, S. (2020). Dijital çağda medya: Makine öğrenmesi, algoritmik habercilik ve gazetecilikte işlevsiz insan sorunsalı. *Selçuk İletişim*, 13(1), 294-313.

Cheng, S. (2025). When journalism meets AI: Risk or opportunity?. *Digital Government: Research and Practice*, 6(1), 1-12. <https://doi.org/10.1145/3665897>

CNTI. (2024, Ekim 11). Artificial Intelligence in Journalism. <https://innovating.news/article/ai-in-journalism/?ref=blog.adrianalacyconsulting.com#:~:text=For%20newsrooms%2C%20the%20use%20of%20generative%20AI%20tools,for%20abuse%20of%20copyright%20for%20journalists'%20original%20work>

Council of Europe. (2023). *Guidelines on the responsible implementation of artificial intelligence systems in journalism*. <https://rm.coe.int/cdmsi-2023-014-guidelines-on-the-responsible-implementation-of-artific/1680adb4c6>

Çevikel, T. (2004). Türkçe haber siteleri ve Türkiye'de internet gazeteciliğinin gelişimini sınırlayan faktörler. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 1, 147-163.

Dang, S. (2024, Haziran 18). Global audiences suspicious of AI-powered newsrooms, report finds. *Reuters*. <https://www.reuters.com/technology/artificial-intelligence/global-audiences-suspicious-ai-powered-newsrooms-report-finds-2024-06-16/>

de-Lima-Santos, M. F., Yeung, W. N., & Dodds, T. (2024). Guiding the way: A comprehensive examination of AI guidelines in global media. *AI & Soc*. <https://doi.org/10.1007/s00146-024-01973-5>

Girgin, A. (2012). Uluslararası haber ajansları. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1(12), 169-185. <https://doi.org/10.17064/iüifhd.73658>

Graefe, A. (2016). *Guide to automated journalism*. Tow Center for Digital Journalism A Tow/Knight Guide.

Gürcan, H. İ. (1998). Sanal gazete ve gazetecilik. *Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli İletişim Dergisi*, 15(15), 143-153.

Gürcan, H. İ. (2002). İnternet haberciliğinde yazım tekniği yaklaşımları. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1(12), 27-54.

Gürcan, H. İ. (2005). İnternet haberciliğinde etik değerler. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 22, 39-46.

Kalsın, B. (2016). Geçmişten geleceğe internet gazeteciliği: Türkiye örneği. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 1(42), 75-94. <https://doi.org/10.9761/JASSS3267>

Karasar, N. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemi: Kavramlar ilkeler teknikler*. (30. basım). Nobel.

Kim, H. (2019). *AI in journalism: Creating an ethical framework* [Honors Program Capstone Projects]. Syracuse University.

Lindén, C.G. (2017). Algorithms for journalism: The future of news work. *The Journal of Media Innovations* 4(1), 60-76.

Maral, T. (2023). Yapay zekâ ve haber üretimi: Chatpt'nin gazetecilikteki uygulamaları ve sınırlamaları. İçinde K. Ateşgöz (Editör), *Medya ve habercilik alanındaki yapay zekanın yükselişi* (ss. 189-203). Eğitim Yayınevi.

McCarthy, J. (2007, Kasım 12). What is Artificial Intelligence? <https://www-formal.stanford.edu/jmc/whatisai.pdf>

Meir, N. (2023, Ağustos 15). Standards around generative AI. *AP* <https://www.ap.org/the-definitive-source/behind-the-news/standards-around-generative-ai/>

NTV. (2024, Mart 1). Elon Musk, ChatGPT'nin geliştiricisi OpenAI'a dava açtı. NTV. <https://www.ntv.com.tr/teknoloji/elon-musk-chatgptnin-gelistiricisi-openaia-dava-acti,25hD3u6uGU-UA-NSIt70YQ>

Özsali, A. (2023). Yapay zekâ yoluyla oluşturulan sahte haberlerin medya gündemini belirlemesi. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 13(3), 533-550. <https://doi.org/10.7456/tojdac.1285554>

Paris Charter On AI and Journalism. (2023, Kasım 10). <https://rsf.org/sites/default/files/medias/file/2023/11/Paris%20charter%20on%20AI%20in%20Journalism.pdf>

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. <https://doi.org/10.1177/10776958221149577>

Porlezza, C., & Schapals, A. K. (2024). AI Ethics in journalism (Studies): An evolving field between research and practice. *Emerging Media*, 2(3), 356-370. <https://doi.org/10.1177/27523543241288818>

Reuters. (t.y.). *Powering trusted news with artificial intelligence*. <https://www.reutersagency.com/en/artificialintelligence/>

Smulowitz, S. (2017). Document Analysis. İçinde J. Matthes, C. S. Davis, & R. F. Potter (Editörler), *The International Encyclopedia of Communication Research Methods* Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118901731.iecrm0071>

Şentöregil, M. (2023). Yapay zeka çağında dezenformasyon sorunu. İçinde K. Ateşgöz (Editör), *Medya ve habercilik alanındaki yapay zekanın yükselişi* (ss. 171-188). Eğitim Yayınevi.

The Information Architects of Encyclopaedia Britannica(t.y.) Newsagency. *Encyclopedia Britannica*. Mayıs 17, 2025 tarihinde <https://www.britannica.com/facts/news-agency> adresinden erişildi.

Thomson Reuters. (t.y.). *Data and AI ethics principles*. <https://www.thomsonreuters.com/en/artificial-intelligence/ai-principles.html>

Tokgöz, O. (1981). *Temel gazetecilik*. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

Turancı, E. (2016). Modanın dijital medya dünyasında sunumu: Moda blogları üzerine bir inceleme. *TRT Akademi*, 1(2), 450-471.

Turğal, L., & Küçükerdoğan, B. B. (2023). Bir dezenformasyon aracı olarak yapay zekâ: Bing arama motoru örneğinde iklim değişikliği konulu haber fotoğraflarının incelenmesi. *İletişim ve Diplomasi*, 11, 57-82. <https://doi.org/10.54722/iletisimvediplomasi.1376404>

Waddell, T. F. (2017). A Robot Wrote This? How perceived machine authorship affects news credibility. *Digital Journalism*, 6(2), 236-255. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1384319>

World Economic Forum. (2024, Ocak 15). *Principles for the future of responsible media in the era of AI*. https://www3.weforum.org/docs/WEF_Principles_for_the_Future_of_Responsible_Media_in_the_Era_of_AI_2024.pdf

Zengin Okay, D. (2024, Şubat 27). OpenAI, The New York Times'ın "telif hakkı" davası için ChatGPT'yi "hacklediğini" iddia etti. *Anadolu Ajansı*. <https://www.aa.com.tr/tr/bilim-teknoloji/openai-the-new-york-timesin-telif-hakki-davasi-icin-chatgptyi-hackledigini-iddia-etti-/3149486>

Extended Abstract

It is a fact that technological developments affect people's lives in many ways and bring many benefits. Most daily tasks or needs, such as shopping, entertainment and information, can be easily fulfilled using technological tools. In this respect, it can be said that most of our lives are now surrounded by technology. Alongside this positive aspect, there is a serious risk of reducing the need for human labour. Artificial intelligence, which has been on the agenda recently, has become a threat to professions that require creative intelligence, such as journalism. This technology is used to research the news, gather information, write the text and disseminate it to the masses. However, using robotic tools in journalism brings negative aspects such as misinformation, information pollution, manipulation and disinformation, which will affect the profession at its roots. The content presented by artificial intelligence applications as a combination of different information can be

misleading. In addition, a major risk also leads to copyright and ethical violations by presenting content normally subject to certain permissions without filtering. Faced with these risks, global organisations and news agencies have published various guidelines, standards and calls for development. This study analyses the new ethical standards proposed by news agencies for using artificial intelligence in the media. The method used in this study was document analysis. Anadolu Agency, Associated Press, Agence France-Presse and Reuters were selected as the sample. News agencies play an important role in the transmission of news around the world. It is, therefore, important to know the limits of using artificial intelligence technology in their news, both now and in the future, to maintain trust in the profession and institutions. The study's central question is: What standards do news agencies develop regarding professional ethics and journalistic practices when using artificial intelligence tools?. The first sub-question in the study is the guidelines/standards established by AA, AFP, AP and Reuters on using artificial intelligence in journalism. The documents analysed in this context are as follows: Anadolu Agency: 'Guidelines for Ethical Use of Artificial Intelligence in Media', Associated Press: 'Standards around generative AI', Agence France-Presse: 'AFP editorial standards and best practices', Reuters: 'Powering trusted news with artificial intelligence' and Thomson Reuters: 'Data and AI ethics principles'. Two further sub-questions asked about the similarities and differences between the guidelines/standards put forward by AA, AFP, AP, and Reuters, and the study answered these. In particular, the similarities predominate. The differences are more related to the issues emphasised in the guidelines.

First, the basic characteristics of these documents were identified. The standards and recommendations proposed were systematically identified and analysed. The most frequently mentioned themes in the documents were identified. These themes are include "Protection of agency standards and professional ethics", "Human

control and sustainability in the news", "Use of data", "Use of artificial intelligence as a tool in news production", and "The problem of reliability of the content of artificial intelligence". All the agencies analysed the importance of protecting agency standards and professional ethics. Anadolu Agency mentioned this issue the most. Reuters, AFP and AP also mentioned the importance of agency standards and principles when using artificial intelligence. One of the biggest threats posed by the automation of journalism is that it may reduce the need for human journalists, making the profession unsustainable. In their guide, Anadolu Agency opened a section called sustainability. In this section, they mentioned that they protect the rights of journalists so that artificial intelligence does not replace humans, especially in areas that require creativity. The Associated Press began by saying that artificial intelligence will not replace humans. In this respect, it is clear that they are keen to protect the presence of humans in the news production process. Reuters states that it has been automatically publishing economic and financial news for many years using software developed internally. However, it states that this data is subject to editorial control. So, the distinction between robot journalism and human journalists is clear. AFP emphasised editorial control when using artificial intelligence applications such as translation tools. Another important issue is the use of data. This topic includes measures to address violations of data confidentiality, privacy and copyright that may arise from the use of artificial intelligence applications. Anadolu Agency highlighted privacy and copyright. AP and AFP warned against uploading confidential data when using artificial intelligence tools. In addition, AA and AP pointed out that the content published was produced by artificial intelligence. Reuters said privacy and security were priorities. Among the agencies, Anadolu Agency emphasised the use of data and legal processes the most. All agencies use artificial intelligence tools in their news production processes. While Reuters (Lynx Insight) and AP (ChatGPT) are clear about their tools, this information was not found at AA and

AFP. Agencies use artificial intelligence tools within certain limits. As a result, publishing content directly produced by artificial intelligence is impossible. On the contrary, the content generated by these tools is subject to editorial filters. This is because the reliability of the content produced by these tools is still a matter of great debate. Artificial intelligence can produce unethical content such as disinformation, manipulation, misinformation, unreliable information, bias, discrimination, etc. For this reason, agencies have stressed the need for human oversight of AI-generated content. According to the investigation, Anadolu Agency's guide has the most comprehensive and sequential information among the agencies analysed. It was also noted that developments in artificial intelligence systems will require updating existing standards. The statements in the AFP guide are not sequential. However, like Anadolu Agency, it is based on specific issues and responsibilities of the profession. Again, the AFP has considered developments that will change existing standards in the future. AA and AFP are compatible with technology and are also cautious and responsible for addressing the profession's needs. AP has conveyed to the reader the contributions of artificial intelligence to journalism, its limitations, and what actions require attention. Reuters focused almost exclusively on the positive aspects of AI technology. The agency did not mention the potential risks of using artificial intelligence technology. This study examines institutions recently implemented standards, evaluates the current situation, tries to explain the positive aspects, and reveals the shortcomings. Technology is developing daily, and the standards and ethical and legal boundaries for its use in journalism need to be developed and updated. Therefore, this article may serve as a guideline for future studies dealing with this issue.

Yazar Bilgileri

Author details

*(Sorumlu Yazar Corresponding Author) Arş. Gör. Dr., Kastamonu Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, aycbilmz@hotmail.com, Orcid: 0000-0001-6451-8069

Destekleyen Kurum/Kuruluşlar

Supporting-Sponsor Institutions or Organizations:

Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır. **None**

Çıkar Çatışması

Conflict of Interest

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır. **None**

Kaynak Göstermek İçin

To Cite This Article

Gökdemir, A. (2025). Haber ajansları tarafından geliştirilen gazetecilikte yapay zekâ kullanımı standartları. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (70), 46- 65. <https://doi.org/10.47998/ikad.1592394>