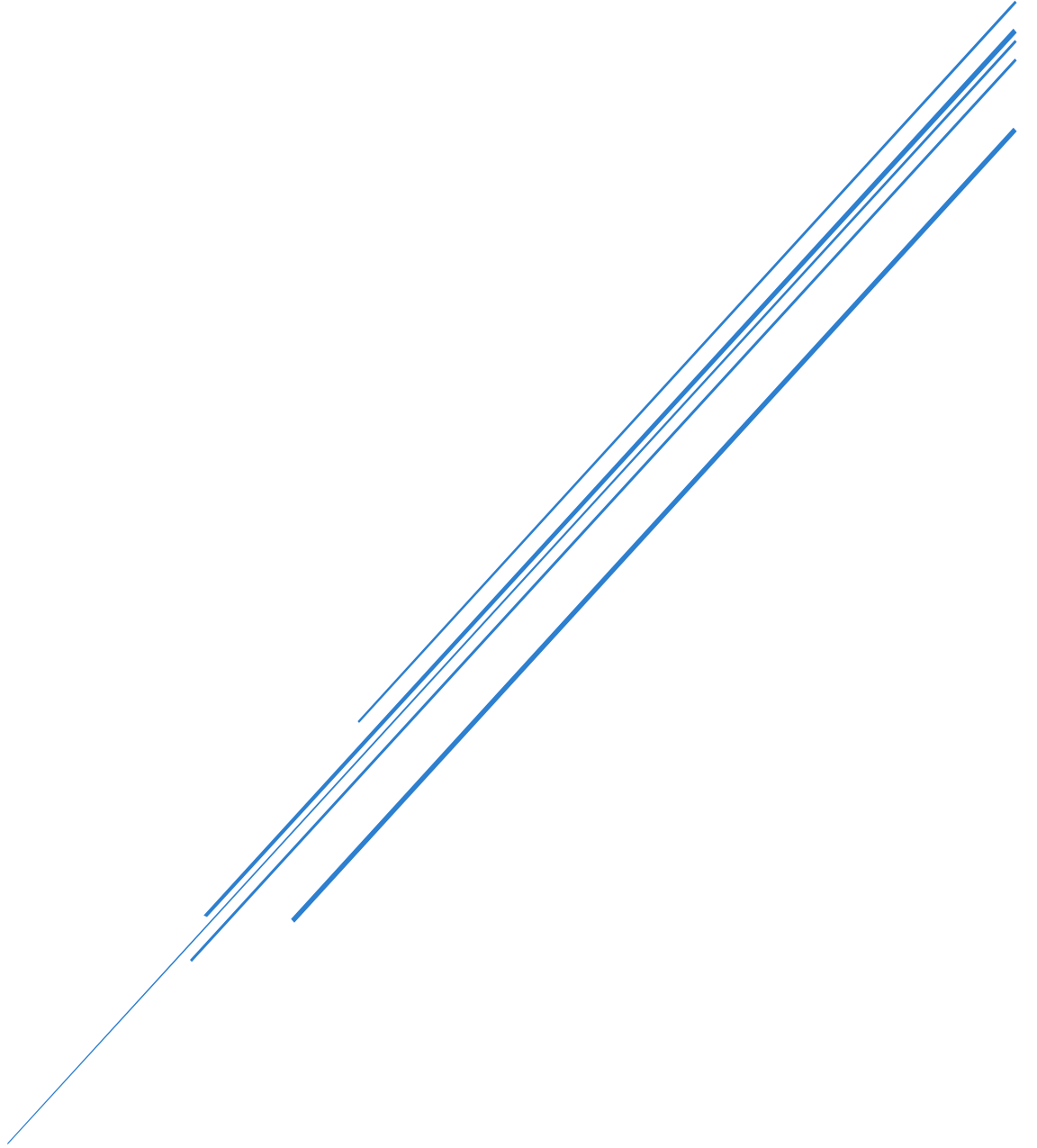


TRAI YAPAY ZEKA HUKUK VE YARGI ÇALIŞMA GRUBU WEBİNARI

AIMYY ÖZETLEDİ



17.02.2025
Dr. Elyase İskender

DETAYLI ANALİZ – KONUŞMACI BAZLI

1. Özlem Sezgin Baysal – Avukat, Yapay Zeka ve Hukuk Uzmanı

Ana Konu:

- Üretken yapay zekanın reklam sektöründe kullanımı ve hukuki yansımaları

Amaç:

- Yapay zekanın içerik üretiminde oynadığı rolü analiz etmek
- Yapay zekayla üretilen içeriklerin hukuki statüsünü tartışmak
- Reklam sektöründe **etik ilkeler ve hukuki düzenlemeler** açısından hangi kuralların uygulanacağını açıklamak

Hedef Kitle:

- Reklam sektörü profesyonelleri (ajanslar, marka yöneticileri)
- Hukukçular ve akademisyenler
- Dijital medya ve yapay zeka geliştiricileri

Ana Argümanlar:

1. Üretken yapay zeka, reklam sektöründe içerik üretimini dönüştürüyor:
 - Fikir aşamasından içerik oluşturma sürecine kadar geniş kullanım alanı
 - **Kişiselleştirme, müşteri segmentasyonu ve chatbotlar** ile veri bazlı reklamcılığın yükselişi
2. Ancak, yapay zeka ile üretilen içeriklerin etik ve hukuki sorunları var:
 - **Tüketiciyi aldatma riski**
 - **Şeffaflık eksikliği** (Yapay zeka tarafından üretilmiş bir içeriğin tüketiciye açıklanması gerekir mi?)
 - **Telif hakları sorunu:** Yapay zeka tarafından üretilen içeriğin sahibi kim?
3. Mevcut hukuki çerçeve yetersiz, ancak uygulanabilir:
 - Türkiye’de yapay zeka için özel bir hukuk yok, ama mevcut **reklam, tüketici ve telif hakkı yasaları** uygulanabilir
 - AB’nin **Yapay Zeka Yasası** bu alanda referans olarak alınabilir

Örnekler:

- **Güzellik ve cilt bakım ürünlerinin reklamları:**
 - Eğer yapay zeka bir kişinin yüzünü iyileştirirse ve bu bir reklamda kullanılırsa, bu tüketiciyi aldatmak anlamına gelir mi?
- **Chatbotlar ve müşteri hizmetleri:**
 - Kullanıcılar bir insan mı yoksa yapay zeka ile mi konuştuğunu bilmeli mi?

🔊 Alıntılar:

- “Teknolojinin gelişmesinden korkmuyoruz, biz insandan korkuyoruz.”
- “Yapay zekanın şeffaf ve etik kullanımı zorunluluk olmalı.”

📖 Arka Plan Bilgisi:

- Avrupa Birliği’nin 7 temel etik ilkesi
- Yapay zekanın reklam ve medya sektöründeki yasal sorumlulukları

📁 Sonuçlar:

- Yapay zeka **reklam sektörünü kökten değiştirecek**, ancak **yasal ve etik düzenlemelere ihtiyaç var**
- Yapay zeka tarafından üretilen içeriğin **etiketlendirilmesi** gerekebilir
- **Tüketiciyi koruma yasaları, yapay zeka ile güncellenmeli**

⚡ Pratik Uygulamalar:

- Reklam verenler, **yapay zeka içeriklerinin tüketiciye açıkça belirtilmesi gerektiğini** göz önünde bulundurmalı
- Ajanslar, **sözleşmelere yapay zeka kullanımıyla ilgili özel maddeler eklemeli**
- Şirketler, **etik yapay zeka politikaları oluşturmalı**

🔧 2. Halime Hanım – Kişisel Veri Güvenliği Uzmanı

🎯 Ana Konu:

- **Yapay zeka ve kişisel veri güvenliği**

🎯 Amaç:

- Yapay zekanın **büyük veri ve kişisel veri kullanımıyla ilgili risklerini** değerlendirmek

- **GDPR ve KVKK gibi veri koruma yasalarının** yapay zekaya nasıl uygulanacağını tartışmak

Hedef Kitle:

- **Hukukçular ve KVKK/GDPR uzmanları**
- **Şirketlerin veri güvenliği ekipleri**
- **Yapay zeka ve büyük veri geliştiricileri**

Ana Argümanlar:

1. **Yapay zeka büyük miktarda kişisel veri işliyor:**
 - Kişisel veriler **eğitim setleri, chatbotlar, müşteri analitikleri** gibi birçok alanda kullanılıyor
 - Kullanıcılar, **hangi verilerinin toplandığını ve nasıl işlendiğini bilmiyor**
2. **Veri gizliliği için şeffaflık gereklidir:**
 - **AI sistemleri, otomatik kararlar alırken kişisel verileri kullanıyorsa, kullanıcı bilgilendirilmeli**
 - Kişisel veriler **sadece belirli amaçlarla işlenmeli ve saklama süresi belirlenmeli**
3. **Mevcut düzenlemeler yapay zekaya nasıl uygulanır?**
 - **KVKK (Türkiye) ve GDPR (AB)**, yapay zeka tarafından işlenen kişisel veriler için belirli kurallar içeriyor
 - **Otomatik karar alma süreçlerine itiraz hakkı**, bireylerin en büyük hakkıdır

Örnekler:

- **Chatbotların kullanıcı verilerini saklaması:**
 - Bir chatbot, kullanıcıların kişisel bilgilerini sakladığında, bu GDPR ve KVKK'ya uygun mu?
- **Reklamlarda kişisel verilerin kullanımı:**
 - Bir yapay zeka, kullanıcı davranışlarını analiz edip kişiye özel reklamlar gösteriyorsa, **bu işlem için açık rıza alınmalı mı?**

Alıntılar:

- **“Kişisel verilerin korunması yapay zeka için en büyük etik sorunlardan biridir.”**

- “Şeffaflık ve hesap verebilirlik olmadan, yapay zeka sistemlerine güven duymak mümkün değil.”

Arka plan Bilgisi:

- Turing Testi ve yapay zekanın bilişsel yetenekleri
- GDPR ve KVKK'da otomatik karar alma süreçleri

Sonuçlar:

- Yapay zeka tarafından işlenen kişisel veriler, şeffaf bir şekilde yönetilmeli
- GDPR ve KVKK gibi yasalar, yapay zekaya özgü düzenlemeler içermeli
- Şirketler, AI modellerini eğitirken veri gizliliğine ekstra dikkat etmeli


Pratik Uygulamalar:

- Chatbotlar ve kişisel veri kullanan AI sistemleri için açık rıza alınmalı
- AI sistemlerinin otomatik kararlarına kullanıcıların itiraz hakkı olmalı
- Kişisel verilerin anonim hale getirilmesi, veri güvenliği açısından kritik öneme sahip

SONUÇ:

Bu iki konuşmacının vurguladığı ana noktalar şu şekildedir:

- Yapay zeka reklam, medya ve hukuk sektörünü hızla dönüştürüyor
- Kişisel veri güvenliği, yapay zeka için en büyük etik ve hukuki sorunlardan biri
- Türkiye’de yapay zeka için spesifik yasalar yok, ancak mevcut düzenlemeler AI sistemlerine uygulanabilir
- Etik yapay zeka ilkeleri oluşturulmalı ve tüm sektörlerde uygulanmalı

 **Özetle:** Yapay zeka, hukuki çerçevede birçok gri alan yaratıyor. Ancak, **etik ilkeler ve kişisel veri güvenliği** temel prensipler olmalı. 