TELEVİZYON YAYINCILIĞINDA

ALGORİTMİK DÖNEM VE GELECEK VİZYONLARI

Editör

Doç. Dr. Feridun NİZAM

Vizetek
Yayıncılık

TELEVİZYON YAYINCILIĞINDA
ALGORİTMİK DÖNEM VE GELECEK VİZYONLARI

Editör

Doç. Dr. Feridun NİZAM

Yazarlar

Deniz YAMAN - Feridun NİZAM - Hüsna YILMAZ
Müberra Nesibe BAYRAM ERYİĞİT - Muhammed Halit UZ - Seher KAN

E-ISBN: 978-625-382-528-7
DOI: 10.54637/vizetek.9786253825287

Copyright © Vizetek
Bu kitabın basım, yayım ve satış hakları Vizetek Yayıncılık Sanayi ve Ticaret Limited Şirketine aittir. Vizetek Yayıncılık'ın izni alınmadan kitabın tümü ya da bölümleri, kapak tasarımı, elektronik, mekanik, fotokopi, manyetik, kayıt ya da başka yöntemlerle çoğaltılamaz, basılamaz, dağıtılamaz.
Bu kitap, elektronik (e-kitap) formatlarında yayımlanmaktadır.
Kitap içeriğinin tüm sorumluluğu yazar(lar)ına aittir.

Yayın Tasarımcısı / Koordinatörü: Ferit RESULOĞULLARI
Kapak Tasarımı ve Mizanpaj: Ahmet TUNÇDEMİR
Baskı: Ankara | Ekim, 2026

Materyal Türü: Elektronik Kitap (Çevrim içi / Web tabanlı)
Elektronik Yayın Formatı: PDF
Elektronik Yayın Tipi: Adobe Ebook Reader

Vizetek
Yayıncılık

Seyranbağları Mah. İncesu Cad. 10/2 Çankaya/ANKARA
Tel.: (0312) 482 00 11
Web: www.vizetek.com.tr
E-mail: vizetekyayincilik@gmail.com
Yayıncı Sertifika No: 41575

ÖN SÖZ

Televizyon yayıncılığı, uzun yıllar boyunca içeriklerin üretildiği, belirli bir yayın akışı içinde izleyiciye ulaştırıldığı ve büyük ölçüde ortak bir izleme deneyiminin yaşandığı bir alan olarak gelişmiştir. Dijital teknolojilerin yaygınlaşmasıyla birlikte bu yapı önemli ölçüde değişmeye başladı. Bugün izleyiciler yalnızca kendilerine sunulan yayın akışını takip etmiyor; farklı platformlar üzerinden içerik seçebiliyor, izleme zamanını belirleyebiliyor ve kişisel tercihlerine göre hazırlanan önerilerle karşılaşabiliyor. Yapay zekâ uygulamalarının gelişmesi ise bu değişimi yeni bir aşamaya taşıyor. Artık tartışmamız gereken konu yalnızca televizyonun hangi teknolojileri kullandığı değil, bu teknolojilerin yayıncılığın üretim, dağıtım ve karar alma süreçlerini nasıl etkilediğidir.

Televizyon Yayıncılığında Algoritmik Dönem ve Gelecek Vizyonları başlıklı bu kitap, söz konusu dönüşümü farklı yönleriyle ele alma düşüncesinden doğdu. Algoritmalar ve yapay zekâ, yayıncılık açısından önemli olanaklar sunuyor. İçeriklerin daha hızlı hazırlanması, farklı izleyici gruplarına ulaştırılması ve erişilebilirlik seçeneklerinin geliştirilmesi bu olanaklar arasında yer alıyor. Bununla birlikte, hangi içeriklerin öne çıkarıldığı, izleyicilerin hangi seçeneklerle karşılaştığı, editoryal kararların nasıl verildiği ve yayıncılığın temel sorumluluklarının nasıl korunacağı gibi sorular da giderek önem kazanıyor. Dolayısıyla teknolojik gelişmeleri yalnızca sağladıkları kolaylıklar üzerinden değil, beraberlerinde getirdikleri yeni sorumluluklar açısından da değerlendirmek gerekiyor.

Kitapta yer alan bölümler, bu geniş konuyu birbirini tamamlayan farklı yaklaşımlarla inceliyor. Böylelikle yalnızca yan yana getirilmiş beş metin değil, televizyon yayıncılığının algoritmik dönüşümünü farklı açılardan tartışan ortak bir eser ortaya koyma amacı gerçekleşmiş oluyor. Muhammed Halit UZ, içeriklerin lokomotif olduğu değişimi yani dizi sektöründe dijitalleşmenin etkilerini platformlaşma, verileştirme, algoritmik kürasyon ve yaratıcı emek kavramları çerçevesinde ve geleceğe yönelik olası senaryolar üzerinden ele alıyor. Müberra Nesibe BAYRAM ERYİĞİT, televizyon sektöründeki yeni dönemin başlangıç noktası olarak Netflix'in Türkiye stratejisini merkeze alarak küresel platformların ulusal yayıncılık yapısıyla ilişkisini, küresel iletişim stratejileriyle tartışıyor. Netflix'in Türkçe arayüz, yerel fiyatlandırma, özgün yerel yapımlar ve algoritmik görünürlük hiyerarşisi

aracılığıyla çok katmanlı bir yerelleşme stratejisi izlediğinin tespitiyle küreyerel bir dönüşümün izini sürüyor. Hüsna YILMAZ, üretken yapay zekâ çağında kişiye özel televizyon yayıncılığına odaklanıyor ve izleyiciye sunulan içeriğin de kişiselleştirilebileceği yeni bir dönemin olanaklarını ve sorunlarını değerlendiriyor. Üretken yapay zekânın televizyon içeriklerini kişiye göre değiştirme kapasitesini incelemek amacıyla kaleme aldığı eserinde "üretken yayıncılık" ve "değiştirilemez çekirdek içerik" kavramlarını literatüre kazandırıyor. Deniz YAMAN ise yapay zekâ destekli içerik denetimini, eşik bekçiliği süreçlerini ve editoryal özerklik meselesini yayıncılık ilkeleri çerçevesinde inceliyor. Algoritmik eşik bekçiliği kavramını, içeriğin yalnızca yayına kabulü veya reddiyle sınırlı olmayan; tanıma, eşleştirme, sınıflandırma, önceliklendirme ve gerektiğinde dönüştürme aşamalarını kapsayan sosyo-teknik bir süreç olarak tanımlayıp; yapay zekânın insan editörün yerini alan bir yapıdan çok, editoryal karar süreçlerini destekleyen bir araç olarak değerlendirilmesi gerektiğinin tespitini sunuyor. Kitabın son bölümünde de yüzyıllık televizyon yayıncılığının başlangıcı olan kamu hizmeti yayıncılığının algoritmik televizyon dönemindeki durumu masaya yatırılıyor. Danışmanlığını yürüttüğüm yüksek lisans öğrencim Seher KAN ile birlikte kaleme aldığımız bölüm BBC, VRT, RTBF ve DR örneklerini Türkiye'deki TRT ve tabii platformu bağlamıyla karşılaştırarak algoritmik dönüşümün kamusal değerler açısından ne ifade ettiğini tartışıyor. Bu bölümün temel hareket noktası, dijital platformların ve algoritmik sistemlerin varlığından hareketle kesin sonuçlara ulaşmak yerine, mevcut kanıtların neleri gösterdiğini ve hangi soruların daha fazla araştırılması gerektiğini birbirinden ayırmaktır. Çünkü kamu hizmeti yayıncılığı söz konusu olduğunda erişim, içerik çeşitliliği, şeffaflık ve hesap verebilirlik gibi ilkeler, teknolojik yeniliklerin değerlendirilmesinde önemli bir yer tutmaktadır.

Bölümler farklı konulara odaklansa da ortak bir soruda buluşuyor: Algoritmaların yayıncılık süreçlerindeki rolü arttıkça, içerik üreticilerinin, yayıncıların, platformların ve düzenleyici kurumların sorumlulukları nasıl değişiyor? Bu soruya tek bir yanıt vermek kolay değil. Teknolojik gelişmeler yeni imkânlar sunarken ekonomik öncelikler, mesleki değerler, izleyici tercihleri ve kamusal sorumluluklar arasındaki ilişkileri de yeniden şekillendiriyor. Bu nedenle algoritmik dönüşümü yalnızca teknik bir yenilik olarak değil, yayıncılığın geleceğini ilgilendiren daha geniş bir değişim süreci olarak ele almak gerekiyor.

Bu kitabın, televizyon yayıncılığında yaşanan dönüşümü anlamak isteyen araştırmacılara, öğrencilere, sektör çalışanlarına ve konuya ilgi duyan okurlara katkı sağlamasını diliyorum. Buradaki çalışmaların, hazır yanıtlar sunmaktan çok yeni sorular sormaya, farklı bakış açılarını karşılaştırmaya ve geleceğe ilişkin daha sağlam değerlendirmeler yapmaya yardımcı olmasını umuyorum. Çünkü televizyon yayıncılığının geleceğinin yalnızca hangi teknolojilerin geliştirileceğine değil, bu teknolojilerin hangi amaçlarla, hangi ilkeler doğrultusunda ve kimin yararına kullanılacağına da bağlı olduğu aşikârdır.

Editör

Doç. Dr. Feridun NİZAM

İÇİNDEKİLER

1. BÖLÜM

Dizi Sektöründe Dijitalleşmenin Dönüştürücü Etkileri:
Platformlaşma, Algoritmik Karar Verme ve Televizyon Yayıncılığının Geleceği 1

Muhammed Halit UZ

2. BÖLÜM

Algoritmik Televizyon Çağında Küresel Platformlaşma:
Netflix'in Türkiye Stratejisi ve Ulusal Yayıncılığın Dönüşümü 20

Müberra Nesibe BAYRAM ERYİĞİT

3. BÖLÜM

Aynı Programı Artık Aynı mı İzleyeceğiz?
Üretken Yapay Zekâ Çağında Kişiye Özel Televizyon Yayıncılığı 37

HÜSNA YILMAZ

4. BÖLÜM

Televizyon Yayıncılığında Algoritmik Eşik Bekçiliği:
Yapay Zekâ Destekli İçerik Denetimi ve Editoryal Özerklik..... 72

Deniz YAMAN

5. BÖLÜM

Algoritmik TV Çağında Kamu Yayıncılığının Geleceği:
Türkiye ve Dünyadan Örneklerle Karşılaştırmalı Bir Analiz 95

Seher KAN

Feridun NİZAM