UFUK ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI

YAYIN NO: 2023/5

UFUK ÜNİVERSİTESİ
II. ULUSLARARASI SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ
Yapay Zekâ ve Sosyal Bilimler
BİLDİRİ ÖZETLERİ KİTABI

UFUK UNIVERSITY
2 ND INTERNATIONAL CONGRESS ON SOCIAL SCIENCES
Artificial Intelligence and Social Sciences
ABSTRACT BOOK

Editör
Dr. Öğretim Üyesi Fulya KORKMAZ
Editör Yardımcısı
Araştırma Görevlisi Hasan Ali GÜÇLÜ

ANKARA

UFUK ÜNİVERSİTESİ II. ULUSLARARASI SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ

Yapay Zekâ ve Sosyal Bilimler

BİLDİRİ ÖZETLERİ KİTABI

UFUK UNIVERSITY 2 ND INTERNATIONAL CONGRESS ON SOCIAL SCIENCES

Artificial Intelligence and Social Sciences

ABSTRACT BOOK



UFUK ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI

Yayın No: **2023/5**

Editör: **Dr. Öğretim Üyesi Fulya KORKMAZ**

Editör Yardımcısı: **Araştırma Görevlisi Hasan Ali GÜÇLÜ**

ISBN: **978-975-6273-06-7**

Basım Yılı: **2023**

Basım Yeri: **UMUT MATBAA TABELA**

Kazım Karabekir Cad. Özer İş Hanı 31/104 Altındağ/ANKARA

Bu yayının telif hakkı ve yayın hakkı Ufuk Üniversitesine aittir. Ufuk Üniversitesinin izni dışında kısmen veya tamamen kopyalanamaz, çoğaltılamaz ya da yayınlanamaz. Kaynak gösterilmediği sürece alıntı yapılamaz. Metinlerdeki görüşler yazarlara aittir. Ufuk Üniversitesini bağlamaz.

YAPAY ZEKÂ TEKNOLOJİSİNİN GELENEKSEL BİR MEDYA ARACI OLARAK TELEVİZYON SEKTÖRÜ İÇERİSİNDEKİ KULLANIMI

Dr. Bahadır KAPIR

TRT/ Görüntü Yönetmeni

ÖZET

Yapay zekâ destekli algoritmik yazılımlar; geleneksel ve dijital medya alanında bir içeriğin üretim, dağıtım ve tüketim aşamaları dahil olmak üzere sektörün hemen hemen her kademesinde aktif olarak kullanılmaya başlanmıştır. Özellikle bu yazılımlar, dijital medya alanında anlık olarak izleyici verilerinin analizi sayesinde elde edilen verilerden yola çıkarak algoritmalarını beslemekte ve bu sayede, dijital medya araçlarında var olan ve insan gücü ile yapılamayacak ya da yapılması oldukça uzun zaman alacak iş akışlarını otomasyonlaştırmaktadır. Bununla beraber, dijital medya alanında kullanılan algoritmalar; içeriğin oluşturulması, sıralandırılması ve kişiselleştirilmesi gibi birçok işlevde etkin bir rol oynayarak bu platformların gerek görsel gerekse içeriksel olarak da tasarımlarını gerçekleştirmektedir. Ancak dijital medya platformlarına oranla, geleneksel bir medya aracı olarak televizyon sektörü içerisinde yapay zekâ teknolojisine sahip yazılımların/donanımların henüz etkin olarak kullanılmadığı söylenebilir. Ayrıca, yapay zekâ ve medya konusu hakkında akademik düzeyde gerçekleştirilen çalışmaların ekseriyetle dijital medya araçları üzerinden irdelendiği de gözlemlenmiştir. Bu bağlamda hareketle çalışmada, "yapay zekâ teknolojisinin geleneksel medya sektöründeki iş gücünü nasıl etkileyeceği" sorusuna cevap aranmıştır. Yönetmen, editör, kameraman, resim seçici, ses operatörü, ışık tasarımcısı, grafik tasarımcısı gibi bir televizyon programının çekimleri esnasında görevli olan personelin iş akış operasyonlarına yapay zekâ teknolojisinin hangi ölçekte dahil olduğu ve televizyon sektöründe bir içeriğin oluşturulması aşamasında hayati öneme sahip olan bu meslek kollarını nasıl etkileyeceği üzerine araştırma gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırma deseni çerçevesince durum saptama çalışması yapılan çalışmada, bulgular yarı-yapılandırılmış mülakat tekniği ile toplanmıştır. Araştırma sonucunda ise şu bulgulara ulaşılmıştır; yapay zekâ teknolojisi bir televizyon programının çekim aşamasında henüz tam anlamı ile etkin olarak kullanılmamaktadır. Yapay zekâ teknolojisine sahip algoritmik sistemlerin senaryo yazımı, içerik oluşturma, oyuncu/sunucu seçimi, grafik tasarımı gibi bir içeriğin üretim öncesi aşamasında zihin-emek gücü gerektiren iş akışlarını otomasyonlaştırdığı ya da verdiği öneri odaklı çıktılar ile editöryel iş gücünü yönlendirdiği gözlemlenmiştir. Bunun yanı sıra çekim aşamasında büyük oranda bedensel kabiliyet ve aynı zamanda zihin gücü gerektiren kameramanlık, ses operatörlüğü gibi operasyonel iş akışlarında ise bahsi geçen teknolojinin henüz etkin olarak kullanılamadığı saptanmıştır.

ANAHTAR KELİMELER: Yapay zekâ ve medya, algoritma, yapay zekâ uygulamaları, medya teknolojileri