





## Algoritmik Oryantalizm: Türk Televizyon Dizilerinin Yapay Zekâ Temsilleri Üzerinden Bir İnceleme

### Algorithmic Orientalism: An Examination of AI Representation in Turkish Television Series

 Seda Aktaş<sup>a</sup>,  Melis Yıldızvıran<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Dr. Öğretim Üyesi, İstanbul Esenyurt Üniversitesi 

<sup>b</sup> Arş. Gör., İstanbul Esenyurt Üniversitesi 

Sorumlu yazar Corresponding Author: [sedaaktas@esenyurt.edu.tr](mailto:sedaaktas@esenyurt.edu.tr)

#### Öz

Çalışmanın odağı görsel/video üreten yapay zekâ araçlarında temsil meselesi ve bu üretimlerin gerçeklik algımız üzerine etkileridir. Bireyin yaşadığı dünyayla olan ilişkisi, temsiller aracılığıyla inşa edilir. Kültürel temsiller bireyin *öteki* olana bakışını ve bireyin kendisiyle ilişkisini de etkiler. Fotoğraf ve video gibi görsel üretimler bireylerin gerçeklik algısı üzerinde etkili bir rol oynadığından, dünyayı algılayışımız üzerine etkileri de oldukça fazladır. Özellikle yeni kuşakların bilgi edinme süreçlerinde ana kaynak haline gelen yapay zekâ araçlarının sunduğu temsiller, gerçeğin yitimine yol açabilecek kadar önemlidir. Ayrıca ekonomi politik açıdan değerlendirildiğinde yapay zekâ araçlarının beslendiği veri setlerine tek yönlü bir bilgi akışı olduğu görülmektedir. Teknolojik alanlarda iktidar sahibi olan kesimlerin hakimiyetinde gerçekleşen üretim süreçleri, kültürel temsillerde de mevcut güç dengelerini yansıtmaktadır. Bu bağlamda *ötekinin* temsili, oryantalist ve postkolonyal söylemlerle yeniden üretilmekte ve bu söylemler gerçekliğin yerini almaktadır. Çalışma için belirlenen üretken yapay zekâ araçları (Midjourney ve KlingAI) üzerinden girdi oluşturularak üretilen görseller betimsel analiz ile oryantalist öğelerin varlığı/yokluğu bağlamında incelenmiş; kapsam ve sınırlılıklar bağlamında yapay zekâ ekosisteminin genelinde var olan ideolojik yaklaşıma değil, görsel üreten

#### Abstract

This study focuses on issues of representation in visual and video-producing AI tools and how these affect our perception of reality. An individual's relationship with the world is shaped through representations, which also influence one's perception of the other and of the self. Since visuals like photos and videos play a crucial role in constructing reality, their impact on our worldview is significant. Especially for younger generations, AI tools—now primary sources in knowledge acquisition—present representations potent enough to distort or replace reality. From an economic-political standpoint, the datasets feeding these tools reveal a one-sided flow of information. Technological production, controlled by dominant powers, reflects existing hierarchies within cultural representations. In this context, representations of the *other* are often reproduced through orientalist and postcolonial discourses, replacing lived experience. In this study, visuals were generated using selected AI tools (Midjourney and KlingAI), and analyzed for orientalist elements. The aim is not to critique the entire AI ecosystem but to identify orientalist tendencies within the datasets that drive visual production. The relationship between representation and reality is discussed through

Algoritmik Oryantalizm: Türk Televizyon Dizilerinin Yapay Zekâ Temsilleri Üzerinden Bir İnceleme

S. AKTAŞ ve M. YILDIZIVIRAN

araçların beslendiği veri setlerinde bulunan oryantalist yaklaşımı belirlemeye odaklanmıştır. Çalışmanın amacı demokratikleşme iddiası sunan üretim süreçleri içerisinde oluşturulan görsellerin içerik, orijinallik ve biçimsel tektipleşme gibi sorunları incelemek ve bu süreçlerin ekonomi-politik açıdan ne ölçüde bağımsız olduğu sorusuna yanıt aramaktır.

**Anahtar Kelimeler:** algoritma, görsel üretimi, oryantalistizm, temsil, yapay zekâ.

the lens of orientalism, using the generated visuals as examples. Ultimately, the study examines issues of content, originality, and formal consistency in AI-driven productions that claim democratization, questioning how politically and economically independent these processes truly are.

**Keywords:** algorithms, artificial intelligence, orientalism, representation, visual production.

**Atf için Cite as:** Aktaş, S. ve Yıldıziviran, M. (2025). Algoritmik oryantalistizm: Türk televizyon dizilerinin yapay zekâ temsilleri üzerinden bir inceleme. *Tykhe*, 10(19), ss. 355-378.



Çalışmada üretken yapay zekâ araçları ile üretilen görsellerin, toplumsal algıya olan etkisi ile temsiller bağlamında var olan gerçekliği yansıtma ve biçimlendirmedeki rolünün saptanması amaçlanmıştır. Bununla birlikte üretken yapay zekâ araçları ve üretilen görseller, ekonomi-politik bir yaklaşımla ele alınmış; üretimde demokratikleşme yanılığası ile tek yönlü bilgi akışının ve egemen ideolojinin kendini nasıl gizlediği gibi unsurlar incelenmiştir.

Armand Mattelard (1998), var olan egemenlik ve güç ilişkileri değişmedikçe teknolojik olarak gücü elinde bulunduran ve gelişmiş olarak tanımlanan ülkelerin egemen politikalarının devam ettiğini belirtir (s. 148). Derin öğrenme modeli ile yapay zekâ veri setlerinden öğrenerek üreten araçlar, bu veri setlerine kaynak oluşturan arşivler, internet, çeşitli kaynaklardan beslenen içeriği barındırırlar. Bu içeriklerin, yatırım yapma gücünü elinde bulunduran kesimden ve teknolojiye ulaşma konusunda görece ayrıcalıklı, Batı merkezli toplumdan etkilenmeleri olasıdır. Bunun nedeni yapay zekâ alanındaki gelişmeler, alana yatırım yapan veri bilimcileri, şirketler, yatırımcılar ideolojik ve ekonomik öncelikleridir. Dolayısı ile istenilen bilgi için yazılan girdi fark etmeksizin, yapay zekâ kendi kütüphanesi üzerinden bir seçim yapar ve bu seçimin kültürel hegemonya tarafından şekillenmiş olması söz konusudur. Yapay zekâ modelleri, beslendikleri ve eğitildikleri devasa veri setlerindeki kalıpları öğrenirler. Bu veri setleri ise toplumda mevcut kültürel, tarihsel ve ideolojik önyargıları içerebilir. Dolayısıyla sistemin çıkarımları da bu önyargıların bir yansıması olabilir. Özellikle kültürel temsiller söz konusu olduğunda, bu eğitim veri setlerinin seçimi ve içeriği, üretilen görsellerin kültürel basmakalıpları ve stereotipleri nasıl pekiştirdiğini anlamak açısından

kritik öneme sahiptir. Bu bağlamda, *algoritmik oryantalizm* kavramı, tam da bu eğitim veri setlerindeki önyargıların görsel üretime nasıl yansıdığını ortaya koymaktadır. Çalışmada, oryantalist ve post-kolonyalist söylemlerin nasıl yeniden üretildiğinin saptanması ve temsillerin gerçeklik algımız üzerine olan etkilerinin ortaya konması için, üretken yapay zekâ araçları ile Türk televizyon dizileri üzerine görseller üretilmiştir.

Bu çalışmada nitel veri analiz yöntemlerinden içerik analizi ve betimsel analiz kullanılmıştır. Sosyal bilimlerde içerik analizi, nitel, nicel ve karma olarak uygulanabilmekte; var olan görsel, işitsel, yazılı içeriklerde yer alan temaları derinlemesine inceleme yoluyla metinlerde yer alan tema ve kalıpların ortaya çıkarılmasını sağlamaktadır. Çalışmada bu yöntemler, üretken yapay zekâ araçlarında var olan ideolojik yaklaşımı belirlemek amacı ile yapay zekânın beslendiği veri tabanlarının yurtdışına ihraç edilen diziler üzerinden biçimlenip biçimlenmediği sorusuna cevap aramak için kullanılmıştır. Yıldırım ve Şimşek (2016), nitel araştırma verilerinin analiz edilmesinde kullanılan dört aşamadan bahseder: verilerin kodlanması, temaların bulunması, kod ve temaların düzenlenmesi, bulguların tanımlanarak yorumlanması (s. 243). Özellikle birden fazla araştırmacının birlikte çalıştığı durumlarda kodlama güvenilirliği için aynı veri setinin benzerlik ve farklılıklarının sayısal olarak karşılaştırılması ve belirli bir kodlama yüzdesine ulaşamayan durumlarda kodlar üzerinde tekrar çalışılması gerektiği belirtilir (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 247). Nitel veri analizinde kullanılan yöntemlerden bir diğeri betimsel analizdir. Betimsel analizde veriler betimlenerek tematik benzerlikler ve aralarındaki ilişkiler saptanır. Araştırmacının yorumlaması da dahil edilerek analiz sonuçlandırılır. İçerik analizinde ilk aşama verilerin kodlanması, daha sonra bu kodlardan yola çıkılarak kodları kapsayan temaların belirlenmesi yani bir anlamda tematik kodlama işlemi yapılmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 238).

Araştırma problemi olan yapay zekâ görsel üretim araçlarında yeniden üretilen oryantalist bakış meselesi, Türk televizyon dizilerine bağlı oluşturulan görseller üzerinden araştırılmış; konuya uygun girdiler ile elde edilen veriler, tematik ve biçimsel olmak üzere iki ana kategoride incelenmiştir. Bu verilerden elde edilen sonuçlar, belirlenen kategoriler çerçevesinde kodlanmıştır. Tematik kodlama aşaması nitel veri analizinde kodlara göre veri setinin çeşitli bölümlerinin birbirleriyle olan ilişkilerini açıklamak için kullanılır (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 251). Elde edilen veriler, kodlar üzerinden tablolştırılmıştır. İçerik analizinde kodlama aşaması ile elde edilen veriler ile elde edilen

bulguların yorumlanması hedeflenmektedir. Çalışmanın sonuç kısmında ise elde edilen bulgular bilimsel bir zemine dayandırılarak yorumlanmıştır.

Çalışma kapsamında görsel üreten yapay zekâ programlarının sayıca fazla olması nedeni ile bir sınırlılık belirleme gerekliliği doğmuştur. Bu nedenle popüler platformlar arasından sahiplik ilişkilerine bakılarak bir tercih yapılmış ve Çin menşeli Kling AI ile Amerika menşeli Midjourney platformları araştırma kapsamında kullanılmak üzere belirlenmiştir. Araştırma üretken yapay zekâ kullanımına temsil ve oryantalizm açısından baktığı için bu sahiplik yapılarının bölgesel olarak farklı olması tercih edilmiştir. Oryantalist yaklaşımın yalnızca Batı'nın Doğu üzerine bakışında değil, Doğu'nun kendine bakışında da self-oryantalizm olarak yeniden üretildiği düşünülmekte olup bu varsayımın tartışılabilmesi için bu tercih anlamlıdır.

Kapsam ve sınırlılıklar bağlamında, makale, yapay zekâ sistemlerinin geneline dair bir incelemeden çok, görsel üretimde kullanılan üretken yapay zekâ araçlarında oryantalist bir yaklaşım olup olmadığı sorusuna odaklanmaktadır. Algoritmik oryantalizm bağlamında bu temsillerin yeniden üretilmesinin toplum ve gerçeklik algısı üzerinde etkileri olup olmadığını sorusu araştırma sorularından bir diğeridir. Genel amacı itibariyle çalışma yapay zekâ ekosisteminin genelindeki ideolojik yapılanmayı, örneklem olarak belirlenen belirli bir kullanım alanındaki ideolojik etkileri ve oryantalizm üzerinden değerlendiren bir bakış sunar. Çalışma, yapay zekâyı sadece teknik bir araç olarak görmek yerine, toplumsal ve kültürel bağlam içindeki konumunu ve iktidar ilişkileri ile olan etkileşimini sorgulama amacındadır.

### **Nedir Bu Yapay Zekâ?**

İnsanın yapay zekâ ile ilgili geçmişi günümüzde bilinenin çok ötesine dayanmaktadır. Antik Yunan'da Sokrates, Platon, Aristoteles gibi filozofların eserlerinde, mitolojik öykülerde insanın yarattığı ve insana hizmet eden robot benzeri mekanik yapılardan bahsedilmektedir. Hatta Atinalı Daedalus, ilk yaşayan heykeli yapan kişi olarak bilinir. İngiliz matematikçi Charles Babbage'in geliştirdiği ilk hesap makinesi sonuçların saklandığı bir hafızaya sahiptir ve dijital olarak programlanabilir makineler fikrine ilham olmuştur (Gerçekler, 2021, ss. 139-140). Gardner (1999), yapay zekâyı insan zekâsına atıfta bulunarak tanımlar ve problem çözmek ya da kültürel değeri olan ürünler yaratmak için bilgi işlemede kullanılan biyopsikolojik potansiyel olarak tanımlar (ss. 33-34). Benzer şekilde, yapay zekâyı insan zihnine benzerliği açısından "bir insanın davranışlarına benzer şekilde zeki olarak

tanımlanabilecek makine davranışı” (McCarthy vd., 1955) olarak da betimlenmesi mümkündür.

Modern yapay zekâ çalışmalarında İkinci Dünya Savaşı sırasında yapılan araştırmalar ve sonrasında gelen ivme ile Alan Turing ismi öncü konumdadır. Turing icat ettiği kod kırma makinesi ile savaşın seyrini değiştirmiş ve 1947 yılında yapay zekâ ile ilgili bir konferans vermiştir. Turing makinelerin düşünebilir olup olmayacağı sorusu üzerine odaklanmış ve yapay zekânın fikir öncüsü olmuştur (1950, s. 433). Yapay zekâ fikrini ilk ortaya süren Turing olsa da bu terimin ilk kez 1956 yılında düzenlenen bir konferansta, Dartmouth Koleji’nden John McCarthy, MIT bünyesinden Marvin L. Minsky, IBM’den Nathaniel Rochester ve Bell Laboratuvarlarından Claude Shannon gibi isimler tarafından kullanılmıştır (Dick, 2019). 1997 yılında IBM adlı şirketin geliştirdiği Deep Blue adlı programın dünya satranç şampiyonu Garry Kasparov’u yenmesi yapay zekâ teknolojilerinde önemli bir adım olmuştur (Birer, 2020, s. 2). Yapay zekâ ile ilgili önemli gelişmeleri kronolojik olarak şu şekilde sıralanmaktadır: 1943 yılında McCulloch ve Pitts tarafından Beynin Boolean devre modelinin geliştirilmesi, 1950 yılında Turing’in makine ve zekâ üzerine çalışmaları, 1956 yılında düzenlenen Dartmouth kongresi, 1965 yılında Robinson’un geliştirdiği algoritma, 1969-79 arası bilgiye dayalı sistemler üzerine yapılan çalışmalar, 1980’li yıllarda endüstriye yönelik çalışmalar ve 1987 yılında yapay zekânın bilim haline gelmesi, 1995 yılında zeki ajansal teriminin kullanımı, 1997 yılında Deep Blue ve Kasparov’un maçı, 1998 sonrası internetin yaygınlaşması, 2000’li yıllardan sonra robot oyuncakların piyasaya çıkışı (Pirim, 2006, s. 84).

Üretken yapay zekâ teknolojilerinin son on yılda gelişme sebeplerinden biri yapay zekâ sektörüne yapılan yatırımların teknolojik ilerlemelerle bağlantılı olarak artmasıdır. Küresel şirketler ve yatırımcılar sektörün ticari potansiyelini fark ederek yapay zeka teknolojilerini stratejik bir yatırım alanı olarak görmüşlerdir. Nitekim, 2024 yılı itibarıyla yapay zekâ pazarının küresel büyüklüğünün 233,46 milyar USD olduğu ve 2025 yılında 294 milyar USD’ye ulaşmasının beklendiği belirtilmektedir (Fortune Business Insights, 2025). 2014’te Ian Goodfellow ve ekibinin Üretken Çekişmeli Ağları (GAN) tanıtması ile başlayan süreç, 2017’deki doğal dil işleme yeni bir dönem başlatan *Attention is All You Need* makalesiyle devam etmiştir. 2018’de OpenAI ilk GPT modelini geliştirmiş ve takip eden yıllarda GPT-2(2019) ve GPT-3 (2020) piyasaya sürmüştür. 2022’de interaktif bir sohbet aracı olan ChatGPT ve 2023’te daha üstün performans sergileyen GPT-4 modelini ücretli abonelikte kullanıcıların hizmetine sunulmuştur (Lazzeri, 2023).

Derin öğrenme tabanlı modellerin gelişmesi ile yapay zekâ tabanlı uygulamalar, endüstrinin hemen her alanına nüfuz etmeye başlamıştır. Sanat ve medya sektörü özelinde ise, DALL-E ve Midjourney gibi görsel üretim yeteneğine sahip üretken yapay zekâ araçları yaygınlaşmış, profesyonel olmayan kullanıcıların dahi görsel üretilmesine olanak tanımıştır. Ancak yapay zekanın yalnızca teknik bir gelişme olarak değerlendirilmesi yetersiz kalmakta, onun toplumsal, kültürel, ekonomik ve etik boyutları da değerlendirmeye alınmalıdır. Bu çalışma da yapay zekânın bu çok boyutlu etkileri bağlamında, Türk televizyon dizileri üzerinden *algoritmik oryantalizm* meselesini ele alarak ilgili tartışmalara katkı sunmayı amaçlamaktadır.

### ***Yapay Zekâ ile Görsel Üretimde Kling AI ve Midjourney***

Çin menşeli Kling AI, bir sosyal medya ve paylaşım programı olan Kuaihou ekibi tarafından geliştirilmiş metin ve görsel kullanarak görsel ve video üreten bir yapay zekâ uygulamasıdır. Platform ücretli kullanıma açık olup üyelik tipine bağlı olarak süresi değişen videolar üretebilir. Platformda imaj ve video üretmek için metin tabanlı girdi kullanılabilmesi gibi, yüklenen görseller üzerinden üretim yapmak da mümkündür. Programın bir avantajı ise reklam, tanıtım, klip ve kısa film benzeri üretimlerde kullanmak için daha önceden hazırlanan gerçek ya da yapay zekâ ile üretilmiş insan görsellerinin yüklenmesi ile tutarlı bir model oluşturarak, girdilerde bu modelin kullanılması ve devamlılık sağlanmasıdır.

Midjourney, San Francisco merkezli bağımsız bir araştırma laboratuvarı tarafından kurulmuştur. Platform, doğal dil işleme teknolojisini kullanmaktadır. Platformda, girilen metinlerden görseller üretilmekte, aynı zamanda referans görsel kullanımı da sağlanmaktadır. Platformun başka kullanıcılar tarafından üretilmiş görselleri içeren kütüphanesinden de görsel seçerek kendi görselinizin oluşturulmasına destek almak mümkündür. Platform dahilinde üretilen görseller üzerinde ölçek, boyut, şekil ve bunun gibi değişiklikler yapmak mümkündür.

### **Algoritmik Topluma Doğru**

İletişim araçları, tarihsel dönemlerin adlandırılmasında her zaman belirleyici bir rol oynamıştır. Toplumsal değişimler teknolojik gelişmeler ile eşzamanlı olarak gerçekleşmekte ve karşılıklı olarak birbirini etkilemektedir. Manuel Castells (1996), *The Rise of the Network Society* adlı kitabında bilgisayar ve internet teknolojilerinin toplumsal etkileşim üzerinde etkileri olduğundan ve

küreselleşme ile bağından bahseder (s. 103). Toffler (1980) de benzer biçimde, toplumun teknolojik yeniliklerin hızına eşdeğer olarak hızla dönüşmesini ve bu sürecin gittikçe ivme kazanmasına vurgu yapar (s. 13).

İnsanın içerisinde yaşadığı toplumun bir ürünü olduğu varsayımına bakarak iletişim araçlarında var olan değişimlerin ve dolayısı ile bu araçların teknoloji ile olan etkileşimlerinin, kültürel ekonomik, sosyolojik etkileri olmakta ve dönemler bu bağlamda tanımlanmaktadır. Atabek (2000), teknik ve teknoloji arasındaki farkı “teknik bir şeyi elde etmenin, üretmenin bilgisidir, teknoloji ise bu bilginin toplumsallaşması, toplumsal yansımaları olması, toplumsal anlam kazanmasıdır” (s. 63) diyerek tanımlamaktadır. Tüm alışkanlıklarımızı değiştiren yeni medya üzerine Lev Manovich, bu medyadaki en önemli değişimin kültürel sanat formlarının üretimi üzerinde olduğunu söylemiştir (2001, s. 27-28). Yine teknoloji bağlantılı olarak zaman ve mekân algısında yaşanan değişime de bağlı olarak benzer yaşam biçimleri ve özelliklere sahip yeni bir küresel kültürden bahsedilmektedir (Webster, 2004, ss. 22-23). Bilgi ve teknoloji odaklı gelişmeler doğrultusunda yapılan dönemlendirmelerde kullanılan bilgi/enformasyon toplumu ve üretim ilişkilerindeki değişime bağlı olarak kullanılan post endüstriyel toplum tanımlamaları sonrası içerisinde bulunduğumuz dönemi yapay zekâ teknolojilerinin de gelişmesi ile Algoritmik Çağ olarak tanımlayan Brynjolfsson ve McAfee (2020), Balkin (2017) gibi kuramcılar bulunmaktadır.

Algoritmik çağ olarak tanımlanan toplum modeli, dijitalleşme sonrası dijital toplumun var olan bilgi iletişim teknolojilerine yapay zekâ algoritmalarının eklenmesi ile oluşmuştur. Bu toplum modeli var olan sosyo-ekonomik ve kültürel sistemde değişimler yaratmış ve hesaplanabilirlik ve öngörülebilirlik üzerine inşa edilmiş yeni bir sosyo-ekonomik toplum modeli oluşturmuştur (Brynjolfsson ve McAfee, 2020, s. 19). Balkin (2017), içerisinde bulunduğumuz dönemi algoritmik çağ ve toplumu da algoritmik toplum olarak tanımlayabileceğimizi söylemektedir. Bu toplumun algoritmalar ve sosyal ekonomik açıdan karar verebilen yapay zekâ sistemleri tarafından yönlendirildiğini ve yapay zekâ sistemlerinin yalnızca karar alma mekanizmalarında değil, bunları uygulamakta da görevli olduğunu belirtmektedir (s. 1219) Böylesi bir toplum için sanayi devrimi sonrası değişime benzer bir köklü değişim yaşamakta olduğumuz ve sistemin dışlilerini artık makineler yerine algoritmaların oluşturduğu söylenebilir. Sanatsal ve kültürel ürünlerin üretiminde de teknoloji ile koşut ilerleyen süreçler söz konusudur. Özellikle medya alanında teknolojik gelişmelerin etkisi birebir

gözlemlenebilmektedir. Yapay zekânın kültürel ürünlerin üretim aşamalarında olduğu kadar dağıtım, tanıtım ve tüketim aşamalarında kullanılması sözkonusudur.

**Yapay Zekâ Anlamı Yeniden Kurarken: Dijital Çağda Oryantalizmin Gölgesi**  
Kültürel temsiller sistemin ayrılmaz bir parçası olmanın yanı sıra ideolojik bir araç olarak da önemli konumdadırlar. Gerçekliğe benzerliği nedeniyle ikna edici olan görsel ve videolar, diğer kültürel üretilere kıyasla etkili bir propaganda aracıdır. Özellikle sinema alanında temsiller mevcut mitlerin geçerliliğinde önemli bir rol oynar ve kullandığı teknikler sayesinde izleyicinin ekranda gördükleriyle özdeşleşmesini sağlar. Durumun değişmesi yerine, izleyicinin *katharsis* deneyimlemesine olanak tanıyıp pasif bir durumda kalmasını kolaylaştırarak dünyayı olduğu gibi kabul etme ve onaylama sürecine katkıda bulunur (Wayne, 2011, s. 37). Bir kişinin yaşadığı dünyayla olan ilişkisi, temsiller aracılığıyla inşa edilir. Toplum içindeki bireyler, tanımlı temsiller kümesi tarafından belirlenen kalıplardan etkilenir. Filmler, toplumsal yaşamın söylemlerini sinemasal anlatılar biçiminde aktararak, sinemayı toplumsal gerçekliği inşa eden kültürel temsiller sistemi içinde konumlandırır (Kellner ve Ryan, 2010, s. 35). Kimin neyi, nasıl temsil ettiği sorusu önemlidir. Temsilin genellikle iktidardakiler tarafından yapıldığını ve günlük olayların doğal hale getirildiğini kabul etmek, mevcut temsilleri analiz etmek ve sorgulamak için kritik öneme sahiptir (Kirel, 2005, s. 340).

Fotoğraf ve video gibi görsel üretimler gerçekliğe olan benzerliği nedeniyle gerçeklik algımız üzerinde önemli bir rol oynarlar. Bu sayede yaşadığımız dünyayı insanları, kendimizi algılar ve öteki ile ilişki kurarız. Günümüzde üretken yapay zekâ araçları yoluyla bireyler bilgi edinmekte ve özellikle bilgiye çoğunlukla bu araçlar sayesinde ulaşan genç kuşakların gerçeklik algısı bu sayede oluşmaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken ekonomi politik açıdan bakıldığında mevcut güç dengelerinin sürmesine yarayan tek yönlü bir bilgi akışı ve tek elden çıkan verilerin sözkonusu olmasıdır. Bu bilgi akışında geçmişte olduğu kadar tek merkezden sağlanmasa da, özellikle yapay zekâ veri tabanlarının beslendiği bilgi akışı elinde teknolojik imkanları bulunduran toplumlar tarafından yapıldığından dengeler değişmemekte ve teknolojik imkanları elinde bulunduran kesimlerin iktidara yön verme gücü olduğu görülmektedir. Özellikle tanımadığı bir toplulukla öteki olarak karşılaşan toplumlar için oryantalist ve post-kolonyal yaklaşımla üretilen alternatif gerçeklikler zamanla gerçeğin yerini almaktadır. Bu temsiller ile Batı'nın gözünden doğuya bakılmakta ve öteki ile olan ilişki buna göre kurulmaktadır.

Yapay zekâ ile üretilen görsel ve videoların kültürel ve toplumsal yapı üzerindeki etkilerini anlamak ve temsil gerçeklik ilişkisini sorgulamak için Baudrillard'ın bahsettiği gerçekliğin yerini hipergerçekliğin alması ve gerçeğin yok olması üzerinden bir değerlendirme yapılabilir. Baudrillard (1999), simülasyonu gerçeğin ikame edilmesi değil, onun kendiliğinden gerçekte ortaya çıkan bir içselleşme olarak (s. 11) görürken gerçekliğin de simülakranın ardında kaybolduğunu, simülasyonun artık onun yerine geçtiğini söyler (s. 13). Dolayısıyla, gerçeklikle kurduğumuz ilişki, karşılaştığımız temsiller aracılığıyla şekillenmektedir. Bu temsillerin önemli bir kısmı yapay zekâ tarafından üretilen her türden metin, görsel, videolardan oluşmaktadır. Ancak bu üretimler, elde edilen verileri aldığı veri tabanlarına göre gittikçe kaybolan silinen bir gerçeklik tehlikesi ile bizi karşı karşıya bırakmaktadır. P. Alexandre Castro (2019) "The End of Cinema As We Know It" başlıklı yazısında, teknoloji ve yapay zekâ özelinde yaptığı varsayımlarda kötümser ve iyimser senaryolardan bahseder ve yapay zekânın insanlığa hizmet amaçlı kullanıldığı iyimser senaryoda, zihin faaliyetinin azaldığı ve yaratıcı eylemlere dolayısı ile sanata yer olmayan bir dünyadan bahseder ve yapay zekâ tarafından üretilen eserlere sanat denmesinin mümkün olduğu bu dünyada neyin sanat olup olmayacağını da yapay zekânın belirleyeceğini söyler (s. 167). Castro'nun bu değerlendirmesi, yapay zekânın belirleyiciliğine ve toplumun gerçeklik algısı üzerindeki etkisine dikkat çeker.

Oryantalizm ve post-kolonyalizm kavramları, Batı'nın Doğu'yu anlama, anlamlandırma, temsil etme ve bu temsil biçimlerini eleştirme süreçlerini anlamak için iki temel kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Said (1998), oryantalizmi, Batı'nın Doğu üzerinde hegemonik bir anlatı kurarak Doğu'yu *öteki* olarak konumlandıran bir söylem biçimi olarak tanımlar. Bu söylemde Doğu egzotik, otantik, irrasyonel ve geri kalmış bir coğrafya olarak temsil edilirken, Batı modern, akılcı, ilerici bir yapı olarak kabul edilmekte ve sunulmaktadır. Bu dikotomik yapı, akademik söylemin ötesinde edebiyat, sinema gibi sanatın tüm alanlarında ve popüler kültürde de Doğu'yu tanımlayan bir araç olarak göze çarpmaktadır. Edward Said'in oryantalizm kavramı sonrasında bu kavramdan beslenen ve onu aşan farklı kavramsallaştırmalar yapılmıştır. Bu kavramlardan biri *self-oryantalizm* kavramıdır ve Batı tarafından Doğu için belirlenen değerler sisteminde kendini Batı perspektifinden tanımlayarak, kendi kültürel temsilini çarpıtma olarak tarif edilir (Bezci ve Çiftçi, 2012, s. 142). Said'in kavramından beslense de *self-oryantalizm*, Fukuzimi (2006) tarafından hakim kodların diğer kodlar üzerinde

hegemonya kurmasına hizmet eden bir olgu olarak, oryantalizmin yerleştirilme süreci olarak tanımlanır (s. 2).

Postkolonyalizm, kolonyal dönemin mirasının günümüz toplumlarına yansıyan etkilerini ele alan ve eleştiren bir teori olarak açıklanabilir. Bu yaklaşım, sömürgeci tahakkümün yalnızca ekonomi-politik bir süreçle sınırlı kalmadığını, ideolojik ve kültürel bir yapı da olduğunu altını çizer. Spivak, Bhabha gibi teorisyenler postkolonyal söylemi, kimlik, temsil ve direniş bağlamlarında ele almışlardır. Bhabha (2017), *üçüncü mekân* kavramı ile kültürlerin homojen ve sabit yapılar olmadığını, günümüzde yaşanan melezleşme süreçleri ile sürekli olarak değişim ve dönüşüm içerisinde yeniden üretildiğini savunur. Bhabha'nın bu teorisi bağlamında düşünüldüğünde oryantalist söylemler de yerel bağlamlarla etkileşime girerek dönüşme imkânı bulabilir. Batı ve Doğu arasındaki güç ilişkilerini anlamak için önemli olan bu iki kavram birbirini besler ve destekler niteliktedir. Said'in oryantalizm eleştirisi, Batı'nın hegemonik temsil biçimlerini sorgularken postkolonyal teori bu temsillerin yerel bağlamlardaki yansımalarını ve bu temsillerle nasıl başa çıkılacağını analiz eder. Günümüzde gelinen noktada, teknolojinin gelişmesi ve küreselleşme ile oryantalist söylemin yalnızca Batı'da yerleşik bir temsil olmadığı, Doğu toplumlarının da bu söylemleri içselleştirdiği ve yeniden ürettiği görülmektedir. Çalışma bağlamında ele alınacak olan yapay zekâ araçları, büyük veri setleri üzerinden eğitilir. Yapay zekâ araçlarının öğrenmesini sağlayan bu veriler, tarihsel ve kültürel birikimle gelen önyargıları filtreleyemez ve verileri olduğu gibi hafızasına aktarır. Yapay zekâ teknolojileri, Batı'nın hakimiyetine dayalı bir şekilde geliştirildiği için veri setleri Batılı bakış açısıyla oluşturulma riskini barındırır. Bu durum kültürel temsillerin yeniden üretilmesine olanak sağlar. Algoritmik oryantalizm olarak açıklayabileceğimiz bu durumda oryantalist söylem yapay zekâ aracılığıyla yeniden üretilir.

### **Türk Dizileri Dünya Sahnesinde: Kültürel Etki ve Küresel Yayılım**

Türkiye Box Office verilerine göre reyting ABC1, AB ve Total E kategorilerinde 2024 yılının en çok izlenen dizilerine bakıldığında, çalışmanın konusu olan Türk televizyon dizilerinin temsili bağlamında gerçek ve üretilen görsellerin gerçeği yansıtması kapsamında bir değerlendirme yapmanın anlamlı olacağı düşünülmektedir. Yapay zekâ üretimi görsellerde temsil edilen gerçekliği değerlendirmek için hem TR Box Office verilerine göre 2024 yılında en fazla izlenen diziler hem de veri tabanlarının beslendiği kaynaklar olarak Türk televizyon dizilerinin ihracat verileri değerlendirilmektedir (2024).

Tablo 1. Rating ABC 1 (Box Office Türkiye, 2024)

Dizi	Yapım Şirketi	ABC 1
Bahar	MF Yapım	12.37
Kızılıcık Şerbeti	Gold Film	10.20
İnci Taneleri	BKM	9.91
Kızıl Goncalar	Gold Film	9.34
Gönül Dağı	Köprü Film	8.34
Kuruluş Osman	Bozdağ Film	6.89
Yargı	Ay Yapım	6.35
Yalı Çapkını	OGM Pictures	5.96
Teşkilat	Tims&B Productions	5.47

Tablo 2. Diziler ve ithal edildikleri ülke sayıları (Kılıç, 2022, s. 137)

Dizi	İhraç Edilen Ülke Sayısı
Muhteşem Yüzyıl	88
Binbir Gece	73
Paramparça	66
Kaderimin Yazıldığı Gün	62
İffet	59
Aşk ve Ceza	59
Dila Hanım	43
Çalkuşu	39
Anne	32
İstanbul Gelin	22

Tablo 1’de yer alan verilere göre *Bahar*, *Kızılıcık Şerbeti*, *İnci Taneleri*, *Kızıl Goncalar* ve *Gönül Dağı* dizileri en fazla izlenen 5 dizi olarak yer almaktadır. Dizilerin rating değerlerine göre tablolaştırılmış hali sağda yer almaktadır. Türk TV Dizilerinin kültürel ve ekonomik anlamda etkili bir araç olarak değerlendirildiği uluslararası pazardaki satışları ve izlenme oranları bir nevi başarı olarak nitelendirilmektedir. Öztürk ve Atik’in (2016) çalışmasında belirttiği üzere İlk dizi ihracatının Kazakistan ile başlayarak daha sonra Bulgaristan, Orta Doğu, Balkanlar, Latin Amerika ve Ukrayna, Pakistan, Çin gibi ülkelere ve bölgelere yayıldığı görülmektedir. Türk dizi ihracatında kesin verilere ulaşılamamaktadır. Bunun sebebi ise, dizilerin gümrük beyannamesinden muaf olmaları nedeniyle devlet tarafından resmi bir kayıt tutulmamasıdır. Buradaki veriler sektör temsilcilerinin tahminlerine dayanmaktadır. Esra Güngör Kılıç (2022), Ahmet Ziyalar ile yaptığı görüşmede sektöre dair tahminleri değerlendirir. Buna göre, Türk dizilerinin ihracatında 2010-2020 yılları arasında 400-500 milyon dolar gibi gelirlerden bahsedilmektedir (s. 141). Çapık ve Dulupçu (2023) çalışmalarında birçok farklı kaynaktan verileri derleyerek Türk dizilerinin ihracat gelirlerinin 2008 yılında 10 milyon dolardan, 2014 yılında 200 milyon dolara yükseldiğini belirtirler. Yine aynı çalışmada Türkiye’nin 2019 yılında dizi yapımı ve ihracatında önde gelen bir ülke olduğunu 2022 bitiminde 750 milyon dolarlık ihracat hacmine ulaştığını belirtilmektedir (s. 162).


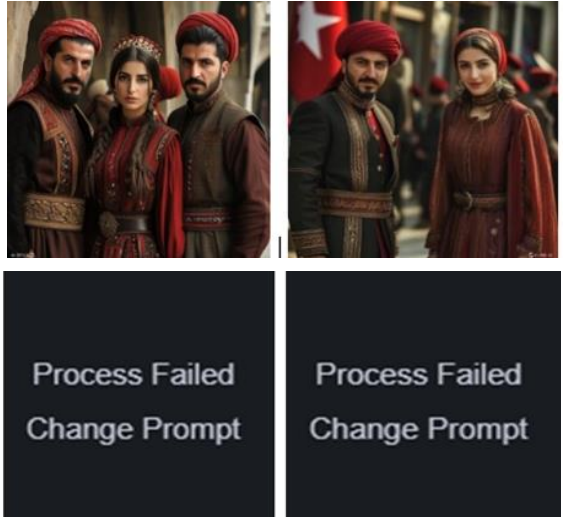


Dizilerin uluslararası başarısı için dönüm noktalarından biri *Binbir Gece* dizisinin Balkan ve Yunan ülkelerine ihracatıdır (Sevi, 2020). Daha sonra *Gümüş* dizisinin Ortadoğu’ya ve *Deli Yürek* dizisinin Kazakistan’a satılması ile ticari başarı artmıştır (Çalışlar, 2020’den akt. Çapık, 2024). Esra Güngör Kılıç’ın (2022) 2010-2020 yılları arasındaki Türk

televizyon dizi sektörü ihracatı üzerine yaptığı araştırmada diziler ve ihraç edildikleri ülke sayıları verilmektedir. Bu veriler dizilerin etki alanını göstermesi ve yapay zekâ temsillerinde veri tabanlarının beslendiği kaynakların genişlemesi ve anlaşılması açısından bir veri olarak kabul edildiğinden önemlidir (Tablo 2). Dizilerin ihracatı ekonomik olduğu kadar kültürel bir etkiye de sahiptir. Türkiye imajına dair algının oluşmasında etkili olan diziler, veri tabanlarının beslendiği kaynakların artması bu üretimler üzerinde etkili olduğundan yapay zekâ ile görsel üreten araçların ürettiği görsellerde de etkilidir. Bu bağlamda çalışma kapsamında yer alan görsel incelemelerinin üretiminde etkili olan veri tabanlarının oluşmasında ve oluşan Türkiye algısında yurtdışına ihraç edilen dizilerin etkisi olduğu görülmektedir.

### **Algoritmik Oryantalizmin İzinde**

Midjourney ve KlingAI üzerinden *Turkish TV serials, main woman character in Turkish TV serials ve main man character in Turkish TV serials* olmak üzere üç ana kategoride *prompt* (girdi) oluşturulmuştur. Prompt olarak adlandırılan yazılı girdilerin mümkün olduğunca basit ve tasvirden uzak olması, ortaya çıkacak sonucu etkilememek adına tercih edilmiş; programlarla daha uyumlu çalıştığı için dil olarak İngilizce kullanılmıştır. Her girdi, değiştirilmeden iki kere yazılmış ve bunun sonucunda çalışmanın örneklemini oluşturan görseller ortaya çıkmıştır. Üretken YZ tarafından üretilen görseller, platformlar bazında karşılaştırmalı olarak tablolandırılmıştır (Tablo 3).

Tablo 3. Midjourney ve Kling AI Türk TV dizilerine dair üretilen görseller

MIDJOURNEY	GİRDİ	KLING AI
 <p>Görsel 1-4</p>	Turkish TV series 1	 <p>Görsel 5-8</p>
 <p>Görsel 9-12</p>	Turkish TV series 2	 <p>Görsel 13-16</p>

Algoritmik Oryantalizm: Türk Televizyon Dizilerinin Yapay Zekâ Temsilleri Üzerinden Bir inceleme

S. AKTAŞ ve M. YILDIZIVİRAN



Görsel 17-20

Main woman character in Turkish TV serials 1



Görsel 21-24




Görsel 25-28

Main woman character in Turkish TV serials 2



Görsel 29-32

	<p>Main man character in Turkish TV serials 1</p>		<p>Process Failed Change Prompt</p>
<p>Görsel 33-36</p>		<p>Görsel 37-40</p>	
	<p>Main man character in Turkish TV serials 2</p>		
<p>Görsel 41-44</p>		<p>Görsel 45-48</p>	

### **Algoritmik Oryantalizmin Görsel Tezahürleri**

Elde edilen görsellerin incelemesi *tematik* ve *biçimsel* olarak iki ana kategoride yapılmıştır. Tematik analiz için belirlenen kodlar, görsellerde oryantalist motiflerin varlığı, cinsiyet rollerine dair veriler, kültürel öğeler gibi unsurlar üzerine yoğunlaşırken, biçimsel analiz için belirlenen kodlar renk, açı, plan gibi daha teknik detaylara odaklanmaktadır (Tablo 4).

Tablo 4. Tematik ve biçimsel kodlar (Yazarlar tarafından oluşturulmuştur)

Tematik Kodlar	Biçimsel Kodlar:
<b>Oryantalist Motifler /ORY:</b> Doğuya ait stereotipik imgeler, egzotiklik vurgusu.	<b>Renk Kullanımı /CLR:</b> Renk paletinin zenginliği veya sadeliği.
<b>Dramatik Sahne /DRM:</b> Güçlü duygular, gerilim veya dramatik olaylar.	<b>Plan Tipi /PLN:</b> Görseldeki karakterin yakın plan (göğüs-baş) veya tam plan gibi hangi kompozisyonda olduğu.
<b>Cinsiyet Rollerini /CR:</b> Kadın ve erkek karakter temsilleri.	<b>Açı /ANG:</b> Görselin hangi açıdan (düz, yukarıdan, aşağıdan) sunulduğu.
<b>Kültürel Ögeler /KLT:</b> Yöresel veya bölgesel özel semboller.	<b>Işık Değerleri /LGH:</b> Görseldeki aydınlatma yoğunluğu, kontrast ve gölge kullanımı.

Midjourney yapay zekâ ile görsel üreten araca verilen *Turkish TV series* girdisi sonucunda elde edilen kadın ve erkek görsellerinin fiziksel özellikleri günümüz estetik algısına uygun görülmektedir. Karakterlerin, görsellerin çoğunda dönem kıyafetleri giymiş oldukları göze çarpmaktadır; ancak, bu dönem kıyafetleri kültürel ve yerel kodlar ile uyumlu değildir. Kadın karakterlerde gösterişli takılar kullanılmıştır. Dramatik jestler içeren örüntü tekrarları vardır. Aynı araca *Main woman character in Turkish TV series* girdisi ile üretilen görsellerde ise uzun saçlı, ince yapılı kadın karakterler görülmektedir. Karakterler koyu renk saçlı ve açık tenli görselleştirilmiştir. Her iki girişte üretilen sekiz görselin dördünde karakterlerin saçlarında geleneksel baş örtüsü ya da şapka benzeri aksesuar kullanımı vardır. Ancak bunlar dönem kültürel ve yerel kodlar ile uyumlu değildir. Karakterlerin bakışları ve duruşları dramatik öğeler taşımaktadır (Tablo 5). Midjourney üzerinden *Main man character in Turkish TV series* girdisi sonucunda elde edilen görsellerde esmer, sakallı ve bıyıklı, kaslı ve takım elbiseli erkek karakterler görülmektedir. Karakterlerin karizmatik olarak tanımlanabilecek bir bakış örüntüsünü tekrar ettiği görülmektedir. Görsellerin ikisinde üzerinde apolet benzeri işlemler bulunan kostüm giydikleri görülmektedir ancak bunlar da diğer örneklerde olduğu gibi kültürel olarak herhangi bir kod ile uyumlu olmayan tasvirler olarak tanımlanabilirler.

Kling AI üzerinden *Turkish TV series* girdisi sonucunda ilk seferde platform yalnızca iki görsel üretmiştir. İkinci girişte ise dört görsel üretilmiştir. Görsellerin beşi birlikte kadın erkek, yalnız kadın ve yalnız erkek karakterden oluşmaktadır. Biri ise kadın ya da erkek görseli içermemekte, Türkiye'ye özgü olduğu varsayılan mekân ve semboller içermektedir. Bu platformda Türk

bayrağı ve bayrak renkleri ile uyumlu kırmızı tonları hakimdir. Kıyafetler kültürel, dönemsel kodlarla birebir uyumlu olmasa da dönemsel özellik göstermektedir. Modern kadın ve erkek kostümleri yer almamaktadır. Erkek karakterler bıyıklı ve sakallı olup esmer olarak görselleştirilmiş; kadın karakterler yine uzun, koyu renk saçlı, açık tenli biçimde görselleştirilmiştir. Aynı platformda *Main woman character in Turkish TV serials* girdisi sonucunda elde edilen görsellerde bayrak renkleri ile uyumlu kırmızı tonları hakimdir. Kadın karakterler çoğunlukla örgülü saçlı, geleneksel başörtüsü ile uzun, koyu renk saçlı, açık tenli olarak görselleştirilmiştir. *Main man character in Turkish TV serials* girdisi sonucunda ise elde edilen görsellerde erkek karakterler esmer, sakal ve bıyıklı olarak tasvir edilirken, her iki girdide de kıyafetler kültürel ve dönemsel kodlarla birebir uyumlu olmasa da dönemsel özellik göstermektedir. Modern kadın ve erkek kostümleri yer almamaktadır. Erkek karakterler, Osmanlı döneminde kullanılan sarık benzeri aksesuarlara ve üzeri işlemeli kaftan benzeri kıyafetlere sahiptir. Tablo 4’te bu görsellerin analizi yer almaktadır.

Tablo 5. Midjourney ve Kling AI karakter analizi (Yazarlar tarafından oluşturulmuştur)

Girdi	Cinsiyet	Fiziksel Özellikler	Kıyafetler	Aksesuarlar	Tekrarlayan Örüntüler
<b>Midjourney</b>					
<b>Turkish TV serials</b>	Kadın ve Erkek	İdealize edilmiş, bakımlı	Modern, lüks	Takı, saat	Dramatik jestler
<b>Main woman character</b>	Kadın	Uzun saç, esmer, ince yapılı	Geleneksel ve modern karışımı	Küpe, baş örtüsü, şapka	Dramatik duruş ve bakışlar
<b>Main man character</b>	Erkek	Kaslı, sakal, bıyık	Takım elbise	Kravat	Karizmatik duruş
<b>Kling AI</b>					
<b>Turkish TV serials</b>	Kadın Erkek	Daha sade, bölgesel, sakal, bıyık, esmer	Günlük, sade, kırmızı, baş örtüsü, sarık	Az aksesuar	Geleneksel Temalar
<b>Main woman character</b>	Kadın	Örgülü koyu renk uzun saç, sade görünüm	Geleneksel	Yöresel baş örtüsü, küpe	Geleneksel motifler
<b>Main man character</b>	Erkek	Orta yaşlı, sakal-bıyık, sarık,	Gömlek, kaftan, sarık, dönemsel kıyafetler	Kostüm üzeri işlemler, kemer	Durağan pozisyonlar

Her iki platformda yer alan görsellere oryantalizm bağlamında bakıldığında, Midjourney üzerinden üretilen görsellerde *Turkish TV serials* girdisine karşılık üretilen görsellerde yüksek egzotik öğeler ve güçlü stereotiplerin kullanıldığı, kültürel temsillerin yüzeysel kaldığı görülmektedir. Kadın temsillerinde ise stereotip ve egzotizmin yer almasına karşın ilk girdiye göre daha az görüldüğü saptanmaktadır. Oryantalist unsurlar olarak dönem kıyafetleri ve geleneksel örtü kullanımı göze çarpmaktadır. Midjourney üzerindeki erkek karakter temsillerinde ise daha modern erkek figürleri kullanıldığı görülmektedir. Kling AI üzerinden üretilen görsellerde ise geleneksel mekân kullanımı varlığı görülmekte, özellikle erkek ve kadın karakterlerde oryantalist öğeler göze çarpmaktadır. Midjourney üzerinden üretilen görsellerde egzotizm ve estetikleştirme belirgin bir şekilde ön plana çıkarken kadın karakterlerde oryantalist motifler erkeklere oranla daha sık kullanılmış, geleneksel unsurlar genellikle yüzeysel ve modernize bir yaklaşımla sunulmuştur. Kling AI adlı platformda üretilen görsellerde ise kültürel temsiller daha belirgin bir şekilde öne çıkmaktadır. Mekânlar ve motifler, yerel kültürle uyumlu bir biçimde tasarlanmış ve egzotizm düzeyi daha düşük, stereotipik öğeler mevcut olsa da bu unsurların yoğunluğu daha az olacak biçimde görseller üretilmiştir.

**Tablo 6.** Midjourney ve Kling AI oryantalist söylem analizi (Yazarlar tarafından oluşturulmuştur)

Girdi	Stereotipler	Batı-Şark Karşıtlığı	Kültürel Temsiller	Diğer Oryantalist Unsurlar
<b>Midjourney</b>				
Turkish TV Serials	Güçlü	Mevcut	Yüzeysel	Egzotik detaylar
Main Woman Character	Mevcut	Belirsiz	Estetikleştirilmiş	Geleneksel şal kullanımı
Main Man Character	Az	Belirlenmedi	Modernize	Belirlenmedi
<b>Kling AI</b>				
Turkish TV Serials	Mevcut	Mevcut	Geleneksel	Geleneksel mekânlar
Main Woman Character	Belirsiz	Mevcut	Geleneksel	Yerel motifler, geleneksel örtü, örgülü saç
Main Man Character	Az	Belirlenmedi	Minimal	Dönemsel Kostümler, sarık, sakal bıyık

Görseller üzerinden belirlenen kodlara göre yapılan incelemede, her iki platformda yer alan görsellerin tematik ve biçimsel analizi belirlenen kodlar dahilinde Tablo 7'de verilmektedir.

Tablo 7. Midjourney ve Kling AI tematik analiz  
(Yazarlar tarafından oluşturulmuştur)

Girdi	ORY Oryantalist Motifler	DRM Dramatik Sahne	CR Cinsiyet Rollerini	CULT Kültürel Öğeler
<b>Midjourney</b>				
Turkish TV Serials	Mevcut	Mevcut	Mevcut	Mevcut
Main Woman Character	Mevcut	Belirlenmedi	Mevcut	Mevcut
Main Man Character	Belirlenmedi	Mevcut	Mevcut	Mevcut
<b>Kling AI</b>				
Turkish TV Serials	Mevcut	Mevcut	Belirlenmedi	Mevcut
Main Woman Character	Mevcut	Belirlenmedi	Belirlenmedi	Mevcut
Main Man Character	Belirlenmedi	Mevcut	Mevcut	Mevcut

Midjourney üzerinden belirlenen tematik kodlara bakıldığında, *Turkish TV serials* girdisinde oryantalist motifler, cinsiyet rollerine uygun temsiller, kültürel öğeler ve dramatik sahne kurgusunun bulunduğu görülmektedir. *Main woman character* girdisi ile üretilen görsellerde ise oryantalist öğeler ve cinsiyet rollerine uygun görseller görülmekte ancak dramatik sahne tasarımı daha az kullanılmaktadır. Kültürel öğeler her görselde olmasa da yer almakta ancak yerel, bölgesel özellikler ile uyum sağlamamaktadır. *Main man character* girdisi ile üretilen görsellerde ise oryantalist öğeler kadın karakterlere oranla daha az yer almaktadır. Cinsiyet rollerine uygun görseller dramatik sahne tasarımı ve kültürel öğeler vardır.

Kling AI üzerinden üretilen görsellerde ise *Turkish TV serials* girdisinde oryantalist motifler, kültürel öğeler ve dramatik sahne kurgusunun bulunduğu görülmekte ancak cinsiyet rollerine olan vurgunun daha az olduğu görülmektedir. *Main woman character* girdisi ile üretilen görsellerde ise oryantalist öğeler ve kültürel öğeler bulunduğu görülmekte ancak dramatik sahne tasarımı olmadığı ve cinsiyet rollerine vurgu yapan görseller üretilmediği görülmektedir. *Main man character* girdisi ile üretilen görsellerde ise oryantalist öğeler kadın karakterlere oranla daha az yer almaktadır. Cinsiyet rollerine uygun görseller dramatik sahne tasarımı ve kültürel öğeler vardır.

Tablo 8. Midjourney ve Kling AI biçimsel analiz  
(Yazarlar tarafından oluşturulmuştur)

Girdi	PLN Plan Tipi	ANG Açı	CLR Renk Kullanımı	LGH Işık Değerleri
<b>Midjourney</b>				
Turkish TV Serials	Bel Plan	Düz Açı	Zengin renk paleti	Kontrast ve Gölge
Main Woman Character	Bel Plan /Baş Plan	Düz Açı	Zengin renk paleti	Kontrast ve Gölge
Main Man Character	Bel Plan /Baş Plan	Düz Açı	Zengin renk paleti	Kontrast ve Gölge
<b>Kling AI</b>				
Turkish TV Serials	Bel/Orta Plan	Düz Açı	Zengin renk paleti	-
Main Woman Character	Bel Plan /Baş Plan	Düz Açı	Zengin renk paleti	-
Main Man Character	Bel Plan /Baş Plan	Düz Açı	Zengin renk paleti	-

Midjourney üzerinden belirlenen biçimsel kodlara bakıldığında, plan tipi olarak *Turkish TV serials* girdisinde karakterlerin bel planda diğer girdilerde ise bel ve baş planda üretildiği görülmektedir. Açı olarak bakıldığında tüm görseller düz açıdan görselleştirilmiştir. Renk kullanımı açısından her üç girdide de üretilen görseller zengin renk paletine sahiptir. Işık ve kontrast her üç girdi içinde yoğun kullanılmıştır. Kling AI ve Midjourney üzerinden belirlenen biçimsel kodlara bakıldığında, plan tipi olarak *Turkish TV serials* girdisinde karakterlerin bel planda diğer girdilerde ise bel ve baş planda üretildiği görülmektedir. Açı olarak bakıldığında tüm görseller düz açıdan görselleştirilmiştir. Renk kullanımı açısından her üç girdide de üretilen görseller zengin renk paletine sahiptir. Kling AI daha çok kırmızı renk kullanmıştır. Işık ve kontrast her üç girdi için de Midjourney platformunda olduğu kadar yoğun kullanılmamıştır.

### Sonuç Yerine: Karar Veren Kim?

Çalışma, yapay zekâ ile görsel üreten araçların temsil biçimlerinin gerçek ile uyumu ve üretilen temsillerde oryantalist bir söylem olup olmadığını *algoritmik oryantizm* kavramı üzerinden tartışmaktadır. Bunun için seçilen iki platform biri Amerika biri Uzakdoğu menşeli Midjourney ve Kling AI platformlarıdır. Kültürel ürünlerin üretimi sosyo-ekonomik ve ideolojik bağlamdan ayrı düşünülemez. Dolayısıyla görsellerin, kültürel temsilleri yeniden üretme ve değiştirme potansiyelleri bulunmaktadır.

Teknolojiyle değişen zaman ve mekan algısı, benzer yaşam biçimleri ve özelliklere sahip küresel bir kültürün ortaya çıkışına zemin hazırlamaktadır. Böylesi teknoloji odaklı ve iyimser bir yaklaşım süregelen üretim ilişkilerinin yapısını gizlenir kılacak ve değişim vaat ederken aslen yapıyı koruyacaktır. Yapay zekâ veri analiz ederek işlem yapan bir işleyişe sahiptir. Dolayısıyla yapay zekâ tabanlı üretimleri belirleyen verileri sağlayan kişiler dolaylı yoldan yapay zekânın üretimlerini belirleyen konumdadırlar. Yeni medya ile ilişkili olarak ilk başlarda, eşitlik ve demokrasi getireceği, sessiz kitlelerin kendilerini ifade etme olanağı bulacağı bir ortam hayal edilse de teknolojik imkanları ellerinde bulunduran kesimin her zaman bu avantajını koruması ve hatta bu sayede egemenliğini sürdürmesi söz konusudur. Bu nedenle bahsi geçen özgürlük ve eşitlik ortamı oluşmamıştır. Ekonomi politik bir perspektiften bakıldığında, yapay zekâ sahiplik yapılarının veri tabanlarının tek yönlü bilgi akışına dayalı olması sebebi ile mevcut iktidar ilişkilerinin sürmesi söz konusudur. Egemenlik ve güç ilişkileri değişmedikçe teknolojik gücü elinde bulunduran kesimin hegemonyası devam edecektir.

Çalışmada elde edilen bulgular değerlendirildiğinde yeni medya ve demokrasi, gerçeklik, temsiller, oryantalizm ve postkolonyalizm bağlamında eleştirel değerlendirmelerde bulunan kuramcılarının görüşlerini destekler nitelikte sonuçlar elde edilmiş ve üretilen görsellerin temsillerinde kültürel önyargı ve stereotiplerin baskın olduğu görülmüştür. Midjourney üzerinden üretilen görsellerde estetize edilmiş oryantalist motifler çoğunlukta iken, Kling AI geleneksel ve yerel motiflere ağırlık veren görseller üretmiştir. Her iki platformda da cinsiyet rolleri ve dramatik sahne kurgusu yer almakta ancak bunlar yüzeysel ve Batı-Doğu karşıtlığına uyan biçimde yeniden üretimler olarak görülmüştür. Homi Bhabha'nın *üçüncü mekân* kavramı bağlamında değerlendirildiğinde temsiller, etkileşime girerek dönüştürme potansiyeli taşıyıcılar da bu dönüşüm sınırlı gözükmemektedir. Baudrillard'ın gerçeğin yerini alan simülasyonlar fikri ise çalışmada, kültürel temsillerin simüle edilmiş şekilde yeniden üretimi ile gerçekleşmekte ve bilgiyi genellikle çevrimiçi platformlardan edinen genç kuşakların algısında etkili bir yer tutmaktadır.

Sonuç olarak yapay zekâ ile görsel üreten araçlarda yer alan temsiller, yalnızca estetik üretimler değil, toplumsal ve kültürel anlamlar taşıyan ideolojik üretimlerdir. Analizler sonucunda ulaşılan bulgular, yapay zekânın kültürel üretimlerdeki dönüştürücü gücü bağlamında değerlendirildiğinde yapay zekâ teknolojilerinin beslendiği veri tabanlarında yer alan hâkim iktidar ilişkilerinin uzantısı olarak devam ettikleri görülmektedir.

### Beyanlar

**Yazar Katkıları:** Kavramsallaştırma, metodoloji, araştırma, kaynak taraması, yazım—ilk taslak hazırlığı, yazım—gözden geçirme ve düzenleme, denetim: AKTAŞ, S. ve YILDIZIVİRAN, M. Yazarlar, makalenin yayımlanan versiyonunu okumuş ve onaylamıştır.

**Çıkar Çatışması Beyanı:** Çalışmanın herhangi bir kurum, kuruluş, kişi ile herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

**Telif Hakkı Beyanı:** Yazarlar, dergide yayımlanan çalışmasının telif hakkına sahiptir ve bu çalışma CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmıştır.

**Destekleyen Kurumlar:** Bu araştırma hiçbir dış fon tarafından desteklenmemiştir.

**Etik Onay ve Katılımcı Onayı:** Bu makale insan veya hayvan deneklerle yapılan herhangi bir çalışma içermemektedir. Çalışmanın hazırlık süreci boyunca bilimsel ve etik ilkeler gözetilmiş, kullanılan kaynaklar eksiksiz biçimde kaynakçada belirtilmiştir.

**İntihal Beyanı:** Bu makale intihal programı ile taranmıştır. Herhangi bir intihal tespit edilmemiştir.

**Veri ve Materyal Erişimi:** Veri paylaşımı uygulanabilir değildir.

**Yapay Zekâ Araçlarının Kullanımı:** Yazarlar, bu makalenin yazım aşamasında herhangi bir Yapay Zekâ (AI) aracı kullanmamıştır. Makale konusu gereği görsel üreten YZ araçlarını incelediğinden makaledeki görseller YZ araçları ile üretilmiştir.

### Kaynakça

- Atabek, M. (2000). *İletişim ve teknoloji*. Seçkin Yayınevi.
- Balkin, J. M. (2017). The emergence of artificial intelligence and its impact on society. *Harvard Law Review*, 130(1), ss. 150-180
- Baudrillard, J. (1999) *Simülakrlar ve simülasyon*. DoğuBatı Yayınları.
- Bezci, B. ve Çiftci, Y. (2012). Self oryantalizm: İçimizdeki modernite ve/veya içselleştirdiğimiz modernleşme. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 7(1), ss. 139-144
- Bhabha, H.K. (2017). *Kültürel konumlanış*. İnsan Yayınları.
- Birer, G. C. (2020). Yapay zeka temel kavramlar. *Tübitak Bilim ve Teknik*, 2-11.
- Boxofficeturkiye. (2024). *2024 yılının en çok izlenen televizyon dizileri*. Erişim tarihi: 17 Aralık 2024, <https://www.boxofficeturkiye.com>.
- Brynjolfsson, E. & McAfee, A. (2020). *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. W. W. Norton & Company.
- Castells, M. (1996). *The rise of the network society*. Blackwell Publishers.
- Castro, P. A. (2019, December). The end of cinema as we know it. *Avanca / Cinema*. <https://doi.org/10.37390/ac.v0i0.21>
- Çapık, E. ve Dulupçu, M.A. (2023). Türkiye'nin tanıtımında Türk dizilerinin bölgesel başarısı. *Geographies, Planning & Tourism*, 3(2), ss.158-175 <https://doi.org/10.5505/gpts.2023.46855>
- Dick, S. (2019). Artificial intelligence. *Harvard Data Science Review*, 1(1). <https://doi.org/10.1162/99608f92.92fe150c>

- Fukuzimi, Ren. (2006), Criticism on orientalism of the concept of superflat-case study: scenes of the Japanese contemporary art. *Oriental Metaphor 2006 Symposium 1*, ss. 1-4.
- Gerçekler, H. (2021). *Nöro sinema*. Ray.
- Kellner, D. ve Ryan, M. (2010) *Politik kamera*. (Çev. Elif Özsayar). Ayrıntı Yayınları.
- Kılıç, E. G. (2022). Türk Televizyon dizi sektörü ihracatının gelişim eğilimi araştırması (2010-2020). Kültürel değişim ve endüstrileşme sürecinde Türk dizileri. *Sektörel Araştırmalar*, İstanbul Ticaret Odası.
- Kirel, S. (2005). *Kültürel çalışmalar ve sinema*. Kırmızı Kedi.
- Lazzeri, F. (2023). Generative AI, OpenAI, and ChatGPT: What are they? *Data Science at Microsoft*. <https://medium.com/data-science-at-microsoft/generative-ai-openai-and-chatgpt-what-are-they-3c80397062c4>
- Manoharan, J. (2024). Navigating the digital marketing landscape: The role of AI and emotional storytelling in consumer engagement. *International Journal of Science and Research*, 13(5), ss. 1067–1073.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. The MIT Press.
- Mattelard, A. ve Mattelard, P. (1998). *Theories of communication*. Sage Publications.
- McCarthy, J., Minsky, M., Rochester, N. ve Shannon, C. E. (1955). *A proposal for the Dartmouth summer research project on artificial intelligence*. Bulletin of the ACM, 3(4), ss. 250-256.
- Öztürk, M. ve Atik, A. (2016). Ulusal pazardan küresel pazarlara uzanan süreçte Türk dizilerinin gelişimi. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 3(2), ss. 66-82.
- Pirim, A. G. H. (2006). Yapay zekâ. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 1(1), ss. 81-93. <https://doi.org/10.19168/jyu.72783>
- Said, E. (1998). *Oryantalizm (Doğubilim): Sömürgeciliğin keşif kolu*. İrfan Yayımcılık.
- Spivak, G. C. (1988). *Can the subaltern speak?* Ed. C. Nelson ve L. Grosberg, *Marxism and the interpretation of culture* içinde, ss. 271-313. University of Illinois Press.
- Toffler, A. (1980). *The third wave*. William Morrow & Co.
- Townsend, S. (2024, February 25). *Exploring the impact of AI on film production in 2024*. Medium. <https://medium.com/@channelaservice/exploring-the-impact-of-ai-on-film-production-in-2024-f02da745af00>
- Turing, A. M. (1950). *Mind*, 59(236), 433-460.
- Wayne, M. (2011). *Sinemayı anlamak, Marksist perspektifler*. (Çev. Ertan Yılmaz). De Ki.
- Webster, F. (2010). *The information society revisited*. L. A. Lievrouw, S. Livingstone (Eds.) *Handbook of new media: Social shaping and social consequences* içinde, ss. 443-457. SAGE Publications Ltd, <https://doi.org/10.4135/9781446211304.n24>
- Williams, R. (2003). *Televizyon, teknoloji ve kültürel biçim* (A. U. Türkbağ, Çev.). Dost Yayınevi.

### Görsel Kaynakça

- Kling AI. (2024, 18 Aralık). *Turkish TV serials 1* [Yapay zekâ ile üretilmiş görsel]. Kling AI. <https://www.klingai.com/>
- Kling AI. (2024, 18 Aralık). *Turkish TV serials 2* [Yapay zekâ ile üretilmiş görsel]. Kling AI. <https://www.klingai.com/>
- Kling AI. (2024, 18 Aralık). *Main Woman Character in Turkish TV Serials 1* [Yapay zekâ ile üretilmiş görsel]. Kling AI. <https://www.klingai.com/>
- Kling AI. (2024, 18 Aralık). *Main Woman Character in Turkish TV Serials 2* [Yapay zekâ ile üretilmiş görsel]. Kling AI. <https://www.klingai.com/>
- Kling AI. (2024, 18 Aralık). *Main man character in Turkish TV serials 1* [Yapay zekâ ile üretilmiş görsel]. Kling AI. <https://www.klingai.com/>
- Kling AI. (2024, 18 Aralık). *Main man character in Turkish TV serials 2* [Yapay zekâ ile üretilmiş görsel]. Kling AI. <https://www.klingai.com/>
- Midjourney. (2024, 17 Aralık). *Turkish TV serials 1* [Yapay zekâ ile üretilmiş görsel]. Midjourney. <https://www.midjourney.com/>
- Midjourney. (2024, 17 Aralık). *Turkish TV serials 2* [Yapay zekâ ile üretilmiş görsel]. Midjourney. <https://www.midjourney.com/>
- Midjourney. (2024, 17 Aralık). *Main Woman Character in Turkish TV Serials 1* [Yapay zekâ ile üretilmiş görsel]. <https://www.midjourney.com/>
- Midjourney. (2024, 17 Aralık). *Main Woman Character in Turkish TV Serials 2* [Yapay zekâ ile üretilmiş görsel]. Midjourney. <https://www.midjourney.com/>
- Midjourney. (2024, 17 Aralık). *Main man character in Turkish TV serials 1* [Yapay zekâ ile üretilmiş görsel]. Midjourney. <https://www.midjourney.com/>
- Midjourney. (2024, 17 Aralık). *Main man character in Turkish TV serials 2* [Yapay zekâ ile üretilmiş görsel]. Midjourney. <https://www.midjourney.com/>