



Yerel ve Uluslararası Medyada İnternet Televizyonlarının Yeri

Tural VALİMATOV | [ORCID: 0009-0005-2142-9054](https://orcid.org/0009-0005-2142-9054) | tvalimatov@gmail.com

Bakü Devlet Üniversitesi, Gazetecilik Fakültesi, Multimedya ve Elektronik Komünikasyon Bölümü,
Bakü, Azerbaycan

ROR ID: <https://ror.org/026gk3798>

Öz

Bu çalışmanın amacı, dijitalleşmenin hız kazandığı yeni medya ortamında internet temelli televizyon yayıncılığının konumunu kapsamlı bir biçimde analiz etmektir. Makalede, IPTV, OTT TV ve YouTube gibi dijital yayın platformlarının yapısal işleyişleri, sundukları hizmet çeşitliliği ve geleneksel televizyon yayıncılığına kıyasla sağladıkları avantajlar çok boyutlu bir yaklaşımla ele alınmıştır. Özellikle İnternet Protokolü Televizyonu (IPTV) ile Over-the-Top Television (OTT TV) sistemleri, teknik altyapı, içerik sunum biçimi ve kullanıcı deneyimi açısından karşılaştırmalı olarak incelenmiş; IPTV'nin, internet servis sağlayıcıları ve telekomünikasyon operatörleri tarafından kontrol edilen kapalı ağ sistemlerine dayalı olduğu, OTT TV'nin ise herhangi bir ağ sağlayıcısına bağlı kalmaksızın içerik sunumu gerçekleştirdiği vurgulanmıştır. YouTube'un OTT TV bağlamındaki konumu, özellikle reklamcılık, hedef kitle analizi ve içerik optimizasyonu gibi dijital medya stratejileri açısından değerlendirilmiştir. Ayrıca, çalışmada Azerbaycan'daki internet televizyonculuğunun gelişimi, mevcut medya düzenlemeleri ve hukuki altyapı çerçevesinde konuya ilişkin detaylı bir şekilde literatür taraması yapılmış ve elde edilen veriler üzerine incelemeler yapılmıştır. Bu bağlamda, "Medya Hakkında Azerbaycan Cumhuriyeti Kanunu" temel alınarak, geleneksel medya ile dijital medya arasındaki yapısal ve işlevsel farklılıklar ortaya konmuş; profesyonellik düzeyine göre internet televizyon kanallarının karşılaştığı hukuki yaptırımlar ve denetim mekanizmaları analiz edilmiştir. Sonuç olarak, makale, internet televizyonculuğunun hem yerel hem de küresel ölçekte yeni medya ekosistemi içindeki yerini ve gelecekte izlemesi muhtemel yönelimleri ortaya koymayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler

Yayıncılık, Medya, Teknoloji, Dijital Medya, İnternet TV, Sosyal Medya

Atıf Bilgisi

Valimatov, Tural. (2025). Yerel ve Uluslararası Medyada İnternet Televizyonlarının Yeri. Türkiye Medya Akademisi Dergisi Sayı: 10 (Eylül 2025), 251-270. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17203815>

Geliş Tarihi	14.05.2025
Kabul Tarihi	30.07.2025
Yayın Tarihi	28.07.2025
Değerlendirme	İki Dış Hakem / Çift Taraflı Körleme
Etik Beyan	Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur.
Yazar Katkıları	Yazar-1 (%100)
Etik Komite Onayı	Çalışmada etik izin gerektirecek yöntem kullanılmamıştır.
Benzerlik Taraması	Yapıldı - Turnitin
Etik Bildirim	admin@turkiyemedyaakademisi.com
Çıkar Çatışması	Çıkar çatışması beyan edilmemiştir.
Finansman	Bu araştırmayı desteklemek için dış fon kullanılmamıştır.
Telif Hakkı & Lisans	Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmaları CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır.



The Role of Internet Television in Local and International Media

Tural VALİMATOV | [ORCID: 0009-0005-2142-9054](https://orcid.org/0009-0005-2142-9054) | tvalimatov@gmail.com

Baku State University, Faculty of Journalism, Department of Multimedia and Electronic
Communication, Baku, Azerbaijan

ROR ID: <https://ror.org/026gk3798>

Abstract

This study aims to comprehensively analyze the position of internet-based television broadcasting in the new media environment where digitalization is accelerating. In the article, the structural operations of digital broadcasting platforms such as IPTV, OTT TV, and YouTube, the diversity of services they offer, and the advantages they provide compared to traditional television broadcasting are examined with a multidimensional approach. In particular, Internet Protocol Television (IPTV) and Over-the-Top Television (OTT TV) systems are comparatively analyzed in terms of technical infrastructure, content presentation methods, and user experience; it is emphasized that IPTV is based on closed network systems controlled by internet service providers and telecommunications operators, whereas OTT TV delivers content without being dependent on any network provider. YouTube's position in the context of OTT TV is evaluated especially in terms of advertising, target audience analysis, and content optimization within digital media strategies. Additionally, the study conducts a detailed literature review and examination of data concerning the development of internet television broadcasting in Azerbaijan within the framework of existing media regulations and legal infrastructure. In this context, based on the "Law on Media of the Republic of Azerbaijan," the structural and functional differences between traditional media and digital media are revealed; legal sanctions and control mechanisms faced by internet television channels according to their level of professionalism are analyzed. In conclusion, the article aims to reveal the position of internet television broadcasting within the new media ecosystem both locally and globally, and the potential future directions it may follow.

Keywords

Broadcasting, Media, Technology, Digital Media, Internet TV, Social Media

Citation

Valimatov, Tural. (2025). The Role of Internet Television in Local and International Media. Journal of Türkiye Media Academy. Issue: 10 (September 2025), 251-270. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17203815>

Date of Submission	14.05.2025
Date of Acceptance	30.07.2025
Date of Publication	28.07.2025
Peer-Review	Double anonymized - Two External
Ethical Statement	It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited.
Author Contribution	Author-1 (%100)
Ethical Approval	No method requiring ethical approval was used in the study.
Plagiarism Checks	Yes - Turnitin
Conflicts of Interest	The author(s) has no conflict of interest to declare.
Complaints	admin@turkiyemedyakaademisi.com
Grant Support	The author(s) acknowledge that they received no external funding in support of this research.
Copyright & License	Authors publishing with the journal retain the copyright to their work licensed under the CC BY-NC 4.0 .

Giriş

İnternet televizyonculuğu, yeni medyanın önemli bir uzantısı olarak 21. yüzyılın başlarından itibaren hızla gelişmiş ve medya ekosisteminde köklü dönüşümlere neden olmuştur. Geleneksel televizyon yayıncılığına kıyasla daha esnek, etkileşimli ve erişilebilir bir yapıya sahip olan bu yayıncılık biçimi, dijitalleşme süreci ve teknolojik yeniliklerin etkisiyle her geçen gün daha geniş bir kitleye ulaşmaktadır. İnternet üzerinden televizyon yayını yapma fikri ilk kez 1995 yılında Microsoft tarafından geliştirilen MSN TV (önceki adıyla WebTV) hizmeti ile somutlaşmıştır (Wikiwand.com, 2025). Bu girişim, televizyon izleme pratiklerinin dijital ortama taşınmasında önemli bir dönüm noktası olarak değerlendirilmektedir. İnternet televizyonculuğunun küresel ölçekte ses getiren ilk örneklerinden biri ise 1999 yılında gerçekleştirilen NetAid kampanyasıdır (Washingtonpost.com, 1999). NetAid, müzik etkinliklerinin internet üzerinden canlı olarak yayınlanması sayesinde geniş izleyici kitlelerine ulaşmış; böylece dijital medya çağının başlangıcına işaret eden sembolik bir gelişme olarak öne çıkmıştır.

20. yüzyılın sonlarına doğru televizyon yayıncılığı, analog sistemlerden dijital yayıncılık modellerine doğru bir dönüşüm sürecine girmiştir. Bu yapısal değişim, televizyonun yalnızca belirli frekanslar üzerinden yayın yapan bir kitle iletişim aracı olmaktan çıkarak dijital platformlarla bütünleşmesini mümkün kılmıştır. 2000'li yılların başından itibaren internet altyapısının gelişmesi, geniş bant teknolojilerinin yaygınlaşması ve mobil iletişim araçlarındaki ilerlemeler sayesinde internet televizyonculuğu giderek daha erişilebilir ve yaygın bir hale gelmiştir (Yaman, 2017).

Sosyal medyanın yükselişi, dijital içerik platformlarının çeşitlenmesi ve mobil cihazların günlük yaşamda daha etkin kullanılmaya başlanması, internet televizyonculuğunu yeni bir boyuta taşımıştır. Bu bağlamda televizyon yayıncılığı, yalnızca belirli bir web sitesi aracılığıyla gerçekleştirilen bir yayın süreci olmaktan çıkarak çok katmanlı bir dijital medya ekosistemine entegre olmuştur. Akıllı televizyonların yaygın kullanımı, dijital medya oynatıcıları (örneğin TV tuner'lar, medya oynatma cihazları), uygulama tabanlı yayın platformları (Netflix, Amazon Prime Video, Hulu vb.) ile YouTube gibi video paylaşım sitelerinin gelişimi, internet televizyonculuğunu geleneksel yayıncılıkla rekabet edebilir bir düzeye taşımıştır.

İnternet televizyonculuğu, dijital medya ortamının hızla gelişmesiyle birlikte bireylerin medya tüketim alışkanlıklarını da köklü bir biçimde değiştirmiştir. Geleneksel televizyon yayıncılığının tek yönlü ve zaman sınırlı doğasına kıyasla, internet televizyonu, izleyicilere içerik üzerinde daha fazla kontrol ve özgürlük sunmaktadır. Bu dönüşüm, zaman ve mekân bağımsızlığı sağlayarak, izleyicilerin televizyon izleme alışkanlıklarını esnek hale getirmiştir. Öncelikle, internet televizyonculuğu, geleneksel yayının aksine, izleyicilere programları istedikleri zaman izleme imkânı tanımaktadır. Bu özellik, "on-demand" (isteğe bağlı) izleme kültürünün doğmasına yol açmış, izleyicilerin televizyon izleme

deneyimlerini daha kişisel ve özelleştirilmiş hale getirmiştir (Akgün & Hacıhasanoğlu, 2023). Diğer bir önemli dönüşüm, izleyicilerin içerik seçiminde daha aktif bir rol oynamaya başlamalarıdır. Geleneksel medyada izleyiciler çoğunlukla sınırlı sayıda kanaldan ve programdan seçim yapabilmekteyken, internet televizyonculuğu sayesinde kullanıcılar, ilgi alanlarına ve tercihlerine göre içerik arayışını şekillendirebilmektedir. Ayrıca, internet televizyonculuğunun etkileşimli yapısı, izleyicilerin içerik üretimine katılmasını kolaylaştırmıştır. YouTube gibi platformlar, kullanıcıların yalnızca içerik tüketicisi değil, aynı zamanda içerik üreticisi olabilmelerine olanak tanımaktadır. Bu durum, izleyicilerin medya ekosisteminde pasif bir rol üstlenmek yerine aktif bir şekilde yer almalarını teşvik etmektedir. Son olarak, mobil cihazların ve akıllı televizyonların yaygınlaşması, internet televizyonculuğunun erişilebilirliğini artırarak medya tüketimini daha taşınabilir ve esnek hale getirmiştir. İzleyiciler, istedikleri içeriği sadece evde değil, seyahatte veya işte iken de izleyebilmekte, böylece televizyon izleme alışkanlıkları geleneksel medya alışkanlıklarından tamamen farklı bir boyuta taşınmıştır. İnternet televizyonculuğu, bireylerin medya tüketim alışkanlıklarını zaman, mekân, içerik ve etkileşim açısından yeniden şekillendirmiş ve bu dönüşüm, medya dünyasında kalıcı bir değişim yaratmıştır.

Dijital platformlar, içerik yönetimi konusunda da geleneksel medyadan farklı bir yaklaşım benimsemektedir ve bu süreç dijital platformların karşılaştığı en önemli zorluklardan biridir. Dijital medya ortamında telif hakları, dijital platformların içerik sağlayıcılarla yaptığı lisans anlaşmaları ve kullanıcılar tarafından yüklenen içeriklerin denetimi ile yönetilmektedir. Çoğu platform, içeriklerin hak sahipliklerini doğrulamak ve gerektiğinde telif ücreti ödemek için gelişmiş dijital hak yönetim sistemleri kullanmaktadır. Bu sistemler, içerik üreticilerinin haklarının korunmasını sağlarken, aynı zamanda platformların içerik dağıtımını düzenli bir şekilde sürdürmesine yardımcı olmaktadır.

Bu makalede, internet televizyonculuğunun tarihsel gelişim süreci, teknik altyapısı, sunduğu avantajlar ve geleneksel medya ile karşılaştırmalı analizi ele alınmaktadır. Ayrıca IPTV, OTT TV ve YouTube gibi dijital platformların olanakları, internet televizyonculuğunun hukuki boyutu ve özellikle Azerbaycan'daki medya ortamındaki konumu ayrıntılı biçimde incelenmektedir.

1. Medyanın Bir Uzantısı Olarak İnternet Televizyonu

İnternet televizyonculuğu kavramı, tek başına IPTV ile sınırlı tutulamayacağı gibi, yalnızca YouTube gibi platformlarla da özdeşleştirilememektedir. İnternet televizyonculuğu, çok katmanlı bir yapıya sahiptir ve farklı teknolojik sistemleri, hizmet modellerini ve izleyici deneyimlerini kapsamaktadır. Bu bölümde, internet televizyonculuğunun bileşenleri; tarihsel arka planı, teknolojik temelleri ve yeni medya bağlamındaki konumu çerçevesinde ele alınmıştır.

İnternet üzerinden televizyon yayıncılığı fikri Batı ülkelerinde ortaya çıkmış ve gelişmiş ülkeler, özellikle Avrupa Birliği ülkeleri ve Amerika Birleşik Devletleri, medya teknolojileri

konusunda öncülük etmiştir (İlaslan & Sümer, 2023). Medya alanında yaşanan bu "yenilik dalgası", çevresel ülkelere genellikle birkaç yıl gecikmeli olarak ulaşmıştır. Ancak medya sektöründe çalışan bireyler, dijital dönüşüm süreçlerini daha erken benimseyerek YouTube gibi platformlar üzerinden bireysel kanallar oluşturmuş; bağımsız içerik üretimi yoluyla alternatif medya alanları inşa etmeye başlamışlardır.

İnternet televizyonculuğu, teknik olarak birden fazla yayın modeli üzerinden gerçekleştirilebilmektedir. Bu modeller arasında Web TV, IPTV ve OTT TV en çok öne çıkan sistemlerdir (Aslan & Öztekin, 2023). Web TV, bir medya kuruluşunun veya içerik sağlayıcısının kendi web sitesi üzerinden sunduğu video içeriklerine dayanan bir yayıncılık biçimidir. Bu sistem iki ana modelde karşımıza çıkmaktadır:

1. Yalnızca tek bir medya kuruluşunun internet sitesinde yer alan, doğrudan o kuruma ait içerikleri izleyiciye sunan yapı,
2. Farklı televizyon kanallarına ait yayınların tek bir platformda birleştirilerek sunulduğu merkezi sistemler.

Web TV'ler web tarayıcıları üzerinden erişilebilir olup, kullanıcıların herhangi bir özel cihaz ya da abonelik sistemi olmadan içeriklere ulaşmasına olanak tanımaktadır.

IPTV, televizyon yayınlarının internet protokolü aracılığıyla kullanıcıya ulaştırılmasını sağlayan bir sistemdir. IPTV sistemleri internet servis sağlayıcıları veya telekomünikasyon şirketleri tarafından kapalı ağlar (intranet) üzerinden sunulmaktadır. Bu sistemde izleyicinin, IPTV uyumlu bir akıllı televizyon, medya oynatıcı (set-top box), uzaktan kumanda ve minimum 3 Mbit/s hızında bir internet bağlantısına sahip olması yeterlidir. Günümüzde birçok akıllı televizyon, IPTV uygulamalarını doğrudan uygulama mağazalarından indirilebilir kılmakta; böylece harici bir cihaz ihtiyacı ortadan kalkmaktadır. IPTV sistemleri, içerik kontrolünün daha fazla yapılabildiği, kullanıcı verilerinin analiz edilebildiği ve abonelik modelleriyle gelir elde edilebildiği bir yapıya sahiptir (Akaydın, 2014). Bu özellikleri sayesinde birçok ülkede hem kamu yayıncıları hem de özel sektör tarafından yaygın şekilde benimsenmiştir.

"Over-the-top" (OTT) terimi, televizyon içeriklerinin geleneksel yayın altyapılarına (kablo, uydu, karasal yayın gibi) ihtiyaç duyulmadan, doğrudan internet üzerinden izleyiciye sunulmasını ifade etmektedir. OTT sistemlerinin en ayırt edici özelliği, herhangi bir sağlayıcıya bağımlı olmadan, açık internet aracılığıyla yayın yapılmasıdır. Kullanıcı, internet bağlantısına sahip olduğu sürece herhangi bir yerde, herhangi bir cihazla bu içeriklere ulaşabilmektedir (Aydemir, 2023).

Günümüzde dijital medya ortamında hızla yaygınlaşan OTT (Over-The-Top) hizmetleri, yalnız içerik sunum biçimleriyle değil, aynı zamanda ekonomik iş modelleri bakımından da çeşitlilik göstermektedir. Bu bağlamda OTT hizmetleri, içerik erişim yöntemine ve kullanıcı ile sağlayıcı arasındaki ekonomik ilişkiye göre üç temel kategori altında sınıflandırılmaktadır:

1. Abonelik Tabanlı Video Hizmetleri (SVOD - Subscription Video on Demand): Bu modelde kullanıcılar, belirli bir ücret karşılığında platforma abone olmakta ve abonelik süresi boyunca sunulan tüm içeriğe sınırsız erişim hakkı elde etmektedir. SVOD modeli, özellikle içeriklerin sürekli olarak güncellendiği ve zengin bir arşiv yapısının sunulduğu platformlar için tercih edilmektedir. Netflix, BluTV, Disney+ ve HBO Max gibi ulusal ve uluslararası düzeyde faaliyet gösteren platformlar bu kategoriye örnek teşkil etmektedir. Bu model, sürekli gelir akışı sağlaması nedeniyle sürdürülebilirlik açısından medya şirketleri tarafından da yaygın biçimde benimsenmiştir (Akgün & Hacıhasanoğlu, 2023).

2. Reklam Destekli Video Hizmetleri (AVOD - Advertising Video on Demand): AVOD modeli, kullanıcıların içeriğe ücretsiz olarak erişebildiği, ancak içerik izleme sırasında çeşitli reklamlarla karşılaştığı bir sistemdir. Bu yapıda gelir, izleyiciye sunulan reklam gösterimlerinden elde edilmektedir. Özellikle geniş kullanıcı kitlesine ulaşmak isteyen platformlar açısından etkili bir model olan AVOD, izleyiciye düşük maliyetli bir alternatif sunarken, reklamverenler için de hedeflenmiş pazarlama olanakları sağlamaktadır. YouTube, bu modelin en bilinen ve en yaygın kullanılan örneğidir (Özdemir vd., 2025).

3. İşlem Bazlı Video Hizmetleri (TVOD - Transactional Video on Demand): TVOD modeli, kullanıcıların yalnızca izlemek istedikleri içerikler için bireysel olarak ödeme yaptığı bir sistemdir. Bu yapı, genellikle yeni vizyona giren filmler, özel yapımlar veya premium içerikler için tercih edilmektedir. TVOD hizmetlerinde kullanıcı, ya tek seferlik bir izleme (kiralama) ya da kalıcı erişim (satın alma) seçeneğine sahip olabilir. Apple iTunes ve Google Play Movies gibi platformlar bu modele örnek gösterilebilir. Bu sistem, içerik başına gelir elde edilmesine olanak sağladığı için özellikle yüksek üretim maliyetine sahip içeriklerde tercih edilmektedir (Symphonyai.com, 2025).

Bu üçlü sınıflandırma, OTT hizmetlerinin yalnızca teknolojik altyapı bakımından değil, aynı zamanda ekonomik sürdürülebilirlik ve kullanıcı etkileşimi açısından da farklılaştığını ortaya koymaktadır. Farklı ekonomik modeller, hedef kitleye ulaşım stratejilerini ve içerik politikalarını doğrudan etkilemekte; böylece dijital medya ekosisteminin çok katmanlı yapısına katkı sunmaktadır.

Türkiye ve Azerbaycan gibi ülkelerde internet televizyonculuğu hâlâ gelişim sürecindedir. Her iki ülkede de kablo, uydu ve IPTV hizmetleri geleneksel yayıncılıkta hâkim konumda bulunurken, internet tabanlı OTT hizmetlerinin giderek daha fazla tercih edildiği gözlemlenmektedir. Kullanıcıların içerik tüketim alışkanlıklarının değişmesi, mobil cihaz kullanımının artması ve genç izleyici kitlesinin geleneksel yayın modellerinden uzaklaşması, bu tercihi tetikleyen başlıca unsurlardır.

2. İnternet Televizyonculuğu Bağlamında IPTV, OTT TV ve YouTube

İnternet Protokol Televizyonu (IPTV) ve “Over-the-Top” (OTT) TV teknolojileri, geleneksel televizyon yayıncılığı modellerine kıyasla önemli ölçüde daha modern, verimli ve kullanıcı dostu yayıncılık sistemleri olarak dikkat çekmektedir. Bu iki teknoloji,

geleneksel kablo ve uydu televizyonu hizmetlerinin sınırlamalarını aşarak yalnızca internet altyapısına dayalı yayınlar yapma olanağı sağlamaktadır. IPTV ve OTT sistemleri, internet bağlantısının sağlandığı her yerden izlenebilecek içerikler sunarak, geleneksel yayıncılığın gerektirdiği fiziksel altyapılara (kablo, uydu anteni, vb.) olan bağımlılığı ortadan kaldırmaktadır (Talipoğlu, 2024).

IPTV ve OTT TV, içerik iletiminde farklı teknolojik altyapılara dayanmaktadır. IPTV, kapalı ve operatör kontrollü ağlar aracılığıyla hizmet sunarken, OTT platformları, içerikleri internet üzerinden herhangi bir özel altyapıya ihtiyaç duymadan, küresel ölçekte dağıtabilmektedir. IPTV, belirli cihaz ve bölgelere bağımlıyken, OTT TV, internet bağlantısı olan her cihazda çalışabilmesi sayesinde daha geniş bir erişim ve cihaz bağımsızlığı sunmaktadır. Ayrıca, OTT sistemleri coğrafi kısıtlamaları büyük ölçüde aşarak içeriklere küresel düzeyde erişim imkânı tanımaktadır; bu yönüyle, geleneksel IPTV sistemlerine kıyasla çok daha esnek ve kullanıcı odaklı bir yapı sergilemektedir.

2.1. IPTV'nin Temel Özellikleri ve Yayın Modeli

İnternet Protokol Televizyonu (IPTV), internet protokolü üzerinden ses, video ve veri iletimini mümkün kılan kapalı ağ altyapıları aracılığıyla çalışan bir dijital yayın teknolojisidir. Bu sistem, İnternet Servis Sağlayıcıları (ISP) ve telekomünikasyon şirketleri tarafından kontrol edilen ağlar üzerinden hizmet vermektedir. IPTV'nin bu kapalı yapısı, geleneksel televizyon yayıncılığına benzer şekilde merkezi denetimi mümkün kılarak, içeriklerin güvenli ve istikrarlı biçimde son kullanıcıya ulaşmasını sağlamaktadır. Kullanıcılar, bu sistem sayesinde yalnızca internet bağlantısına sahip oldukları her yerden yayınlara erişim sağlayabilir, bu da mekândan bağımsız bir izleme deneyimi sunmaktadır.

IPTV sistemlerinin en belirgin teknik özelliği, hizmet kalitesinin (Quality of Service - QoS) sağlanmasına yönelik protokollerdir. Bu protokoller sayesinde yayın sırasında gecikme, paket kaybı ve bant genişliği sorunları minimize edilerek, özellikle yüksek çözünürlüklü (HD, 4K) içeriklerin kesintisiz şekilde iletilmesi mümkün olur. IPTV platformları, bu hizmet kalitesini optimize edebilmek için yayın altyapısını sıkı şekilde kontrol eder. Örneğin, Türkiye'de Türk Telekom'un Tivibu hizmeti, QoS protokolleri ile desteklenen, geniş kanal yelpazesi ve isteğe bağlı içerik seçenekleri sunan bir IPTV örneğidir (Yükselten vd., 2011). Aynı şekilde, Vodafone TV ve Turkcell TV+ gibi servis sağlayıcılar da çoklu ekran desteği, mobil uyumluluk ve bulut teknolojilerine dayalı özelliklerle kullanıcı deneyimini zenginleştirmektedir.

IPTV sistemleri “set-top box” (STB) adı verilen cihazlar aracılığıyla izlenmektedir. Bu cihazlar, dijital sinyalleri çözümler ve televizyon ekranına iletmektedir. STB'ler aynı zamanda kullanıcıya özel arayüzler, içerik öneri sistemleri, kayıt, ebeveyn kontrolü gibi fonksiyonlar da sunarak etkileşimli bir televizyon deneyimi sağlamaktadır (Akaydın, 2014). Apple TV ve Google Chromecast gibi dijital medya oynatıcılar, IPTV platformlarıyla uyumlu olarak çalışmakta ve televizyonların “akıllı” işlevlerini artırmaktadır.

Dünya genelinde IPTV uygulamaları, ülkelere göre farklılık göstermektedir. Örneğin, Birleşik Krallık'ta "BT TV", sadece canlı yayınları değil, aynı zamanda Netflix ve Amazon Prime gibi OTT hizmetlerine entegre erişim imkânı sağlayan hibrit bir model sunmaktadır. Fransa'da "Orange TV", geniş VoD arşivi, HD yayın kalitesi ve etkileşimli hizmetleriyle IPTV sisteminin gelişmiş bir örneğini temsil eder (Orange.com, 2025). Güney Kore'deki KT "Olleh TV" ise, 4K yayınlar, bulut kayıt özellikleri ve 8 milyonu aşan abone sayısı ile IPTV altyapısının ileri düzeyde nasıl kullanılabileceğine dair başarılı bir modeldir (Global Buisness Group, 2016). Amerika Birleşik Devletleri'nde "AT&T"nin sunduğu "U-verse TV" hizmeti, geleneksel kablo yayınından IPTV'ye geçiş sürecini destekleyen önemli bir örnek olarak öne çıkmaktadır.

IPTV'nin yayın modeli, büyük ölçüde abonelik esasına dayalıdır. Bu modelde içerikler, belirli zaman dilimlerine göre kullanıcıya sunulmakta; ayrıca canlı yayın ve isteğe bağlı (VoD) içeriklerin bir arada bulunmasıyla izleyiciye zaman açısından esneklik tanınmaktadır. VoD hizmetleri, kullanıcıların diledikleri içeriği, diledikleri zaman izleyebilmesine olanak sağlar. Netflix ve HBO Max gibi platformlarla benzerlik gösterse de, IPTV sistemleri genellikle bu içerikleri daha kontrollü bir ağ üzerinden sunmaktadır. Bu da güvenlik ve yayın kalitesi açısından bir avantaj sağlarken, erişim özgürlüğü açısından OTT platformlarına kıyasla sınırlı olabilir (Göransson vd., 2017).

Kullanıcı deneyimini güçlendiren bir diğer unsur, Elektronik Program Rehberi (EPG) ve gelişmiş navigasyon sistemleridir. IPTV platformlarında bu rehberler, canlı yayınlar ve VoD içeriklerinin kolayca kategorize edilmesini, aranmasını ve izlenmesini sağlamaktadır (Akaydın, 2014). Kullanıcılar, izleme geçmişine göre kişiselleştirilmiş öneriler alabilmekte, favori içeriklerini işaretleyebilmekte ve gelecekteki yayınları takvimlerine ekleyebilmektedir. Örneğin, Tivibu ve YouTube TV gibi platformlar, kullanıcı odaklı arayüzleri ve öneri motorlarıyla izleyici tercihlerini ön planda tutan hizmetler sunmaktadır (Koyuncu, 2017).

Sonuç olarak IPTV, teknik altyapısı, içerik sunum biçimi ve kullanıcı deneyimi açısından geleneksel televizyon sistemlerinden önemli ölçüde ayrılmakta; aynı zamanda OTT platformlarıyla belirli noktalarda kesişen ama onlardan daha denetimli ve sistematik bir yapı sunmaktadır. Yayın kalitesinin güvence altına alınması, içeriklerin merkezi şekilde yönetilmesi ve kullanıcıya özel arayüzlerle kişiselleştirilmiş deneyim sunulması, IPTV'yi dijital medya ekosistemi içinde özgün bir konuma yerleştirmektedir].

2.2. OTT TV: Geleneksel Yayıncılığa Alternatif Bir Model

Son yıllarda dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte, Over-the-Top Television (OTT TV) sistemleri, geleneksel televizyon yayıncılığına güçlü bir alternatif haline gelmiştir. OTT TV, herhangi bir telekom altyapısına ya da servis sağlayıcıya bağlı kalmaksızın, yalnızca internet üzerinden video içeriklerinin iletildiği bir yayın modelidir. Bu sistemde içerik sağlayıcıları, kullanıcılarla doğrudan çevrimiçi platformlar aracılığıyla etkileşime girer ve

izleyicilere akıllı telefon, bilgisayar, tablet, akıllı televizyon gibi çok çeşitli cihazlardan erişim olanağı sunar (Aslan & Öztekin, 2023).

OTT TV'nin temel farkı, kullanıcıların içeriklere herhangi bir özel donanıma ihtiyaç duymadan ulaşabilmesidir. IPTV sistemlerinin aksine, OTT platformlarında set-top box ya da uyumlu cihaz zorunluluğu yoktur. Bu esneklik, YouTube, Netflix, Amazon Prime Video, Disney+ ve Hulu gibi platformları küresel ölçekte yaygınlaştırmıştır (Başer & Söğütöller, 2023). Bu platformlar, içeriklerini dünya genelindeki milyonlarca kullanıcıya farklı coğrafyalarda sunarak, yayıncılığı sınırların ötesine taşımaktadır.

OTT TV'nin sunduğu en büyük avantajlardan biri, video içeriklerine “talep üzerine” (Video-on-Demand – VoD) erişim imkânıdır. İzleyiciler, geleneksel yayıncılıktaki gibi belirli saat dilimlerine bağlı kalmaksızın, diledikleri zaman diledikleri içeriği izleyebilirler. Netflix gibi platformlar, bu modelde kullanıcıya geniş bir içerik arşivi sunar ve izleme alışkanlıklarına göre kişiselleştirilmiş öneriler geliştirir. Kullanıcıların ilgi alanlarına göre oluşturulan algoritmalar, içeriklerin daha etkili bir şekilde sunulmasına katkı sağlar ve izleme deneyimini bireyselleştirir.

OTT sistemleri ile IPTV arasında en belirgin farklardan biri, altyapı yaklaşımıdır. IPTV, internet servis sağlayıcıları tarafından kontrol edilen kapalı ağlar üzerinden yayın yapar ve Hizmet Kalitesi (Quality of Service – QoS) protokolleri ile yayınların güvenliği ve sürekliliğini sağlar. OTT ise içeriklerini, internet genelinde yayılmış olan İçerik Dağıtım Ağları (Content Delivery Network – CDN) aracılığıyla sunar. Bu sistemde içerikler, coğrafi olarak dağılmış sunucularda depolanır ve kullanıcılar, kendilerine en yakın olan sunucudan hizmet alır. Bu yöntem, gecikme sürelerini azaltır ve yüksek çözünürlüklü içeriklerin kesintisiz olarak sunulmasını mümkün kılar.

Bu altyapı farklılıkları, içerik dağıtım süreçlerini de etkiler. IPTV, belirli bir bölgeye hizmet vermek üzere yapılandırılmıştır ve hizmet kapsamı büyük ölçüde coğrafi sınırlamalarla belirlenir. Buna karşılık, OTT platformları internet erişiminin olduğu her yerde kullanılabilir. Bu durum OTT sistemlerini, özellikle mobil ve çoklu cihaz kullanımında daha tercih edilir kılar. Örneğin, bir kullanıcı Netflix içeriklerine hem dizüstü bilgisayarından hem de akıllı telefonundan aynı anda erişebilirken, IPTV sistemlerinde cihaz bağımlılığı daha belirgindir. Cihaz erişimindeki bu esneklik, kullanıcıların içerik tüketim alışkanlıklarını da dönüştürmektedir. IPTV sistemleri çoğunlukla evde sabit bir televizyon cihazına bağlı kalırken, OTT TV sistemleri günün her saatinde, her yerden içerik izleme imkânı sağlamaktadır. Akıllı televizyonlardan mobil telefonlara kadar geniş bir cihaz yelpazesi ile uyumlu olan OTT TV sistemleri, medya tüketimini bireysel ve taşınabilir hale getirmektedir (Burç & Mazıcı, 2023).

Abonelik modelleri açısından da iki sistem arasında önemli farklılıklar vardır. IPTV servis sağlayıcılar tarafından sabit fiyatlı paketler hâlinde sunulmakta ve kullanıcılar belirli bir içerik yelpazesiyle sınırlı kalmaktadır. Buna karşılık, OTT TV platformları abonelik seçeneklerini çok daha esnek şekilde düzenlemektedir. Kullanıcılar yalnızca ilgilendikleri

içerikler için ödeme yapabilmekte (örneğin SVOD – Subscription Video on Demand modeli), bazı platformlar ise ücretsiz reklam destekli içerikler de sunmaktadır (AVOD – Advertising-based Video on Demand). Disney+, Prime Video veya Netflix gibi platformlar, izleme tercihinin göre kişiselleştirilmiş abonelik planları oluşturarak kullanıcıya daha özgür bir deneyim sunmaktadır (Erdoğan, 2023).

Coğrafi erişilebilirlik açısından da OTT TV daha kapsayıcı bir yapıdadır. IPTV sistemleri, yerel yasal düzenlemelere ve lisans sınırlamalarına tabi olduklarından, sadece belirli ülkelerde ya da bölgelerde hizmet verebilirler. Örneğin Türkiye’deki Tivibu hizmeti yalnızca Türkiye içindeki kullanıcılara açıktır ve uluslararası içerik sunumu sınırlıdır (Parmaksız & Enginkaya, 2019). Buna karşın, OTT TV platformları, geniş çaplı dağıtım lisansları ve CDN altyapıları sayesinde farklı ülkelerde aynı anda hizmet sunabilir. Her ne kadar bazı içerikler hâlâ bölgesel lisans anlaşmaları nedeniyle kısıtlamaya tabi olsa da, OTT sistemleri coğrafi engelleri büyük ölçüde aşmayı başarmıştır.

2.3. YouTube’un OTT TV ile İlişkisi ve Etkileşim Dinamikleri

YouTube, dijital medya ekosisteminde önemli bir oyuncu olarak, Over-The-Top (OTT) televizyonun evriminde merkezi bir rol oynamaktadır. Geleneksel televizyon yayıncılığının ötesine geçerek, kullanıcıların içerik üretme ve izleme alışkanlıklarını dönüştüren YouTube, OTT TV platformları arasında kendine sağlam bir yer edinmiştir. 2023 itibarıyla YouTube TV, Amerika Birleşik Devletleri’nde 8 milyon aboneye ulaşarak en büyük OTT TV platformu haline gelmiştir (Donanimhaber.com, 2015). Bu başarı, platformun sunduğu esneklik, geniş içerik yelpazesi ve kullanıcı dostu arayüz gibi özelliklerin bir sonucudur. YouTube TV, kullanıcıların istedikleri zaman ve istedikleri cihaz üzerinden içeriklere erişmelerini sağlayarak, geleneksel televizyon izleme alışkanlıklarını köklü bir şekilde değiştirmiştir. YouTube, içerik üreticilerine kendi kanallarını oluşturma ve küresel bir izleyici kitlesine ulaşma fırsatı sunmaktadır. Bu platformda içerik üreticilerinin karşılaştığı en büyük zorluklardan biri, yasal düzenlemeler ve etik standartlardır. Birçok ülkede sosyal medya ve internet televizyonu faaliyetlerine yönelik özel yasalar bulunmaktadır. Örneğin, Azerbaycan’da yürürlüğe giren “Medya Hakkında Azerbaycan Cumhuriyeti Kanunu”, internet televizyonu ve sosyal medya platformlarıyla ilgili önemli yasal düzenlemeleri içermektedir (President.az, 2022).

YouTube, yalnızca Azerbaycan gibi belirli ülkelerde değil, dünya genelinde medya düzenlemeleri ve etik kurallara uymak zorundadır. Örneğin, Avrupa Birliği’nin Dijital Hizmetler Yasası (Digital Services Act - DSA), dijital platformların içerik denetimini daha şeffaf ve kullanıcı odaklı hale getirmeyi hedefler. Bu yasaya göre, YouTube gibi platformlar, içeriklerinin ne zaman ve nasıl kaldırılacağı konusunda daha net ve açık politikalar oluşturmalıdır.

YouTube’un OTT TV ile ilişkisi, sadece bir içerik izleme platformu olmanın ötesine geçerek, içerik üreticileri ve izleyiciler arasındaki etkileşimi şekillendiren dinamik bir ekosisteme dönüşmüştür. Küresel ölçekte uygulanan yasal ve etik düzenlemeler,

platformun sorumlu bir medya aracı olarak işlev görmesini sağlamaktadır. Bu bağlamda, YouTube'un OTT TV alanındaki rolü, dijital medya tüketim alışkanlıklarının evriminde önemli bir kilometre taşıdır.

3. İnternet Televizyonculuğunun Geleceği ve Eğilimler

İnternet televizyonculuğunun geleceği, dijitalleşmenin hızla derinleşmesiyle birlikte önemli bir evrim sürecinden geçmektedir. Bu evrimde, 5G teknolojisi ve yapay zeka (AI) entegrasyonunun, medya sektöründeki dinamikleri köklü bir şekilde dönüştürmesi beklenmektedir. Her iki teknolojinin birleşimi, içerik üretiminden izleyici etkileşimine kadar birçok alanda önemli gelişmeler sağlayacaktır. Bu bölümde, 5G'nin internet televizyonculuğu üzerindeki etkisi, yapay zekanın içerik öneri sistemlerindeki rolü ve bu teknolojilerin nasıl bir araya gelerek dijital medya deneyimini dönüştüreceği incelenmiştir.

5G teknolojisi, daha yüksek veri aktarım hızları, daha düşük gecikme süreleri ve daha geniş bant genişliği sunarak dijital medya deneyimini önemli ölçüde dönüştürmektedir. 4G ile kıyaslandığında, 5G, veri hızlarını yaklaşık 100 kat artırabilir ve gecikme süresini 1 milisaniyeye kadar düşürebilir. Bu, internet televizyonculuğunun kalitesini önemli ölçüde iyileştirecek, özellikle video içeriği ile ilgili olarak kullanıcı deneyimini daha sorunsuz ve akıcı hale getirebilmektedir (Bigfil.com, 2021).

4K ve 8K yayıncılığı 5G'nin sağladığı yüksek hızlar ve geniş bant, ultra yüksek çözünürlükte video içeriğin akışını mümkün kılabilir. Bu durum, 4K ve 8K yayıncılığının yaygınlaşmasına olanak tanıyacak ve görsel kaliteyi önemli ölçüde artırabilir. 5G'nin sunduğu hız ile özellikle mobil cihazlardan yüksek çözünürlüklü içerik izleme deneyimi daha erişilebilir hale gelebilir. Global anlamda, Netflix ve YouTube gibi platformlar, 4K içerikleri sunmaya başlamışken, 5G ile birlikte bu içerikler daha fazla kullanıcıya ulaşabilecektir. Örneğin, 2021'de Netflix, 4K içeriğin mobil cihazlar üzerinden izlenebilmesini sağlarken, 5G'nin yaygınlaşması ile birlikte 8K içeriklerin de erişilebilirliği artabilir (Sirer, 2022).

Sanal Gerçeklik (VR) ve Artırılmış Gerçeklik (AR): 5G'nin düşük gecikme süreleri, sanatlı gerçeklik ve artırılmış gerçeklik gibi ileri düzey medya teknolojilerinin entegrasyonunu hızlandıracaktır. Örneğin, 5G sayesinde, izleyiciler sanal gerçeklik gözlükleriyle gerçek zamanlı, yüksek kaliteli video akışlarını daha kesintisiz ve interaktif bir şekilde deneyimleyebileceklerdir. Oculus Quest ve PlayStation VR gibi platformlar, kullanıcıların etkileşimli içerikler ve oyunlar izlemelerini sağlarken, 5G'nin etkisiyle bu deneyimler çok daha gerçekçi ve akıcı hale gelecektir. Artırılmış gerçeklik ise, kullanıcıların televizyon izlerken gerçek dünyayla dijital içerikleri entegre etmelerine olanak tanıyacak, böylece daha derin ve etkileşimli bir izleme deneyimi sağlanacaktır (Bingöl, 2018).

Yapay zeka ve makine öğrenimi, internet televizyonculuğunun geleceğinde kritik bir rol oynamaktadır. Dijital medya platformları, kullanıcı davranışlarını analiz ederek kişiselleştirilmiş içerik öneri sistemleri oluşturmakta, bu da izleyicilerin daha anlamlı ve

ilgi çekici içeriklerle karşılaşmalarını sağlamaktadır. AI tabanlı öneri motorları, yalnızca izleme alışkanlıklarını değil, aynı zamanda izleyicilerin duygusal tepkilerini, sosyal etkileşimlerini ve daha birçok veri noktasını dikkate alarak içerik önerilerinde bulunabilmektedir. Bu süreç, izleyici deneyimini daha dinamik ve etkileşimli hale getirecek ve içerik tüketiminde devrim yaratabilir.

Netflix ve Spotify gibi platformlar, AI algoritmalarını içerik öneri sistemlerinde kullanarak, kullanıcıların ilgisini çekecek içerikleri belirlemekte son derece başarılı olmuştur. Örneğin, Netflix'in öneri algoritması, her bir kullanıcının izleme geçmişini, değerlendirdiği içerikleri ve zaman içinde gösterdiği davranışları analiz ederek, izleyicilere benzer içerikler sunmaktadır. Yapay zekâ, aynı zamanda video içerik üretiminde de devrim yaratabilir. Otomatik metin yazma, video düzenleme, ses sentezleme ve içerik oluşturma süreçleri, AI teknolojisiyle daha verimli ve hızlı hale gelebilir. DeepMind gibi yapay zekâ sistemleri, metin yazma veya video montajı gibi kreatif süreçlerde insan benzeri performanslar sergileyebilmektedir (Altıntop, 2023).

5G ve yapay zekanın birleşimi, global ölçekte medya erişiminin artırılmasına da olanak tanıyabilmektedir. Özellikle mobil cihazlar üzerinden izlenen medya içeriği, 5G'nin sunduğu hızlı bağlantılarla daha yüksek kalitede ve kesintisiz hale gelecek, internet televizyonculuğunun mobil izlenebilirlik kapasitesi önemli ölçüde artabilir. Bununla birlikte, yapay zekanın içeriğe dayalı önerileri, kullanıcılara daha önce keşfetmedikleri içerikleri sunarak, global medya platformlarının çeşitliliğini artırabilir. 5G teknolojisinin yaygınlaşmasıyla birlikte, Çin'in Baidu gibi platformları, internet televizyonculuğunu küresel çapta daha erişilebilir hale getirebilmekte, aynı zamanda YouTube gibi küresel platformlar, farklı coğrafyalarda içerik önerilerini kişiselleştirme konusunda daha etkili olabilmektedir. Örneğin, YouTube'un AI tabanlı algoritmaları, kullanıcıların coğrafi konumlarına göre içerik önerilerini yerelleştirecek ve daha fazla etkileşim sağlayabilir.

Sonuç

Günümüz medya ortamı, dijitalleşme ile birlikte köklü bir dönüşüm sürecinden geçmekte; bu süreçte internet televizyonculuğu, geleneksel medya anlayışını yeniden şekillendiren başat aktörlerden biri olarak öne çıkmaktadır. İnternet temelli yayıncılık modelleri, içerik sunumuna ilişkin teknik bir değişimin yanı sıra medya üretim, dağıtım ve tüketim pratiklerinin sosyoteknolojik bir dönüşümünü de beraberinde getirmektedir. IPTV, OTT TV ve YouTube gibi platformlar, izleyici merkezli ve talep odaklı yayıncılık anlayışıyla, geleneksel medya yapısının merkeziyetçi ve zaman bağımlı modeline alternatif oluşturmaktadır.

Bu bağlamda, profesyonel internet televizyon kanalları ile bireysel veya amatör düzeyde faaliyet gösteren dijital yayın kanalları arasında belirgin yapısal ve operasyonel farklar bulunmaktadır. Profesyonel kanallar, içerik kalitesi, etik yayın ilkeleri, teknik altyapı yeterliliği ve yasal sorumluluklar açısından daha yüksek standartlara tabi iken;

bireysel yayıncılar, daha esnek ve çoğu zaman denetimden uzak bir yayıncılık pratiği benimsemektedir. Dolayısıyla, yanlış bilgi paylaşımı, etik ihlaller veya hukuki sorunlar karşısında her iki yayın modeli farklı türde yaptırımlarla karşılaşmakta; profesyonel internet televizyonları için bu tür ihlallerin sonuçları, itibar ve kurumsal güven açısından çok daha ağır olmaktadır.

Bununla birlikte, internet televizyonlarının artan etkisi, yalnızca içerik üretim kapasitesiyle değil; aynı zamanda sahip oldukları insan kaynağı, teknolojik donanım ve finansal sürdürülebilirlikle de yakından ilişkilidir. Özellikle YouTube gibi platformlarda yayın yapan profesyonel kanallar, gelişmiş prodüksiyon imkanları, canlı yayın kapasitesi, çoklu platform entegrasyonu ve veri odaklı içerik stratejileriyle, geleneksel medya kurumlarıyla rekabet edebilecek düzeyde bir yayıncılık anlayışı geliştirmektedir. İzleyici analizlerine dayalı hedefleme, içerik optimizasyonu ve etkileşim analitiği gibi olanaklar, internet televizyonlarına dijital çağın dinamiklerine uygun esnek, hızlı ve kullanıcı odaklı bir medya modeli sunmaktadır.

Sosyal medya ve video paylaşım platformları, internet televizyonlarının erişimini genişletmekte ve medya içeriklerinin izlenebilirliğini ciddi anlamda artırmaktadır. Özellikle YouTube'un sunduğu detaylı kullanıcı verileri (demografi, izleme süreleri, etkileşim oranları vb.), medya kuruluşlarına izleyici davranışlarına dayalı stratejik içerik üretimi olanağı sunmakta; bu yönüyle geleneksel reyting sistemlerine kıyasla çok daha hassas ve anlamlı geri bildirimler sağlamaktadır.

5G teknolojisi ve yapay zekanın birleşimi, internet televizyonculuğunun geleceğini yeniden şekillendirerek dijital medya deneyiminde devrim yaratabilir. 5G'nin sağladığı yüksek hızlar ve düşük gecikme süreleri, içerik kalitesini artırarak mobil cihazlarda daha akıcı ve kesintisiz bir izleme deneyimi sunarken, yapay zeka, içerik öneri sistemlerini daha kişiselleştirilmiş ve etkili hale getirebilir. Bu gelişmeler, izleyicilere daha dinamik ve etkileşimli bir medya deneyimi sunarak, küresel medya erişimini ve içerik çeşitliliğini önemli ölçüde artırabilir. Gelecekte, dijital medya ekosistemindeki oyuncular, bu teknolojilerin sunduğu fırsatlar doğrultusunda daha yenilikçi stratejiler geliştirerek izleyici beklentilerini karşılamaya devam edeceklerdir.

Azerbaycan özelinde değerlendirildiğinde ise internet televizyonculuğu, henüz kurumsallaşma sürecini tamamlamamış olsa da, ülkedeki medya çeşitliliğinin ve ifade özgürlüğünün dijital zeminde genişlemesi açısından önemli bir potansiyele sahiptir. “Medya Hakkında Azerbaycan Cumhuriyeti Kanunu” gibi yasal düzenlemeler, internet tabanlı yayıncılığı hukuki bir çerçeveye oturtmayı amaçlamakta; bu sayede dijital yayıncılığın etik, güvenilir ve sorumlu bir biçimde gelişmesi hedeflenmektedir.

Sonuç olarak, internet televizyonları hem yerel hem de küresel ölçekte medya ekosisteminde merkezi bir konum edinmeye başlamıştır. Bu medya biçimi, dijital teknolojilerin sunduğu esneklik, erişilebilirlik ve veri temelli içerik üretim olanaklarıyla yalnızca geleneksel yayıncılığın alternatif bir biçimi değil; aynı zamanda onun evriminin

bir parçası haline gelmiştir. Önümüzdeki dönemde, internet televizyonlarının teknolojik inovasyonlar, yapay zekâ destekli içerik yönetimi ve kişiselleştirilmiş medya deneyimleriyle daha da güçlenmesi beklenmektedir. Bu gelişmeler, medya tüketim alışkanlıklarını derinlemesine dönüştürecek; dolayısıyla medya araştırmalarının, düzenleyici politikaların ve iletişim stratejilerinin bu yeni gerçekliğe uyum sağlaması gerekecektir.

Extended Abstract

Extended This study aims to comprehensively analyze the position and impact of internet-based television broadcasting in the context of a rapidly digitizing media environment. Internet television, which offers a more flexible, interactive, and accessible structure compared to traditional television broadcasting, has become a transformative force in the media ecosystem, driven by digitalization and technological innovations. The article explores the historical development of internet television, its technical infrastructure, the advantages it offers, and compares it with traditional media. Additionally, it examines the operations and interaction dynamics of digital platforms such as IPTV, OTT TV, and YouTube. In this context, the development of internet television in Azerbaijan is analyzed, with a detailed review of media regulations and legal frameworks in the country.

The significance of this study lies in its ability to provide an understanding of the rapidly changing digital media landscape and the impacts of these changes on internet television. As internet television expands globally, it reshapes media consumption habits, with new dynamics surrounding content management and distribution, inter-platform interaction, and digital media strategies. The study offers valuable insights for both local and global media stakeholders, as digital platforms are key drivers of the current evolution of internet television. By analyzing both the technological advances and their impact on consumer behavior, this research provides a comprehensive outlook on how the future of internet television will unfold.

This study the comparative analysis focuses on the key components of internet television, including IPTV, OTT TV, and YouTube, examining their content distribution models, user experiences, and technical infrastructure. Furthermore, a case study on Azerbaijan's internet television landscape is included to evaluate the legal and regulatory frameworks that impact the development of internet television in a local context. The conceptual framework centers on understanding the differences between traditional media and digital platforms, exploring how these differences affect media consumption patterns, content delivery, and user interaction.

The findings of this study show that internet television is undergoing a rapid transformation. Digital platforms such as IPTV, OTT TV, and YouTube offer significant flexibility and user-centric features compared to traditional media. IPTV, which operates

through closed network systems controlled by internet service providers and telecommunication operators, contrasts with OTT TV platforms, which deliver content without relying on any specific network provider. These differences directly influence user experience, as IPTV offers a more stable connection, while OTT TV provides greater accessibility and is more suitable for mobile use. Furthermore, YouTube's role in the OTT TV context, particularly in terms of advertising, audience targeting, and content optimization, is significant. YouTube's algorithmic recommendation systems enhance user experiences by personalizing content suggestions based on individual preferences.

The analysis of internet television in Azerbaijan, based on the "Media Law of the Republic of Azerbaijan", demonstrates the structural and functional differences between traditional and digital media. The study highlights how internet television is subject to local regulations and legal sanctions, reflecting the challenges faced by local content producers and broadcasters in navigating a media landscape influenced by global digital trends.

A key section of this study focuses on the role of 5G technology and artificial intelligence (AI) in shaping the future of internet television. The rapid adoption of 5G, with its high-speed data transfer capabilities and low latency, will significantly enhance the quality of internet television. It will enable the widespread use of advanced media technologies such as 4K/8K broadcasting, virtual reality (VR), and augmented reality (AR). The high-speed data transfer and low latency offered by 5G will also improve the mobile viewing experience, creating a more dynamic and seamless television consumption environment.

In parallel, the development of artificial intelligence and machine learning algorithms will enhance content recommendation systems by analyzing user behaviors, making them more personalized and efficient. Platforms such as Netflix, YouTube, and Spotify are already leveraging AI-driven recommendation engines to continuously optimize user experiences. Furthermore, AI can revolutionize content production processes, with applications in automated text writing, video editing, and voice synthesis. The integration of 5G and AI into internet television platforms promises a more interactive, user-centered media landscape, where personalized content and immersive viewing experiences are the norm.

This study reveals that internet television is undergoing rapid evolution in both local and global contexts. The integration of 5G and artificial intelligence will play a critical role in shaping the future of internet television, bringing significant changes to both content creation and audience interaction. The high-speed connectivity enabled by 5G will enhance the quality of video streaming, while AI-driven content recommendation systems will provide users with highly personalized and dynamic viewing experiences. These technological advancements will also contribute to the expansion of global media access and content diversity.

In addition, local regulations and legal frameworks will continue to play a crucial role in shaping the relationship between traditional and digital media. As internet television

continues to grow, regulatory bodies will need to adapt to the challenges posed by new technologies and global media trends. This study also suggests that the shift towards digital media platforms will create new opportunities for content producers and broadcasters, enabling them to respond to evolving consumer expectations and preferences.

In conclusion, the future of internet television is poised to offer more accessible, interactive, and high-quality content experiences. The integration of 5G and AI technologies will create a more dynamic and personalized media ecosystem, with significant implications for the ways content is consumed, produced, and distributed globally. The findings of this study underscore the need for media stakeholders to embrace these technological advancements while considering regulatory challenges and local market needs. This transformation will not only change the dynamics of television consumption but will also redefine the media landscape in the years to come.

Kaynakça | References

- Altıntop, M. (2023). Yapay zekâ/akıllı öğrenme teknolojileriyle akademik metin yazma: Chatgpt örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(46), 186-211.
- Akgün, Z., & Hacıhasanoğlu, P. (2023). Talebe dayalı video hizmetlerinin kullanımına yönelik nitel bir araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*(65), 31-40. <https://doi.org/10.18070/erciyesiibd.1210669>
- Akaydın, A. (2014). Değişen televizyon platformlarının izleyiciye sunduğu seçenekler. *Erciyes İletişim Dergisi*, 3(4), 18-24. <https://doi.org/10.17680/akademia.v3i4.5000015881>
- Aslan, Ö., & Öztekin, H. (2023). İnternet tabanlı televizyona geçiş sürecinde izleme pratiklerinde yaşanan değişim ve dönüşüm: Erciyes Üniversitesi öğrencileri örneği. *Erciyes Akademi*, 37(4), 1871-1897. <https://doi.org/10.48070/erciyesakademi.1394517>
- Aydemir, M. (2023). Dijital platformlarda içerik mülkiyeti stratejileri: “sadece” modeli üzerine bir inceleme. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(3), 1457-1478.
- Başer, E., & Söğütöller, T. (2023). Değişen izleme eğilimleri çerçevesinde dijital platformlar ve içerik reklamları üzerine bir inceleme. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(41), 1-26. <https://doi.org/10.31123/akil.1303391>
- Bingöl, B. (2018). Yeni bir yaşam biçimi: Artırılmış Gerçeklik (AG). *Etkileşim*(1), 44-55. <https://doi.org/10.32739/etkilesim.2018.1.8>
- Bigfil.com. (2021, 6 Mayıs). 5G teknolojisi nedir?. Bigfil.com. <https://www.bigfil.com.tr/5g-teknolojisi-nedir/>
- Burç, M., & Tanyeri Mazıcı, E. (2023). Kültür endüstrisi aracı olarak dijital yayıncılık: Dijital tv platformları üzerine durum çalışması. *İletişim Ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 133-166. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7785622>
- Çaplı, B., Hüseyinli, N. Hüseyinova, X., Kərimova, A., Məmmədli, Z., & Vəzirova, L. (2017). “Televiziya jurnalistikası”. Avropa Şurası.

- Donanimhaber.com. (2025, 12 Şubat). ABD'de YouTube artık mobil cihazlardan çok TV'den izleniyor. Donanimhaber <https://www.donanimhaber.com/abd-de-youtube-artik-mobil-cihazlardan-cok-tv-den-izleniyor--187655>
- Erdoğan, M. (2023). Türkiye’de dijital film platformlarının sinema sektörüne etkileri: Netflix üzerine bir inceleme. *Uluslararası Sosyal Bilimler Ve Eğitim Dergisi*, 5(9), 725-748.
- Global Buisness Group. (2016). Olleh tv, KT IPTV Services. https://corp.kt.com/data/kthome/eng/global/solution/IPTV_Mobile_IPTV.pdf
- Göransson, P., Black, C., & Culver, T. (2017). Servis sağlayıcı ve taşıyıcı ağları. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/B9780128045558000090>
- İlaslan, S., & Sümer, B. (2023). Uluslararası televizyon akışının platformlaşması bağlamında avrupa’da kamu hizmeti yayıncılığının dönüşümü ve TRT. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 78(2), 333-355. <https://doi.org/10.33630/ausbf.1169879>
- Kalmikov, A., & Koxanova, L. (2018). İnternet-jurnalistika. Mediaindustriya Akademiyası.
- Koyuncu, E. (2017). TV yayıncılığı alanındaki dijital tv platformları sosyal paylaşım ağlarını neden kullanırlar?. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(1), 315-335.
- Məhərrəmli, Q. (2019). Televiziya jurnalistikasının əsasları. Bakı Dövlət Universiteti.
- Orange.com. (2025). For a safer, more responsible digital world. Orange.com. <https://www.orange.com/en/safer-digital-world>
- Özdemir, N., Açıkgöz, B., & Uluşan, H. (2025). TFRS 15 müşteri sözleşmelerinden hasılat standardı çerçevesinde dijital kanal platformları tarafından sunulan hizmet gelirlerinin muhasebeleştirilmesi. *Muhasebe Ve Denetime Bakış*, 24(74), 271-302. <https://doi.org/10.55322/mdbakis.1551206>
- President.az. (2022, 8 Şubat). “Media haqqında” Azərbaycan Respublikasının 2021-ci il 30 dekabr tarixli 471-VIQ nömrəli Qanununun tətbiqi və bundan irəli gələn bir sıra məsələlərin tənzimlənməsi barədə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı. President.az. <https://president.az/az/articles/view/55400>
- Sirer, E. (2022). 5G ile televizyon yayınlarının iletimi. *İNİF E- Dergi*, 7(1), 278-295
- Sindhu, M., & Vani, C. (2021). The OTT (Over the Top) platforms and movie watching experience of the audience. *International Journal on Transformations of Media, Journalism & Mass Communication*.
- Symphonyai.com. (2025). İşlemsel İsteğe Bağlı Video (TVOD). Symphonyai. <https://www.symphonyai.com/glossary/media/tvod-transactional-video-on-demand/>
- Talipoğlu, Ü. (2024). İnternet televizyonculuğuna kuramsal bir yaklaşım. *AJIT-E: Academic Journal of Information Technology*, 15(3), 232-245. <https://doi.org/10.5824/ajite.2024.03.003.x>
- Yaman, H. (2017). Sayısal yayıncılığın sağladığı olanaklar; Etkileşimli televizyon ve IPTV uygulamaları. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(3), 243-256.
- Yükselten, H., Karlık, S. E., & Yılmaz, G. (2011). SIP tabanlı telefon servislerinin IPTV sistemine bütünleştirilebilmesi için yeni bir protokol önerisi. *Uludağ Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Dergisi*, 16(1). <https://doi.org/10.17482/uufje.55442>

- Washingtonpost.com. (1999, 8 Ekim). *NetAid Weaves a Complicated Web*.
<https://www.washingtonpost.com/wp-srv/style/music/features/daily/netaid100899.htm>
- Wikiwand.com. (2025). *MSN Dial-up*. Wikiwand. Washingtonpost
https://www.wikiwand.com/tr/articles/MSN_Dial-up