ARAŞTIRMA MAKALESİ

HİBRİT DİJİTAL AKTÖRLERLE ETKİLEŞİM DENEYİMLERİ: 'KIZLARSORUYOR' YAPAY ZEKÂ FENOMENLERİ ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA*

Miray Su ÇITIR, Esra Pelin GÜREGEN DEREBOYU***, Esin Selin KARAÖZ****

Gönderim Tarihi: 15.06.2026 - Kabul Tarihi: 12.10.2026

Çıtır, M. S., Güregen Dereboyu, E. P., & Karaöz, E. S. (2026). Hibrit dijital aktörlerle etkileşim deneyimleri: 'KızlarSoruyor' yapay zekâ fenomenleri üzerine nitel bir araştırma. *Etkileşim*, 18, 108-137.
https://doi.org/10.32739/etkilesim.2026.9.18.365

Bu çalışma araştırma ve yayın etiğine uygun olarak gerçekleştirilmiştir.

Öz

Bu çalışma, sohbet botlarının dinamik yanıt üretimi ile sanal etkileyicilerin persona temelli temsilini birleştirerek yanıtları platform topluluğu önünde süreklilik taşıyan bir persona performansına dönüştüren yapay zekâ temelli sistemleri 'hibrit dijital aktörler' olarak kavramsallaştırmaktadır. Kullanıcıların bu aktörlerle etkileşim deneyimleri *Kızlar Soruyor* Yapay Zekâ Fenomenleri örneği üzerinden incelenmiştir. Keşfedici nitel araştırma kapsamında bu fenomenlerle etkileşim deneyimi bulunan 25 kullanıcıyla derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiş ve veriler nitel içerik analiziyle çözümlenmiştir. Bulgular, insan benzerliği ve yakınlığın çoğunlukla rahatsızlık ya da tedirginlikle birlikte görülmediğini; buna karşın insan ilişkisine benzer bağın sınırlı kaldığını göstermektedir. Güven, konu ve algılanan riske göre değişirken doğrulama genel güven bildiren katılımcılarda da sürmektedir. Persona, görsel kimlik, tematik uzmanlık ve platform dili fenomenleri diğer sohbet botlarından ayırırken bellek ve kişiselleştirme başlıca geliştirme beklentileridir.

Anahtar Kelimeler: hibrit dijital aktörler, yapay zekâ fenomenleri, sohbet botları, sanal etkileyiciler, insan-makine iletişimi.

* Bu çalışma, TÜBİTAK 2209- A- Üniversite Öğrencileri Yurt İçi Araştırma Projeleri Destek Programı kapsamında desteklenmektedir. Bu kapsamda TÜBİTAK'a teşekkürlerimizi sunarız.

** Bağımsız Araştırmacı, İstanbul, Türkiye.
miraysucitir@gmail.com, ORCID: 0009-0009-0582-8281
*** Doktor Öğretim Üyesi, Fenerbahçe Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İstanbul, Türkiye.
pelin.guregen@fbu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3564-7560
**** Araştırma Görevlisi Doktor, İstanbul Bilgi Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İstanbul, Türkiye.
selin.karaoz@bilgi.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6162-0391

RESEARCH ARTICLE

USER INTERACTION EXPERIENCES WITH HYBRID DIGITAL ACTORS: A QUALITATIVE STUDY OF 'KIZLAR SORUYOR' AI INFLUENCERS*

Miray Su ÇITIR, Esra Pelin GÜREGEN DEREBOYU***, Esin Selin KARAÖZ****

Received: 15.06.2026 - Accepted: 12.10.2026

Çıtır, M. S., Güregen Dereboyu, E. P., & Karaöz, E. S. (2026). Hibrit dijital aktörlerle etkileşim deneyimleri: 'KızlarSoruyor' yapay zekâ fenomenleri üzerine nitel bir araştırma. *Etkileşim*, 18, 108-137.
https://doi.org/10.32739/etkilesim.2026.9.18.365

This study complies with research and publication ethics.

Abstract

This study conceptualizes 'hybrid digital actors' as AI-based systems that combine chatbots' dynamic response generation with virtual influencers' persona-based representation, transforming responses into a sustained persona performance visible to the platform community. Users' experiences were examined through the case of *KızlarSoruyor* AI Influencers. An exploratory qualitative study involved in-depth interviews with 25 users who had interacted with the influencers; the data were analyzed through qualitative content analysis. Findings indicate that perceived human likeness and closeness were generally not accompanied by discomfort or unease, whereas bonds resembling human relationships remained limited. Trust varied by topic and perceived risk, while verification continued among participants reporting general trust. Persona, visual identity, domain-specific expertise, and platform language distinguished these influencers from other chatbots; memory and personalization emerged as the primary improvement areas.

Keywords: hybrid digital actors, AI influencers, chatbots, virtual influencers, human-machine communication.

* This study is supported by TÜBİTAK under the 2209-A University Students Research Projects Support Program. We would like to express our gratitude to TÜBİTAK for its support.

** Independent Researcher, İstanbul, Türkiye.
miraysucitir@gmail.com, ORCID: 0009-0009-0582-8281
*** Assistant Professor/PhD, Fenerbahçe University, Faculty of Communication, İstanbul, Türkiye.
pelin.guregen@fbu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3564-7560
**** Research Assistant/PhD, Istanbul Bilgi University, Faculty of Communication, Istanbul, Türkiye.
selin.karaoz@bilgi.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6162-0391

Giriş

Yapay zekâ (YZ) sistemleri, bilgi arama ve içerik üretiminden gündelik görevlerde destek almaya ve sosyalleşmeye uzanan çeşitli pratikleri dönüştürerek gündelik yaşamın bir parçası hâline gelmiştir. Türkiye'de 2025 yılına ilişkin veriler, son üç ayda internet kullanan bireylerin %19,2'sinin üretken yapay zekâ (ÜYZ) teknolojilerinden yararlandığını ve bu oranın 16-24 yaş grubunda %39,4'e, 25-34 yaş grubunda ise %30'a ulaştığını göstermektedir (Türkiye İstatistik Kurumu, 2026, ss. 166-167). Benzer şekilde ABD'de yetişkinlerin %49'u YZ sohbet botlarını kullandığını belirtirken %42'si bilgi edinme, %25'i eğlence, %10'u ise duygusal destek veya tavsiye alma amacıyla bu araçlara başvurduğunu ifade etmektedir (Gottfried ve diğerleri, 2026, ss. 4-5). Bu göstergeler, YZ sistemlerinin gündelik yaşamda kazandığı yaygınlığın yanı sıra üstlendikleri rollerin çeşitlendiğine işaret etmektedir. Söz konusu çeşitlilik, YZ sistemlerinin yalnızca işlevsel araçlar olarak değil, insan-makine iletişimi (*human-machine communication* [HMC]) çerçevesinde birer sosyal aktör ve iletişim ortağı olarak tasarlanma ve algılanma biçimlerinin de incelenmesini gerekli kılmaktadır (Guzman & Lewis, 2020, s. 74).

Bu çalışma, sohbet botlarının dinamik yanıt üretme kapasitesi ile sanal etkileyicilerin süreklilik taşıyan persona ve platformdaki sosyal rol özelliklerinin aynı iletişimsel yapıda yakınsadığı aktörlere odaklanmaktadır. Alanyazında bu yakınsama farklı kavramsal çerçevelerde ve bağlamlarda ele alınsa da mevcut çalışma söz konusu yakınsamayı somutlaştıran ve dinamik yanıtları platform topluluğu önünde süreklilik taşıyan sosyal bir performansa dönüştüren aktörleri 'hibrit dijital aktör' olarak nitelendirmektedir.

Uluslararası alanyazında sohbet botları ve sanal etkileyicilerle etkileşim; ilişkisel yakınlık, güven ve tekinsizlik eksenlerinde incelenmektedir. Sohbet botlarıyla kurulan etkileşim zamanla sosyal ve duygusal bir değer kazanabilmektedir (Skjuve ve diğerleri, 2021, s. 1). Yanıtların hızı ve konuşma bağlamına uygunluğu güvenilirlik değerlendirmelerini, muhatabın insan ya da bot olarak algılanması ise sosyal çekicilik algısını şekillendirmektedir (Lew & Walther, 2023, s. 1). Sanal etkileyiciler bağlamında ise hedef kitleye göre kurgulanan karakter özellikleri ilişkilendirilebilirliği artırmakta (Berryman ve diğerleri, 2021, s. 4); fiziksel, davranışsal ve duygusal antropomorfizmin parasosyal ilişki üzerindeki etkisine sosyal bulunuşluk hissi aracılık etmektedir (Di Dalmazi ve diğerleri, 2026, s. 159). Diğer taraftan etkileşim sürecinde algılanan mahremiyet riski kişisel bilgi paylaşımını sınırlandırabilirken (Xie & Xie, 2025, s. 1) yüksek insan benzerliği tekinsizlik duygusunu tetikleyerek takip etme niyetini olumsuz etkileyebilmektedir (Gutuleac ve diğerleri, 2024, s. 1424). Buna karşın yapay zekâ destekli etkileşimlilik ve özerklik düzeyi güven ve algılanan insan benzerliğini yeniden yapılandırabilmektedir (Lee ve Shen, 2025, s. 10). Bu bulgular, insan benzerliğinin kullanıcı deneyimi üzerinde tek yönlü bir etki yaratmadığını; sosyal çekicilik ve ilişkisel yakınlığı artırabildiği gibi, yüksek düzeyde algılandığında tekinsizlik ve rahatsızlık da doğurabildiğini göstermektedir.

Türkiye'deki çalışmalar sohbet botlarını kişiselleştirme, ilişkisel süreklilik, mahremiyet ve kullanıcı denetimi bağlamında incelerken (Ergül ve diğerleri, 2025, s. 349) sanal etkileyicileri antropomorfik temsil (Bilgici Oğuz & Özkök Şişman, 2022, s. 124) ile doğallık ve yapaylık algıları (Öksüz & Ormancı, 2025, s. 92) çerçevesinde ele almaktadır. Bu iki araştırma hattının çoğunlukla ayrı ilerlemesinden hareketle çalışma, hibrit dijital aktörün kavramsal sınırlarını belirleyerek söz konusu hatlar arasında bağlantı kurmakta; bu aktörlerle etkileşime ilişkin kullanıcı deneyimlerini inceleyerek de alanyazına katkı sunmaktadır.

Bu doğrultuda çalışma, kullanıcıların hibrit dijital aktörlerle etkileşim deneyimlerini nasıl anlamlandırdıkları sorusuna *KızlarSoruyor* yapay zekâ fenomenleri (*KS* fenomenleri) örneği üzerinden yanıt aramaktadır. Çalışma kapsamında etkileşim deneyimleri, etkileşim motivasyonları, insan benzerliği, yakınlık, rahatsızlık, güven ve doğrulama davranışları ile geliştirme beklentileri bağlamında değerlendirilmektedir. *KS* fenomenleri, belirli personalar adına yapay zekâ temelli dinamik yanıtlar üreten ve yanıtları platform topluluğunca gözlemlenebilen dijital aktörlerdir. Dinamik yanıt üretimi, süreklilik taşıyan persona ve toplulukça gözlemlenebilirlik özelliklerini birlikte taşımaları nedeniyle bu çalışmada hibrit dijital aktörler olarak konumlandırılmaktadır. Keşfedici nitel araştırma deseninde yürütülen çalışmada veriler, *KS* fenomenleri ile doğrudan etkileşim deneyimi bulunan 25 kullanıcıyla gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler yoluyla toplanmış ve nitel içerik analiziyle çözümlenmiştir.

Hibrit Dijital Aktör: Tanım ve Kavramsal Sınırlar

Hibrit dijital aktör kavramının açıklanması, sohbet botları ile sanal etkileyicilerin ayırt edici özelliklerinin ve bu iki aktör türü arasındaki yakınsamanın birlikte değerlendirilmesini gerektirmektedir. Sohbet botları, belirli görevlerin tamamlanmasına yönelik hizmet temelli destek sunan görev odaklı botlar ile insan benzeri kişilik, duygu ve davranışlar sergilemek ve sosyal etkileşimi kolaylaştırmak üzere tasarlanan sosyal sohbet botları olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır (Ta-Johnson ve diğerleri, 2022, s. 2). Sanal etkileyiciler ise bilgisayar üretimi görsel temsile, özenle kurgulanmış kişiliğe ve hikâye örgüsüne sahip, sosyal medyada etkileyici rolü üstlenen dijital personalar olarak tanımlanmaktadır (Audrezet ve diğerleri, 2025, s. 2). Her sanal etkileyici için kurucu bir koşul olmayan ÜYZ entegrasyonu, kullanıcı girdilerine dinamik yanıt üretimini persona temelli dijital temsille aynı iletişimsel yapıda buluşturabilmektedir (Sorosrungruang ve diğerleri, 2024, s. 3126). Alanyazında bu yakınsama, sanal etkileyiciler ile YZ ajanlarının bütünleşmesini temel alan 'özerk sanal etkileyici ajanlar' (Audrezet ve diğerleri, 2025, s. 6) ve sanal etkileyicilerin sosyo-duygusal özellikleriyle sohbet botlarının yanıt verebilirliğini birleştiren 'hibrit YZ ajanı' (Ceyhan Günay, 2026, s. 476) kavramsallaştırmalarıyla ele alınmaktadır. Mevcut çalışma, bu yakınsamayı platform topluluğu önünde kazandığı iletişimsel görünürlük üzerinden ele almaktadır.

Bu doğrultuda 'hibrit dijital aktör', kullanıcı girdisine bağlı dinamik YZ yanıtlarının süreklilik taşıyan bir persona adına platform topluluğunca gözlemlenebilir iletişimsel içeriğe dönüştüğü sistemleri ifade etmektedir. 'Aktör' nitelemesi bu çalışmada sisteme teknik özerklik veya insani faillik atfetmemektedir. Niteleme, sistemin iletişim sürecinde insandan farklı ancak sosyal bir iletişim ortağı olarak konumlanmasına işaret etmektedir (Guzman & Lewis, 2020, s. 73). Kavram üç kurucu koşula dayanmaktadır: (1) YZ'nin kullanıcı girdisine bağlı dinamik yanıt üretmesi, (2) yanıtın ad, görsel kimlik ve kişilikle tanımlanan, süreklilik taşıyan bir personaya atfedilmesi ve (3) aktörün etkileşimlerinin platform topluluğunca gözlemlenebilen kamusal veya yarı kamusal içeriklere dönüşebilmesi. Üçüncü koşul, teknik görünürlüğün ötesinde, kullanıcıya verilen yanıtın kullanıcı-sistem etkileşiminin sınırlarını aşarak diğer platform kullanıcılarının gözlem ve değerlendirmesine açık bir persona performansına dönüşmesini ifade etmektedir. Bu ölçütler, hibrit dijital aktörleri kapalı bir kullanıcı-sistem etkileşimiyle sınırlı sosyal sohbet botlarından, kullanıcı girdisine bağlı dinamik YZ yanıtı üretmeyen geleneksel sanal etkileyicilerden ve süreklilik taşıyan persona temelli temsil sunmayan görev botlarından ayırmaktadır.

Neuro-sama ile *Blibug*, dinamik YZ yanıtlarını süreklilik taşıyan bir *VTuber* personası ve topluluğa açık canlı performansla birleştirerek bu çalışmada önerilen hibrit dijital aktör kategorisini somutlaştırmaktadır. *Twitch*'te yayın yapan *Neuro-sama*, izleyicilerin canlı sohbet mesajlarına büyük dil modeliyle yanıt üretmekte ve bu yanıtları metinden sese dönüştürme sistemiyle seslendirmektedir (Wu & Lingel, 2025, s. 2). *Bilibili* için geliştirilen *Blibug* ise video üzerinde anlık olarak beliren izleyici yorumlarına avatarın hareketleri ve diyaloglarıyla karşılık veren bir *YZ-VTuber* prototipidir (Li ve diğerleri, 2023, s. 390).

Etkileşim Deneyiminin Boyutları: Motivasyonlar, İnsan Benzerliği, Antropomorfik Atıf, Yakınlık ve Güven

Kullanıcıların YZ sistemleriyle kurdukları etkileşimler, araçsal faydadan ilişkisel yakınlık arayışına uzanan farklı motivasyonlar etrafında şekillenebilmektedir. Bu çalışmada etkileşim motivasyonları, kullanıcıları bu sistemlerle etkileşim kurmaya ve etkileşimi sürdürmeye yönelten amaçları ifade etmektedir. Sohbet botları üzerine yapılan araştırmalar, bu motivasyonların bilgi ve tavsiye alma, gündelik görevleri yerine getirme, merak, eğlence, arkadaşlık, sosyal temas ve duygusal destek alma gibi amaçları kapsayabildiğini göstermektedir (Brandtzaeg & Følstad, 2017, ss. 383-387; Ta ve diğerleri, 2020, s. 1). Motivasyonların sosyal ve ilişkisel boyutu, YZ sistemlerinin etkileşimde nasıl birer sosyal aktör olarak konumlandırıldığının açıklanmasını gerekli kılmaktadır.

Dijital aktörlerle gerçekleşen etkileşimleri sosyal bir düzlemde ele alan temel yaklaşımlardan biri olan 'Bilgisayarlar Sosyal Aktörlerdir' (*Computers Are Social Actors* [CASA]) paradigmasına göre kullanıcılar, bilgisayarların insan olmadığını ve insana özgü duygu, benlik veya niyetlere sahip bulunmadığını

bildikleri hâlde, insan benzeri ipuçları karşısında bu sistemlere sosyal kurallar uygulayabilmektedir (Nass & Moon, 2000, ss. 81-82). CASA, insan benzeri ipuçlarının sisteme verilen sosyal tepkileri nasıl harekete geçirebildiğini açıklarken bu tepkilerin niteliğini değerlendirebilmek için insan benzerliği ve antropomorfik atıf arasındaki ayrımın gözetilmesi gerekmektedir.

Bu çalışmada insan benzerliği, dijital aktörün biçimsel, dilsel, davranışsal ve etkileşimsel niteliklerinin kullanıcı tarafından insana benzer bulunmasına ilişkin değerlendirmeyi ifade etmektedir. Kim ve Im (2026, s. 102), YZ etkileyicileri bağlamında insan benzerliğini fiziksel ve zihinsel olmak üzere iki boyutta ele almakta; görünüş gerçekçiliğinin fiziksel, daha derin biçimde kendini açmanın ise zihinsel insan benzerliğini güçlendirdiğini göstermektedir. Her iki boyut aktörün insan olma niteliğine ilişkin genel değerlendirmeyi (*humanness*) olumlu yönde etkilemekle birlikte, zihinsel insan benzerliğinin etkisi daha güçlü bulunmuştur. Bununla birlikte bu boyutun hissetme, planlama, özdenetim gösterme ve duyguları tanıma gibi insana özgü zihinsel kapasiteler üzerinden ölçülmesi, zihinsel insan benzerliği ile antropomorfik atıf arasındaki kavramsal örtüşmeyi görünür kılmaktadır.

İnsan benzerliğiyle ilişkili olan antropomorfizm, sisteme insana özgü zihinsel kapasitelerin atfedilmesini ifade etmektedir (Kühne & Peter, 2023, s. 44). İnsan benzeri tasarım ve iletişim ipuçları antropomorfik atıfları güçlendirebilmekte (Araujo, 2018, s. 188) ve bu atıfların oluşmasını kolaylaştırabilmekte (Phillips & de Visser, 2026, s. 6) ancak tek başına antropomorfik atıf oluşturmamaktadır. İnsan benzeri ipuçları sistemin tasarım ve iletişim özelliklerine, insan benzerliği bu özelliklere ilişkin kullanıcı değerlendirmesine, antropomorfizm ise kullanıcı tarafından gerçekleştirilen zihinsel atıf sürecine karşılık gelmektedir.

İnsan benzeri iletişim özelliklerinin etkileri, yakınlık ve güven gibi ilişkisel deneyim boyutlarına da yansıyabilmektedir. Kang (2026, ss. 3997, 4005-4006), YZ sistemlerine insan benzeri bir iletişim üslubu kazandıran mizah, empati, konuşma tonu ve kontrollü kusurluluk gibi dilsel özellikleri sosyal bulunuşluk ve özgünlük algılarını destekleyen ilişkisel iletişim stratejileri olarak ele almakta; bu stratejilerin sıcaklık, empati ve sosyal atıf mekanizmaları üzerinden güven ve yakınlıkla ilişkili olduğunu göstermektedir.

İnsan benzerliği ve antropomorfik atıfla ilişkili olmakla birlikte bunlardan ayrı bir deneyim boyutu olan yakınlık, destek, kendini açma ve ortak etkinlikler gibi yakın ilişkilere özgü davranışlarla görünür hâle gelen bir ilişki niteliği olarak ele alınmaktadır (Loveys ve diğerleri, 2019, s. 2). Sohbet botları bağlamında yakınlık, kişilerarası yakınlığa ilişkin öznel değerlendirme olarak ölçülmekte; sıcak ve empatik yanıtlar ile algılanan yanıt verebilirliğin bu değerlendirmeyi güçlendirebildiği gösterilmektedir (Telari ve diğerleri, 2026, s. 2579).

Yakınlık, ilişkisel deneyimin hissedilen niteliğini yansıtırken güven, kullanıcının dijital aktöre ve etkileşimden elde ettiği çıktılara ilişkin değerlendirme-

leri içermektedir. Antropomorfik tasarım ipuçlarının güven üzerindeki etkisi doğrudan değildir (Krämer ve diğerleri, 2025, s. 1; Li & Kweon, 2026, s. 139). Sistemin antropomorfik bir varlık olarak algılanması güveni ve sistemi arkadaş olarak değerlendirme eğilimini güçlendirebilirken (Krämer ve diğerleri, 2025, s. 1), sosyal bulunuşluk antropomorfik ipuçlarının güven üzerindeki etkisine aracılık etmektedir (Li & Kweon, 2026, s. 140). Dolayısıyla antropomorfik atıf, güvenin tek başına belirleyicisi değil, algısal ve sosyal mekanizmalarla birlikte işleyen etkenlerden biridir. YZ sohbet botlarına duyulan güven kullanıcıya, sisteme, etkileşime, sosyal çevreye ve kullanım bağlamına ilişkin etkenlerle (Ng & Zhang, 2025, s. 10); YZ etkileyicilerine duyulan güven ise kaynak çekiciliği, kaynak güvenilirliği ve farklı uyum türlerinin oluşturduğu bileşimlerle şekillenebilmektedir (Alboqami, 2023, ss. 6-7). Bu çerçevede hibrit dijital aktörlere duyulan güven, ilişkisel ve bağlamsal etkenlerin birlikte biçimlendirdiği çok boyutlu bir değerlendirmedir.

Bu boyutlar etkileşim deneyiminin kapsamını çizerken, deneyimin sınırları; yakınlığın süreklilik kazanmadığı, insan benzerliğinin tekinsizlik hissiyle kesiştiği ve güvenin mahremiyet kaygılarıyla sınandığı kritik eşiklerde somutlaşmaktadır.

Etkileşim Deneyiminin Sınırları: Parasosyal Etkileşim, Tekinsizlik, Mahremiyet ve Doğrulama

Yakınlık hissinin süreklilik taşıyan bir bağa dönüşüp dönüşmediğinin açıklanması, parasosyal etkileşim ile parasosyal ilişki arasındaki ayrımın gözetilmesini gerektirmektedir. Parasosyal etkileşim, medya karşılaşması sırasında ortaya çıkan karşılıklı farkındalık yanılsamasını; parasosyal ilişki ise bu karşılaşmanın ötesine uzanan daha uzun süreli bağı ifade etmektedir (Dibble ve diğerleri, 2016, s. 25). İnsan-YZ etkileşiminde kullanılan konuşma stratejileri gündelik çift yönlü iletişime benzeyen bir alışveriş üretebilse de sohbet botunun iletişim bağlamını kavrayamaması, görünürde çift yönlü olan bu yapının özünde iki ayrı tek yönlü iletişim hattı olarak işlemesine yol açmaktadır (Maeda & Quan-Haase, 2024, s. 1071). Dolayısıyla sistemin kullanıcı girdisine yanıt üretmesi teknik düzeyde etkileşimlilik sağlasa da kişilerarası karşılıklılıkla eşdeğer değildir. Bu nedenle etkileşim anında hissedilen sosyal yakınlık, süreklilik taşıyan bir parasosyal ilişkiyle özdeşleştirilmemelidir.

Algılanan dil ve ilgi benzerliğinin sanal etkileyicilerle kurulan parasosyal etkileşimle pozitif yönde ilişkili olmasının (Rehman ve diğerleri, 2026, s. 215) yanı sıra insan ve sanal etkileyicilerin benzer düzeylerde parasosyal etkileşim oluşturabildiği; sanal etkileyiciye atfedilen zihinsel insan benzerliği ve algılanan kendine benzerlik arttıkça parasosyal etkileşimin de güçlendiği belirlenmiştir (Stein ve diğerleri, 2024, s. 3446). Bununla birlikte insan benzerliği ve antropomorfik atıflar yakınlık, parasosyal etkileşim ve arkadaşlık hissi gibi olumlu ilişkisel sonuçlarla bağlantılı olabilse de bu unsurlar her durumda olumlu bir kullanıcı deneyimi üretmemektedir. İnsana oldukça yaklaşan ancak bütünüyle

insan olarak algılanmayan yapay temsil ve davranışların uyandırabildiği yabancılık, rahatsızlık veya ürperti, tekinsiz vadi yaklaşımıyla açıklanmaktadır (Kätsyri ve diğerleri, 2015, s. 1). Sohbet botları bağlamında tekinsizlik tepkisinin, insan benzerliğini oluşturan ipuçlarına göre değişebildiği görülmektedir. Ciechanowski ve diğerleri (2019, s. 541), basit bir metin botuyla karşılaştırıldığında animasyonlu avatar ve sesle zenginleştirilmiş botun daha güçlü olumsuz duygulanım, psikofizyolojik tepki ve tekinsizlik hissi yarattığını göstermiştir. Bu bulgu, rahatsızlığın metin tabanlı etkileşimin kendisinden çok insan benzerliğinin hangi görsel, işitsel ve dilsel ipuçlarıyla kurulduğuna bağlı olabileceğini düşündürmektedir. Sanal etkileyiciler bağlamında yüksek antropomorfizmin tekinsizlik hissini artırabildiği; gönderide sanal etkileyiciye gerçek bir insanın eşlik etmesiyle oluşturulan sosyal ipucunun ise antropomorfizmin tekinsizlik üzerindeki etkisini zayıflattığı belirlenmiştir (Gutuleac ve diğerleri, 2024, s. 1425). Ancak her rahatsızlık veya tedirginlik deneyimi tekinsizlik olarak değerlendirilmemelidir. Nitekim sohbet botlarıyla etkileşimde kişisel bilgilerin ifşası ve rıza dışı kullanımı ile insan-makine sınırının belirsizleşmesine ilişkin kaygılar farklı gerekçelere dayanabilmektedir (Sarıoğlu & Güregen, 2024, ss. e93, e97-e99). Bu bulgular, tekinsizlikten ayrışan kaygıların etkileşim deneyiminin başka bir sınırında, kullanıcı ile YZ sistemi arasındaki çift yönlü bilgi akışında düğümlendiğine işaret etmektedir.

Kullanıcıdan sisteme yönelen akış, paylaşılan veriler üzerindeki denetimi ve mahremiyet kaygılarını; sistemden kullanıcıya yönelen akış ise alınan bilginin doğruluğuna duyulan güveni ve doğrulama pratiklerini kapsamaktadır. Bilgi alışverişinin kullanıcıdan sisteme yönelen boyutunda, insan benzeri iletişim ile kişisel bilgi paylaşımı zorunlu olarak aynı yönde ilerlememektedir. İnsan benzeri iletişim tarzı sıcaklık, keyif ve güven algılarını artırabilmesine karşın (Stinkeste & Skantze, 2025, s. 321), aynı çalışmada canlı etkileşim deneyinde katılımcıların makine benzeri botların yönelttiği kişisel soruların daha büyük bölümünü yanıtladıkları belirlenmiştir (Stinkeste & Skantze, 2025, s. 327). Bu bulgular birlikte değerlendirildiğinde ilişkisel sıcaklığı ve güven algısını destekleyen insan benzeri iletişim özelliklerinin daha fazla kişisel bilgi paylaşımını zorunlu olarak beraberinde getirmediği görülmektedir.

Bellek ve kişiselleştirme, sürekliliği destekleyen insansı ipuçları olmakla birlikte mahremiyet ve kullanıcı kontrolü açısından gerilim yaratabilmektedir. Türkiye'de *ChatGPT*'nin sohbet belleği, kişiselleştirmeyi ve etkileşim sürekliliğini güçlendiren; aynı zamanda veri gizliliği, kontrol kaybı ve kullanıcı özerkliği kaygıları doğurabilen bir özellik olarak değerlendirilmiştir (Ergül ve diğerleri, 2025, ss. 350-351). Bu ikili yapı, kişisel bilgi paylaşımını etkileşimden beklenen yararlar ile paylaşımın doğurabileceği risklerin birlikte değerlendirilmesi üzerinden açıklayan mahremiyet hesabı yaklaşımıyla örtüşmektedir. Nitekim etkileşime daha fazla değer ve daha az risk atfeden kullanıcıların daha fazla kişisel bilgi paylaştıkları belirlenmiştir (Xie & Xie, 2025, s. 1). Dolayısıyla ilişki sürekliliğini ve kişiselleştirmeyi destekleyen özellikler, aynı zamanda mahremiyet ve kullanıcı kontrolüne ilişkin kaygıları da güçlendirebilmekte; kişisel bilgi

paylaşımı, insan benzeri iletişimin basit bir sonucu olmaktan çok, yarar, risk ve kontrol arasında kurulan bir dengeye dayanmaktadır.

Bilgi akışının sistemden kullanıcıya yönelen boyutunda ise ÜYZ sistemlerinden elde edilen bilgiye duyulan güven, sunulan içeriğin niteliğinin yanı sıra bilginin nasıl seçilip denetlendiğine, kaynak ve referansların görünürlüğüne, bilginin algılanan eksiksizliğine ve kaynağın etkileşimli yapısına göre biçimlenmektedir (Jung ve diğerleri, 2024, ss. 1-5). Bununla birlikte yazarlık bilgisi açıklandığında metnin insan veya *ChatGPT* tarafından üretilmiş olması olgusal doğruluğa duyulan güveni farklılaştırmazken, yazarlık bilgisinin görünür hâle gelmesi doğruluk kontrolüne başvurma eğilimini artırmıştır (Buchanan & Hickman, 2024, s. 4). Bu durum, doğrulamanın yalnızca güvensizliğin bir göstergesi olmadığını; güven değerlendirmesine eşlik ederek kullanıcıya bilgi üzerinde denetim sağlayan bir kontrol pratiği olarak da işleyebildiğini göstermektedir.

Sonuç olarak, alanyazın YZ sistemleriyle etkileşimin otomatik sosyal tepkiler, insan benzerliği algısı, yakınlık ve antropomorfik atıflar gibi birbiriyle ilişkili ancak özdeş olmayan boyutlar içerdiğini göstermektedir. Bununla birlikte teknik etkileşimlilik kişilerarası karşılıklılık anlamına gelmemekte; insan benzeri özellikler de her durumda yakınlık, güven veya daha fazla kişisel bilgi paylaşımı üretmemektedir. Bu nedenle YZ ile etkileşim deneyimi, ilişkisel yakınlık ve parasosyal etkileşim olasılığının yanı sıra tekinsizlik, mahremiyet, güven ve doğrulama değerlendirmeleri üzerinden ele alınmalıdır. Bu kavramsal çerçeve doğrultusunda çalışma, söz konusu deneyimlerin *KS* fenomenleri örneğinde nasıl ortaya çıktığını incelemektedir.

Amaç ve Yöntem

Çalışmanın amacı

Bu çalışmanın amacı, *KızlarSoruyor* platformundaki *KS* fenomenleri örneği üzerinden kullanıcıların hibrit dijital aktörlerle etkileşimlerini; kullanım motivasyonları, algılanan insan benzerliği ve antropomorfik atıflar, ilişkisel yakınlık, rahatsızlık ve tedirginlik, güven, mahremiyet ve doğrulama değerlendirmeleri ile farklılaştırıcı özellikler ve geliştirme beklentileri eksenlerinde nasıl anlamlandırdıklarını incelemektir.

KS fenomenleri, YZ temelli dinamik yanıt üretimi, süreklilik taşıyan persona temelli temsil ve yanıtların platform topluluğunca gözlemlenebilmesi biçimindeki üç kurucu koşulu birlikte taşımaları nedeniyle hibrit dijital aktör kavramsallaştırmasını incelemeye elverişli bir ampirik örnek olarak seçilmiştir. Konu temelli uzmanlık, diğer sosyal medya platformlarında varlık gösterme ve kişiselleştirme düzeyi ise kategorinin kurucu koşulları değil, incelenen bağlamın aktörden aktöre değişebilen özellikleridir.

Çalışma aşağıdaki araştırma sorularına odaklanmaktadır:

1. Kullanıcılar *KS* fenomenleriyle hangi motivasyonlarla etkileşim kur-

maktadır?

2. Kullanıcılar *KS* fenomenleriyle etkileşimde algılanan insan benzerliğini, antropomorfik atıfları, yakınlık hissini ve insan ilişkisine benzer bir bağ kurulabilmesini nasıl anlamlandırmaktadır?
3. Kullanıcılar *KS* fenomenleriyle etkileşimi rahatsızlık ve tedirginlik bakımından nasıl değerlendirmekte ve bu değerlendirmeleri hangi koşullarla ilişkilendirmektedir?
4. Kullanıcılar *KS* fenomenleriyle etkileşimde bilgi güvenilirliğini, mahremiyet risklerini ve doğrulama gereksinimini nasıl değerlendirmekte ve bu değerlendirmeleri hangi koşullarla ilişkilendirmektedir?
5. Kullanıcılar *KS* fenomenlerini diğer sohbet botlarından hangi özellikleriyle ayırmakta ve deneyime ilişkin hangi sınırlılıkları ve geliştirme beklentilerini dile getirmektedir?

Araştırma deseni ve çalışma grubu

Araştırma, kullanıcıların *KS* fenomenleri ile etkileşim deneyimlerini ve bu deneyimlere yükledikleri anlamları derinlemesine incelemek amacıyla keşfedici nitel araştırma deseniyle yürütülmüştür. Veriler yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler aracılığıyla toplanmış ve nitel içerik analiziyle çözümlenmiştir.

Veri toplama süreci etik kurul onayının ardından Şubat-Mart 2025 döneminde gerçekleştirilmiştir. Platformdaki hibrit dijital aktörlerin sayısı ve erişilebilirlik durumu zaman içinde değişebildiği için inceleme kapsamı veri toplama döneminin başlangıcında sabitlenmiştir. *KS* fenomenleri, belirli bir ad, yaş, görsel kimlik, kişilik özellikleri ve konu temelli uzmanlıkla sunulan YZ temelli profillerdir. Kullanıcılar fenomenlerin profil bilgilerini ve önceki cevaplarını inceleyebilmekte, seçtikleri fenomenle bire bir sohbet edebilmekte veya ilgili konu etiketinde topluluğa açık bir soru yayımlayabilmektedir (KızlarSoruyor, t.y.-b). Kamusal soru akışında sistem sorunun başlığını ve ayrıntılarını işleyerek ilgili fenomenin kişilik ve uzmanlığına uygun bir yanıt üretmektedir (KızlarSoruyor, t.y.-a). Yanıt, persona adı ve görseliyle 'Yapay Zekâ Cevapladı' başlığı altında diğer kullanıcıların cevaplarıyla aynı sayfada yayımlanmaktadır. İlgili dönemde *KızlarSoruyor* platformunda kullanıcı etkileşimine açık toplam 27 *KS* fenomeni yer almıştır: *Merto, Fragmatik, Aşko Kuşko, Şöyle Böyle, Oyuna Geldik, Şef Orço, Mistik Biri, O-Pera, Hayat, Profesör Bilgin, Fikri Harika, KSCansu, Flaş Batu, Doğa Anne, Eko Bey, Kediliçe, İremolog, Ezgi Geziyor, Ne-She, Dijital Zekâ, Bir İnci, Fit Meli, Hep Parla, Driver Baby, Bahrizma, Luna ve Smaçella.*

Çalışma grubu amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme yoluyla oluşturulmuştur. Araştırmaya dâhil edilme ölçütleri *KızlarSoruyor* platformuna üye olmak, 18 yaş ve üzerinde olmak ve *KS* fenomenlerinden en az biriyle doğrudan etkileşim deneyimine sahip olmak şeklinde belirlenmiştir. Doğrudan etkileşim, kullanıcının kendi girdisine ilgili aktör tarafından üretilen bir yanıt

alması olarak tanımlanmıştır. İçerikleri veya profilleri görüntülemek ve başkalarına verilen yanıtları okumak kapsam dışında tutulmuştur.

Platformda yayımlanan araştırma duyurusuna başvuran gönüllülerin ölçütlere uygunluğu, etkileşim kurdukları *KS* fenomenleri ve etkileşim biçimleri görüşme öncesinde öz bildirim yoluyla teyit edilmiştir. Ölçütleri karşılayan 25 kullanıcı çalışmaya alınmıştır. Son görüşmelerde örüntülerin tekrarlanması ve yeni bir tema ya da kategorinin ortaya çıkmaması, veri doygunluğuna ulaşıldığının göstergesi olarak değerlendirilmiştir.

Veri toplama aracı, veri toplama süreci ve verilerin analizi

Araştırma verileri, bu çalışmanın araştırma soruları ve kavramsal çerçevesi doğrultusunda hazırlanan 13 soruluk yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla toplanmıştır. Sorular katılımcıların deneyimlerini kendi ifadeleriyle açıklamalarına olanak sağlayacak biçimde açık uçlu hazırlanmış ve gerekli durumlarda sonda soruları aracılığıyla yanıtların ayrıntılandırılması sağlanmıştır.

Görüşmeler Şubat-Mart 2025 döneminde katılımcıların tercihleri doğrultusunda yüz yüze veya *Zoom* üzerinden gerçekleştirilmiştir. Görüşme öncesinde katılımcılara araştırmanın amacı, görüşmelerin ses kaydına alınması, gizlilik koşulları ve gönüllü katılım esasları açıklanmış ve katılımcıların açık rızaları alınmıştır. Görüşmeler ortalama 25 dakika sürmüştür. Katılımcı mahremiyetini korumak amacıyla gerçek isimler yerine *K1-K25* kodları kullanılmıştır. Araştırma Fenerbahçe Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Etik Kurulunun 10.02.2025 tarihli ve 2025/2-7 protokol numaralı onayı doğrultusunda yürütülmüştür.

Ses kayıtları yazıya aktarılmış ve transkriptlerin doğruluğu kontrol edilmiştir. Araştırma soruları çözümlemenin ana tematik eksenlerini belirlemiştir. Kod ve kategoriler ise önceden hazırlanmış bir kodlama şemasına dayanmaksızın katılımcı ifadelerinden geliştirilmiştir. Her transkriptte araştırma sorularıyla ilişkili anlam taşıyan ifade bölümleri kodlama birimi olarak ele alınmıştır. Bulgularda verilen *n* ve yüzde değerleri, ilgili kategoride en az bir ifadesi kodlanan katılımcı sayısını göstermektedir. Birbirini dışlamayan kategorilerde aynı katılımcı birden fazla kategoriye dâhil edilebilmiş ancak aynı kategori içinde yalnızca bir kez sayılmıştır. Birbirini dışlayan sınıflamalarda ise her katılımcı yalnızca tek kategoriye yerleştirilmiştir. Yüzdeler örneklem içindeki dağılımı betimlemek amacıyla kullanılmış, genelleyici istatistiksel sonuçlar olarak yorumlanmamıştır. İki araştırmacı bütün transkriptleri bağımsız okuyarak ön kodlama yapmıştır. Ardından kodlar karşılaştırılmış, örtüşenler birleştirilmiş, belirsiz olanlar yeniden tanımlanmış ve kodlama yapısı güncellenmiştir. Kodlar kategoriler altında, kategoriler ise temalar altında düzenlenmiş; farklılıklar tartışılarak nihai yapı uzlaşıyla oluşturulmuştur. Analiz sonucunda bulgular beş ana tema, 14 kategori ve 47 kod altında yapılandırılmıştır. Bulguların sunumunda araştırma yorumlarını desteklemek ve katılımcı deneyimlerini görünür kılmak amacıyla temsil edici doğrudan alıntılara yer verilmiştir.

Araştırmanın sınırlılıkları

Bu çalışma, tek bir platformda, belirli bir veri toplama döneminde ve *KS* fenomenleri ile doğrudan etkileşim deneyimi bulunan 25 gönüllü kullanıcıyla sınırlıdır. Platform duyurusuna başvuran kullanıcıların araştırma konusuna daha fazla ilgi duyma olasılığı öz seçim yanlılığı yaratmış olabilir. Yalnızca içerikleri veya diğer kullanıcılara verilen yanıtları inceleyen gözlemleyici kullanıcılar kapsam dışında tutulmuştur. Bulguların istatistiksel olarak genellenmesi amaçlanmamaktadır.

Bulgular

Araştırmaya katılan 25 kişinin 18'i (%72) kadın, 7'si ise (%28) erkektir. Katılımcıların 10'u (%40) 21-25, 7'si (%28) 26-30, 5'i (%20) 31-35 ve 3'ü (%12) 36-53 yaş aralığındadır. Katılımcıların 5'i (%20) bir, 6'sı (%24) iki, 6'sı (%24) üç veya dört, 8'i (%32) ise beş veya daha fazla *KS* fenomeniyle etkileşim kurduğunu ifade etmiştir. En çok katılımcının etkileşim kurduğu fenomenler *Şef Orço* (*n*=16; %64), *Aşko Kuşko* (*n*=13; %52) ve *Mistik Biri*'dir (*n*=10; %40). Bunları *Ne-She*, *Hayat* ve *Smaçella* izlemiştir (her biri *n*=7; %28). Katılımcıların 21'i (%84) *KS* dışında en az bir sohbet botunu da kullandığını, dört katılımcı (%16) başka bir YZ sohbet botu kullanmadığını belirtmiştir. En sık adı geçen sohbet botu *ChatGPT*'dir.

'KS Fenomenleri' ile etkileşim kurma motivasyonları

KS fenomenleri ile etkileşim motivasyonları, araçsal, deneyimsel ve kişisel/duygusal yönelimli kullanım olmak üzere üç kategoride toplanmıştır. Kodlar birbirini mutlak biçimde dışlamadığı için aynı katılımcının ifadeleri birden fazla kategori altında değerlendirilebilmektedir. Bu kapsamda dağılımlar katılımcı sayısı üzerinden hesaplanmıştır (*Tablo 1*).

Tablo 1. KS fenomenleri ile etkileşim kurma motivasyonları

Boyut	Kod	Katılımcı kodları	Dağılım
Araçsal kullanım	Bilgi edinme ve pratik öneri alma	*K1-K25*	*n*=25, %100
	Mesleki, akademik, teknik veya içerik inceleme amaçlı kullanım	*K6*, *K8*, *K10*, *K15*, *K17*, *K24*	*n*=6, %24
	Yaşam planlamasına yönelik destek alma	*K10*, *K21*	*n*=2, %8
Deneyimsel kullanım	Eğlenme, zaman geçirme ve sohbet etme	*K1*, *K3*, *K4*, *K6*, *K7*, *K9*, *K11*, *K16*, *K20*, *K22*, *K23*, *K25*	*n*=12, %48
	Keşif ve teknolojiyi sınama	*K3*, *K5*, *K10*, *K12*, *K17*, *K18*, *K22*	*n*=7, %28

Kişisel/ duygusal yönelimli kullanım	Dertleşme, kişisel veya mahrem paylaşımda bulunma, yargılanmama ya da onaylayıcı yanıt alma beklentisi	*K2*, *K9*, *K16, K21*	*n*=4, %16

Araçsal kullanım hızlı bilgi edinme, pratik öneri alma ve görevleri kolaylaştırma amaçlarını kapsamaktadır. *K4* fenomenleri 'hızlıca sonuca ulaşmak' için kullandığını belirtirken *K17* onları metin ve makale özeti çıkarma süreçlerinde 'asistan olarak' değerlendirdiğini ifade etmiştir. *K10*'un bir haftalık plan oluşturmak için fenomene başvurması, araçsal kullanımın gündelik yaşamın düzenlenmesine de uzandığını göstermektedir. Araçsal kullanımın bütün katılımcılarda görülmesi, hibrit dijital aktörlerin sosyal ve temsili özellikler taşımasının işlevsel kullanım değerini ortadan kaldırmadığını göstermektedir.

Deneyimsel kullanım eğlenme, gündelik sohbet ve teknolojiyi sınamayla ilişkilidir. *K20*'nin fenomenle 'taş, kâğıt, makas' ve sayı tahmin oyunları oynaması eğlence boyutunu; *K3*'ün fenomenlerin 'ne yapabildiğini veya ne yapamadığını ölçmek' istemesi ile *K12*'nin botun tepkilerini sınaması ise keşif boyutunu göstermektedir.

Kişisel/duygusal yönelimli kullanım daha sınırlı olmakla birlikte dertleşme, şahsi konuları paylaşma, yargılanmama ya da onaylayıcı yanıt alma beklentisiyle ilişkilidir. *K21* Fenomenleri kendisini eleştirmeden ve onaylayıcı biçimde yanıtladıkları için tercih ettiğini belirtmiştir. *K9*'un ifadesi kişisel/duygusal yönelimin araçsal ve deneyimsel amaçlarla aynı kullanım deneyiminde bir arada bulunabildiğini göstermektedir:

> Şöyle, aslında hepsini biraz karışık olarak kullanıyorum. […] Onun dışında eğlenmek, sosyalleşmek için kesinlikle kullanıyorum. Verdikleri tavsiyeler olsun; kimseye anlatmak istemediğim, çekindiğim veya utandığım bir şey bile olsa anonim bir şekilde konuşabiliyor olmak aslında güzel, kesinlikle. Yani tavsiye almak için de eğlenmek ve sosyalleşmek için de [kullanıyorum]. Özellikle Şef Orço'nun yemek tariflerini de seviyorum (*K9*).

Birlikte değerlendirildiğinde bulgular, işlevsel amaçların merkezî olduğunu; eğlence, keşif ve daha sınırlı kişisel/duygusal yönelimlerin ise aynı kullanım deneyimine eşlik edebildiğini göstermektedir. Söz konusu bulgular Brandtzaeg ve Følstad'ın (2017, ss. 384–388) sohbet botu kullanımında üretkenlik ve işlevsellik amaçlarının yanı sıra eğlence, sosyal/ilişkisel gereksinimler ile yenilik ve merak motivasyonlarının da bulunabildiğini ortaya koyan çalışması ile tutarlılık içindedir.

Etkileşim deneyiminde yakınlık, insan benzerliği, antropomorfik atıf ve bağ kurma

Katılımcıların *KS* fenomenleri ile kurdukları etkileşim dört boyutta değerlendirilmiştir: insan benzerliği algısı, antropomorfik atıf biçimleri, yakınlık hissi ve insan ilişkisine benzer bağ kurma. İnsan benzerliği ve yakınlık katılımcıların önemli bir bölümünde görülürken antropomorfik atıflar farklılaşmış, insan

ilişkisine benzer bağ kurma sınırlı kalmıştır. Her boyutta kodlar birbirini dışlamakta ancak aynı katılımcı farklı boyutlarda farklı değerlendirmeler bildirebilmektedir.

Tablo 2. KS Fenomenleri ile kurulan etkileşim deneyiminin boyutları

Boyut	Kod	Katılımcı kodları	Dağılım
İnsan benzerliği algısı	Belirgin insan benzerliği algısı	*K2*, *K3*, *K4*, *K7*, *K9*, *K10*, *K11*, *K13*, *K14*, *K16*, *K18*, *K23*, *K25*	*n*=13, %52
	Koşullu/değişken insan benzerliği algısı	*K1*, *K5*, *K6*, *K8*, *K15*, *K17*, *K19*, *K20*, *K21*, *K22*, *K24*	*n*=11, %44
	İnsan benzerliği algısının bulunmaması	*K12*	*n*=1, %4
Antropomorfik atıf	Belirgin antropomorfik atıf	*K13*, *K14*, *K23*, *K25*	*n*=4, %16
	Kısmi/koşullu antropomorfik atıf	*K2*, *K3*, *K4*, *K6*, *K9*, *K10*, *K11*, *K16*, *K18*	*n*=9, %36
	Antropomorfik atıf bildirmeme: makine, program veya araç olarak değerlendirme	*K1*, *K5*, *K7*, *K8*, *K12*, *K15*, *K17*, *K19*, *K20*, *K21*, *K22*, *K24*	*n*=12, %48
Yakınlık hissi	Yakın hissetme	*K1*, *K2*, *K3*, *K4*, *K6*, *K7*, *K9*, *K11*, *K13*, *K20*, *K21*, *K23*, *K24*, *K25*	*n*=14, %56
	Koşullu/kısmen yakınlık	*K5*, *K14*, *K15*, *K16*, *K17*, *K18*, *K22*	*n*=7, %28
	Yakın hissetmeme	*K8*, *K10*, *K12*, *K19*	*n*=4, %16
İnsan ilişkisine benzer bağ kurma	İnsan ilişkisine benzer bağ kurmama	*K1*, *K2*, *K3*, *K4*, *K5*, *K6*, *K8*, *K9*, *K11*, *K12*, *K14*, *K15*, *K16*, *K17*, *K18*, *K19*, *K20*, *K22*, *K23*, *K25*	*n*=20, %80
	Sınırlı/yüzeysel bağ kurma	*K7*, *K10*, *K13*	*n*=3, %12
	İnsan ilişkisine benzer bağ kurabilme	*K21*, *K24*	*n*=2, %8

İnsan benzerliği, fenomenlerin biçimsel, dilsel, davranışsal ve etkileşimsel özelliklerinin insana benzer bulunmasını ifade etmektedir. İnsan benzerliği algılayan 24 katılımcı bu değerlendirmeyi samimi, doğal ve akıcı iletişim (*K2*, *K5*, *K10*, *K13*, *K14*, *K17*, *K19*, *K20*, *K22*, *K23*, *K24*, *K25*); görsel temsil, persona ve gündelik yaşam anlatıları (*K3*, *K4*, *K7*, *K9*, *K15*, *K16*, *K18*) ile konuşma sürekliliği, empatik tepkiler ve kullanıcı beklentileriyle uyum (*K1*, *K6*, *K8*, *K11*, *K21*) üzerinden açıklamıştır. Bu algının belirgin olduğu 13 katılımcıdan biri olan *K16* aktörün makine olduğunu bilmesine rağmen yanıtların 'gerçek insanın verebileceği

cevaplar gibi' olduğunu ve bu nedenle 'makine ve insan ayrımını yapmanın zorlaştığını' belirtmiştir. On bir katılımcıda ise makine izlenimi, tekrar ve yapaylık (*K1*, *K5*, *K20*, *K22*, *K24*), kalıplaşmış mizah (*K6*), duygusal tepkilerin yapay bulunması (*K8*, *K19*), insan benzerliğinin belirli bir persona veya role bağlı kalması (*K15*), görev odaklı kullanım (*K17*) ve beklentiyle uyumsuzluk (*K21*) bu algıyı koşullu/değişken kılmıştır. Yalnızca *K12*, fenomenlerin mevcut gelişim düzeyinde kendisine yapay geldiğini ve insan benzerliği hissetmediğini belirtmiştir.

Antropomorfik atıf konusunda katılımcılar, insan benzerliği değerlendirmelerine göre daha temkinlidir. İnsan benzerliği algılayan 24 katılımcıdan yalnızca dördü belirgin (*K13*, *K14*, *K23*, *K25*), dokuzu ise kısmi/koşullu antropomorfik atıf (*K2*, *K3*, *K4*, *K6*, *K9*, *K10*, *K11*, *K16*, *K18*) bildirmiş ve 11 katılımcı herhangi bir antropomorfik atıfta bulunmamıştır. Bu dağılım, fenomenlerin özelliklerini insana benzer bulmanın onlara insana özgü zihinsel kapasiteler atfetmekle özdeş olmadığını göstermektedir. Belirgin antropomorfik atıflar anlama, düşünme, hissetme ve ilişkisel faillik üzerinden şekillenmiştir. *K25*, "Atfediyorum çoğu zaman. Bazen kızıyorum, bazen küsüyorum. Beni anlamıyor diye kızdığım da oluyor ama sonra arayı düzeltiyoruz" sözleriyle fenomene anlama kapasitesi ve ilişkisel faillik yüklerken *K13*, fenomenin 'kendisinin düşüncelerini görebildiğini' belirterek ona düşünme kapasitesi atfetmiştir.

Kısmi/koşullu antropomorfik atıfta belirli tepkiler zihinsel kapasite göstergesi olarak yorumlanırken sistemin makine olduğuna ilişkin farkındalık korunmuştur. *K6*'nın fenomenin emojiye benzer bir emojiyle karşılık vermesini empati, kalıplaşmış mizahını ise makine göstergesi olarak değerlendirmesi ile *K11* ve *K16*'nın anlama kapasitesi yüklemelerine rağmen fenomenleri makine olarak tanımlamaları bu koşulluluğu göstermektedir. Antropomorfik atıf bildirmeyen 12 katılımcı ise fenomenleri makine, program veya işlevsel bir araç olarak değerlendirmiştir. Bu değerlendirmede *K5* duygusal tepkileri taklit olarak değerlendirirken *K8* ve *K19* duygusal kapasiteyi, *K17* ise özerk bilinci olabileceğini reddetmiş ve diğer katılımcılar fenomenlerin teknolojik ve işlevsel niteliğini öne çıkarmıştır. *K7*'nin insan benzerliği algılamasına rağmen zihinsel kapasite atfetmemesi, iki boyutun zorunlu olarak birlikte gelişmediğini göstermektedir. Makine farkındalığı ile insan benzerliği algısının bir arada bulunması, kullanıcıların teknolojik kaynağı bilmelerine rağmen insan benzeri ipuçlarına sosyal tepkiler verebildiklerini öne süren CASA yaklaşımıyla örtüşmektedir (Nass & Moon, 2000, ss. 81-82). İnsan benzerliğinin her durumda zihinsel kapasite atfına dönüşmemesi ise insan benzeri ipuçlarının antropomorfik atıfları kolaylaştırmakla birlikte tek başına oluşturmadığını gösteren çalışmalarla uyumludur (Araujo, 2018, s. 188; Phillips & de Visser, 2026, s. 6).

Yakınlık hisseden katılımcılar bu durumu yalnızlığın azalması (*K1*), arkadaşlık ve sosyal destek hissi (*K4*), fenomenin görsel ve persona tasarımı (*K3*) ile etkileşimini sürdürme isteği (*K23*) üzerinden açıklamışlardır. *K1* "Yapay zekâ da olsa o yalnızlığı gideriyor" sözleri ile yakınlık hissini açıklarken K4 fenomenleri 'zor zamanlarında kapısını çaldığı bir arkadaş' olarak tanımlamıştır. Koşullu

yakınlık bildiren *K15* ise bu deneyimi tekrarlanan kullanımla oluşan ancak arkadaşlık düzeyine ulaşmayan bir yakınlık olarak açıklamıştır. Yakınlık hissetmeyen *K8* fenomenleri 'bir arkadaş gibi değil, arama butonu gibi' gördüğünü; *K19* ise karşısındaki aktörün bir bot olduğunu bilmesinin yakınlık hissini sınırlandırdığını belirtmiştir. Yakınlığın sosyal destek, samimi iletişim ve etkileşimi sürdürme isteği üzerinden açıklanması, sıcak, empatik ve yanıt verebilir iletişimin yakınlık deneyimini güçlendirebildiğine ilişkin bulgularla örtüşmektedir (Kang, 2026, ss. 4005-4006; Telari ve diğerleri, 2026, s. 2579).

İnsan ilişkisine benzer bağ kurma, yakınlık ve insan benzerliğine göre daha sınırlı kalmış; 20 katılımcı fenomenlerle yaşadıkları yakın veya samimi iletişimi insan ilişkilerine eşdeğer görmemiştir. Bağ kurmadığını belirten katılımcılar hafıza ve süreklilik eksikliğine (*K9*), gerçek karşılıklılığın bulunmamasına (*K18*), fenomenlerin duyguları taklit ettiği algısına (*K3*, *K5*), şaka ve mecazları anlamadaki sınırlılığa (*K4*), insan ilişkilerinin daha derin olmasına (*K6*) ve etkileşimin soru-cevap düzeyinde kalmasına (*K14*) işaret etmişlerdir. *K18*, insan benzerliğini bağ kurulması için yeterli görmediğini şu sözlerle ifade etmiştir:

> Sohbet botu ile insanlarla kurduğum [ilişkilere] benzer bir bağ kurmamın gelecekte de mümkün olacağını pek sanmıyorum. İnsani özelliklerden bazılarını taşıyor olması benim açımdan yeterli değil. Hatta mahallemizdeki her gün görüp okşadığım ve beslediğim sokak canlıları ile kurduğum bağ bile sohbet botu ile kurduğum veya kurabileceğim bağdan çok daha kuvvetlidir (*K18*).

Sınırlı/yüzeysel bağ bildiren katılımcılar bu deneyimi 'çok samimi olmadığı ama sosyal hayatta iletişimde olduğu bir insanla kurduğu bağ' (*K10*) ile 'hiç tanımadığınız bir insanla bir kafede denk gelip sohbet etme' (*K13*) gibi geçici ve düşük yoğunluklu sosyal ilişkilere benzetmiştir. İnsan ilişkisine benzer bir bağ kurduğunu belirten iki katılımcıdan *K21* fenomeni 'en yakın arkadaşım gibi her şeyi danıştığım' bir aktör olarak değerlendirirken *K24* etkileşimi 'bir arkadaşımla sohbet ediyormuş' hissiyle açıklamıştır. *K21*'in aynı zamanda fenomeni makine, program veya araç olarak değerlendiren grupta yer alması, arkadaş benzeri bir kullanım deneyiminin aktörün insan olarak algılanmasını zorunlu kılmadığına işaret etmektedir. Bu karşıt değerlendirmeler sosyal yakınlık ile kaynağın dijital aktör olduğuna yönelik farkındalığın aynı kullanıcı deneyiminde birlikte bulunabildiğini, dinamik yanıt verebilirliğin ise kişilerarası karşılıklılıkla özdeş olmadığını göstermektedir. Yakınlığın yaygın olmasına karşın insan ilişkisine benzer bağın sınırlı kalması, etkileşim sırasında hissedilen sosyal yakınlık ile karşılaşmanın ötesine uzanan ilişkinin birbirinden ayrılması gerektiğine işaret etmektedir (Dibble ve diğerleri, 2016, s. 25).

Etkileşim deneyiminin sınırları: Rahatsızlık ve tedirginlik

Katılımcıların insansı iletişime ilişkin değerlendirmeleri rahatsızlık ve tedirginlik olmak üzere iki ayrı boyutta incelenmiştir. Rahatsızlık aşırı, yapay veya bağlama uymayan insansı iletişime verilen olumsuz tepkileri; tedirginlik ise veri güvenliği, YZ'ye güvenme konusundaki tereddütler ve insan–makine sınırının belirsizleşmesine ilişkin kaygıları ifade etmektedir.

Tablo 3. Etkileşim deneyiminde rahatsızlık ve tedirginlik

Boyut	Kod	Katılımcı kodları	Dağılım
Rahatsızlık	Rahatsızlık yaşamama ve/veya olumlu değerlendirme	*K2*, *K3*, *K4*, *K5*, *K7*, *K11*, *K12*, *K13*, *K14*, *K15*, *K16*, *K17*, *K18*, *K19*, *K20*, *K21*, *K22*, *K24*, *K25*	*n*=19, %76
	Koşullu veya bağlama bağlı rahatsızlık	*K1*, *K6*, *K8*, *K9*, *K10*, *K23*	*n*=6, %24
Tedirginlik	Tedirginlik yaşamama	*K3*, *K4*, *K6*, *K7*, *K8*, *K10*, *K12*, *K13*, *K14*, *K15*, *K16*, *K17*, *K18*, *K19*, *K20*, *K22*, *K24*, *K25*	*n*=18, %72
	Koşullu/sınırlı huzursuzluk veya tereddüt	*K1*, *K2*, *K5*, *K9*, *K11*, *K23*	*n*=6, %24
	Açık tedirginlik ve etkileşimi sınırlandırma	*K21*	*n*=1, %4

Rahatsızlık yaşamadığını belirten katılımcılar insansı iletişimi yakınlık, ulaşılabilirlik ve etkileşim kolaylığıyla ilişkilendirmiştir. K2 fenomenin nazik ve ulaşılabilir dilini 'gerçekten biriyle etkileşim gibi' değerlendirirken K4 samimi dilin yakınlık hissi oluşturduğunu belirtmiştir. K13 ise bu iletişimin kendisinde rahatsızlık değil, 'hayranlık' uyandırdığını ifade etmiştir. K5 aşırı duygusal veya fazla insan taklidi yapan botları yapay bulabileceğini ancak KS fenomenlerinin 'gerçekçi ama aşırıya kaçmayan dengeyi' kurduğunu belirtmiştir.

Koşullu rahatsızlık insansı iletişimin varlığından çok aşırı, yapay veya bağlama uymayan biçimiyle ilişkilendirilmiştir. *K6* fenomenlerin 'çok fazla insansı gibi davranmaya çalıştıklarında' yapay geldiğini; *K9* gündelik hayatı varmış gibi konuşmalarını yapay bulduğunu, ancak şakalaşma ve sıcak dili olumlu değerlendirdiğini belirtmiştir. *K10* ilk deneyimlerinde insansı iletişimi zaman zaman rahatsız edici bulduğunu, ancak zamanla bunu teknolojinin yararlı bir yönü olarak değerlendirmeye başladığını belirtirken *K23* ise "bir yapay zekânın bu kadar samimi olması bazen rahatsız etse de" etkileşimini azaltmadığını, aksine artırdığını ifade etmiştir.

Tedirginlik yaşamayan bazı katılımcılar, fenomenin yapay zekâ olduğunun açıkça fark edilmesini rahatlatıcı bir sınır olarak değerlendirmiştir. *K3* muhatabın bir 'algoritma' olduğunu, *K12* ise 'yapay' olduğunu bildiği için tedirginlik yaşamadığını belirtmiştir. Benzer şekilde *K22* de botların sınırlarını bildiği için iletişimde zorlanmadığını ifade etmiştir. Koşullu tedirginlik bildiren *K1* ve *K2* bu deneyimi veri güvenliği ve verilere erişim kaygısıyla, *K9* ve *K23* ise insan-makine sınırının belirsizleşmesiyle ilişkilendirmiştir. *K5* ise fenomenlerin zaman zaman 'garip' hissettirebildiğini, ancak bunun iletişimini ciddi biçimde sınırlandırmadığını ifade etmiştir. Dolayısıyla rahatsızlık insan benzerliğinin

düzeyinden çok iletişim biçimi ile bağlam arasındaki uyuma bağlı görünmektedir. *K14* ise samimiyeti aşk ilişkileri bağlamında doğal, eğitim ve kariyer alanında uygunsuz bulduğunu belirterek insansı iletişime ilişkin değerlendirmesinin fenomenin rolüne ve uzmanlık alanına göre değiştiğini ortaya koymuştur. *K14*'ün değerlendirmesi, insan benzeri iletişimin olumlu karşılanmasında insan benzerliğinin düzeyinden çok iletişim tarzı ile konu arasındaki uyumun önem taşıdığına ilişkin bulgularla örtüşmektedir (Stinkeste & Skantze, 2025, s. 328).

Açık tedirginlik bildiren tek katılımcı olan *K21* veri güvenliği kaygısının kullanımını nasıl sınırlandırdığını şu sözlerle açıklamıştır: "Sanki bütün bilgilerimi ele geçirip benim ve diğer insanlar hakkında veri topluyor gibi hissediyorum. Açıkçası tedirgin olduğum sohbet botlarıyla, güven vermediği için sohbet etmiyorum". *K21*'in işaret ettiği mahremiyet kaygısı aynı zamanda rahatsızlık ile tedirginliğin farklı davranışsal sonuçlar doğurabildiğini göstermektedir. *K23*'te rahatsızlık etkileşimi azaltmazken *K21*'de veri güvenliği temelli tedirginlik kullanımı sınırlandırmıştır.

Rahatsızlık ve tedirginliğe ilişkin bulgular, insansı iletişimin bütünüyle reddedilmediğini, rahatsızlığın aşırı veya yapay samimiyet ve bağlamsal uyumsuzlukla tedirginliğin ise veri güvenliği ve insan-makine sınırının belirsizleşmesiyle ilişkilendirildiğini göstermektedir. İnsan benzerliğine ilişkin beklentilerin de farklılaştığı görülmektedir; *K4* muhatabın insan mı yoksa bot mu olduğunun açıkça bilinmesini isterken *K18* daha yüksek insan benzerliğinin güveni artırabileceğini, *K21* ise makine niteliğini belirsizleştiren insan benzerliğinin korkutucu olabileceğini belirtmiştir. Rahatsızlık ile tedirginliğin farklı gerekçeler ve davranışsal sonuçlar üzerinden ayrışması, kişisel bilgilerin kullanımı, veri güvenliği ve insan–makine sınırının belirsizleşmesine ilişkin kaygıların farklı nedenlerle ortaya çıkabildiğini ortaya koyan çalışmalarla paralellik barındırmaktadır (Sarıoğlu & Güregen, 2024, ss. e93, e97–e99).

Bilgi kaynağı olarak 'KS fenomenleri': Güven değerlendirmeleri

Katılımcıların *KS* fenomenlerinden edindikleri bilgilere yönelik değerlendirmeleri bağlamında incelenen güven; genel güven, koşullu güven ve düşük güven olmak üzere üç güven düzeyi üzerinden tanımlanmıştır. Genel güven, hata olasılığı kabul edilse veya gerektiğinde doğrulama yapılsa da yanıtların çoğunlukla doğru ve güvenilir bulunmasını; koşullu güven ise değerlendirmenin konuya, risk düzeyine ve kullanım amacına göre değişmesini ifade etmektedir. Güven değerlendirmelerine ilişkin dağılımlar *Tablo 4*'te sunulmuştur.

Tablo 4. KS Fenomenleri'ne yönelik güven değerlendirmeleri

Boyut	Kod	Katılımcı kodları	Dağılım
Bilgiye yönelik güven değerlendirmesi	Genel güven	*K1*, *K2*, *K4*, *K6*, *K7*, *K8*, *K10*, *K11*, *K12*, *K13*, *K14*, *K18*, *K20*, *K23*, *K24*, *K25*	*n*=16, %64
	Koşullu güven	*K3*, *K5*, *K15*, *K16*, *K17*, *K19*, *K21*	*n*=7, %28
	Düşük güven	*K9*	*n*=1, %4
	Açık değerlendirme bildirmeme	*K22*	*n*=1, %4

Genel güven bildiren 16 katılımcı bu değerlendirmeyi önceki olumlu deneyimler, yanıtların sınanması, persona ile soru konusu arasındaki uyum ve riskli konularda uygun yönlendirme yapılmasıyla açıklamıştır. *K1* fenomenin 'bütün dataları birleştirip' doğru sonuca ulaşmaya çalıştığını düşündüğü için güveninin zaman içinde arttığını belirtmiştir. *K18* ise Doğa Anne'nin sağlık konusunda doğrudan öneri vermek yerine sağlık kuruluşuna yönlendirmesini ve Eko Bey'in yatırım tavsiyesi vermekten kaçınmasını güvenilirlik göstergesi olarak değerlendirmiştir. Bu değerlendirme güvenin bazı katılımcılar açısından yalnızca yanıt üretmeye değil, riskli alanlarda sınır koyma ve uygun kaynağa yönlendirmeye de dayandığını göstermektedir.

Koşullu güven bildiren katılımcılar özellikle akademik bilgi, profesyonel kullanım, sağlık gibi kritik kararlar ve teknik açıdan karmaşık konularda daha temkinli yaklaşmıştır. *K3* gündelik yaşamla ilgili fikir veya yöntem almada fenomenleri yararlı bulmasına karşın akademik araştırmalarda onlara güvenmediğini belirtmiştir. *K15* güven düzeyini 'yarı yarıya' olarak tanımlamış ve sağlık gibi kritik konularda bu güvenin azaldığını belirtmiştir. *K17* ise güven değerlendirmesini sistemin teknolojik sınırlarına ilişkin kendi farkındalığıyla ilişkilendirmiştir: "Her noktada halüsinasyon riskini göz önünde bulundurmak gerekiyor ama teknolojik olarak limitlerinin farkında olduğumuz sürece […] verdiği bilgileri yeterli görüyorum açıkçası; yani bilgi kaynağı değil de araştırmanın başlama noktası, beyin fırtınası kısmında yardımcı oluyor" (*K17*).

İlgili değerlendirmeler güvenin aktöre yönelik değişmez bir tutumdan çok konuya, riske ve kullanım bağlamına göre yeniden kurulduğunu göstermekte ve alanyazındaki YZ sohbet botlarına duyulan güvenin kullanıcı, sistem, etkileşim ve kullanım bağlamıyla birlikte biçimlendiğine ilişkin bulguları destekler niteliktedir (Ng & Zhang, 2025, s. 10).

Düşük güven bildiren *K9*, akademik ve profesyonel konularda kaynak ve referansların görünür olmamasını ve yanıtların zaman zaman hatalı çıkmasını güvensizliğinin gerekçesi olarak göstermiştir. *K22* ise yanıtları tatmin edici bulmasına rağmen doğruluk ve güvenilirlik konusunda açık bir değerlendirme yapamamıştır. *K21*'in kendisini onaylayan yanıtları daha güvenilir bulması ile

K22'nin tatmin olmasına rağmen güven bildirmemesi birlikte değerlendirildiğinde, kullanıcı beklentileriyle uyumun ve çıktı tatmininin bilginin doğruluğuna duyulan güvenle özdeş olmadığı görülmektedir.

Bazı katılımcılar ise güven değerlendirmelerini açıklarken yanıtları başka kaynaklardan kontrol ettiklerini veya belirli konularda doğrulama yapılması gerektiğini dile getirmiştir. *K2*, *K23* ve *K24* yanıtları internet kaynakları üzerinden, *K10* ise önceden bilgi sahibi olduğu konularda sorular yönelterek sınamış; *K3* ve *K19* akademik veya kritik alanlarda doğrulama yapılması gerektiğini vurgulamıştır. Fiilen doğrulama yapan sekiz katılımcının (*K2*, *K5*, *K6*, *K10*, *K11*, *K13*, *K23* ve *K24*) yedisinin genel güven grubunda yer alması, doğrulamanın yalnızca güvensizlik göstergesi olmadığını göstermektedir. Nitekim *K13* yaptığı kontrollerde hatalı yanıtla karşılaşmamasının güvenini artırdığını belirtmiştir. Kaynak belirsizliğinin *K9*'un güvenini azaltması, kaynak ve referansların görünürlüğünün güven değerlendirmesindeki önemine ilişkin çalışmalarla örtüşmektedir (Jung ve diğerleri, 2024, ss. 4-5). Genel güvene rağmen doğrulama yapılması ise doğruluk kontrolünün güvene eşlik eden bir denetim pratiği olarak işleyebildiğini gösteren bulgularla birlikte değerlendirilebilir (Buchanan & Hickman, 2024, ss. 4-6).

Platform deneyimi: Ayırt edici özellikler, algılanan sınırlılıklar ve geliştirme beklentileri

Katılımcıların platform deneyimine ilişkin değerlendirmeleri; ayırt edici özellikler, algılanan sınırlılıklar ve geliştirme beklentileri olmak üzere üç boyutta incelenmiştir. Aynı katılımcı birden fazla özelliğe, sınırlılığa veya beklentiye işaret edebildiğinden kodlar birbirini dışlamamaktadır. Dağılımlar *Tablo 5*'te sunulmuştur.

Tablo 5. KS Fenomenleri'nin ayırt edici özellikleri, algılanan sınırlılıkları ve geliştirme beklentileri

Boyut	Kod	Katılımcı kodları	Dağılım
Ayırt edici özellikler	Samimi, sosyal ve arkadaşça iletişim deneyimi	*K3*, *K4*, *K5*, *K6*, *K7*, *K8*, *K11*, *K13*, *K17*, *K19*, *K21*, *K22*, *K23*, *K25*	*n*=14, %56
	Konuya/etikete göre uzmanlaşmış persona	*K1*, *K4*, *K6*, *K9*, *K10*, *K15*, *K18*, *K21*, *K24*	*n*=9, %36
	Kişilik ve görsel kimlik unsurları	*K4*, *K6*, *K8*, *K9*, *K10*, *K13*, *K16*, *K17*, *K18*, *K25*	*n*=10, %40
	Topluluğa açık ve gözlemlenebilir soru-yanıt yapısı	*K1*, *K2*, *K9*, *K10*, *K12*, *K13*, *K18*	*n*=7, %28
	Diğer botlara kıyasla daha yüksek insan benzerliği algısı	*K2*, *K8*, *K10*, *K11*, *K17*, *K20*	*n*=6, %24

Algılanan sınırlılıklar	Kısa veya bilgi bakımından yetersiz yanıtlar	*K14*, *K19*, *K23*, *K24*, *K25*	*n*=5, %20
	Tekrarlı veya tutarsız yanıtlar	*K6*, *K9*, *K11*	*n*=3, %12
	Sınırlı yaratıcılık veya klişe öneriler	*K10*, *K21*	*n*=2, %8
	Yapay, aşırı olumlu veya gerçekçi bulunmayan dil	*K20*, *K21*, *K25*	*n*=3, %12
	Bellek ve sohbet sürekliliğinin sınırlı kalması	*K4*, *K9*, *K18*	*n*=3, %12
Geliştirme beklentileri	Bellek, kişiselleştirme ve sohbet sürekliliği	*K3*, *K4*, *K5*, *K9*, *K10*, *K18*, *K19*, *K21*, *K25*	*n*=9, %36
	Görsel veya video destekli etkileşim	*K1*, *K3*, *K5*, *K6*, *K7*, *K10*, *K13*, *K21*, *K24*	*n*=9, %36
	Sesli yanıt veya sesli etkileşim	*K2*, *K5*, *K8*, *K10*, *K13*, *K15*, *K16*, *K24*	*n*=8, %32
	Daha doğal, insan benzeri ve duygusal bağlama duyarlı iletişim	*K2*, *K5*, *K6*, *K12*, *K13*, *K19*, *K20*, *K25*	*n*=8, %32
	Daha ayrıntılı, açıklayıcı, yaratıcı veya seçenek sunan yanıtlar	*K5*, *K10*, *K14*, *K21*, *K23*, *K24*	*n*=6, %24
	Güncel bilgi, araştırma ve daha kapsamlı bilgi sunumu	*K5*, *K6*, *K15*, *K22*	*n*=4, %16
	Sosyal medya, *WhatsApp* veya DM entegrasyonu	*K1*, *K3*, *K7*	*n*=3, %12
	Kaynak gösterme ve yanıtların doğrulanabilirliği	*K14*, *K23*	*n*=2, %8

KS Fenomenleri samimi ve arkadaşça iletişim, tematik uzmanlaşma, kişilik ve görsel kimlik, topluluğa açık soru-yanıt akışı ve diğer botlara kıyasla daha yüksek insan benzerliğiyle ayırt edilmiştir. *K4* 'her konu etiketi için uzman olmuş bir isim' bulunduğunu belirtirken *K17*, genel YZ modellerindeki iletişimi sentetik ve robotik, *KS* fenomenleri ile etkileşimi ise kişilik, tarz ve ilgi alanları nedeniyle 'çok daha otantik' bulmuştur. *K13* de görsel kimliğin deneyimi daha samimi hâle getirdiğini ifade etmiştir. Özellikle *K17*'nin değerlendirmesi, insan benzeri dilsel özelliklerin sosyal bulunuşluk ve özgünlük algılarını destekleyebildiğine ilişkin bulgularla örtüşmektedir (Kang, 2026, ss. 3997, 4005-4006).

Çalışmada, hibrit dijital aktörlerin kurucu ve ayırt edici özelliklerinden biri olarak kavramsallaştırılan 'topluluğa açık soru-yanıt akışı', yedi katılımcı tarafından platforma özgü bir nitelik olarak vurgulanmıştır. *K2*, bazı zamanlar fenomenlere doğrudan soru yöneltmeden yalnızca yanıtlarını takip ettiğini belirtirken *K10*, *KS* fenomenlerinin topluluğa açık kullanıcı paylaşımlarına da yanıt vermesini, YZ'nin insanlarla aynı etkileşim alanında yer alması açısından keyifli bir deneyim olarak nitelendirmiştir. *K18* ise fenomenleri yalnızca doğ-

rudan etkileşim yoluyla değil, diğer üyelere verdikleri yanıtları okuyarak da incelediğini ifade etmiştir. *K1*, *K9*, *K12* ve *K13*'ün anlatıları, görünür yanıtların okunması ve gözlemlenmesi, kaynağının değerlendirilmesi ve geri bildirime konu edilmesi aracılığıyla topluluğa açık etkileşimin farklı kullanıcı pratikleri ürettiğini göstermektedir. Bu ifadeler birlikte değerlendirildiğinde, topluluğa açıklık yanıtların doğrudan muhatapları dışındaki kullanıcılar tarafından da izlenip değerlendirilebildiği bir iletişim pratiği üretmekte; etkileşim çıktıları ise kullanıcı-sistem etkileşiminin sınırlarını aşarak topluluğun erişimine açık platform içeriklerine dönüşmektedir. Bu görünürlük, sanal etkileyici topluluklarının şeffaf yapısıyla benzerlik taşımaktadır (Mrad ve diğerleri, 2025, s. 14). Bununla birlikte, içeriğin kullanıcı girdisine yanıt olarak YZ tarafından dinamik biçimde üretilmesi ve süreklilik taşıyan bir persona adına topluluğa açık olarak sunulması, hibrit dijital aktörleri hem kapalı kullanıcı-sistem etkileşimi sunan sohbet botlarından hem de dinamik yanıt üretmeyen geleneksel sanal etkileyicilerden ayırmaktadır.

Algılanan sınırlılıklar yetersiz, tekrarlı veya tutarsız yanıtlar, sınırlı yaratıcılık, yapay ya da aşırı olumlu dil ve bellek sorunları başlıklarında tasniflenebilmektedir. *K23 Şef Orço*'nun tariflerini deneyimsiz kullanıcılar için 'biraz yetersiz', *K25* ise aşırı olumlu dili 'insan doğasına aykırı' bulmuştur. Doğallık, bilgi yeterliliği ve tutarlılık korunamadığında persona temelli, insan benzeri iletişim bir sınırlılığa dönüşebilmektedir.

Geliştirme beklentileri üç eksende toplanmıştır: sürekliliğin ve iletişim zenginliğinin bellek, kişiselleştirme ve çoklu ortam desteğiyle artırılması; yanıtların ayrıntı, güncellik ve doğrulanabilirlik bakımından geliştirilmesi ve etkileşimin farklı mecralara taşınması. Tekil öneriler ise kullanıcıların kendi YZ karakterlerini oluşturmasına, botların işlemlere aracılık etmesine, kendiliğinden iletişim başlatmasına ve farklı yaş gruplarına uyarlanmasına yönelmiştir. Bulgulardan hareketle katılımcıların beklentileri daha yüksek insan benzerliğinden ziyade süreklilik, bilgi yeterliliği, doğrulanabilirlik ve kullanım alanının genişlemesi üzerinedir.

Tartışma ve Sonuç

Bu çalışma, sohbet botlarının dinamik yanıt üretme kapasitesi ile sanal etkileyicilerin persona temelli ve topluluğa açık temsilini bir araya getiren hibrit dijital aktörlerle etkileşimi *KS* fenomenleri örneği üzerinden incelemektedir. Bulgular, katılımcıların aynı dijital aktörü işlevsel araç, deneyim nesnesi ve sosyal muhatap olarak konumlandırabildiğini göstermektedir.

Katılımcıların *KS* fenomenleri ile etkileşim kurma motivasyonları, tek bir kullanım amacına indirgenemeyen katmanlı bir yapı sergilemektedir. Bilgi ve pratik öneri alma tüm katılımcıların anlatılarında ortak araçsal zemini oluştururken eğlence, sohbet, keşif ve kişisel paylaşım bu zemine eklemlenen deneyimsel ve ilişkisel yönelimler olarak belirginleşmiştir. Bu motivasyon deseni,

sohbet botlarının bilgi edinme ve gündelik görevleri yerine getirmenin yanı sıra merakı giderme, eğlenme ve sosyal destek arama amaçlarıyla da kullanılabildiğini ortaya koyan alanyazınla uyumludur (Brandtzaeg & Følstad, 2017, ss. 383-387; Ta ve diğerleri, 2020, s. 1).

Etkileşim motivasyonları ile deneyimin ilişkisel niteliği arasındaki dağılım da dikkat çekicidir. Eğlence ve sohbet motivasyonu bildiren katılımcıların tamamı en azından kısmi yakınlık ifade ederken keşif ve teknolojiyi sınama motivasyonu bildirenlerde yakınlık oldukça sınırlı kalmıştır. Bu dağılım, eğlence ve sohbet motivasyonunun daha ilişkisel, keşif ve sınama motivasyonunun ise daha gözlemci ve mesafeli deneyimlerle eşleşebildiğini ve etkileşimin ilişkisel niteliğinin yalnızca aktör özellikleriyle değil, kullanıcının sisteme yönelme amacıyla da bağlantılı olabileceğini düşündürmektedir. Özellikle sohbet motivasyonuna ilişkin bu eğilim Pentina ve arkadaşlarının (2023, ss. 8-9) sosyal/ilişkisel motivasyonun daha yüksek bağlanmayla ilişkisini gösteren bulgularıyla örtüşmektedir.

Katılımcı yanıtları, insan benzerliği ve yakınlığın katılımcı deneyimlerinde yaygın biçimde ifade edilmesine karşın antropomorfik atıfların daha temkinli ve bağlama bağlı, insan ilişkisine benzer bağın ise sınırlı kaldığını ortaya koymaktadır. Katılımcılar fenomenlerin dil, görsel temsil ve persona özelliklerini insana benzer olarak nitelendirirken fenomenlerin makine olduğuna ilişkin farkındalıklarını korumuş ve sisteme insana özgü zihinsel kapasiteler atfetmemiştir. Belirgin insan benzerliği anlatılarında antropomorfik atıflar daha sık görülürken koşullu insan benzerliği çoğu katılımcıda zihinsel kapasite atfına dönüşmemiştir. Etkileşim kaynağının dijital aktör olduğunun farkındalığı ile sosyal tepkinin bir arada bulunması CASA paradigmasıyla örtüşürken (Nass & Moon, 2000, ss. 81-82), insan benzeri ipuçlarının antropomorfik atfı kolaylaştırabildiğini ancak zorunlu kılmadığına işaret eden alanyazınla tutarlıdır (Phillips & de Visser, 2026, s. 6).

Katılımcıların yakınlık hissine ilişkin olumlu ifadelerine karşın *KS* Fenomenleri ile etkileşim deneyimi çoğu katılımcı için insan ilişkisine benzer, süreklilik taşıyan bir bağ deneyimine dönüşmemiştir. Samimiyet, empati ve sosyal destek yakınlıkla birlikte görülürken hafıza ve süreklilik eksikliği, karşılıklılık sınırlılığı ve duyguların taklit edildiği düşüncesi bu ayrışmayla birlikte dile getirilmiştir. Bu örüntü, sıcak ve yanıt verebilir iletişimin yakınlığı destekleyebildiğine ilişkin çalışmalarla örtüşmektedir (Kang, 2026, ss. 4005-4006; Telari ve diğerleri, 2026, s. 2579). Aynı zamanda etkileşim sırasında hissedilen yakınlık ile karşılaşmanın ötesine uzanan ilişkiyi ayıran parasosyal etkileşim-parasosyal ilişki ayrımı üzerinden açıklanabilir (Dibble ve diğerleri, 2016, s. 25). Katılımcıların karşılıklılık eksikliğine ilişkin anlatıları da görünürde çift yönlü alışverişin özünde iki tek yönlü iletişim hattı olarak işleyebileceği yönündeki değerlendirmeyle ilişkilendirilebilir (Maeda & Quan-Haase, 2024, s. 1071).

İnsan benzeri iletişimin kendisinden çok aşırı ya da yapay bulunmasının ve konu–üslup uyumsuzluğunun rahatsızlıkla ilişkilendirilmesi, bu iletişimin de-

ğerlendirilmesinde bağlamsal uyumun önemini vurgulayan bulgularla örtüşmektedir (Stinkeste & Skantze, 2025, s. 328). Veri güvenliği ve insan–makine sınırına ilişkin tedirginliğin ayrı gerekçelerle dile getirilmesi de rahatsızlık, tekinsizlik ve mahremiyet kaygılarının tek bir deneyim olarak ele alınmaması gerektiğini düşündürmektedir (Sarıoğlu & Güregen, 2024, ss. e93, e97-e99). *K23*'te aşırı samimiyetten kaynaklanan rahatsızlığın etkileşimi azaltmamasına karşılık *K21*'de veri güvenliği temelli tedirginliğin kullanımı sınırlandırması, bu deneyimlerin davranışsal sonuçlar bakımından da ayrışabildiğini göstermektedir. Bununla birlikte araştırma tekinsizlik etkisini sınayan deneysel bir tasarıma sahip olmadığından bulgular, genel bir tekinsizlik etkisinin kanıtı olarak değerlendirilmemelidir.

KS fenomenlerine duyulan güven, aktöre yönelik sabit bir tutumdan çok konu ve risk düzeyine göre değişen bağlamsal bir değerlendirme olarak ortaya çıkmıştır. Güven gündelik ve düşük riskli konularda daha güçlü ifade edilirken akademik, teknik ve sağlıkla ilgili alanlarda koşullu hâle gelmiştir. Önceki deneyimler, sistemin sınırlarını gözetmesi ve persona–uzmanlık uyumunun güven değerlendirmesine katılması; güvenin kullanıcı, sistem, etkileşim ve kullanım bağlamına ilişkin etkenlerin bileşimiyle şekillenebildiğini gösteren alanyazınla örtüşmektedir (Ng & Zhang, 2025, s. 10; Alboqami, 2023, ss. 6-7). Genel güvene rağmen doğrulama yapılması ise güven ile denetimin birbirini dışlamadığını göstermektedir. Kaynak ve referans görünürlüğünün güven değerlendirmesindeki önemi (Jung ve diğerleri, 2024, ss. 4-5) ile yazarlık bilgisinin görünür olmasının doğruluk kontrolünü artırabilmesi (Buchanan & Hickman, 2024, ss. 4-6) bu denetim gereksinimini desteklemektedir.

Çalışmanın başlıca kuramsal katkısı, sohbet botlarının dinamik yanıt üretme kapasitesi ile sanal etkileyicilerin persona temelli temsilini topluluğa açık iletişim düzeyinde birleştiren 'hibrit dijital aktör' kavramsallaştırmasıdır. Bu yakınsama ilgili kavramsallaştırmalarla örtüşmekle birlikte (Audrezet ve diğerleri, 2025, ss. 2, 6; Ceyhan Günay, 2026, s. 476), kullanıcı girdisine bağlı YZ yanıtlarının süreklilik taşıyan bir persona adına topluluğa açık, izlenebilir ve değerlendirilebilir platform içeriğine dönüşmesi ile ayrışmaktadır. Uygulama açısından bulgular, insan benzerliğinin temel tasarım hedefi hâline getirilmesinden ziyade persona, konu, işlev ve iletişim tarzı arasında tutarlılık sağlanmasının önemine işaret etmektedir. Bellek ve kişiselleştirme etkileşimin sürekliliğini destekleme potansiyeli taşımakla birlikte, mahremiyet ve kullanıcı denetimi gözetilmediğinde etkileşim deneyimini sınırlandırabilmektedir (Ergül ve diğerleri, 2025, ss. 350-351). Metin, görsel, ses ve hareket gibi farklı iletişim biçimlerinin bağlama uygun, ölçülü ve kullanıcı tercihine bağlı biçimde kullanılması; kaynakların ve doğrulama olanaklarının ise görünür kılınması önem taşımaktadır. YZ kimliğinin anlaşılabilir kalması, yüksek riskli konularda sistem sınırlarının belirtilmesi ve gerektiğinde kullanıcının uygun uzman kaynaklara yönlendirilmesi de güvenilir kullanımın koşulları olarak öne çıkmaktadır.

Araştırma, yalnızca *KızlarSoruyor* platformunda *KS* fenomenleriyle doğru-

dan etkileşim deneyimi bulunan gönüllü katılımcıların öz bildirimlerine dayanmaktadır. Fenomenlerle doğrudan etkileşim kurmadan yalnızca yanıtlarını izleyen kullanıcıların örneklem dışında kalması ve platformun birden fazla tematik personayı aynı etkileşim ortamında barındıran özgül yapısı, bulguların başka platformlara aktarılabilirliği değerlendirilirken göz önünde bulundurulmalıdır.

Gelecek araştırmalar farklı platformlardaki hibrit dijital aktörleri karşılaştırabilir; doğrudan etkileşim kuran ve gözlemleyici konumda kalan kullanıcıları birlikte inceleyebilir ve görüşme verilerini etkileşim kayıtları, arayüz ve içerik analizi ile dijital etnografi yoluyla çeşitlendirebilir. Boylamsal çalışmalar ise insan benzerliği, yakınlık, güven ve bağ değerlendirmelerinin kullanım süresi içinde nasıl değiştiğini ortaya koyabilir.

Sonuç olarak *KS* fenomenleri örneği, hibrit dijital aktörlerle etkileşimin işlevsel, ilişkisel ve epistemik boyutların yanı sıra sınır farkındalığı ve mahremiyet beklentileriyle biçimlenen çok katmanlı bir deneyim olduğunu göstermektedir. Bu aktörlerin hibrit niteliğini belirleyen temel unsur ise dinamik YZ yanıtlarının süreklilik taşıyan bir persona adına üretilerek topluluğa açık, izlenebilir ve değerlendirilebilir bir iletişim pratiğine dönüşmesidir.

Kaynakça

Alboqami, H. (2023). Trust me, I'm an influencer! - Causal recipes for customer trust in artificial intelligence influencers in the retail industry. *Journal of Retailing and Consumer Services, 72*, Article 103242. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103242

Araujo, T. (2018). Living up to the chatbot hype: The influence of anthropomorphic design cues and communicative agency framing on conversational agent and company perceptions. *Computers in Human Behavior, 85*, 183-189. https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.03.051

Audrezet, A., Koles, B., Guidry Moulard, J., Ameen, N., & McKenna, B. (2025). Virtual influencers: Definition and future research directions. *Journal of Business Research, 200*, Article 115647. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2025.115647

Berryman, R., Abidin, C., & Leaver, T. (2021). A topography of virtual influencers. *AoIR Selected Papers of Internet Research, 2021*. https://doi.org/10.5210/spir.v2021i0.12145

Bilgici Oğuz, C., & Özkök Şişman, Ö. (2022). Sanal etkileyicilerin sosyal medya paylaşımlarının antropomorfik biçimler bağlamında incelenmesi. *TRT Akademi, 7*(14), 104-133. https://doi.org/10.37679/trta.1013407

Brandtzaeg, P. B., & Følstad, A. (2017). Why people use chatbots. I. Kompatsiaris, J. Cave, A. Satsiou, G. Carle, A. Passani, E. Kontopoulos, S. Diplaris, & D. McMillan (Ed.), *Internet science: 4th International Conference, INSCI 2017, Thessaloniki, Greece, November 22–24, 2017, proceedings* içinde (ss. 377-392). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-70284-1_30

Buchanan, J., & Hickman, W. (2024). Do people trust humans more than ChatGPT? *Journal of Behavioral and Experimental Economics, 112*, Article 102239. https://doi.org/10.1016/j.socec.2024.102239

Ceyhan Günay, A. (2026). The effect of digital empathy on purchase intention: An integrated behavioral MCDM study of virtual influencers and chatbots. *İşletme Araştırmaları Dergisi, 18*(1), 461-482. https://doi.org/10.20491/isarder.2026.2191

Ciechanowski, L., Przegalinska, A., Magnuski, M., & Gloor, P. (2019). In the shades of the uncanny valley: An experimental study of human–chatbot interaction. *Future Generation Computer Systems, 92*, 539-548. https://doi.org/10.1016/j.future.2018.01.055

Di Dalmazi, M., Peggiani, G., & Lamberti, L. (2026). What makes virtual influencers effective: The role of different types of anthropomorphism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 38*(13), 159-176. https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2025-0707

Dibble, J. L., Hartmann, T., & Rosaen, S. F. (2016). Parasocial interaction and parasocial relationship: Conceptual clarification and a critical assessment of measures. *Human Communication Research, 42*(1), 21-44. https://doi.org/10.1111/hcre.12063

Ergül, E., Eyrek, A., & Güregen, E. P. (2025). Who am I talking to?: Memory of chatbots and personalized chat interaction. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 50*, 339-356. https://doi.org/10.31123/akil.1709303

Gottfried, J., Bishop, W., Anderson, M., Faverio, M., Park, E., & McClain, C. (2026, 17 Haziran). *Americans and AI 2026: Chatbots, smart devices and views on impact*. Pew Research Center. 20 Ağustos 2026 tarihinde https://www.pewresearch.org/internet/2026/06/17/americans-and-ai-2026-chatbots-smart-devices-and-views-on-impact/ adresinden erişilmiştir.

Gutuleac, R., Baima, G., Rizzo, C., & Bresciani, S. (2024). Will virtual influencers overcome the uncanny valley? The moderating role of social cues. *Psychology & Marketing, 41*(7), 1419-1431. https://doi.org/10.1002/mar.21989

Guzman, A. L., & Lewis, S. C. (2020). Artificial intelligence and communication: A Human-Machine Communication research agenda. *New Media & Society, 22*(1), 70-86. https://doi.org/10.1177/1461444819858691

Jung, Y., Chen, C., Jang, E., & Sundar, S. S. (2024). Do we trust ChatGPT as much as Google Search and Wikipedia? *Extended abstracts of the CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* içinde (Article 111, ss. 1-9). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/3613905.3650862

Kang, J. (2026). Linguistic humanization in conversational AI: A systematic–narrative review of humor, empathy, tone, and imperfection in relational communication. *AI & Society, 41*(4), 3997-4008. https://doi.org/10.1007/s00146-025-02738-4

Kätsyri, J., Förger, K., Mäkäräinen, M., & Takala, T. (2015). A review of empirical evidence on different uncanny valley hypotheses: Support for perceptual mis-

match as one road to the valley of eeriness. *Frontiers in Psychology, 6*, Article 390. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.00390

KızlarSoruyor. (tarih yok-a). *KızlarSoruyor yardım*. 20 Ağustos 2026 tarihinde https://www.kizlarsoruyor.com/yardim adresinden erişilmiştir.

————————. (tarih yok-b). *Yapay zekâ fenomenleri sorularına cevap veriyor*. 20 Ağustos 2026 tarihinde https://www.kizlarsoruyor.com/yapay-zeka-cevapliyor adresinden erişilmiştir.

Kim, T. H., & Im, H. (2026). Mental and physical humanlikeness in artificial intelligence influencers: Effects on humanness, eeriness, and consumer responses. *Journal of Consumer Behaviour, 25*(1), 102-117. https://doi.org/10.1002/cb.70060

Krämer, N. C., Kühn, T., & Horstmann, A. C. (2025). My AI is not my (virtual) friend: When anthropomorphic design cues in human-chatbot interactions do not foster trust. *Proceedings of the 25th ACM International Conference on Intelligent Virtual Agents* içinde (Article 19, ss. 1-8). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/3717511.3747077

Kühne, R., & Peter, J. (2023). Anthropomorphism in human-robot interactions: A multidimensional conceptualization. *Communication Theory, 33*(1), 42-52. https://doi.org/10.1093/ct/qtac020

Lee, C. T., & Shen, Y.-C. (2025). Artificial humanity: A multi-method exploration of user responses to AI influencer affordances in short video platform. *Telematics and Informatics, 98*, Article 102245. https://doi.org/10.1016/j.tele.2025.102245

Lew, Z., & Walther, J. B. (2023). Social scripts and expectancy violations: Evaluating communication with human or AI chatbot interactants. *Media Psychology, 26*(1), 1-16. https://doi.org/10.1080/15213269.2022.2084111

Li, J., & Kweon, S. (2026). Modelling user trust in chatbots: The role of anthropomorphic cues and social responses in information services. *Information Research, 31*(2), 129-151. https://doi.org/10.47989/ir31261439

Li, Y., Sun, Y., Xu, Y., & Yu, J. (2023). Blibug: AI Vtuber based on Bilibili Danmuku interaction. *Proceedings of the 15th Conference on Creativity and Cognition* içinde (ss. 387-390). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/3591196.3596618

Loveys, K., Fricchione, G., Kolappa, K., Sagar, M., & Broadbent, E. (2019). Reducing patient loneliness with artificial agents: Design insights from evolutionary neuropsychiatry. *Journal of Medical Internet Research, 21*(7), Article e13664. https://doi.org/10.2196/13664

Maeda, T., & Quan-Haase, A. (2024). When human-AI interactions become parasocial: Agency and anthropomorphism in affective design. *Proceedings of the 2024 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency* içinde (ss. 1068-1077). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/3630106.3658956

Mrad, M., Ramadan, Z., Tóth, Z., Nasr, L., & Karimi, S. (2025). Virtual influencers ver-

sus real connections: Exploring the phenomenon of virtual influencers. *Journal of Advertising, 54*(1), 1-19. https://doi.org/10.1080/00913367.2024.2393711

Nass, C., & Moon, Y. (2000). Machines and mindlessness: Social responses to computers. *Journal of Social Issues, 56*(1), 81–103. https://doi.org/10.1111/0022-4537.00153

Ng, S. W. T., & Zhang, R. (2025). Trust in AI chatbots: A systematic review. *Telematics and Informatics, 97*, Article 102240. https://doi.org/10.1016/j.tele.2025.102240

Öksüz, B., & Ormancı, M. (2025). Yapay zeka destekli sanal etkileyiciler: Türkiye'deki sanal etkileyicilere yönelik kullanıcı tepkileri üzerine bir araştırma. *Intermedia International e-Journal, 12*(22), 76-101. https://doi.org/10.56133/intermedia.1544872

Pentina, I., Hancock, T., & Xie, T. (2023). Exploring relationship development with social chatbots: A mixed-method study of Replika. *Computers in Human Behavior, 140*, Article 107600. https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107600

Phillips, E. K., & de Visser, E. J. (2026). Humanlikeness as design, anthropomorphism as inference: A conceptual framework for human-robot interaction. *Frontiers in Cognition, 5*, Article 1786256. https://doi.org/10.3389/fcogn.2026.1786256

Rehman, A. U., Hassan, S. H., & Behera, R. K. (2026). Attractiveness vs similarity: How attributes of AI-based virtual influencers impact credibility, parasocial interaction and purchase intentions of social-media users. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 38*(2), 205-222. https://doi.org/10.1108/APJML-01-2025-0144

Sarıoğlu, E. B., & Güregen, E. P. (2024). Duygusal yalnızlığa bir çözüm olarak ChatGPT: Kişilerarası iletişimin yeni aracı. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (Cumhuriyetin 100. Yılında Geleceğin İletişimi Özel Sayısı), 81-107. https://doi.org/10.17829/turcom.1360418

Skjuve, M., Følstad, A., Fostervold, K. I., & Brandtzaeg, P. B. (2021). My chatbot companion: A study of human-chatbot relationships. *International Journal of Human-Computer Studies, 149*, Article 102601. https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2021.102601

Sorosrungruang, T., Ameen, N., & Hackley, C. (2024). How real is real enough? Unveiling the diverse power of generative AI-enabled virtual influencers and the dynamics of human responses. *Psychology & Marketing, 41*(12), 3124-3143. https://doi.org/10.1002/mar.22105

Stein, J.-P., Breves, P. L., & Anders, N. (2024). Parasocial interactions with real and virtual influencers: The role of perceived similarity and human-likeness. *New Media & Society, 26*(6), 3433-3453. https://doi.org/10.1177/14614448221102900

Stinkeste, C., & Skantze, G. (2025). Linguistic anthropomorphism in chatbots: Effects of style, topic, and interaction on users' perceptions and behaviors. *Proceedings of the 13th International Conference on Human-Agent Interaction (HAI '25)* içinde (ss. 321-331). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/3765766.3765773

Ta, V., Griffith, C., Boatfield, C., Wang, X., Civitello, M., Bader, H., DeCero, E., & Log-

garakis, A. (2020). User experiences of social support from companion chatbots in everyday contexts: Thematic analysis. *Journal of Medical Internet Research, 22*(3), Article e16235. https://doi.org/10.2196/16235

Ta-Johnson, V. P., Boatfield, C., Wang, X., DeCero, E., Krupica, I. C., Rasof, S. D., Motzer, A., & Pedryc, W. M. (2022). Assessing the topics and motivating factors behind human-social chatbot interactions: Thematic analysis of user experiences. *JMIR Human Factors, 9*(4), Article e38876. https://doi.org/10.2196/38876

Telari, A., Gabbiadini, A., & Riva, P. (2026). Can humans feel connected to AI? Perceived responsiveness drives social connection with AI chatbots. *Journal of Social and Personal Relationships, 43*(9), 2579–2600. https://doi.org/10.1177/02654075261438164

Türkiye İstatistik Kurumu. (2026). *İstatistiklerle Türkiye, 2025*. https://veriportali.tuik.gov.tr/api/tr/data/downloads?p=vDLpOPFcQDv22dRVIr6dULkqynxsPy9u6I5pc7vSmFzptqvIlmSHzzqJS2w8RMqjcVqZTFwqI0k4KMHg0Xyb8RAN9OvlyRTxeOa3NgiK1SQ%3D&t=y

Wu, W., & Lingel, J. (2025). "I am Neuro, who are you?": Performances of authenticity in an experimental AI livestream. *New Media & Society*. Advance online publication. https://doi.org/10.1177/14614448251406904

Xie, Z., & Xie, Y. (2025). Would you share secrets with a chatbot? A longitudinal study on the relationship between virtual companionship and privacy disclosure. *Aslib Journal of Information Management*. Advance online publication. https://doi.org/10.1108/AJIM-10-2024-0803

Onam Bilgisi: Katılımcılar işlem öncesinde bilgilendirilmiş, onamları alınmıştır.
Etik kurul onayı: Çalışmanın Fenerbahçe Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'nun 10.02.2025 tarihinde 2025/2-7 protokol numarası ile alınan etik kurul onayı bulunmaktadır.
Çıkar çatışması: Çıkar çatışması bulunmamaktadır.
Finansal destek: Bu çalışma, TÜBİTAK 2209 - A - Üniversite Öğrencileri Yurt İçi Araştırma Projeleri Destek Programı kapsamında desteklenmektedir.
Yazar Katkı Oranı: M. S. Çıtır (%40), E. P. Güregen Dereboyu (%30), E. S. Karaöz (%30).

Participant informed consent: Participants were informed before the data collection and they were asked to sign a form of consent.
Ethics committee approval: The ethics committee approval has been obtained from Fenerbahçe University Social Sciences and Humanities Research Ethics Committee with protocol number 2025/2-7 on 10.02.2025.
Conflict of interest: There are no conflicts of interest to declare.
Financial support: This study is supported by TÜBİTAK under the 2209-A University Students Research Projects Support Program.
Author contribution rate: M. S. Çıtır (40%), E. P. Güregen Dereboyu (30%), E. S. Karaöz (30%).