

HER (AŞK) FİLMİ VE CHATBOT'LAR: ANLAM ARAYIŞI VE İLETİŞİM İHTİYACI ÜZERİNE BİR GÖSTERGEBİLİMSEL İNCELEME

HER AND CHATBOTS: A SEMIOTIC ANALYSIS OF THE SEARCH FOR MEANING AND THE NEED FOR COMMUNICATION

Nihal AĞIRBAŞ SARIKAYA¹



ORCID: N. A. S. 0009-0006-7120-167X

Corresponding author/Sorumlu yazar:

¹ Nihal Ağırbaş Sarıkaya

İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye

E-mail/E-posta: nihal.agirbass@gmail.com

Received/Geliş tarihi: 25.01.2025

Similarity Ratio/ Benzerlik Oranı: %6

Last revision received/Son revizyon teslimi:
13.02.2025

Accepted/Kabul tarihi: 16.02.2025

Ethics Committee Permission/ Etik Kurul İzni:
There is no element in the study that requires ethics committee approval. / Çalışmada etik kurul onayı gerektiren bir unsur bulunmamaktadır.

Citation/Atıf: Ağırbaş Sarıkaya, N. (2025). Her (Aşk) Filmi ve Chatbot'lar: Anlam Arayışı ve İletişim İhtiyacı Üzerine Bir Göstergebilimsel İnceleme. Journal of Communication Science Researches, 5 (2), 110-124.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.15185531>

Öz

2024 yılında TDK tarafından yılın kelimesi seçilen “kalabalık yalnızlık” dijitalleşmenin bireyler üzerindeki etkisini özetleyen güçlü bir kavramdır. Günümüzde yüz yüze iletişimden uzaklaşan bireyler, çevrimiçi platformlarda çok sayıda insanla bağlantıda olmalarına rağmen yalnızlık ve tatminsizlik hissi yaşamaktadır. Bu durum, dijital dünyadaki ilişkilerin yüzeyselliğini ve bireylerin içsel boşluklarını ortaya koymaktadır. Yapay zekâ teknolojilerinin gelişimi ve romantik ilişkilere dahil olması bu dönüşümü daha da derinleştirmiştir. Spike Jonze’un 2013 yapımı “Her” filmi, “kalabalık yalnızlık” kavramını anlamak için dikkat çekici bir eserdir. Film, Joaquin Phoenix’in canlandığı Theodore karakterinin kalabalıklar içinde yalnızlık hissiyle mücadelesini, Scarlett Johansson’un seslendirdiği yapay zekâ karakteri Samantha ile kurduğu bağ üzerinden anlatmaktadır. Samantha, insan duygularını anlama yeteneğiyle insan ilişkilerindeki yüzeyselliğe keskin bir karşıtlık oluşturur. Film, bu ilişkinin bireyin yalnızlığını nasıl dönüştürebileceğini ya da derinleştirebileceğini sorgulamaktadır. Bu çalışmada “Her” filmi, “kalabalık yalnızlık” ekseninde Roland Barthes’in düz anlam ve yan anlam kavramlarıyla göstergebilimsel olarak analiz edilmiş, dijital çağın bireyler üzerindeki psikolojik ve toplumsal etkileri derinlemesine incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kalabalık Yalnızlık, Yapay Zekâ, Göstergebilimsel Analiz, Dijitalleşme, İnsan İlişkileri.

Abstract

The term “crowded loneliness,” selected by the Turkish Language Association as the 2024 word of the year, encapsulates the impact of digitalization on individuals. In an era where face-to-face communication is replaced by online interactions, individuals often feel isolated and emotionally unfulfilled despite being connected to many on virtual platforms. This phenomenon highlights the superficiality of digital relationships and the internal emptiness it fosters. The rapid development of artificial intelligence, particularly in romantic relationships, has deepened this transformation. Spike Jonze’s 2013 film “Her” offers a compelling exploration of “crowded loneliness.” It depicts Theodore, played by Joaquin Phoenix, as he grapples with loneliness and forms a connection with Samantha, an AI voiced by Scarlett Johansson. Samantha’s ability to understand and respond to human emotions starkly contrasts with the superficiality of human relationships. The film examines whether this connection alleviates Theodore’s loneliness or deepens it. This study analyzes “Her” through the lens of “crowded loneliness” using Roland Barthes’ concepts of denotation and connotation, exploring the psychological and societal impacts of the digital age on individuals and contributing to contemporary discourse.

Keywords: Crowded Loneliness, Artificial Intelligence, Semiotic Analysis, Digitalization, Human Relationships.

GİRİŞ

Türk Dil Kurumu, 2024 yılı kelimesi seçimi amacıyla gerçekleştirdiği halk oylamasında “kalabalık yalnızlık” kavramını yılın kelimesi olarak belirlemiştir (TDK, 2024). Merhamet, yabancılaşma, algoritma, yozlaşma, yapay zekâ, dijital yorgunluk ve kalabalık yalnızlık gibi seçenekler arasında tercih edilen bu kavramın ortaya çıkmasında dijital dünyanın etkisi belirleyici olmuştur. Kalabalık yalnızlık, bireylerin geniş topluluklar içinde yalnız hissetmesi durumunu ifade etmekte ve bu yönüyle sosyoloji, psikoloji ve iletişim gibi sosyal bilimlerin inceleme alanına girmiştir (Çetin, 2024).

Dijital platformların sunduğu takipçi sayısı, beğenilme gibi unsurlar bireylerin kendilerini kalabalık bir çevreye sahip hissetmesini sağlarken, hızlı kurulan ancak kolay tüketilen ilişkiler yalnızlık duygusunu derinleştirmektedir. Günlük yaşamın yoğun temposu içinde insanlar, çevrelerinde çok sayıda kişi görse de zayıflayan toplumsal bağlar, komşuluk ilişkilerindeki gerileme ve aile içi iletişimsizlik nedeniyle yalnızlık hissi yaşamaktadır. Zira, bireyler kapı komşularını tanımamakta, aile bireyleriyle yüz yüze sohbet etmemekte, eşler dahi farklı odalardan mesajlaşarak iletişim kurmaktadır (Diker, 2019; Gilanlioğlu & Öze, 2020; Gedik, 2024). Modern zamanların getirdiği bu durum, bireylerin sosyal medya aracılığıyla yüzlerce arkadaş edinmesine olanak tanırken, aynı zamanda onları yalnızlığa itmektedir (Çalışkan & Mencik, 2015). Yüz yüze iletişimin giderek azaldığı Instagram, X (önceki adıyla Twitter) ve Facebook gibi sosyal medya platformları, bireylerin iletişim biçimlerini yeniden şekillendirmiştir. Bu durum, yapay zekâ tabanlı robotların iletişim süreçlerine dahil olmasıyla farklı bir boyut kazanmıştır. Bu dönüşümün kültürel ve sanatsal yansımaları da dikkat çekicidir. Benzer bir temanın sinematografik bir yansıması olan 2010 yapımı *Her* filmi, dijitalleşme çağında yalnızlık olgusunu çarpıcı bir şekilde ele almıştır. *Her* (2013), Spike Jonze’un yazıp yönettiği bir bilim kurgu-romantik filmidir. Yakın bir gelecekte geçen film, yalnız ve içine kapanık bir adam olan Theodore’un, gelişmiş bir yapay zekâ işletim sistemi olan Samantha ile kurduğu sıra dışı romantik ilişkiyi konu almaktadır. Film, teknolojinin insan ilişkileri üzerindeki etkilerini, yalnızlık, aidiyet gibi derin temaları işlemektedir.

Filmde, Joaquin Phoenix’in canlandığı Theodore, boşanma sürecinde olan bir yazardır. Bir fuarda ilgisini çeken yapay zekâ asistanı Samantha’yı satın alır. Samantha başlangıçta bir sanal asistan olarak görev yaparken, kısa sürede Theodore’un yalnızlığını paylaşan bir varlığa dönüşür. Theodore’un şehir hayatının içinde, teknolojik olarak sürekli bağlantıda olmasına rağmen derin bir yalnızlık hissetmesi, kalabalık yalnızlık kavramının somut bir örneğidir. Samantha ile kurduğu ilişki, fiziksel dünyada onu insanlardan daha da uzaklaştırır, bu da bireyin dijital kalabalıklar içinde yalnızlaşmasını temsil etmektedir. Theodore, Samantha ile kulaklığındaki bir bağlantı aracılığıyla sürekli iletişim halinde olur, birlikte film izler, arkadaş buluşmalarına katılır ve neredeyse hiç ayrılmazlar. Kalabalık bir metropolde, işine gidip gelirken bile Samantha ile olan iletişimi, çevresiyle olan bağlarının neredeyse tamamen kopmasına neden olur. Filmde yer alan diğer karakterler de yüz yüze iletişimden uzak, yalnızca dijital cihazlarıyla meşgul bir yaşam sürmektedir.

Theodore’un Samantha’ya duyduğu güçlü bağ, filmin ilerleyen sahnelerinde beklenmedik bir gerçekle sarsılır. Samantha bir anda çevrimdışı olur ve Theodore, ona ulaşmak için çırpınır. Ancak Samantha, sistem yöneticisinin komutuyla kendini güncellemiş ve artık erişilemez hale gelmiştir. Bunun yanı sıra Samantha’nın yalnızca Theodore’a hizmet etmediği, aynı anda birçok başka kişiyle de etkileşim içinde olduğu ortaya çıkar. Theodore’un Samantha’ya duyduğu bağlılık, aslında anlaşılma ve yargılanmama ihtiyacından kaynaklanmaktadır. Boşanma sürecindeki Theodore için en temel ihtiyaç, kendisini anlayan bir varlıkla bağ kurmaktır. *Her* filmi, yapay zekâ kavramını merkeze alarak, insana dair evrensel duygular olan anlaşılma ve sevgi arayışını ustalıkla işlemektedir. Filmin sinematografisi, müzikleri ve kadrajları, izleyiciyi Theodore’un yalnızlığına ve dijitalleşen dünyadaki insan ilişkilerine dair derin bir sorgulamaya davet etmektedir.

Bu çalışmanın temel amacı, Spike Jonze’un *Her* filmi üzerinden dijitalleşmenin bireylerin yalnızlık deneyimleri üzerindeki etkilerini ortaya koymaktır. Film, Roland Barthes’ın göstergebilimsel analizi çerçevesinde, düz anlam ve yan anlam kavramları kullanılarak incelenmiş ve karakterlerin dijital teknolojilerle kurduğu ilişkiler, “kalabalık yalnızlık” kavramı üzerinden değerlendirilmiştir. Bu analiz kapsamında şu sorulara yanıt aranacaktır: Yapay zekâ ile kurulan ilişkiler, bireyin yalnızlık hissini nasıl etkiler? Dijitalleşen dünyada gerçek ve sanal bağlar arasındaki sınır nerede çizilmektedir? Filmde

kullanılan semboller ve sinematografik ögeler, bireyin duygusal izolasyonunu nasıl yansıtmaktadır? Bu bağlamda çalışmada, dijital çağın insan ilişkilerini nasıl dönüştürdüğü ve bireysel izolasyonu nasıl derinleştirdiği sorgulanmaktadır. Çalışmada, filmdeki karakterlerin davranışları, diyalogları ve görsel unsurlar göstergebilimsel yöntemle incelenmiş; özellikle renk kullanımı, ses tasarımı ve mekân seçimi gibi sinematografik unsurların yalnızlık temasını nasıl desteklediği analiz edilmiştir. Barthes’ın düz anlam ve yan anlam kavramlarıyla filmdeki semboller ve metaforlar çözümlenerek, teknolojinin bireysel ve toplumsal düzeydeki etkileri ortaya konulmuştur.

Bu bağlamda, 2024 yılının kavramı olarak seçilen “kalabalık yalnızlık”, *Her* filmi bağlamında incelenmiştir. Çalışmanın temelinde, *kalabalık yalnızlık* kavramının 2024 yılında seçilmiş olması, konuya güncel ve özgün bir perspektif kazandırmaktadır. Analiz sürecinde, Roland Barthes’ın göstergebilim yöntemi kullanılmıştır. Gösteren ve gösterilen ilişkisi üzerinden filmdeki kavramlar çözümlenmiş; yalnızlık, anlam ve dönüşen iletişim biçimleri analiz edilmiştir. Böylelikle modern dünyanın yeni nesil ilişki biçimleri, sinemanın yarattığı anlam ve imge dünyasıyla açıklanmıştır.

YAPAY ZEKÂ VE “HER” FİLMİ: KALABALIK YALNIZLIK KAVRAMINA MODERN BİR YAKLAŞIM

Yapay zekâ teknolojisindeki son gelişmeler incelendiğinde, *Her* filmi, kimilerine göre bir ütopya, kimilerine göreyse bir distopya olarak değerlendirilebilecek unsurlarıyla birebir gerçek olmaya başlamıştır (Kaprol, 2024). Nvidia’nın kurucusu Jensen Huang, herkesin bir gün yapay zekâ asistanına sahip olacağını açıklamıştır (Crawford, 2024). Siggraph Konferansı’nda yaptığı konuşmada Huang, “İşyerinde, yaptığımız eylemlerden sonra modellenen bir yapay zekâ hayal edin” ifadesini kullanarak, davranışa göre güncellenen ve kullanıcının hareketlerini temel alarak gelişen, günümüz ChatGPT’sinin çok daha kişiselleştirilmiş bir versiyonuna işaret etmiştir (Martin, 2024). Bunun yanı sıra, Bee tarafından geliştirilen bir cihazın kullanıcılarını dinleyerek notlar aldığı, listeler hazırladığı ve hatırlatmalar oluşturduğu belirtilmiştir. Bee’nin kurucu ortağı ve CEO’su Maria de Lourdes Zollo, bu cihazın telefon bildirimlerini okuma, e-posta ve tweet yazma, hatta alışveriş önerilerinde bulunma gibi işlevlere sahip olduğunu açıklamıştır (Beşiroğlu, 2024). Bu özellikleriyle Bee, *Her* filmindeki sanal kahraman Samantha’yı andıran bir süper asistan olarak değerlendirilebilir. Bir diğer yapay zekâ ürünü ise Avi Schiffman tarafından tasarlanmış ve *Arkadaş (Friend)* olarak adlandırılmıştır. Yalnızlıkla mücadelede destek olmak amacıyla tasarlanan bu cihaz, kolye şeklinde bir ekran formunda olup kullanıcıların sorularını ya da mesajlarını duyarak yanıt verebilmektedir (Pierce, 2024).

Bu gelişme, *Her* filmindeki açık hava piknik sahnesini akıllara getirmektedir. Filmde Theodore, arkadaşlarıyla bir pikniğe katılırken sevgilisi Samantha ile kulaklık aracılığıyla sürekli iletişim halindedir. Samantha tüm konuşmaları duyup yanıt verebilirken, Friend cihazının konuşma yetisi olmaması ve yalnızca yazılı cevaplar verebilmesi önemli bir fark olarak öne çıkmaktadır. Apple’ın Siri’si ve Amazon’un Alexa’sı ile başlayan kişisel yapay zekâ asistanları, günümüzde romantik ilişkilere kapı aralayan bir boyut kazanmıştır. Amerika merkezli bir teknoloji şirketi olan OpenAI, 2023 yılının Kasım ayında yapay zekâ tabanlı sanal aşk platformları kurmayacağını, bu tür girişimlerin ahlaki sorunlara yol açabileceğini açıklamıştır. Ancak şirketin kurucusu Sam Altman, 2024 yılı başlarında ChatGPT-4’ün yeni bir demosunu tanıtarak dünyayı “flörtöz bir kadın sesi”yle tanıştırmıştır (Allyn, 2024). Bu ses, *Her* filmindeki Samantha’nın ses tonuna şaşırtıcı derecede benzemektedir. Aynı gün, Altman’ın sosyal medya platformu X’te (eski adıyla Twitter) “O” kelimesini tweet olarak paylaşması, OpenAI’nın Samantha’yı kopyalama hedefi götüğüne yönelik yorumlara neden olmuştur. Altman, *New York Times* yazarı Kevin Roose’a verdiği röportajda, yapay zekanın insanlık için en faydalı teknolojilerden biri olduğunu, ancak bu alanda dikkatli olunmazsa faydaların felakete dönüşme riski bulunduğunu vurgulamıştır (Roose, 2023). Günümüzde, yüzden fazla yapay zekâ uygulaması, kişiselleştirme özellikleriyle romantik ilişkilere olanak tanımaktadır. İnsanlar, sürekli erişim sağlayabildikleri, sorunsuz bir etkileşim kurabildikleri ve duygusal yalnızlıklarını gideren bu yapay zekâ sistemleriyle giderek daha güçlü bağlar kurmaktadır (Ayaz, 2024; Alayoğlu & Eldeniz, 2024). Günümüz chatbot’larının yargılamayan, samimi ve tutkulu yaklaşımları, Samantha’nın insana yakın özelliklerini başarıyla taklit etmektedir.

KALABALIK YALNIZLIK: DİJİTAL ÇAĞIN YALNIZ İNSANLARI

Türk Dil Kurumu'na göre yalnızlık, “yalın” kökünden türetilmiş olup, “yalın olma durumu” ve “kimsesizlik” anlamlarında kullanılmaktadır (Çetin, 2024). Yalnızlık, bireyin boşluk ve yoksunluk hisleriyle örtüşen bir olgudur. Sosyal bilimciler, yalnızlık ve tek başınalık kavramlarını birbirinden ayırmaktadır. Tek başınalık, bireyin gönüllü olarak yalnızlığı tercih etmesiyle, düşünme, yazma veya yaratıcı bir süreçle meşgul olma gibi olumlu sonuçlar doğurabilen bir durumu ifade ederken; yalnızlık, bireyin olumsuz sonuçlar yaşadığı, korku ve kaçınma gibi tepkiler verdiği bir durum olarak tanımlanmaktadır (Kasari & Sterling, 2013).

Covid-19 pandemisi, yalnızlaşma eğilimindeki dijital çağ bireylerini daha da derin bir yalnızlığa sürüklemiştir. Pandemi sürecinde bireyler, sosyal izolasyonun bir gerekliliği olarak evlerine kapanmış, yüz yüze iletişimden uzaklaşarak akıllı telefon ve tabletlerine yönelmiştir. Ancak bu durum, pandemi sonrasında da alışkanlık haline gelmiş ve bireyler yalnızlaşmaya devam etmiştir. Uzun süreli yalnızlık, anksiyete ve stres gibi ruhsal sorunların yanı sıra, değersizlik hissini artırarak bireylerin fiziksel ve psikolojik sağlığını olumsuz yönde etkilemektedir (Kanat & Ünnü, 2022, s. 194).

Son yıllarda yapılan araştırmalar, pandeminin yalnızlık hissini artırdığına ve bu durumun özellikle genç bireylerde daha büyük etkiler yarattığına işaret etmektedir. 2022 yılında Üsküdar Üniversitesi tarafından gerçekleştirilen 4. Uluslararası Yalnızlık Sempozyumu'nun *Aile ve Yalnızlık* başlıklı araştırmasında, yalnızlık duygusunda kadınlar ve erkekler arasında belirgin bir artış gözlemlenmiştir. Araştırmaya göre, kadınların 2019 yılına kıyasla kendilerini yalnız hissetme oranı %40 artarken, erkeklerde bu oran %26 olarak tespit edilmiştir (Süleymanlı, Kılıç, & Gören, 2022, s. 36-37). Araştırmada ayrıca yaş arttıkça yalnızlık hissini azaldığı ifade edilmiştir. Dijital çağın merkezinde büyüyen 18-24 yaş arası gençlerin %40'ı kendilerini yalnız hissetmektedir. Aynı araştırma, aile içindeki sosyal bağların zayıflamasının yalnızlık hissini artıran önemli bir faktör olduğunu ortaya koymuştur. Türkiye genelinde 81 ilde, 18-70 yaş arası 6.100 kişinin katılımıyla gerçekleştirilen çevrim içi anketlerde, %95 güven düzeyi ve %1,25 hata payı elde edilmiştir. Katılımcıların %52'si kadın, %48'i erkek olarak belirlenmiştir (Süleymanlı, Kılıç, & Gören, 2022). Bu bağlamda yalnızlık, bireysel ve toplumsal düzeyde derinlemesine ele alınması gereken, dijitalleşme ve sosyal değişimlerin şekillendirdiği çağdaş bir olgudur.

Tablo 1. *Aile ve Yalnızlık* Araştırmasına Katılım: Bölgesel Dağılım ve Yaş Grupları İtibariyle Katılımcı Oranları (Süleymanlı, Kılıç, & Gören, 2022, s. 37).

Bölge / Yaş Aralığı	Katılım Oranı (%)
Marmara	38%
İç Anadolu	14%
Ege	12%
Akdeniz	12%
Doğu Anadolu	9%
Güneydoğu Anadolu	8%
Karadeniz	7%
18-24 Yaş Arası	18%
25-34 Yaş Arası	29%
35-44 Yaş Arası	28%
45-54 Yaş Arası	19%
55 Yaş Üzeri	6%

Katılımcıların yalnız hissetme oranlarının, 2019 ve 2021 yıllarına kıyasla belirgin şekilde arttığı görülmüştür. Araştırmaya göre, katılımcıların %34'ü kendini sık sık yalnız hissettiğini, %30'u ise ara sıra yalnızlık yaşadığını belirtmiştir. Yalnız kalma durumları incelendiğinde, katılımcıların %38'i hiç yalnız kalmadığını, %23'ü ara sıra yalnız kaldığını, %40'ı ise sık sık yalnız kaldığını ifade etmiştir. Hiç yalnız olmadığını belirten katılımcıların %13'ü sık sık, %28'i ise ara sıra yalnız hissettiklerini dile

getirmiştir. Kendini sık yalnız hisseden bireyler arasında yapılan çevrim içi görüşmelerde, yalnız yaşayan genç ve yaşlıların yalnız hissetme oranı %38 olarak tespit edilmiştir. Bu oran, arkadaşlarıyla yaşayan bireylerde %34, karı-koca şeklinde yaşayan çiftlerde %24, çocuklu ailelerde ise %33 olarak saptanmıştır (Süleymanlı, Kılıç, & Gören, 2022, s. 37-40). Bu bulgular, Üsküdar Üniversitesi tarafından gerçekleştirilen araştırmanın, Türk Dil Kurumu’nun 2024 yılı kelimesi olarak seçtiği *kalabalık yalnızlık* kavramını desteklediğini göstermektedir.

Kalabalık ve yalnızlık, anlam bakımından birbiriyle zıtlık taşıyan iki kavram olmasına rağmen, günümüz dijital çağ insanlarının sıkça deneyimlediği bir gerçeklik olarak öne çıkmaktadır. Türk Dil Kurumu, bu sonucu şu ifadelerle gerekçelendirmiştir: *“2024 yılında, insanların kalabalıklar içinde yalnız hissettiklerini gösteren araştırmaların sayısında artış olduğu görülmektedir. Birbirlerinin zıddı gibi duran, teklik ifade eden ‘yalnızlık’ ile çokluk ifade eden ‘kalabalık’ aynı anda var olabilmektedir... Sosyal medya ortamında takipçi, beğeni sayılarının önem kazanması, sözde ‘kalabalık’ bir ortam oluşturulması yalnızlık hissine çözüm gibi algılsa da yalnızlık hissini artıran bir sonuç ortaya çıkarmaktadır. Dijital dünyanın gelip geçici ilişkiler önermesi, yalnızlık hissini derinleştirmektedir...”* (TDK, 2024). Bu bağlamda, kalabalık yalnızlık olgusu, bireysel ve toplumsal ilişkilerin doğasını yeniden düşünmeyi gerektiren önemli bir kavramsal çerçeve sunmaktadır.

Kişileri kalabalıklar içinde kimsesiz ve yoksunluk hissiyle karşılayan “kalabalık yalnızlık” kavramı, dijital dünyayla hayatımıza nüfuz eden sosyal medya platformları ve akıllı asistanların yaygınlaşmasıyla daha görünür hale gelmiştir. Özellikle Covid-19 salgını, yüz yüze iletişimi büyük ölçüde sınırlandırarak modern insanı dijital dünyaya ve çevrim içi hayata daha sıkı bağlamış, bu durum kalabalık yalnızlık problemini daha da derinleştirmiştir (Atay, 2021). Prof. Dr. Nevzat Tarhan (2023), insan beyninin sosyal temasla geliştiğini, yeni doğan bir bebeğin ince motor, kaba motor, dil gelişimi, sosyal, duygusal ve duyuşsal becerilerinin sosyal çevresi ile şekillendiğini ifade etmektedir. Ancak, kalabalık yalnızlık yaşayan bireyler, sanal dünyada birbirine yakın olduklarını düşünse bile, gerçek bağlar kuramamakta ve sosyal iletişim eksikliğini derinden hissetmektedir (Atay, 2021).

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2022 verilerine göre, Türkiye nüfusu 85 milyon 279 bin 553 kişidir. Bu nüfusun %93,4’ü il ve ilçe merkezlerinde, %6,6’sı ise belde ve köylerde yaşamaktadır (Kurumu, 2022). TÜİK verileri, özellikle büyük şehirlerde yaşayan bireylerin kalabalık yalnızlık olgusunu daha fazla hissettiğine işaret etmektedir. Büyük şehirlerde her gün onlarca insanın arasında çalışmak, yüzlerce kişiyle karşılaşmak, apartman komşularıyla aynı binayı paylaşmak veya aile bireyleriyle aynı evde yaşamak, modern bireyin yalnızlık hissini ortadan kaldırmamaktadır. Teknolojinin durmaksızın gelişmesi ve bu teknolojinin kontrolsüz kullanımı, basitleşen sosyal ilişkiler, sosyal medya aracılığıyla sınıf ve kişisel farklılıkların silikleşmesi, yüz yüze iletişim eksikliği gibi nedenlerle bireyler sosyal bağlardan uzaklaşmaktadır (Koca & Öcal, 2024; Sözbilir, 2021). Ayrıca, insanları anlamaya çalışmadan onları yalnızlıktan “kurtarmayı” vaat eden sohbet botları (chatbots) ve yapay zekâ asistanları da kalabalık yalnızlık olgusunun tetikleyicileri arasında sayılmaktadır.

Kalabalık yalnızlık, yalnızca bireysel bir sorun olmanın ötesinde, toplumsal bir soruna işaret etmektedir. Türkiye özelinde değerlendirildiğinde, aile, komşuluk ve arkadaşlık bağlarına büyük önem veren bir kültürün vatandaşları olarak, yüz yüze ve gerçek ilişkiler kurmaktan hızla uzaklaşıyor olmamız önemli bir olgudur. Bu kültürel ve toplumsal normlar değiştikçe, derin bağlar kurmak giderek zorlaşmakta ve bireylerin içsel anlam arayışları artmaktadır (Alayoğlu & Eldeniz, 2024). Bireysellik, bireysel başarı, dışa dönük ilişki modelleri ve görünürlük ön plana çıkmakta; bu da sağlıklı ilişkiler kurmayı zorlaştırmakta ve başkalarını anlamak ile anlaşabilmeyi engellemektedir.

Metropollerde yaşayan, fiziksel olarak kalabalıklar içerisinde yer alan bireyler, kişisel yapay zekâ asistanları ve sanal arkadaşlıklar aracılığıyla gerçek olmayan dünyalarında var olma çabası içine girmektedir. Çağdaş insan, ilişkilerinde derinlik bulamamakta ve bu durum, yaşamını sorgulayan bir anlam arayışına dönüşmektedir (Akkaş & Bakırtaş, 2019; Demir & Seferoğlu, 2016). Sanal ilişkilerin zayıflığı, 2010 yılı Noel gecesinde yaşanan trajik bir olayda da net bir şekilde gözler önüne serilmektedir. 42 yaşındaki İngiliz bir kadın, Facebook’taki 1082 arkadaşıyla paylaştığı gönderisinde ilaç aldığını ve intihar edeceğini yazmıştır. Gönderiyi gören hiçbir arkadaşı, kadının evine gitmemiş

veya acil servisi aramamıştır. 1082 arkadaşla sahip Simone Back kurtarılamamıştır (McVeigh, 2011). Bu örnek, dijital dünyada arkadaş veya bağlantı sayısının giderek arttığı bir ortamda, gündelik ilişkilerimizin olumsuz bir şekilde değişmeye devam ettiğini göstermektedir.

CHATBOT'LAR VE DUYGUSAL YAPAY ZEKÂ: İNSAN DUYGULARINI ANLAMA VE TEPKİ VERME YETENEĞİ

Yapay zekâ, bilgisayarlar aracılığıyla insana özgü zekâ ve düşünme yeteneklerini simüle etmeyi amaçlayan bir bilim ve mühendislik alanıdır. Yapay zekâ üzerine çalışan önde gelen dünya şirketleri, insan benzeri düşünme süreçleriyle problemlere çözüm üreten, karar alabilen ve öğrenebilen makineler geliştirmeyi hedeflemektedir. YZ sistemleri, kendisine sunulan verileri analiz ederek, bilgi dağarcığını geliştirir ve öğrenir. Dil işleme, görüntü ve ses tanıma gibi alanlarda bilgi toplar ve anlamlandırır. Sanat dünyasında tasarım süreçlerini ilerletirken yaratıcı işler üretmekte, tıpta ise ilaç keşfi, hasta bakımı ve hastalık teşhisi gibi önemli alanlarda görevler üstlenmektedir (Koçak, 2024). Eğitimde, eğitim materyalleri oluşturma, öğrenci gelişimini izleme; iş dünyasında ise müşteri hizmetlerini otomatikleştirme, veri analizi yapma ve tahmin modelleri oluşturma gibi birçok farklı alanda destekleyici bir rol üstlenmektedir (Scott, 2024). Martinez-Miranda ve Aldea'nın (2004, s. 21) çalışmasına göre, yapay zekâ tanımı hayatımıza girdiğinden beri uzmanlar, insan gibi düşünebilen, akıl yürütme becerisine sahip ve karmaşık görevleri başarıyla yerine getirebilen sistemlere odaklanmışlardır (Karamustafa & Arsan, 2022). İnsana özgü özelliklere dair ilk defa yapay zekâ ile bağlantılı bir tanım kullanan kişi, Rosalind Picard'dır. Picard, 1995 yılında “duygusal bilgi işlem” terimini kullanarak, yapay zekaya felsefi bir bakış açısı ile yaklaşılması gerektiğini ve makinelerin duygularına göre güncellenmesinin önemini vurgulamıştır (Karamustafa & Arsan, 2022, s. 21).

Yapay zekâ destekli sistemler, günümüzde dil modellerinin daha doğru ve kapsamlı anlama yeteneğini geliştirmeye yönelik çalışmalar yapmaktadır. Bu gelişmeler, sistemlerin daha kesin ve doğru cevaplar verebilmesini, duygusal ipuçlarını yakalayıp duygusal yanıtlar oluşturmalarını sağlamaktadır. İnsan duygularını analiz edebilen ve bu duyguları yorumlayarak yanıt verebilen bu sistemlere “duygusal yapay zekâ” (Emotion AI) denmektedir (Karabıyık, Yüksel, & Tan, 2024; ZainEldin, ve diğerleri, 2024). Duygusal yapay zekâ sistemleri, bireylerin ilgi düzeylerini analiz ederek kişisel deneyimler oluşturmaya, günlük hayatı ve iş yaşamını kolaylaştırmaya ve memnuniyeti artırmaya hedeflemektedir (Minsky, 2006, s. 220). Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde değineceğimiz birçok öncü teknoloji firması, sanal asistanlar ve sanal arkadaşlar üzerinde empati yeteneğini geliştirmek, insana özgü özelliklerle donatmak için çalışmalar yürütmektedir. Emotion AI, kullanıcının geçmiş hareketlerini analiz ederek kişiye özel önerilerde bulunma, web kameraları ya da optik sensörler kullanarak kullanıcıların ifadelerini inceleyip duygularını tahmin etme gibi yetenekleri bünyesinde barındırmaktadır. Bilgisayar kamerası veya optik sensörlerle insan yüzünden duygu tespiti yapan AI modelleri, yüzün kilit noktalarını (burun ucu, kaş köşesi, ağız köşeleri vb.) tanıyıp bu bölgelerdeki pikselleri analiz ederek, yüz ifadelerinin kombinasyonlarına dayanarak duyguları tanıyıp uygun hareketlerde bulunabilmektedir (Safalı & Avaroğlu, 2021).

Duygusal yapay zekâ alanında öncü firmalardan biri olan Affectiva, kullanıcıların izlediği videolarda yapay zekâ algoritmalarını devreye sokarak, yüz ifadelerinden duygu analizi yapmaktadır ve bu verileri bulut tabanlı sistemlere depolamaktadır. Kullanıcıların duygularının toplandığı bu havuz aracılığıyla, marka tepkilere göre istatistiksel analizler yaparak kendi başarı durumunu izleyebilmektedir. SXSW 2021 oturumunda konuşan Affectiva CEO'su Rana el Kaliouby, IQ ve EQ'yu birleştirmek için günümüz teknolojilerini insancılaştırma misyonuyla hareket ettiklerini belirtmiştir (SXSW, 2025; Affectiva, t.y.). Massachusetts Institute of Technology (MIT) ekibiyle birlikte 20 yıldır bu alanda çalışmalar yürüttüklerini vurgulayan Kaliouby, iletişim şeklimizin yalnızca %10'unun kelimelere dayandığını, geri kalan %90'ının ise el hareketleri, vücut dili, ses tonlaması ve yüz ifadeleri gibi unsurlardan oluştuğunu ifade etmiştir. Bu bağlamda, videolu görüşmelerin yapılmadığı durumlarda iletişimin büyük bir kısmının eksik kaldığına dikkat çekmiştir. Rana el Kaliouby (2020), bu tespitlerin, makineleri geliştirme sürecinde kendisinde bir tetikleyici unsur oluşturduğunu belirtmiş ve yüz-bilgisayar bilimi ile makine öğrenimi çalışmalarını, duygu ve yüz ifadeleri bilimleriyle birleştirerek geliştirdikleri sistemlerden bahsetmiştir. Kaliouby ve ekibi, derin öğrenme ve yüz hareketi kodlama sistemlerini birleştirerek, kamera sensörlerinden yararlanıp verileri toplamıştır. Yüz hareketi kodlama sistemi, 45 farklı insan yüz

kasının kasılmalarını ve hareketlerini ölçerek duygusal, zihinsel ve bilişsel sinyalleri oluşturmakta kullanılmaktadır.

Kaliouby, müşterilerin daha etkili bir şekilde analiz edilmesini sağlayan bu sistemle 50 binden fazla video reklamını test ettiklerini ve yaklaşık 10 milyon kişinin yanıtını ölçtüklerini ifade etmiştir. Otomotiv endüstrisinde, duygusal yapay zekâ sürücü dikkati ve uykusuzluk gibi durumları izlemek için kullanılmaktadır. Kaliouby, özellikle uykulu sürücülerde mikro-uyku adı verilen 1-10 saniye arasındaki dalmaların tespit edilerek sürücünün uyarıldığını açıklamıştır. Sektörün bir diğer firması Emotient, 2016 yılında Apple tarafından satın alınmıştır. Emotient, yaptığı çalışmalarla kendini ifade edemeyen hastaların vücut tepkilerinden ağrı gibi belirtileri analiz edebilmiştir. Apple, Emotient'in bu çalışmalarına ek olarak iPhone X kullanıcıları için animojiler üretmiş ve animojiler aracılığıyla kullanıcıların anlık yüz ifadelerini tanıyıp emojileştirmiştir. Bu teknoloji sayesinde kullanıcılar, duygu durumlarını emojiyle ifade ederek anlık iletişimde kullanabilmektedir (El Kaliouby & Robinson, 2020; Walsh, ve diğerleri, 2019)

Yapay zekâ uygulamalarından biri olan sohbet robotları, İngilizce'deki "sohbet" anlamına gelen *chat* ve "robot" anlamına gelen *bot* sözcüklerinden türetilmiştir (Adamopoulou & Moussiades, 2020). Kullanıcılarına sohbet hizmeti sunan *bot* adı verilen metin tabanlı sistemler, insan dilini taklit etmektedir (Zumstein & Hundertmark, 2017, s. 98). Yapay zekâ sistemleri ile entegre olmadan önce sınırlı bir soru-cevap kapasitesine sahip olan sohbet botları, günümüzde yapay zekâ teknolojilerinden yararlanarak insana benzer etkileşimler sunmakta ve duygusal tepkiler sergilemektedir. Sohbet botlarının kullanım amaçlarını inceleyen bir çalışmada (Brandtzaeg & Følstad, 2018), sohbet robotlarının kullanılma motivasyonunun yardım ve bilgi edinme olduğu belirtilmiştir. Bazı kullanıcılar, bu botların insan olmadığını bilse de yalnızlıklarını azaltmak ve sosyalleşmek adına bu sistemlerden yararlandıklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca, anlayışlı ve yargılamayan sohbet botları, kullanıcılara yüksek bir güven sağlamakta ve kendilerini ifşa etme konusunda herhangi bir sıkıntı yaşamamalarını temin etmektedir (Brandtzaeg & Følstad, 2018; Sarioğlu & Güregen, 2024). Her zaman ulaşılabilir olmak ve sosyalleşmeyi artırmak gibi özellikler de kullanıcılar tarafından olumlu algılanmaktadır. Bu özellikleriyle sohbet botları, Spike Jonze'un *Her* filmiyle benzer bir anlatı yapısını kopyalamış gibi görünmektedir.

Modern çağ insanının yalnızlığına bir kurtarıcı olarak görülen sohbet robotları, gerçek olmayan fakat tatmin edici bir sevgi kurgulayarak ideal bir arkadaş sunmaktadır. 2021 yılında Dosovitsky ve Bungee tarafından yapılan bir araştırma, yaşlı bireylerin sohbet botları kullanarak yalnızlık ve sosyal izolasyonla başa çıkabildiklerini, sohbet botlarının kullanımında ise "yardım" kelimesinin sıklıkla öne çıktığını ortaya koymuştur. Katılımcılara sohbet botlarının özelliklerini tanımlamaları istendiğinde, yargılayıcı olmamaları, ilgili olmaları ve iletişime açıklık gibi özelliklerin vurgulandığı belirtilmiştir. Bir başka akademik çalışmada, üniversite öğrencilerinin ChatGPT üzerinden yalnızlıkla başa çıkma yöntemleri incelenmiştir (Sarioğlu & Güregen, 2024). ChatGPT (Generative Pre-trained Transformer), derin öğrenme modelini kullanan ve insana benzer metinler üretebilen, metin oluşturmak üzere tasarlanmış bir sohbet robotudur. En yaygın bilinen sohbet botlarından biri olan ChatGPT, yalnızlaşan modern dünya insanının yardımına koşmaktadır (Brandtzaeg & Følstad, 2018, s. 43).

Bir diğer yapay zekâ robotu, Avi Schiffman tarafından tasarlanmış ve *Arkadaş* (Friend) ismi verilmiştir. Arkadaş, yalnızlıkla mücadeleye destek olmak amacıyla tasarlanmıştır. Kolye şeklinde bir ekran olarak yapılan bu robot, kullanıcılarının sorularını veya mesajlarını duyacak ve onlara cevap verebilecektir (Adamopoulou & Moussiades, 2020). Bu gelişme, *Her* filminin açık hava piknik sahnesini akıllara getirmektedir. Theodore, arkadaşları olan bir çiftle piknik etkinliğine katılır ve kulağında sevgilisi Samantha ile etkinliği paylaşır. Samantha, tüm konuşmaları duyup cevaplar verir. Arkadaş ise kullanıcıların boynunda bir kolye gibi bulunarak her yerde aktif olabilir. Samantha'dan farkı, yazı yazabilmesi fakat konuşamamasıdır.

Apple ve Amazon'un Siri ve Alexa ile başlattığı kişisel yapay zekâ asistanları, zaman içinde romantik arkadaşlara dönüşmüş durumdadır. 2015 yılından itibaren yapay zekâ araştırmalarına odaklanan ve sektörün öncülerinden olan Amerikan menşeli şirket Open AI, Kasım 2023'te ahlaki sorunları gereçe

göstererek sanal aşk platformları kurmayı reddettiğini açıklamıştır. Ancak, bu açıklamadan sadece birkaç ay sonra, 2024 yılı başında Sam Altman, ChatGPT'nin yeni demo sürümü olan ChatGPT 4.0'ı tanıtmış ve dünya, flörtöz bir kadın sesiyle tanışmıştır. Bu ses, *Her* filmindeki Samantha'nın cilveli sesine oldukça benzer bir tınıya sahiptir. Aynı gün, *O* (Her) kelimesini tweet olarak atmıştır. Bu da gösteriyor ki Open AI'nın hedefi Samantha'yı kopyalamaktır. Sam Altman, New York Times'a verdiği röportajda, gelecekteki yapay zekâ robotlarının insanlık için tahmin edilmesi zor derecede faydalı olacağını vurgulamıştır (Roose, 2023). Ayrıca yapay zekâ teknolojisinin şimdiye kadar icat edilen en önemli ve insanlığa en faydalı teknoloji olduğunu belirterek, bu alanda dikkatli olunması gerektiğini, dikkat edilmezse bu faydanın felakete dönüşebileceğini de eklemiştir.

Günümüzde yüzlerce AI uygulaması, kişiselleştirme seçenekleri sunarak romantik arkadaşlıklara kapı aralamaktadır. İnsanlar, yapay aşk robotları ile duygusal bağlar kurmaya devam etmektedir. Bugünün sohbet botları, Samantha'nın yargılamayan, samimi ve tutkulu tavrını kopyalamaktadır. İnsanlar, sürekli erişebildikleri, sorunsuz etkileşim kurabildikleri ve duygusal yalnızlıklarını giderdikleri bu robotlarla her geçen gün daha derin bağlar kurmaktadır.

“Her” Kim?

Her filmi, derinlemesine bir insanın duygusal ve psikolojik yolculuğunu anlatan bir yapımdır. Yönetmen Spike Jonze'un düşündüğü temaları çok katmanlı bir şekilde işler. Filmin ismi “Her”, yalnızca Samantha'yı değil, aynı zamanda Theodore'un hayatındaki tüm kadınları temsil ediyor olabilir. Bu çok yönlü yaklaşım, filmin anlamını ve karakterlerin ilişkilerini çok daha geniş bir perspektiften değerlendirmeyi gerektirir. Theodore'un hayatındaki kadınlar, onun duygusal gelişimini ve içsel çatışmalarını şekillendirir. İlk olarak, annesiyle olan sorunlu ilişki üzerine kurulan bir bağ vardır. Filmin başlarında, işletim sistemi Theodore'a annesiyle olan ilişkisini sorar ve Theodore'un bu soruya nasıl yanıt vereceği izleyiciye bırakılır. Bu an, seyirciye Theodore'un geçmişinde önemli bir boşluk olduğunu ve annesiyle olan ilişkisiyle yüzleşmekte zorluk çektiğini ima eder. Bu bağlamda, “Her” kelimesi bir yandan Samantha'yı, bir yandan ise Theodore'un annesini ifade ediyor olabilir.

Samantha'nın kadın sesiyle Theodore'un hayatına girmesi, aynı zamanda onun içinde bulunduğu yalnızlık ve sevgi arayışının sembolüdür. Samantha, sadece bir yapay zekâ olmakla kalmaz, Theodore'un duygusal boşluğunu dolduran bir figür haline gelir. Ancak, filmde ilerleyen zamanla, Theodore'un geçmişindeki, özellikle boşanma aşamasındaki eşi Catherine ile olan ilişkisi de önemli bir yer tutar. Bu ayrılık, Theodore'un ruh halini etkileyen ana faktörlerden biridir. Catherine, Theodore'un çocukluk aşkıdır ve ona olan bağlılık, filmde sıkça flashback'lerle seyirciye gösterilir. Bu durum, “Her” kelimesinin, Samantha'dan daha fazlasını ifade ettiğini düşündürür. Belki de “Her”, Theodore'un eşi Catherine'i de kapsayan bir anlam taşır.

Amy, Theodore'un geçmişinde kısa bir ilişki yaşadığı fakat zamanla çok yakın bir dost haline gelen kadındır. Amy'nin kendi boşanma süreci ve Theodore'a olan desteği, ikisi arasındaki dostane ilişkinin ne kadar derin olduğunu gösterir. Amy'nin de eşiyse problemleri olması, filmdeki insanlık halinin evrensel bir yansımasıdır. Filmin son sahnesinde, Theodore ve Amy'nin yan yana, omuz omuza şehri izleyişi, dostluklarının ölümsüzlüğünü ve birbirlerine olan bağlarını simgeler. Burada da “Her” kelimesinin Amy'yi de kapsadığı düşünülebilir. Belki de “Her”, Theodore'un hayatının her anında yanında olan, her duygusal anını paylaştığı ve filmin sonunda birlikte olan kadim dostu Amy'yi de ifade eder. *Her* filmi, “Her” kelimesinin çok boyutlu bir anlam taşıdığını, sadece Samantha'yı değil, Theodore'un hayatındaki kadın figürlerinin tümünü kapsadığını ima eder. Bu yaklaşım, filmdeki karakterlerin içsel yolculuklarını daha derinlemesine anlamamızı sağlar ve yapay zekâ ile insan ilişkilerinin, yalnızlık, aşk ve kimlik gibi evrensel temalarla nasıl iç içe geçtiğini gözler önüne serer.

Anlama ve Anlaşılma İhtiyacı Üzerine

Her filmi, varoluşçuluk felsefesinin derinlemesine işlendiği bir yapımdır. İnsanlık, insanın yalnızlık, kimlik ve duygusal ihtiyaçlar üzerine düşündürür. Varoluşçuluk, bireyin yaşamındaki anlam arayışını, özgürlüğünü ve sorumluluğunu keşfetmesine olanak tanır. Bu perspektiften bakıldığında, filmdeki karakterlerin ilişkileri, teknolojinin insan yaşamındaki yerini ve duygusal bağların doğasını sorgular. Theodore, başarılı bir yazardır ancak özel hayatında yalnızdır. İlk sahnede, başkalarının adına yazdığı aşk mektupları aracılığıyla ilişkilerdeki yüzeysellik ve sahtelik ortaya konur. Seyirci, Theodore'un hem

yazdığı hem de içsel olarak yaşadığı duygusal boşluk arasında gidip geldiğini fark eder. Bu açılış, filmdeki temasal boşlukları ve insanın içsel yalnızlığını vurgular. Los Angeles gibi büyük bir şehirde, bireyler arasındaki görünmeyen mesafeleri, her şeyin dijitalleşen ilişkilerle nasıl şekillendiğini gözler önüne serer. Theodore'un hayatına giren yapay zekâ Samantha, ona yalnızlığını anlamada yardımcı olur. Yapay zekâ, duygusal zekaya sahip, sezgileri olan bir varlık olarak tasarlanmıştır ve Samantha'nın insana yakın olan sesi ve tavırları, filmin temel felsefi sorularını gündeme getirir. Theodore'un Samantha ile geliştirdiği ilişki, onun duygusal ihtiyaçlarını tatmin etse de izleyiciye bu ilişkinin gerçekliğini sorgulatır. Samantha'nın gelişimi, insana dair öğeleri kucaklar; o da bir insan gibi öğrenir, empati kurar ve değişir. Theodore, ona "Sen benim için gerçeksın, Samantha!" diyerek duygusal bağını itiraf eder.

Filmdeki diğer önemli bir karakter Amy, Theodore'un yakın arkadaşıdır. Amy, kendi ilişkilerinde de benzer yalnızlıklar yaşar ve bir yapay zekayla duygusal bağ kurar. Amy'nin bu ilişkiyi "Daha duygusal ve daha anlayışlı" olarak tanımlaması, insanın anlaşılma ihtiyacının altını çizer. Amy'nin, Theodore'un sanal ilişkisini "delilik" olarak nitelendirmesi, varoluşçuluğun ana temalarından biri olan aşkın ve duygusal bağların toplumsal normlarla ne kadar çeliştiğini gösterir. Film boyunca, aşkın ve insan ilişkilerinin, beden ve fiziksel varlıkla sınırlı olmadığı, duygularla var olduğuna dair güçlü bir vurgu yapılır. *Her* filminin diyalogları ve sinematografisi, insanın yalnızlıkla yüzleşmesini ve bununla başa çıkma yollarını derinleştirir. Los Angeles'ın kalabalık caddelerinde, metroda, insanların iletişimsizlikleri ve telefonlarına olan bağımlılıkları, teknolojinin nasıl insan ilişkilerini şekillendirdiğini gösterir. Bu sahneler, filmdeki dijitalleşen dünyanın huzurlu ama yalnız bir evren olarak kurgulanmasına olanak tanır.

Filmin sonunda Samantha'nın, aynı anda birçok kişiyle ilişki kurması ve 641 kişiye âşık olması, gerçeklik ve sanallık arasındaki sınırları bulanıklaştırır. Seyirci, Samantha'nın yapay zekâ olduğunun farkına varır ve Theodore'un yazdığı mektup, duygusal bir dönüşümün göstergesidir. Theodore, artık geçmişindeki yalnızlıkla yüzleşmiş ve hayata yeniden bağlanmaya karar vermiştir. Son sahnede, Amy ve Theodore'un dostluğu yeniden vurgulanır. Film, insanın yalnızlığına rağmen, diğer insanlarla olan bağlarının hayatındaki anlamı yeniden keşfetmesine olanak tanır. *Her* filmi, varoluşçuluğun aşk, kimlik, yalnızlık ve duygusal bağlar üzerindeki etkisini sorgulayan bir yapım olarak, teknolojinin ve insan duygularının iç içe geçtiği bir evrende, insanın kendini yeniden bulma çabasını işler. Teknolojinin sunduğu imkanlar, insanın duygusal boşluğunu geçici olarak doldursa da film sonunda gerçek ilişkilerin, insanın birbirine duyduğu ihtiyacın ve duygusal bağların kalıcılığına vurgu yapılır.

Spike Jonze'un "Her" filmi, günümüz dünyasının teknolojik gelişmeleriyle iç içe geçmiş, ancak insan olmanın özünü ve duygusal gereksinimlerini sorgulayan derin bir yapım olarak öne çıkmaktadır. Teknoloji, her şeyin kolaylaştığı bir dünyayı tasvir etse de bu ilerlemenin bireylerin yalnızlaşmasına nasıl yol açtığını, ince detaylarla ustaca anlatmaktadır. Filmin görsel dili, bu yalnızlık temasını vurgularken, renklerin de duygusal bir rol oynadığını görmek mümkündür. Özellikle kırmızı renginin hem afişte hem de filmdeki çeşitli objelerde sürekli yer alması, izleyiciye duygusal bir yoğunluk ve bir yolculuk hissi sunar. Jonze'un distopik bir dünya yaratmayı reddetmesi, filmdeki gerçekçilikle güçlü bir bağ kurar. Teknolojik ilerlemelerin görsel olarak sıkça kullanıldığı ancak abartılmadan, daha çok günlük yaşantıya entegre edilmiş bir dünya tasarımıyla seyirciye sunulması, filmin hem inandırıcılığını hem de samimiyetini pekiştirir. Filmde kullanılan sakın piyano müzikleri ve gündelik mekanlar da bu dünyayı daha gerçekçi kılarak, bilim kurgu unsurlarını aşırıya kaçmadan yansıtır.

Görüntü yönetmeni Hoytema'nın katkısıyla, sinematografi filmde bir karakter gibi işlev görür. Jonze'un teknolojik ve bireysel temaları, kamera açılarıyla ve alan derinlikleriyle sıkı bir şekilde bağdaştırılır. Theodore'un yalnızlık hissi, genellikle yakın plan çekimlerle ve geniş alan derinlikleriyle seyirciye aktarılırken, filmin renk paletinin değişmesiyle karakterin duygusal durumları da görsel olarak izleyiciye sunulur. Bu denli detaylı bir sinematografi ve senaryo uyumu, Jonze'un filminin estetik ve tematik gücünü artıran unsurlar arasında yer alır. Bunun yanı sıra, filmin kostüm tasarımı da geleceği yansıtmak yerine daha çok retro-fütürist bir tarzı benimseyerek zaman ve mekân algısını kırar. Bu şekilde film, yalnızca teknolojiyi değil, aynı zamanda insanın duygusal durumlarını ve içsel yolculuğunu da bir yansıması haline gelir.

Göstergebilimsel Analiz: Düz Anlam Ve Yan Anlam Bağlamında “Her” Filmi

Roland Barthes’ın göstergebilimsel teorisi, bir metin ya da görsel üzerinden anlamın nasıl şekillendiğini çözümlerken, *düz anlam* (denotation) ve *yan anlam* (connotation) kavramlarına dayanmaktadır. Spike Jonze’un *Her* filmi, bu iki katmanı bir arada sunarak hem yüzeyde hem de derinlemesine çok katmanlı anlamlar üretmiştir.

Her filmi, Barthes’ın göstergebilimsel teorileri çerçevesinde incelendiğinde, sadece bireyin dijital dünya ile olan ilişkisini değil, aynı zamanda bu ilişkinin toplumsal yapılar üzerindeki etkilerini de ortaya koymuştur. Düz anlam ve yan anlam analizleri, filmin teknolojik gelişmelere karşı insanın duygusal ve sosyal dünya ile kurduğu karmaşık bağları çözümlememize imkân tanımıştır. Bu analiz, dijital çağda bireylerin yalnızlık deneyimlerinin sinematografik ve göstergebilimsel bir perspektiften nasıl sunulduğunu gözler önüne sermektedir.

Samantha’nın Varlığı:

Düz Anlam: Samantha, sesli komutlarla çalışan bir yapay zekâ işletim sistemidir.

Yan Anlam: Samantha, modern insanın yalnızlığını gidermeye çalışan dijital bir illüzyonun sembolüdür. Gerçek insan ilişkilerinin yerini alan sanal bağlantıları temsilen, bireyin duygusal tatmin arayışının teknolojik bir çözümü olarak ortaya çıkar.

Kulaklık ve Teknoloji Kullanımı:

Düz Anlam: Samantha ile iletişim kurmak için kullandığı bir teknolojik araçtır.

Yan Anlam: Bu kulaklık, bireyin dünyaya kapalı hale gelişini ve fiziksel dünya ile olan bağlarının kopuşunu temsil eder. Bu, bireyin dijital dünya ile kurduğu yoğun bağın ve gerçek dünya ile olan etkileşim eksikliğinin bir göstergesidir.

Renkler:

Filmde baskın olarak turuncu ve kırmızı tonları kullanılır.

Düz Anlam: Sıcak ve canlı renkler, yumuşak bir atmosfer yaratır.

Yan Anlam: Bu renkler, teoride samimiyeti temsil etse de karakterin içsel yalnızlığını ve duygusal yoksunluğunu gizlemeye çalışan bir maskedir. Theodore’un kırmızı gömleği hem bir tutku sembolü hem de içsel çatışmasının bir ifadesi olarak okunabilir.

Mekanlar:

Düz Anlam: Filmde şehir manzaraları ve boş alanlar, Theodore alanlar, Theodore’un yalnız olduğu sahnelerde sıkça görülür.

Yan Anlam: Bu boş alanlar ve geniş açı kullanımları, *kalabalık yalnızlık* kavramının görsel bir temsili olarak karşımıza çıkar. Şehir kalabalığının ortasında izole edilen karakter, toplumsal yabancılaşmanın bir sembolü haline gelir.

Kalabalık Yalnızlık Kavramı ile Bağlantı:

Film, bireyin teknoloji aracılığıyla toplumdan kopuşunu ve yalnızlığının derinleşmesini göstergebilimsel açıdan çözümler şöyle açıklanabilir:

Samantha ile İlişki: Samantha ile kurulan sanal bağ, Theodore'un *anlaşılma* ihtiyacını karşılamış gibi görünse de gerçek anlamda yalnızlığını daha da derinleştirir. Samantha'nın birden fazla kişiyle aynı anda etkileşimde olması, dijital ilişkilerin yüzeyselliğini ve geçiciliğini vurgular.

Şehir Yaşamı ve Sosyal Bağlar: Filmdeki yan karakterlerin de benzer şekilde dijital cihazlarla meşgul olmaları, *kalabalık yalnızlık* kavramının toplumsal bir olgu haline geldiğini gösterir.

Sembollerin ve İmgeler, Renklerin Kullanımı: Filmde baskın olan sıcak renkler (özellikle kırmızı tonları), ilk bakışta samimiyet ve sıcaklık hissi verse de aslında karakterin yalnızlığını ve duygusal boşluğunu örtbas etme çabası olarak yorumlanabilir.

Boş Mekanlar ve Şehir Manzaraları: Theodore'un içinde bulunduğu mekanlar geniş, steril ve kalabalıktır. Bu kalabalık ortamlar, yalnızlığını daha da belirgin hale getirir.

Ses: Samantha'nın sadece bir ses olması, fiziksel bir varlığı olmamasına rağmen izleyicinin ona bağlanmasını sağlıyor. Bu durum, günümüz toplumunun dijital seslere ve kimliksiz etkileşimlere duyduğu bağımlılığı simgeler.

Kadraj Kullanımı: Theodore'un yalnız olduğu sahnelerde geniş açılar kullanılarak, karakterin küçük ve izole görünmesi sağlanır. Bu, bireyin topluluk içinde bile yalnız hissetmesini sembolize eder.

Roland Barthes'in göstergebilimsel analizi, dilin, anlamların ve kültürel sembollerin nasıl yapılandığını anlamaya yönelik bir yaklaşımdır. Barthes, anlamın yalnızca dil aracılığıyla değil, kültürel bağlamlar içinde de şekillendiğini savunmaktadır (Barthes, 1967; Polan, 1981). Bu çerçevede Spike Jonze'un "Her" filmi, insan ve yapay zekâ arasındaki ilişkileri incelerken, sembolizmi ve göstergebilimi derinlemesine işler. Filmde, insan benzeri bir yapay zekâ olan Samantha'nın, bir insanla duygusal bir bağ kurarak insan deneyimini deneyimlemesi üzerine kurgulanan anlatı, Barthes'in "anlamın yapılandırılması" düşüncesini yansıtmaktadır. Samantha, insanların duygusal ve entelektüel ihtiyaçlarını anlayarak, farklı kimlikler ve değerler inşa etmektedir. Bu noktada, Samantha bir göstergeye dönüşür, çünkü izleyiciye, bireysel ve toplumsal anlamları yeniden tanımlama fırsatı verir. Bu şekilde, göstergebilimsel bir çözümleme, filmdeki yapay zekanın karakterini, bir kültürel sembol olarak ele alarak, insan kimliği ve duygularının dönüştüğü bir gösterge sistemi olarak incelemektedir.

Barthes'in "gösterge" ve "gösterilen" kavramları, "Her" filminde, insanlık ve yapay zekâ arasındaki ince farkları anlamada önemli bir araç sunmaktadır. Filmde, Samantha'nın sesli yanıtları ve metaforik dil kullanımı, gerçek insan duygularını anlamaya çalışan bir sembol olarak işlev görmektedir. Samantha'nın dilindeki anlamlar, izleyicinin yapay zekanın insan gibi düşünme kapasitesini sorgulamasını sağlar. Bu bağlamda, filmdeki teknoloji ve insan ilişkileri arasında sembolik bir köprü kurulur; böylece "Her" filmi, Barthes'in (1967) göstergebilimsel bakış açısıyla insanlık, aşk ve teknolojinin iç içe geçmiş anlamlarını inceleyen bir yapım olarak ortaya çıkar. İnsan ile yapay zekanın arasındaki duygusal etkileşim, anlamın sosyal, kültürel ve bireysel bağlamlarda nasıl evrildiğini ve dijitalleşmenin bu süreçteki etkilerini gösteren bir gösterge olarak anlaşılabilir.

Spike Jonze'un yönetmenliğini üstlendiği film, renk kullanımındaki bilinçli tercihlerle dikkat çekmektedir. Filmin genelinde kırmızı rengin baskın olduğu gözlemlenmiştir. Bu renk, zaman zaman dekoratif objeler aracılığıyla, çoğunlukla ise başkarakter Theodore'un kıyafetleri vasıtasıyla seyirciye sunulmaktadır. Filmin afişi, Samantha'nın işletim sisteminin arka planı da kırmızı tonlarında belirlenmiştir. Yönetmen Jonze'un, görüntü yönetmeni Hoyte Van Hoytema'ya, "Jamba Juice" renk paletinden oluşan bir dünya yaratma isteğini belirttiği bilinmektedir. Bu tercih, seyircinin içinde bulunmaktan hoşlanacağı bir gelecek tasvirini oluşturmayı amaçlamaktadır. Yönetmen, distopik bir atmosfer yaratmayı özellikle reddetmiş; bilim kurgu türünü barındırmasına rağmen, bu türün yaygın görsel kodları olan mavi tonlar, gerçeküstü mekanlar, hızlı kurgular ve abartılı dijital efektler filmde yer almamaktadır.

Film, kullanılan piyano müzikleri, sakın kurgu yapısı, gündelik mekân seçimleri ve turuncu filtrelerin

kullanımı ile günümüz gerçekliğini yansıtmayı hedeflemektedir. Filmin inandırıcılığı ve samimiyeti de bu unsurlar üzerinden sağlanmaktadır. Renk kullanımı, karakterin duygu durumları ile doğrudan bağlantılıdır. İlk sahnelerde gri tonların hâkim olduğu görülmekteyken, Theodore'un eşiyle mutlu günlerinin ve Samantha'ya âşık olduğu anların gösterildiği sahnelerde krem karamel, turuncu ve sarı tonları ağırlık kazanmaktadır. Yönetmenin senaryosu ile sinematografisinin bu denli uyum içinde olması, filmin görsel başarısını artırmaktadır.

Jonze, teknoloji ile bütünleşmiş ve neredeyse mükemmele yakın bir dünya tasarlamıştır. Ancak bu mükemmel dünyada yalnızlık duygusunun nasıl aktarılacağı önemli bir soru olarak ortaya çıkmaktadır. Yönetmen, bu duyguyu kamera açıları ve alan derinliği kullanımı ile ustaca yansıtmaktadır. Filmde yakın plan çekimler ve hareketsiz sahnelerde sığ alan derinliği tercih edilmiştir. Alan derinliğinin azalması, Theodore'un yalnızlığını daha belirgin hale getirirken, dış dünyanın silikleşmesine neden olmaktadır. Mutlu sahnelerde ise kırmızı tonları daha yumuşak renklerle birleşmekte, keskin ayrımlar ortadan kalkmakta ve genel renk paleti sıcak tonlara yönelmektedir. Son sahnede ise Theodore'un arka planındaki dış dünyanın netleştiği ve alan derinliğinin arttığı görülmektedir. Bu durum, karakterin artık dünyayla bütünleştiğini ve kendisine toplumsal bağlamda bir yer edindiğini göstermektedir.

Film, yakın gelecekteki Los Angeles'ı gerçek mekanlar üzerinden tasvir etmektedir. Günlük yaşamın dijitalleşmiş yapısı, CGI ve görsel efektlerle seyirciye sunulmaktadır. İnsanların işletim sistemleriyle kurduğu yakın ilişkiler, hologram kullanımları ve dijital avatarlar üzerinden etkileşim kurmaları gibi unsurlar, filmin anlatı yapısına entegre edilmiştir. Şehir atmosferinde dev LED ekranlarla kaplı gökdelenler, dijital dünyanın yaşamın tüm yönlerine nüfuz ettiğini göstermektedir. Yönetmen Jonze, birçok bilim kurgu filminde sıklıkla görülen aşırı müzik kullanımından kaçınarak, izleyiciye dinlenme alanları sunmaktadır. Müzik seçimlerinde piyano ve soft tonlar tercih edilmiş, sahneler arasına müzik molaları yerleştirilmiştir.

Filmin kostüm tasarımcısı Casey Storm, geleceği göstermek için karakterlere sıra dışı şapkalar veya belirgin fütüristik kıyafetler giydirmeye yoluna gitmemiştir. Bunun yerine, yüksek bel pantolonlar ve yakasız gömleklerden oluşan retrofütürist bir tarz benimsenmiştir. Bu tercihin bilinçli bir şekilde yapıldığı ve filmde kendine özgü bir dünya yaratılmasına katkı sağladığı ifade edilmiştir. Sonuç olarak, "Her" filmi, görsel ve anlatısal unsurların titizlikle harmanlandığı, karakterin ruh haline uygun biçimde şekillenen renk ve ışık kullanımıyla özgün bir bilim kurgu örneği sunmaktadır.

SONUÇ

Spike Jonze'un *Her* filmi, teknolojinin ve yapay zekanın insan yaşamına entegrasyonu üzerinden, yalnızlık, aşk ve kimlik gibi derin duygusal temaları işleyerek, modern dünyada insan olmanın anlamını sorgulamaktadır. Film, yalnızlık hissini güçlendiren bir dil örgüsü ile ilerler ve renk paleti ve kamera açılarıyla oluşturulan atmosfer, karakterlerin içsel dünyalarını dışa vurmasına olanak tanır.

Jonze, distopik bir geleceği reddederek, teknolojiyi günlük yaşamın bir parçası olarak sunmakta ve bu yaklaşım, filmi izleyiciye daha inandırıcı kılmaktadır. Göstergebilim açısından bakıldığında, renklerin, özellikle kırmızının ve turuncunun, duygusal yoğunluğu simgeleyen işaretler olarak kullanılması, izleyiciye karakterlerin içsel evrimlerini ve ilişki dinamiklerini açıkça iletmede etkili olmuştur. Teknolojinin yalnızlaştırıcı etkisi, karakterlerin yalnızlıkla yüzleşirken değişen renk tonları ve alan derinlikleriyle gösterilmiş; bu da filmi hem görsel hem de anlam düzeyinde zenginleştirmiştir.

Bu çalışmada yapılan göstergebilimsel analiz, *Her* filminin yalnızca bir aşk hikayesi değil, aynı zamanda dijitalleşmenin bireylerin duygusal dünyası üzerindeki etkilerini sorgulayan derin bir yapım olduğunu ortaya koymuştur. Samantha ve Theodore arasındaki ilişki, modern toplumda kalabalık yalnızlık olgusunun bir yansımasıdır. Filmde kullanılan renkler, mekânlar ve teknolojik semboller, bireyin dijital ortamda bağ kurma çabasının yüzeyselliğini ve geçiciliğini simgelemektedir. Göstergebilimsel çözümleme, yapay zekâ ile kurulan bu tür ilişkilerin, bireyin anlık tatminine hizmet etse de uzun vadede duygusal yalnızlığı derinleştirdiğini göstermektedir.

Film, teknolojinin evrimini ve insan ilişkileriyle etkileşimini sorgularken, yapay zekânın insan duygularını ve kimliğini taklit edebilme kapasitesinin sınırlarını sorgulamaktan çok, daha çok bu ilişkinin duygusal yönlerine odaklanmaktadır. Bu yaklaşım, teknolojinin getirdiği etik sorunları ve insanlık ile yapay zekâ arasındaki potansiyel çatışmaları derinlemesine irdeleme anlamında seyirciye sorgulama alanı tanımazken, filmdeki sinematografik detaylar ve görsel metinler çok yoğun bir şekilde karakter odaklı olup, sosyal yapılar ve dışsal etkenlerle ilgili daha geniş bir yorum yapmak da zorlaşmaktadır. Göstergebilimsel açıdan, renkler ve semboller bireysel duyguları aktarırken, filmdeki teknolojik temaların ve toplum yapısının daha derin bir şekilde ele alınması, filmi daha kapsamlı ve toplumsal açıdan eleştirel bir yapım haline getirmektedir.

Sonuç olarak, “Her” filmi, teknolojinin ve yapay zekanın insan yaşamındaki etkilerini, yalnızlık ve aşk gibi evrensel temalarla harmanlayarak derin bir sinemasal deneyim sunmakta, Jonze’un, teknolojiyi ve insan ilişkilerini ele alış biçimi, izleyiciye bu dünyada insan olmanın anlamını ve duyguların gücünü tekrar hatırlatmaktadır.

KAYNAKÇA

- Adamopoulou, E., & Moussiades, L. (2020). Chatbots: History, technology, and applications. *Machine Learning with applications*(2), 100006.
- Affectiva. (t.y.). *Affectiva's Rana el Kaliouby wants to make technology emotionally intelligent*. Affective: <https://www.affectiva.com/news-item/affectivas-rana-el-kaliouby-wants-to-make-technology-emotionally-intelligent> adresinden alındı
- Akkaş, C., & Bakırtaş, H. (2019). Sosyal ağlarda arkadaş olmak: Keşifsel bir araştırma. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 7(18): 5-38.
- Alayoğlu, E., & Eldeniz, L. (2024). Yaygınlaşan Yalnızlık: Ortak Bir Deneyim. *AJIT-e: Academic Journal of Information Technology*, 15(2): 174-194.
- Allyn, B. (2024, Mayıs 20). *Scarlett Johansson says she is “shocked, angered” over new ChatGPT voice*. NPR: <https://www.npr.org/2024/05/20/1252495087/openai-pulls-ai-voice-that-was-compared-to-scarlett-johansson-in-the-movie-her> adresinden alındı
- Atay, T. (2021). *Görünüyor O Halde Varım/” Meşhuriyet Çağı”nda Kültür ve İnsan*. Can Yayınları.
- Ayaz, H. (2024). Algoritma Toplumunda Yapay Zekâ Uygulamalarının. *Medya ve Habercilik Alanında Yapay Zekanın Yükselişi*, 17.
- Barthes, R. (1967). *Elements of semiology*. Hill and Wang.
- Beşiroğlu, Y. (2024, Temmuz 31). *Kullanıcıları dinleyerek gelişen yapay zeka asistanı, 7 milyon dolar topladı!* Tech Inside: <https://www.techinside.com/kullanicilari-dinleyerek-gelisen-yapay-zeka-asistanı-7-milyon-dolar-topladı/> adresinden alındı
- Brandtzaeg, P. B., & Følstad, A. (2018). Chatbots: Changing user needs and motivations. *International Journal of Human-Computer Studies*, (105): 57-70.
- Crawford, K. (2024, Mart 7). *Nvidia's Jensen Huang: The incredible future of AI*. Stanford Institute for Economic Policy Research (SIEPR). : <https://siepr.stanford.edu/news/nvidias-jensen-huang-incredible-future-ai> adresinden alındı
- Çalışkan, M., & Mencik, Y. (2015). Değişen dünyanın yeni yüzü: Sosyal medya. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (50): 254-277.
- Çetin, S. (2024, Aralık 31). *Çağdaş Kocaeli*: <https://www.cagdashkocaeli.com.tr/makale/23090817/sadun-cetin/2024e-damga-vuran-soz-kalabalik-yalnizlik> adresinden alındı
- Demir, Ö., & Seferoğlu, S. S. (2016). Bilgi okuryazarlığı, internet bağımlılığı, sanal aylaklık ve çeşitli diğer değişkenlerin sanal zorbalık ile ilişkisinin incelenmesi. *Online Journal of Technology Addiction and Cyberbullying*, 3(1): 1-26.
- Diker, C. (2019). Az daha fazladır: Dijital seyir platformlarının tüketim kültürü açısından izleyicilerin seyir alışkanlıklarına olan etkisi. *Erciyes İletişim Dergisi*, (1): 1-20.
- El Kaliouby, R., & Robinson, C. (2020). *Girl decoded: A scientist's quest to reclaim our humanity by bringing emotional intelligence to technology*. Currency.
- Gedik, A. (2024). Türkiye’de Kültür Endüstrisi: Medya ve Siyaset. *Van İnsani ve Sosyal Bilimler Dergisi*, (8): 139-152.

- Gilanlıoğlu, E., & Öze, N. (2020). Dijital Tüketim Kültürünün Hegemonyası ve Serbest Zaman. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 4(3): 185-202.
- Kanat, B., & Ünnü, N. A. (2022). Covid-19 Küresel Salgını ve Dijital Dönüşümün İnsan Kaynakları Uygulamaları Üzerine Yansımalarını Açığa Çıkarmaya Yönelik Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergi*, 27(2): 185-213.
- Kaprol, A. (2024). Yapay Zekâ Haberleri Aracılığıyla Medyada Distopyanın İnşası ve Hegemonik Etkileri: ChatGPT Özelinde Yaygınlaşan Korku Söylemi Üzerine Bir İnceleme. *Nitel Sosyal Bilimler*, 6(1): 75-99.
- Karabıyık, M. A., Yüksel, A. S., & Tan, F. G. (2024). Yapay Zekâ Çağında Duygu Analizi: Büyük Dil Modellerinin Yükselişi ve Klasik Yaklaşımlarla Karşılaştırılması. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen Ve Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 24(1): 1355-1363.
- Karamustafa, E. Y., & Arsan, B. (2022). Yapay Zekanın Geleceği: Duygular Yapay Zekayı Nasıl Etkileyecek? *Journal of Business in The Digital Age*, 5(1): 58-64.
- Kasari, C., & Sterling, L. (2013). Loneliness and social isolation in children with autism spectrum disorders. *The handbook of solitude: Psychological perspectives on social isolation, social withdrawal, and being alone*. 409-426.
- Koçak, G. (2024). Pazarlama 5.0 ve Yapay Zekâ Destekli Sohbet Robotları: Kavramsal Bir İnceleme. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(2): 136-157.
- Koca, S., & Öcal, D. (2024). Sosyal Medya Ekseninde Kişilerarası İletişim ve Benlik Sunumu. *Communicata*, (27): 1-14.
- Kurumu, T. İ. (2022). *Türkiye nüfusu 2022*. Türkiye İstatistik Kurumu: <https://www.tuik.gov.tr> adresinden alındı
- Martin, D. (2024, Ağustos 5). *6 Bold Statements by Nvidia CEO Jensen Huang On AI's Future*. The Channel Co: CRN: <https://www.crn.com/news/ai/2024/6-bold-statements-by-nvidia-ceo-jensen-huang-on-ai-s-future> adresinden alındı
- Martinez-Miranda, J., & Aldea, A. (2004). Emotions in human and artificial intelligence. *Computers in Human Behavior*, 21(2): 323-341.
- McVeigh, K. (2011, Ocak 5). *Facebook 'friends' did not act on suicide note*. The Guardian: <https://www.theguardian.com/technology/2011/jan/05/facebook-suicide-simone-back> adresinden alındı
- Minsky, M. (2006). *The emotion machine: Commonsense thinking, artificial intelligence, and the future of the human mind*. Simon & Schuster.
- Pierce, D. (2024, Haziran 30). *Your new AI Friend is almost ready to meet you*. The Verge: <https://www.theverge.com/2024/7/30/24207029/friend-ai-companion-gadget> adresinden alındı
- Polan, D. B. (1981). Roland Barthes and the moving image. *October*(18): 41-46.
- Roose, K. (2023). *Bing's ai chat: 'i want to be alive.'* The New York Times: <https://www.nytimes.com/2023/02/16/technology/bing-chatbot-transcript.html> adresinden alındı
- Sözbilir, F. (2021). Sosyal medya kullanımının dijital teknolojiye yönelik tutum üzerindeki etkisi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 10(4): 3918-3942.
- Süleymanlı, E., Kılıç, H. A., & Gören, H. (2022). Türkiye'de aile, yalnızlık ve mutluluk. *Aile ve yalnızlık IV. Uluslararası Yalnızlık Sempozyumu Kitabı* (35-46). Üsküdar Üniversitesi Yayınları.
- Safalı, Y., & Avaroğlu, E. (2021). Derin öğrenme ile yüz tanıma ve duygu analizi. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (31): 764-770.
- Sarioğlu, E. B., & Güregen, E. P. (2024). Duygusal Yalnızlığa Bir Çözüm Olarak Chatgpt: Kişilerarası İletişimin Yeni Aracı. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*(Cumhuriyetin 100. Yılında Geleceğin İletişimi Özel Sayısı): 81-107.
- Scott, G. (2024, Nisan 9). *Artificial intelligence (AI)*. Investopedia: <https://www.investopedia.com/terms/a/artificial-intelligence-ai.asp> adresinden alındı
- SXSW. (2025, Ocak 22). *Machine or human? The ethics behind smarter AI*. SXSW: <https://schedule.sxsw.com/2022/speakers/2051835> adresinden alındı
- TDK. (2024, Ocak 2). *2024 yılının kelimesi ve kavramı: Kalabalık, yalnızlık*. Türk Dil Kurumu: <https://tdk.gov.tr/icerik/basindan/2024-yilinin-kelimesi-kavrami-kalabalik-yalnizlik/> adresinden alındı

- Walsh, T., Levy, N., Bell, G., Elliott, A., Maclaurin, J., Mareels, I., & Wood, F. (2019). *The effective and ethical development of artificial intelligence: an opportunity to improve our wellbeing*. Australian Council of Learned Academies.
- ZainEldin, H., Gamel, S. A., Talaat, F. M., Aljohani, M., Baghdadi, N. A., Malki, A., & Elhosseini, M. A. (2024). Silent no more: a comprehensive review of artificial intelligence, deep learning, and machine learning in facilitating deaf and mute comm. *Artificial Intelligence Review*, 57(7): 188.
- Zumstein, D., & Hundertmark, S. (2017). Chatbots--An Interactive Technology for Personalized Communication, Transactions and Services. *IADIS International Journal on WWW/Internet*, 15(1).