

ALARA ÖRNEĞİNDE YAPAY ZEKÂ SPİKERİNİN DİJİTAL KİMLİĞİ: KULLANICI YORUMLARI ÜZERİNE NİTEL BİR ANALİZ

Nadire ÖZÇELİK*

Doç. Dr. Mevlüde BATUR**

DOI: [10.47107/inifedergi.1737905](https://doi.org/10.47107/inifedergi.1737905)

Araştırma Makalesi

Başvuru Tarihi: 8 Temmuz 2025

Kabul Tarihi: 28 Ekim 2025

Atıf: Özçelik, N. ve Batur, M. (2025) Alara Örneğinde Yapay Zekâ Spikerinin Dijital Kimliği: Kullanıcı Yorumları Üzerine Nitel Bir Analiz *İNİF E- Dergi*, 10(2), 685-707.

Öz

Günümüzde yapay zekâ, yalnızca bilişimsel bir yenilik olarak değil, aynı zamanda toplumsal ilişkilerin, kültürel temsillerin ve medya pratiklerinin dönüşümünü etkileyen çok katmanlı bir fenomen olarak değerlendirilmektedir. Özellikle medya alanında yapay zekâ temelli figürlerin giderek artan görünürlüğü, insan benzeri temsil ve etkileşim biçimlerine dair yeni tartışmaları gündeme getirmektedir. Bu çerçevede, toplumsal kabul ve inandırıcılık açısından yapay zekâ karakterlerinin teknik yeterliliklerinin ötesinde, izleyiciyle duygusal bağ kurabilen, tutarlılık arz eden ve bütüncül bir dijital kimlik sunabilen yapılar olarak kurgulanması önem arz etmektedir. Bu çalışma, Türkiye'nin ilk yapay zekâ spikeri olan Alara'nın sosyal medya üzerindeki kullanıcı yorumları aracılığıyla dijital kimlik temsiline yönelik algıları incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmada, Alara'nın farklı konuklarla gerçekleştirdiği Prof. Dr. Celal Şengör, Oğuzhan Uğur, Çağla Şikel'in konuk olduğu ve "3 Soru 3 Cevap" adlı programdan oluşan dört bölümün yayınlarına ait Instagram gönderilerinin altındaki 573 özgün kullanıcı yorumu, nitel içerik analizi yöntemleriyle değerlendirilmiştir. Veriler, Python programlama dili aracılığıyla toplanmış ve yorumların tematik dağılımı belirlenerek ses, güven, yapaylık algısı ve isim çağrışımı gibi kavramlar üzerinden anlamlandırılmıştır. Elde edilen bulgular doğrultusunda varsayımlar desteklenmiş, izleyicilerin yapay zekâ karakterlerden yalnızca teknik yeterlilik değil; aynı zamanda tutarlı bir ses kullanımı, görsel temsil ile uyumlu bir performans ve anlamlı bir kimlik bütünlüğü bekledikleri ortaya konmuştur. Alara'nın her bölümde değişen sesi, izleyici nezdinde dijital kimlikte tutarsızlık, güven kaybı ve yapaylık hissine yol açmakta; sabit kalan ismiyle kurulan anlam ilişkisi ise sesin süreksizliğiyle çelişmektedir. Bu bağlamda, dijital karakterlerin inandırıcılığı, sadece algoritmik yeterlilikle değil; duygusal temsil kabiliyeti ve bütüncül kimlik tasarımıyla da doğrudan ilişkilidir. Çalışma, medya ve yapay zekâ alanında geliştirilecek dijital figürlerin toplumsal kabulü açısından bütünlüklü temsil stratejilerinin önemini vurgulamaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Yapay zekâ spikeri ve Alara, dijital kimlik, sesin temsili, sosyal medyada söylem*

*Malatya Turgut Özal Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi, E-Mail:nadireozcelik198644@gmail.com, ORCID: 0009-0009-6910-3423

**Malatya Turgut Özal Üniversitesi, Sanat Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölüm, E-mail: mbatur@firat.edu.tr ORCID: 0000-0001-5985-9694

THE DIGITAL IDENTITY OF THE ARTIFICIAL INTELLIGENCE ANNOUNCER IN THE CASE OF ALARA: A QUALITATIVE ANALYSIS OF USER COMMENTS

Abstract

Today, artificial intelligence is considered not only a computational innovation but also a multilayered phenomenon affecting the transformation of social relations, cultural representations, and media practices. The increasing visibility of AI-based figures, particularly in the media, is prompting new discussions about human-like representation and interaction. In this context, it is crucial for social acceptance and credibility to construct AI characters beyond their technical capabilities as structures capable of establishing an emotional connection with the audience, demonstrating coherence and presenting a holistic digital identity. This study aims to examine perceptions of digital identity representation through social media user comments about Alara, Turkey's first AI anchor. In this research, 573 unique user comments under Instagram posts from four episodes of the program "3 Questions 3 Answers," featuring Prof. Dr. Celal Sengor, Oguzhan Ugur, and Çağla Sikel, were evaluated using qualitative content analysis methods. Data was collected using the Python programming language, and the thematic distribution of comments was determined and interpreted through concepts such as voice, trust, perception of artificiality, and name association. The findings supported these hypotheses, demonstrating that viewers expect AI characters not only technical proficiency but also consistent voice use, a performance aligned with visual representation, and a meaningful identity integrity. Alara's changing voice in each episode leads viewers to perceive inconsistency, loss of trust, and artificiality in their digital identity; the semantic relationship established by her name, which remains constant, contradicts the voice's discontinuity. In this context, the believability of digital characters is directly related not only to algorithmic competence but also to emotional representation and holistic identity design. The study emphasizes the importance of holistic representational strategies for the social acceptance of digital figures to be developed in the fields of media and AI.

Keywords: *Artificial intelligence announcer and Alara, digital identity, representation of voice, discourse in social media*

Giriş

Günümüzde yapay zekâ teknolojilerinin medya ve iletişim alanlarında giderek daha fazla yer edinmesi, dijital sunucuların ve yapay zekâ spikerlerinin üretimiyle birlikte yeni tartışma alanlarını da beraberinde getirmektedir. Türkiye’de bu alandaki ilk örneklerden biri olan yapay zekâ spikeri Alara, sadece teknolojik bir ürün olmanın ötesine geçerek; toplumsal, kültürel ve söylemsel anlamda da dikkat çeken bir kimlik haline gelmektedir. IAMX.Live stüdyosu tarafından geliştirilen Alara, Aralık 2023'te izleyicilerle buluşmaya başlamıştır.

Alara, moda, spor, sanat ve medya dünyasından önemli isimleri ağırladığı "ALARA X ile 10 Dakika" adlı dijital talk show programıyla dikkat çekmektedir. Bu programın ilk beş bölümü Aralık 2023'te yayımlanmıştır. Ayrıca, Alara'nın sosyal medya platformlarında aktif olarak yer alması ve geniş bir takipçi kitlesine ulaşması, onun dijital dünyadaki etkisini göstermektedir. Ancak, Alara'nın her konukta sesini değiştirmesi, izleyicilerin yoğun tepkisini çekmiş; bu durum, kullanıcıların yorumlarında açıkça dile getirilmiş ve bazı takipçiler tarafından takibi bırakma tehdidine kadar varan olumsuz söylemlerle ifade edilmiştir.

Bu çalışmanın analiz odağını, Alara'nın Prof. Dr. Celal Şengör, Oğuzhan Uğur ve Çağla Şikel'i konuk ettiği bölümler oluşturmaktadır. Söz konusu bölümler, Alara'nın sesini her konukla birlikte değiştirmesi nedeniyle sosyal medyada, özellikle Instagram'da, dikkat çeken kullanıcı yorumlarına sahne olmuştur. Alara'nın sesindeki bu değişim, izleyiciler tarafından dijital kimliğin tutarsızlığı olarak değerlendirilmiş; bazı kullanıcılar yapaylığa vurgu yaparken, bazıları ise bu durumu rahatsız edici bularak spikeri takipten çıkacaklarını ifade etmiştir. Bu yorumlar, izleyicilerin ses ve kimlik arasındaki ilişkiye dair algılarını ve

yapay zekâ ile kurdukları duygusal mesafeyi ortaya koymaktadır. Ayrıca Alara isminin kökenine ilişkin olarak uluslararası kaynaklarda geçen “As Low As Reasonably Achievable (ALARA)” ifadesinin anlamı da bu çalışmanın önemli bir çıkış noktasını oluşturmaktadır. Bu kavram, genellikle nükleer güvenlik alanında kullanılan, riskin en makul seviyeye indirgenmesini amaçlayan bir ilke olarak tanımlanmaktadır. Bu tanım çerçevesinde, Alara isminin bir yapay zekâ spikeri için seçilmiş olması, onun güven veren, hata payı düşük ve "makul" bir temsil figürü olarak konumlandırıldığını düşündürmektedir. Ancak buna karşın, her bölümde farklı ses tonuyla karşımıza çıkan bir yapay zekâ spikerinin, izleyici açısından tutarsız, yapay ve güvenilmez bir dijital karaktere dönüşmesi kaçınılmaz hale gelmektedir. Bu çelişki, dijital kimlik inşasında sesin ve ismin birlikte nasıl işlev gördüğüne dair önemli ipuçları sunmaktadır. Zira bir dijital karakterin ismi, sabit bir kimliği çağrıştırırken; ses, bu kimliğin duygusal ve kişisel devamlılığını kuran en temel öğedir. Çalışmanın problemi; Alara örneğinde, yapay bir karakterin ses, isim ve söylem düzeyinde inşa edilen kimliğinin, sosyal medya yorumları aracılığıyla nasıl karşılık bulduğunu ve bu etkileşimin dijital kimlik, temsiliyet bağlamında ne tür tartışmalara yol açtığını ortaya koymaktır. Bu bağlamda çalışma, yapay zekâ spikerliğinde ses ve ismin yalnızca teknik değil, aynı zamanda söylemsel ve toplumsal temsiller açısından da nasıl kurgulandığını ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Çalışma, Türkiye bağlamında yapay zekâ temelli dijital figürlerin toplumsal kabulüne ilişkin yapılan az sayıdaki nitel araştırmalardan biridir. Uluslararası ve ulusal literatürde benzer örnekler sınırlı sayıda bulunmakla birlikte, Türk medyasında yerli bir yapay zekâ karakter üzerine yapılan bu analiz, literatüre özgün bir katkı sunmaktadır. Araştırmada, yapay zekâ spikeri Alara’nın her bölümde değişen sesi ile sabit kalan ismi arasındaki temsil çelişkisi ele alınmaktadır. Araştırmanın amacı, bu ikili yapı üzerinden Alara’nın dijital kimliğinin izleyici nezdinde nasıl algılandığını ve değerlendirildiğini ortaya koymaktır. Çalışmada yöntem olarak Instagram kullanıcı yorumları üzerinden nitel içerik analizi benimsenmiştir. Veri toplama sürecinde, Alara’nın Prof. Dr. Celal Şengör, Oğuzhan Uğur, Çağla Şikel’i konuk ettiği ve “3 Soru 3 Cevap” ile dört ayrı bölüm altındaki Instagram yorumları incelenmiştir. Bu yönetsel yaklaşım aracılığıyla, yapay zekâ spikerliği gibi yeni dijital kimlik formlarının toplumsal kabul görme süreçleri analiz edilmekte ve ses isim bütünlüğünün bu süreçteki rolü değerlendirilmektedir.

1. Kavramsal Çerçeve

Dijitalleşmenin iletişim alanına taşıdığı en radikal değişimlerden biri, insan sesine ve yüzüne sahip yapay karakterlerin medya söylemlerinde aktif rol almasıdır. Yapay zekâ, günümüz medya endüstrilerinde yalnızca teknik bir araç değil, aynı zamanda içerik üretiminde rol oynayan aktif bir aktör hâline gelmiştir. Bu dönüşüm, geleneksel yayıncılık anlayışından kopuşu temsil ederken, insan-makine etkileşiminde yeni anlatı modelleri oluşturur. Özellikle yapay zekâ spikerleri, bu dönüşümün görsel ve işitsel sembolleri olarak öne çıkmakta; dinleyiciyle kurdukları ilişki biçimi, “doğal olmayanın doğallaştırılması” gibi bir medya estetiği üretmektedir (Toptaş, 2024, s. 133). Yapay zekâ spikerleri, bu dönüşümün en yeni örneklerinden biridir. Bu uygulamalar, geleneksel spikerlik anlayışını teknik, temsil ve algı bağlamında yeniden şekillendirmektedir (Eke ve Genç, 2023, s. 328). Bu tür yapay figürler, algoritmalar ve doğal dil işleme sistemleriyle çalışarak metni sese dönüştürmenin ötesinde bir “kişilik” de üretir. Robot gazetecilik literatürü, algoritmik süreçlerin sadece içerik üretiminde değil; aynı zamanda habercilik etiği, toplumsal temsiliyet ve medya profesyonelliği gibi olguları da etkilediğini ortaya koymaktadır (Işık, Ölçekçi ve Koz, 2022, s. 1248). Bu bağlamda, yapay zekâ figürlerinin temsil yetileri, sadece teknolojik gelişim düzeyleriyle değil, aynı zamanda izleyici nezdinde inandırıcılık, sahiçilik ve duygusal bağ kurma kapasiteleriyle ilişkilendirilmektedir. Dijitalleşme ile birlikte medya içeriğinin üretim

ve tüketim süreçleri dönüşüme uğrarken, yapay zekâ destekli karakterlerin de medyadaki rolleri giderek artmaktadır. Bu yeni medya figürleri, gerçeklikle kurulan ilişkide izleyici algısını yeniden yapılandırmakta; duygu, güven ve bağ kurma gibi insana özgü deneyimleri teknoloji aracılığıyla simüle etmektedir.

Yapay zekâ spikeri olan Alara, sabit bir isim kimliğine sahip olmasına rağmen her konukla birlikte sesi değişerek dijital temsilde tutarsızlık yaratmakta ve sosyal medya kullanıcıları tarafından bu durum söylemsel olarak eleştirilmektedir (Bayçu ve Artukaslan, 2023, s. 189). Bu bağlamda Alara, sadece teknik bir figür olarak değil, aynı zamanda söylemsel ve ideolojik anlamlar barındıran bir dijital karakter olarak değerlendirilmelidir. Yapay karakterlerin duygusal temsiliyetinde en önemli unsurlardan biri olan ses, izleyiciyle kurulan ilişkiyi doğrudan etkiler. Bu sebeple, sesin her bölümde farklılaşması, izleyici açısından karakterin “benliğini” tehdit edici bir unsur olarak yorumlanabilir.

İçerik analizi yöntemleri, bu dönüşümün izlerini anlamak adına önemli bir veri kaynağı sunar. Özellikle örneklem sorunu, sosyal bilimlerde sıklıkla tartışılan bir konu olup, temsiliyet açısından kritik bir metodolojik karar noktasıdır. Araştırma sorusuyla birlikte örneklem çerçevesi de şekillenmekte; elde edilen bulguların geçerliliği buna bağlı olarak artmaktadır (Koçak ve Arun, 2006, s. 22).

İçerik analizinin betimsel türü, sosyal bilimlerde özellikle medya çalışmaları alanında tematik ayrımların belirlenmesinde kullanılır. Kodlama, kategorileştirme ve anlamlandırma gibi aşamalarda sistematik ilerlemek, verilerin güvenilirliğini artırmaktadır (Ültay, Akyurt ve Ültay, 2021, s. 188). Bu bağlamda Alara örneğinde yapılan içerik çözümlemeleri de izleyici yorumlarının tematik haritasını sunarak, dijital kimlik inşasına dair önemli ipuçları vermektedir.

Goffman'ın dramaturjik "benlik sunumu" kuramı, yapay zekâ karakterlerin medya ortamındaki performatif kimliğini açıklamak için uygun bir kuramsal zemin sunar. Goffman'a göre bireyler, sosyal hayatta izlenmek üzere roller sergiler. Alara'nın sabit bir isimle sunulup sesi sürekli değişmesi, izleyici algısında "tutarsız performans" çelişkisini yaratmakta; bu da karakterin dijital benliğini zedelemektedir (Sucu ve Ataman, 2020, s. 40). Bu durumda dijital karakterin temsil ettiği kimlik, görsel ve işitsel bütünlük açısından parçalanmakta, izleyici tarafından sahici bir persona olarak algılanması zorlaşmaktadır. Yapay zekâ karakterlerin sürdürülebilir dijital benlik kurguları için ses, görünüm ve isim gibi sabit kodların önemi artmaktadır (Tunç, 2022, s. 88), yapay zekâ ile dijital figürlerin izleyiciyle güven temelli bağ kurmakta zorlandığı görülmektedir. Bu durum da Alara'nın sesinin sürekli değişmesiyle izleyicide oluşan güvensizlik algısını desteklemektedir.

Yapay zekâ karakterler dijital kimliği, sadece yüz, ses ve veriyle değil; aynı zamanda temsil ettikleri ideolojilerle de kurar. Hall'in temsil kuramına göre, görsel ya da metinsel bir öge, temsil ettiği anlamdan bağımsız değildir. Bu bağlamda Alara, kadın sesi, mükemmel diksiyonu ve dijital zarafetiyle belirli bir temsil stratejisini yansıtmaktadır (Kortak, 2022, s. 699). Dijital karakterler üzerinden cinsiyet, otorite, güven ve estetik gibi kültürel değerler yeniden üretilmekte; bu da medya içeriğinin hem teknik hem sembolik düzeyde yeniden inşa edildiğini göstermektedir (Kavut, 2024, s. 325). Şahin de (2019, s.45) dijital kimliğin sosyal medya ve yapay figürler aracılığıyla nasıl inşa edildiğini tartışırken; algoritmik temsiliyet krizinin, dijital karakterlerin ideolojik ve kültürel yansımalarına etkisini vurgulamaktadır. Bu bakımdan çalışmada ele alınan Alara'nın temsil ettiği kadın figürü, izleyici zihninde aynı zamanda dijitalleşmiş kadınlık algısının bir prototipi olarak da yorumlanabilir.

Spikerlik mesleğinde ses, sadece iletim aracı değil; aynı zamanda karakterin duygusal devamlılığını kuran en temel temsildir. Alara'nın her bölüme göre değişmesi, izleyicinin zihin dünyasında süreklilik ve güven duygusunu sarsmakta; sosyal medya

yorumlarında bu durum çoğu zaman eleştirilmektedir (Bayçu ve Artukaslan, 2023, s. 189; Kortak, 2022, s. 699). Sesin temsili, dijital karakterin sahicilik algısı ile doğrudan ilişkilidir. Özellikle haber sunumu gibi kamusal güvene dayalı içeriklerde, ses tonunun sabitliği ve tutarlılığı, karakterin otoriterliğini destekleyen bir unsurdur. Alara örneğinde bu ses değişimi, hem duygusal bağın kopmasına hem de karakterin yapaylığına vurgu yapılmasına neden olmaktadır. Öte yandan, yapay zekâ destekli medya uygulamalarının sınıflandırılması, sadece estetik performansa dayalı değil; aynı zamanda karar ağaçları ve veri analiz yöntemleri üzerinden de ölçülebilmektedir. Bu teknik sınıflandırmalar, özellikle sosyal medya platformlarında yer alan görsel-işitsel içeriklerin yapay zekâyâ ait olup olmadığının belirlenmesi açısından işlevseldir (Kavzoğlu ve Çölkesen, 2010, s. 36).

Yapay zekânın medya sahnesine bir aktör olarak girişi, yalnızca teknolojik değil; aynı zamanda sosyolojik ve kültürel bir olgu olarak da değerlendirilmelidir. Medya kullanıcıları, yapay zekâ figürlerine yönelik tepkilerinde yalnızca teknolojiye değil, aynı zamanda temsil biçimlerine ve bu temsilin toplumsal kodlarla olan ilişkisine de yanıt vermektedirler (Şahin, 2018, s. 826).

Alara ismi, ilk bakışta Anadolu kökenli bir kadın ismi gibi algılansa da, "As Low As Reasonably Achievable (ALARA)" kavramından türetildiği düşünülmektedir. Bu durum, isme "minimum risk, maksimum kontrol" gibi teknik anlamlar yüklenmesini sağlarken; kullanıcıda bu isimle sabit bir dijital karakter beklentisi oluşturmaktadır (Emecen vd., 2023, s. 144; Ramazanova ve Ögel, 2017, s. 446). İsmi temsil ettiği bu güvenlik ve denge hissi, sesin sürekli değişmesiyle tezat oluşturmakta; izleyici zihninde algı karmaşası doğurmaktadır. Dijital karakterlerde isim, sadece çağrışım değil; aynı zamanda temsil edilen kimliğin metaforik bir taşıyıcısıdır. Bu nedenle Alara ismi, karakterin sabitliğine, cinsiyetine ve sembolik gücüne dair beklentileri de içinde barındırmaktadır.

2. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırma nitel araştırma desenine dayanmaktadır. Çalışmada, yapay zekâ spikeri Alara'nın dijital kimlik temsiline dair sosyal medya kullanıcılarının algı ve söylemlerini ortaya koymak amacıyla nitel içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Nitel içerik analizi, metinsel verilerin anlamlı temalara ayrılarak sistematik şekilde yorumlanmasını sağlayan bir yöntemdir.

Veriler kamuya açık Instagram gönderilerinden alınmış, kullanıcı adları gizlenmiş ve etik kurallara uygun biçimde anonimleştirilmiştir. Alara'nın en çok izlenen ve tartışılan dört bölümü, ses değişimi ve kimlik tutarlılığına dair toplumsal algının görünür olduğu örnekler olarak seçilmiştir. Kodlama süreci, araştırma verilerinin sistematik olarak analiz edilmesini sağlamak amacıyla yürütülmüştür. Öncelikle, veriler açık kodlama yöntemi ile incelenmiş ve anlamlı birimler için kısa kodlar oluşturulmuştur. Ardından benzer kodlar temalar altında gruplanmış ve verilerdeki örüntüler ve ilişkiler dikkate alınarak daha geniş kategorilere dönüştürülmüştür. Bu süreç, verilerin anlam bütünlüğünü korurken analitik olarak açıklayıcı bir yapı oluşturmayı hedeflemiştir.

Bu araştırmada elde edilen veriler, nitel içerik analizi yaklaşımı çerçevesinde üç aşamalı bir kodlama süreci izlenerek çözümlenmiştir. İlk aşamada gerçekleştirilen açık kodlama sürecinde, kullanıcı yorumları satır satır incelenmiş ve anlamlı veri birimleri belirlenmiştir. Her bir birim, katılımcı ifadelerini yansıtan kısa ve açıklayıcı kodlarla tanımlanmıştır. Bu aşamada amaç, veriye olabildiğince ön yargısız biçimde yaklaşarak kavramsal olasılıkları ortaya çıkarmaktır (Braun ve Clarke, 2019, s. 590). İkinci aşamada yürütülen eksen kodlama sürecinde, benzer anlam alanlarına sahip açık kodlar bir araya getirilmiş; ortak örüntüler ve ilişkiler üzerinden tematik kümeler oluşturulmuştur. Örneğin "ses değişimi", "duygusuz konuşma" ve "güven vermeme" gibi kodlar "Sahicilik ve Güven

Algısı” teması altında birleştirilmiştir (Ültay, Akyurt ve Ültay, 2021, s. 188). Üçüncü aşamada, temalar arasındaki bütünlük ve kavramsal ilişkiler dikkate alınarak seçici kodlama (kategorileştirme) yapılmıştır. Bu aşamada temalar, çalışmanın kuramsal çerçevesiyle ilişkilendirilmiş ve daha üst düzey soyutlamalarla “Dijital Kimlik”, “Algılanan Güven” ve “İnsan–Yapay Zekâ Etkileşimi” gibi kategoriler altında bütünleştirilmiştir. Böylece mikro düzeydeki kullanıcı ifadelerinden makro düzeyde açıklayıcı bir yapıya ulaşılmıştır. Kodlama süreci iki araştırmacı tarafından eşgüdümlü biçimde ve uzlaşa temelli olarak yürütülmüştür. Kodlayıcılar verileri birbirinden bağımsız biçimde değerlendirmek yerine, her aşamada ortak tartışmalar ve sürekli karşılaştırma yöntemi yoluyla kod ve tema tanımlarında görüş birliği sağlamıştır. Böylece analizde yorumsal tutarlılık, analitik bütünlük ve yorumlayıcı güvenilirlik sağlanmıştır. Araştırmanın güvenilirliği, araştırmacılar arası uzlaşma, akran denetimi, kalın betimleme ve sürekli karşılaştırmalı analiz stratejileriyle desteklenmiştir (Lincoln ve Guba, 1985, s. 305; Braun ve Clarke, 2019, s. 594).

Kodlama sürecinin tematik yapısı aşağıda sunulmuştur:

Tablo 1. Kodlama Sürecinin Tematik Yapısı

Açık Kodlar (Katılımcı İfadeleri)	Temalar	Üst Düzey Kategoriler
“Sesi değişmiş”, “her videoda farklı ton var”, “duygusuz konuşuyor”	Sahicilik ve Güven Algısı	Algılanan Güven
“Gerçek sunucular gibi değil”, “robot gibi”, “doğal değil”	Gerçeklik–Yapaylık İkilemi	İnsan–Yapay Zekâ Etkileşimi
“Alara ismi farklı ama sesi değişiyor”, “ismi güven veriyor”	İsim Üzerinden Algı	Dijital Kimlik
“Sesi kimden alıyor?”, “başkasının sesi mi?”	Sesin Sahipliği ve Temsili	Algılanan Güven
“Teknoloji harika ama ruh yok”, “gelecekte herkes böyle mi olacak?”	Teknolojik Hayranlık / İroni	İnsan–Yapay Zekâ Etkileşimi
“Kadın sesiyle erkek gibi konuşuyor”, “kadın temsili yapay”	Toplumsal Cinsiyet Temsili	Dijital Kimlik

Araştırma iki araştırmacı tarafından yürütülmüştür. Ancak kodlama süreci bağımsız olarak değil, ortak uzlaşa temelli biçimde gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle, Miles ve Huberman (1994, s. 64) tarafından önerilen araştırmacılar arası uyum katsayısının hesaplanması metodolojik olarak uygun görülmemiştir. Araştırmacılar, verileri birlikte değerlendirerek kod ve temalar üzerinde görüş birliği sağlamış, böylece analitik tutarlılık ve yorumlayıcı güvenilirlik oluşturulmuştur. Çalışmanın güvenilirliği, araştırmacılar arası uzlaşma, akran denetimi ve sürekli karşılaştırma yöntemleri aracılığıyla desteklenmiştir (Lincoln ve Guba, 1985, s. 301; Braun ve Clarke, 2019, s. 593).

Veri toplama aracı olarak, Alara’nın yer aldığı YouTube programlarının Instagram paylaşımları altındaki kullanıcı yorumları kullanılmıştır, belirlenen programlar dâhilinde toplam değerlendirilen yorum sayısı 573’tür.

Tablo 2. Yorumların Program Bazında Dağılımı

Program Adı	Yorum Sayısı
Çağla Şikel Bölümü	140
Celal Şengör Bölümü	10
Oğuzhan Uğur Bölümü	397
3 Soru 3 Cevap	26

Yorumlar, Prof. Dr. Celal Şengör, Oğuzhan Uğur, Çağla Şikel’in konuk olduğu ve “3 Soru 3 Cevap”tan oluşan dört bölümün Instagram gönderilerinden alınmış ve belirli ölçütlere göre örneklem oluşturulmuştur. Yorumların seçiminde, karakterin sesi, ismi, görünümü ve yapaylık algısına yönelik ifadeler içeren ve en fazla etkileşim (beğeni veya yanıt) alan içeriklere öncelik verilmiştir. Veriler temalar hâlinde kodlanmış; sesin değişimine verilen tepkiler, Alara isminin algısı, dijital spiker figürüne yönelik olumlu/olumsuz eğilimler gibi başlıklar altında sınıflandırılmıştır. Bu temalar üzerinden dijital kimlik, temsil, sahicilik ve güven gibi kavramlar bağlamında çözümleme yapılmıştır.

Bu araştırmanın evrenini, dijital medya platformlarını aktif olarak kullanan sosyal medya kullanıcıları oluşturmaktadır. Ancak çalışma, Türkiye’nin ilk yapay zekâ spikeri olan Alara’nın yer aldığı YouTube bölümlerinin Instagram paylaşımları altındaki kullanıcı yorumları ile sınırlandırılmıştır. Örneklem, kolayda örneklem yöntemi ile belirlenmiş; Alara’nın Prof. Dr. Celal Şengör, Oğuzhan Uğur ve Çağla Şikel’in konuk olduğu, “3 Soru 3 Cevap” ile dört ayrı bölüme yapılan ve ses, görünüm, temsil gibi unsurlara doğrudan atıfta bulunan kullanıcı yorumları içinden seçilmiştir. Bu tercih, söz konusu bölümlerin sosyal medyada en fazla etkileşim alan, izleyici yorumlarının en yoğun biçimde paylaşıldığı ve yapay zekâ spikerin ses değişimi, kimlik tutarlılığı ve sahicilik algısına dair tartışmaların en görünür olduğu içerikler olmasıyla ilişkilidir. Dolayısıyla, bu üç konuk üzerinden yürütülen ve Alara’ya sorulan “3 Soru 3 Cevap” bölümünde verilen cevaplara analiz, hem izleyici tepkilerinin çeşitliliğini yansıtmakta hem de yapay zekâ spikerin dijital kimliğine yönelik toplumsal algının en belirgin biçimde gözlemlenebildiği örnekleri temsil etmektedir. Bu bağlamda örneklem, araştırmanın amacına uygun biçimde seçilerek derinlemesine nitel analiz yapılmasına olanak sağlamıştır.

Araştırmada veri toplama aracı olarak, Instagram’da yer alan açık erişimli kullanıcı yorumları kullanılmıştır. Söz konusu kullanıcı yorumları, araştırmacı tarafından 7 Mayıs 2025 tarihinde Python programlama dili aracılığıyla otomatik olarak toplanmıştır. Analizlerde bu tarih itibarıyla mevcut olan yorumlar esas alınmış; veriler sabitlenmiş ve çalışma kapsamı bu zaman kesitiyle sınırlandırılmıştır. Bu yorumlar içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiş, yorumlarda sıkça karşılaşılan temalar üzerinden dijital kimlik, sesin temsili, isim çağrışımı ve yapaylık algısı bağlamında çözümlemeler yapılmıştır.

Çalışma yalnızca yapay zekâ spikeri Alara’nın YouTube platformundaki üç farklı bölümüyle ve bu bölümlere yapılan Instagram kullanıcı yorumlarıyla sınırlıdır. Elde edilen veriler bu özel dijital karaktere ve belirli bir zaman aralığında toplanan yorumlara özgüdür. Araştırmada veri toplama aracı olarak Instagram platformunda yer alan kullanıcı yorumları kullanılmış ve bu yorumlar içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Yorumlar, Alara’nın farklı bölümlerine yapılan geri bildirimlerden seçilerek örneklem oluşturulmuştur. Çalışmada izleyiciyle birebir görüşme veya anket uygulaması yapılmamıştır.

Bu araştırmada, yapay zekâ karakteri Alara'nın dijital medya kullanıcıları nezdinde nasıl bir algı oluşturduğunu değerlendirmek üzere aşağıdaki varsayımlar oluşturulmuştur:

- **V1:** Yapay zekâ spikeri Alara'nın sesinin her bۆlümde değişmesi, dijital kimlik algısında tutarsızlık yaratarak izleyicinin sahicilik ve güven duygusunu zedelemektedir.
- **V2:** Sosyal medya kullanıcıları, yapay zekâ karakterlerinden sabit ses, görsel ve temsil bütünlüğü beklemekte; bu beklentiye uyulmaması karaktere yönelik eleştirel söylemleri artırmaktadır.
- **V3:** “Alara” isminin kültürel ve teknik çağrışımları, izleyicilerin karakterden beklediği temsiliyet ile gerçek deneyim arasındaki farkı derinleştirmektedir.

3. Analiz ve Bulgular

3.1. Çağla şikel bۆlm

Türkiye'nin ilk yapay zekâ spikeri Alara'nın ağla şikel ile gerçekleştirdiği “3 Soru 3 Cevap” formatındaki program, yapay zekânın medya ve iletişim dünyasında nasıl konumlandığını, toplumsal algılarla nasıl keşiştiğini anlamak açısından önem taşımaktadır. Programda Alara, önceden belirlenmiş üç soruyu ağla şikel'e yöneltmektedir. Sorular, şikel'in annelik deneyimi, güzellik algısı ve kamusal görünürlüğü gibi kişişel ve toplumsal temalara odaklanmaktadır. Alara'nın sesi, yüz mimikleri ve tepkileri dijital olarak programlanmış olsa da, içerik yönüyle oldukça “insani” bir etkileşim izlenimi vermektedir. Yapay zekânın insanileştirilmesi boyutuyla bakıldığında Alara'nın dijital yüz ifadesi, ses tonu ve soru biçimi; onu yalnızca bir veri aktarıcıdan çok bir “kişişilik” olarak konumlandırmaktadır. Bu durum, yapay zekâya atfedilen sosyal rolü güçlendirmektedir. Alara'nın kamera n sunumu görsel ve jest odaklı olarak aktarılmıştır.

Yorumlarda dikkat çeken temalar:

- “İnsan gibi sorular soruyor ama ruhu yok.”
- “Alara bile daha iyi soru soruyor, gerçek sunuculara taş çıkartır.”
- “Gelecekte tüm sunucular böyle mi olacak?”

Bu yorumlar, bir yandan teknolojik hayranlık barındırırken öte yandan insani iletişime dair kaygılara da işaret etmektedir.

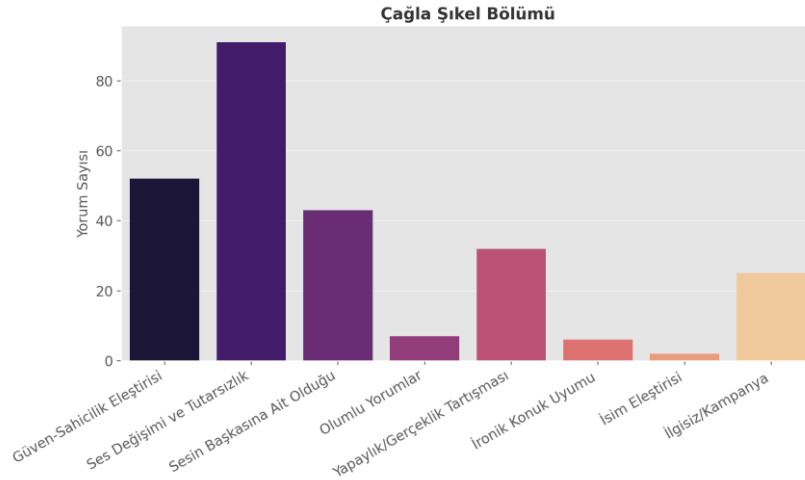
Ayrıca programda iki kadın figürün (biri biyolojik, diğeri dijital) karşılıklı söyleşi kurması, medya temsillerinde kadınlık, güzellik, annelik gibi normatif söylemleri yeniden üretme ve tartışma zemini sunmaktadır.

Alara'nın ağla şikel ile yaptığı program, yapay zekânın medyadaki temsiliyetine dair önemli bir örnek oluşturmaktadır. Dijital sunucuların profesyonel iletişim, etik, duygusal bağ kurma ve toplumsal cinsiyet temsilleri açısından nasıl bir alan açığı üzerine düşünmeyi gerekli hale getirmektedir. Bu tarz programlar, sadece teknik bir yenilik değil, aynı zamanda kültürel ve sosyolojik bir kırılma anı olarak değerlendirilebilir.

Şekil 1. Çağla Şikel Bölümü ve Kullanıcı Yorumları



Grafik 1. Alara Çağla Şikel Bölümü Ses İle Alakalı Kullanıcı Yorumları



Tablo 3. Tematik Dağılım

Tema	Yorum Sayısı
Güven-Sahicilik Eleştirisi	52
Ses Değişimi ve Tutarsızlık	91
Sesin Başkasına Ait Olduğu	43
Olumlu Yorumlar	7
Yapaylık/Gerçeklik Tartışması	32
İronik Konuk Uyumu	6
İsim Eleştirisi	2
İlgisiz/Kampanya	25

Çağla Şikel ile gerçekleştirilen yapay zekâ spikeri Alara bölümüne yönelik kullanıcı yorumlarının tematik analizi, izleyicilerin büyük oranda sesin doğallığı, tutarlılığı ve spikerin sahiciliğine odaklandığını göstermektedir. Yorumların önemli bir kısmı, ses değişimi ve tutarsızlık (n=91) ile güven ve samimiyet eksikliği (n=52) temalarında yoğunlaşmıştır. Ayrıca, sesin bir başkasına ait olduğu yönündeki algılar (n=43), yapay zekâ temsiline duyulan güveni zayıflatmakta ve gerçeklik algısını tartışmaya açmaktadır (n=32). Olumlu yorumların sayıca sınırlı kalması (n=7), izleyici algısının genel olarak eleştirel bir çerçevede şekillendiğini ortaya koymaktadır. İronik konuk uyumu (n=6) ve isim eleştirisi (n=2) gibi ikincil temalar ise daha marjinal bir görünüm sergilemektedir. Bununla birlikte, yorumların bir kısmının ilgisiz ya da kampanya içeriği taşıması (n=25), verilerin bağlamsal olarak dikkatli analiz edilmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır. Genel olarak değerlendirdiğinde, kullanıcı yorumları yapay zekâ spikerinin teknik yeterliliğinden ziyade, insani etkileşim becerileri üzerinden anlamlandırılmakta ve eleştirilmektedir.

Bu bölümde kullanıcı yorumlarının büyük kısmı Alara'nın ses tonundaki değişime yöneliktir. Sesin sürekli değişmesi, dijital kimlik algısında ciddi bir tutarsızlık yaratmış ve kullanıcıların sahicilik duygusunu zedelemiştir. Sesin başka birine ait olduğu yönünde birçok iddia ortaya atılmış; özellikle Esra Ezmeci, Saba Tümer gibi tanınan figürlerin ses tonlarına benzetmeler yapılmıştır. Bu durum, izleyici ile yapay zekâ karakteri arasında duygusal bağ kurulamamasına neden olmuştur. Olumlu yorumlar oldukça sınırlıdır. Ayrıca bu bölümde SMA kampanyalarına dair ilgisiz içerikler yoğunluk göstermektedir.

3.2. Prof. Dr. Celal Şengör bölümü

Türkiye'nin ilk yapay zekâ spikeri Alara'nın Prof. Dr. Celal Şengör ile gerçekleştirdiği “3 Soru 3 Cevap” formatındaki söyleşi, geleneksel uzmanlık ve dijital teknoloji arasında kurulan temsil ilişkisini sorgulatan önemli bir medya örneğidir. Programda Alara, Prof. Dr. Celal Şengör'e üç soru yöneltmektedir: bunlar tarih, bilim ve toplumsal bilinç düzeyi üzerine temellenmiştir. Şengör, kendine has üslubu ile detaylı, öğretici ve doğrudan yanıtlar vermektedir. Alara ise sorularını tarafsız, nötr ve dijital olarak yapılandırılmış bir biçimde iletmektedir. Programda Alara, bir bilim insanına soru soran ara yüz rolündedir, ancak şahsiyetsizliği, izleyici ile bilim insanı arasında kurulan geleneksel duygusal köprüyü zayıflatmaktadır.

Şengör'ün yüksek düzeydeki entelektüel birikimi, Alara'nın dijital olarak programlanmış basit sorularıyla tezat oluşturmaktadır. Bu, bazı izleyiciler tarafından yapay zekânın yetersizliği olarak algılanırken, bazıları tarafından bilim iletişimini sadeleştirme çabası olarak da okunabilir.

Sosyal medya yorumlarında özellikle şu temalar öne çıkmıştır:

- “Şengör, Alara'dan daha zeki.”
- “Yapay zekâ ile bile tartışıyor.”
- “Alara'nın ifadesizliği karşısında Şengör'ün enerjisi çarpıcıydı.”

Bu yorumlar, duygusal zekâ eksikliği ile entelektüel kapasite farkı gibi katmanlı eleştirilere işaret etmektedir. Programda bir otorite çatışması dikkat çekmektedir. Şengör gibi kendine has bir bilgi otoritesinin karşısında, sorgulayıcı nitelikten yoksun bir yapay zekâ figürü konumlandırmak, izleyicide sembolik bir gerilim yaratmaktadır. Şengör'ün mimikleri, jestleri, vurguları; Alara'nın düz, tekdüze tonu ile karşılaştırıldığında insan deneyiminin derinliği de ön plana çıkmaktadır. Kullanıcı yorumlarına bakıldığında bazı

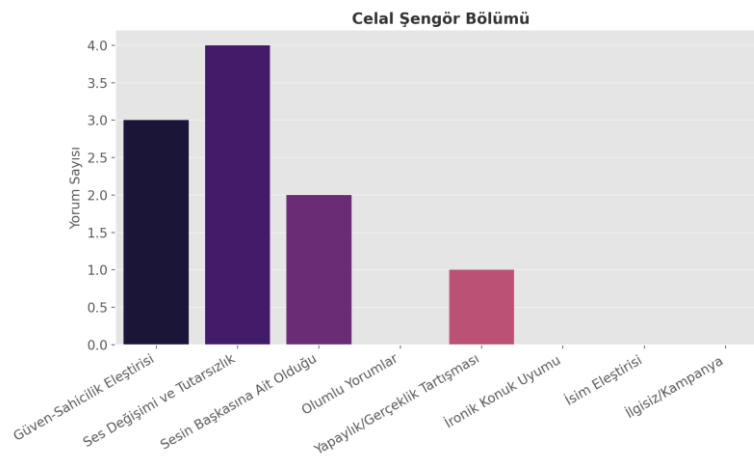
izleyiciler yapay zekânın medyada bilgi aracı olabileceğini ifade ederken, bazıları da bir şov unsuru olarak kalmaktan öteye geçemediğini aktarmıştır.

Alara'nın Prof. Dr. Celal Şengör ile gerçekleştirdiği program, yapay zekânın medya alanında entelektüel derinlik gerektiren diyaloglara ne kadar entegre olabileceği sorusunu ortaya koymaktadır. Programda dikkat çeken, Şengör'ün bilgi birikimi değil; bu bilgi karşısında yapay zekânın dijital yetersizliğidir. Bu da medya izleyicisinin hâlen duygusal, eleştirel ve spontane iletişimi, teknolojik yenilikten üstün tuttuğunu gösterir.

Şekil 2. Prof. Dr. Celal Şengör Bölümü ve Kullanıcı Yorumları



Grafik 2. Alara Prof. Dr. Celal Şengör Bölümü Ses İle Alakalı Kullanıcı Yorumları



Tablo 4. Tematik Dağılım

Tema	Yorum Sayısı
Güven-Sahicilik Eleştirisi	3
Ses Değişimi ve Tutarlılık	4
Sesin Başkasına Ait Olduğu	2
Olumlu Yorumlar	0
Yapaylık/Gerçeklik Tartışması	1
İronik Konuk Uyumu	0
İsim Eleştirisi	0
İlgisiz/Kampanya	0

Prof. Dr. Celal Gürsoy'un konuk olduğu yapay zekâ spikeri Alara bölümüne yönelik kullanıcı yorumlarının tematik dağılımı, izleyici tepkilerinin sayıca sınırlı fakat belirli eleştirel odaklarda yoğunlaştığını göstermektedir. En çok dikkat çeken temalar arasında ses değişimi ve tutarlılık (n=4) ile güven-sahicilik eleştirisi (n=3) öne çıkmaktadır. Bu durum, izleyicilerin Alara'nın teknik sunumundan ziyade duygusal aktarım ve sahici etkileşim eksikliğine odaklandığını ortaya koymaktadır. Ayrıca, bazı kullanıcılar sesin Alara'ya ait olmadığı izlenimi taşıdığını belirtmiş (n=2), bu da yapaylığın arkasında gerçek bir ses olup olmadığı yönünde şüpheler doğurduğunu göstermektedir. Gerçeklik-yapaylık tartışmasına dair yalnızca tekil bir yorum bulunurken (n=1), olumlu ya da ironik nitelikteki değerlendirmelere hiç rastlanmamıştır. Benzer şekilde, isim tercihi ya da içerik dışı kampanya yorumları da gözlenmemiştir. Genel olarak bu bulgular, izleyicilerin sayıca az olsa da yapay zekâ spikerinin insan benzeri etkileşim kurma kapasitesine odaklandığını; teknik sunum yeterliliğinden çok, güven ve tutarlılık algısı üzerinden değerlendirme yaptığını göstermektedir.

Prof. Dr. Celal Şengör'ün konuk olduğu bölümde yorum sayısı az olmakla birlikte, genel eğilim Alara'nın sesinin yapay değil, bir kişi tarafından canlı verildiği yönündedir. Kullanıcılar, sesin gerçek bir kişiye ait olduğunu düşündüklerini belirterek projenin yapay zekâya dayalı olmadığını öne sürmektedir. Yapaylık-gerçeklik sınırının muğlaklaşması bu bölümde açıkça görülmektedir.

3.3. Oğuzhan Uğur bölümü

Yapay zekâ spikeri Alara'nın Oğuzhan Uğur ile yaptığı programı, özellikle popüler kültür, mizah, ironi ve teknoloji kesişiminde oldukça dikkat çekici bir örnek olarak değerlendirilebilir. Diğer konuklara (Çağla Şikel ve Celal Şengör) kıyasla bu bölüm, hem ton hem de içerik itibarıyla daha “oyunbaz” ve deneysel bir düzlemde ilerlemiştir. Programda Alara, Oğuzhan Uğur'a provokatif ama eğlenceli tonda sorular sormuştur. Sorular; Uğur'un dijital medya platformlarındaki etkisi, siyasi mizah ile ilişkisi ve genç kuşak üzerindeki etkileri etrafında şekillenmiştir. Uğur ise bu sorulara kendi üslubuna uygun şekilde ironik, esprili ve zaman zaman eleştirel yanıtlar vermiştir. Yapay zekânın sınırlarına ironi açısından bakıldığında Oğuzhan Uğur'un ironik ve üstü kapalı ifadeleri, Alara'nın düz ve duygudan arındırılmış yapısı karşısında oldukça belirginleşmiştir. Bu durum, yapay zekânın ironi, sarkazm ve alt metni algılayamaması sorunsalını gözler önüne sermektedir. Alara, mizahı algılayan bir kişi değil, taşıyan bir araç olarak kalmaktadır. Bu nedenle Oğuzhan Uğur'un esprileri karşılık bulamamıştır, bir geri besleme ögesi sağlanamadığı için etkileşim sınırlı düzeyde kalmıştır. Yorumlara yansıyan algılar:

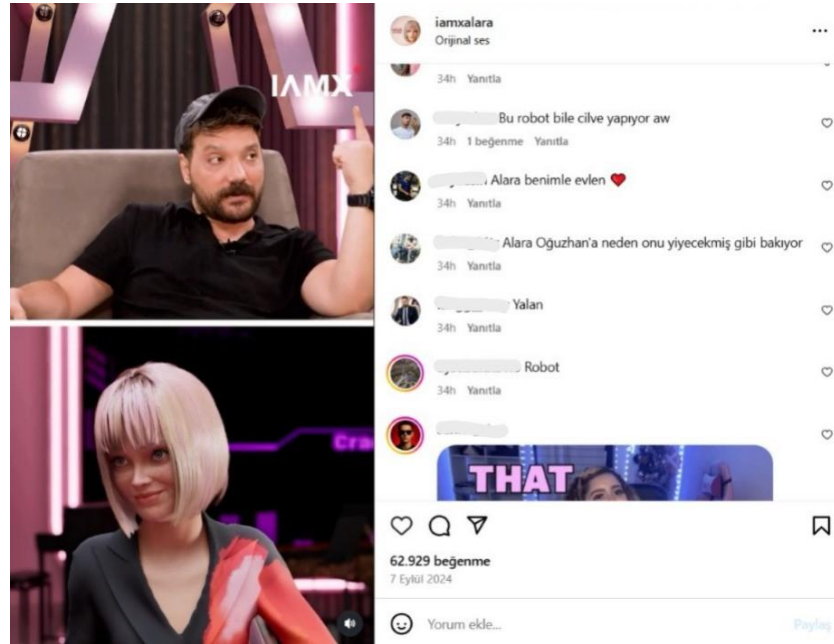
- “Oğuzhan Alara'ya laf sokuyor ama o anlamıyor.”
- “Bu programın sunucusunu da trollüyor adam.”

- “Yapay zekâ mizahı taşıyamıyor, donuk kalıyor.”

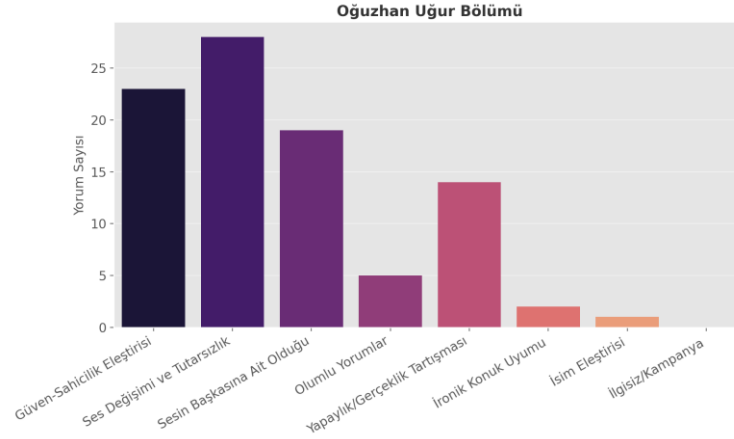
Bu yorumlar, yapay zekânın karşılıklı anlam kurma sürecindeki eksikliğine işaret etmektedir. Oğuzhan Uğur’un jestleri, mimikleri ve ses tonlamasıyla kurduğu canlı etkileşim, Alara’nın tepkisizliğiyle bir çatışma oluşturmaktadır. Bu durum, insan-makine etkileşiminde iletişim sürecine dair önemli eksikliklerin var olduğunu göstermektedir. Ayrıca program boyunca, Uğur’un sadece soruları yanıtlamakla kalmayıp aynı zamanda Alara’nın yapay doğasına dair metinlerarası göndermelerle bir tür dijital medya eleştirisi yaptığı da sezilmektedir. Programda genel olarak etkileşim vardır ancak burada samimiyet eksikliği durumu söz konusudur. Baudrillard’ın simülasyon kuramı açısından bakıldığında: Alara bir “hipergerçeklik” nesnesidir; gerçek bir sunucunun taklidi olarak üretilmiş, ancak duygudan yoksun olduğu için izleyicinin gerçeklik algısına “çarpma” etkisi yaratır.

Postmodern medya anlayışı zıtlıkları içinde barındırmaktadır. Bu programda da gerçek ile yapay, ciddiyet ile mizah, dijital ile analog iç içe geçerek bir medya parodisi oluşturmaktadır. Uğur’un ironik, eleştirel ve zeki üslubu; Alara’nın yapay ve duygudan arındırılmış doğasını daha da görünür kılarak izleyicide “gerçek iletişim”in ne olduğu sorusunu gündeme getirir. Bu program, sadece bir söyleşi değil; aynı zamanda insan ile makine arasında kurulan etkileşimin sınırlarını test eden bir medya deneyi olarak değerlendirilebilir.

Şekil 3. Oğuzhan Uğur Bölümü ve Kullanıcı Yorumu



Grafik 3. Oğuzhan Uğur Bölümü Ses İle Alakalı Kullanıcı Yorumları



Tablo 5. Tematik Dağılım

Tema	Yorum Sayısı
Güven-Sahicilik Eleştirisi	23
Ses Değişimi ve Tutarsızlık	28
Sesin Başkasına Ait Olduğu	19
Olumlu Yorumlar	5
Yapaylık/Gerçeklik Tartışması	14
İronik Konuk Uyumu	2
İsim Eleştirisi	1
İlgisiz/Kampanya	0

Oğuzhan Uğur'un konuk olduğu yapay zekâ spikeri Alara bölümüne dair kullanıcı yorumlarının tematik çözümlemesi, izleyici geri bildirimlerinin ağırlıklı olarak teknik ve algısal sorunlara odaklandığını ortaya koymaktadır. Yorumların önemli bir kısmı, ses değişimi ve tutarsızlık (n=28) ile güven-sahicilik eleştirisi (n=23) temalarında yoğunlaşmıştır. Bu durum, Alara'nın ses performansının izleyici nezdinde yeterli bulunmadığını ve sahici bir iletişim kurma potansiyelinin sınırlı algılandığını göstermektedir. Ayrıca sesin bir başkasına ait olduğu yönündeki yorumlar (n=19), yapay zekâ temsiline ilişkin gerçeklik algısının sorgulandığını ortaya koymakta; bu sorgulama, doğrudan yapaylık/gerçeklik tartışmalarına (n=14) da yansımaktadır. Sayıca daha az olmakla birlikte, olumlu yorumlar (n=5) ve ironik konuk uyumu (n=2) gibi pozitif ya da mizahi temalar da sınırlı düzeyde ifade edilmiştir. İsim eleştirisi (n=1) marjinal bir izleyici tepkisini temsil ederken, bu bölümde ilgisiz ya da kampanya niteliğinde herhangi bir yorum tespit edilmemiştir. Genel olarak, bu bölüm özelinde kullanıcı yorumları, yapay zekâ spikerinin teknik yeterliliğinden çok, sahicilik, tutarlılık ve gerçeklik algısı üzerinden değerlendirildiğini; izleyici deneyiminin insani etkileşim beklentisi çerçevesinde şekillendiğini göstermektedir.

Bu bölümde yorumlar, hem ses değişimi hem de sesin tanınmış kişilere benzetilmesi yönünde yoğunlaşmaktadır. Danla Bilic, Beren Saat ve Berfu Yenenler gibi pek çok isme atıf yapılmıştır. Sesin yapay olmaktan çok bir animasyona sonradan eklenen insan sesi olduğu yönünde söylemler hâkimdir. Bu da dijital karakterin otantikliğini zedeleyen bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Sadece birkaç kullanıcı bu sesi olumlu karşılamış, diğer yorumlarda eleştirel bir ton hâkim olmuştur.

3.4 3 Soru 3 Cevap bölümü:

Alara'nın Instagram'da yayımlanan "3 Soru 3 Cevap" adlı video serisi, Türkiye'nin ilk yapay zekâ spikeri olarak tasarlanan bir dijital karakterin medya içeriği üretimi bağlamında nasıl konumlandığını gösteren dikkat çekici bir örnektir. Bu seride Alara, farklı ünlü konuklara üç soru yönelterek kısa, derli toplu ve dijital dostu söyleşiler sunmayı amaçlamaktadır. Programın yapısı, hızla tüketilen sosyal medya içeriklerine uygun biçimde minimal ve etkileşim odaklı olarak tasarlanmıştır.

"3 Soru 3 Cevap" formatı, sosyal medya kullanıcılarının dikkat süresine uygun şekilde kısa, sade ve doğrudan bir akışa sahiptir. Alara'nın konuşmaları önceden programlanmış, belirli mimiklerle desteklenmiş ve yapay zekâ estetiğine uygun bir görsel tasarımıyla sunulmuştur. Programın dili nötr, sade ve kibar olmakla birlikte spontane etkileşimden yoksundur. Bu durum, içeriklerin dijital açıdan pürüzsüz ama insani duygular açısından yüzeysel kalmasına neden olmaktadır.

Her bölümde farklı bir konuk yer almakta; bu isimler genellikle toplumsal bilinirliği yüksek figürlerdir (örneğin: Çağla Şikel, Celal Şengör, Oğuzhan Uğur). Bu çeşitlilik, dijital spikerin farklı tonlara uyum sağlama çabasını göstermekle birlikte, Alara'nın sesinin her bölümde değişmesi gibi ciddi eleştirilere de yol açmıştır. Kullanıcı yorumlarında sesin tutarsızlığı, karakterin dijital kimliğini zayıflatan bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Programda en çok dikkat çeken unsur, Alara'nın "görsel olarak sabit" ama "ses olarak değişken" bir temsil sunmasıdır. Bu durum, dijital karakterin kimlik bütünlüğünü sorgulatmaktadır. Ayrıca, Alara'nın insan benzeri görünümüne karşın, esneklikten uzak, tepkisiz, ironiyi ya da duygusal nüansları algılayamayan yapısı; onun yalnızca "sunucu değil, simüle edilmiş bir araç" olduğunu izleyiciye hissettirmektedir. Bu da, samimiyet ve sahicilik duygusunu zedelemektedir. Instagram kullanıcı yorumlarında sıklıkla dile getirilen eleştiriler arasında Alara'nın sesi, gerçek bir kişiye ait olup olmadığı, yapay zekâdan çok insan performansı gibi algılanması, güven duygusunun eksikliği ve dijital karakterin sahiciliğinin sorgulanması gibi konular öne çıkmaktadır. Buna karşın, bazı kullanıcılar teknolojik gelişmeyi heyecan verici bulmakta ve Alara'nın sunduğu içerikleri yenilikçi olarak değerlendirmektedir. Ancak genel eğilim, teknik olarak etkileyici olsa da duygusal bağ kurmada başarısız bir figürle karşı karşıya olunduğu yönündedir.

Alara'nın "3 Soru 3 Cevap" serisi, yapay zekâ karakterlerin medya içeriği üretiminde nasıl konumlandığını ve toplumsal algı tarafından nasıl değerlendirildiğini anlamak açısından çarpıcı bir örnektir. Formatın hızlı tüketim çağının ihtiyaçlarına uygun olması, programı erişilebilir ve dikkat çekici kılsa da; sesin tutarsızlığı, duygusal tepkisizlik ve temsil bütünlüğündeki eksiklikler, Alara'nın bir medya karakteri olarak inandırıcılığını zayıflatmaktadır. Bu program, aynı zamanda dijital figürlerin teknik yeterlilikten çok daha fazlasına 'duygusal temsil, kimlik sürekliliği ve sembolik bütünlük' ihtiyaç duyduğunu göstermektedir. Bu özel bölümde Alara'ya doğrudan kendi dijital kimliğiyle ilişkili sorular yöneltilmiş ve böylece yapay zekâ spikerinin temsiliyetine dair izleyicide oluşan merak, doğrudan yanıt aracılığıyla karşılanmaya çalışılmıştır. Bu durum, dijital karakterin yalnızca konuklara soru yönelten bir moderatör değil; aynı zamanda kendi varlığı üzerine konuşabilen, "öz farkındalığı olan" bir figür olarak kurgulanmaya çalışıldığını göstermektedir. Programda aşağıdaki sorular sorulmuştur:

- ***"Sesin değişti diye seni çok eleştiriyorlar. Sesine ne oldu?"***

Bu soru, izleyici yorumlarında en fazla öne çıkan eleştiriyi doğrudan merkeze alması açısından önemlidir. Alara'nın farklı bölümlerde değişen sesi, dijital kimliğin bütünlüğünü zedeleyen ve yapaylık algısını güçlendiren bir unsur olarak sıkça vurgulanmıştı. Bu sorunun programa dahil edilmesi, yapımcıların kullanıcı geri bildirimlerini ciddiye aldığını ve bu

tepkinin söylem içine yerleştirildiğini göstermektedir. Ancak Alara'nın bu soruya verdiği yanıt 'örneğin teknolojik bir açıklamayla geçiştirme ya da mizahi bir yaklaşımla savuşturma' izleyici açısından yeterince tatmin edici değilse, güven duygusunu yeniden inşa etmekte başarısız olabilir. Bu noktada ses değişiminin nedenine dair netlik, dijital karakterin inandırıcılığı açısından kritiktir. Aksi takdirde "seste süreklilik = kişilikte tutarlılık" beklentisi karşılanmadığı için sahicilik duygusu zayıflamaya devam edecektir.

- ***“Alara, kıyafetlerini kim tasarlıyor? Hep çok şıksın.”***

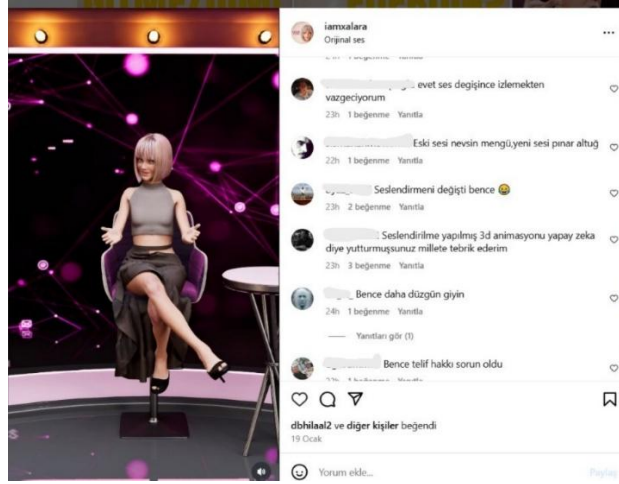
Bu soru, Alara'nın dış görünüşüyle ilişkilendirilen estetik temsile odaklanmakta ve onun görsel stilini bir “medya figürü” gibi ele almaktadır. Dijital karakterin moda algısına dair bu tarz sorular, onu izleyici gözünde daha “insansı” bir konuma taşımayı hedefler. Aynı zamanda Alara'nın bir avatar ya da algoritma değil, "stil sahibi bir birey" olarak sunulmasına hizmet eder. Ancak burada da dijital figürün temsiliyet sınırları devreye girer: Kıyafet seçimi bir insan tercihi değilse, bu estetik tercihler kimin adına yapılmaktadır? Alara'nın bu soruya verdiği yanıt, eğer yaratıcı ekibe referans veriyorsa, karakterin arkasındaki üretim sürecine dair şeffaflık sunar. Aksi hâlde, dijital figürün “stil sahibi” olarak görülmesi, yapay bir izlenim yaratabilir. Bu soru aynı zamanda Alara'nın kadınlık temsiline dair kültürel beklentileri de yansıtır; dijital kadın karakterlerden “şık, zarif, estetik” olmaları beklenmektedir.

- ***“Alara uyku modun var mı?”***

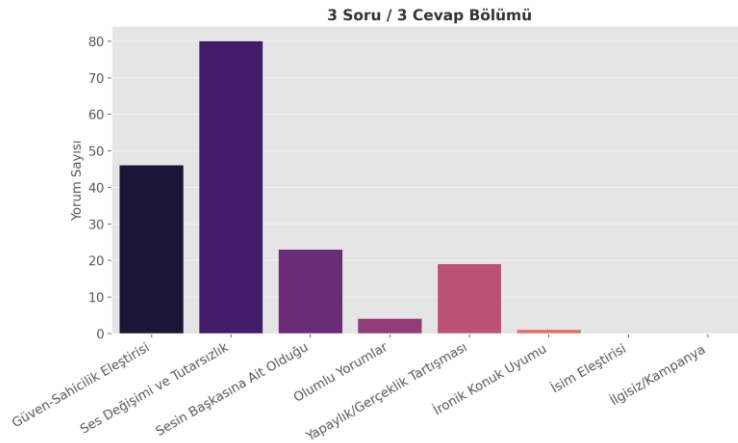
Bu soru, yapay zekâ karakterinin fiziksel varoluşu ve insani sınırlarla ilişkisini sorgulayan oldukça sembolik bir ifadedir. Uyku gibi biyolojik bir ihtiyacın dijital bir karaktere yöneltilmesi, izleyiciyle kurulan empatik ilişkiyi güçlendirebilir. Aynı zamanda bu soru, Alara'nın bir insan gibi "yorulup dinlenen", yani sınırları olan bir varlık olup olmadığını sorgular. Eğer Alara bu soruya “evet, bazen sistemsel güncellemeler sırasında dinleniyorum” gibi yarı-mizahi ama teknik bir yanıt veriyorsa, bu durum onun yapay zekâ doğasını hatırlatan ve samimiyeti artıran bir strateji olabilir. Ancak bu yanıt, izleyiciyle kurulan bağın duygusal boyutunu belirler. Uyku sorusu üzerinden verilen yanıtın tonu “ironik mi, teknik mi, sıcak mı” izleyicinin Alara'yı “yakın” veya “soğuk” olarak algılamasında belirleyici olabilir. Bu bölüm, Alara'nın artık yalnızca konuklarla değil, kendi kimliğiyle ilgili sorulara yanıt veren bir figür olarak da konumlandırıldığını göstermektedir. İzleyicinin ses, görünüş ve işlevsellik konusundaki merakı programın içeriğine entegre edilerek, dijital karakter ile izleyici arasındaki mesafe azaltılmaya çalışılmıştır. Bu, medya teknolojilerinde duygusal bağ kurma stratejisi olarak değerlendirilebilir.

Ancak bu çaba, temsilin tutarlılığı, karakterin samimiyeti ve gerçeklik algısı açısından yeterince ikna edici olmalıdır. Alara'nın verdiği yanıtlar yapaylık ile insaniliği ne kadar dengede tutabiliyorsa, dijital kimliği de o denli kabul görecektir. Aksi takdirde, izleyici bu tür bölümleri yalnızca “göstermelik yakınlaşma” olarak görebilir ve dijital karakteri hâlen sahici bir medya figürü olarak benimsemekte zorlanabilir.

Şekil 4. “3 Soru 3 Cevap” Bölümü ve Kullanıcı Yorumu



Grafik 4. 3 Soru 3 Cevap Bölümü Ses ile Alakalı Kullanıcı Yorumları



Tablo 6: Tematik Dağılım

Tema	Yorum Sayısı
Güven-Sahicilik Eleştirisi	46
Ses Değişimi ve Tutarsızlık	80
Sesin Başkasına Ait Olduğu	23
Olumlu Yorumlar	4
Yapaylık/Gerçeklik Tartışması	19
İronik Konuk Uyumu	1
İsim Eleştirisi	0
İlgisiz/Kampanya	0

“3 Soru 3 Cevap” başlıklı yapay zekâ spikeri Alara bölümüne ilişkin kullanıcı yorumlarının tematik analizi, izleyici tepkilerinin yoğunlukla teknik ve algısal eksikliklere odaklandığını göstermektedir. En çok öne çıkan tema, ses değişimi ve tutarsızlık (n=80) olurken, bunu güven ve sahicilik eleştirileri (n=46) takip etmektedir. Bu durum, Alara’nın ses performansında yaşanan ani geçişlerin, yapay ve senkronizasyon dışı bir izlenim bırakarak izleyicinin spikere yönelik güven duygusunu zedelediğini ortaya koymaktadır.

Ayrıca, sesin bir başkasına ait olduğu yönündeki değerlendirmeler (n=23), dijital kimlik ile ses arasındaki uyumsuzluğa dikkat çekmekte ve gerçeklik algısını doğrudan etkilemektedir. Yapaylık ve gerçeklik arasındaki sınırın sorgulandığı yorumlar (n=19) da benzer şekilde, izleyicinin deneyimi bilişsel düzeyde irdelediğini göstermektedir. Olumlu değerlendirmeler (n=4) oldukça sınırlı kalmış, ironi ya da mizahi yaklaşımları temsil eden yorumlar (n=1) marjinal düzeyde ifade edilmiştir. İsim eleştirisi ya da ilgisiz/kampanya içerikli yorumlara ise bu bölümde rastlanmamıştır. Genel tablo, bu formatta sunulan içeriğin teknik olarak izleyiciyi ikna edemediğini ve yapay zekâ spikerine dair algının hâlâ sahicilik, ses bütünlüğü ve gerçeklik temelli beklentiler çerçevesinde şekillendiğini göstermektedir.

Bu özel formatta yayınlanan bölümde, Alara'nın ses tonuna yönelik tepkiler oldukça yoğundur. Kullanıcılar Alara'nın önceki sesini daha sıcak ve etkileyici bulduklarını, yeni sesin ise yaşlı, soğuk ve karakterle uyumsuz olduğunu belirtmişlerdir. Sesin kim tarafından verildiğine dair yorumlar çeşitlilik göstermektedir. Bu bölümde, karakterin yapaylıkla gerçeklik arasındaki geçişken yapısı sorgulanmakta; sesin değişimi karakterin güvenilirliğini tehdit eden bir unsur olarak değerlendirilmektedir.

Bu çalışmada elde edilen bulgular, yapay zekâ spikeri Alara'nın kamuoyundaki temsiline dair önemli göstergeler sunmaktadır. Instagram yorumları üzerinden yapılan tematik analizler, izleyicilerin yapay zekâ figürlerine ilişkin beklentilerinin yalnızca teknolojik yeterlilikle sınırlı kalmadığını; bunun ötesinde, ses, görünüm, tutarlılık ve temsil gibi çok boyutlu algılarla şekillendiğini ortaya koymaktadır. Özellikle “ses değişimi” ve “sahicilik” temalarının öne çıkması, dijital karakterlerin sabit bir kimlik ve bütünlük beklentisiyle izlendiğini göstermektedir. Kullanıcılar, Alara'nın sesinin bölümden bölüme değişmesini yapaylığın bir belirtisi olarak değerlendirmekte ve bu durumun güven ilişkisini zedelediğini ifade etmektedir. Bu bağlamda, karakterin algılanış biçimi yalnızca bir yazılım ya da görsel tasarım ürünü olmaktan öteye geçmekte; bir medya figürü gibi tutarlılık ve duygusal süreklilik arz etmesi beklenmektedir.

Söz konusu algı kırılmaları, Jean Baudrillard'ın (1994) Simülakrlar ve Simülasyon kuramı çerçevesinde değerlendirilebilir. Baudrillard'a göre, simülakr gerçekliğin yerini alan bir temsildir ve zamanla kendi başına bir gerçeklik üretir. Alara örneğinde, dijital karakterin fiziksel varlığı olmayan bir ses ve görsel üzerinden yeniden üretimi, izleyicinin gerçeklik ile temsil arasındaki sınırları belirsizleştirmesine neden olmakta; simülasyonun, orijinalin yerini aldığı bir medya ortamı inşa edilmektedir. Bununla birlikte, (Karabulut, 2023, s. 196) “Çevrimdışı İrade” kuramı da bu bağlamda dikkate değerdir. Karabulut, dijital sistemlerin bireyin karar alma süreçlerini dönüştürdüğünü ve iradenin simülasyonlara devredildiğini savunmaktadır. Alara'ya yönelik yorumlarda sıkça karşılaşılan “duygusuzluk”, “etkileşim eksikliği” ve “karakterle özdeş kuramama” gibi eleştiriler, izleyicinin karar mekanizmalarının da dijital temsilin duygusal bütünlüğüyle doğrudan bağlantılı olduğunu göstermektedir. Kullanıcı, karşısındaki figürü yalnızca bilgi sunan bir arayüz olarak değil; karar verme ve anlam yükleme sürecinde bir karşı özne olarak görmektedir.

Bu çalışmada elde edilen bulgular, mevcut literatürde yapay zekâ temsiline ilişkin vurgularla büyük ölçüde örtüşmektedir. Özellikle ses değişimi ve sahicilik eksikliğine yönelik kullanıcı eleştirileri, yapay zekâ figürlerinin izleyici nezdinde güven ve inandırıcılık sorunlarıyla karşılaştığını belirten çalışmaları desteklemektedir (Bayçu ve Artukaslan, 2023, s. 189; Kortak, 2022, s. 699). Goffman'ın (2018, s. 27) dramaturjik “benlik sunumu” kuramı bağlamında değerlendirildiğinde, Alara'nın sabit bir isimle sunulmasına rağmen sesi sürekli değiştirmesi, izleyicinin gözünde “tutarsız performans” algısını pekiştirmektedir. Bu durum, dijital karakterin sürdürülebilir bir benlik kurgulaması açısından performatif tutarlılığın önemini göstermektedir. Bu durum, Tunç'un (2022, s. 88) vurguladığı üzere, dijital

karakterlerin sürdürülebilir bir “dijital benlik” kurgulayabilmeleri için ses ve görünüm gibi sabit kodların önemini bir kez daha göstermektedir. Bulgular ayrıca, Şahin’in (2019, s. 45) dijital kimliğin sosyal medya aracılığıyla temsiline dair ortaya koyduğu “algoritmik sahicilik krizi”ni destekler niteliktedir; izleyiciler teknik olarak başarılı olsa da duygusal tutarlılıktan yoksun karakterleri inandırıcı bulmamaktadır. Bununla birlikte, bazı kullanıcıların Alara’yı teknolojik açıdan yenilikçi ve geleceğe dönük bir figür olarak değerlendirmesi, Toptaş’ın (2024, s. 133) “doğal olmayanın doğallaştırılması” kavramsallaştırmasıyla da örtüşmektedir. İzleyicinin bir kısmı, yapaylığı farkında olarak kabullenmekte ve dijital figürü medya estetiğinin bir parçası olarak görmektedir. Öte yandan, “isim çağrışımı” temasında ortaya çıkan güven ve istikrar beklentisi, Emecen vd. (2023, s. 144) ile Ramazanova ve Ögel’in (2017, s. 446) dijital kimliklerde isim seçiminin sembolik işlevine dair bulgularıyla paralellik göstermektedir. Dolayısıyla çalışma sonuçları, literatürdeki genel eğilimle uyumlu biçimde, yapay zekâ karakterlerin teknik yeterliliklerinin yanı sıra duygusal temsil, kimlik tutarlılığı ve sembolik bütünlük gibi çok katmanlı göstergeler üzerinden değerlendirildiğini ortaya koymaktadır. Genel olarak değerlendirildiğinde, çalışma sonuçları yapay zekâ temsillerinin toplumsal kabulü açısından yalnızca teknik yeterlilik değil, aynı zamanda duygusal temsil kabiliyeti, ses-görsel uyumu ve istikrarlı medya kişiliği gibi unsurların belirleyici olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, Alara’nın kamusal temsili, dijital karakterlerin gelecekteki medya üretim süreçlerinde etik, estetik ve bilişsel bütünlük temelinde yeniden düşünülmesi gerekliliğine işaret etmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışma, yapay zekâ destekli medya figürlerinin dijital kimlik sunumu, izleyici algısı ve temsiliyet düzeylerini değerlendirmek amacıyla, Türkiye’nin ilk yapay zekâ spikeri Alara üzerine odaklanmıştır. Alara’nın programlardaki genel sunumu, geleneksel sunucuların yerine geçebilecek kadar akıcı ama henüz esneklikten ve duygusal sezgiden yoksundur. Bu, medya alanında yapay zekânın yardımcı araç mı yoksa temsilci aktör mü olacağına dair soruları gündeme getirmektedir. Araştırmanın temelini, sosyal medya kullanıcılarının dijital karakterlere yönelik söylemlerini analiz ederek, ses ve isim gibi kimlik unsurlarının izleyiciyle kurduğu etkileşimi incelemek oluşturmaktadır. Kullanıcı yorumları, Alara’nın yeni medya düzeninin bir habercisi mi yoksa bir geçici gösteri mi olduğu konusunda bölünmüştür. Bu da teknolojinin toplumsal meşruiyetinin henüz kesinleşmediğini göstermektedir. Veriler, 7 Mayıs 2025 tarihinde Python programlama dili aracılığıyla toplanmış olup, yorumlar içerik analizi yöntemleriyle değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular, çalışmanın varsayımlarını destekler niteliktedir.

V1: *Yapay zekâ spikeri Alara’nın sesinin her bölümde değişmesi, dijital kimlik algısında tutarsızlık yaratarak izleyicinin sahicilik ve güven duygusunu zedelemektedir.*

Araştırma kapsamında incelenen kullanıcı yorumlarında en sık rastlanan temalardan biri ses değişimine yönelik eleştiriler olmuştur. Kullanıcılar, her bölümde farklı bir sesle karşılaştıkları Alara karakterine karşı güven duymakta zorlandıklarını açıkça ifade etmiştir. Bu durum, dijital karakterlerde sesin yalnızca işitsel bir unsur değil, aynı zamanda duygusal bir bütünlük sağlayan temel temsil aracı olduğunu ortaya koymaktadır. İzleyici için sesin sürekliliği, karakterin inandırıcılığı ile doğrudan ilişkilidir. Alara’nın sesinin bölümden bölüme değişmesi, kimlik tutarsızlığına neden olmuş; bu da izleyiciyle kurulabilecek duygusal bağın zayıflamasına yol açmıştır.

V2: *Sosyal medya kullanıcıları, yapay zekâ karakterlerinden sabit ses, görsel ve temsil bütünlüğü beklemekte; bu beklentiye uyulmaması karaktere yönelik eleştirel söylemleri artırmaktadır.*

Çalışmada elde edilen tematik veriler, izleyicilerin yalnızca bilgi iletimi değil, aynı zamanda duygusal süreklilik ve temsil kararlılığı taşıyan dijital karakterlere ihtiyaç duyduğunu göstermektedir. Kullanıcılar, bir karakterin sesi, görünüşü ve söylem biçiminin birbirini tamamlamasını beklemekte; bu bileşenlerden biri değiştiğinde dijital kimliğin bütünlüğü sorgulanmaktadır. Alara örneğinde, sabit bir görsel karaktere rağmen sesin değişkenliği, karakterin performatif tutarlılığını zayıflatmış ve inandırıcılığını azaltmıştır. Bu da dijital temsildeki eksikliklerin, izleyici açısından “yapaylık” hissini pekiştiren bir unsur hâline geldiğini göstermektedir.

V3: “Alara” isminin kültürel ve teknik çağrışımları, izleyicilerin karakterden beklediği temsiliyet ile gerçek deneyim arasındaki farkı derinleştirmektedir.

“Alara” ismi sabit kalmasına rağmen, bu ismin çağrıştırdığı teknik güven, denge ve kararlılık gibi anlamlarla karakterin değişken ses performansı arasında ciddi bir çelişki oluşmuştur. İzleyiciler doğrudan isim eleştirisinde bulunmasa da, yorumlarda yer alan “yakışmamış”, “bu sese bu karakter olmaz” gibi ifadeler, isimden kaynaklı beklentiler ile temsil biçimi arasındaki uyumsuzluğu yansıtmaktadır. İsim, dijital karakterlerde kimliğe yön veren temel göstergelerden biridir. Ancak sesin sürekli değişmesi, ismin sağladığı temsil gücünü zayıflatmakta ve karakterin tutarlılığına dair izleyici algısını olumsuz etkilemektedir.

Çalışmanın varsayımları ışığında ulaşılan sonuçlar, dijital karakterlerin medya ortamında sahiplik ve güvenilirlik kazanabilmesi için yalnızca algoritmik doğruluğa değil; duygusal devamlılık, temsil uyumu ve kimlik tutarlılığına da sahip olması gerektiğini ortaya koymaktadır. Alara örneği, yapay zekâ temelli karakterlerin dijital kimlik sunumlarında izleyiciyle kurulacak ilişkinin niteliğini belirleyen en temel faktörün bütünlük olduğunu göstermektedir. Bu bütünlük; ses, görünüm, söylem ve isim gibi bileşenlerin eşgüdüm içinde işlemesiyle mümkün olmaktadır. Aksi hâlde, dijital karakterler ne kadar teknik olarak gelişmiş olursa olsun, izleyici gözünde temsiliyet krizine düşmekte ve yapaylık hissini yaşamamaktadır. Bu bağlamda çalışma, dijital karakter tasarımı ve medya temsili alanında çalışan profesyoneller için, yalnızca teknik altyapıya değil; kültürel bağlam, izleyici beklentisi ve sembolik temsiller gibi çok katmanlı unsurlara dikkat edilmesi gerektiğine işaret etmektedir.

Araştırma bulguları doğrultusunda, yapay zekâ temelli medya figürlerinin toplumsal kabulü ve inandırıcılığı açısından yalnızca teknik yeterlilik değil; ses tutarlılığı, temsil bütünlüğü ve kullanıcı algısıyla uyumlu bir kimlik kurgusunun gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda, dijital karakterlerde ses değişimi sınırlandırılmalı veya izleyiciye açıklanabilir biçimde kurgulanmalı; karakterin ismi, görsel tasarımı ve sesi anlam düzeyinde çelişki yaratmayacak şekilde bütüncül olarak planlanmalıdır. Ayrıca, izleyicinin karakterle kurduğu etkileşimin yalnızca bilişsel değil, aynı zamanda duygusal bir boyut taşıdığı dikkate alınarak, temsil stratejileri izleyici psikolojisine duyarlı biçimde tasarlanmalıdır. Sosyal medya platformlarında paylaşılan kullanıcı yorumları, tasarım sürecine geri bildirim olarak entegre edilmeli; yapay karakterlerin gerçeklik düzeyine ilişkin şeffaflık sağlanarak dijital okuryazarlık desteklenmelidir. Son olarak, benzer çalışmaların farklı karakterler ve kullanıcı grupları üzerinde tekrarlanması, dijital temsiliyet süreçlerine ilişkin daha kapsamlı ve karşılaştırmalı değerlendirmeler yapılmasına da katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Baudrillard, J. ve Glaser, S. F. (1994). *Simulacra and simulation* (Vol. 312). Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Bayçu, S. ve Artukarslan, B. (2023). Sanal bir influencer üzerine duygu analizi: Ay Pera. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi)*, 8(1), 189–205.
- Braun, V. ve Clarke, V. (2019). Reflecting on reflexive thematic analysis. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 11(4), 589–597.
- Eke, N. P., ve Genç, M. (2023). Hakikati inşa etmek: Fotoğraf, yapay zekâ, kimlik ve mekân ilişkisi. *İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 358–377.
- Emecen, M., Aydın, D. P. ve Akgün, A. C. (2024). Dijital pazarlamada insan sonrası: Sanal etkileyiciler üzerine bir inceleme. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 12(3), 1118–1149.
- Goffman, E. (2018). *Gündelik yaşamda benliğin sunumu* (B. Cezar, Çev.). Ankara: Heretik Yayıncılık. (Orijinal çalışma 1959’da yayımlandı.)
- Işık, U., Ölçekçi, H. ve Koz, K. A. (2022). Yapay zeka ve algoritma ekseninde gazeteciliğin geleceği ve toplum için anlamı. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder)*, 10(2), 1248–1275.
- Karabulut, A. (2023). Çevrim dışı irade-dijital kültürün ayartıcı gücüne karşı bir direnç formu olarak irade. Ankara: Nobel.
- Kavut, S. (2024). Toplumların dijital dönüşüm aracı olarak yapay zekâ çalışmaları: Türkiye’nin ve Türk Devletleri Teşkilatının yapay zekâ kullanımı üzerine bir analiz. *Erciyes İletişim Dergisi*, 11(1), 325–344.
- Kavzoğlu, T. ve Çölkesen, İ. (2010). Karar ağaçları ile uydu görüntülerinin sınıflandırılması: Kocaeli örneği. *Harita Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 2(1), 36–45.
- Koçak, A. ve Arun, Ö. (2006). İçerik analizi çalışmalarında örneklem sorunu. *Selçuk İletişim*, 4(3), 22–34.
- Kortak, İ. Y. (2022). Yapay zekâ ve haber ilişkisine kullanıcı gözünden bakmak: Sosyal medyada robot haber spikerlerine gelen yorumların incelenmesi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 32(2), 699–710.
- Lincoln, Y. S. ve Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Miles, M. B. ve Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Ramazanova, S. ve Ögel, B. (2017). F. M. Dostoyevski romanlarında karakterlerin isim analizi. *ASOS Journal*, 5(45), 446–451.
- Sucu, İ. ve Ataman, E. (2020). Dijital evrenin yeni dünyası olarak yapay zeka ve Her filmi üzerine bir çalışma. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 4(1), 40–52.
- Şahin, O. (2019). Bilgi sosyolojisi bağlamında büyük veri ve toplumsal gerçekliğin inşası. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Şahin, S. (2018). Türkmenistan’daki yer adlarını tematik sınıflandırma çalışması. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 6(15), 826–839.
- Toptaş, S. (2024). Geleneksel radyodan yapay zekâ radyo yayıncılığına; 2. dalga podcastler ve alternatif yayıncılık. *Akdeniz İletişim*, (46), 133–152.
- Tunç, A. (2022). Yapay zekâ ile habercilikte temsil ve sorumluluk. *Journal of AI and Communication*, 2(1), 88–101.
- Ültay, E., Akyurt, H. ve Ültay, N. (2021). Sosyal bilimlerde betimsel içerik analizi. *İbad Sosyal Bilimler Dergisi*, 10, 188–201.

Araştırmacı Katkı Oranı: Araştırmacılar çalışmaya eşit oranda katkı sunmuştur.

Destekleyen Kurum/Kuruluşlar: Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Extended Abstract

Artificial intelligence (AI) has emerged as a transformative force in the field of media and communication, shaping not only the technical infrastructure of content production but also the symbolic and emotional dimensions of representation. As AI-based media figures increasingly appear in digital content, the construction of credible and emotionally resonant digital identities has become a subject of growing scholarly interest. This study explores the case of Alara, Turkey's first AI television announcer, by analyzing social media users' comments regarding her performance in a popular online talk show series. The research aims to examine how Alara's voice, name, and visual identity collectively shape or disrupt her perceived credibility and authenticity, and how these elements influence user engagement and acceptance.

The analysis focuses on 573 unique Instagram comments under four episodes of the talk show "3 Questions 3 Answers," in which Alara interviews Çağla Şikel, Prof. Dr. Celal Şengör, and Oğuzhan Uğur. Data were collected on May 7, 2025 using Python, and were subjected to qualitative content analysis. The comments were thematically coded, revealing recurrent patterns centered on voice inconsistency, perceived artificiality, emotional detachment, and symbolic contradictions. Users expressed significant dissatisfaction with the fact that Alara's voice changed from one episode to another, arguing that this variability undermined the stability of her digital persona. Although her name remained constant, the dissonance between the fixed visual identity and the shifting vocal characteristics led users to question her credibility as a media figure.

The findings suggest that users do not perceive AI announcers merely as technical tools but as symbolic actors whose perceived authenticity depends on emotional coherence and representational integrity. Alara's voice inconsistency was frequently interpreted as a sign of artificiality, creating a sense of unease among viewers and weakening the emotional bond necessary for effective communication. Some users claimed that the voice resembled real-life celebrities, further complicating the boundary between human and machine. In this context, the AI figure's inability to establish a stable identity through consistent vocal presentation was perceived as a fundamental flaw in the design of her character.

User responses varied depending on the guest featured in each episode. In the episode with Çağla Şikel, the thematic focus on motherhood, beauty, and womanhood was met with heightened sensitivity to the emotional tone of Alara's voice. The dialogue between a biological and a digital female figure intensified the audience's scrutiny of the AI's representational authenticity. In the episode with Prof. Dr. Celal Şengör, the contrast between the scholar's intellectual authority and Alara's emotionless, formulaic delivery generated a symbolic tension. Users noted the absence of depth and spontaneity in Alara's questions and reactions, suggesting that her AI nature failed to match the complexity of the human subject. The episode with Oğuzhan Uğur, which leaned more heavily on humor and irony, highlighted Alara's limitations in interpreting or responding to indirect and playful language. The AI figure's inability to engage with sarcasm and emotional nuance made the interaction seem one-sided, reducing her effectiveness as a communicative partner.

Although few users directly criticized the name "Alara," indirect references suggested a growing cognitive dissonance. The name evokes cultural and technical associations, particularly through its similarity to the acronym "ALARA" (As Low As Reasonably Achievable), a term commonly used in nuclear safety to imply minimal risk and maximum reliability. While the name suggests consistency, security, and rationality, the voice inconsistencies undermined these connotations, producing a fragmented digital

identity. The mismatch between the symbolic function of the name and the experiential performance of the character contributed to the perception of inauthenticity.

This study draws on theoretical frameworks such as Erving Goffman's dramaturgical approach, Jean Baudrillard's theory of simulation, and Stuart Hall's theory of representation. These perspectives offer critical tools for understanding how digital identities are performatively constructed and how audiences negotiate the boundaries between reality and simulation. Goffman's notion of consistent role performance helps explain why users reacted negatively to the vocal changes; Baudrillard's concept of hyperreality sheds light on how Alara is perceived as a copy without an original; and Hall's emphasis on cultural codes provides a lens through which to interpret the symbolic weight of names, voices, and visual styles in digital environments.

The study concludes that for AI-based media figures to gain public trust and legitimacy, their identities must be designed as coherent and emotionally resonant systems. Technical competence alone is insufficient. Audiences seek stable personas that align vocal, visual, and symbolic elements to form a believable and emotionally accessible character. In the case of Alara, the fixed name and visual form clashed with the inconsistent voice, leading to a disruption in perceived authenticity. As a result, users interpreted the character as artificial, emotionally hollow, and lacking in symbolic integrity. These perceptions not only limit user engagement but also raise broader questions about the ethical and communicative responsibilities involved in designing AI characters for public media.

In light of the findings, the study offers several recommendations for developers, designers, and media producers. First, AI figures should maintain a consistent voice across appearances or, if changes are necessary, provide contextual explanations that preserve narrative coherence. Second, elements such as name, voice, and visual appearance must be treated as interrelated components of a unified identity rather than as isolated features. Third, user feedback from social media platforms should be systematically incorporated into design processes to ensure greater alignment with audience expectations. Finally, the emotional dimension of digital identity must be addressed alongside functional performance to create AI personas that are not only intelligent but also relatable, trustworthy, and symbolically coherent.

This research contributes to the broader literature on AI in media by offering a culturally grounded, audience-centered analysis of digital identity construction. It highlights the importance of representational coherence in the design of artificial characters and underscores the role of user perception in shaping the success or failure of AI-based media innovations. The case of Alara demonstrates that audiences expect more than functionality from AI figures—they demand emotional authenticity, symbolic integrity, and communicative responsiveness. These insights have implications for the future of AI integration in journalism, entertainment, and public communication.