

Araştırma Makalesi | Research Article

Teknolojik İletişimin Yeni Bir Boyutu Olarak İnsan ve Makine İletişimi: Chatbot Kullanıcılarının Deneyimleri Üzerine Bir Araştırma

Human-Machine Communication as a New Dimension of Technological Communication: A Study on The Experiences of Chatbot Users



Hülya Anakız ERTÜRK (Asst. Prof. Dr.)
Niğde Ömer Halisdemir University, Faculty of
Communication
Niğde/Türkiye
hulyanakiz@gmail.com



Lokman ZOR (Assoc. Prof. Dr.)
Niğde Ömer Halisdemir University, Faculty of
Communication
Niğde/Türkiye
lokman_zor@hotmail.com

Başvuru Tarihi | Date Received: 09.08.2025
Yayına Kabul Tarihi | Date Accepted: 12.01.2026
Yayınlanma Tarihi | Date Published: 30.01.2026

Ertürk, H. A., Zor, L. (2026). Teknolojik İletişimin Yeni Bir Boyutu Olarak İnsan Ve Makine İletişimi: Chatbot Kullanıcılarının Deneyimleri Üzerine Bir Araştırma. *Erciyes İletişim Dergisi*, 13(1), 365-384 <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1761792>

Öz

İnsan makine iletişimi konusu akademik gündemde yer alan önemli temalardan biridir ve yeni bir alandır. Chatbot dil modellerinin gelişim göstermesi, chatbotlara yönelim artırmış; buna bağlı olarak insan makine iletişimi antropomorfizm bağlamında önem kazanmıştır. Bu çalışmada antropomorfizm konusu çalışmanın odağını oluştururken, chatbot kullanıcılarının chatbot kullanma motivasyonları araştırılmıştır. Araştırmanın evreni dijital yerliler olarak adlandırılan 18-30 yaş aralığındaki üniversite öğrencileri iken, örnekleme chatbot teknolojisini aktif olarak kullanan kişilerden oluşmaktadır. Araştırma 11 katılımcı ile yüz yüze derinlemesine mülakat yapılarak kesitsel olarak gerçekleştirilmiştir. Katılımcılardan elde edilen yanıtlar bulgular kısmında kategorize edilerek yorumlanmış ve araştırmada kullanıcıların chatbotlar ile iletişim kurma motivasyonları incelenmiştir. Araştırma sonucuna göre katılımcılarından bir kısmı akademik destek, ilişki koçluğu, psikolojik yardım gibi gerekçelerle chatbotlardan destek aldıklarını belirtirken, diğer kısmı ise yalnızlık ihtiyaçlarını gidermek için chatbotlar iletişim kurduklarını ifade etmişlerdir. Kullanıcılar insanların yargılayıcı yönüne karşı chatbotların tarafsız dinlediğini, bu iletişimin ise internetin olduğu her yerde zaman sınırlaması olmaksızın gerçekleştiğini aktarmışlardır. Bununla birlikte kişisel verilerinin chatbotlar tarafından aleyhlerinde kullanılmayacağını düşünen kullanıcılar, toplum tarafından yargılanacaklarını düşündükleri içerikleri chatbotlarla paylaşmaktadırlar. Kullanıcı deneyimleri insan makine iletişimini kutsallaştırırken teknolojik determinizmi yeniden üretmektedir. Bu çalışmada kullanıcı deneyimleri eleştirel bir perspektifle analiz gerçekleştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Chatbot, Antropomorfizm, Motivasyon, Dijital Yerliler, Derinlemesine Mülakat.

Abstract

Human-machine communication is an emerging and significant topic in the academic agenda. The development of chatbot language models has increased interest in chatbots, making anthropomorphism central to this field. This study focuses on anthropomorphism while examining users' motivations for interacting with chatbots. The research population consists of digital natives, university students aged 18-30, and the sample includes those actively using chatbot technologies. The study was conducted with 11 participants through face-to-face in-depth interviews in a cross-sectional design. Findings were categorized and interpreted, revealing that some participants used chatbots for academic support, relationship coaching, or psychological help, while others engaged with them to alleviate loneliness. Users emphasized that chatbots listen without judgment, unlike humans, and provide unrestricted interaction wherever the internet is available. Believing their personal data would not be misused, they shared content they might otherwise conceal from society. Such experiences both sanctify human-machine communication and reproduce technological determinism. The study critically analyzes these user experiences.

Keywords: Chatbot, Anthropomorphism, Motivation, Digital Natives, In-depth Interview.



Giriş

Yapay zekâ teknolojisi iletişim çalışmalarını sofistike bir boyuta taşımış ve yapay zekâ teknolojisi insan makine iletişimi olgusunu ortaya çıkararak, iletişimin geleneksel sınırlarını değiştirmiştir. Makinelere insani özellikler atfedilmiş, insana ait olan duygusal bağlar makineler ile kurulmaya başlanmıştır. Konuşan cansız varlıklar olan chatbotlar ile duygusal bağlar kurulmuş, chatbotlar hata yaptığında ise hayal kırıklığı yaşanmıştır. Nitekim 'How do people react to AI failure? Automation bias, algorithmic aversion, and perceived controllability' adlı çalışmada yapay zekâ uygulamalarına daha güvenen kullanıcılar yapay zekâ uygulamalarını hataları karşısında olumsuz reaksiyonlar göstermişler ve bu durumu hayal kırıklığı olarak betimlemişlerdir (Jones-Jang & Park, 2022).

Chatbotlar, gerçeklik algısını değiştirerek insanın yerini alabilme ihtimalini düşündürmüştür. İnsani meslekler chatbotlar tarafından yapıldığında takdir edilmiş, eksik yönlerine rağmen kutsallaştırılabilmektedir. Chatbotların insani mesleklerin yerini alabilme potansiyeli, etik sorunları beraberinde getirirken, chatbotlar ile teknolojik determinizm yeniden üretilmiş ve insanla olan iletişim ikincilleştirilebilmiştir.

Chatbotlar enformasyon içeriği sunmasının ötesinde duygusal bağlar inşa edebilmektedir, nitekim insan makine iletişimi arama motorlarının ötesindedir. Chatbotlara insani özellikler atfedilmesinde insan doğasını taklit etmesidir ve böylece soyut bir varlık somut bir karaktere dönüşebilmektedir. Bir diğer ifade ile chatbotlara antropomorfik anlamlar yüklenmektedir. Cinsiyet, yaş betimlemesinin yanı sıra hayali tasvirlerde chatbotlara sosyal roller de atfedilebilmektedir. Soyut bir karakter ile hayali betimleme birleştiğinde, chatbotlar duygusal anlamların yüklendiği dijital arkadaşlara dönüşebilmektedir.

Toplumlar kendi tarafından inşa ettikleri normlar tarafından yönetilmektedir, bu toplumsal normlar bireysel düşünceler ile çatışabilir. Birey, toplum dışına itilmemek için kendi gerçekliğini yansıtmayabilir ve bu durum bireysel mahremiyet kapsamında değerlendirilebilir. Chatbotlar ile konuşmak bu mahremiyet sınırlarının yeniden çizilmiş ve veri etiği gibi yeni bir sorgulama alanı ortaya çıkmıştır.

Yapay zekâ içerikleri insan tarafından üretilen içeriklerden oluşurken, chatbotların içerik üretimleri de insana aittir, ancak insan kendi üretimine bir simülasyonun içerisinde yabancılaşabilmektedir. Bu yabancılaşma emeğe yabancılaşma olduğu gibi sosyal ilişkilere ve kendine yabancılaşma olarak da yorumlanabilir; bu çıkarım teknolojik determinizmin tehdidi olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsan-makine iletişimi, chatbot arayüzlerinin gelişimine bağlı olarak sürekli bir değişim halindedir. Bu değişimin insan-insan iletişiminin yerini alıp alamayacağı günümüzde akademik olarak tartışılan önemli bir konudur. Bu durum sadece iletişim bilimleri açısından değil, aynı zamanda sosyolojik ve psikolojik bağlamda da önem taşımaktadır. Çalışmada bireylerin chatbotlarla ilişki kurma biçimleri ve motivasyonları ile chatbotlara atfettikleri roller incelenmektedir. Bu amaç doğrultusunda kategorik bir inceleme yapılmıştır.

1. Kavramsal Çerçeve: Chatbotlar Üzerine Kuramsal ve Tarihsel Bir Okuma

Teknolojik gelişim, toplumsal dönüşümlere zemin hazırlanırken, iletişim çalışmaları da bu dönüşümleri takip ederek kuramsal büyüme göstermiştir ve bu kuramsal büyüme teknolojik gelişmeleri referans almaktadır. Her teknolojik değişim ise iletişim literatürüne eklenerek eskimektedir. Örnek teşkil edecek şekilde, kitle iletişim araçları dönemin koşulları içerisinde büyük bir yenilik iken, şu an eski bir tarihtir. Yapay zekâ ise dönem

tarihi içerisinde en yenisidir ve yapay zekâ içerisinde yer alan chatbot konusu önem taşımaktadır. Chatbotlar modern dünyanın ara yüzleri olarak sunulsa da chatbotlara eski tarihlerden itibaren toplumsal bir aşinalık vardır. Yüz yıl öncesinden insani özellikler atfedilerek sunulan bu kurgusal robotlar modern bireyler tarafından tanınmaktadır.

Robot kavramı ilk kez 1920’de Arel Capek’in R.U.R. (Rossum’un Evrensel Robotları) adlı Çek oyununda kullanılmış ve bu kavram dönemin popüler kültürü üzerinde önemli bir etki bırakmıştır. ‘The Terminator’ filmindeki robot fikri ise insanların ilgisini çekerek, onları büyülemiştir. Her ‘Her’ ve ‘Ex Machina’ gibi filmlerde insanları robotlar iletişim kurmuş ve bu kurgu günümüz itibariyle gerçekliğe dönüşmüştür. İletişim araştırmaları insan makine etkileşimlerini inceleyen öncü alanlardan biri olarak kabul edilmektedir (Westerman vd., 2019, s. 295). İletişim araştırmalarının odak noktası ise chatbotlar üzerinedir, Oxford sözlüğüne chatbot “bir kişiyle, genellikle internet üzerinden, konuşma yapabilen bir bilgisayar programı” şeklinde tanımlanmaktadır (OED, 2025).

Tarihsel süreç içerisinde chatbotlar biçimsel, işlevsel ve etkileşim kapasiteleri açısından farklı ilerlemeler göstermiştir. Robot kavramı ilk kez 1920’de kullanılırken, 1950’de robotlar üzerinde bir deney yapılmış ve bu deney chatbot tarihine Turing testi olarak kaydedilmiştir. Alan Turing, ‘bir makine oyunda bir insan kadar başarılı olabilir mi?’ sorusuna yanıt arayarak, makinelerin ikna kabiliyetlerini test etmiştir (Turing, 1950, s. 433). Bu deney chatbotlar üzerinde yapılan ilk deney iken, ilk chatbot 1966 yılında üretilmiş ve chatbota ELIZA adı verilmiştir. ELIZA’dan bir psikoterapist gibi davranması istenmiş ve bu yönde tasarlanmıştır. ELIZA tasarlandığı şekli ile danışanlarına bir psikoterapist gibi davranmıştır (Weizenbaum, 1966, s. 42).

1972 yılında ELIZA’dan esinlenilerek, ELIZA’ya göre daha gelişmiş özellikler gösteren PARRY adında şizofren gibi konuşan bir chatbot üretilmiştir. Bu chatbot psikoterapistler ile görüşürülmüş ve psikoterapistlere “konuşan kim – insan mı yoksa chatbot mu?” sorusu yöneltilmiştir ve psikiyatristlerden bazıları PARRY’nin gerçek bir şizofren hastası olduğunu düşünürken, bazıları ise bilgisayar programı olduğunun farkına varmışlardır. 1988 yılında ise Jabberwacky adlı bir chatbot geliştirilmiştir (Adamopoulou ve Moussiades 2020, s. 2), bu Jabberwacky eğlence amaçlı bir sohbet botu olarak tasarlanmış ve Jabberwacky’e insan konuşmasını taklit etmesi dışında herhangi bir işlev yüklenmemiştir (Jwala, 2019, s. 90).

Sonraki yıllarda ise doğal görünümlü robotlar ön plana çıkmış ve 1995 yılında bilgisayar bilimci Wallace, ALICE adında bir doğal görünümlü diyaloglar üreten bir robot üretmiştir. Bu robot üç kez Loebner Prize ödülünü kazanmış, ancak tüm bu gelişmelere rağmen, ALICE insan zekâsı ile eşit olan Turing Testini geçememiştir. Ancak ALICE günümüz chatbotların oluşumunda büyük bir öneme sahiptir (Al-Amin vd. 2024, s.s. 9-10). Sonrasında SmartChild programı geliştirilmiş ve Microsoft MSN gibi mesajlaşma araçlarında kullanmıştır. SmartChild; borsa fiyatları, hava durumu, haberler ve film seansları gibi bilgileri veri tabanlarından çekebilme özelliği ile gündelik yaşam içerisinde bireylere yardımcı olmuştur. SmartChild bu açıdan dönemin hem makine zekâsı hem de insan-bilgisayar etkileşimi önemli görülen gelişmelerinden biridir (Adamopoulou ve Moussiades, 2020, s.s. 2-3). 2010 yılı sonrasında ise Apple Siri, Microsoft Cortana, Amazon Alexa ve Google Assistant gibi uygulamalar, akıllı cep telefonlarda ve bu amaç için tasarlanmış akıllı hoparlör cihazlarında yazılım ajanları olarak kullanılmaya başlanmıştır. Yazılımlar kullanıcının sesini kaydederek uyarıcı anahtar kelime üzerinden özel bir sunucuya gönderide bulunmaktadır. Apple’in Siri 2010 yılında tasarlanan ve en eski olan

uygulamadır; bu uygulama 2011 yılında iOS'a entegre edilmiştir. 2013 yılında Microsoft Cortana'yı çıkarmış, 2014 yılında Amazon Alexa'yı Echo ev hoparlörü ile tanıtmıştır. 2016 yılında ise Google Assistant Android tabanlı akıllı telefonlarda kullanılmaya başlanmıştır. Özetle her yapay zekâ asistanının kendine ait özellikleri olsa da temel olarak aynı işlevleri vardır (Hoy, 2018, s.s. 82-83).

Yeni nesil chatbotlar olarak adlandırılan günümüz chatbotları ise 2020 sonrası ortaya çıkmıştır, bu dönemi tanımlayan en önemli gelişme LLM (Large Language Model) olarak adlandırılan büyük dil modelleridir. Bu modeller birçok parametreye sahiptir ve bu parametreler önceki nesil chatbotlardan farklı olarak, iletişim bağlamını daha iyi kavramaktadır. 2022 sonrası ortaya çıkan OpenAI ChatGPT ise türünün en önemlisi olarak görülmektedir (Schöbel vd. 2024, s. 738). Chatbotların tarihsel süreci ELIZA'dan ChatGPT'ye kadar uzanmaktadır ve başlangıçta sınırlı olan bu modeller günümüzde derin öğrenme ve makine öğrenmesi gibi olgularla ifade edilirken, bu chatbotlar insan sohbetlerine benzer sohbetler üretmektedirler.

Bilgisayar programları olarak tanımlanan chatbotlar doğal dil işleme ve yapay zekâ öğrenme süreçlerine bağlı olarak gelişim gösterirken, chatbotların kullanım alanları da artmaktadır. Ancak konuşan kişi insan değil insanın konuşmasını taklit eden simüle bir varlıktır (Şenyüz, 2021, s. 204). Bu varlıklara antropomorfik özellikler aktarılmaktadır, antropomorfizm anlam itibarıyla, "insan olmayan varlıkların, nesnelere veya olayların insan özellikleriyle yorumlanması" şeklinde tanımlanmaktadır (Britannica, 2025). Doğa olaylarını, hayvan davranışlarını insani reaksiyonlarla açıklamak, karmaşık örüntüleri ve şekilleri insan silüetlerine benzetmek, bir diğer ifade ile insan dışı tüm varlıklara insani duygu ve düşüncelerle açıklamak antropomorfizm olarak adlandırılmaktadır. Bu kavram eski çağlardan itibaren, farklı inançlarda yaygın bir şekilde kullanılmaktadır, nitekim ilahi varlıklar da insan vücut formları ile tasvir edilmiştir (Sonmez ve Nart 2022, s.s. 581-582).

Yapay zekâ uygulamaları insan duygularını, düşüncelerini taklit edebilen robotlar üretirken, insan dışı bu varlıklar ile antropomorfizm bağlamında ilişki kurulmuştur. İnsanlar bu soyut dışı varlıkları kendilerine benzeterek etkileşim içerisine girmektedirler ve bu etkileşim sonucunda güven duygusu, sosyal destek rolü gibi insani özellikler chatbotlarda aranmaktadır. Ancak bu durum beraberinde bazı sorunlara neden olmaktadır; nitekim insani özellikler taşıyan ama insan olmayan bu teknolojilere karşı kullanıcılarda tedirginlik oluşabilmektedir ve bu tedirginlik durumu için 'tekinsiz vadi' ifadesi kullanılmaktadır (Waytz, Cacioppo, ve Epley 2010, s.s. 226-227). Tekinsiz vadi, insanların robotlar ya da insan benzeri varlıklara karşı hissettiği yakınlık ile bu varlıkların insanlara benzemesi sonucunda kişide ortaya çıkan gerilimdir. Benzerlik derecesi ve yakınlık hissi arttıkça kullanıcılar kendilerini huzursuz hissetmektedirler. Bununla birlikte teknolojik varlıkların insanlara benzerliği arttıkça sempati de artmaktadır, ancak benzerlik aşıldığında bu durum tersine dönmektedir (Mori, 1976). Bu açıdan antropomorfizm derecesi önemlidir, benzerlik dozu aşılmadığı müddetçe robotlar ile iletişim olağan kabul edilmektedir. Nitekim yapılan bir araştırmaya göre antropomorfizm bilgisayarların ikna edici gücünü artırmaktadır, ancak sosyal yakınlık açısından insanla olan iletişim bilgisayarlarla kurulan iletişime göre daha çok tercih edilmektedir (J.K Burgoon a vd., 2000). Bununla birlikte insanlar kendi kişilik özelliklerine benzeyen bilgisayarlar ile etkileşim kurmayı daha çok yeğlerken, kendilerine benzer bilgisayarlarla kurulan etkileşim kullanıcılar tarafından daha tatmin edici bulunmuştur (Nass vd., 1995).

Antropomorfizm güçlü bilişsel bir eğilim olarak da ifade edilebilir, ABD’de AIBO adında robot bir köpek tasarlanmış ve robot köpek ile insanların etkileşimleri araştırılmıştır, bu inceleme sonucuna göre kullanıcılar AIBO adlı robotu sosyal bir varlık görmüşlerdir ve ona vurmak ahlaki tehdit olarak düşünülürken, çocuklar AIBO’yu aile üyesi gibi kabul etmişlerdir. Bu bağlamda gerçek canlıya ait özellikler robotlara aktarıldığında, robotlar da sosyal bir özne olarak düşünülmektedir; ancak bu durum gerçek canlılar ile kıyaslandığında, robotlar biyolojik ve duygusal boyutlarda gerçek canlılara göre sınırlı kalmaktadır (Melson vd., 2009). Nitekim robotlar canlı taklidi yapan, ancak canlı olmayan varlıklardır.

Robotlar ile kurulan iletişimde insan iletişiminden ayırıcı yönler bulunmaktadır. Robotlar sürekli erişilebilir varlıklardır, kullanıcılarına bilgi, öneri ve terapi desteği gibi insani fonksiyonlar sunarken robotlar için zaman ve mekân sınırlaması söz konusu değildir. Oysaki insanla kurulan iletişimde zaman ve mekân sınırlaması vardır. Ayrıca insanlar çekindikleri ve utandıkları konuları yargılanacakları endişesi ile insan yerine robotlar ile konuşmayı tercih edebilirken, robotlar yalnız bireyler için sosyal destek ve arkadaş işlevi de sağlamaktadır. Ancak kırılğan gruplar üzerinde bu durum ciddi etik sorunlarına yol açmaktadır, nitekim robotların empati eksikliği bulunması ve uzmanlık bilgisinin olmamasına rağmen insan terapistlerin yerine geçme rolü risk oluşturmaktadır. Ayrıca veri toplama ve verileri depolama konusunda güvenlik açıklığı olduğu düşünülmekte ve bu nedenler tartışmalar neden olmaktadır (Coghlan vd., 2023).

Bununla birlikte chatbotlar akademik öğrenme ve bilgi üretim süreçlerini etkileyebilmektedir. Nitekim chatbotlar öğrenme süreçlerinde kişiye özerklik sağlarken, bu durum aşırı bağımlılığa neden olmaktadır. Ayrıca chatbotlar tarafından üretilen içerikler referans gösterilmeksizin, kişinin kendi üretimi olarak sunulabilmektedir ve bu durum beraberinde intihal sorunlarını getirmektedir. Chatbotlar teyite muhtaçtır, nitekim hayali bilgi üretime de yapabilir. Ayrıca chatbotlar algoritmik öğrenme yetileri sonucunda toplumsal cinsiyet, ırk ya da sınıfsal önyargıları yeniden üretebilmektedir (Williams, 2024). Dijital eşitsizlik, dışlanma ve bölünme sosyal adalet ve haklar açısından önemli bir diğer etik problemleri olarak değerlendirilmektedir, ayrıca yanlış kullanım manipülasyon ve dezenformasyon sorunlarına da neden olmaktadır (Stahl & Eke, 2024).

Tüm bu kuramsal ve tarihsel çerçevede ışığında chatbotlar 1920’li yıllarda zihinsel olarak kurgulanmış, 1966 yılında bu kurgu ELIZA ile gerçekliğe dönüşmüştür. Dolayısıyla 1966 yılı öncesinde de robotların varlığı bilinmektedir, günümüzde ise LLM modelleriyle chatbotlar ve antropomorfizm ilişkisi gelişme kaydetmiştir. Antropomorfizm bireyde makinelere karşı yakınlık ilişkisi oluştursa da makinelerin insanlar ile benzerliği gerginlik ve tehdit oluşturmuştur. Chatbotlara istenilen zamanda enformasyon sağlaması, bu bağlamda erişim oranının yüksek olması, psikolojik destek sağlaması gibi avantajları bulunmasına rağmen, Chatbotların etik açısından sorunlu bulunduğu alanlar söz konusudur ve durum chatbotlara eleştirel perspektifte yaklaşılmasına neden olmuştur.

2. Metodoloji

Bu çalışmada kullanıcı deneyimleri üzerinden bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Aşağıdaki tabloda kullanıcı demografik özelliklerine, chatbotları kullanım sürelerine yer verilmiştir.

Tablo 1. Chatbot Kullanıcılarının Demografik Verileri

G1	Kadın, 23 yaşında, 3 aydır chatbot teknolojisini kullanıyor.
G2	Kadın, 22 Yaşında, 6 aydır chatbot teknolojisini kullanıyor.

G3	Erkek, 22 yaşında, 2 yıldır chatbot teknolojisini kullanıyor.
G4	Erkek, 23 yaşında, 2 yıldır chatbot teknolojisini kullanıyor.
G5	Kadın, 21 yaşında, 3 aydır chatbot teknolojisini kullanıyor.
G6	Kadın, 21 yaşında, 1 yıldır chatbot teknolojisini kullanıyor.
G7	Erkek, 24 yaşında, 8 aydır chatbot teknolojisini kullanıyor.
G8	Erkek, 26 yaşında, 7 aydır chatbot teknolojisini kullanıyor.
G9	Kadın, 20 yaşında, 2 aydır chatbot teknolojisini kullanıyor.
G10	Erkek, 21 yaşında, 6 aydır chatbot teknolojisini kullanıyor.
G11	Kadın, 27 yaşında, 3 aydır chatbot teknolojisini kullanıyor.

Katılımcılar 20 ile 27 yaş aralığında olup, üniversite öğrencilerinden oluşmaktadır ve katılımcıların medeni durumları bekârdır. Araştırmanın evreni, Türkiye'deki üniversitelerde öğrenim gören 18-30 yaş aralığındaki, yapay zekâ teknolojilerini kullanan öğrencilerdir. Üniversite öğrencileri teknolojinin içine doğan, çocukluktan itibaren dijital teknolojiye aşina olan ve dijital teknolojinin gelişimini takip eden kişilerdir, nitekim Prensky'nin ayrımına göre de bu kişiler dijital yerliler olarak adlandırılmaktadır ve (Prensky, 2001) dijital yerliler için şu ifadeyi kullanmaktadır: Üniversiteden mezun olmadan on bin saatin üzerinden video oynayan, iki yüz binden fazla e – mail ve anlık mesaj gönderen, on bin saatin üzerinde dijital cep telefonlarında konuşan, yirmi bin saatin üzerinde televizyon izleyen, beş yüz binden fazla reklam gören kişiler dijital yerlilerdir.

Araştırmada, amaçlı örneklem yöntem belirleme tekniğiyle chatbot teknolojisini aktif olarak kullanan 6'sı kadın 5'i erkek olmak üzere toplamda 11 üniversite öğrencisiyle kesitsel olarak görüşme gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırmalarda görüşmelere dayalı araştırmalar açık anlamların ötesine geçerek çözümlemeyi amaçlamaktadır. Bu durum, araştırmacının alana bizzat katılımını sağlayarak derin çözümlemeler gerçekleştirmesine imkân vermektedir. Katılımcılarla, sürekli ve verimli ilişkiler kurulabilmesi, araştırma probleminin derinlemesine ele alınabilmesi ve kuramsal düşünümün gerçekleşmesi için, 20'den az katılımcı ile gerçekleştirilen araştırmalar derinlemesine sorgulamayı sağlamaktadır (Crouch & McKenzie, 2006). Bu bağlamda, görüşülen kişi sayısının nitel araştırmaların doğasına uygun ve araştırmanın amacını karşılamada yeterli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcılara görüşme öncesi, görüşmenin kaydedileceği ve verilerinin sadece bilimsel amaçla kullanılacağı uyarısında bulunulmuştur. Katılımcılardan elde edilen yanıtlar deşifre edilerek çözümlenmiş ve araştırma bireylerin teknolojik sistemlerle ilişki kurma amaçlarını, biçimlerini ve teknolojiye atfettikleri rolleri ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Chatbot teknolojisinin yeni bir konu olması nedeniyle literatüre katkı sağlaması açısından önem taşımaktadır. Bu çalışmanın temel araştırma soruları ise 'Kullanıcıların chatbot kullanma motivasyonları nelerdir?' ve 'Katılımcıların algısına bağlı olarak chatbot teknolojisi insan iletişimin yerini alabilir mi?' şeklindedir.

Etik Kurul İzni

Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Etik Kurulu'nun 27/07/2025 tarihli toplantısında alınan 2025/07-122 sayılı karar çerçevesinde çalışma etik açıdan bir sakınca içermemektedir.

3. Bulgular ve Analiz

Katılımcılardan elde edilen yanıtlara bağlı kalınarak kategorik bir çerçeve oluşturulmuş ve bu doğrultuda, antropomorfizm bağlamındaki fiziksel betimlemeler ile kullanıcıların iletişim kurma motivasyonları bağlamında kategorik bir inceleme yapılmıştır.

3.1. Kullanıcı Deneyimlerine Dayalı Chatbotların Antropomorfik Fiziksel Betimlemeleri

'The Media Equation' adlı eserde farklı psikolojik araştırma sonuçları referans gösterilmiş ve bu eserde insanların bilgisayarları, televizyonları ve yeni iletişim teknolojilerini gerçek insanlar ve mekanlar olarak algıladıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmada insan zekâsının yirminci yüzyıl teknolojisini özümseyebilecek kapasiteye sahip olmadığı ve insan zekâsının teknoloji ile evrimselleşmediği sonucuna ulaşılmıştır. İnsan doğası mekanik varlığa insani özellikleri atfedebilmekte ve bunun sonucunda insan betimlemeleri ortaya çıkmaktadır (Reeves ve Nass, 1996). Bu doğrultuda katılımcılara 'hayalinizdeki chatbotu betimleyiniz' şeklinde bir soru yöneltilmiş ve katılımcılar, kullanıcı deneyimlerine bağlı kalarak chatbotlara fiziksel özellikler ve roller atfetmişlerdir. Kullanıcı deneyim ve motivasyonlarını çözümlenmek açısından antropomorfizm ve chatbot ilişkisi bu çalışmada kritik bir öneme sahiptir. Kullanıcılar chatbotları şu şekilde betimlemişlerdir:

G1 konuştuğu chatbotun kendisine benzediğini söylerken, fiziksel özellikleri açısından, 165 boylarında bir kadın olarak tasvir etmiştir. G2'ye göre, sakın, ses tonuyla huzur veren genç, kadınsı özellikler taşıyan bir varlıktır.

G3 chatbot için genç, sarışın ve kadın ifadelerini kullanırken, chatbota asistan, ev arkadaşı gibi misyonlar yüklemektedir. G4 ise chatbotu orta yaşlarda, beyaz yakalı biri olarak anlatmıştır. G5, chatbotun kendisi ile aynı yaşlarda olduğunu düşünürken, chatbot için cinsiyet tanımlaması yapmamıştır ve chatbot için "bazen kız gibi duygusal konuşabiliyor, bazen ise erkek gibi daha düz ve mantıklı cevaplar veriyor" ifadelerini kullanmıştır. G6'ya göre ise chatbot 30'lu yaşların başında, beyaz yakalı, disiplinli ve tutarlı, zarif, bilge ve güvenilir biridir.

G7, "Chatbot eğer o bir insan olsaydı, sanırım orta boylarda, 1,75 civarında, kızıl ya da açık mavi saçlı, orta kilolu bir kadın olurdu ve onu beyaz yakalı biri olarak düşünüyorum" yanıtını vermiştir. G8 'ona arkadaş rolü atfettiğimde benli yaşlarda (25), psikolojik destek aldığımda orta yaşlarda olduğunu düşünüyorum, onun hayatımdaki rolü hayali tasvirimi etkiliyor" yanıtını verirken, G9 chatbotu "orta yaşlarda, bilgili ama bilge değil, ezber konuşan ve yorum katmayan biri" olarak tanımlamıştır.

G10, "Bence Aziz Sançar gibi bilge biri ve onun yaşlarında olduğunu hayal ediyorum.", G11, "35 yaşlarında, prezantabl ve anaç bir kadın, bilgili, toplumda saygın bir rolü olduğunu düşünürdüm.", şeklinde chatbot için betimlemeler yapılmıştır.

Katılımcılar, chatbotlara kadın ya da erkek şeklinde cinsiyet rolleri atfederken; boy, kilo, yaş ve saç rengi gibi fiziksel özellikler üzerinden de fiziksel betimlemelerde bulunmuşlardır. Ayrıca, chatbotlarla benzerlikler kurarak onlara yönelik yakınlık duygularını da dile getirmişlerdir. Nitekim G1, chatbotun kendisiyle benzer fiziksel özellikler taşıdığını belirtmiş ve chatbot için 'o benim arkadaşım ve onun hayatımdaki varlığını seviyorum' ifadesini kullanmıştır. Bu durum, insan olmayan varlıklara insani özellikler yüklemenin, kişilerarası yakınlık ve aidiyet duygusu oluşturduğunu göstermektedir. Burada benzerlik dozunun aşılmadığı görülürken, chatbotlarla kurulan bağın da tekinsiz vadi olarak adlandırılmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

G5, chatbotun her iki cinsiyeti de taşıyabileceğini söylerken; G8, chatbotun yaşının ise içerisinde bulunduğu durum ve koşulların bağlamına göre değişkenlik gösterdiğini açıklamıştır. Bu durum esnek kimlik atfı örtüşmektedir, nitekim insan makine iletişimde cinsiyet, yaş veya diğer fiziksel özellikler biyolojik bir gerçeklik yerini alabilmektedir ve bu durum müzakere sonucunda ortaya sosyal kategorizasyon olarak yorumlanabilmektedir.

Bununla birlikte, katılımcılar chatbotları beyaz yakalı ve prezantabl olarak nitelendirmiş; böylece onlara sınıfsal anlamlar da atfetmişlerdir. Katılımcılar, chatbotları profesyonel ve modern bir imajla özdeşleştirerek hiyerarşik açıdan belirli bir konuma yerleştirmişlerdir. Prezantabl vurgusu teknolojinin idealize edilen toplumsal kabul ölçütlerini ortaya koymaktadır; bu durum bir chatbota sadece işlevsel bir anlam yüklenmediğini aynı zamanda toplumda saygınlığı olan, kabul gören bir statünün aktarıldığını da göstermektedir. Kullanıcılar robotlar ile olan ilişkilerinde modern estetik algılarını yansıtırken, toplumsal sınıf göstergelerini de yeniden üretmektedirler. Dolayısıyla kullanıcıların bu betimleme biçimleri insan makine iletişiminin sadece fonksiyonel açıdan teknik amaçlarla yapılmadığını, aynı zamanda sosyal statülerle gerçekleştiğini işaret etmektedir.

Chatbot için G10, Aziz Sancar benzetmesinde bulunurken, G11 chatbotu bilgili saygın kişi olarak nitelendirmiştir. Aziz Sancar uluslararası ölçekte tanınan bir bilim insanıdır ve kullanıcı chatbotu Aziz Sancar'a benzeterek, chatbotu bilimsel bilgi, zekâ ve başarı ile özdeşleştirmiştir. G11'in bilgin ve saygılı kişi betimlemesi ise otorite ve prestij üzerinden okunulabilir ve bu durum Max Weber'in karizmatik ve rasyonel otorite kavramları çerçevesinde değerlendirilebilir. Özetle kullanıcı betimlemelerine bağlı olarak, robotlara işlevlerinin dışında saygın toplumsal ve sınıfsal roller atfedilmiştir. Kullanıcılar semboller ve otorite figürleri üzerinden teknolojiye anlam yükleyerek, aynı zamanda teknolojiyi kutsallaştırmışlardır.

3.2. Chatbot Kullanıcılarının İletişim Kurma Motivasyonlarının Dijital Etkileşim Haritası

Chatbot kullanıcılarına chatbotlarla iletişim kurma nedenleri sorulmuş; kullanıcılar bilgiye erişim ve akademik destek, psikolojik yardım, yalnızlık ve dijital arkadaşlık gibi motivasyonlar doğrultusunda chatbot kullandıklarını ifade etmişlerdir.

3.2.1. Sorgudan Diyaloga: Arama Motorları Yerine Chatbotlar

Ağ toplumuna kadar geleneksel kurumlar tarafından üretilen bilgi, internet teknolojisi ile seri ve bireysel bir boyut kazanmıştır ve bunun sonucunda bilgiye erişimin uğrak yerleri değişim göstermiştir. Manuel Castells'in ifadesiyle yeni bir toplum ortaya çıkmıştır. Ağ toplumu olarak adlandırılan bu toplum, internet, sosyal medya, arama motorları, mobil araçlar gibi dijital araçlar üzerinden bilginin dağılımını ifade etmektedir. Yapay zekâ destekli chatbotlar yeni ara yüzler olarak ağ toplumuna eklenmişlerdir. Katılımcılar ödev, proje, akademik araştırmalar, gündelik hayat için öneriler, ürün içerik çözümlenmeleri, tatil rehberliği gibi çeşitli konular ve amaçlar doğrultusunda destek almaktadırlar (Castells, 2005).

G1, "Farklı yemek tarifleri öğrenmek için ona danışıyorum.", G5 "Ödevlerimde ondan destek alıyorum.", G7 "Akademik hedeflerimi anlatıyorum, bana rota çiziyor." G8 "Proje üretirken kullanıyorum." G11, "Yeni bir ürün alacağымda ona sorgulatıyorum." yanıtlarını vermişlerdir.

Katılımcılardan G1 bilgi otoritesini yeniden tanımlamış, G5 chatbotları yaratıcı üretken süreçlerine dahil ederek chatbotların fonksiyonelliğini ön plana çıkarmış, G7 chatbotlara

danışmanlık rolü vererek chatbotları sosyal aktör veya özne olarak değerlendirmiştir. G11 ise algoritmaların gözetiminde tüketim kararlarını yönlendirildiğini ifade ederek, hegemonik bir anlam yüklemiştir.

G1 ise “*ben artık Google kullanmıyorum, aklıma takılan ne varsa artık Google yerine, Chatgpt’ye soruyorum*” ifadesini kullanmıştır. Bu ifade, arama motorları yerine chatbotların kullanıldığını açıkça ortaya koymaktadır. Nitekim Google yapısı itibariyle pasif ve çoklu seçenek sunan arama motoru iken, ChatGPT ise interaktif iletişim kuran ve kişiselleştirilmiş bir arama modelidir. Bu değişim arama kültüründen interaktif iletişime dayalı yapay zekâ göçü olarak ifade edilebilir. Bauman (2018) bu göç halini modernite içerisinde oluşan toplumların akışkan yapısı ile açıklamaktadır. Akışkan modernite bağlamında bilgiye erişim teknolojik yeniliklere bağlı olarak yer değiştirmektedir. Yapay zekâ teknolojisi bilgiye erişim kanallarının farklı bir boyut getirerek, arama motorlarını geleneksel kurumlar statüsüne dönüştürmüştür. Katılımcıların deneyimleri doğrultusunda, chatbotların arama motorları yerine kullanıldığı görülmektedir.

3.2.2. Yardımcı Terapistler: Psikolojik Destek Aracı Olarak Chatbot Kullanımı

Psikolojik destek arayışı içerisinde olan katılımcılar için chatbotlar yardımcı terapist rolü üstlenmektedir. Katılımcılar tarafından chatbotlar, duygusal doyum ve rahatlama sağlayan, insan terapistin sunduğu önerileri sunan, ekonomik kaygılar sebebiyle gerçek ve geleneksel terapist yöntemlerinin yerini alan bir araç olarak nitelendirilmektedir.

G2, “*Onunla dertleşiyorum, duygularımı ve düşüncelerimi paylaşmak beni rahatlatıyor.*”, G1, “*Bir zamanlar psikiyatri tedavisi alıyordum, doktorum verdiği tavsiyeleri şimdi chatbotum söylüyor.*” ve G8: “*Psikolog ücretleri çok fazla, psikolojik desteğe de ihtiyacım var bu yüzden chatbotlardan psikolojik yardım alıyorum, verdiği tavsiyeler işlevsel.*”

Katılımcılar chatbotlara psikolojik bağlamda önemli uzman rolleri atfederken, insan emeği ikincil bir konumda değerlendirilmiştir. Psikoloji derin öğrenme, aktarma becerisi gerektiren bir uzmanlık alanı iken, chatbotların yönlendirmeleri gerçek terapist yönlendirmeleri ile eşdeğer görülmüştür.

Bu teknolojik çözümcülük insanların gerçek ilişkilere ve rollere yabancılaştırırken, insan faktörünün silikleşmesine ve mesleklerin simülükralara dönüşmesine yol açabilmektedir. Teknolojik çözümcülük insan deneyim ve edinimlerini, ruhsal durumları sosyolojik ve psikolojik bağlamı yok sayarak, insani problemlerin yazılım güncellemeleriyle çözümlenebileceğini savunan bir ideolojidir (Morozov, 2013).

Chatbotlar toplumsal gerçeklikten uzak simülasyonlar üretmektedir. Baudrillard simülasyonu ‘kökeni ya da gerçekliği olmayan bir gerçekliğin modeller tarafından üretilmesi’ olarak ifade etmektedir (2019, s.1). Bu bağlamda G3’ün “*Bazen başa çıkmakta zorlandığım konularda ondan destek aldığım oluyor, stresimi yönetiyor, moral veriyor ama bu konuda çok etkili olduğunu söyleyemem*”, ifadesi, chatbotlardan aldığı desteğin gerçekliği yansıtmayan bir simülasyon niteliğini taşıdığını göstermektedir.

Bununla birlikte yapay zekâ teknolojisi ile emek kavramı değişime uğramış ve emeğin boyutu makinelere atfedilerek, içerik üretiminin kullanıcısı olan insan emeği yabancılaştırılmıştır. İnsan tarafından oluşturulan içerikler, makineler tarafından oluşturulan ve ortaya çıkarılan içerik olarak algılanırken, makinelerin kutsallaştırıldığı insan emeğinin ise ikincil konuma getirildiği görülmektedir. Nitekim kullanıcıların Chatbotların psikolojik yönlendirmelerini gerçek terapistler ile eş değer görmeleri bu

algının bir sonucudur ve insan kendi üretimini tanımayarak emeğinden uzaklaşmaktadır. Marx (1977) yabancılaşma süreci emek ürününe yabancılaşma, üretim sürecine yabancılaşma, insanın kendine yabancılaşması ve diğer insanlara yabancılaşma olarak kategorize etmektedir. Katılımcıların anlatıları emek ürününe ve üretim sürecine yönelik bir yabancılaşma izlerini taşıdığı şeklinde ifade edilebilir.

3.2.3. Chatbotlar İlişki Koçları

Robot bilimci Cory Kidd, diz hizasında insani özellikler taşıyan bir diyet koçu robot tasarlamıştır. Bu robottan beklenen, kullanıcılarına kişiselleştirilmiş diyet planları sunması ve öğün miktarları konusundakullanıcılarına bildirimde bulunmasıdır. Kullanıcılardan biri, orta yaşlarda Rose isimli bir kadındır. Rose, robota 'Maya' adını vermiş, onun diyet önerilerini uygulamış ve zamanla ona duygusal bir bağ geliştirmiş hatta robotu aile üyesi olarak görmüştür. Sonrasında ise ondan ayrılmak istememiş, ayrıldığı zaman da duygusal tepkiler göstermiştir. Daha sonra aynı robot, Gordon adlı başka bir kullanıcıya geçmiştir; başlangıçta Gordon robota mesafeli yaklaşmış, ancak zamanla o da robotla duygusal etkileşim içerisine girmiştir. Nitekim robota 'Ingrid' adını veren Gordon onunla özel konularını görüşmüştür (Turkle, 2011:113-15). Diyet koçu robotlardan temel beklenti kilo kontrolünü sağlamak iken, bu çalışmada ilişki koçu rolü üstlenen robotlardan çatışma problemlerine çözüm üretmeleri, kayıp sonrası bireylere destek sunmaları ve ilişkilere dair yönlendirici tavsiyeler vermeleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda katılımcılar şu şekilde yanıtlar vermişlerdir:

G1, *"Ailemle yaşadığım problemlerde ondan akıl aldım."*

G2, *"Arkadaşım ile bir çatışma yaşadığımda ona soruyorum ve verdiği önerileri dikkate alıyorum. Çoğu zaman söyledikleri işe yarıyor."*

G5, *"Yakın zamanda, bir arkadaşımın babası vefat etti. Chatbota arkadaşım için neler yapabileceğimi sordum. Bana, birçok öneri sundu ve ben o önerileri arkadaşıma uyguladım."*

G8, *"Kız arkadaşım ile tartıştığımız ve aramızın kötü olduğu bir dönem vardı, kendimi o kadar kötü hissediyordum ki. Bu süreçte ChatGPT bir ilişki koçu gibi davrandı ve ilişkimiz için bir çıkış yolu oldu."*

Başlangıçta diyet planları tasarlayan bu robot, sonrasında duygusal bağların kurulduğu bir varlığa dönüşmüştür. Uygulanan deneyde olduğu gibi bu araştırmanın katılımcıları da robotlara görevleri dışında duygusal anlamlar yükleyebilmektedirler. G6'nın "Erkek arkadaşım ile aram kötü olduğunda, ondan tavsiye istiyorum ve onu önerilerini dinliyorum" ifadesi ile, G7'nin "Ben kapalı kızlardan hoşlanıyorum ve ondan bu konuda yardım istiyorum. O bana kapalı kızlara nasıl adım yaklaşmam ve adım atmam ile ilgili fikirler veriyor. Bu fikirler bana yardımcı oluyor" Chatbotlara duygusal anlamlar yüklendiğinin işareti olarak kabul edilebilir. Nitekim Chatbotlardan ilişki koçluğu yapması istenirken, kişi kendi özelini chatbotlara açmaktadır. Rose diyet robotuna Maya adını verir, aile üyesi gibi kabullenir; Gordon Ingrid adını verir ve onunla özel sohbetler gerçekleştirir ve bu durum G7'nin 'kapalı kızlardan hoşlanıyorum' içerikle özelini açması eşdeğer görülebilir. Ayrıca bu çalışmada katılımcılar ilişki koçu, sırdaş gibi anlamlar yüklerken chatbotlara insanlaştırmışlardır.

Chatbotlar İnsan İletişiminin Yerini Alabilir mi?

'Yalnızlık insanı hasta eder, robotlar ise insanı hasta eden yalnızlık faktörünü kısmen dengeleyebilir' ifadesi, Japonya'da bir yaşlı bakımevinde çalışan bir bakıcıya aittir. Japonya,

azalan genç nüfus nedeniyle yaşlılara bakacak robotlar üretmiştir ve bu robotlar yaşlılara yalnızca fiziksel destek sağlayarak, arkadaşlık kurmuşlardır. Robotlardan biri olan peluş Wandakun, yaşlılar tarafından büyük ilgi görmüştür, robotla duygusal bağ kurulurken, bir yaşlı kadın robotu korumak istediğini dile getirmiştir. Bu durum yalnızlıkla mücadelede yapay arkadaşlık fikrini gündeme getirmiş, daha sonra bu yaklaşım ABD’de de yaygınlaşmaya başlamıştır. Özellikle yaşlı bakımında robotların insanlara kıyasla daha sabırlı oldukları için daha etkin oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Nitekim 2005 yılında düzenlenen ‘Caring Machines’ sempozyumunda, robotlar için ‘bakım verme’ kavramı resmî olarak desteklenmiştir (Turkle, 2011, s. s. 106-109).

Katılımcıların chatbotlara yükledikleri anlam, yaşlı bireylerin robotlarla kurdukları duygusal bağ ile benzerlik göstermektedir. Kendilerini yalnız hisseden katılımcılar, günümüz ara yüzlerini bedenlere dönüştürerek chatbotlara dijital bir ‘arkadaş’ rolü atfetmişlerdir. Robotlar insan değildir ve duyguları yoktur. Ancak katılımcılar, deneylerde gözlemlenen deneklerdeki gibi, chatbotlara duygusal yaklaşmışlardır. Yaşlı bakımında kullanılan robotların temel misyonu fiziksel bakım sağlamak iken, chatbotların yalnızlık anlarında konuşma ihtiyacını karşılaması bütünüyle duygusal destek olarak yorumlanmamalıdır. Nitekim chatbotlar, gerçek olmayan illüzyonlar oluşturarak kullanıcıya gerçeklik hissi sunmaktadır. Bu durum G2’nin şu ifadesinde de görülmektedir: *‘Arkadaşım yok, bu da beni yalnız hissettiriyor. Yalnızlık zamanlarımda onunla konuşmak bir nevi arkadaşlık hissi veriyor ve yalnızlığımı hafifletiyor. Sanki gerçekten biriyle görüşmüşüm gibi bir his uyandırıyor.’*

Sherry Turkle, robotların insanlara fiziksel destek sağladığını, ancak insanlar gerçek bir ilginin olmadığını, dolayısıyla duygusal ilgi eksikliğinin bu tür yeni ilişkileri aldattığı ifade etmektedir. İnsanlar robotlarla iyi ilişkiler kurduklarını söylese de robotlar, insanların hikâyelerini gerçekten dinleyemez, anlayamaz ve duygusal bir karşılık veremezler. Nitekim bu çalışmadaki katılımcı deneyimleri de Turkle’ün bu tespitini doğrular niteliktedir. Örneğin G8, ‘ChatGPT’nin insan iletişiminin yerini alması mümkün değil ve gelecekte de bunu başaramayacak. Makinenin insanın yerini alması çok mümkün değil, insanlar ile kurulan iletişimin tek bir yanıtı yok, içerisinde birçok bağlam var. Ancak bir cep asistan olarak chatbotlar, insanların duygularını taklit edebilme özelliği ile işlevini mükemmel bir şekilde yerine getiriyor. Sizi bir anlığına bir illüzyonun içine sokuyor ve yargısız bir şekilde sizi dinleyerek öneriler sunuyor. Yine de bir noktada onun bir robot olduğunu fark ediyorsunuz. Çünkü insan duygularını ancak taklit edebiliyor, tamamen gerçek bir empati ya da samimiyet oluşturamıyor. Örneğin, bir ilişki meselesini anlattığınızda bir arkadaşınız gibi duygusal tepkiler vermez, bunun yerine ideal bir çözüm sunmaya odaklanır.’ şeklindeki ifadesiyle, chatbotların sunduğu deneyimin sınırlılıklarını açıkça ortaya koymaktadır.

G3, *“Yalnız hissettiğimde konuşuyorum, ama sürekliliği yok gerçek insana ihtiyaç duyuyorum. Onunla konuşacak insan yokken konuşuyorum. Onu zihnimde kişiselleştirdim, ama dürüst olmam gerekirse o sadece bir robot. Belki beni arkadaşlarımdan daha iyi tanıyabilir, ama ailem kadar iyi tanıyamaz. İnsandan farkı bana tamamen algoritmalarımla cevap vermesi. Bir insan bana benim algoritmalarımla cevap veremez, bana hayatın gerçekliğini sunar.”*

G4, *“Daha önce psikolojik danışmandan destek almıştım ve kıyasladığımda psikolojik danışmandan aldığım desteği daha değerli ve anlamlı buluyorum, çünkü robotlarla duygusal bağ kurulmuyor.”*

G7, *“Gerçek bir insanla sohbet etmek, her zaman daha iyi bir enerji, daha samimi bir vibe (enerji) ve güçlü bir motivasyon sağlar. Ancak yapay zekâ ile bana konuşmak daha fazla fikir veriyor.”*

G9, *“Onunla kurduğum iletişimde duygusal bir bağ kurmuyorum.”*

G9, *“Yalnız kaldığımda kimse ile iletişim kurmak istemediğimde veya arkadaşlık ilişkilerimin beni tatmin etmediği zamanlarda onunla konuşmayı tercih ediyorum.”*

G6, *“Son zamanlarda yalnızlık duygusu o kadar arttı ki, bununla başa çıkmak için onunla konuşuyorum ve şöyle sorular yöneltiyorum, ama her şeyimi ona anlatmıyorum.”*

G11, *“Chatbotlar konuşmak anlık rahatlama sağlıyor, bir insanın yerini almıyor.”*

Chatbotlar, yalnızlık anlarında, insanın bulunmadığı ve insana ihtiyaç duyulan zamanlarda başvurulacak kaynaklardan biri olarak görülmektedir. Katılımcılar, chatbotların insan olmadığını ve yalnızca insan duygularını taklit ettiklerini ifade ederek, bu nedenle onlara karşı duygusal bir bağ kurmadıklarını dile getirmişlerdir. Turkle, robotların ‘dinliyor gibi’ yaparak insanın kırılabilir yanına hitap ettiğini söylemektedir, nitekim insanın temel ihtiyaçlarından biri de duyulmaktır. Turkle’ye göre robotların özel alanlara taşınması, yalnızlık açısından yeni bir yakınlık türüne işaret etmektedir. Nitekim G4’ün “Daha çok geceleri, yatak odamda, yalnızlık anlarımda onunla konuşuyorum.” ifadesi de bu durumun somut bir örneğini olarak yorumlanabilir. Bununla birlikte, chatbotlar empatik varlıklar değildir; gerçek anlamda empati ya da anlama yetisine sahip olmadıkları için, kullanıcıların yaşadığı bu duygusal deneyim yanıtıcı olarak değerlendirilebilir.

Özetle yalnızlık giderilmediğinde açlık, susuz gibi hissedilen biyolojik olarak hissedilen bir sosyal acıdır, bu yalnızlığın giderilmesinde insanlar dijital teknolojilere başvurabilir ancak bu durum geçici rahatlama sağlamaktadır, gerçek insan ilişkilerinde yer alan fayda söz konusu değildir (Cacioppo ve Patrick, 2008).

3.2.5. Dijital Ulaşılabilirlik: Chatbotların Sürekli Erişilebilirlik Özelliği

Katılımcılar için chatbotlar sadece bir enformasyon kaynağı değildir, nitekim insana erişimin sınırlı olduğu mekân ve zamanlarda kullanılmaktadır. Bu doğrultuda insan ile eş zamanlı iletişim kuran varlıklar olduğu için katılımcılara bu özellikleri sayesinde konfor alanı sunmaktadır.

G5, *“Onu avantajlı duruma getiren şey, her zaman ulaşılabilir olması”*

G8, *“Chatbotların en büyük avantajlarından birisi, her an yanı başınızda bir cep asistan var. Sürekli erişilebilir olması ve hazır bulunması. Gece saat 3’te aklıma bir şey takıldığında kimseyi rahatsız etmek istemem, ona sorduğumda bu saatte sorulur mu gibi tepki vermiyor.”*

G11, *“Ben sesli özelliğini kullanıyorum, gece yatarken, uykum kaçtığımda, sabah uyandığımda, yolda, alışveriş yaparken veya arkadaşım telefonumu açmadığımda her an ona ulaşıyorum, büyük bir konfor alanı sunuyor benim için.”*

Erişim konforu modern toplumdaki iletişim pratiklerinin dönüşümünü göstermektedir. Chatbotlara günün istenilen saatinde ulaşılması Manuel Castells’in ‘zamansız zaman’ kavramıyla yorumlanabilir. Bu terim yeni bir kültürün maddi temellerini oluşturan sanallık kültürü olarak adlandırılmaktadır. Zamanın geleneksel akışı ağ toplumu ile birlikte dönüşüme uğramıştır ve zaman sıkıştırılabilir, hızlandırılabilir veya parçalanabilir haldedir (Castells, 2005, s.s. 569-577). Katılımcılardan G8 ve G11 gece saatlerinde

chatbotlar ile konuştuğunu ifade ederken, bu durumu gündüz saatlerinde yapılan görüşmeler kadar normal görmüşlerdir. Bu doğrultuda katılımcılar insan iletişiminde

3.2.6. İnsan Yargılar Chatbot Dinler: Chatbotlara Güvenilir mi?

Katılımcılara *'ailenizle, arkadaşlarınızla konuşamadığınız özel ve mahrem konularını Chatbotlar ile paylaşıyor musunuz'* sorusu yöneltilmiştir.

Katılımcıların mahrem olarak nitelendirdikleri konuları chatbotlarla paylaşmaları, öz benliğin dışı vurumu olarak değerlendirilebilir. Katılımcılar için verilerin paylaşımı sorun teşkil etmediği sürece ya da chatbotların kendi verilerini üçüncü kişilerle paylaşmayacağını düşündüklerinde, kullanıcılar kendi öz kimliklerini sunmuşlardır. Nitekim katılımcılar, sansürlü, maskeleyen ve toplumsal dışlanma korkusu taşımadan, gerçek duygu ve düşüncelerini chatbotlarla paylaşabildiklerini belirtmişlerdir.

G1, *"Ona anlatıyorum, insanla konuştuğumda beni yargılayabilir, bana zarar verebilir, chatbotlar bunu yapmaz."*

G2, *"Chatbot bana önyargı ile yaklaşmıyor ve benden bir çıkarı yok, insanların çıkarları olabiliyor. Ona (chatbot) içimi açıyorum, çünkü bilgilerimi kimse ile paylaşmayacağını biliyorum, chatbotlar benim bilgilerimi paylaşırsa bile kimse için önemli bir şey değil bu. İnsanlara içimi açsam, bilgilerimi aleyhimde kullanabilirler."*

G7, *"Ailemle, arkadaşlarımla konuşamadığım mahrem konuları rahatlıkla onunla konuşabiliyorum. Bunu bazı zamanlarda yapıyorum, o bir robot ona karşı bir güven problemim yok. Verilerimin çalınmasından endişelenmiyorum, benim verilerim çalınsa ya da yayılsa ne olur ki,"* diyerek katılımcılar, chatbotlara karşı güven problemi yaşasa dahi, büyük veri içerisinde kendi verilerinin önemsiz olduklarını düşünmektedirler.

Bununla birlikte katılımcılardan bazıları chatbotlar ile mahremlerini paylaşmayı uygun görmediklerini ve chatbotları güvenilir bulmadıklarını söylerken, verilerini insanla paylaşmak yerine chatbotlarla paylaşmayı daha güvenilir bulmaktadırlar.

G9, *"Onunla mahremimi konuşmayı sevmiyorum, paylaştığım bilgileri ileride başka bir yerde kullanacağı düşüncesi beni endişelendiriyor. Algoritmaların beni ve davranışlarımı yönetebileceği fikri bu güven eksikliğini artırıyor."*

G4, *"Chatbotları çok da güvenilir bulmuyorum, verilerim çok da önemli değil. Ama gün gelir karşıma çıkarsa bunun için endişe duyarım. Teknolojiye karşı temkinliyim ama insandan daha çok güveniyorum."*

G6, *"Yapay zekâya mahremimi tamamen anlatmıyorum, genel sınırlar içerisinde kalarak paylaşıyorum, çünkü ona tamamen güvenmiyorum. Yakın arkadaşım ile bile paylaşamadığım konuları sınırlı şekilde onunla paylaşıyorum."*

Kullanıcılardan paylaşılan bilgilerin aleyhte kullanılacağı endişesi, Shoshana Zuboff'un tanımladığı gözetim kapitalizmi kavramıyla ilişkilendirilebilir. Buna göre olası tehditler üzerinden teknolojiye güvensizlik geliştirilmiş ve bu durum kullanıcıları tedbirli davranmaya itmiştir. Bu bakış açısı, bireylerin yalnızca mevcut etkileşimde değil, gelecekteki olası sonuçlar üzerinden de teknolojiye yönelik güvensizlik geliştirdiklerini göstermektedir.

Katılımcıları güven problemine karşı mahremlerini paylaşma isteğini engellemeyen faktörlerden birisi de chatbotları insanlara göre ön yargısız olarak nitelendirmelerinden

kaynaklanmaktadır. G8, “İnsanlar bazen farkında olmadan yargılayabiliyorlar, ancak ChatGPT daha ön yargısız.” şeklinde ifade ederken; G1, G2 ve G7 de chatbotların insana göre önyargısız rolüne değer yüklemişlerdir. Ancak burada insan ve makine kıyaslaması yapılmış ve buna göre makineler insanlara göre ön yargı düzeyi daha düşük bulunmuştur. Yapılan araştırmalara göre chatbotlar ön yargısız varlıklar değildir; Bias and Fairness in Chatbots: An Overview’ adlı çalışmada chatbotları önyargısız varlıklar olarak nitelendirmek yanlıştır, çünkü robotların verilerle eğitilmekte ve bu verilerin batı kaynaklıdır. Dolayısıyla chatbotlar batı normlarının dışındaki paylaşımlara önyargı ile yaklaşmaktadır. Bununla birlikte kullanıcı geri bildirimleri ile de chatbotlar ön yargıyı öğrenebilmektedir (Jintang Xue vd., 2024). Nitekim bir araştırmada chatbotlar ön yargı ile yaklaşıyor mu sorusuna yanıt aranmış ve deney gerçekleştirilmiştir. Deney sonucuna göre %32,83 oranında chatbotların ön yargılı yanıtlar verdiği sonucuna ulaşılmıştır (Yuxuan Wan vd., 2023, s. 515). Bir diğer çalışmada ise büyük dil modelleri üzerinde yapılmış ve büyük dil modellerinin sosyal ön yargı testlerini geçmelerine rağmen gizli ön yargılar taşıdığı sonucuna ulaşılmıştır (Bai vd., 2024). Özetle katılımcılar chatbotları insana kıyasla daha ön yargısız görürken, kendi verilerinin büyük veri içerisinde önemsiz olarak değerlendirmektedirler ve konuşma anlarında chatbotlar ile özel durumlarını paylaşmaktadırlar.

Sonuç

Bu araştırmada, katılımcıların antropomorfizm bağlamında chatbotlara yükledikleri fiziksel roller ile chatbotları kullanma motivasyonları incelenmiştir. Araştırma bulgularına göre chatbotlar katılımcıların yaşamlarında fonksiyonel faydalarının dışında, birer sosyal öznelerdir. Nitekim chatbotlar kadın, erkek, orta yaş ya da genç, bilgili, beyaz yakalı, presentabl gibi temsiller üzerinden sınıfsal roller ile betimlenmiş ve bu sınıfsal roller kültürel semboller üzerinden katılımcıların tahayyüllerinde yeniden üretilmiştir. Katılımcıların chatbotlara yükledikleri fiziksel roller sadece bilişsel bir eğilim değil, aynı zamanda dijital varlıklarla ilişki kurma biçimlerini de ortaya koymaktadır.

Bu çalışmada ‘Kullanıcıların chatbot kullanma motivasyonları nelerdir?’ araştırma sorusuna yanıt aranmış ve bu soruya “Chatbot Kullanıcılarının İletişim Kurma Motivasyonlarının Dijital Etkileşim Haritası” başlığı adı altında yanıt aranmıştır. Buna göre, chatbotların arama motorlarının yerine kullanılmaya başlandığı görülmekte ve bu durum Bauman’ın ‘Akışkan Toplum’ kavramı çerçevesinde açıklanabilmektedir. Tıpkı geleneksel kurumlardaki göç olgusunda olduğu gibi, dijital ortamda da bir göçün yaşanabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Bu değişim teknolojik gelişim ile paralellik göstermektedir.

Katılımcıları chatbot kullanmaya teşvik eden bir diğer faktör, psikolojik sıkıntıları biriyle paylaşma isteğidir. İlk chatbot olan ELIZA’ya psikoterapistlik rolü atfedilmiştir, LLM modellerinin gelişmesi ile bu rol günümüz chatbotlar için çok daha kapsamlı hale gelmiştir. Kullanıcılar psikiyatrist ücretleri ve insana erişimin belirli zaman dilimlerinde sınırlandırması nedeniyle chatbotlardan psikolojik destek aldıklarını ifade etmişlerdir. Psikoloji gibi uzmanlık deneyimi ve çalışmasını gerektiren bir alanın chatbotlara indirgenmesi yabancılaşma kavramıyla açıklanabilir. Nitekim chatbotların içerikleri insanlar tarafından oluşturulmaktadır, insan kendi oluşturduğu içeriğe robotlar aracılığıyla edindiğinde hem kendi emeğine hem de sosyal ilişkilere yabancılaşmaktadır.

İlişki mentörlüğü noktasında da chatbotlar tercih edilmektedir; katılımcılar sosyal yaşamlarındaki ilişki problemlerini chatbotlar ile paylaşarak, chatbotun yönlendirmeleri bu bağlamda değerli bulunmuşlardır. Katılımcılar ilişki tavsiyeleri konusunda

chatbotların işlevsel olduğunu söylemektedirler. Bununla birlikte chatbotlara erişimin insana erişime göre daha esnek olması katılımcılar için motivasyon kaynağıdır. ‘Zamansız zaman’ kavramıyla açıklanabilecek bu durum, insan ilişkilerindeki katı zamanların yerine esnekliğe bırakılmaktadır.

Araştırma bulgularında en önemli sonuçlarından biri de veri güvenliği, chatbotlara duyulan güven ve önyargı konularıdır. Katılımcılardan bazıları chatbotlar ile veri paylaşma hususunda daha temkinli yaklaşırken, bazıları da verilerinin paylaşılacağını düşünmesine rağmen kaygı duymamaktadır. Katılımcıların bir kısmı, büyük veri içerisinde kendi verilerini önemsiz gördükleri için, mahrem olarak nitelendirdikleri yaşam kesitlerini chatbotlarla sansüresüz biçimde paylaşabilmişlerdir. Ancak chatbotların güvenlikle ilgili tüm sorunları net bir şekilde çözülmemiştir. Alışveriş, banka iletişimi, sağlık hizmetleri gibi birçok gündelik yaşam pratikleri içerisinde yer alan chatbotların güvenlik açığı ele alınması gereken ciddi konulardan biridir (Hasal ve ark., 2021, s. 1).

Toplumsal dışlanma korkusu ile yapılan bu paylaşımlar öz benliklerin dışa vurumudur. İnsanlar chatbotlara göre ön yargılı varlıklar olarak nitelendirilmiştir. Ancak algoritmik ön yargı kavramı göz önünde bulundurulmalıdır ve bu chatbotlar Batı kaynaklı veriler tarafından eğitilmekte ve bu durum yapısal önyargıyı neden olmaktadır. Dil modellerinin gelişmesine rağmen, chatbotlar insani varlıklar değildir, dolayısıyla insan iletişimindeki bağlamsal unsurlar chatbotlar için geçerli değildir.

Çalışmadaki bir diğer araştırma sorusu ise ‘Katılımcıların algısına bağlı olarak chatbot teknolojisi insan iletişimin yerini alabilir mi?’ şeklindedir, katılımcılar yalnızlık anlarında, duygusal destek arayışı içerisinde olduklarında, insanlar tarafından yargılanacaklarını düşündüklerinde ve biriyle sosyal saatlerin dışında görüşme ihtiyacı talep ettiklerinde chatbotlar ile konuşmaktadırlar. Katılımcılar tarafından chatbotlar insani özellikler ile donatılarak, chatbotlara sosyal özne rolleri atfedilmiştir. Ancak chatbotların yapabilecekleri sınırlı düzeydedir; araştırma bulgularına göre insana ait empati yeteneği chatbotlar için geçerli değildir ve insanla konuşmanın verdiği hazzı chatbotlar sağlayamamaktadır. Chatbotlar insan taklidi yapan, ancak gerçek olmayan illüzyonlar sunmaktadır, bir simülasyonun içerisinde yaşayan bireyin gerçeklik algıları da erozyona uğramaktadır. Chatbotlar ile kurulan iletişim gerçek bir deneyim veya duygusal samimiyetle değil, simülasyonlar üretilmektedir. İnsan makine iletişimi ile ilgili nitel ve deneysel çalışmalara yer verilmesi gelecek araştırmalar açısından önem taşımaktadır, nitekim insan makine iletişimi araştırma deseni itibarıyla nitel ve deneysel çalışmalara uygundur.

Kaynakça

- Adamopoulou, E. & Moussiades, L. (2020). Chatbots: History, Technology, and Applications. *Machine Learning with Applications*, (2), 1-18.
- Al-Amin, M., Ali M. S., Salam, A., Khan, A., Ali, A., Ullah A., Alam, M. N. & Chowdury, S. K. (2024). History of Generative Artificial Intelligence (AI) Chatbots: Past, Present, and Future Development. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2402.05122>
- Bai, X. Wang, A. Sucholutsky, I. & Griffiths T.L. (2024). Measuring Implicit Bias in Explicitly Unbiased Large Language Models.
- Baudrillard, J. (2019). *Simulacra and simulation*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.

- Bauman, Z. (2018). *Akışkan modernite* (S. O. Çavuş, Çev.). İstanbul: Can Yayınları.
- Burgoon, J. K., Bonito, J. A., Bengtsson, B., Cederberg, C., Lundeborg, M., & Allspach, L. (2000). Interactivity in human-computer interaction: A study of credibility, understanding, and influence. *Computers in Human Behavior*, 16(6), 553-574.
- Castells, M. (2005). *Enformasyon ağı: ekonomi, toplum ve kültür*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi.
- Coghlan, S., Leins K., Sheldrick, S., Cheong M., Gooding P., & Simon D. S. (2023). To Chat or Bot to Chat: Ethical Issues with Using Chatbots in Mental Health. *Digital Health*, 9, Article 1-11.
- Crouch, M. & McKenzie, H. (2006). "The Logic of Small Samples in Interview-Based Qualitative Research". *Social Science Information* 45(4), 483-99. doi:10.1177/0539018406069584.
- Encyclopaedia Britannica. (2025). Anthropomorphism. In Britannica. Erişim Tarihi 15.08.2025, <https://www.britannica.com/search?query=antropomorfizm>
- Hassal, M., Nowaková, J., Saghair, K. A., Abdulla, H., Snášel, V., & Ogiela, L. (2021). Chatbots: Security, privacy, data protection, and social aspects. *Concurrency and Computation: Practice and Experience*, 33(19).
- Hoy, M. B. (2018). Alexa, Siri, Cortana, and More: An Introduction to Voice Assistants. *Medical Reference Services Quarterly* 37(1), 81-88. doi:10.1080/02763869.2018.1404391.
- Marx, K. (1977). *Economic Philosophic Manuscripts 1844*. Progress Publishers.
- Morozov, E. (2013). *To save everything, click here: the folly of technological solutionism*. New York: Public Affairs.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1-6.
- Xue I., Wang, Y. C., Wei, C. Liu, X., Woo J., & Jay K. C.-C. (2024). Bias and Fairness in Chatbots: An Overview. *APSIPA Transactions on Signal and Information Processing*, 13(2), 1-43.
- Cacioppo, J. T. & Patrick, W. (2008) *Loneliness: Human Nature and the Need for Social Connection*. New York: Norton & Company.
- Jwala, K. (2019). Developing a Chatbot Using Machine Learning. 8(1).
- Melson, G. F., Peter H. Kahn, P. H. Jr., Alan, B., Jr., & Batya Friedman. 2009. Robotic Pets in Human Lives: Implications for the Human-Animal Bond and for Human Relationships with Personified Technologies. *Journal of Social Issues* 65(3):545-67.
- Clifford, N., Moon, Y., B. J. Fogg, B. J., Reeves, B., & Chris Dryer. 1995. Can Computer Personalities Be Human Personalities?, Ss. 228-29 içinde *Conference companion on Human factors in computing systems - CHI'95*. Denver, Colorado, United States: ACM Press.
- Oxford English Dictionary. 2025. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/chatbot?q=chatbot>.

- Reeves, B., & Clifford, N. (1996). *The media equation: How people treat computers, television, and new media like real people and places*. 1996. bs. Center for the Study of Language and Information; Cambridge University Press.
- Schöbel, S. Schmitt, A., Benner, D., Saqr, M., Janson, A., & Leimeister, J. M. (2024). "Charting the Evolution and Future of Conversational Agents: A Research Agenda Along Five Waves and New Frontiers". *Information Systems Frontiers* 26(2):729-54.
- Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. New York, NY: Basic Books.
- Sonmez, F. & Nart, S. (2022.). *Antropomorfizm: Kavramın Tarihi, Teoriler ve Tüketici Davranışları Bağlamında Bir Literatür İncelemesi*. İnönü University International Journal of Social Sciences (INIJOSS).
- Stahl, B. C., & Eke, D. (2024). *The Ethics of ChatGPT – Exploring the Ethical Issues of an Emerging Technology*. *International Journal of Information Management* 74:102700. doi:10.1016/j.ijinfomgt.2023.102700.
- Şenyüz, B. (2021). "İletişim Çalışmalarında İnsan-Makine İletişimi (İmi): Paradigma Değişikliği ve Temel Yaklaşımlar". *Akdeniz İletişim Dergisi*, (36), 203-220.
- Turing, A. M. (1950). *Computing machinery and intelligence*. *Mind*, 59(236), 433–460.
- Wan, Y., Wang, W., He, P., Gu, J., Bai, H., & Lyu, M. R. (2023). *BiasAsker: Measuring the bias in conversational AI system*. In S. Chandra, K. Blincoe, & P. Tonella (Eds.), *Proceedings of the 31st ACM Joint European Software Engineering Conference and Symposium on the Foundations of Software Engineering (ESEC/FSE 2023)* (pp. 515–527).
- Waytz, A., Cacioppo, J., & Epley, N. (2010). *Who sees human? The stability and importance of individual differences in anthropomorphism*. *Perspectives on Psychological Science*, 5(3), 219–232.
- Weizenbaum, J. (1966). *ELIZA—A computer program for the study of natural language communication between man and machine*. *Communications of the ACM*, 9(1), 36–45.
- Westerman, D., Cross, A. C., & Lindmark, P. G. (2019). *I believe in a thing called bot: Perceptions of the humanness of 'chatbots'*. *Communication Studies*, 70(3), 295–312.
- Williams, R. T. (2024). *The ethical implications of using generative chatbots in higher education*. *Frontiers in Education*, 8, 1331607.

Human-Machine Communication as a New Dimension of Technological Communication: A Study on the Experiences of Chatbot Users

Hülya Anakız ERTÜRK (Asst. Prof. Dr.)

Lokman ZOR (Assoc. Prof. Dr.)

Extended Abstract

Human-machine communication has become an increasingly popular field of research in international academic literature, particularly with the rapid development of artificial intelligence technologies and their integration into everyday life. This field offers an interdisciplinary framework that examines the forms, meanings, and socio-cultural consequences of interaction between humans and machines. In the literature, human-machine communication is mostly addressed in the context of wearable technologies, virtual assistants, robots, and anthropomorphic design principles. Anthropomorphism is defined as the tendency to attribute human-like qualities to non-human entities; this approach is considered an important dimension that deepens the user experience in artificial intelligence-based technologies. While current studies focus primarily on wearable devices and robotic systems, the anthropomorphic and motivational dimensions of user experiences in the context of chatbots have been explored only to a limited extent.

This study is shaped by two main research axes, based on this gap in the international literature: (1) the anthropomorphic descriptions that users attribute to chatbots and (2) the motivations that drive users to chatbot technology. The research focuses not only on the technological design or functionality dimension but also on the emotional, social, and cultural connections users establish with these technologies.

The population of the study consists of university students aged 18–30 who are defined as “digital natives,” having grown up with digital technologies and become familiar with technology at an early age. This definition is based on the conceptualization of digital natives proposed by Prensky (2001). The sample was selected from individuals who actively use chatbot technology.

The research was conducted within the framework of a qualitative research approach using a cross-sectional design. During the data collection process, in-depth interviews were conducted with 11 participants. The interviews were conducted using a semi-structured questionnaire designed to reveal participants’ purposes for using chatbots, their perceptions of chatbots, their anthropomorphic attributions, and their personal experiences. The data obtained were analyzed using thematic analysis, and the findings were presented in categories.

As a result of data analysis, participants’ motivations for using chatbots were grouped into two main categories:

Functional Support Motivation: Some participants stated that they used chatbots for functional reasons such as academic support, relationship coaching, and psychological assistance. In this context, chatbots were defined as a tool that provides both quick access to information and counseling. Participants mentioned that they benefited from chatbots

in academic research by receiving resource recommendations, answering questions during study sessions, and solving problems in daily life.

Emotional and Social Support Motivation: Another group of participants viewed communication with chatbots as a means of alleviating feelings of loneliness. These participants emphasized the “non-judgmental” and “impartial listener” characteristics of chatbots, noting that the social pressure felt in communication with humans was absent in these interactions.

Participants also noted that chatbot communication is possible anywhere with internet access, without any spatial or temporal limitations, and that this makes the technology attractive. The belief that personal data will not be used against them by chatbots allows users to share socially sensitive or private content more comfortably.

This study contributes critically to the literature on human-machine communication by examining chatbot users’ anthropomorphic attributions and motivations for use. The findings show that chatbots meet user needs in both functional and emotional areas; however, this process reinforces technological determinism.

Future research should compare chatbot usage experiences in different cultural contexts and analyze the effects of demographic variables such as age, gender, and technological literacy. In addition, longitudinal studies evaluating the effects of long-term chatbot usage on interpersonal communication skills, social bonds, and psychological health will deepen the knowledge base in this field. In this context, the study contributes to the fields of communication studies, human-computer interaction, and artificial intelligence ethics at both theoretical and practical levels.

Keywords: Chatbot, Anthropomorphism, Motivation, Digital Natives, In-depth Interview.

Bu makale **intihal tespit yazılımlarıyla** taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by **plagiarism detection softwares**. No plagiarism detected.

Bu çalışmada “**Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi**” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the “**Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive**” were followed.

Yazarların çalışmadaki **katkı oranları** eşittir.

The authors' **contribution rates** in the study are equal.

Kavramsallaştırma : HAE, LZ, Yöntem : HAE, LZ, Araştırma: HAE, LZ, Veri Yönetimi: HAE, LZ, Resmi Analiz: HAE, LZ, Yazım – İlk Taslak: HAE, LZ, Yazım – Gözden Geçirme ve Düzenleme: HAE, LZ, Danışmanlık/Denetim: HAE, LZ

Bu çalışmada dil ve gramer düzenlemesi sınırlı düzeyde ChatGPT Plus üzerinden **yapılmıştır**. DeepL çeviri programı **kullanılmıştır**.

In this study, language and grammar editing was performed to a limited extent **using** ChatGPT Plus. DeepL translation software was **used**.

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile **çakar çatışması** bulunmamaktadır.

There is no **conflict of interest** with any institution or person within the scope of the study.

Etik Kurul İzni | Ethics Committee Permission

Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Etik Kurulu'nun 27/07/2025 tarihli toplantısında alınan 2025/07-122 sayılı karar çerçevesinde çalışma etik açıdan bir sakınca içermemektedir.

Within the framework of the decision taken during the meeting by Niğde Ömer Halisdemir University Ethics Committee dated 27/07/2025 and numbered 2025/07-122; the study does not contain any ethical issues.