NOVARA
CONSULTING GROUP

This document was translated from English by machine and may contain mistakes. The English original is at https://www.novaracg.com/2026/07/12/ncg-insight-the-sign-language-ai-market-has-a-trust-problem/.

NCG İçgörüsü: İşaret Dili Yapay Zeka Piyasasının Bir Güven Sorunu Var

Heather Grizzle · July 12, 2026

AI sign language avatars are advancing faster than governance. The market's trust problem, and who will survive scrutiny.

İçindekiler

1. Pazarlama Dili, Yönetişim Dilini Geride Bıraktı
2. İşaret Dili Bir Görselleştirme Sorunu Değildir
3. İnovasyon Etrafındaki Duygusal Baskı
4. Uygulama Şeffaflığı Olmadan Heyecan
5. Farklı Teknolojiler, Tek Bir Etiket
6. İncelemeden Kim Sağ Çıkar

İşaret dili yapay zeka piyasası, gelişmekte olan teknoloji sektörlerinde sıkça görülen tanıdık bir örüntüye benzemeye başlıyor: önce heyecan, sonra yönetişim, hesap verebilirlik ise ikisinin de çok gerisinde bir yerlerde.

Geçtiğimiz yıl boyunca, “yapay zeka ASL avatarları” konferans sahnelerine, LinkedIn düşünce liderliği paylaşımlarına, girişim sunumlarına, erişilebilirlik panellerine, inovasyon vitrinlerine ve tanıtım demolarına adeta patlama yaparak girdi. Teknolojiyi çevreleyen dil giderek daha iddialı hale geldi. Kuruluşlar “erişilebilirlikte devrim yaratmaktan”, “kapsayıcılığı ölçeklendirmekten”, “iletişim boşluklarını köprülemekten” ve “tercümanlığın geleceğini dönüştürmekten” söz ediyor. Yatırımcılar ve inovasyon ekipleri, kategori kendini tanımlayacak kadar bile oturmadan önce bu alanda konumlanmak için can atıyor gibi görünüyor.

Bütün bunların merkezinde, dikkat çekici bir biçimde çok az kişinin açıkça sormaya cesaret ettiği bir soru duruyor:

Şu anda gerçekte satılan şey nedir?

Bu soru kötümser bir soru değildir. Operasyoneldir.

Çünkü konferans ışıkları söndüğünde ve alkışlar dindiğinde, kuruluşlar bu sistemlerin gerçekte ne yaptığını, nerede güvenilir biçimde çalıştığını, nasıl eğitildiğini, kimin doğruladığını, ne düzeyde insan denetimi olduğunu ve pazarlanan ürünün gerçekten devreye alınan ürünle uyuşup uyuşmadığını anlamaya çalışmakla baş başa kalıyor.

Şu anda, işaret dili yapay zeka piyasasının büyük bir bölümü katmanlı varsayımlar üzerine işliyor gibi görünüyor. Şirketler alıcıların teknolojiyi anladığını varsayıyor. Alıcılar tedarikçilerin titiz bir doğrulama sürecini tamamladığını varsayıyor. Erişilebilirlik ekipleri dilbilim uzmanlarının sürece dahil olduğunu varsayıyor. Yöneticiler yapay zeka gelişmişliğinin otomatik olarak iletişim kalitesine dönüştüğünü varsayıyor. İzleyiciler ise “yapay zeka avatarı” ifadesinin tek ve tutarlı bir teknoloji kategorisine işaret ettiğini varsayıyor.

Bu varsayımların hiçbiri otomatik olarak kabul edilmemeli.

Pazarlama Dili, Yönetişim Dilini Geride Bıraktı

İşaret dili avatarlarının tanıtımındaki son artıştan ortaya çıkan en çarpıcı gözlemlerden biri, pazarlama dilinin yönetişim dilini ne kadar hızlı geride bıraktığıdır. Sentetik işaretleme, yapay zeka erişilebilirliği ve avatar temelli iletişim etrafında bütün bir konferans ekosistemi oluşurken, temel operasyonel sorular kamuoyu tartışmasında büyük ölçüde çözümsüz kaldı.

Dilbilimsel doğruluğu değerlendirmek için hangi standartlar kullanılıyor?

Çıktının kültürel ve dilsel açıdan uygun olup olmadığına kim karar veriyor?

Yapay zeka tarafından üretilen işaretleme kamuya açık gösterildiğinde hangi bilgilendirme yükümlülükleri devreye giriyor?

Kuruluşlar, tüketicilere, müşterilere, öğrencilere, hastalara veya çalışanlara hangi sınırlılıkları iletiyor?

Hangi ortamlar düşük riskli, hangileri yüksek riskli sayılıyor?

Sistemler başarısız olduğunda hangi hesap verebilirlik yapıları devreye giriyor?

Çoğu durumda bu sorulara verilen yanıtlar belirsizliğini koruyor.

İşaret Dili Bir Görselleştirme Sorunu Değildir

Bu belirsizlik özellikle endişe verici hale geliyor, çünkü işaret dilleri, yalnızca görsel animasyon hatlarına indirgenebilecek basit jest sistemleri değildir. İşaret dilleri; dil bilgisi, tempo, yapı, bölgesel farklılıklar, duygusal bağlam, konuşma ritmi, yüz ifadeleriyle sinyal verme, beden konumlandırma ve topluluğa özgü dilsel normlar içerir; bunlar genel "insan animasyonu" anlatılarına düzgünce sığmaz.

Yine de avatarlar etrafındaki daha geniş yapay zeka tartışmasının büyük bölümü, işaret dilini hâlâ öncelikle bir görselleştirme sorunu olarak ele alıyor.

Bu çerçeveleme, işin içindeki karmaşıklığı temelden yanlış anlıyor.

Cilalanmış bir avatar demosu, dilsel güvenilirlikle aynı şey değildir. Görsel olarak akıcı bir hareket hattı, otomatik olarak erişilebilir iletişim üretmez. Bir konferansta alınan ayakta alkış, sağlık hizmetlerinde, hukuk sistemlerinde, eğitimde, acil müdahalede, işyeri uyum eğitiminde veya devlet iletişimi ortamlarında operasyonel hazırlığa denk gelmez.

Yine de piyasa, giderek görünürlüğün kendisinin doğrulama anlamına geldiği gibi davranıyor.

Yine de piyasa, giderek görünürlüğün kendisinin doğrulama anlamına geldiği gibi davranıyor.

İnovasyon Etrafındaki Duygusal Baskı

Bu durum, birçok kuruluşun açıkça yüzleşmeye pek de istekli görünmediği rahatsız edici bir dinamik yaratıyor. Erişilebilirlik sektörü, inovasyon konusunda muazzam bir duygusal baskı taşıyor. Kimse "erişilebilirliğe karşı" görünmek istemiyor. Kimse teknoloji karşıtı, ilerleme karşıtı ya da Deaf topluluklarını desteklemeyi amaçlayan modernleşme çabalarına direnen biri olarak çerçevelenmek istemiyor.

Bu duygusal baskı, şüpheciliğin operasyonel açıdan gerekli olduğu durumlarda bile sosyal olarak caydırıldığı koşullar yaratıyor.

Sonuç olarak, kuruluşlar bazen yönetişim incelemesi yetişemeden tanıtım uyumuna geçiyor. Etkileyiciler, bağımsız doğrulama gerçekleşmeden teknoloji gösterimlerini

yayıyor. Konferanslar, sınırlılıklar kamuoyunda tartışılmadan önce olasılığı kutluyor. Girişimler, tedarik çerçeveleri onları düzgün biçimde değerlendirecek kadar olgunlaşmadan çok önce görünürlük kazanıyor.

Sonuç mutlaka bir dolandırıcılık değildir. Bu ayrım önemlidir.

Ancak "inovasyon" ile "doğrulanmış operasyonel yetkinlik" arasında ciddi bir fark vardır ve piyasa şu anda bu çizginin nerede olduğu konusunda giderek daha bulanık görünmektedir.

[Çıkarım] Bu belirsizliğin sürmesinin bir nedeni, kategorinin kendisinin hâlâ olgunlaşmamış olması olabilir. Birçok tedarikçi muhtemelen hızla evrim geçiriyor, teknik olarak yön değiştiriyor, iş akışlarıyla deneyler yapıyor, çıktıları rafine ediyor ve aynı anda ticari olarak uygulanabilir dağıtım modelleri keşfetmeye çalışıyor. Bu, gelişmekte olan yapay zeka sektörleri için nispeten normaldir.

Sorun şu ki erişilebilirlik sistemleri düşük sonuçlu ortamlarda var olmuyor.

> **BAHİSLERİN NEDEN FARKLI OLDUĞU**
>
> Bir sosyal medya görüntü üreticisi başarısız olduğunda sonuç sadece bir rahatsızlıktır. Bir işaret dili iletişim sistemi tıbbi, eğitimsel, istihdam veya acil durum ortamında başarısız olduğunda ise sonuçlar önemli ölçüde daha ciddi hale gelir.

Bu ayrım, yönetişim yükünü kökten değiştiriyor.

Uygulama Şeffaflığı Olmadan Heyecan

Yüzeyin altında sessizce ortaya çıkan bir başka konu ise, kamuoyu heyecanı ile görünür gerçek dünya uygulama şeffaflığı arasında büyüyen uyumsuzluktur. Konferanslar dikkat çekiyor. Gösteriler manşetler yaratıyor. Tanıtım videoları profesyonel ağlarda hızla dolaşıyor. Ancak sonrasında görünürlük genellikle takip edilmesi daha zor bir hal alıyor. Ölçülebilir uygulama sonuçları, kurumsal dağıtım çerçeveleri, uzun vadeli kurumsal benimseme, dilsel kıyaslama veya bağımsız test standartları etrafındaki kamuoyu tartışması, öncesindeki tanıtım enerjisine kıyasla belirgin biçimde daha ince kalıyor.

Yine, bu yokluğun tek başına bir aldatmacayı kanıtlamadığını belirtmek gerekir.

Ancak bu durum yönetişim sorularını gündeme getiriyor.

Olgunlaşmış kurumsal teknoloji sektörleri genellikle uygulama standartları, denetim beklentileri, tedarik dili, kıyaslama çerçeveleri, düzenleyici uyum ve bağımsız değerlendirme kriterleri etrafında paralel ekosistemler geliştirir. İşaret dili yapay zeka piyasası ise hâlâ ağırlıklı olarak gösteriler, marka anlatıları, görünürlük kampanyaları ve spekülatif gelecek konumlandırması etrafında yoğunlaşmış görünüyor.

Bu dengesizlik, işin içindeki herkes için itibar riski yaratıyor.

Bu sistemleri satın alan kuruluşlar, tam olarak anlamayabilecekleri teknolojileri devreye alma riskiyle karşı karşıya kalıyor. Tedarikçiler, operasyonel olgunluk oturmadan önce yetenekleri abartma riski taşıyor. Deaf topluluklar, hâlâ çözülmemiş dilsel ve etik sınırlılıklarla boğuşan sistemler için gönülsüz test ortamlarına dönüşme riskiyle karşı karşıya. Erişilebilirlik profesyonelleri ise yeterli doğrulama yapıları oluşmadan onay pozisyonlarına baskı altında itilme riski taşıyor.

Farklı Teknolojiler, Tek Bir Etiket

Bu arada, tedarik ekipleri çoğu zaman temelden farklı sistem türlerini ayırt etmek için gerekli teknik veya dilsel uzmanlıktan yoksun kalıyor.

Bugün, birbirinden son derece farklı teknolojiler rutin olarak “yapay zeka işaretleyici”, “işaret dili avataı” veya “sentetik tercüman” gibi etiketler altında bir araya getiriliyor. Uygulamada bunlar, hareket güdümlü sistemleri, önceden kaydedilmiş kompozisyon iş akışlarını, kukla animasyon sistemlerini, video dönüştürme hatlarını veya tamamen farklı teknik mimariler ve risk profilleriyle çalışan üretici dilsel modelleri kapsayabilir.

Bu ayrımlar operasyonel, sözleşmesel, etik ve yasal açıdan önemlidir.

Hareketle desteklenen bir iletişim sistemi, tamamen üretici bir dilsel sistemle otomatik olarak aynı şekilde değerlendirilmemelidir. Önceden kaydedilmiş bir animasyon iş akışı, özerk çeviri teknolojisiyle aynı anlamları taşıyacak şekilde pazarlanmamalıdır. Yine de mevcut piyasa, bütün bu kategorileri sıklıkla, yatırımcı ilgisi, konferans heyecanı veya kamuoyu etkileşimi için optimize edilmiş basitleştirilmiş anlatılara sıkıştırıyor.

Bu sıkıştırma ticari açıdan yararlı olabilir, ancak yönetişim açısından zayıftır.

İncelemeden Kim Sağ Çıkar

Bu alandaki uzun vadeli kazananlar muhtemelen en gösterişli demoları ya da en yüksek sesli tanıtım kampanyalarını üreten kuruluşlar olmayacak. Bunlar, kurumsal alıcılar, düzenleyiciler, erişilebilirlik uzmanları, tedarik ekipleri ve Deaf topluluklar daha yüksek hesap verebilirlik standartları talep etmeye başladığında incelemeden sağ çıkabilecek kuruluşlar olacak.

Bu değişim geliyor.

Sonunda kurumlar daha zorlu sorular soracak:

☐ Bunu kim doğruladı?

☐ Burada “doğruluk” ne anlama geliyor?

☐ Bu hangi ortamlar için onaylanmış?

☐ Hangi sınırlamalar mevcut?

☐ Hangi yükseltme (eskalasyon) yolları gerekiyor?

☐ Hangi açıklamalar zorunlu?

☐ Hangi bağımsız testler yapılmış?

☐ Başarısız olduğunda ne oluyor?

☐ Sorumlu kim?

Şu anda piyasanın büyük kısmı, bu konuşmalara hazırlanmaktan çok alkış almaya hazırlanmış gibi görünüyor.

Bu sürdürülebilir değil.

NCG, işaret dili yapay zekâsının zamanla daha geniş erişilebilirlik ekosistemleri içinde önemli bir bileşen haline gelebileceğine inanıyor. Ancak bu sektör uzun vadeli meşruiyet istiyorsa, büyük ölçüde heyecan döngüleri, konferans görünürlüğü, duygusal yüklü yenilik anlatıları ve tanımsız terminoloji üzerinden çalışmaya devam edemez.

Erişilebilirlik teknolojisi, işin içinde insan iletişimi ve eşit erişim olduğu için daha yüksek bir yönetişim standardı gerektirir.

İşaret dili yapay zekâsının geleceği, yalnızca en görsel açıdan etkileyici avatarı kimin yaptığıyla belirlenmeyecek.

Pazarlama evresi sona erdikten sonra güveni kimin kazandığıyla belirlenecek.

TİPS

Know something about a sign language AI system that the public should know? Send it to tips@novaracg.com. Every tip is read by me and kept confidential. If you work in the UK, writing to us is not by itself a protected disclosure under the Public Interest Disclosure Act 1998, so before you share employer information, check your options with Protect (protect-advice.org.uk), the free whistleblowing advice line.

SUPPORT NCG

NCG does this work without vendor money, so our findings stay ours. If it has been useful to you, you can support NCG's independent work here. NCG is a for-profit company, not a charity. Contributions are not tax-deductible and buy no service or influence.

Nasıl alıntılanır

Grizzle, H. M. (2026, July 12). NCG İçgörüsü: İşaret Dili Yapay Zeka Piyasasının Bir Güven Sorunu Var. Novara Consulting Group. https://doi.org/10.5281/zenodo.23003375