

PAPER DETAILS

TITLE: Metaverse ile Toplumsal Yasam Arasindaki Iliski

AUTHORS: Ayse Ceyda ILGAZ BÜYÜKBAYKAL,Zuhal SÖNMEZER

PAGES: 139-148

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2358997>



Metaverse ile Toplumsal Yaşam Arasındaki İlişki*

The Relationship Between Metaverse and Social Life

Ceyda Ilgaz Büyükbaykal,^a Zuhale Sönmezer^b

^a Prof. Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.
cilgaz@istanbul.edu.tr
ORCID: 0000-0003-3976-8781

^b İstanbul Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.
zuhalebayhan@hotmail.com
ORCID: 0000-0002-9685-5745

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 09.04.2022
Düzeltilme tarihi: 17.06.2022
Kabul tarihi: 28.06.2022

Anahtar Kelimeler:

Metaverse,
İnternet,
Sosyal Yaşam

ÖZ

İletişimde zamanın ve mekânın önemsizleştiği günümüz dünyasında, özellikle son yıllara damgasını vuran internet teknolojilerinin etkisi yadsınamaz bir gerçektir. Bilişim ve internet teknolojilerindeki devasa gelişmeler, son günlerin yeni oluşumu olan Metaverse etrafında tartışılmaktadır. Metaverse, teknolojinin hızla gelişmesiyle birlikte günümüzde adına sıkça rastladığımız bir kavram haline gelmiştir. Metaverse kavramının hayatımıza etkili bir biçimde girdiği ve önümüzdeki süreçte de etkisini artıracakları öngörülmektedir. İnsanların gündelik ve toplumsal yaşama ait pratikleri deneyimleyebilecekleri bir ortam olan metaverse, internet teknolojilerinin gelişiminde bir sonraki adım olarak görülmektedir. Çalışmamızda kullanıcılarına fiziki dünyadan öte bir evren yaratarak, farklı alanlarda seçenekler sunan Metaverse kavramının, toplumsal yaşam üzerindeki rolü ve etkisi aktarılacaktır.

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 09.04.2022
Received in revised form: 17.06.2022
Accepted: 28.06.2022

Keywords:

Metaverse,
İnternet,
Social Life

ABSTRACT

In today's world, where time and space have relatively lost their previous significance, the effect of the Internet technologies that have characterised particularly the recent years is an undeniable fact. Striking developments in informatics and the Internet technologies have been discussed over a current occurrence, namely "Metaverse." Parallel to the rapid development of technology, Metaverse has already become a concept that we encounter quite frequently. It is foreseen that Metaverse, which has been a part of our lives, will gradually increase its impact in the future. Being a medium where people can experience the practices pertaining to daily and social life, Metaverse is considered to be the next step through the development of the Internet technologies. The role and the effect of Metaverse over social life, which has provided alternatives in different areas by creating a universe beyond the physical world will be discussed in this study.

Atıf Bilgisi / Reference Information

Ilgaz Büyükbaykal, C. ve Sönmezer, Z. (2022). Metaverse ile Toplumsal Yaşam Arasındaki İlişki, *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 8 (1), s. 139-148.

* DOI: 10.46442/intjc.1099798

** Sorumlu yazar: Zuhale Sönmezer, zuhalebayhan@hotmail.com

1. Giriş

Aynı coğrafyada yaşayan ve ortak bir tarihi geçmişe sahip olan insan topluluklarının, maddi ve manevi değerler bütünü olarak tanımlanan kültür, zamanla değişime uğramaktadır. Bu değişim iletişim kanallarının tür ve sayı bakımından artması ile açıklanabilmektedir. Bu anlamda kültürün bir meta haline dönüşmesinde kitle iletişim araçlarının payının oldukça yüksek olduğunu söylemek mümkündür. İnternet teknolojilerinde Web 1.0 ile 1990'lara damgasını vuran tek yönlü ileti akışı, kitle kültürünü resmetmeye başlamıştır. Bu dönemde iletişim kanalında aracı konumunda bulunan “sunucular”dır. 2000'lerin internet açılımı geri bildirim imkân sağlayan Web 2.0 teknolojisiyle ileti akışında kullanıcıyı pasif durumdan aktif bir hale yöneltmiştir. Bu dönemin devasa lideri “sosyal medya platformları” olmuştur. İnsanlar bu mecralar aracılığıyla dijital iletişimde yer almıştır. Özetle gerek Web 1.0, gerekse Web 2.0 teknolojileri internet kullanıcılarının bir aracı vasıtasıyla dahil olduğu iletişim alanları olmuştur. “İnternet mecrasında mesajlaşmanın tarihsel sürecine bakıldığında elektronik posta listeleri ve haber grupları gibi yapılar, iletişim teknolojileri ve Web 2.0 teknolojilerinin kullanımıyla birlikte yerlerini ağırlıklı olarak bloglar ve sosyal paylaşım sitelerine bırakmıştır.” (Değirmencioğlu, 2014:160) Teknolojinin bir sonraki adımı olan Web 3.0 ise 2020 itibariyle yeni medya ortamlarında konuşulmaya başlanmıştır. Bu ileri düzey teknolojiye artık kullanıcının herhangi bir aracıya ihtiyaç duymaksızın internet ağlarına erişiyor olabilmesi, diğer web sistemleri ile arasında çok ayırıcı bir fark olarak gündemdedir. Merkezizetsiz yeni ağlar sayesinde kullanıcı, herhangi bir aracıya gereksinim duymamaktadır.

“Web 2.0'dan Web 3.0'a geçişteki temel fark, kullanıcıların daha güçlü olması ve istedikleri bilgiye daha rahat ulaşmaları olarak ifade ediliyor olsa da Web 3.0 kavramı kendi içinde bazı belirsizlikleri taşımaktadır. Her ne kadar kullanıcıların bilgiye ulaşmada daha güçlü olacağı ifade edilse de gerçek görüldüğünden daha farklı olabilir. Gerçekte kullanıcılar tercih konusunda gücü ellerine geçirmiş olmalarına karşın, kontrol onlardan ziyade içerik sağlayıcılarının elinde gibi görünmektedir. Bu içerik sağlayıcıları da kullanıcı profilleri üzerinden ulaştıkları bilgiler sayesinde, büyük veriyi reklam ve satın alma davranışları üzerinden sermayeye çevirmektedir.” (Kulaksızoğlu, 2015:111-130)

Çalışmamızın amacı, Web 3.0 internet ağının imkân sağladığı yeni bir dijital ivme olan Metaverse kavramı ile toplumsal yaşam arasındaki ilişkiyi irdelemektir. Bu bağlamda ilk olarak “Metaverse” kavramına dair bilgiler sunulacak olan çalışmamızda fırsatlar ve tehditler anlamında Metaverse'ün geleceğine ait tahminlere de yer verilecektir.

2. Metaverse Kavramının Tanımı

Metaverse'ün kelime anlamı meta (ötesinde) ve universe (evren) sözcüklerinde şekillenmiştir. Anlam itibariyle çoğunlukla artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik gibi ifadelerin kullanımı görülmektedir. Metaverse bir anlamda dijital dünya ile fiziksel dünyanın birleştiği, kullanıcıların “avatar”lar aracılığıyla bir araya gelebileceği ve toplumsal yaşama ait pratikleri deneyimleyebilecekleri bir ortamdır.

Metaverse, çeşitli yeni teknolojileri entegre eden yeni bir internet uygulaması ve sosyal form türüdür. Artırılmış gerçeklik teknolojisine dayalı olan, dijital ikiz teknolojisi ile gerçek dünyanın ayna görüntüsünü oluşturan, blok zincir teknolojisi ile kendi ekonomik sistemi olan, sanal dünya ile gerçek dünyayı birbirine entegre edebilen, kimlik sistemine ve sosyal bir sisteme sahip olarak kullanıcıların bu dünyada içerik üretmesine ve düzenlemesine de izin veren ve hala gelişen bir kavramdır. (Averbek vd.,2021:100)

Metaverse kavramı ilk kez 1992 yılında Neal Stephenson tarafından kaleme alınan Snow Crash adlı romanda görülmektedir. Kavramın anlamsal boyutuna bakıldığında ilk kullanımı da bugünün Metaverse tanımına paraleldir. Stephenson'ın romanındaki bir cümle dikkat çekicidir: “Kartvizitin arkasında, bazı anlamsız sesler, iletişim bilgilerini açıklıyordu: bir telefon numarası. Evrensel bir sesli arama yer bulucu kodu. Bir posta kutusu. Birçok elektronik iletişim ağındaki adresi. Ve Metaevrendeki adresi.” (Stephenson, 2016: 20-21) Yine romanda Metaverse etrafında konuşulan bir avatar sözcüğü de ilgi çekmektedir. Stephenson avatar sözcüğünü kendisinin icat ettiğini ve daha sonra bunu oyunlarda kullanıcıları anlatan

özel bir kimlik olarak kullanıldığını gördüğünü de belirtmiştir. Roman bir bilim kurgu romanıdır. Bu anlamda teknolojik boyutu gözler önüne sermesi bakımından önemlidir. Yazar gerçeklerden yola çıktığını kaynaklarla ifade etmektedir. Stephenson, romanının teşekkür kısmında metaevren bilgisini temellendirirken, ilk grafik ara yüz ve fare kullanımını sağlayan bir Apple ürünü olarak Macintosh bilgisayarının kullanım kılavuzundan yararlandığını bildirmiştir.

Metaverse fikrini 1999'da Second Life adlı oyun ile hayata geçirmeye çalışan Philip Rosedale için “sanal dünyalar distopyalar olmak zorunda değildi” ve “Second Life, henüz 2000’li yılların başında dijital kimlikler, sanal gayrimenkul, dijital ekonomiler ve çevrim içi çok oyunculu ekosistem fikri ile devrim yaratmıştı.” 2021 Ekim’de sosyal medya devi ve veri baronu olarak görülen Facebook’un CEO’su Mark Zuckerberg’in Facebook şirketinin ismini “Meta” olarak yeniden markalaştığını duyurması ise birçokları tarafından öte evren fikrinin yeniden canlanmasını hızlandırmıştı. Zuckerberg konuşmasında, Metaverse’i sosyal bağlantının bir sonraki bölümü olarak tanımlarken, Metaverse’i oluşturmaya yardımcı olacak Meta içinse “3D olarak oynayacağımız ve bağlanacağımız bir yer” ifadelerini kullanmaktadır. (Türk vd., 2022: 318)

Metaverse giden tarihsel sürece bakıldığında son yıllara damgasını vuran teknolojik gelişmeler dikkat çekmektedir. Yaratılmaya çalışan dijital bir evrenin ilk sinyalleri 20.yy. da transistör, bilgisayar ve internet ile başlamıştır. İletişim, sosyal ilişkiler ve ticaret reel hayattan sanal platformlara taşınmaya başlamıştır.

Merkezi işlem üniteleri, grafik işlem üniteleri, veri işleme, makine öğrenmesi, yapay zekâ ve kriptografi gibi teknolojilerde büyük oranda yollar kat edilmiştir. 2010'lara geldiğimizde bunlar, daha da üst düzey teknolojik fikirlerin önünü açmıştır: Örneğin blokzincir teknolojisi; verileri, merkezî olmaksızın güvenli bir şekilde işlemeyi mümkün kılmıştır. Blokzincirin en popüler uygulaması kriptoparalar olsa da bu teknoloji, gücün tek elde toplanmasını istemediğimiz ve gizliliğin önemli olduğu her yere uygulanabilir: dijital kimlikler, devlet yönetimi, sağlık, sigorta, hukuk, blokzincir uygulamalarının belirmeye başladığı sahalardan sadece birkaçıdır. (Köse, 2021)

Meta evreni projelerinin, ileride blokzinciri ağı üzerine taşınması söz konusu projeleri merkeziyetsiz bir yapıya büründürebilir. Bu durumda mevcut büyük teknoloji şirketlerinin ve sosyal medya platformlarının yüz milyarlarca dolarlık gelirlerinden olma ihtimalleri de öngörülebilir gelişmeler arasındadır. Tüm bunların yanı sıra meta evreni projeleri ile NFT’ler (Non-Fungible Tokens) arasında organik bir bağ bulunmaktadır. (Arvas, 2022: 67)

Dijital ortamdaki içerikler üzerinde mülkiyet hakkı yaratma gereksiniminden dolayı ortaya çıkan NFT’ler özellikle bu ortamda sanatsal değeri olan ürünlerin korunması için önemlidir.

Metaverse, çevrimiçi ve gerçek yaşam etkileşimleri arasındaki çizgileri bulanıklaştıracak sanal, artırılmış ve fiziksel gerçekliğin bir birleşimidir. İnsanların çalışabileceği, alışveriş yapabileceği, oyun oynayabileceği ve eğlenebileceği bir yer olacaktır. (URL 1)

Metaverse, en kısa tanımıyla bir sanal gerçeklik projesidir. VR (virtual reality/sanal gerçeklik) gözlükleri üreten Oculus’u 2014’te satın alan Facebook, o tarihten beri hedefinde olan projeye son dönemde hız vermiştir. (Oksijen Gazetesi, 2021:21) Bilindiği üzere Facebook Metaverse’e o kadar inanıyordu ki, tüm operasyonlarının başındaki çatı şirketin adını “Meta” olarak değiştirmiştir.

3. Metaverse-Fırsatlar ve Tehditler

Metaverse, internet teknolojilerinin gelişiminde bir sonraki adım olarak görülmektedir. Web 2.0 ile kullanıcının da dahil olduğu internet yapılaşmasının, özellikle oyun uygulamalarında sanal gerçeklik teknolojisi hali hazırda kullanılmaktadır. Metaverse ile sanal gerçekliğin artırılmış bir versiyonu gözlemlenmektedir. Klavye ve ekran gibi araçlara gerek kalmadan üç boyutlu bir şekilde katılımı ön görece deneyimler bütünü şeklinde tasarlanmıştır.

Bu bağlamda nesnelerin interneti, yapay zekâ, bulut teknolojisi, giyilebilir teknolojiler ve sensör teknolojisi gibi daha birçok teknoloji, Metaverse'ün ayrılmaz bir parçası olacaktır.

“Yaratıcılar, geliştiriciler, girişimciler ve sağlayıcıların birlikte oluşturduğu ekosistemler aracılığı ile Metaverse, kullanıcılara çok farklı deneyim ve yenilikler sunma yolundadır. Gerçeklik üzerine manipülasyon yapılmasını olanaklı kılan Artırılmış Gerçeklik, var olan fiziksel gerçeklik üzerine yeni görüntü, ses veya dijital veri eklenmesidir. Sanal gerçeklik ise sanal evrende fiziksel gerçekliğin yeniden oluşturulmasıdır. Metaverse’de kullanıcılar tüm bu sistemler aracılığı ile (Artırılmış Gerçeklik (AR), Karma Gerçeklik (MR), Genişletilmiş Gerçeklik (XR), Giyilebilir teknolojiler...vb.) farklı aktiviteleri yapabiliyor olacaklar.” (Demir vd.,2022 :184) Metaverse alanına fiziksel nesneleri (canlı-cansız) yerleştirmek ve onları gerçek hallerine en yakın görüntüye getirmek için oluşturulan sanal nesneler ise digital twin (dijital ikiz) olarak adlandırılır. Fiziksel nesnelerin ya da bedenin üzerine yerleştirilen sensörler ve birden fazla kamera sistemi, nesnenin ya da kişinin tüm doğal argümanını hafızaya alarak dijital ikiz denilen kopyasını çıkarırlar. (Demir & Değerli, 2022 :186) Bu bağlamda Metaverse ‘de dijital ikizler ve avatarlarla beraber yaşamak söz konusudur.

İnsanlar internette daha fazla zaman geçirmektedir. Bu da dijital mülkler, ilişkiler ve sosyal alanları kapsayan yeni bir sanal yaşam ekosistemi oluşmasına neden olmaktadır. Çünkü insanlar sadece dijital alanlarda sosyalleşmekle kalmamakta, aynı zamanda orada çalışmak, alışveriş yapmak ve ürünleri keşfetmek de istemektedir. Kullanıcılar sanal dünyada, gerçek hayattaki etikleri, değerleri ve kimlikleriyle bulunuyor. Bu nedenle de sanal varlıklarının gerçekte olan benliği ya da olmasını istedikleri ideal benliklerini yansıtmalarını istemektedir. Metaverse ile kullanıcılar sanal dünyada, gerçek hayata sahip olacak bir evrene girmektedir. (Wunderman Thompson, 2021: 91’den Akt: Türk vd.,2022:330)

Yeni nesil teknolojide dijital bir devrim olarak Metaverse kullanıcılarına öncelikli olarak eğlence vaadiyle dikkat çekmektedir. Sanal oyunlar, görülmesi imkânsız olan mitler dünyası ve son tahlilde eğlence odaklı yapısıyla Metaverse, yeni bir dünya, hatta sözcük anlamıyla adeta bir evren simülasyonu şeklinde tasarlanmıştır. Sunduğu eğlence etrafında gözlemlenen bu yeni yaşam alanları, aynı zamanda kapital sermayeyi emperyalist tutumları bağlamında besleyebileceği kapasiteye de sahiptir. Bu evrene dahil olan kullanıcı sanal toplantısını organize edebilecek, alışverişini buradan yapabilecek, eğlenmek için bir oyuna katılabilecek, hatta finans işlerini de bu platformda gerçekleştirebilme imkanına sahip olabilecektir. Metaverse kavramsalı sözcük boyutunda gündeme gelmeden önce, Web 3.0 internet ağı ile merkeziyetsiz oluşumun ilk sinyali kripto para ve bitcoin gibi finans tarafında çalışmaya başlamıştır. Böylesi bir dönüşümün ilk kalemini ekonomik pencereden okumamızı sağlayan kripto para ve bitcoin gibi örneklemeler de gösteriyor ki, kapitalist sistemin itici aktörleri olan sermaye ve güç odakları bu piyasada da başat faktörlerdir. Ekonomi ve ekonomiye eşlik eden siyasi mekanizmalar ile küreselleşme, yaratılan bu yeni evren ile birlikte insanların hayallerini somut bir şekilde satın almaktadır.

Gerçekleştirilen çalışmalar bağlamında Metaverse’ün özellikle dijital ürünler satan işletmeler için önemli bir platform olma potansiyeli taşıdığını tartışmak mümkündür. Çünkü Metaverse’ün dijital ürünlerin tüketici beğenisine sunulması, siber uzayda deneyimlenebilmesi veya tüketici ilişkilerinin geliştirilebilmesi noktasında pek çok farklı imkân sunma ihtimali taşıdığı gözlemlenmektedir. Metaverse’ün yaratabileceği ekonomik imkânlar, Metaverse’ün öncülü sayılabilecek platformlarda hâlihazırda NFT teknolojisini kullanan sanat eserleri, sanal araziler, hatta kimi metinler gibi yaratıcı ürünler etrafından şekillenmiş olsa da, uzun vadede büyük teknoloji girişimlerinin, tanınmış kurumların ve gelişen teknolojinin sürece dahil olmasıyla yeni fırsatlar sunma olasılığını beraberinde getirmektedir. Ancak veri temelinde iş modelleri bulunan büyük şirketlerin Metaverse siber uzayında hakimiyet kurmaya yönelik adımlar atması bir başka risk unsurudur. Bireylerin dijital yansımalarının bulunduğu bir düzlemin belirli teknoloji şirketlerinin tekelinde olması ve kâr maksimizasyonu mantığı ile işleyen bir ekosistem haline gelmesi; Metaverse’ün insanlığa sağlayacağı potansiyel katkıya yönelik riskler içermektedir. (Kuş, 2021: 252-253)

Metaverse eğitim, kültürel üretim, ekonomi ve iş birliği alanında farklı çözümler ve fırsatlar sunuyor olsa dahi geçmişte üretilen teknolojilere benzer şekilde kimi endişeleri ve potansiyel tehditleri de beraberinde

getirmektedir. Teknolojinin hızla dönüşüm geçiriyor ve gelişiyor olması, teknoloji girişimlerinin kâr odaklı politikaları, insanların teknolojik gelişme hızına uyum sağlayamaması, içeriğin muhtevisiyatının ve niteliğinin denetlenebilirliğinin zayıflaması teknolojik gelişmeler sonucunda ortaya çıkan sorun ve tehditlerin sebepleri arasında sayılabilir. (Kuş, 2021:253)

Eleştirel bir anlayışla açıklamaya çalıştığımız kitle iletişiminde devasa bir yere konumlanmaya çalışan Metaverse, medyanın ekonomi politikğine vurgu yapan önemli bir oluşum olmaya tam adaydır. Ekonomi politik, üretim ve tüketim araçlarına yönelik yaklaşımlar bütünüdür. Medyanın ekonomi politikği ise siyasetin ekonomi ile iş birliğine olanak sağlayan, sermaye ve iktidar ile kamu arasındaki bağları salt ekonomik yararcılıkla ele alan, medya ürünlerinin pazarlanmasında belli bir dünya görüşünü temsil alan bir kısır döngüyü anlatmaktadır. Hal böyle olunca meta evreninde ziyaretçi olma aşamasında dahi belli bir kesimin ekonomik alanına hizmet vermek mümkündür. Metaverse reklam ve pazarlama açısından da yeni bir alansal olarak kabul görmesi muhtemel bir platformlar bütünü şeklinde kurgulanmıştır. Bunu, yapılan bilgi içerikli açıklamalardan faydalanarak söylemek olasıdır. Çünkü hayatın tüm yönleriyle bu yeni evrene taşınması imkân dahilinde görülmektedir. Ayrıca tüm bu hizmetlere sahip olmak sanal bir cüzdan, arsa vb. maddi unsurlarla mümkün olacaktır.

4. Metaverse-Toplumsal Yaşam İlişkisi

İnternetin ilk ortaya çıktığı dönemlerde sınırlı ölçüde sunulan olanaklar, giderek genişleyerek günümüz insanın gündelik yaşamının en önemli parçası haline gelmiştir. Toplumsal yaşamımızda neredeyse birçok şeyi değiştiren internet, insan ilişkilerini de farklı bir boyuta taşımıştır. Sanal ortam bireylerin farklı kimlikler arasında dolaşmalarına imkân sağlamaktadır.

“Dijital evren haneleri, bireyleri kavrayarak, kendi iç dinamikleri, hareketlilikleri ve çekicilikleriyle boy gösterirken aynı zamanda kendi sanal kültürel kodlarını da sunar ve pekiştirir. Bu devingen yapısıyla cazip kılınan sosyal ağlar, bireylerin arkadaşlık kurması ve sürdürmesi, bilgi, düşünce ve beğenilerini paylaşması, anlık sohbet gerçekleştirmesi ve diğerlerinin bağlantılarını gözlemlemesine kadar her türlü yaşam edimine sızır. Bu bağlamda, geleneksel olarak adlandırabileceğimiz tüm yaşam pratiklerinin dijitalleşmesiyle birlikte dönüşüme uğradığını savunduğumuz noktada, zaman ve mekâna ilişkin kavrayışlar da beraberinde form değiştirmektedir.” (Uğurlu vd., 2015:209)

Başlangıç aşamasında bilgiye kolay ve hızlı, zaman ve mekândan bağımsız bir şekilde ulaşmayı sağlayan internet teknolojileri, günümüzün üstün gözetleme ve dinleme araçları ile çok farklı bir boyuta evrilmiştir. Akıllı teknoloji ve sosyal medya platformları mekânsal tüm alanları gözetim ve denetim altına almıştır. Yeni teknoloji simgesi Metaverse ile de Bentham’ın Panoptikon tasarımı gibi özel mekâna yer bırakılamayacak, hatta bir adım ilerisinde bu üstün teknoloji ile nasıl davranılması gerektiğine dair insan fizyonomisi ve duygu dünyası tahakküm altına alınabilecektir. (Bauman, 2017: 63)

Adeta bir kültür erozyonu şeklinde seyreden süreçte, insanların kültürel değerlerini çok çabuk bir biçimde dönüşüme uğrattıklarını söylemek mümkün olmaktadır. Basalla’nın da belirttiği üzere; “Bir icadın önemi, yalnızca teknolojik parametrelerle belirlenemez; diğer bir deyişle, bir icat sanki sadece kendisine özgü bir şeymişçesine değerlendirilemez. Bir icat ancak bir kültür kendisine büyük bir değer atfetmeyi tercih ettiğinde “büyük icat” sınıfına girer.” (Basalla, 2013: 61)

Kültürün bilişim dünyasındaki hızlı gelişmelere esneklik göstermesinde, internet ağları aracılığıyla verilen sembollerin payı oldukça yüksektir. Dijital platformların en büyük özelliği enformasyonun göstergelerle anlatımını kolaylaştırmasıdır. Göstergelerin insanın önüne geçtiği kısır döngüyü tarif eden Baudrillard’dan bahsetmek bu noktada anlamlıdır. Baudrillard yeni anlam ve değerlerin üretildiği bir dünyadan bahsettiği kuramında, enformasyonun çoğaldığını ve anlamın azaldığını ifade etmiştir: “Bir şeyleri gizleyen göstergeler aşamasından gösterilecek bir şey kalmadığını gizleyen göstergeler aşamasına geçiş bir dönüm noktasıdır. Çünkü birinciler ideolojilere özgü bir hakikat ve sır teolojisine gönderirken; ikinciler bir simülasyon ve simülakrlar çağına girilmiş olduğunu, artık ortada ne kendi kullarına sahip çıkabilecek bir

Tanrı, ne de gerçeğe sahte ve gerçeğe yapay bir yöntemle başvurulmuş 'gerçeğin' birbirinden ayrılmasını sağlayacak bir Kıyamet Günü olasılığı bulunmadığını söylemektedirler. Çünkü her şey zaten ölmüş ve Kıyamet Günü beklenmeden diriltilerek yaşama döndürülmüştür.” (Baudrillard, 2018: 20)

Göstergeler dünyasında simülasyon evreninden bahseden Baudrillard, hipergerçekliğe vurgu yapmıştır. Teknolojinin prestij kazandığı günümüz dünyasında nesneler ile ilişki biçimi değişmiş, son tahlilde sosyal medya platformlarıyla insan adeta nesneleşmiştir. Bu noktada Metaverse ortamından bir adım öncesi olarak, sosyal medya platformları ile ilgili birey ve topluma yönelik olumsuz etkilerden bahsetmek yerinde ve uygun olacaktır.

“Rosenberg ve Egbert sosyal medya kullanımının olumsuz sonuçlarından birinin özsaygıda azalmaya neden olduğunu söylemişlerdir. Her ne kadar kişinin kendi profilini gözden geçirmesi ve güncellemesi özsaygısını artırıyor gibi gözükse de kişinin çevrim içi temsilinin gerçeğe uyuşmaması, kişinin kendi gözündeki değerini düşürmektedir. Facebook’un yaygın kullanılmaya başlandığından bu yana bilinen gerçek, insanların buraya koydukları mutlu anlarının bir taraftan gerçeği temsil etmemesi, diğer taraftan da başkalarının yaşadığı mutlu anlarla ilgili kıskançlığa ve mutsuzluğa neden olmasıdır. Sosyal medya kullanımı özsaygıyı düşürmekte ve bu da akademik performansı ve ruh sağlığını olumsuz yönde etkilemektedir.” (Baltaş, 2022)

Sosyal medya kullanıcısı, Benjamin’in kentin bir metin olarak içine girdiği sokaklarında dolaşan flaneur’ü gibi farklı metinler arasında dolaşmakta, farklı dünyalara girip çıkmaktadır. Sosyal medya, modern bireyin içinde yaşadığı belirsizliklerle dolu dünyaya karşı güvenli bir alan sunarak, evini yitirmiş olan modern bireye bir anlamda ev sunmaktadır. Bir yandan evini yitirmiş olan modern bireyin bir metaforu olarak da okunabilir; evsizliğin özel alanın kamusal alana taşınması suretiyle ortadan kaldırılması vaadiyle bireylere, özel alanlarını kamusal olarak üretme ve sunma olanağı sunan sosyal medyanın kullanıcısı evsizdir. (Özgül, 2015: 91-92)

Bu bağlamda Metaverse ortamını değerlendirecek olursak, insanlar bu ortamda diledikleri şekilde hareket edebileceklerdir. Örneğin; hiç tanımadığı insanlarla konser ya da maç izleyebilecekler ya da avaturları ile dahil oldukları sanal ortamda yeni arkadaşlar edinebileceklerdir. Ancak Metaverse’de popüler olunabilmesi için bu ortama yatırım yapılması, mekân satın alınıp sanal araçlarla o mekânın düzenlenmesi ve güzelleştirilmesi gerekmektedir. Günümüzde Metaverse’e dünyaca ünlü markalar girmiş durumda ve Avaturlarını bu markalar ile donatan insanların tüketim topluluğunu bu ortama taşıyacakları açıkça ortadadır. Metaverse özellikle lüks markalar için yeni bir pazara dönüşmüş durumda.

Gucci, Burberry, Channel gibi lüks markaların yer aldığı bu ortamda kullanıcıların bir kısmı gerçek yaşamlarındaki konforlarını devam ettirmek bir kısmı da ancak böyle bir ortamda bu lükse sahip olarak kimliklerini yeniden kurgulamak adına NFT’lere binlerce dolar vermeyi göze almaktadır.

Metaverse ortamının yeni bir tüketim tarzı rolü biçmeye çalıştığı aşikardır. Bu tüketim tarzı diğer tüm sosyalleşme ve sosyalleşmeye ödenen bedeller anlamında irdelendiğinde, bu dünyaya dahil olmak için ekonomik bir bedel ödenmesi gerekliliği, aslında bu yaşam tarzının sunduğu fırsatlardan faydalanmak isteyen tüketici kimliği açısından bakıldığında handikap olarak görülmektedir. Bauman’ın da söylediği gibi, “Hepimiz bir seçenekler dünyasında mahkûmuz, ama seçici olmak için gerekli araçlar hepimizde yok.” (Bauman, 2017: 106)

“İnsanlar, kendi kimliklerini yaratmalarına yardımcı olacaklarını düşündükleri malları tüketerek, olmayı arzu ettikleri varlık gibi olmaya ve kendileriyle ilgili bu imajı, bu kimliği sürdürmeye çalışmaktadırlar. Satın aldıkları giysiler, parfümler, otomobiller, cep telefonları, diz üstü bilgisayarlar vb. bu süreçte rol oynayabilecek tüketim malzemeleridir.” (Demir, 2013: 132) Kimlik yaratmada önemli bir rol oynayan tüketim olgusunun sanal ortamda da devam ettiği gözlenmektedir. Sanal mecrada özellikle oyunlarda, avaturları oluştururken farklı seçeneklerdeki giysi ve aksesuarlar ücret karşılığında kullanıcılara sunulmaktadır.

Avatar kullanımı da çok yeni bir şey değildir. Daha önce de internette kullanıcıların çoğu gerçek kimlikleri yerine “nick”leri ile temsil edilmeyi tercih ediyordu. Ancak öte evrende avatarlar sadece soyut sıfatlar değil, üçüncü boyutun eklenmesiyle kişinin ideal egosunun temsili olmuştur. Avatar kullanımı konusunda yapılan araştırmalar, öte dünyanın insan hayatına getireceği muhtemel sonuçları göstermesi açısından ilginçtir. İnsanlar, çevrim içi ortamda kendilik algılarını yönetmek için, seçtikleri avatarlar yargılanmadığı için, kişilerin kendilerini koruma altında hissetmelerine ve gerçek kimliklerini daha fazla saklamalarına imkân vermektedir. Kendini saklama eğiliminin kadınlarda daha yüksek olduğu görülmektedir. Kendi kimliklerine yakın avatar seçenler, gerçek dünya ile yarattıkları dünyayı farklı görmemektedir. Buna karşılık kendilerinden uzak (çok farklı) bir avatar seçenler, gerçek dünyadan uzaklaşmaktadır. Çünkü bu durum gerçek dünyanın imkânlarının ötesine geçmenin mümkün olabileceği algısını yaratmaktadır. Pringle’a göre avatar ile kişinin fizik benzerliği, özsaygısı artmakta, Hou’ya göre de avatarla tutum ve inançların benzerliği aynı sonucu doğurmaktadır. Heidegger’e göre de teknoloji şeyleri nesneleştirir. Bu anlamda avatarlarla insan için bir özgürlük sağlanmaz, aksine özüne yabancılaştırma olasılığı çok yüksektir. Buna karşılık Ducheneaut’un bildirdiğine göre, avatar yüksek bir ideal ben’e dönüştükçe özsaygı azalmakta, depresyonun derinliği artmakta ve Courtois ve ark. çalışmasına göre de patolojik kumar eğilimi artmaktadır. You ve ark. avatar özdeşleşmesinin sosyal becerilerde düşüklüğe neden olurken, depresyon ve kumar bağımlılığı ihtimalini artırdığını bildirmiştir. (Baltaş,2022)

“Metaverse’e olan kullanıcı bağımlılıkları, ortaya çıkabilecek psikolojik ve sosyolojik boyuttaki sorunlar; depresyon, yalnızlık, gerçek yaşamla bağlantının kopması, fiziksel buradalık kavramının boyutları, şiddet ve yalana meyil, saldırganlık, zihinsel bozukluklar çalışmalar üzerinde de ayrıca dikkatlice durulmalıdır. Çünkü konu insan olduğunda algıların genel, ortak bir doğruyu temsil etmelerinden kimse emin olmamalıdır.” (Demir vd., 2022:187)

Şizofreni benzeri semptomları olanlar için Metaverse’ün sunduğu öte evren, gerçek hayattan kaçmak isteyenler için bir güvenli cennet (safe haven) olacaktır. Öte evrenin, bugün “normal” kabul edilen insanların hayatlarını nasıl etkileyeceği ise yaşanarak görülecektir. Muhtemel sonuç, sanal dünyanın insanları çeşitli ölçülerde gerçeklerden kopartacağı, sorumluluklarından uzaklaştıracağı ve genel popülasyonda hezeyan ve psikotik semptomların daha sık görülmesidir. (Baltaş, 2022)

Metaverse’ün, eğitim hayatının neresinde olacağı sorunsalı ile ilgili araştırmalara bakıldığında, sanal bir gerçeklik içerisinde bunun da mümkün olabileceği ön görülmektedir. Unicef’e göre pandemi sebebiyle uzaktan eğitimin dünya üzerinde %91 oranında kesintiye uğradığı tespit edilmiştir. Eğitim ve öğretimde hem öğrenci hem de eğitimciler, 2020 yılının başından beri uzaktan sürece uyumlanmak zorunda kalmışlardır. Bu anlamda teknolojinin küresel boyutta önemi büyük olmuştur. Bu bağlamda yaşam alanı olarak Metaverse ortamlarında eğitim anlayışı ve sürecin işleyişi hakkında ön görüler ileri sürülmektedir. Metaverse ile tamamen veri ve algoritmaların dünyasına devredilen müfredat programlarının güncelliği mümkün olabilecektir. Yine son yıllarda eğitim ve öğretim sisteminde eğlenmeye ve oyunlaştırmaya dayalı yöntemler, Metaverse’de oyun odaklı yaklaşımla dikkatleri toplama açısından kullanılabilir. Ayrıca teorik bilginin pratik eylemlerle desteklenebilmesi, bu sanal ortamlarda daha fazla mümkün görülmektedir. (URL 2)

Eğitimin yanı sıra turizm de bu ortamda yoğun olarak kullanılan bir alan haline gelecektir. Avatarlar Bakanlığın istihdam ettiği gerçek insanlar tarafından seslendirilecek ve turistik mekanlar etrafa dokunularak gezilebilecektir.

Metaverse’ün toplumsal hayata etkilerini meslek alanında yansımaları açısından değerlendirmek gerekirse, yeni uzmanlık birimlerine ihtiyaç duyulacağı tahmin edilmektedir. Çok daha fazla beyin gücüne ihtiyaç duyulacağı için Metaverse Araştırma Bilimcisi yeni bir meslek olarak gündeme gelebilecektir. Yine fikirlerin planlar dahilinde işlerlik kazandığını hesaba katarsak, Metaverse Planlayıcısı olacaktır. Araçlarla bağlantıya geçilen internet tecrübesindeki, güvenlik ve mahremiyete işaret eden gizlilik bakımından ele alındığında meta evrenin güvenli ve korumalı bir dünya olacağı öngörüsü mümkün değildir. Dolayısıyla

Metaverse Güvenlik Görevlisi istihdamı kaçınılmaz olacaktır. Metaverse Donanım Oluşturucu sayesinde, fiziksel dünya ile tamamen iç içe geçen sanal bir dünya koordine edilebilecektir. Metaverse Hikâye Anlatıcısı ise bu platforma dahil olan kullanıcıyı ona uygun en iyi kurmaca senaryoya dahil etmek için seçilmiş bir edebiyatçı olabilecektir. Metaverse Mimarı da yine bu yeni dünyadaki bina ve kullanım alanlarına şekil vermesi açısından ihtiyaç duyulacak mesleki bir isim olacaktır. Metaverse ortamında herkesin rahatça yer alabilmesi için bir diğer gerekli meslek Metaverse Siber Güvenlik ya da Metaverse Hukukçusu şeklinde de ifade edebileceğimiz, hak ve hukuk savunucusu olacaktır. Tüm bu bilgiler, hem yeni bir ekonomik sistem olarak hem de toplumsal hayata etkileri açısından Metaverse ile ilgili ön düşünceleri içermektedir. (URL 3)

Özellikle Z kuşağını ilgilendiren farklı meslek dalları görüldüğü üzere bu evrende yer alabilecektir. Meta turist rehberliği de bu mesleklerden biri olabilecektir. Gündelik kültür ve sanat faaliyetlerinin Metaverse’de yer almasıyla birlikte NFT eserlerin sergilendiği galerileri, müzeleri gezdirecek nitelikli rehberlere ihtiyaç duyulacaktır. Meta influencerlar da bu sanal ortamda yerlerini alacaklardır. Moda danışmanlığı da bu evrende gereksinim duyulacak sektörler arasındadır.

Sonuç

Çağın dönüşümüne işaret eden bilgi ve internet teknolojilerindeki devasa gelişmeler, toplumsal yapı üzerinde de önemli etkilere sahip olmuştur. İnternetin kullanılmaya başlanması bilgi ve haberlere hızlı ve ucuz maliyetle erişilmesini sağlarken, diğer yandan küreselleşmenin yoğun bir şekilde yaşanmasına sebep olan, uzakları yakın hale getiren teknoloji sayesinde sosyalizasyon süreci farklılaşmaya başlamıştır. Aynışmayı destekleyen yapılaşmalar, sosyal medya platformları ile yükselişe geçmiştir. Sanal hayatın adeta kültürel kodlar oluşturmaya başlattığı bu dönemin en ileri teknolojisi Metaverse başlığında konuşulmaya başlanmıştır. Artık insanların çevrimiçi hareket etmek için bir ekran ve bağlı olacakları merkezi bir sistem olmayacaktır. Bir gözlük ve kulaklık sayesinde artırılmış gerçeklik platformuna girebilecek, reel hayatta içinde bulunduğu tüm alanlar da dahil olmak üzere istediği mekân ve ayrıcalıklardan yararlanma fırsatı bulabilecektir. Bu fırsatın oluşması içinde bulunulan coğrafyanın teknolojik alt yapısı ve ekonomisi ile doğrudan ilgilidir. Çünkü bu “öte evren” in alansalında yer almak için sanal cüzdan ve mekâna ihtiyaç vardır.

Bireylerin sosyo-psikolojik tutumlarının, mevcut internet teknolojileri ile olumsuz yönde etkilendiği Metaverse öncesi dönemden de anlaşılacağı gibi, dijital platformlarda meydana gelen kimlik bunalımları ve dahi kimlik inşasına yönelik arayışlar, Metaverse ile birlikte avatar adı altında oluşan kullanıcılar açısından tahmin yürütülmesini gerektirmektedir. Avatarlar gerçek hayattaki kişilikleri temsil edebileceği gibi, bireyin hiçbir şekilde ulaşamayacağı bir kimlik ile Metaverse ortamında bulunabileceği imkânını sağlamaktadır. Bu kez artırılmış gerçek söz konusudur ve birey belki de bir klavye ile tutunduğu yalan hayattan, tamamen içinde yer aldığı ve sahibi olmadığı bir hayatta, yani Metaverse’de kendini konumlayabilecektir. Bu anlamda eleştirel bir bakış açısıyla yaklaştığımızda Metaverse olası akıl ve ruh hastalıklarını oluşturmak ya da pekiştirmek bakımından tehlikelidir.

Metaverse’ün sosyalizasyon sürecine eşlik eden en önemli hayati olgular olan eğitim alanı ve meslek kazanımı gibi paydalarda yer alacağına dair ön görüleri bakıldığında çeşitlilik ve yenilikler doğuracağı tahmin edilmektedir. Eğitimde pratik uygulamaların yaygınlaşması bu ortamlarda daha olasıdır. Meslekler grubunda ise birçok yeni uzmanlık alanı açılma ihtimalleri vardır.

İnternet kullanımı oranları 2020 yılında başlayan ve etkilerini 2021 yılının sonuna kadar sürdüren, 2022 yılı itibarıyla ise esnek hayata dönüşün gerçekleşmeye başladığı pandemi sebebiyle, tüm dünyada oransal olarak artış göstermiştir. 2021 yılı TÜİK verilerine göre Türkiye’de internete erişim olanağı olan hane oranı %92’ye ulaşmıştır. Türkiye’de 66 milyon kişi internet, 60 milyon kişi de sosyal medyayı kullanmaktadır. (URL 4) Sağlık, eğitim, ekonomi ve birçok meslek grubunun uzaktan erişimle faaliyet gösterdiği bu dönem Metaverse geçişi için de önemli bir pratik olarak görülmektedir. Öyle ki pandemi süreci bitmek üzere olmasına rağmen, birçok işyeri ve çalışanlar işlerini uzaktan yürütmekte, eğitim ve öğretimde her an

uzaktan bir şekilde devam etmek üzere hazır bulunmaktadır. Bu anlamda karantina hayatının Metaverse oluşumuna destek olduğunu söylemek yerinde ve uygun olacaktır. Ancak Metaverse'ün gelişimi kullanıcıların bu yeni evreni ne derece benimseyecekleri ile bağlantılı olsa da uzmanların görüşü otuz yıl içinde tüm dünyanın bu evrenin içinde yer alacağı yönündedir.

Kaynakça

- Arvas, İ. S. (2022). Gutenberg Galaksisinden Meta Evrenine 3. Kuşak İnternet, Web 3.0. *Academic Journal of Information Techonology, Ajit-e*, Cilt:13, Sayı:48, 53-71
- Averbek, G. S., Türkyılmaz, C. A. (2021). Sanal Evrende Markaların Geleceği: Yeni İnternet Dünyası Metaverse ve Marka Uygulamaları, *Sosyal Bilimlerde Multidisipliner Çalışmalar*, Ed: Prof. Dr. Mehmet Baş, Doç. Dr. İnci Erdoğan Tarakçı, İstanbul, Efeakademi Yayınları, 99-136
- Baudrillard, J. (2018). *Gerçeğin Yerini Alan Simulakrlar İçinde Simulakrlar ve Simülasyon*, Doğu Batı Yayınları, İstanbul.
- Bauman, Z. (2017). *Küreselleşme*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Basalla, G. (2013). *Teknolojinin Evrimi*, Doğu Batı Yayınları, İstanbul.
- Değirmencioğlu, G. (2014). Yeni Medya Çağında Haberciliğin Dönüşümü: Yurttaş Gazeteciliği Bağlamında Hiper Yerel Gazetecilik, *Yeni Medya Üzerine Yeni İletişim Teknolojileri 2*, Editör: Müge Demir, Konya, Literatürk Yayınları, 147-162
- Demir, M. (2013). Modası Olan Bir Aksesuar Olarak Görülen Cep Telefonları Üzerine Bir İnceleme, *Yeni Medya Üzerine Yeni İletişim Teknolojileri*, Editör: Müge Demir, Konya, Literatürk Yayınları, 109-136
- Demir, R., Değerli, A S. (2022). Fotoğraftan Metaverse'e Gerçeğin Dijital Temsili ve İmge, *Sanat ve İnsan Dergisi Özel Sayı*, 179-187
- Ersöz, S. K. (2015). Geleceğin Web Teknolojileri: Web 3.0 ve Etkileşim, *İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim*, Der: Özlem Oğuzhan, İstanbul, Kalkedon Yayınları, 2015.
- Kuş, O. (2021). Metaverse: Dijital Büyük Patlamada Fırsatlar ve Endişelere Yönelik Algılar, *Intermedia International e-journal*, 8 (15), ss.245-266.
- Özgül, G.E. (2015). Yanılsamalar Labirentinde Bir Yanılsama Olarak Özne, *İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim*, Der: Özlem Oğuzhan, İstanbul, Kalkedon Yayınları, 83-109
- Stephenson, N. (2016). *Snow Crash/Parazit*, Çeviren: Sibel Hacıoğlu, İstanbul, Altıkkırkbeş Yayınları, 20-21
- Türk, G.D., Bayraktar, S., Akçay, E. (2022). Metaverse ve Benlik Sunumu, *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, S:12, C:2, 316-333

- Uğurlu, Ö., Yakın, M. (2015). Sosyal Medyada Kimlik Temsilinin Mekân Üzerinden Okunması: Foursquare, *İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim*, Der: Özlem Oğuzhan, İstanbul, Kalkedon Yayınları, 199-240,
- Wunderman Thompson Metaverse 2021 raporu (2021) Into The Metaverse. Wunderman Thompson Intelligence'dan Akt: Türk, G.D., Bayraktar, S., Akçay, E., (2022). Metaverse ve Benlik Sunumu, *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, S:12, C:2, 316-333

İnternet Kaynakları

- URL 1: <https://technative>, Making Sense of The Metaverse Through Data Science, 2022.
- URL 2: <https://www-eurun>, How Can The Metaverse be Used in Education, 2022.
- URL3: <https://cult-honeypot> 10 Metaverse Jobs That Will Exist by 2030, 2021.
- URL 4: www.data.tuik.gov.tr, z.t. 8.3.2022
- www.acarbaltas.com,:“Metaverse’ün Hayatımıza Getirecekleri” II, z.t. 8.3.2022
- <https://evrimagaci.org/> 12 Kasım 2021, Yazar Mücahit Köse, Metaverse Nedir ve Neden Çok Önemlidir? Yaşamlarımızı Dijital Bir Evrene Taşıyabilir miyiz?