

Metaverse ve Din Kavramlarının Sosyal Medya Madenciliği Yolu ile İncelenmesi

(Araştırma Makalesi)

The Investigation of the Relation Between Metaverse and Religion Through Social Media Mining

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1099247

Nur KUBAN TORUN

Dr. Öğr. Üyesi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü,

nurkuban.akdemir@bilecik.edu.tr

Orcid No: 0000-0002-9115-5838

Tolga TORUN

Doç. Dr., Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü,

tolga.torun@bilecik.edu.tr,

Orcid No: 0000-0003-4215-406X

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Kuban Torun, N., & Torun, T. (2022). Metaverse ve Din Kavramlarının Sosyal Medya Madenciliği Yolu ile İncelenmesi. *Alanya Akademik Bakış*, 6(2), Sayfa No.2511-2526.

ÖZET

Anahtar kelimeler:

Sosyal Medya
Madenciliği, Twitter,
Din, Metaverse

Makale Geliş Tarihi:
06.04.2022

Kabul Tarihi:
11.05.2022

İnternet teknolojilerinde yaşanan gelişmeler neticesinde insanların kendilerini ifade edebilecekleri, sosyalleşebilecekleri ve paylaşımlarda bulunacakları sosyal alanların sayısında artış yaşanmıştır. Bu alanlar dijitalleşme doğrultusunda sosyal medya platformları olarak adlandırılmaktadır. Sosyal medya platformlarında muazzam boyutta veri oluşmaktadır. Büyük ya da yığın veri olarak da adlandırılan bu veri sosyal bilimler alanlarının birçoğunda merak oluşturmada ve anlamlı sonuçlar çıkarmak üzere inceleme altına alınmaktadır. Sosyal medya madenciliği diye adlandırılan bu süreçte Twitter özellikle özgür ifade alanı olarak büyük yer edinmektedir. Mark Zuckerberg'in sahibi olduğu Facebook isimli şirketini, Meta olarak değiştirmesine bağlı olarak gerek yatırımcıların gerekse araştırmacıların dikkati metaverse kavramına doğru çevrilmiştir. Bu anlamda toplumsal ve de ticari olarak metaverse'in etkilerinin araştırılması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Toplumu şekillendiren önemli bir faktör olan dini inanışların metaverse içerisindeki yansımalarının araştırılması diğer bir gerekliliktir. Bu amaçla çalışmada metaverse ve din ile ilişkilendirilen ifadelerle yönelik atılan tweetler sosyal medya madenciliği yöntemi ile çekilerek içerik analizi yapılmış ve yorumlanmıştır. Veri toplama aracı olarak çalışmada R programlama kullanılmıştır.

Keywords:

Social Media Mining,
Twitter, Religion,
Metaverse

ABSTRACT

Due to the rapid development of Internet technologies, the number of social platforms where people can socialize and share have increased. These platforms are called social media platforms in line with digitalization. These social media platforms are providing enormous data. This data, called big or

bulk data, creates a curiosity on social sciences and they are investigated to make significant conclusions. Twitter where people are free to express their feelings is the one of the most important social media platforms in social media mining. Since Mark Zuckerberg announced to rename his company Meta, metaverse takes the attention. In this sense, the requirement of investigation of the social and commercial effects of metaverses has emerged. Another necessity is the research of the interaction between religion which is an important factor of society and metaverse. For this purpose, content analysis was made and interpreted by using the social media mining method for the metaverse and religion-related expressions in this research. The R program was used as a data collection tool.

1. GİRİŞ

Sanal dünyalar, uzak fiziksel konumlardaki birden çok kullanıcının iş veya oyun amacıyla gerçek zamanlı olarak etkileşime girebildiği, sürekli çevrimiçi olan bilgisayarlar tarafından oluşturulan ortamlardır. Sanal dünyalar, sanal gerçeklik uygulamalarının bir alt kümesini oluşturmaktadır (Dionisio, Burns ve Gilbert, 2013). Sanal dünyaların gelişimi hayal gücünün ve de yeniliklerin sınırlarını zorlayan büyük çapta oyun sektöründeki gelişimlerle kendini göstermiş ve bu sosyal yönelikli sanal platformlarda ilerlemelere yol açmıştır.

Sanal dünyaların gelişimine bakıldığında, 1970'lerin sonlarında, yazı (metin) tabanlı olarak geliştirilen iki tip sanal dünya ortaya çıkmıştır. Bunlardan biri MUD'lar veya çok kullanıcılı zindanlar, Tolkien'in Yüzüklerin Efendisi'ne veya rol yapma zar oyunu Dungeons and Dragons'a benzeyen fantastik gerçekliklerin yaratılmasını içermektedir. Diğeri ise MUSH'ler veya çok kullanıcılı paylaşılan halüsinasyonlar, eğitimcilerin işbirlikçi yaratım deneyimi yaşama ihtimali için kullanılan ama daha az tanınmış sanal dünyalardan oluşmaktadır (Turkle, 1995).

Sanal dünyaların gelişiminde ikinci önemli adım William Gibson'ın Neuromancer'ının 1984 yayınından esinlenen Lucasfilm'in 1986'da Commodore 64 için sunduğu Habitat ve 1989'da Fujitsunun platformunu tanıttığı zaman ortaya çıkmıştır. Habitat, sanal ortamın grafiksel arayüz içeren ilk yüksek profilli ticari uygulamasıdır. Habitat aynı zamanda dijital kullanıcılarını tanımlamak için "avatar" terimini (Sanskritçe "bir ilahın dünya üzerindeki görünümü veya tezahürü" anlamına gelir) kullanan ilk uygulama olma özelliğini taşımaktadır (Blanchard vd. 1990; Cruz-Neira vd.1992; Lanier 1992; Krueger 1993). 1990'lara gelindiğinde ise sanal dünyaların gelişiminde üçüncü aşama ortaya çıkmıştır. Kullanıcılar tarafından oluşturulan içerikler, 3D grafikler, sosyalleşme imkanları ve bilgi işlem gücündeki ilerlemeler sanal dünyaları geliştirmiştir. Kullanıcı tabanlı içerik oluşturma araçlarının dahil edilmesi, önceden oluşturulmuş sanal ortamlardan gerçek zamanlı olarak katılımcılar tarafından katkıda bulunulan ve değiştirilebilen çevrimiçi ortamlara geçiş yaşanmıştır. 1995 yılında Activeworlds isimli sanal platform Neil Stephenson's 1992 yılında yazdığı Snow Crash (Parazit) romanından esinlenmiştir (Stephenson, 1992).

Sanal dünyaların dördüncü evresi ise 2000 yılı sonrasında gelişme göstermiştir. Bu aşamada Second Life gibi ticari platformlar ortaya çıkarak kullanıcı veri tabanlarını genişletmiş, dünya çağında katılım sağlanmış ve fiziksel dünyada yer alan gerçek kurumların da katılımı ile popüler hale gelmiştir. Bu denli katılım beraberinde sanal bir ekonomiyi ve de yüksek çözünürlüklü grafikleri de getirmiştir (Dionisio, Burns III ve Gilbert, 2013).

2007 yılı ile birlikte beşinci aşama devreye girmiştir. Sanal dünyalarda açık kaynaklı üç boyutlu ortamlar merkezileşmeye başlamıştır. Burada öne çıkan unsur kullanıcıların sanal dünyalarda birtakım değişiklikleri inşa edebilmesi ve sanal dünyaları değiştirebilmesidir (Dionisio, Burns III ve Gilbert, 2013).

Sanal dünyalar, işaretler ve şekillerden oluşan sembolik tuğlalardan inşa edilmiş sembolik dünyalar olarak adlandırılmaktadır. İnsanlar bu sembollere anlamlar biçebilmektedir. Sanal dünyaların sonsuz ölçekte olduğu düşünüldüğünde, en büyük sorunlardan bir tanesi ortaya çıkmaktadır. Bu sorun özellikle kullanıcılara etkileşim oluşturabilmeleri için bir ortam sağlama doğrultusunda ölçeklenebilirlik sorunudur. Birçok avatar birbiri ile anlık etkileşime geçtiğinde, mekanların farklı perspektiflerden tasarlanması esnasında ve tüm kullanıcıların geniş alanlarda etkileşime geçtiği anda grafiklere bağlı olarak sorunlar çıkabilmektedir. Ayrıca sanal dünyalar içerisinde birlikte çalışabilirlik kavramı ortaya çıkmaktadır. Ancak bu kavram fiziksel dünyadan farklı işlemektedir. Birbirinden farklı birçok sistem ve platformlar bilgi alışverişinde oldukça şeffaf bir şekilde etkileşim kurabilmektedir (Liu vd. 2010).

Gerçek dünyada her bir birey her zaman, her durumda, kaçınılmaz olarak dünyanın içinde yaşar, hareket eder ve onunla etkileşime geçer. Ayrıca, gerçek dünyadaki insanların varlığı her yerde tezahür eder - yani insanların kimliği ve kişiliği, pasaportları, banka hesapları, lisansları, kredi kartları normal koşullar altında öncelikle fiziksel beden (yüz, beden, ses, parmak izleri, retina) aracılığıyla evrensel olarak her yerde tanınabilir (Turkle, 2007). Ancak sanal dünyalar içerisinde yer alan insanların gerçek dünyada olduğu gibi her yerde aynı olma durumunda zorluklar ve sorunlar ortaya çıkmaktadır. Çünkü insanların gerçek hayatta olduğu kişiler ile sanal dünya içerisinde oluşturdukları kişilikleri arasında ikilemler oluşabilmektedir. Bu açıdan sanal dünyalar içerisinde gerçek dünyada olduğu gibi her yere erişim noktasında genel geçerlik arayışı mevcuttur (Dionisio, Burns III ve Gilbert, 2013).

Sanal dünyalar ile gerçek dünyanın kesiştiği bir diğer nokta gerçekçilik kavramıdır. Sanal dünyalarda da gerçekçilik kavramı bulunmakta ama gerçek dünyadan farklı bir şekilde oluşmaktadır. Gerçekçilik terimi, sanal dünyalarda sürükleyici gerçekçilik anlamında nitelendirilmektedir. Bilgisayarlar tarafından oluşturulan görüntülerdeki gerçekçilik, ayrıntılardan ziyade görüntülerin inanılabilirliği ile doğru orantılıdır. Sanal dünyadaki gerçekçilik, bir kullanıcının bu alanlara psikolojik ve duygusal katılımı ile oluşmaktadır. Sanal bir ortam, bir kullanıcıyı o ortama taşıma derecesine ve kullanıcının fiziksel eylemleri ile avatarınımler arasındaki sınırın şeffaflığına bağlı olarak daha gerçekçi olarak algılanır (Dionisio, Burns III ve Gilbert, 2013).

Metaverse, kullanıcıların iletişim ve etkileşim oluşturması, geliştirmesi ve sürdürmesi için gelişen sanal dünya teknolojilerini kullanan platformlar şeklinde alanlar olarak ifade edilmektedir. Bu alanlarda akademik araştırmalar başlamış, aynı zamanda endüstri de bu alanlara güçlü bir şekilde yatırım yapmaya başlamıştır. Bu yoğun ilgi neticesinde toplumda büyük etkiler beklenmekte ve aynı zamanda dönüşümlerin oluşması ön görülmektedir (Lee vd. 2021).

2. METAVERSE KAVRAMSAL ÇERÇEVE

“Metaverse” terimi, Neal Stephenson tarafından yazılan bilim kurgu romanı olan Snow Crash'den (Parazit) gelmektedir (Stephenson, 1992). Metaverse kullanıcıların avatarlarıyla üç boyutlu (3D) sanal ortamda yazılımlar doğrultusunda birbirleriyle etkileşime girebildiği İnternet ortamıdır. Metaverse teriminin evriminin gelişiminin arkasında yaklaşık 30 yıllık bir

süreç vardır. 2018 yılında yayınlanan Ready Player One filminin başarısı, metaverse kavramı ile ilgili tartışmaları öne çıkarmıştır (Duan, vd. 2021).

Metaverse kelimesi, “meta” Yunancada ötesi ve “verse” Latincece karşısında kelimelerinin birleşiminden oluşmaktadır. Bu yeni kelime fiziksel dünyanın ötesinde, fiziksel dünyadan farklı yeni bir evren anlamına gelmektedir. Daha spesifik olarak, bu “öteevren”, bilgisayar tarafından oluşturulan bir dünyaya atıfta bulunmaktadır (Dionisio, Burns III ve Gilbert, 2013). Bildiğimiz dünyanın aksine bu sanal dünyalar genişlemekte ve de zenginleşmektedir. Metaverse halen bebeklik döneminde olmasına rağmen, yeni başarıların, icatların ve de hayat tarzlarının göstergesidir. Metaverse içerisinde eğlenceyi, yaratıcılığı, gerçekliği ve de hayal gücünü barındıran sınırsız bir alandır (Sivan, 2008).

Haziran 2003'te lansmanı yapılan, kullanıcı yönlü çevrimiçi bir dünya olan Second Life, Metaverse yolunda atılan ilk adımlardandır. Kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğe izin veren sanal dünyaların aksine, Second Life kullanıcılara, geliştiricisi tarafından oyun içerisine yerleştirilen araçları kullanarak içerik oluşturmaya sevk etmektedir (Helmer, 2007). Bu araçlar, farklı bilgisayarlarda ayrı programlar kullanmak yerine gerçek zamanlı olarak kullanıcıların iş birliği kurmasını sağlayan bir oluşumu desteklemektedir. Bu durum Second Life içerisinde paylaşım ve iş birliği doğrultusunda bağları kuvvetlendirmektedir (Doherty, Rothfarb ve Barker, 2006). Bu sanal dünya içerisinde yer alan araçlar sayesinde Second Life kullanıcıları inanılmaz miktarda içerik oluşturabilmişlerdir. Mayıs 2004'ün sonunda, kullanıcılar bir milyondan fazla nesne, 300.000'den fazla kod ve 300.000'den fazla giysi yaratmıştır. Second Life içerisinde bu içerikler Linden dolar ismi verilen sanal bir para ile sanal bir şekilde alınıp satılmış ve 52 milyon Linden dolarlık büyük bir pazar oluşturulmuştur (Ondrejka, 2005). Ayrıca ürün geliştirme, ürün tanıtımı, pazarlama iletişimi ve müşteri ilişkileri açısından BMW, Mercedes, Toyota, Honda, Renault, Mazda ve Pontiac gibi otomobil firmaları, AOL, Reuters, MTV, Warner Bros and Sony BMG gibi medya firmaları, STA Travel ve Tui gibi seyahat acentaları, Intel, AMD, Dell, Nokia ve Sony Ericsson gibi elektronik firmaları, Adidas, Reebok, Nike, Armani, Calvin Klein, L'Oreal Paris ve American Apparel gibi tüketim ürünleri firmaları, Vodafone, Orange ve Telus gibi iletişim firmaları, ABN Amro, Saxo Bank ve ING gibi finans kuruluşları ve IBM, Logica ve PA danışmanlık gibi hizmet sektöründe yer alan firmalar Second Life içerisine dahil olmuştur (Vronties ve Melanthiou, 2011). Diğer yandan Second Life aynı zamanda etkileşime açık yapısından dolayı hem grup üyelikleri hem sohbet hem de dahili anlık mesaj ("Instant Message") arkadaş listeleri ile kullanıcılarına güçlü sosyal ağlar yaratmıştır (Ondrejka, 2005).

Second Life Türkçe anlamı ile İkinci Hayat olarak çevrilebilir. Kullanıcılarına alternatif bir hayat verme gayesinde olan sanal dünyanın sivil toplum kuruluşları tarafından dezavantajlı bireylere ya da engelli kişilere sanal platformlarda bir şans vermek amacıyla kullanılması gündeme gelmiştir (Uzun, 2011). Ayrıca Second Life birçok üniversitenin yakın incelemesi altına alınmış ve e-öğrenme platformu olarak kullanılması doğrultusunda avantajları araştırılmıştır (Edwards, Dominguez ve Rico, 2008).

Second Life'in başarısından sonra metaverse kavramı doğrultusunda 2004 yılında Kaneva ve 2008 yılında Twinity sanal oyunları çıkarılmıştır. Ancak Metaverse kavramı özellikle Mark Zuckerberg'in Facebook şirket ismini Metaverse olarak değiştirmesi ile öne çıkmıştır. Zuckerberg, insanların çalışabileceği, oyun oynayabileceği ve sohbet edebileceği, eskiden Oculus olan Meta Quest gibi VR gözlükler aracılığıyla erişilebilen geniş kapsamlı bir Metaverse'den bahsetmiştir. Metaverse içerisinde insanlara farklı dilleri ortak bir şekilde

anlamalarına olanak verecek yapıların oluşturulacağı ve 10.000'nin üzerinde kişinin işe alınacağı açıklanmıştır (Wakefield, 2022).

2.1. Din ve Metaverse

Sanal dünyaların sağladığı en büyük avantaj iletişimdir. Özellikle dinler tarihine bakıldığında, dini faaliyetlerin sanal dünyalar gibi iletişim kanallarından ayrılmaz bir yanı olduğu görülmektedir (Helland, 2000). Geçmiş deneyimler incelendiğinde bir ilkel iletişim aracı olarak matbaanın icadı dini reformları hızlandırmıştır. Özellikle misyonerlik faaliyetlerinde televizyon, radyo ve sinema gibi kitlesel iletişim araçları yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. İnternet çağıyla birlikte dini iletişimsel faaliyetler websitelerine ve sosyal medyaya da uzanmıştır. Pandemi dönemi ile birlikte, ibadethanelere ulaşma noktasında zorlukların karşısında, çevrimiçi dua grupları, Youtube üzerinden ve sosyal ağlarda dini içerikler oluşturma gibi eylemler yapılmıştır (Jun, 2020).

İnsanların doğası gereği Tanrı'yı dijital dünyalarda araması muhtemeldir. Bu yeni arayışlar, dini cemaatlerin misyonlarını tekrardan gözden geçirmesi açısından hayati bir önem taşımaktadır. 1980'li yıllarda başlayan dijital devrimin (Calver ve Calver, 2016) ilerlemesi ve aşırı gerçekçi bir yapıya sahip sanal ve de gerçek dünyaların kesiştiği alanların oluşması ile birlikte dini faaliyetler açısından bir avantaj yaratılıp yaratılmayacağı sorgulanmaya başlamıştır. Halihazırda sanal gerçeklik içinde kurulmuş ve faaliyet gösteren Hıristiyan kiliseleri mevcuttur. Bu kiliseler sadece geleceğe adım atmamakla kalmamış, aynı zamanda sanal dünyada geleceğe yönelik bir misyon için hazırlanmaktadır. Hatta birçok dini cemaat sadece kendine inananları değil, aynı zamanda ateist olan ya da kendine inanmayan kişileri de kapsayacak şekilde ibadetler içeren uygulamaları sunmaktadır (French, 2018).

Metaverse gibi sanal dünyalar içerisinde insanlar dini açıdan kendilerine önem arz eden Beytüllahim gibi dini merkezleri artırılmış gerçeklik desteği ile birlikte gezerek dini deneyimlerini ilk elden en üst düzeyde yaşayacağı ve bir dini sanal dünya içerisinde inancını gerçek ve yaşanabilir kılabileceği ön görülmektedir (Round, 2019). Bu sanal dini dünyaların bir avantajı ise, dahil olma noktasında özgürlük sağladığından, dini olarak aynı görüşü paylaşmayan insanların da ziyaretine açık olması ve hatta birbirinden insanların etkilenmesine olanak sağlamasıdır (French, 2018)

Metaverse ve benzeri sanal dünyalarda Tanrı'nın hükümdarlığı ile ilgili olarak birçok kişinin zihninde soru işareti bulunmaktadır. Daha yalın hali ile, metaverse platformlarının tanrıçılık oynamak üzere programlandığını düşünen kesim bulunmaktadır. Şüphesiz ki Tanrı, birçok tek Tanrılı dinde mutlak yaratıcıdır. İslam dinine bakıldığında Kur'an-ı Kerim'de Zümer 62. ayette "her şeyi yaratan Allah'tır" diye belirtilmektedir. Hatta Saffat 96. ayette "sizi de yaptığınız işleri de yaratan Allah'tır" diye buyurmaktadır. Yani yaratma eylemi O'nun rızası dahilinde olmaktadır. Bu, sanal dünyaların aynı zamanda Tanrı'nın egemenliği ve gücü ile hüküm sürdüğü bir alan olduğu anlamına gelmektedir. Ancak, sanal dünyalar Tanrı'nın doğrudan yaratması ile değil, insanların O'nun izni ile oluşturduğu yerler olduğu ve O'nun kutsallığını içeren bir yapıda olduğu anlamına gelmektedir (Sandlin, 2013; Bolger, 2021). Metaverse'te insanların bedenlerini fiziksel dünyada bırakarak, sanal bir şekilde yer alması, insanları bedeninden koparmak için tasarlanmış bir sanal dünya yaratıldığı düşüncesi ile birçok din adamını da tedirgin etmektedir (Murray ve Sixsmith, 1999; Tilley, 1995). Diğer yandan sanal dünyaların fiziksel yasalardan ve de fiziksel bedenden bağımsız olmasından dolayı cennet gibi bir mekan olarak algılanması da muhtemeldir. Second Life oyunu içerisinde, insanların ruhsal

bir ütopya içerisine çekmesi planlanan ve İslam, Hıristiyanlık, Musevilik, Hinduizm ve Budizm gibi dinleri kapsayan 30'un üzerinde oluşum tespit edilmiştir (Khong, 2020).

İslam'ın beş şartından birisi olarak kabul edilen namaz, fiziksel olarak bedenen yapılan dini bir ibadettir. Ancak geleneksel inanç içerisinde problem yaratacak unsur metaversete insanlar avaturları ile temsil edildiği için kılınacak olan namazın bedenen değil, sanal bir şekilde yapılacak olmasıdır. Bu insanlar ile avaturlar arasındaki bağın dini açısından yorumu ile ilgili bir problemi gündeme getirmektedir. Yüksek öğretimde yapılan bir araştırmaya göre kişilerin sanal dnyalarda ait olma duygusunu doğrudan oluşu, etkileşimi ve gruba olan bağlılığı etkilemektedir (Wankel ve Blessinger, 2012). Bu etken faktörlerin cemaatlerde de farklı olacağı düşünülemez. Sanal dnyalarda dini gruplara aitlik hissi yüksek düzeyde bağlılık ve katılım gerektirmektedir. Özellikle post-modern toplumda, bireycilik anlayışı yüzünden inananların dini vecibelere tamamen bağlı olduklarını görmek zordur. Bu durum fiziksel dnyada topluluk duygusunu ciddi şekilde zayıflatmakta ve bir yansıması olarak sanal dnyalarda da problem yaratması beklenmektedir (Jun, 2020).

Diğer bir sorunsal ise sanal dnyalarda dini temsil eden otoritelerin boşluğudur. Fiziksel dnyada yer alan ibadethanelerde, resmi makamlarla atanmış kişiler tarafından kişilere dini öğretiler verilmekte ve ibadet ile fiziksel olarak etkileşim yaratılmaktadır. Ancak sanal dnyaya içerisinde insanları doğru yönlendirecek ve dini öğretileri doğru verebilecek otoritenin kim olacağı doğrultusunda birçok kuşku bulunmaktadı. Unutulmaması gereken nokta, ibadethanelerin sadece ibadet yeri olmadığı aynı zamanda topluluk duygusunun verildiği yer de olduğudur. Sanal dnyalarda topluluk duygusundan uzaklık ve de yönlendiricilerin eksikliğinden dolayı insanların Tanrı ile olan dini yolculuklarında eksiklikler yaşanabilmesi muhtemeldir (Brown, 2019).

Semai dinler için kutsal olan belirli alanlar bulunmaktadır. Her yıl, kesin olarak belirlenmiş bir zamanda, Müslümanların tartışmasız kutsal şehri olan Mekke şehri, en büyük yıllık hac ziyaretlerinden birinin yeri haline gelmekte ve dnyaya çapındaki en büyük kitlesel toplanma yeri olmaktadır (Bianchi, 2004). Hac ile ilgili hacı adaylarının yoğun şekilde bilgiye ihtiyaçı bulunmaktadır. Ancak bilgilendirme Suudi Arabistan bakanlığı tarafından ağılan Hajinformation.com adlı websitesidir. Web 1.0 görünümünden öteye gidemeyen bu websitesinden hacı adayları, birkaç fotoğraf ve animasyon ve de hacıların pratik rehberi şeklinde pdf formatında bilgi desteği alabilmektedir (Schlosser, 2013). Ancak gelişen teknoloji ile birlikte bilgiye erişime yönelik bakış ağısında da değişiklik olmuştur. Bu konu ile ilgili Suudi Arabistan Kâbe ve hac alanlarının simülasyonunu Metaverse içerisinde dijitalleştirerek ziyarete açaçağını duyurmuştur. Mescid-i Haram'ın resmi Facebook sayfasından yapılan paylaşımda da söz konusu girişimin, Müslümanların "Mekke'ye hac ziyaretinden önce Hacerülesved'i deneyimlemelerini" sağladığı ifade edilmiştir. Daha da ötesinde sadece bu alanların görme ve işitme duygularına değil; aynı zamanda dokunma ve koklama gibi duygulara da hitap edeceği belirtilmiştir (Gazeteduvar, 2022). Bu durum sadece hacı adayları için deneyim ve pratik yapma alanı olmaktan öte, müslüman olmayan ve normal zamanlarda hac için uygun görülmeyen kişilerin de bu deneyimi yaşamasına olanak sağlamasıdır (Schlosser, 2013).

Metaverse ile ilintili diğer bir konu ise bu alanlar içerisinde bulunan farklı etnik kökenden ve dinden insanın avaturları ile nasıl temsil edileceğidir. Bu farklılık içerisinde öne çıkan unsurlardan birisi Müslüman kadınlar. Metaverse'in ilk versiyonu olan Second Life sanal dnyasında, bu kadınlardan bazıları dini inançlarını ve kimliklerini bu dnyaya içinde yaşarken ve kişiler ile etkileşime girerken özellikle e-hijab denilen başörtüsü takarak kendilerini ifade etmek istemişlerdir. Ancak sanal dnyaların en büyük sorunlarından biri de avatarın gerçek

kimliği yansıtıp yansıtmadığıdır. Bir avatar sahibinin gerçek dünyadaki kimliğini doğrulamak zordur ve bu nedenle görüşülen kişilerin söyledikleri kişiler olduğunu kabul etmekten başka seçenek yoktur. Ek olarak, sanal dünyalar içerisinde davranış ve görünümle ilgili gözlemler yapmak oldukça zordur. Bu doğrultuda düşünüldüğünde, belirli imaja sahip insanların hareketlerinin İslam'a veya İslam imajına zarar vermesi muhtemel bir tehlike olarak görülmektedir. Özellikle cinsel/yetişkin veya şiddet sembolleri ve/veya eklentilerinin avatarlara takılması veya toplum içinde görünmesi rahatsızlık yaratabilecektir. Bu gibi davranışların özellikle kutsal mekanların simülasyonlarında vuku bulması ise kargaşa oluşturabilecektir (Tadros, 2010). Kutsal kişilere de hakaret boyutuna gelebilecek avatarlar endişe oluşturabilecektir. Yapılan araştırmalarda kişilerin Metaverse deneyimlerine bakıldığında kullanıcıların "Dini bir deneyim olduğunu söyleyemem ama İsa yanımdaydı. Ve dans ediyordum." (Zagalo, Morgado ve Boa-Ventura, 2011) ifadesi metaverse içerisinde avatar belirleme özgürlüğünün bir süre sonra dini amaçlardan uzaklaştığı açıkça görülebilmektedir. Geçmiş yaşanan olaylar değerlendirildiğinde İslam açısından önem arz eden Hz. Muhammed'in Charlie Hebdo mizah dergisinde karikatürize edilmesi sonucu İslam dünyasında rahatsızlık oluşmuş ve belirli bir islami grup tarafından yapılan saldırı sonrası 11 kişi hayatını kaybetmiştir (Wikipedia, 2022).

Son olarak islamafobi diğer önemli ele alınması gereken konudur. İslamafobi, Twitter gibi sosyal ağ sitelerinde meydana gelen çevrimiçi Müslüman karşıtı istismar, "siber taciz", "siber zorbalık", "siber istismar", "siber tahrik/tehdit" ve "siber nefret" olarak kategorize edilmektedir (Wall, 2001). Sosyal ağ siteleri aracılığıyla çevrimiçi olarak gönderilen islamafobik yorumların çoğu aşırılıkçı ve kışkırtıcı bir imada bulunmaktadır. Bu durum sadece sosyal ağ siteleriyle sınırlı değildir ve çevrimiçi siber nefreti ve islamofobiyi teşvik etmek için kullanılabilir blog siteleri, çevrimiçi sohbet odaları ve diğer sanal platformları da içermektedir (Allen, 2014). Ayrıca bu nefret söylemleri sadece islamafobi ile sınırlı değildir. Sanal dünyalar ve diğer sosyal ağ platformları hem ideolojik hem siyasi hem de dini anlamda kendilerinden "farklı" olduğunu düşündükleri bireyleri hedeflemelerine olanak tanımakta ve insanlar tarafından sahte vatanseverlik veya kendini koruma aracı olarak kullanılmaktadır (Taras, 2012; Cole & Cole, 2009).

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı

Metaverse kavramının akademik olarak araştırılmaya başlanması ile birlikte, araştırmacıların karşısına birçok metaverse ile ilişkili ele alınması gereken konular çıkmıştır. Bu konuların ekonomik, sosyolojik, kültürler, teknolojik ve de yasal boyutları bulunmakta ve her birinin metaverse ile etkileşimi yeni bir araştırma konusunu oluşturmaktadır. Bu çalışma, gelişen teknoloji ile birlikte toplum içerisinde yer edinecek olan Metaverse kavramının, toplumunun kültürel yapısı üzerinde büyük bir etkisi olan din faktörü ile etkileşimini değerlendirmek ve de kural koyuculara ve de uygulayıcılara yol göstermek amacıyla yapılmıştır. Bu doğrultuda özellikle Türkçe literatüre katkı sağlaması ve de gelecek çalışmalara yön vermesi amaçlanmıştır.

3.2. Araştırma Deseni

Bu çalışmada veri madenciliği içerisinde sosyal medya madenciliği yöntemi kullanılarak Twitter'da ele alınan kelimelerle ilgili paylaşımlar ele alınmıştır. Sosyal medyanın yükselişi ile birlikte, web dünyası global anlamda milyarlarca bireyin etkileşimde bulunduğu, paylaşım yaptığı ve bu paylaşımları yayınladığı, medya aracı halini almış ve sayısız günlük aktivitenin

gerçekleştirdiği canlı ve etkili bir sosyal dünya haline gelmiştir (Zafarani, Abbasi ve Liu, 2014). İnsanlar sosyal medyanın yaygın kullanılması ile her gün 2,5 kentilyon bayt ($2,5 \cdot 10^{18}$) veya yaklaşık 2,3 milyon Terabayt veri oluşturmaktadır (Danneman ve Heimann, 2014). Bu yığın verilerin anlamlı veriler haline getirilmesi önemli bir durum olmaktadır. Bu anlamda sosyal medya madenciliği, sosyal medya verilerinden eyleme geçirilebilir kalıpları temsil etme, analiz etme ve çıkarma sürecidir. Sosyal medya madenciliği, sosyal medya verilerinin araştırmaya uygun hale getirmek amacıyla temel kavramlar haline getirmesi için temel algoritmaları kullanmasını içermektedir. Sosyal medya madenciliği; bilgisayar bilimi, veri madenciliği, makine öğrenimi, sosyal ağ analizi, ağ bilimi, sosyoloji, etnografya, istatistik, optimizasyon ve matematik gibi farklı disiplinlerden teorileri ve metodolojileri taşımaktadır. Büyük ölçekli sosyal medya verilerinden anlamlı kalıpları oluşturmak, ölçmek, modellemek ve çıkarmak için tüm bu araçları kapsar (Zafarani, Abbasi ve Liu, 2014). Sosyal medya madenciliği içerisinde Twitter önemli bir veri kaynağı sağlayan sosyal platform olarak öne çıkmaktadır. Twitter, kullanıcıların zaman çizelgelerinde görünen, tweet adı verilen kısa durum güncellemeleri göndermelerine olanak tanıyan, gerçek zamanlı, son derece sosyal bir mikroblog hizmeti olarak tanımlanabilir. Tweetler, (şu anda) 280 karakter içermektedir. Twitter, sezgisel ve kullanımı kolay, zarif ve basit bir arayüz (API) oluşturmaya büyük özen göstermiştir (Russel ve Klassen, 2019).

Sosyal medya madenciliğinin ilk adımı yeterli numunenin alınması aşamasıdır. Yeterli numuneler elde etmek için yaygın olarak kullanılan yöntemlerden birisi sosyal medya sitelerinden uygulama programlama API'leri aracılığıyla veri toplamaktır (Zafarani, Abbasi ve Liu, 2014). Twitter'a herhangi bir API isteğinde bulunmadan önce <https://dev.twitter.com/apps> adresinde bir uygulama oluşturulması gerekmektedir. Bir uygulama oluşturmak, geliştiricilerin API erişimi kazanmasının ve Twitter'ın gerektiğinde üçüncü taraf platform geliştiricilerini izlemesi ve bunlarla etkileşim kurmasının standart yoludur. Sosyal medya platformlarının son zamanlarda kötüye kullanılması ışığında, yeni uygulamalar oluşturmak için bir Twitter geliştirici hesabına başvurulması ve onaylanması gerekir. Bir uygulama oluşturmak, Twitter platformuna programlı olarak erişim sağlayacak bir dizi kimlik doğrulama belirteci de oluşturacaktır (Russel ve Klassen, 2019).

Sosyal medya madenciliğinde ikinci adım gürültülerin giderilmesidir. Kapsamlı veri ön işleme yapmak ve “çöp giren ve çıkan çöp” olarak gürültü gidermek gerekmektedir. Ancak gürültü giderilirken sosyal medyadan elde edilen değerli bilgiler de ortadan kaldırılabilir. Sosyal medya verileri doğası gereği birçok gürültülü veriden oluşmaktadır. Bu açıdan gürültünün tanımı karmaşık ve göreceli bir kavram olmaktadır (Zafarani, Abbasi ve Liu, 2014).

Sosyal medya madenciliğinde son unsur ise değerlendirme ikilemidir. Veri kümesi, eğitim ve test kümelerine bölünerek ikilem oluşturulabilir. Öğrenmede yalnızca eğitim verileri kullanılır ve test verileri, test için temel gerçeklik görevi görür. Bununla birlikte, sosyal medya madenciliğinde temel gerçek genellikle mevcut değildir. Sosyal medya madenciliğinden kalıpları değerlendirmek, görünüşte aşılabilir bir zorluk teşkil etmektedir (Zafarani, Abbasi ve Liu, 2014).

Sosyal medya madenciliğinde yaygın bir şekilde R programlama dili kullanılmaktadır. R programlama veri işleme, istatistik ve grafik oluşturmada araştırmacıya yardımcı olan işlev içermektedir. R programlama ayrıca veriler üzerinde karmaşık matematiksel işlemleri saklayabilir, işleyebilir ve gerçekleştirebilir ve ayrıca ortak olasılık dağılımlarından örnekler çizmek gibi bir dizi istatistiğe özgü işlevler kullanabilir. En basit haliyle, R, istatistikçiler tarafından istatistikçiler için yapılan bir veri analiz yazılımıdır. R programlama dili, veri

bilimcileri, istatistikçiler, resmi bilim adamları, fizik bilimciler, sosyal bilimciler ve istatistiksel analiz, veri görselleştirme ve tahmine dayalı modelleme için verileri anlamlandırması gereken diğer araştırmacılar tarafından kullanılır (Danneman ve Heimann, 2014).

Araştırmada bağımsız ve özgür bir platform sloganı taşıyan Twitter sosyal medya platformu, veri seti temini için kullanılmıştır. Twitter'dan #metaverse+din, #metaverse+inanç, #metaverse+kabe, #metaverse+dua ve #metaverse+islam etiketleri ile tweetler çekilmiştir. Twitter'dan tweet çekebilmek için Twitter geliştirici hesabı kullanılmış ve kişiye özel verilen dört anahtar ile Twitter üzerinden veri çekilmiştir. 10 Şubat 2022 tarihinden 18 mart 2022 tarihine kadar 37 günlük belirlenen konu başlıkları ile ilgili tweetler çekilmiştir. Analiz için sosyal medya madenciliğinde yaygın olarak tercih edilen açık kaynak kodlu R programlama kullanılmıştır.

4. BULGULAR

Twitter'da özellikle metaverse ve din ile bağıntılı yapılan paylaşımları ölçümlemek adına tweetler çekilmiş ve aşağıdaki bulgular elde edilmiştir.

Tablo 1. Metaverse ve Din Etiketi

Etiketin İsmi	Tweet Sayısı
#metaverse+din	98

Tablo 1'de görüldüğü üzere metaverse ve din etiketi ile 98 adet tweet atılmıştır. Bu tweetler incelenmek üzere çekilerek analiz edilmiştir.

Tablo 2. Metaverse ve İnanç Etiketi

Etiketin İsmi	Tweet Sayısı
#metaverse+inanç	17

Tablo 2'de metaverse ve inanç etiketi ile 17 tweet atılmıştır.

Tablo 3. Metaverse ve Kâbe Etiketi

Etiketin İsmi	Tweet Sayısı
#metaverse+kâbe	187

Tablo 3'te görüldüğü gibi metaverse ve Kâbe etiketi ile ilgili 187 tweet atılmıştır.

Tablo 4. Metaverse ve Dua Etiketi

Etiketin İsmi	Tweet Sayısı
#metaverse+dua	40

Tablo 4'te yer aldığı üzere metaverse ve dua ile ilgili 40 tweet atılmıştır.

Tablo 5. Metaverse ve İslam Etiketi

Etiketin İsmi	Tweet Sayısı
#metaverse+islam	31

Tablo 5'te görüldüğü gibi metaverse ve İslam etiketi ile ilgili 31 adet tweet atılmıştır.

Program tarafından çekilen Tweetler ham haliyle semboller, noktalama işaretleri, bağlaç anlamı gören ifadeler, anlamsız kelimeler ile şişirilmiş olarak gelmektedir. Analize başlamadan önce sırasıyla, tüm metin küçük harfe çevrilmiş, bağlaç görevi gören kelimeler çıkartılmış, noktalama işaretleri kaldırılmış, semboller, etiketler kaldırılmış ve boşluklar kaldırılmıştır. Veri seti bu haliyle analiz için hazır hale getirilmiştir. R programlamada bu işlemler için tm paketi kullanılmıştır. Tm paketi metin madencilği için kullanılan kütüphanelerden birisidir. Veri seti içerisinde örnek olarak metaverse ve din etiketi ile ilgili tweetlerin temizlenmemiş ve temizlenmiş halleri Şekil 1 ve Şekil 2 de gösterilmiştir.

7	RT @... #Özetlersek: METaverse insanların din, ahlak, merhamet ve cinsel kinlik gibi her türlü özelliklerini önce sanal ortamda...	YANLIŞ	0	2022-03-14 12:48:30 UTC	YANLIŞ	1503352368548
8	... Dijital para için ilk basamağı doğru mu hocam. Sonra dijital/dijital sosyal hayat (metaverse/dijital insan	YANLIŞ	0	Kurtuluşla 2022-03-19 09:45:05 UTC	YANLIŞ	1502943872471
9	RT @... #Özetlersek: METaverse insanların din, ahlak, merhamet ve cinsel kinlik gibi her türlü özelliklerini önce sanal ortamda...	YANLIŞ	0	2022-03-11 12:30:31 UTC	YANLIŞ	150226086973
10	Din Görevleri Tarafından Metaverse ile İlgili Bildirge Yayınlandıhttps://t.co/ZK2Dm8KZ	YANLIŞ	1	2022-02-24 22:21:02 UTC	YANLIŞ	1499971472815
11	Hocalar cemette kök çekiyor din sürümü, döndürseler dediler... Adamlar metaverse'den arsa satıyor... https://t.co/yaqf9t9t9t	YANLIŞ	1	2022-02-24 05:27:11 UTC	DOĞRU	1496731825513
12	... Bu güzel ortaklık hem yatırımcılar hem de... https://t.co/KmTWK6KYA	YANLIŞ	4	Araçla2022-02-24 05:03:35 UTC	DOĞRU	1496649771496712151462
13	Din Yetkilileri Kripto Paralar ve Metaverse'ü İçeren Sonuç Bildirgesi Yayınladı https://t.co/7TtQDL3C	YANLIŞ	0	2022-02-23 19:13:04 UTC	YANLIŞ	1496563780636
14	RT @... Yereel Basında Vaaz ve İlgad Çalışıyorhttps://t.co/na41GvKkQW https://t.co/VHGG6Eh0m https://t.co/HtX0DyYaa https://...	YANLIŞ	0	2022-02-23 15:19:18 UTC	YANLIŞ	1496504949181
15	Yereel Basında Vaaz ve İlgad Çalışıyorhttps://t.co/na41GvKkQW https://t.co/VHGG6Eh0m https://t.co/HtX0DyYaa https://t.co/7uBtL6kP	YANLIŞ	7	2022-02-23 13:49:27 UTC	DOĞRU	1496482338485
16	□ Kötü Yetkilileri Kripto Paralar ve Metaverse'ü İçeren Sonuç Bildirgesi Yayınladı #Detaay için Ehttps://t.co/Wa32QW0HSE	YANLIŞ	0	2022-02-23 11:29:04 UTC	YANLIŞ	1496477207144
17	Din Yetkilileri Kripto Paralar ve Metaverse'ü İçeren Sonuç Bildirgesi Yayınladı https://t.co/Wv19hLdQf	YANLIŞ	0	2022-02-23 11:52:31 UTC	YANLIŞ	1496452912268
18	Metaverse'e de girsek, B. boyutta da dönüştük rahat yok. İndaaat! https://t.co/IGdmg0vN	YANLIŞ	3	2022-02-23 11:28:24 UTC	YANLIŞ	1496444843932
19	Manisa İİ Müfthlğü tarafından bu yıl 3'üncüsü gerçekleştirilen Vaaz ve İlgad Çalıştayında "Dijital Dünya" konusu e... https://t.co/YD01rC75	YANLIŞ	25	2022-02-23 11:20:07 UTC	DOĞRU	1496444756754
20	... dalet ne alakaresin ve sağlık bakanıymı düm... https://t.co/G09nU7uef	YANLIŞ	0	bekirkaan 2022-02-23 05:27:02 UTC	DOĞRU	1496443273324
21	Din Adamları Metaverse için Hazırlık Yapak https://t.co/y6W5L1r3e	YANLIŞ	0	2022-02-23 05:27:02 UTC	YANLIŞ	1496355903048
22	Din Adamları Metaverse için Hazırlık Yapak https://t.co/y6W5L1r3e	YANLIŞ	0	2022-02-22 21:09:03 UTC	YANLIŞ	14962320580765
23	RT @... Din Adamları Metaverse için Hazırlık Yapak https://t.co/3KYW5s4NW1 #DetaayKıbrıs #Kıbrıs #KİTC https://t.co/Bq8vFRBkF	YANLIŞ	0	2022-02-22 21:01:03 UTC	YANLIŞ	1496228690765
24	Din Adamları Metaverse için Hazırlık Yapak https://t.co/3KYW5s4NW1 #DetaayKıbrıs #Kıbrıs #KİTC https://t.co/Bq8vFRBkF	YANLIŞ	0	2022-02-22 21:01:03 UTC	YANLIŞ	149622867444
25	Manisa İİ Müfthlğü tarafından bu yıl 3'üncüsü gerçekleştirilen Vaaz ve İlgad Çalıştayında "Dijital dünya" konusu e... https://t.co/y6W5L1r3e	YANLIŞ	1	2022-02-22 18:56:06 UTC	DOĞRU	1496191721278
26	Din Adamları Metaverse için Hazırlık Yapak https://t.co/na3a3THEpQW	YANLIŞ	0	2022-02-22 14:53:05 UTC	YANLIŞ	1496135964946
27	Çalıştayda din adamların metaverse'ye karşı durmak yerine, mercaıyı iy yönde işlevsel kullanma amacıyla ön hazırl... https://t.co/SCH0K1798	YANLIŞ	0	2022-02-22 14:36:02 UTC	DOĞRU	14961131675222
28	Din Adamları Metaverse için Hazırlık Yapak https://t.co/En47rIDF44 #METaverse #HABER GÜNDEM	YANLIŞ	0	2022-02-22 14:34:02 UTC	YANLIŞ	14961131675678
29	Din Adamları Metaverse için Hazırlık Yapak https://t.co/En47rIDF44 #METaverse #HABER GÜNDEM	YANLIŞ	0	2022-02-22 14:34:02 UTC	YANLIŞ	1496130805982
30	Metaverse din adamların hareketi geçirdi https://t.co/y6W5L1r3e	YANLIŞ	0	2022-02-22 14:32:16 UTC	YANLIŞ	1496130725258
31	Din Adamları Metaverse için Hazırlık Yapak https://t.co/na3a3THEpQW	YANLIŞ	0	2022-02-22 14:16:50 UTC	YANLIŞ	1496126842703
32	Metaverse'nin din ve oyun için birbirinden ayrı olacak. İnanm başlatır kapatacaklar.	YANLIŞ	0	2022-02-21 10:36:20 UTC	YANLIŞ	1495708962732
33	metaverse'nin islamcılarının yaymak için gaza anlayışı ile ellerele çıkıp amerika'ya felan dandadığı hayal ettim aşırı komik	YANLIŞ	1	2022-02-20 21:27:07 UTC	YANLIŞ	149551030636
34	... profesörü. Allah toplum düzeni ve iy ahlak için okusun anlaşılar diye kur... https://t.co/QNvCq2aO	YANLIŞ	1	rabiaertte 2022-02-19 01:00:31 UTC	DOĞRU	149460251494839213217
35	Yakında sanal cennet ve cehennem ile huri seçme turları iletilecek hiç şüphelen. Sonuçta çok meşhur birileri yan... https://t.co/NwC0iXkUx	YANLIŞ	1	2022-02-18 19:27:27 UTC	DOĞRU	1494753460411
36	"Metaverse Teknolojisiyle Din Eğitimi" mümkün mü? Doç. Dr. Ridvan Demir'in @İslamVemedyaya röportajıRidvanDemir... https://t.co/7oNNDm9q8	YANLIŞ	1	2022-02-18 18:12:26 UTC	DOĞRU	1494736582322

Şekil 1. Metaverse ve Din Etiketi ile Çekilmiş Tweetler Bir Kısımının Analiz Öncesi Temizlenmemiş Hali

trajikomik news metaverse cennet inşa edeler emyengoker geleneksel anlayışımızda metaverse vardı; yayıı mekan yayıı masallarını duyma dnyandan meta metaverse işleri ayırıyor buna metaverlik yatırımcılar hende yetkilileri kripto paralar metaversiçeren sonuç bildirgesi yayıladı; manısam yereel basında vaaz İlgad çalıştayınz yereel basında vaaz İlgad çalıştayın yetkilileri kripto larının metaverse'ye karşı durmak yerine mercaıyı yönde işlevsel kullanma amacıyla hazırlı; sncioxi adamları metaverse hazırlık yapacak mıcjod adamları metaverse hazırlık yapacak eoyrfd meta mitolojinün rekonsiti günümüzde navi medyatı süre üsneya sinan eskicigluu ergin avcı coğu adamı İlahiyatçı metaverse oıldığın kurtuluşlagan battı medeniyet'i tarihten günümüze reel politi üyündeini biryere oturtmaya çalışmak insanları uzay dininardık dinein nitra uyumlamak onun mustafagıldag metaverse denen yapaı evrene giriş yapan şehir gence kore basketli seni güney kore meler İlişkisini konusuyor tartışıyorlar hemezhindelermetaversegeçiyor fiziksel kiliseye gidemeyen insanlara ulaşıyosanal gerçeklik vrnztove erdalbakın şimdilerde akademisyenler yoğun 5 alan dolan gördüğümüz; mevzu patladı; çıkıp yatırı; batıı medeniyet'i tarihten günümüze reel politikası temele dayanır; mitolojinün rekonsiti günümüzde İlanfca kapandı İddaya girebilirli İlimt üzerinde kurguladıkları oyun gereğinden hoşlandı; alın sanalı süre eğilen metaverse dedikleri senin üzerinde kurguladıkları oyun gereğinden hoşlandı; alın sanalı süre sandosformasyonu üze İftic sorgulayan devrabilirsiniz; nedine metaverse takınıntız güzel İnsanlar orada İstediklerini yapabilecekler sorgulayan metaverse takınıntız güzel İnsanlar orada İstediklerini yapabilecek

Şekil 2. Metaverse ve Din Etiketi Tweetlerin Bir Kısımının Temizlenmiş Hali

5. SONUÇLAR

Metaverse ya da Türkçe ismi ile Öteevren, kişileri çeşitli VR gözlükler gibi teknolojik aletler ile birbirine bir sanal bir şekilde bağlayarak, ortak ilgi alanlarında buluşmalarına olanak sağlayacak alışılmışın dışında ve de çağ açmaya aday bir teknolojik yenilik olarak gerek firmaların gerekse toplumun karşısına çıkmaktadır. Her yenilikte olduğu gibi henüz kavramlar tam olarak yerine oturmamış ve birçok platformda metaverse konusu tartışılır duruma gelmiştir. Bu çalışmada özellikle metaverse, toplumların sosyo-kültürel yapısını önemli bir ölçüde şekillendiren din doğrultusunda ele alınmış ve toplumun yapı taşı olan bireylerin metaverse ile birlikte din, inanç, dua, kâbe ve İslam unsurları ile ilgili görüşleri ele alınmıştır.

Metaverse ve din ilişkisini anlama noktasında Twitter içerisinde bireylerin tweetleri (iletileri) ele alınmıştır. Bilindiği üzere, kişilerin duygu ve ifadelerini belirlemek amacıyla Twitter önemli bir kaynak olarak araştırmacıların karşısına çıkmaktadır. Bu açıdan Twitter içerisinde, belirlenen din ile ilintili ifadeler metaverse paralelinde R programlama ile çekilerek, belirli bir süre sonunda analize tâbi tutulmuştur.

Metaverse'ün inanç ile ilişkisi incelendiğinde metaverse içerisinde kılınacak olan namazın ya da tutulan orucun kabul olup olmayacağı ve sevap olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceği sorunu ortaya çıkmaktadır. Bu daha önce de değinildiği üzere sanal bir mecrada, bedeninden ayrı olarak bulunan bir bireyin, fiziksellik olmadan ibadet edip edemeyeceği sorusuna benzerdir. Diğer yandan metaverse'ü şeytani bir düzen olarak nitelendiren ve ciddi bir tehlike olduğunu düşünerek insana bir tuzak olduğu da vurgulanmaktadır. Tweetlerden yola çıkarak Metaverse sahte bir cennet olarak nitelendirilmiştir. Metaverse içerisinde yer alacak insanların insanlıktan çıkacağı ve bu yüzden manevi bir çöküntü yaşanacağı belirtilmiştir. Tweetlerde, metaverse deccal ile ilişkilendirilmektedir. Ayrıca tweetlerde Diyanet İşleri Başkanlığı Hac ve Umre Hizmetleri Genel Müdürü Remzi Bircan'ın, “Metaverse ile Kabe'yi gezeceğiz ama ibadet söz konusu olamaz” açıklaması da yer almaktadır. Metaverse'ü olumsuz nitelendiren bir başka tweet ise insan kontrolünün bir parçası olduğunun vurgusudur. Metaverse'e olumlu yaklaşılan tweetlerde ise Suudi Arabistan'ın Kâbe'yi metaverse içerisinde ziyarete açacağını belirlen tweet olmuştur. Ayrıca tweetlerde metaverse'in inanç açısından güçlendirici şekilde sanal deneyim kazandırmaya yönelik online toplantıların yapılabileceği vurgulanmaktadır. Son olarak metaverse ve dua kelimeleri aratıldığında, metaverse içerisinde dua grupları oluşturulmaya başlandığı ve bu gruplara katılım için tweet atıldığı da görülmüştür.

Metaverse ve İslam ilişkisi incelendiğinde tweetlerde merak edilen nokta müslümanlar için rehber özelliği taşıyan Kur'an-ı Kerim'de metaverse ile ilgili bir bilginin geçip geçmediğidir. Diğer yandan kullanıcılar, metaverse'ü batıya karşı- batıdan kasıt Hıristiyan alemi- bir fırsat olarak değerlendirmekte ve özellikle sanal bir İslam devleti kurmanın önemli bir adım olacağını belirtmektedir. Ancak şans oyunları, alkol ya da tütünün alışkanlık yapıyorsa metaverse'ün de böyle bir alışkanlık yapabilme ihtimaline karşı denetlenmesi gerektiğinden bahsedilmektedir. Son olarak metaverse ile İslam ilişkisinin, islami eğitim açısından önemi vurgulanmaktadır.

Metaverse ile Müslümanlarca kutsal olan Kâbe hakkında görüşler araştırıldığında, metaverse içerisinde kılınacak namazlarda ne tarafa dönüleceği bir kâbe olup olmayacağı sorgulanmıştır. Diğer yandan metaverse içerisinde Kâbe'nin temsili olup olmayacağı ve de kişilerin burayı ziyaret ederse hacı sayılıp sayılmayacağı yoğun bir merak konusu olmuştur. Ayrıca metaverse içerisinde yapılan ziyaretlerin umre yerine geçip geçmeyeceği de başka merak konusudur. Suudi Arabistan'ın metaverse içerisinde kutsal mekanları ziyarete açacağı da tweet olarak atılmıştır. En çok endişe duyularak atılan tweet ise Kâbe ve kutsal yerlere ait arsaların metaverse içerisinde satılması olmuştur. Diğer bir olumsuz tweet ise metaverse'in ibadet önüne geçen bir kandırmaca olduğu doğrultusundadır. Son olarak diyanetin “Toprağa ayağımızın değmesi lazım” açıklaması ile diyanetten gelen hac görevinin yerine geçmez açıklaması tweetlenmiştir.

Metaverse ve din ile ilgili tweetler incelendiğinde ilk olarak kullanıcılar metaverse içerisinde cennet inşaa edilebileceği doğrultusunda tweet atılmıştır. Ayrıca metaverse'in islam inancı içerisinde “tayyi zaman, tayyi mekan” ifadelerinde var olduğu vurgulanmıştır. Metaverse ve din ile ilişkili endişe edilen nokta insanların merhamet, cinsel kimlik ve ahlak gibi özelliklerinin sanal dünyada nasıl sağlanacağı hususundadır. Ayrıca din görevlilerinin yayınladığı metaverse

ile ilgili 10 maddelik bildirge de oldukça ilgi görmüştür. Din adamlarının metaverse için hazırlık yapacağı doğrultusunda tweetler atılmıştır. Metaverse'ün dini yaymak için kullanılabileceği ile ilgili iletiler de paylaşılmıştır. Aynı zamanda metaverse içerisinde İslam dini dışında bir dinin ya da deizmin de yayılma ihtimali endişe yaratan tweetlerden olmuştur. Bir kullanıcı sanal dünyaların ayırımı önlemek amacıyla kendine misyon edinmesini bu yüzden, dil, din, ırk gibi unsurların sanal dünyalarda var olmaması gerektiğini vurgulamıştır. Metaverse ve din ile ilgili en büyük endişelerden birisi de bu alanları şeytanın tuzağı olarak görülmesi ve kuralların olmamasından dolayı insanların dini açıdan sorun yaşayabileceği ile ilgili atılan tweettir. Diğer bir endişe ise tek dil tek din anlayışına gidiş olarak görülmesidir. Son olarak dijital bir din anlayışının yaygınlaşacağı ön görülmüştür.

Analiz sonucu elde edilen veriler doğrultusunda metaverse içerisinde sivil toplum kuruluşlarının var olması gerektiği görülmektedir. Özellikle din ve de dini imgeler gibi hassas içerik barındıran unsurların, özgür ve bağımsız vurgusu yapılan bir platformda takibi ve denetlenmesi güç olsa da bu alanlara dahil olan kullanıcıların resmi muhataplar bulabilmesi açısından dini stk'ların ayrı birimler açması ve faaliyetlerini bu alanlara da kaydirmaları önem arz etmektedir. Diğer yandan elde edilen sonuçlara bakıldığında kullanıcıların gerçekliğin ne olduğuna yönelik anlayışlarında değişmeler olduğu görülmektedir. İnsanlar zamanla 5 duyu organının algıladığı gerçekliğin ötesine geçmeye başlamış ve dijital bir hal almışlardır. Bu açıdan değerlendirildiğinde, büyük bir pazarın yatırımcıları beklediği görülmektedir. Özellikle hac ya da umre gibi dini uygulamalarda özellikle maddi imkansızlıklardan ya da kotadan dolayı gidemeyen insanların manevi duygularını tatmin etmeye yönelik yatırımlar gerçekleştirilebilir. Cemaat olma hissiyatını ve aitik duygusunu yaşamak isteyen kullanıcılar için, Kur'an-ı Kerim'in ilk indiği zamanlar mekansal olarak yeniden tasarlanarak kullanıcıların hizmetine sunulabilir. Din ile teknolojinin iş birliği uzunca zamandır görünen bir husustur. Otomatik sayı sayarlı tespihler, dijital kuran okuyan seccadeler gibi birçok örneği olan teknolojik araçlarla tekno-dindarlık kavramı filizlenmiştir (Torun, 2020). Bu açıdan tekno-dindarlık için metaverse birçok yatırım avantajını barındırmaktadır.

Metaverse kavramının hayatın her noktasında yer alan birçok unsurla etkileşime geçmeye başladığı ve ileride kullanıcıların hayatının merkezinde yer alacağı görülmektedir. Bu merkezileşme neticesinde birçok toplumsal, ekonomik ve de diğer sorunları da getirmesi muhtemeldir. Özellikle yeniliklerin toplumlar üzerinde büyük etkisi olduğu bilinmektedir. Televizyonun kültürel yapı üzerinde yozlaşmaya sebebiyet verdiği akademik olarak araştırılan bir alandır. Aynı unsur İnternet ve sosyal medya için de birçok yönüyle ele alınmıştır. Metaverse'ün televizyon ya da sosyal medyadan daha farklı olarak, etkileşiminin daha yüksek olduğu ve gerçeklik algısını direkt değiştirdiği göz önünde bulundurulduğunda, toplumsal yapıya yönelik araştırmaların akademisyenler tarafından ele alınması önemlidir. Çalışmada, şimdi ve de gelecekte metaverse içerisinde yer alan/alacak kullanıcıların, toplumun önemli sac ayağı olan dini uygulamalara yönelik düşünceleri ortaya koyulmuş ve cevaplanması gereken birçok soru olduğu bulunmuştur. Derinlemesine yapılacak olan araştırmalar ile bu sorulara cevap bulunması, toplumsal yapının zarar görmemesi için önemlidir.

Sonuç olarak çalışmada metaverse ile birlikte din, inanç, İslam, Kâbe ve dua kelimeleri aratılmış ve yukarıda bahsi geçen sonuçlar elde edilmiştir. Sonuçlar özetlendiğinde metaverse noktasında yaşanan belirsizliğin kafa karışıklığına ve de endişelere neden olduğu açıkça görülmektedir. Her ne kadar Suudi Arabistan'ın metaverse yatırım yapmış ve Türkiye'de din ve metaverse ilişkisinin ele alınmış ve bir bildirge yayınlanmış olsa da halen açık olmayan birçok unsur bulunmaktadır. Bu belirsizliğin en büyük sebebi sanal ortamlarda yapılacak olan ibadetin

tanımının iyi bir şekilde yapılamamasıdır. Bu konuda görüldüğü üzere insanlarda fikir ayrılıkları bulunmaktadır. Ayrıca kutsal mekanların belirli kişilerce sahiplenilmesi, satışa çıkması ileride mülkiyet ile ilgili sorunlar da teşkil edebilecektir. Özellikle kutsal mekanlarda inananlara yönelik islamofobiye yönelik saldırılar ve de kısıtlamalar ya da kışkırtmaların önüne geçebilmek adına, saygı çerçevesinde önlemler alınması gerekmektedir. Metaverse ile ilgili sorulara İslam inancının özüne uygun bir şekilde, ikna edici bir şekilde cevaplar bulabilmek de ayrıca önem arz etmektedir. Bu açıdan yazılım bilen, sosyal medyada aktif görev alabilecek din adamlarının yetiştirilmesi ve de "dijital din" çağının gereklerini gerçekleştirebilecek iletişim becerisine sahip şekilde yetiştirilmesi önemli hale gelmiştir. Son olarak Diyanet İşleri gibi resmi kurumların bu alanlar içerisinde gerek denetim gerekse bilgilendirme açısından aktif bir şekilde yer alması ve metaverse halkı ile etkileşime geçmesi ve hatta resmi kurumların eliyle oluşturulan sanal ibadethaneleri bu alanlarda kurması önemli bir adım olacaktır.

KAYNAKÇA

- ALLEN, C. (2001). "Islamophobia in the Media Since September 11th", Exploring Islamophobia: deepening our understanding of Islam and Muslims. University of Westminster, 29.
- BIANCHI, R. (2004). "Guests of God: Pilgrimage and Politics in the Islamic World", Oxford: Oxford University Press.
- BLANCHARD, C., BURGESS, S., HARVILL, Y., LANIER, J., LASKO, A., OBERMAN, M., & TEITEL, M. (1990). "Reality Built For Two: A Virtual Reality Tool", SIGGRAPH Comput. Graph. 24: 35–36.
- BOLGER, R. K. (2021). "Finding Wholes in the Metaverse: Posthuman Mystics as Agents of Evolutionary Contextualization", Religions, 12(9): 768.
- BROWN, D (2019). "Online Church: Ministries use VR, Apps to deliver digital services and virtual baptisms", <https://techxplore.com/news/2019-05-online-church-ministries-vr-apps.html/>, 11.03.2022.
- CALVER, G., & CALVER, A. (2016). "Game Changers: Encountering God and Changing the World", Oxford: Lion Hudson Plc.
- COLE, J., & COLE, B. (2009). "Martyrdom: Radicalisation and Terrorist Violence Among British Muslims", London: Pennant Books.
- CRUZ-NEIRA, C., SANDIN, D. J., DEFANTI, T. A., KENYON, R. V., & HART, J. C. (1992). "The Cave: Audio Visual Experience Automatic Virtual Environment", Commun. ACM, 35: 64–72.
- DANNEMAN, N., & HEIMANN, R. (2014). "Social Media Mining with R", Birmingham: Packt.
- DIONISIO, J. D. N., BURNS III, W. G., & GILBERT, R. (2013). "3D Virtual Worlds And The Metaverse: Current Status And Future Possibilities", ACM Computing Surveys, 45(3): 34-71.
- DOHERTY, P., ROTHFARB, R., & BARKER, D. (2006). "Building an Interactive Science Museum in Second Life", Proceedings of the Second Life Education Workshop at the Second Life Community Convention San Francisco August 20th, 2006: 19-24.

- DUAN, H., LI, J., FAN, S., LIN, Z., WU, X., & CAI, W. (2021). "Metaverse for Social Good: A University Campus Prototype", In Proceedings of the 29th ACM International Conference on Multimedia (153–161). New York, NY, USA: Association for Computing Machinery.
- EDWARDS, P., DOMINGUEZ, E., & RICO, M. (2008). "A Second Look At Second Life: Virtual Role-Play As A Motivational Factor in Higher Education", Proceedings of Society for Information Technology & Teacher Education International Conference (Eds: K. McFerrin vd.). 2566-2571. Chesapeake, VA: AACE <http://www.editlib.org/p/27603/>, 08.03.2022.
- FRENCH, K. (2018). "This Pastor is Putting His Faith in a Virtual Reality Church", <https://www.wired.com/story/virtual-reality-church/>, 03.03.2022.
- GAZETEDUVAR (2022). "Suudi Arabistan Kabe'yi Metaverse Evrenine Açtı", <https://www.gazeteduvar.com.tr/suudi-arabistan-kabeyi-metaverse-evrenine-acti-haber-1550871/>, 02.03.2022.
- HELLAND, C. (2000). "Online-religion/religion-online and virtual communitas", In J. K. Hadden & D. E. Cowan (eds.), Religion on the Internet: Research Prospects and Promises (pp. 205–23). New York: JAI Press.
- HELMER, J. (2007). "Second Life And Virtual Worlds, Learning Light Limited", UK. http://www.epic.co.uk/content/news/nov_07/Second_Life_and_Virtual_Worlds_JH.pdf/, 10.02.2022.
- JUN, G. (2020). "Virtual Reality Church as a New Mission Frontier in the Metaverse: Exploring Theological Controversies and Missional Potential of Virtual Reality", Church.Transformation, 37(4): 297-305.
- KHONG, Y. (2020). "Spiritual Utopia in The Virtual Space: Living in The Heavenly Second Live", <https://cfds.fisipol.ugm.ac.id/article/543/utopia-dalam-ruang-spiritual/>, 10.02.2022.
- KRUEGER, M. W. (1993). "An Easy Entry Artificial Reality", Academic Press Professional, Cambridge, MA, Bölüm 7: 147–162.
- LANIER, J. (1992). "Virtual Reality: The Promise Of The Future", Interact. Learn. Int. 8: 275–279.
- LEE, L.-H., BRAUD, T., ZHOU, P., WANG, L. XU, D., LIN, Z., KUMAR, A., BERMEJO, C., & HUI, P. (2021). "All One Needs To Know About Metaverse: A Complete Survey On Technological Singularity, Virtual Ecosystem, and Research Agenda", CoRR, 14(8): 1-66.
- LEE, P.D. (2009). "Using Second Life to Teach Operations Management", Journal Worlds Research Pedagogy, Education and Innovation in 3-D Virtual Worlds, 2(1): 3-25.
- LIU, H., BOWMAN, M., ADAMS, R., HURLIMAN, J., & LAKE, D. (2010). "Scaling Virtual Worlds: Simulation Requirements and Challenges", In Proceedings of the Winter Simulation Conference (WSC), The WSC Foundation, Baltimore, MD: 778–790.
- MURRAY, C.D., & SIXSMITH, J. (1999). "The corporeal body in virtual reality", Ethos, 27(3): 315–343.

- ONDREJKA, C. (2005). "Escaping the Gilded Cage: User Created Content and Building the Metaverse", *NYLS Law Review*, 49(1): 81-101.
- ROUND, B. (2019). "Exploring the Church – in Virtual Reality". <https://medium.com/faithtech/exploring-the-church-in-virtual-reality-44d002617970/>, 10.02.2022.
- RUSSELL, M.A., & KLASSEN, M. (2019). "Mining the Social Web", Sebastopol: O'Reilly Media.
- SANDLIN, P.A. (2013). "Christian Culture: An Introduction", Mount Hermon, CA: Center for Cultural Leadership.
- SCHLOSSER, D. (2013). "Digital Hajj: The Pilgrimage To Mecca in Muslim Cyberspace and The Issue Of Religious Online Authority", *Scripta Instituti Donneriani Aboensis*, 25: 189–203.
- SIVAN, Y. (2008). "The 3D3C Metaverse: A New Medium is Born", *New Media and Innovative Technology*, 133-159.
- STEPHENSON, N. (1992). "Snow Crash", New York: Bantam Spectra.
- SPIELBERG, S., SILVESTRI, A., PENN, Z., CLINE, E., & DE LINE, D. (2018). "Ready player one", USA: Warner Bros.
- TADROS, M. (2010). "E-hijab: Muslim Women in the Metaverse", *International Journal of Learning and Media*, 2(2-3): 45–61.
- TARAS, R. (2012). "Xenophobia and Islamophobia in Europe", Edinburgh: Edinburgh University Press.
- TILLEY, M.A. (1995). "Broken and Whole: Essays on Religion and the Body", Lanham: University Press of America.
- TORUN, T. (2020). "Dijitalleşen Dünyada Bireylerin Dini Değerlerinin Tekno-Dindarlık Üzerine Etkisinin İncelenmesi", 12th International Conference of Strategic Research in Social Science and Education Proceeding Book, Antalya.
- TURKLE, S. (1995). "Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet", New York: Simon & Schuster Trade.
- TURKLE, S. (2007). "Evocative Objects: Things We Think With", Cambridge, MA: MIT Press,
- TÜTER, M. S. (2007). "Aynı Anda İki Hayat Mümkün?", http://www.ekopolitik.org/images/cust_files/070903151238.pdf/, 10.02.2022.
- UZUN, K. (2011). "Second Life Sanal Yaşam Dünyasında Kendini Sunum Davranışlarının Belirlenmesinde Etnografik bir Yaklaşım", Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- VRONTIS, D., & MELANTHIOU, Y. (2011). "Assessing Website Effectiveness of Airline Companies", *International Journal of Online Marketing*, 1(1): 12–23.
- WAKEFIELD, J. (2022). "Zuckerberg Reveals AI Projects to Power Metaverse", <https://www.bbc.com/news/technology-60492199/>, 11.02.2022.

WALL, D. (2001). "Crime and the Internet", London: Routledge.

WANKEL, C., & BLESINGER, P. (2012). "Innovative Approaches in Higher Education: An Introduction to Using Immersive Interfaces", Increasing Student Engagement and Retention Using Immersive Interfaces: Virtual Worlds, Gaming, and Simulation. Bingley: Emerald Group Publishing Limited.

WIKIPEDIA (2022).
https://tr.wikipedia.org/wiki/Charlie_Hebdo_sald%C4%B1r%C4%B1s%C4%B1/
15.03.2022.

ZAFARANI, R., ABBASI, M. A., & LIU, H. (2014). "Social Media Mining: An Introduction", New York: Cambridge University Press.

ZAGALO, N., MORGADO, L., & BOA-VENTURA, A. (2011). "Virtual Worlds and Metaverse Platforms: New Communication and Identity Paradigms", USA: IGI Global.