



2023, 12 (2), 1178-1195 | Araştırma Makalesi

Metaverse: Bir Metafor Çalışması

Merve ERGÜNEY¹

Nagihan TEPE²

Öz

Metaverse, Facebook'un 2021 yılında kurumsal kimliğini Meta olarak yeniden adlandırması ve bu teknoloji için 10 milyar dolar yatırım yapmayı planladığını duyurmasıyla birlikte gittikçe popülerleşen bir kavram haline gelmiştir. Gelecek için vaad edilen potansiyelleri nedeniyle metaverse, akademik çalışmaların da ilgi odağı olan bir çalışma konusudur. Bu çalışma üniversite öğrencilerinin Metaverse'e yönelik algılarının, "metaforlar" aracılığı ile ortaya çıkarılmasını amaçlayan olgubilim (fenomenoloji) deseninde yürütülen nitel bir çalışmadır. Araştırmaya Türkiye'nin çeşitli üniversitelerinde öğrenim gören 170 üniversite öğrencisi katılmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından oluşturulan bir form kullanılmıştır. Veri toplama aracının ilk bölümü demografik bilgilerden oluşmakta, ikinci bölümünde ise Metaverse kavramına ilişkin metaforik algıları belirleyebilmek amacıyla "Metaverse.....gibidir. Çünkü....." ifadesi yer almaktadır. Veri toplama aracının giriş kısmında metafor çalışmalarının nasıl doldurulacağına ilişkin örnek bir ifade yer almaktadır. Çalışmadan elde edilen verilerin analizinde betimsel analiz ve içerik analizi yöntemleri kullanılmıştır. Öğrenciler tarafından oluşturulan metaforlar içerik analizine tâbi tutularak ortak özellikleri ve benzetme odakları dikkate alınmış ve kategoriler oluşturulmuştur. Katılımcılar tarafından Metaverse ile ilgili oluşturulan metaforlar incelendiğinde, "kurgu odağı", "bilinç dışı odak", "sanal odak", "hayal odağı", "dünya odağı", "ticari odak", "oyun odağı", "distopik odak", "gelecek odağı" ve "dijital ağ odağı" olmak üzere 10 farklı kategori ortaya çıkmıştır. Her kategoride yer alan kodlar katılımcıların gerekçeleri ve numaralarıyla birlikte sunulmuştur. Ayrıca tablolar yorumlarken çeşitli öğrenci görüşlerine yer verilmiştir. En çok metafor üretilen kategori "sanal odak" olarak belirlenmiştir. Belirtilen kategoriler dışında bazı metaforlar ise gösterge, ilaç, yeryüzündeki gerçeklik, robot insan, mürekkep şeklinde kodlanmıştır ancak herhangi bir kategori altında gruplandırılmamıştır. Metaverse hakkında herhangi bir fikri olmayan ve "bilmiyorum" şeklinde görüş bildiren az sayıda öğrenci de mevcuttur.

Anahtar Kelimeler: Metaverse, Metafor, Üniversite Öğrencileri, Nitel Araştırma, Fenomenoloji

Ergüney, M. & Tepe, N. (2023). Metaverse: Bir Metafor Çalışması. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 12 (2), 1178-1195. <https://doi.org/10.15869/itobiad.1278887>

Geliş Tarihi	07.04.2023
Kabul Tarihi	29.06.2023
Yayın Tarihi	29.06.2023
*Bu CC BY-NC lisansı altında açık erişimli bir makaledir.	

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Samsun Üniversitesi, İİSBF, merve.erguney@samsun.edu.tr / ORCID: 0000-0002-1397-5769

² Dr. Öğr. Üyesi, Samsun Üniversitesi, İİSBF, nagihan.tepe@samsun.edu.tr / ORCID: 0000-0002-5923-435X



2023, 12 (2), 1178-1195 | Araştırma Makalesi

Metaverse: A Metaphor Study *

Merve ERGÜNEY¹ Nagihan TEPE²

Abstract

The metaverse has become an increasingly popular concept, with Facebook renaming its corporate identity as Meta in 2021 and announcing plans to invest \$10 billion in this technology. Due to its promising potentials for the future, the metaverse is also a subject of interest for academic studies. This study is a qualitative phenomenological study that aims to reveal university students' perceptions of the Metaverse through "metaphors". A total of 170 university students studying at various universities in Turkey participated in the study. A form created by the researchers was used as a data collection tool. The first part of the data collection tool consists of demographic information, and the second part includes the statement "Metaverse is like Because....." statement is included. In the introduction part of the data collection tool, there is a sample statement on how to fill in metaphor studies. Descriptive analysis and content analysis methods were used to analyze the data obtained from the study. The metaphors created by the students were subjected to content analysis and categories were created by taking into account their common features and foci of analogy. When the metaphors created by the participants about the Metaverse were analyzed, 10 different categories emerged: "fiction focus", "unconscious focus", "virtual focus", "dream focus", "world focus", "commercial focus", "game focus", "dystopian focus", "future focus" and "digital network focus". The codes in each category are presented together with the participants' justifications and numbers. In addition, while interpreting the tables, various student opinions were included. The category that produced the most metaphors was determined as "virtual focus". Some metaphors other than the mentioned categories were coded as indicator, medicine, reality on earth, robot human, ink, but could not be grouped under any category. There were also a small number of students who had no idea about the metaverse and stated "I don't know".

Keywords: Metaverse, Metaphor, University Students, Qualitative Research, Phenomenology.

Ergüney, M. & Tepe, N. (2023). Metaverse: Bir Metafor Çalışması . İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi , 12 (2) , 1178-1195 . <https://doi.org/10.15869/itobiad.1278887>

Date of Submission	07.04.2023
Date of Acceptance	29.06.2023
Date of Publication	29.06.2023
*This is an open access article under the CC BY-NC license.	

¹ Asst. Prof., Üyesi, Samsun University, Faculty of Economics, Administrative and Social Sciences, merve.erguney@samsun.edu.tr / ORCID: 0000-0002-1397-5769

² Asst. Prof., Samsun University, Faculty of Economics, Administrative and Social Sciences, nagihan.tepe@samsun.edu.tr / ORCID: 0000-0002-5923-435X

Giriş / Introduction

İçinde bulunduğumuz çağda, bilgi ve iletişim teknolojileri baş döndürücü bir hızla gelişmekte ve neredeyse her geçen gün yeni kavramlar, yeni uygulamalar yaşamımıza dahil olmaktadır. Bu kavram ve uygulamalardan biri de Metaverse'tür. Metaverse bilgi ve iletişim teknolojileri kavramları içerisinde nispeten yeni olsa da kavram ilk olarak 1992'de Neal Stephenson'ın Snow Crash adlı romanında kullanılmıştır. Romanda Metaverse, avatarlar ve 3 boyutlu ortamların artırılmış gerçeklik teknolojileri ile tasvir edildiği bir sanal gerçeklik (VR) alanı olarak ifade edilmektedir (Dionisio vd., 2013; Dwivedi vd., 2022; X. Zhang vd., 2022). Geçtiğimiz yıllarda Metaverse kavramı, Ready Player One, Lucy ve The Matrix gibi bilim kurgu filmlerinde daha canlı bir şekilde tasvir edilmiştir (Zhao vd., 2022). Metaverse kavramı özellikle 2021 yılında Facebook'un adının 'Meta' olarak değiştirilmesiyle popülerlik kazanmıştır (Meta, 2021).

Literatürde Metaverse kavramına yönelik pek çok tanıma rastlamak mümkündür. "Meta" (ötesi anlamına gelir) ve "verse" (evrenin kısaltmasıdır) kelimelerinin birleşiminden oluşan Metaverse kavramı, kelimenin tam anlamıyla fiziksel dünyanın ötesinde bir evren anlamına gelmektedir (Dionisio vd., 2013). Metaverse genellikle sanal dünyalar olarak adlandırılan sosyal sanal ortamlardan oluşur (Novak, 2022). Zhao ve arkadaşları, (2022) Metaverse'ü gerçek dünyaya paralel sanal bir dünya olarak tanımlamaktadır. Moro-Visconti'ye (2022, ss. 515-516) göre Metaverse, insanların, nesnelerin ve mekânların dijital ikizleri ile var olduğu, 3 boyutlu görseller içeren dijital ve çevrimiçi bir alandır. Park ve Kim, (2022, s. 4211) Metaverse'ü, avatarların politik, ekonomik, sosyal ve kültürel aktiviteler gerçekleştirebildiği üç boyutlu sanal bir dünya olarak tanımlamıştır. Çelikkaya'ya (2021) göre Metaverse'te sanal ve gerçek dünyalar iç içe geçmiştir ve kullanıcılar her iki ortamda dijital avatarları sayesinde eş zamanlı biçimde yer alabilir, her iki ortamda gerçekleştirdikleri eylemler birbirini etkileyebilir. Mete (2023) ise Metaverse'ü, gerçek ve dijital dünyaları birleştiren, oldukça sürükleyici sanal bir ortak alan olarak ifade etmektedir. Literatürde yer alan tanımlarda genellikle Metaverse'te yer alan bazı uygulamalardan ve Metaverse'ün özelliklerinden yola çıkıldığı görülmektedir. Metaverse kavramına yönelik uzlaşmaya varılmış tek ve net bir tanıma rastlanmamaktadır.

Metaverse uygulamalarının mevcut modern prototipleri 'oyunlar', 'sosyal deneyim', 'çevrimiçi işbirliği', 'simülasyon ve tasarım' ve 'yaratıcı ekonomi' şeklinde kategorize edilebilir (Y. Wang vd., 2023, s. 326):

- 1) Oyunlar: Şu an en çok deneyimlenen Metaverse uygulamalarıdır. Sandbox, Roblox, Fortnite Metaverse için örnek teşkil eden oyunlardır (Gibson, 2022).
- 2) Sosyal Deneyim: Metaverse'te sanal alışveriş, sanal flört, sanal sohbet, küresel seyahat ve hatta uzay/zaman yolculuğu gibi bir dizi sürükleyici sosyal uygulama yer almaktadır (Y. Wang vd., 2023, s. 326). Örneğin şarkıcı Lil Nas X'in, 2020'de Roblox'ta verdiği sanal bir konsere 30 milyondan fazla seyirci katılmıştır (BBC, 2020). Yine 2020 yılında Kaliforniya Üniversitesi, Berkeley'in mezuniyet şenlikleri kampüsün 3 boyutlu ve sanal olarak kopyalandığı Minecraft'ta kutlanmıştır (Berkeley News, 2020). Tencent, 2018 yılında turistlerin VR kaskları aracılığıyla özgürce ziyaret edebilecekleri "Dijital Saray Müzesi" oluşturmuştur (The Palace Museum, 2019).

3) Çevrimiçi İş birliği: Metaverse sanal işyerlerinde uzaktan çalışma, sanal ortamda çalışma ve öğrenme açısından sürükleyici sanal iş birlikleri için yeni olanaklar sunmaktadır. Örneğin, “Horizon Workroom” Meta tarafından geliştirilen ve insanlara herhangi bir konumda aynı yerde birlikte çalışmak ve buluşmak için imkân veren sanal bir ofis işbirliği yazılımıdır (Meta, 2023).

4) Simülasyon ve Tasarım: Metaverse’ün gelecek vaad eden bir başka yönü de 3 boyutlu simülasyon, modelleme ve mimarî tasarımıdır. Örneğin NVIDIA, otomotiv tasarımı gibi endüstriyel uygulamalar için paylaşılan bir sanal alanda, fiziksel nesnelerin çok kullanıcı ve gerçek zamanlı 3 boyutlu simülasyonunu ve görselleştirmesini desteklemek için Omniverse’ü geliştirmiştir (NVIDIA, 2023).

5) Yaratıcı Ekonomi: Metaverse'deki yaratıcı ekonomi, sanal dünyalarda ve diğer sürükleyici dijital ortamlarda gerçekleşen ekonomik faaliyetleri ifade eder. Buna sanal malların, hizmetlerin ve deneyimlerin satılması, 3 boyutlu modeller, müzik ve videolar gibi dijital içeriklerin oluşturulması ve dağıtılması dahildir. Yaratıcı ekonomi, merkezî olmayan pazar yerlerinde satın alınabilen, satılabilen ve takas edilebilen dijital varlıkların oluşturulmasına olanak tanıyan blok zinciri teknolojisi tarafından desteklenmektedir. Buna ek olarak, içerik oluşturucular, ödemeleri otomatik olarak takip eden ve hak sahiplerine dağıtan akıllı sözleşme tabanlı platformlar aracılığıyla içeriklerinden telif ücreti kazanabilmektedirler (Crypto Adventure, 2023).

Metaverse henüz gelişmekte olan ve gelecekte çok geniş bir kullanım alanına sahip olacağı öngörülen bir teknolojidir. Bununla beraber Metaverse’ün yaygın olarak vaat edilen faydalarının gerçekleştirilmesi için meta veri deposunu destekleyen teknolojilerin (yüksek hızlı 5G/6G, sanal gerçeklik [VR], artırılmış gerçeklik [AR], karma gerçeklik [MR], genişletilmiş gerçeklik [XR], dijital ikizler, haptikler, holografi, güvenli hesaplama ve yapay zeka [AI]) tümünün entegre hale gelmesi gerekmektedir (M. Wang vd., 2022, s. 922). Dolayısıyla henüz Metaverse için öne sürülen teknolojik altyapı tam olarak oluşmamıştır. Bugün Metaverse’te gerçekleştirildiği ifade edilen etkinlik ve uygulamalar, Decentraland, Fortnite, Minecraft, Roblox ve The Sandbox gibi ayrı ayrı platformlara yayılmıştır. Metaverse’ün gelecekte birbirine bağlı olan sanal dünyalardan oluşan tek bir ortamda yer alacağı öngörülmektedir (Dionisio vd., 2013).

Son birkaç yıldır Meta, Microsoft, Epic Games, Roblox ve Nvidia gibi büyük teknoloji şirketleri Metaverse’e yönelik çalışmalar yürütmenin yanında, bu konuda ciddi yatırımlar yapmaktadır. Öyle ki örneğin Meta (eski adıyla Facebook) Metaverse için 2021 yılında 10 milyon dolarlık bir yatırım yapmıştır (Brown, 2021). Epic Games’in 2021 yılında Metaverse’e yönelik altyapı çalışmaları için yatırım çağrısında bulunmasının ardından, Sony ve Lego firmasının çatı kuruluşu KIRKBI, Epic Games’e 2 milyar dolarlık bir yatırım yapmıştır (Berktan, 2022).

Microsoft, ise Metaverse platformlarının geliştirilmesi için Activision Blizzard adlı video oyun geliştiricisi şirketi 68.7 milyar dolara satın almıştır (Rees, 2022). Bir çok büyük şirketin yatırım yaptığı ve “yeni nesil internet” olarak adlandırılan (Y. Wang vd., 2023, s. 319) Metaverse’ün, 2030 yılına kadar 5 trilyon dolarlık bir ekonomik değere sahip olacağı öngörülmektedir (McKinsey & Company, 2022, s. 37). Pew Araştırma Merkezi ve Elon Üniversitesi tarafından; teknoloji uzmanları, iş insanları politika liderleri, araştırmacılar ve aktivistlerden oluşan 624 kişiye Metaverse’ün gidişatı

hakkında görüşleri sorulmuş ve bu sorulardan elde edilen verilerin sonuçları “2040’ta Metaverse” adlı bir raporda yayınlanmıştır. Rapora göre, katılımcıların %54’ünün 2040 yılına kadar Metaverse’ün yarım milyar veya daha fazla insan tarafından kullanılacağını ve günlük yaşamın önemli bir bölümünü kapsayacağını öngördüğü tespit edilmiştir (Pew Research Center, 2022). Dolayısıyla Metaverse’ün gelecek için ciddi bir potansiyeli olduğunu söylemek mümkündür.

Literatürde Metaverse’e yönelik algıları araştıran çalışmalara rastlamak mümkündür. Oleksy ve arkadaşlarının (2023) çalışmasında, anket yoluyla elde edilen veriler üzerinden katılımcıların Metaverse’e yönelik gerçekçi ve sembolik tehdit algıları incelenmiştir. Kuş, (2021) tarafından yapılan çalışmada, YouTube’ta “Metaverse” kelimesi aratıldığında yoğun olarak izlenen Türkçe bir video veri kaynağı olarak seçilerek, videoya yapılan yorumlar üzerinden Metaverse’e yönelik fırsat ve endişe algıları araştırılmıştır. Özdemir ve arkadaşlarının (2022) çalışmasında ise, üniversite öğrencilerinin Metaverse’e ilişkin tutum, farkındalık ve bilgi düzeyleri araştırılmıştır. Yapay Zeka Politikaları Derneği tarafından ise toplumun Metaverse hakkındaki bilgi seviyesini, görüşlerini ve algısını araştırmak ve analiz etmek üzere Türkiye’nin 12 ilinde bulunan 1356 kişiye anket uygulanmış ve anket sonuçları “Toplumda Metaverse Algısı: Sosyal Etki” adlı raporda yayınlanmıştır (Küçükşabanoğlu & Kılıç, 2022).

Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin Metaverse kavramına yönelik algıları, bu kavram için kullandıkları metaforlar aracılığıyla incelenmiştir. Literatürde Metaverse’e yönelik algının “metaforlar” üzerinden incelendiği herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Dolayısıyla bu çalışma konuyla ilgili ilk çalışma olması bakımından önem taşımaktadır.

Yöntem

Araştırma Deseni

Bu çalışmada nitel araştırma desenlerinden biri olan fenomenoloji (olgu bilim) kullanılmıştır. Temel amacı bireysel boyuttaki algıların ya da deneyimlerin birey üzerinden incelenmesi olan olgu bilim çalışmaları (Creswell, 2007), günlük deneyimlerin doğası veya anlamı hakkında daha derin bir anlayış kazandırmaktadır (Patton, 2002). Bu araştırmada bireylerin algılarına göre incelenmesi ve anlamı hakkında anlayışın ortaya çıkarılması planlanan olgu ise “Metaverse”tür.

Türk Dil Kurumu Sözlüğüne göre, “metafor” kelimesi, “mecaz” kelimesiyle karşılanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2022). Lakoff ve Johnson’a (1980) göre metafor, *bir tür şeyi başka bir tür şeyle ilişkili olarak anlamak ve deneyimlemek* anlamına gelir. “Böylece yeni veya karmaşık bir kavram, olgu veya olay; bilinen daha basit kavram, olgu veya olay ile açıklanmaya çalışılır” (Güneş & Fırat, 2016, s. 116). Metafor, bireylerin herhangi bir kavram hakkında sahip olduğu soyut algıları açıklamak amacıyla kullandıkları bir tür ifade biçimidir (Görün ve ark. 2023). Bu çalışmada da öğrencilerin Metaverse olgusuna yönelik algılarını metaforlar ile açıklamaları istenmiştir.

Çalışma Grubu ve Verilerin Toplanması

Bu araştırmada çalışma grubu olarak Türkiye’nin çeşitli üniversitelerinde öğrenim gören üniversite öğrencileri tercih edilmiştir. Katılımcı gruba ait demografik bilgiler Tablo 1’de verilmiştir. Katılımcıların %58’inin kadın, %42’sinin ise erkek olduğu görülmektedir. 1. ve 2. Sınıflarda okuyan öğrenciler çoğunluktadır. Üniversiteye

yerleştikleri puan türüne göre incelendiğinde ise öğrencilerin çoğunlukla sözel puan ile tercih edilen bölümlerde öğrenim gördükleri tespit edilmiştir. Ayrıca araştırmaya katılan öğrencilerin %21'i daha önce Metaverse kavramını duymadıklarını ifade etmiştir. Öğrencilerin %79'u ise Metaverse kavramını duyduklarını ayrıca %19'u da Metaverse kavramı ile ilişkili bir deneyim yaşadıklarını ifade etmişlerdir.

Tablo1. Katılımcıların kişisel bilgileri

Değişken		N	f
Cinsiyet	Kadın	98	58
	Erkek	72	42
Sınıf	1.sınıf	58	34
	2.sınıf	55	32
	3.sınıf	27	16
	4.sınıf	30	18
Puan türü	Sözel	82	48
	Sayısal	36	21
	Eşit ağırlık	43	26
	Yabancı dil	9	6
Metaverse kavramını duyduğunuz mu	Evet	135	79
	Hayır	35	21
Metaverse ile ilgili deneyiminiz var mı	Evet	32	19
	Hayır	138	81

Bu çalışmada öğrencilerin Metaverse kavramına ilişkin algıları metaforlar (mecazlar) yoluyla toplanmıştır. Veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından oluşturulan bir form kullanılmıştır. Veri toplama aracının ilk bölümü demografik bilgilerden oluşmakta, ikinci bölümünde ise Metaverse kavramına ilişkin metaforik algıları belirleyebilmek amacıyla “Metaverse.....gibidir. Çünkü.....” ifadesi yer almaktadır. Bu cümle benzer araştırmalarda katılımcıların herhangi bir konuya ilişkin metaforik algılarının belirlenmesinde kullanılan kalıp bir ifade olup (Saban, 2008a); “gibidir” kavramı metafor konusu ile benzetilen kaynak arasındaki bağlantıyı ortaya çıkarmak için, “çünkü” kavramı ise katılımcılara metafor tanımlarına ilişkin mantıklı bir temel veya sebep sunmaları için kullanılmaktadır (Saban, 2008b). Veri toplama aracının giriş kısmında metafor çalışmalarının nasıl doldurulacağına ilişkin örnek bir ifade yer almaktadır. Veri toplama aracı üniversite öğrencilerine Google form üzerinden gönderilmiş olup, veriler online olarak toplanmıştır.

Geçerlik ve Güvenirlik

Nitel araştırmalarda kullanılan çeşitli geçerlik ve güvenirlik teknikleri bulunmaktadır. Bu araştırmada geçerlik kapsamında iç geçerliği sağlamak amacıyla akran bilgilendirmesi, dış geçerlik için ise aktarılabilirlik kullanılmıştır. Akran bilgilendirmesi araştırmacının objektif bir bakış açısına sahip olmasına katkı sağlamaktadır (Miles & Jozefowicz-Simbeni, 2010). Bu bağlamda araştırma sonuçları analiz edilirken elde edilen bulgular katılımcı gruptan olmayan ancak üniversite öğrenimi gören 3 farklı öğrenciye gösterilerek onların görüşleri alınmıştır. Aktarılabilirlik ise çalışma bağlamı içinde verilerin ayrıntılı olarak tanımlarını aktarılabilirliğe ilişkin yargıya varmaya imkân sağlayacak şekilde detaylı olarak raporlaması şeklinde gerçekleştirilir (Arslan, 2022). Bu bağlamda çalışma verileri metaforlar kod ve kategori başlıkları altında analiz edildikten sonra, bu kodlara ilişkin gerekçeler (katılımcı görüşleri) ve hangi katılımcıların bu görüşe sahip oldukları (K1, K2 şeklinde) detaylı olarak verilmiştir. Ayrıca tabloları yorumlarken çeşitli öğrenci görüşlerinden alıntı yapılmıştır. Güvenirliği sağlamak için ise Patton, (1999) tarafından önerilen üçgenleme tekniklerinden biri olan

“araştırmacı üçgenlemesi” tekniği kullanılmıştır. Elde edilen veriler her iki araştırmacı tarafından ayrı ayrı kodlanmış sonrasında araştırmacılar bir araya gelerek kodlara uygun kategorileri literatürden destek alarak oluşturmuşlardır. Veriler analiz edildikten sonra elde edilen bulgular ile ilgili Metaverse ile ilgilene bir araştırmacıdan, bir dil uzmanından, bir de bilimsel araştırma yöntemleri alanında uzman araştırmacıdan görüşleri alınmıştır. Tüm bu görüşler sonucunda gerekli düzenlemeler yapıldıktan sonra bulgulara son hali verilmiştir.

Bu araştırma için Samsun Üniversitesi Etik Kurulu tarafından 22.02.2023 tarihli ve 3 sayılı toplantıda alınan 2023-14 sayılı Karar ile etik kurul onayı verilmiştir. Veri toplama aracının başında bilgilendirilmiş gönüllü onam formuna yer verilmiş ve veriler gönüllülük esasına göre toplanmıştır.

Verilerin analizi

Çalışma kapsamında elde edilen bulgular veri toplama aracına uygun olarak iki ayrı bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik özellikleri toplanmıştır ve bu verilere betimsel analiz yapılmıştır. İkinci bölümde ise katılımcıların Metaverse algılarına ilişkin metaforlar yer almaktadır, bu bölümde ise içerik analizi uygulanmıştır. Nitel araştırmalarda elde edilen verilere karşılık gelen kavram ve benzerliklere ulaşılarak çeşitli kategoriler oluşturmak ve bu kategorilerden oluşturulan sosyal gerçekliğe dair çıkarım yapmayı sağlayan analiz içerik analiz olarak adlandırılmaktadır (Y. Zhang & Wildemuth, 2009).

Bulgular

Öğrenci görüşlerinden elde edilen kodlar benzer gruplarda kategorize edilerek “kurgu odağı”, “bilinç dışı odağı”, “sanal odak”, “hayal odağı”, “dünya odağı”, “ticari odak”, “oyun odağı”, “distopik odak”, “gelecek odağı” ve “dijital ağ odağı” olmak üzere 10 farklı kategori oluşturulmuştur. Her kategoride yer alan kodlar katılımcıların gerekçeleri ve numaralarıyla birlikte sunulmuştur. Ayrıca tablolar yorumlanırken bazı öğrencilerin görüşlerine yer verilmiştir.

Tablo 1. “Kurgu Odağı” kategorisindeki metaforlar

Metafor	Gerekçeler	Katılımcılar	f
Ütopya	Gerçek dünyadan kopuş, hayal dünyanı sanalda yaşamaktır.	K2, K39, K46, K88, K118, K125.	6
Film	Gerçekten uzak bir kurgudur.		
Tiyatro	Gerçek olmayan sahnelenen bir gösteridir.		
Kurgusal dünya	Zaman mekân sınırı ve imkânsız diye bir şey yoktur		
Bilim kurgu filmi	Şu anki teknolojik erişimimize göre çok ileride bir kavram.		
Kurgu	Evrenin ötesinde kurgusal bir evreni temsil eder.		

Bu kategoride öğrencilerin Metaverse’ e ilişkin algılarını ütopya, film, tiyatro, kurgusal dünya, bilim kurgu filmi, kurgu gibi kodlarla ifade ettikleri görülmektedir. Gerekçe olarak ise Metaverse’ ün gerçek dünyadan kopuk, bugünkü teknolojik imkanlar ile ulaşılamayacak hayal bir dünya olduğunu ifade etmişlerdir. “Kurgu Odağı” kategorisindeki metaforları öne süren bazı öğrencilerin görüşleri şunlardır:

“Metaverse bilim kurgu filmi gibidir. Çünkü şu anki teknoloji erişimimize göre çok ileride bir kavram gibi geliyor bana. Teknolojinin bu denli ilerlemesi beni heyecanlandırıyor. (K88)”

“Metaverse film gibidir. Gerçek hayattan alınan hikâye de olsa, kurgulanır ama asla o gerçek anı yaşatma imkânı yoktur. (K39)”

Tablo 2. “Bilinç Dışı Odağı” kategorisindeki metaforlar

Metafor	Gerekçeler	Katılımcılar	f
Rüya (x8)	Gerçek hayatta isteyip gerçekleştiremediğin şeyler	K11, K24, K32,	9
Kâbus	mümkündür. Gerçek değil, gerçeğin yansımasıdır. Gerçekten uzak istediğimiz dünyayı sunar. Kurgulanabilir, her şeye erişilebilir Hayal dünyası teknoloji aracılığıyla dışa yansır. Olduğumuz dünyadan bir süreliğine uzaklaştırır.	K43, K91, K104, K124, K135, K147.	

Bu kategoride öğrencilerin çoğu (N=8) Metaverse'ü rüya olarak anlatmışlardır. Bir öğrenci ise kâbus olarak adlandırmıştır. Tüm bu kodlar incelendiğinde Metaverse'e dair bilinç dışı özelliklerin vurgulandığı görülmektedir. Gerekçelerde de katılımcılar gerçek dünyadan uzak ve gerçek hayatta isteyip de yapılamayan şeylere imkân veren bir ortam olduğunu vurgulamışlardır. "Bilinç dışı odağ" kategorisindeki metaforları öne süren bazı öğrencilerin görüşleri şunlardır:

"Metaverse rüya gibidir çünkü gerçek hayatta isteyip gerçekleştiremediğin şeyleri sanal evrende gerçekleştirebilirsin. (K11)"

"Metaverse rüya ya da kabuslarımız gibidir. Çünkü bizi olduğumuz dünyadan bir süreliğine de olsa uzaklaştırır. Gerçek olmayan bir gerçekliğe alışırsınız. Fakat gün yine bu dünyaya döner, ya da dönmek zorunda kalırsınız. (K135)"

Tablo 3. "Sanal Odak" kategorisindeki metaforlar

Metafor	Gerekçeler	Katılımcılar	f
Gerçekliğe en yakın sanallık	Dijitaldir. Teknolojinin gelişmesi ile birçok kurumsal firma dâhil olmuştur.	K3, K8, K10, K17, K18, K20, K31, K44, K49,	37
Sanal dünya (x14)	Gerçeklikten kopuk hayali bir evrendir.	K51, K52, K53,	
Sanal yaşam (x3)	Teknoloji geliştikçe sanal dünyalar oluşturulup yaşanabilir.	K59, K64, K70, K71, K72, K73,	
Gerçek dünyanın sanal dünyaya aktarımı (x2)	Her şey mümkündür. Gerçek dünyanın kopyasıdır.	K78, K79, K85, K87, K93, K97,	
Sanal evren (x7)	Orada da şahsımıza ait bir karakter ile varız. Geliştirilse de gerçeğe yakın olamaz. Gerçek dünyanın internete yansımasıdır.	K106, K110, K121, K137, K130, K138,	
Sanal alem	Gerçekte yapılan tüm işlemler, alım satım vs orada yapılabilir.	K141, K148, K150, K151,	
Sanal server	İleriki yüzyıllarda insanlığın biyolojik evrim	K143, K134,	
Sanal ortam	sürecine dâhil olacaktır.	K160.	
Hologram	Çevrimiçi kişilerle etkileşim kurulabilir. Sanal bir dünyaya portal açıp girmektir.		
İnsanın zaman algısı	Kendi ütopyanızı oluşturabilirsiniz		
Sanal gerçeklik (x2)	Yapay sahte bir ortam var. Günlük hayatta yapmak isteyip yapamadıklarımıza fırsat verir.		
Simülasyon (x2)	Gerçeklik algısı sanal ortamda hayat bulur. Yeni dünya kavramının tanımıdır. Soyuttur, gerçek dünyada görülmez, ekranlarda varlığı hissedilir. Mevcut fiziksel ortamın dışında bulunma imkânı verir.		

Sanal odak kategorisi en çok kodun yer aldığı kategori olarak belirlenmiştir (N=37). Bu kategori altında öğrenciler Metaverse'ün çevrimiçi sanal bir ortam olduğu, gerçek dünyanın internete yansması şeklinde oluştuğu, gerçeklik algısının sanal ortamda hayat bulduğu ve ekranda varlığını hissettiren soyut bir dünya olduğu gibi gerekçeler ifade etmişlerdir. "Sanal odak" kategorisindeki metaforları öne süren bazı öğrencilerin görüşleri şunlardır:

"Metaverse sanal bir server gibidir. Çünkü sanal bir sunucuda gezmek, daha da anlaşılır kılmak gerekirse sanal bir dünyaya portal açıp girmek gibidir Metaverse. (K97)"

"Sanal bir dünya. Kişiyi gerçeklikten kopararak hayali bir evrene yerleştirir. (K20)"

"Gerçek hayatın sanal dünyaya aktarımı gibidir çünkü orada da şahsımıza ait bir karakter oluyor ve sanki gerçek hayatta gibiyiz. (K59)"

Tablo 4. "Hayal Odağı" kategorisindeki metaforlar

Metafor	Gerekçeler	Katılımcılar	f
Hayal (x3)	Düşlerimdeki duyguları yansıtır.	K4, K6, K16, K45,	17
Hayal kurmak	Çılgınlık.	K48, K58, K65,	
Hayal dünyası (x5)	Sanal dünya hayal gibi	K67, K62, K86,	
Hayalin içinde olmak (x2)	Zihnimde düşlediğim dünyayı görmektir.	K90, K144, K153,	
Hayal dünyasının gerçeğe dönüşmüş hali	İnsanın hayal ettiği şeyi yaşayabilmesidir.	K157, K158,	
Ruhlar âlemi	Gerçekte olmayan şeyin içinde hissedebilmektir.	K149, K63.	
Fantastik roman	Dijital dünyanın içine girip zamanla hayalini yansıtabileceğin bir platform.		
Gerçeklik algısının kırılması	Fiziksel olarak orada değiliz ama zihnimizle orayı yönetebiliriz.		
Beynimdeki dünya	Sınırsız hayal gücü imkânı sunar.		
Zihinsel bir yansıma dünyası	Vaat ettiği evren günümüz dünyasından çok farklı.		
	Fiziksel olarak gücümün yetmediği ancak arzuladığım şekilde canlandırabildiğim bir ortamdır.		
	İnsanların kendini daha iyi ifade edeceği bir yerdir.		

Hayal odağı kategorisi altında yer alan kodlar hayal, hayal dünyası, hayalin içinde olmak, fantastik roman, gerçeklik algısının kırılması şeklindedir. Öğrenciler bu kodları insanın hayal ettiği şeyi yaşayabilmesi, sınırsız hayal gücü imkânı sunması ve hayalini yansıtabileceği bir platform olması gibi gerekçeler ile açıklamıştır.

Aşağıdaki görüşlere göre öğrencilerin Metaverse ortamını hayal ettikleri ancak gerçekleştiremedikleri şeylere ulaşabilecekleri bir ortam olarak canlandırdıkları, aynı zamanda bu ortamın sunduğu imkanlar doğrultusunda beklentilerinin yüksek olduğu görülmektedir. "Hayal odağı" kategorisindeki metaforları öne süren bazı öğrencilerin görüşleri şunlardır:

"Olmasını arzu ettiğimiz bir hayal dünyasıdır. Çünkü bireysel olarak gücümüzün yetmediği fakat arzuladığımız şekilde canlandırabileceğimiz bir evrendir. (K6)"

“Hayal edilen şeyin içinde olmak gibidir. Çünkü hayal ettiğimiz şey aslında yoktur ama biz onun içinde varmışız gibi düşünürüz ve bunu gerçek gibi hissederiz. (K86)”

“Metaverse hayal dünyası gibidir. Çünkü bütün hayal edebileceğimiz düşünceleri, gerçekleştirmek istediğimiz yaşantıları bütün olanaklarıyla, seçeneklerle aydınlığa çıkartır. (K158).”

Tablo 5. “Dünya Odağı” kategorisindeki metaforlar

Metafor	Gerekçeler	Katılımcılar	f
Sınırsız dünya (x4)	Hayal gücü sınırlanmadan istenilen her şey yapılabilir.	K12, K19, K25, K33, K35, K75,	19
İkinci bir hayat	Gerçek hayatta yapamayacağımız şeyleri	K76, K102,	
Yeni bir dünya (x5)	yapabilme imkânı vardır.	K114, K118,	
Dijital dünya (x2)	Gerçek dünya örneğidir.	K120, K133,	
Çağ ötesi dünya	İleride teknoloji dünyaya hâkim olacaktır.	K142, K145,	
Teknolojik dünya	İnternet üzerinden her şey yapılabilir.	K146, K152,	
Başka bir dünya	Başka bir ortamda yeniden doğmuş gibi olunur.	K164, K165,	
Başka bir dünya	Kişinin yorumuna göre distopik ya da ütöpik olabilir.	K170.	
Gerçek ötesi dünya	Sonsuz deneyim fırsatı vardır.		
Yeni açan çiçek	Teknoloji ile gerçek ötesi şeyler oluşturulur.		
Bebek	Yepyeni özellikleri olan bir hayattır.		
Bireysel dünya	Yolun başındayız, keşfedilecek, öğrenilecek çok şeyi var.		
	Herkes farklı fikirler ve bakış açıları ile oradadır.		

Bu kategoriye ilişkin sınırsız dünya, ikinci bir hayat, yeni bir dünya ve dijital dünya gibi kodlar belirlenmiştir. Öğrenciler başka bir dünyada yeniden doğmuş gibi olacaklarını, distopik ya da ütöpik bir dünya olabileceğini, herkesin farklı fikir ve bakış açılarıyla Metaverse dünyasında var olacaklarını belirtmişlerdir. “Dünya odağı” kategorisindeki metaforları öne süren bazı öğrencilerin görüşleri şunlardır:

“Metaverse yeni bir dünya gibidir. Çünkü farklı Metaverse evrenlerinde yeni dünyalarda kendimiz olarak varız. Bazı Metaverse evrenler gerçek dünya örneklemeyle yapılmıştır. Bazıları da tasarım olarak yaratılmıştır. (K12)”

“Metaverse çağ ötesi ve teknolojik dünya gibidir. Çünkü ileride dünyaya sadece teknoloji hâkim olacaktır ve Metaverse bunların sonucunda oluşacaktır. (K35)”

Tablo 6. “Ticari Odak” kategorisindeki metaforlar

Metafor	Gerekçeler	Katılımcılar	f
Kolay kazanç dünyası	Teknoloji ile gerçek dünyadan daha fazla para kazanmak mümkündür.	K7, K159, K162	3
Dijital ticaret	Gerçek hayattaki girişimcilik ve pazarlama		
Sanal ortamda ticaret	eylemleri sanal platformda gerçekleştirme fırsatı sunar.		

Metaverse kavramına ilişkin 3 öğrenci ticaret ile ilişkili yorumlar yapmıştır. Metaverse ortamında ticarî fırsatlar olabileceği, hatta gerçek dünyadan daha fazla para kazanmanın mümkün olduğu vurgulanmıştır. “Ticarî odak” kategorisindeki metaforları öne süren bazı öğrencilerin görüşleri şunlardır:

“Metaverse kolay kazanç dünyası gibidir. Çünkü, teknolojik gelişmeler ile günümüz dünyasından çok sanal dünyada vakit geçiriyoruz. Bu da teknolojiyle birlikte daha kolay para kazanma yolları aramamıza sebep oldu. Metaverse de normal hayatta kazanılabilecek paradan çok daha fazlasına kolay bir şekilde sahip olmak mümkün. (K7)”

“Metaverse dijital alanda, gerçek hayatın girişimcilik ve pazarlama alanlarını yaşaması gibidir. Çünkü ana unsurun ilk adımı bir girişim hareketi ile gerçekleşerek ticareti dijital platforma dökmektir. (K162)”

Tablo 7. “Oyun Odağı” kategorisindeki metaforlar

Metafor	Gerekçeler	Katılımcılar	f
Oyun dünyasında yaşamak (x4)	Gerçek dünya ile arasında ciddi fark var, oyuna benzer.	K9, K22, K69, K98, K109, K112,	7
Video oyunu (x3)	İnsanları fiziksel olarak değil zihinsel olarak bağlar. Temelleri oyuna dayanır. Dijital dünyada karakteri insan olan bir hareketlilik sağlar.	K123	

Metaverse kavramına ilişkin bu kategoride oyun ile ilgili metaforlar yer almaktadır. Öğrenciler gerekçe olarak Metaverse dünyasının temellerinin oyuna dayandığını, gerçek dünya ile arasında fark olup bir çeşit oyuna benzediğini ifade etmişlerdir. “Oyun odağı” kategorisindeki metaforları öne süren bazı öğrencilerin görüşleri şunlardır:

“Oyun dünyasıdır. Gerçeklikle arasında çok ciddi farklar vardır fakat ilerleyen dönemlerde bu durum değişebilir. (K9)”

“Metaverse oyun gibidir. Çünkü daha önceki temelleri oyunlardan gelmiştir. Sanal bir ortamdır. Geliştirilebilir ama asla gerçeğe yaklaşacak kadar iyi olamaz. Olabilecekler sınırlı yapıdadır. (K69)”

Tablo 8. “Distopik Odak” kategorisindeki metaforlar

Metafor	Gerekçeler	Katılımcılar	f
Salgın	Zamanla her şeyi ele geçiriyor.	K1, K29, K41,	8
Geleceği olmayan popüler bir oluşum	Sanal bir evrende yaşayacak kadar dijitalleşemeyiz.	K42, K55, K74, K96, K111.	
Körlük	Gerçek dünyayı görmemizi engeller.		
Boşluk	Sonu bilinmeyen bir şeydir.		
Kara delik (x2)	Teknoloji içine düştükçe seni sürükler.		
Sahte	İç ve sınırları bilinmiyor.		
Gri dünya	Gerçek dışıdır. Distopik bir dünyadır.		

Bu kategoride Metaverse kavramına ilişkin salgın, geleceği olmayan anlık popüler bir oluşum, körlük, boşluk, kara delik, sahte, gri dünya gibi metaforlar kodlanmıştır. Öğrenciler gerekçe olarak Metaverse ortamının zamanla her şeyi ele geçireceğini, gerçek dünyayı görmemizi engellediğini, sonu bilinmeyen ve gerçek dışı bir şey olduğunu açıklamışlardır. “Distopik odak” kategorisindeki metaforları öne süren bazı öğrencilerin görüşleri şunlardır:

“Metaverse salgın gibidir çünkü zamanla her şeyi ele geçiriyor. Faydası ve zararları birbirini hala dengeleyemedi. (K29)”

“Metaverse körlük gibidir. Çünkü sanal evrende gerçek dünyayı görmemizi engeller. (K42)”

“Metaverse boşluk gibidir sonu bilinmez. (K55)”

“Metaverse karadelik gibidir çünkü içini şu an bilemiyoruz ve sınırını göremiyoruz. Aynı zamanda karadelik gibi ilgi çekicidir. (K111).”

Yapılan yorumlar incelendiğinde Metaverse kavramına ilişkin öğrencilerin zihinlerinin bilinmezliklerle dolu olduğu görülmektedir. Bu bilinmezliğin beraberinde merak duygusunu da tetiklediği ifade edilmiştir.

Tablo 9. “Gelecek Odağı” kategorisindeki metaforlar

Metafor	Gereççeler	Katılımcılar	f
Gelecek (x5)	Yaratıcılıkla inanılmaz teknolojik gelişmelere	K45, K100, K105,	9
Geleceğin teknolojisi	ufuk açacak	K127, K128,	
Yenilik	Teknoloji ile her geçen gün ilerliyor.	K132, K136,	
4. boyut	Gelecekte yaşanabilecek şeyleri şu an sanal ortamda yaratmaya çalışıyor.	K163, K168.	
Büyük etkileri olacak	Çılgınlık. Hayata yeni bir boyut kazandıracak. Önümüzdeki yıllarda teknolojiye daha fazla bağımlı bir hayat süreceğiz.		

Öğrencilerin Metaverse kavramına ilişkinin metaforlarının gelecek kavramı ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Gelecekte yaşanabilecek, teknoloji ile gelişecek, çılgınca ve hayata yeni bir boyut kazandıracak ortam olduğundan bahsetmişlerdir.

“Metaverse gelecek gibidir. Çünkü Metaverse gelecekte yaşanması beklenen şeyleri şu anki hayatımızda sanal ortamda yaratmaya çalışan bir platformdur aslında. Geleceğin para birimleri, geleceğin şirketleri, oyunları, yapay zekalar yer alır bu platformda. (K105).”

Tablo 10. “Dijital Ağ Odağı” kategorisindeki metaforlar

Metafor	Gereççeler	Katılımcılar	f
Arama motoru	İçinde tüm sanal âlem var.	K23, K 57, K61.	3
İnternet	Fiziksel bir ortam değildir.		
Sosyal bir medya	Diğerlerinden farklı olarak 3 boyutlu bir sosyal medya ortamıdır.		

Bu kategoride öğrencilerin Metaverse'ü dijital ağ ile ilgili kavramlara benzettiği görülmektedir. Gerekçe olarak içinde tüm sanal alemin olduğu, 3 boyutlu bir sosyal medya ortamına benzediği gibi yorumlar yapılmıştır. "Dijital ağ odağı" kategorisindeki metaforları öne süren bazı öğrencilerin görüşleri şunlardır:

"Metaverse şu an kullandığımız arama motorları gibidir. Çünkü tüm sanal alemi içinde barındırır. (K23)."

"Metaverse internet gibidir çünkü fiziksel değildir. (K61)"

Öğrenci görüşleri analiz edilirken 9 öğrencinin Metaverse'ü herhangi bir metafor ile ilişkilendirmeyerek "bilmiyorum" cevabını verdikleri tespit edilmiştir. Belirtilen kategoriler dışında bazı metaforlar ise gösterge, ilaç, yeryüzündeki gerçeklik, robot insan, mürekkep şeklinde kodlanmıştır ancak herhangi bir kategori altında gruplandırılmamıştır.

Sonuç ve Tartışma

Bu araştırmanın amacı üniversite öğrencilerinin "Metaverse" kavramına ilişkin algılarını, metaforlar aracılığıyla incelemektir. Metaverse kavramına ilişkin metaforlar analiz edildikten sonra oluşturulan kodlar kategorize edilerek "kurgu odağı", "bilinç dışı odağı", "sanal odak", "hayal odağı", "dünya odağı", "ticari odak", "oyun odağı", "distopik odak", "gelecek odağı" ve "dijital ağ odağı" olmak üzere 10 farklı kategori altında toplanmıştır. Her bir metafor en az 3 öğrenci tarafından dile getirilmiştir. Belirtilen kategoriler dışında bazı metaforlar ise gösterge, ilaç, yeryüzündeki gerçeklik, robot insan, mürekkep şeklinde kodlanmıştır ancak herhangi bir kategori altında gruplandırılmamıştır. Metaverse hakkında herhangi bir fikri olmayan ve "bilmiyorum" şeklinde görüş bildiren öğrenciler de mevcuttur.

En çok metafor üretilen kategori "sanal odak" olarak belirlenmiştir. Öğrenciler, Metaverse'ün çevrimiçi sanal bir ortam olduğu, gerçek dünyanın internete yansması şeklinde oluştuğu, gerçeklik algısının sanal ortamda hayat bulduğu ve ekranda varlığını hissettiren soyut bir dünya olduğu gibi gerekçeler ile sanal dünya, sanal yaşam, simülasyon, sanal gerçeklik gibi metaforlar üretmişlerdir. Literatürde de benzer olarak Metaverse'e yönelik birçok tanımda Metaverse'ün gerçek dünyanın dışında 'sanal olma' özelliğinin vurgulandığı görülmektedir (Dionisio vd., 2013; Koçak, 2023; Novak, 2022; Park & Kim, 2022; Zhao vd., 2022).

Sanal odaktan sonra öğrenciler tarafından Metaverse'e ilişkin en çok üretilen metaforlar "dünya odağı" kategorisi altında toplanmıştır. Öğrenciler Metaverse'ü ikinci bir dünya, yeni bir hayat, dijital dünya gibi metaforlar ile tanımlamıştır. Dünya ile ilgili yapılan metaforlarda Metaverse'e ilişkin genelde umut dolu ifadelerin yer aldığı görülmektedir. Literatürde Metaverse'ün çeşitli sıfatlarla beraber (sanal dünya, dijital dünya vb.) başka bir dünya olarak nitelendirildiği pek çok çalışmaya rastlamak mümkündür (Babur, 2022; Novak, 2022; Park & Kim, 2022; Zhao vd., 2022).

En az dünya odağı kadar metafor üretilen bir diğer kategori "hayal odağı" olarak belirlenmiştir. Hayal, hayal dünyası, hayalin içinde olmak, fantastik roman, gerçeklik algısının kırılması şeklinde metaforlar kullanan öğrencilerin Metaverse dünyasına ilişkin insanın hayal ettiği şeyi yaşayabilmesi, sınırsız hayal gücü imkânı sunması ve hayalini yansıtabileceği bir platform şeklinde düşünceleri olduğu görülmektedir. Ayrıca "bilinç dışı odak" kategorisinde öğrencilerin Metaverse'ü rüya olarak anlattıkları

tıpkı rüya gibi bilinç dışı anlamlar yükledikleri tespit edilmiştir. Gerçek dünyadan uzak ve gerçek hayatta isteyip de yapılamayan şeylere imkân veren ve olumlu özelliklerine vurgu yapılan bir ortam olduğunu vurgulamışlardır. Bir öğrenci rüya gibi olumlu anlamların aksine kâbus metaforunu kullanarak olumsuz bir anlam içerdiğini de ifade etmiştir. Hayal ve bilinç dışı odağındaki metaforlar Mystakidis (2022) tarafından vurgulanan 'Metaverse'ün gerçek dünyada yapılabilecek şeylerin dışında birçok şeyi yapmaya imkân veren sınırsız olma özelliği' ile uyumludur.

Metaverse kavramına ilişkin üretilen metaforlardan olumlu ve umut dolu anlamlar içeren bir diğer kategori de "gelecek odağı" kategorisidir. Öğrenciler Metaverse kavramına ilişkin gelecekte yaşanabilecek, teknoloji ile gelip geçecek, cılgınca ve hayata yeni bir boyut kazandıracak umut dolu bir ortam içerikli metaforlar üretmişlerdir. Bu metaforlar Metaverse'ün geleceğine dair yapılan araştırmalarda öne sürülen, Metaverse'ün gelecekte bir çok yönden büyük potansiyele sahip olduğuna dair araştırma sonuçları ile uyumludur (McKinsey & Company, 2022; Pew Research Center, 2022).

Umut dolu metaforların yanı sıra bazı öğrencilerin Metaverse'e ilişkin algılarının umutsuzluk içerdiği görülmüştür. Bu metaforlar "distopik odak" kategorisi altında toplanmıştır. Öğrenciler Metaverse kavramına ilişkin salgın, geleceği olmayan anlık popüler bir oluşum, körlük, boşluk, kara delik, sahte, gri dünya gibi metaforlar kullanmıştır. Bu ortamın zamanla her şeyi ele geçireceğini, gerçek dünyayı görmemizi engellediğini, sonu bilinmeyen ve gerçek dışı bir şey olduğunu ifade etmişlerdir. Kuş (2021) ile Oleksy ve arkadaşlarının (2023) Metaverse'e yönelik algıları araştırdıkları çalışmalarında da benzer şekilde distopik görüşlerin yer aldığı görülmektedir.

Metaverse kavramına ilişkin oyun ile ilgili metaforlar ise "oyun odağı" kategorisi altında toplanmıştır. Metaverse'ü oyun olarak algılayan öğrenciler, Metaverse'ün temellerinin oyuna dayandığını, gerçek dünya ile arasında fark olup bir çeşit oyuna benzediğini ifade etmişlerdir. Oyun odağındaki metaforlar Gibson (2022) tarafından vurgulanan "Metaverse'ün daha çok oyun dünyasında varlığını göstermesi" görüşü ile ilgili olabilir.

Öğrencilerin Metaverse'e ilişkin kullandıkları metaforlar ütopya, film, tiyatro, kurgusal dünya, bilim kurgu filmi, kurgu gibi kodlarla "kurgu odağı" kategorisi altında toplanmıştır. Metaverse'ün gerçek dünyadan kopuk, bugünkü teknolojik imkanlar ile ulaşılamayacak hayal bir dünya olduğunu ifade eden öğrenciler kavramı internet ortamında oynadıkları oyunlara benzetmişlerdir. Metaverse için bazı çalışmalarda, öğrencilerin metaforlarına benzer şekilde 'kurgusal evren' kavramının kullanıldığı görülmektedir (Özkahveci vd., 2022; Türk, 2022).

Metaverse ortamını ticaret yapılan ve çok para kazanılması mümkün olan bir ortam olarak algılayan öğrencilerin kullandıkları metaforlar "ticari odak" kategorisi altında toplanmıştır. Metaverse ortamında gerçekleştirilecek ticari faaliyetlerin gerçek dünyada olduğundan daha fazla gelir getireceği vurgulanmıştır. Metaverse'te de kripto para birimleri ile ticari faaliyetlerin yürütülüyor olması ve son zamanlarda kripto para birimlerinin popüler hale gelmesi (Vidal-Tomás, 2022), öğrencilerin Metaverse'ü daha çok ticarî odaklı algılamalarına neden olmuş olabilir.

Bazı öğrencilerin ise Metaverse ortamını günümüzde kullanılan sosyal medya ortamlarına benzettiği, sanal alemleri içerdiği ve bir çeşit dijital ağa benzeterek bu

doğrultuda metaforlar kullandıkları görülmüştür. Bu metaforlar ise “dijital ağ odağı” kategorisi altında toplanmıştır. Moro-Visconti'nin (2022, s. 515) Metaverse'e yönelik tanımında Metaverse'ün 'dijital olma' özelliğine vurgu yaptığı görülmektedir. Neticede Metaverse, dijital teknolojilerin bir parçasıdır.

Öneriler

Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin Metaverse algıları metaforlar aracılığıyla keşfedilmeye çalışılmıştır. Başka araştırmalarda farklı öğrenim seviyelerinden öğrencilerin Metaverse'e yönelik algıları incelenebilir. Öğrenciler dışında farklı çalışma grupları ile de araştırmalar yapılabilir. Ayrıca farklı araştırma yöntemleri kullanılarak öğrencilerin Metaverse'e ilişkin algıları, kullanım durumları, geleceğe yönelik beklentileri incelenebilir.

Değerlendirme	İki Dış Hakem / Çift Taraflı Körleme
Etik Beyan	* (Samsun Üniversitesi Rektörlüğü, Etik Kurulu Başkanlığının 22.02.2023 Tarih, E-59760180-050.02.04-50637 sayılı, 2023-14 sayılı kararı ile Etik Kurul Kararı alınmıştır.) * Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur.
Benzerlik Taraması	Yapıldı – İthenticate
Etik Bildirim	itobiad@itobiad.com
Çıkar Çatışması	Çıkar çatışması beyan edilmemiştir.
Finansman	Bu araştırmayı desteklemek için dış fon kullanılmamıştır.
Yazar Katkıları	Çalışmanın Tasarlanması: 1. Yazar (%50), 2. Yazar (%50) Veri Toplanması: 1. Yazar (%50), 2. Yazar (%50) Veri Analizi: 1. Yazar (%40), 2. Yazar (%60) Makalenin Yazımı: 1. Yazar (%60), 2. Yazar (%40) Makale Gönderimi ve Revizyonu: 1. Yazar (%50), 2. Yazar (%50)

Peer-Review	Double anonymized - Two External
Ethical Statement	* (Samsun University Rectorate Ethics Committee Decision was taken with the decision dated 22.02.2023, numbered E-59760180-050.02.04-50637, numbered 2023-14.) * It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited.
Plagiarism Checks	Yes - İthenticate
Conflicts of Interest	The author(s) has no conflict of interest to declare.
Complaints	itobiad@itobiad.com
Grant Support	The author(s) acknowledge that they received no external funding in support of this research.
Author Contributions	Design of Study: 1. Author (%50), 2. Author (%50) Data Acquisition: 1. Author (%50), 2. Author (%50) Data Analysis: 1. Author (%40), 2. Author (%60) Writing up: 1. Author (%60), 2. Author (%40) Submission and Revision: 1. Author (%50), 2. Author (%50)

Kaynakça / References

- Arslan, E. (2022). Validity and Reliability in Qualitative Research. *Pamukkale University Journal of Social Sciences Institute*, 51, 395-407. <https://doi.org/10.30794/pausbed.1116878>
- BBC. (2020, Kasım 16). Lil Nas X performs his first virtual concert on Roblox. *BBC*. <https://www.bbc.co.uk/newsround/54951670>
- Babur, Y. (2022). Metaverse Ağında Turizm Endüstrisinin Rolü. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*. 4(1), 91-101.
- Berkeley News. (2020, Mayıs 16). *Watch Blockeley, UC Berkeley's online Minecraft commencement*. <https://news.berkeley.edu/2020/05/16/watch-blockeley-uc-berkeley-online-minecraft-commencement/>
- Berktan, H. (2022). Epic Games 2 milyar dolarlık metaverse yatırımı aldı. *bloomberght.com*. <https://www.bloomberght.com/epic-games-2-milyar-dolarlik-metaverse-yatirimi-aldi-2303981>
- Brown, A. (2021, Ekim 25). Facebook Expects Metaverse Project Will Cost At Least \$10 Billion—In 2021 Alone. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/abrambrown/2021/10/25/facebook-expects-metaverse-project-will-cost-at-least-10-billion-in-2021-alone/?sh=36e29d4f25b4>
- Creswell, J. V. (2007). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches*. Sage Publications.
- Crypto Adventure. (2023, Ocak 12). *The Creator Economy In The Metaverse*. <https://cryptoadventure.com/community/articles/the-creator-economy-in-the-metaverse/#:~:text=The%20creator%20economy%20in%20the%20metaverse%20refers%20to%20the%20economic,models%2C%20music%2C%20and%20videos.>
- Çelikkaya, G. (2021). *Metaverse nedir? Neden gelecekte internetin yerini alacak?* <https://webrazzi.com/2021/11/07/metaverse-nedir-ve-neden-gelecekte-internetin-yerini-alacak/>
- Dionisio, J. D. N., Iii, W. G. B., & Gilbert, R. (2013). 3D Virtual worlds and the metaverse: Current status and future possibilities. *ACM Computing Surveys*, 45(3), 1-38. <https://doi.org/10.1145/2480741.2480751>
- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Baabdullah, A. M., Ribeiro-Navarrete, S., Giannakis, M., Al-Debei, M. M., Dennehy, D., Metri, B., Buhalis, D., Cheung, C. M. K., Conboy, K., Doyle, R., Dubey, R., Dutot, V., Felix, R., Goyal, D. P., Gustafsson, A., Hinsch, C., Jebabli, I., ... Wamba, S. F. (2022). Metaverse beyond the hype: Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 66, 102542. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102542>
- Gibson, D. (2022, Ocak 21). *Roblox or sandbox: Which platforms will decide the future of the metaverse?* <https://www.thedrum.com/news/2022/01/21/roblox-or-sandbox-which-platforms-will-decide-the-future-the-metaverse>
- Görün, M., Erdem, N. & Kara, G. (2023), "Z kuşağının "Siyaset" Kavramına Dair Metaforik Algılarının Ölçülmesi", *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, S.6(1), 1-27,

Doi: <https://doi.org/10.33712/mana.1256510>

Güneş, A., & Fırat, M. (2016). Açık ve uzaktan öğrenmede metafor analizi araştırmaları. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 115-129.

Koçak, D. (2023). Web 1,0'dan Web 3,0'a Metaverse'ün Gelişimi Ve Sunduğu Fırsatlar. *Yeni Medya Elektronik Dergi*.7(2), 97-113.

Kuş, O. (2021). Metaverse: 'Dijital Büyük Patlamada Fırsatlar Ve Endişelere Yönelik Algılar. *Intermedia International E-Journal*, 8(15), 245-266. <https://doi.org/10.21645/intermedia.2021.109>

Küçükşabanoğlu, Z., & Kılıç, V. (2022). *AİPA Gelecek Araştırması: Toplumda Metaverse Algısı: Sosyal Etki Kantitatif Araştırma Raporu*. Yapay Zeka Politikaları Derneği.

Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). The Metaphorical Structure of the Human Conceptual System. *Cognitive Science*, 4(2), 195-208. https://doi.org/10.1207/s15516709cog0402_4

McKinsey & Company. (2022). *Value creation in the metaverse*. <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/value-creation-in-the-metaverse>

Meta. (2021). *Our Story*. <https://about.meta.com/company-info/>

Meta. (2023). *Meta Horizon Workrooms*. <https://www.meta.com/work/workrooms/>

Mete, M. H. (2023). Dijital Oyunların Geleceğinde Metaverse Etkisi . *TRT Akademi*, 8 (17), 294-317. DOI: 10.37679/trta.1198870

Miles, B. W., & Jozefowicz-Simbeni, D. M. H. (2010). Naturalistic inquiry. İçinde B. A. Thyer (Ed.), *The Handbook of Social Work Research Methods* (ss. 722-745). SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781544364902>

Moro-Visconti, R. (2022). Metaverse: A Digital Network Valuation. İçinde R. Moro-Visconti, *The Valuation of Digital Intangibles* (ss. 515-559). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-09237_4_18

Mystakidis, S. (2022). Metaverse. *Encyclopedia*, 2(1), 486-497. <https://doi.org/10.3390/encyclopedia2010031>

Novak, K. (2022). Introducing the Metaverse, Again! *TechTrends*, 66(5), 737-739. <https://doi.org/10.1007/s11528-022-00767-0>

NVIDIA. (2023). *NVIDIA Omniverse*. <https://www.nvidia.com/en-us/omniverse/>

Oleksy, T., Wnuk, A., & Piskorska, M. (2023). Migration to the metaverse and its predictors: Attachment to virtual places and metaverse-related threat. *Computers in Human Behavior*, 141, 107642. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107642>

Özdemir, A., Vural, M., Süleymanoğulları, M., & Bayraktar, G. (2022). What Do University Students Think About The Metaverse? *Journal of Educational Technology and Online Learning*. <https://doi.org/10.31681/jetol.1151470>

Özkahveci, E., Civek, F., & Ulusoy, G. (2022). Endüstri 5.0 Döneminde Metaverse (Kurgusal Evren)'ün Yeri. *International Journal Of Social, Humanities And Administrative Sciences*, 8(50), 398-409.

Park, S.-M., & Kim, Y.-G. (2022). A Metaverse: Taxonomy, Components, Applications, and Open Challenges. *IEEE Access*, 10, 4209-4251. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2021.3140175>

Patton, M. (1999). Enhancing the quality and credibility of qualitative analysis. *HSR: Health Services Research*, 34(5), 1189-1208.

Patton, M. (2002). *Qualitative research and evaluation methods*. Sage.

Pew Research Center. (2022). *The Metaverse in 2040*. <https://www.elon.edu/u/imagining/surveys/xiv-2022/future-of-metaverse-web3-2040/>

Rees, K. (2022, Şubat 16). *These 8 Tech Giants Have Invested Big in the Metaverse*. <https://www.makeuseof.com/companies-investing-in-metaverse/>

Saban, A. (2008a). İlköğretim I. Kademe öğretmen ve öğrencilerinin bilgi kavramına ilişkin sahip oldukları zihinsel imgeler. *İlköğretim Online*, 7(2), 421-455.

Saban, A. (2008b). Okula ilişkin metaforlar. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 55(1), 459-496.

The Palace Museum. (2019). *Cooperation with Tencent to Further Develop the "Digital Palace Museum"*. <https://en.dpm.org.cn/about/news/2019-09-18/3089.html>

Türk Dil Kurumu. (2022). *Metafor*. Türk Dil Kurumu Sözlükleri. <https://sozluk.gov.tr/>

Türk, T. (2022). The Concept of Metaverse, Its Future and Its Relationship with Spatial Information. *Advanced Geomatics*, 2(1), 17-22.

Vidal-Tomás, D. (2022). The new crypto niche: NFTs, play-to-earn, and metaverse tokens. *Finance Research Letters*, 47, 102742. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2022.102742>

Wang, M., Yu, H., Bell, Z., & Chu, X. (2022). Constructing an Edu-Metaverse Ecosystem: A New and Innovative Framework. *IEEE Transactions on Learning Technologies*, 15(6), 685-696. <https://doi.org/10.1109/TLT.2022.3210828>

Wang, Y., Su, Z., Zhang, N., Xing, R., Liu, D., Luan, T. H., & Shen, X. (2023). A Survey on Metaverse: Fundamentals, Security, and Privacy. *IEEE Communications Surveys & Tutorials*, 25(1), 319-352. <https://doi.org/10.1109/COMST.2022.3202047>

Zhang, X., Chen, Y., Hu, L., & Wang, Y. (2022). The metaverse in education: Definition, framework, features, potential applications, challenges, and future research topics. *Frontiers in Psychology*, 13, 1016300. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1016300>

Zhang, Y., & Wildemuth, B. M. (2009). *Unstructured interviews. Applications of social research methods to questions in information and library science*. Exeter: Libraries Unlimited.

Zhao, Y., Jiang, J., Chen, Y., Liu, R., Yang, Y., Xue, X., & Chen, S. (2022). Metaverse: Perspectives from graphics, interactions and visualization. *Visual Informatics*, 6(1), 56-67. <https://doi.org/10.1016/j.visinf.2022.03.002>