

DOI No: <http://dx.doi.org/10.29228/Joh.67694>

Makale türü: Araştırma makalesi		Article type: Research article
Geliş tarihi	14.01.2023	Submitted date
Kabul tarihi	27.03.2023	Accepted date
Elektronik yayın tarihi	30.04.2023	Online publishing date

Atıf Bilgisi / Reference Information

Taşkıran, M. N. & Uçar, L. (2023). Dijital Dünyada Yeni Bir Boyut: Metaverse Kavramına İlişkin Bir İnceleme, *Journal of History School*, 63, 688-701.

DİJİTAL DÜNYADA YENİ BİR BOYUT: METAVERSE KAVRAMINA İLİŞKİN BİR İNCELEME¹

Meliha Nurdan TAŞKIRAN² & Leyla UÇAR³

Öz

Bu çalışma kapsamında bir sosyal medya bileşeni olarak Youtube üzerinde yer alan Metaverse ile ilgili videoların, söylem analizi bağlamında incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaçla çalışmada Metaverse konulu videolar, Gerçekliğin Sosyal İnşası (Berger & Luckmann, 1991) teorisinden hareketle, medyada gerçekliğin inşası temele alınarak toplumsal bilgi ve toplumsal gerçekliğin oluşumundaki etkin rolü çerçevesine incelenmektedir. Bu amaçla Youtube üzerinde yer alan Metaverse ile ilgili videolar, Van Dijk'ın söylem analizi ekseninde incelenmiştir. Çalışmanın sonucunda; dijital ortamların yarattığı sanal evrenin, fiziki evren ile olan ilişkisinin ortaya konduğu videolarda Metaverse kavramının sıklıkla gündelik yaşam aktiviteleri ile ilişkilendirildiği görülmektedir. Böylelikle deneyim alanı dışında kalan soyut nitelikte bilgilerin, medya içerikleri ile oluşturulan sembolik evren aracılığı ile izleyici algısında nesnelleştirilmeye çalışıldığı söylenebilir. Bu yaklaşım, aynı zamanda bilginin meşrulaştırılması yolu ile izah edilebilir anlamlı bir bütünlük ile verilmesini de destekler niteliktedir. Bunun yanı sıra video içeriklerinde, Metaverse kavramının özü itibarıyla sunduğu çoklu gerçeklik ortamları içinde kişinin ortak duyusuna hitap edecek bir gerçeklik alanı sunulduğu da görülmüştür. Bu bağlamda sembolik evrenler içerisindeki çoklu gerçeklik alanları arasından gündelik yaşam bilgisini daha gerçek olarak algılamaya meyilli olan birey için, kavrama algısal düzeyde bir seçicilik sağlanmaya çalışıldığı da söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Metaverse, Dijitalleşme, Gerçeklik, Sanal Gerçeklik.

¹ Makale yazımı yazar etki oranı: 1.yazar: %50, 2. yazar: %50. Bu makale, 09-10 Haziran 2022 tarihlerinde İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi tarafından düzenlenen "Yeni Yüzyıl'da İletişim Kongresi"nde özet bildiri olarak sunulmuştur.

²Prof. Dr., Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, mntaskiran@medipol.edu.tr, Orcid: 0000-0002-7360-0000-0001-8978-2229

³ Doktora Öğrencisi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, leylaucar@sirnak.edu.tr, Orcid: 0000-0002-7360-4468

A New Dimension in the Digital World: An Exploration of the Concept of Metaverse

Abstract

Within the scope of this study, it is aimed to examine the videos about Metaverse on Youtube as a social media component in the context of discourse analysis. For this purpose, videos on the Metaverse are examined within the framework of social knowledge and its active role in the formation of social reality, based on the theory of Social Construction of Reality (Berger & Luckmann, 1991) on the basis of the construction of reality in the media. As a result of the study; In the videos where the relationship between the virtual universe created by digital environments and the physical universe is revealed, it is seen that the concept of Metaverse is often associated with daily life activities. Thus, it can be said that abstract information outside the field of experience is tried to be objectified in the perception of the audience through the symbolic universe created with media contents. This approach also supports the provision of information with a meaningful integrity that can be explained through legitimation. In addition, it has been observed that a reality space that will appeal to the common sense of the person is presented in the video contents, within the multi-reality environments that the concept of Metaverse presents in essence. In this context, it can be said that among the multiple reality fields within the symbolic universes, an attempt is made to provide a selectivity at the perceptual level for the individual who is inclined to perceive the knowledge of daily life as more real.

Keywords: Metaverse, Digitalization, Reality, Virtual Reality.

GİRİŞ

Çalışmanız kuramsal/kavramsal çerçevesini referansları dâhil ederek buraya Medyanın farklı konulara ilişkin bilgileri kitlelere aktararak toplumsal yaşama ilişkin önemli bilgi kaynağı oluşturması ve bu özelliği nedeniyle günümüzde toplumsal bilginin oluşması sürecindeki etkin rolü, medyayı bu bağlamda yönlendirici bir konuma da taşımıştır. Bu durum, medya iletileri aracılığı ile aktarılan bilgilerin doğruluğu ve gerçeklikle olan ilişkisine yönelik sorunsalları daha da belirgin kılmaktadır.

Toplumda gerçekliğin yansırı davranış ve düşüncelerin temelini oluşturan bir alan olarak gündelik yaşama ilişkin bilginin ve ortak duyunun inşa edildiği süreçleri inceleyen Berger ve Luckman (2008, s.30-34), gündelik yaşamda anlamların oluşturulması sürecinde toplumsal alanda yaratılan sembolik evrenlere dikkati çekmektedir. Bu bağlamda kavram ve sembolik süreçlerin, gündelik tecrübelerden başka gerçekliklere ilişkin göstergeleştirme süreçleri olduğundan söz eden Berger ve Luckman (2008, s.140-141), burada bireyin

yaşamındaki olağandışı (deneyim dışı) durumların dolayısıyla birbirinden kopuk gerçeklik düzlemlerinin, sembolik bir evren içinde bunları izah eden anlamlı bir bütünlükle verildiğine dikkati çekmektedir.

Bu bağlamda soyut, bilinmeyen ve birçok bireyin birebir deneyim alanı dışında kalan bir kavram olarak “metaverse” kavramına ilişkin bilgilerin özellikle yoğun etkileşime sahip olan medya ürünleri aracılığıyla aktarıldığı ve açıklanmaya çalışıldığı görülmektedir. Bu bağlamda Çelik (2022), dijital dünyaların birleştiği sanal evren olarak Metaverse’ in yeni iletişim ortam ve teknolojileri aracılığıyla oluşturulan yeni bir kurgusal evren olduğuna da dikkati çekmektedir.

Bu noktada kavrama ilişkin bilgilerin çeşitli medya ürünleri aracılığıyla aktarımında, medyanın gerçeklikle olan ilişkisini irdelemeye yönelik farklı bakış açıları sergilendiği görülmektedir. Gerçekliğin, kendine has doğası nedeniyle aktarılabilirliğinin mümkün olmayabileceği (Dursun, 2013), medyanın gerçekliği kurgulayarak aktardığı (Göker, 2015) ve bireylerin kendi bilişlerinden kaynaklanan algısal gerçekliğe ilişkin etkilerin yorumlanan gerçeklik üzerinde etkili olduğuna (Türk, 2014) ilişkin görüşler, bu bakış açılarından bazılarını oluşturmaktadır.

Özellikle günümüz koşullarında kavramlara ilişkin somut bilgiler ve deneyim alanları dışında kalan olgulara ilişkin izlenim ve algıların, dijital iletişim teknolojileri aracılığı ile bireylerin gündelik pratikleri sırasında medyadan aktarılan bilgilerden oluştuğu görülmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada, Metaverse, kavramı medyanın gerçekliği yeniden üretimi ve inşası yolu ile toplumsal bilgi ve toplumsal gerçekliğin oluşumundaki etkin rolü çerçevesinde incelenmektedir. Bu kapsamda bir sosyal medya bileşeni olarak Youtube üzerinde yer alan ve izlenme oranı en yüksek olan Metaverse konulu videolar, Gerçekliğin Sosyal İnşası Teorisi (Berger & Luckmann, 1991) ışığında tartışılmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın amacı Metaverse kavramının medya içerikleri aracılığı ile nasıl sunulduğunu, Metaverse konulu videoların söylem analizi ekseninde incelemektir.

Toplumsal Gerçeklik ve Gerçekliğin Sosyal İnşası

Nesnel gerçekliğin mümkünlüğü ve gerçekliğin olduğu gibi aktarılabilirliğine ilişkin süregelen felsefi ve kuramsal tartışmalar, gerçeğin ne olduğu ve nasıl aktarılması gerektiğine ilişkin çok çeşitli yargıları da beraberinde getirmiştir. Kavramların zihinsel bir tasarım olarak oluşumunda ise yansıtılan gerçekliğin algısal süreçlerle ilişkisi ve gerçekliğin toplumsal alanda kavramlara ilişkin tanımlama ve anlamlandırmalar ile değişebilen bir olgu olabileceği üzerinde sıklıkla durulmuştur. Dolayısıyla bazı çalışmalarda, gerçeğin tanımına ilişkin

kesin bir yargının olmadığı ve gerçekliğin koşullara göre ya da bireysel ve toplumsal boyutta farklılık gösterebilen ve algısal süreçler açısından değişebilen bir olgu olarak açıklandığı görülmektedir.

Gerçekliği, yorumlanan bir bilgi olarak ele alan ve bireyin kendi dışında yer alan gerçekliğe ilişkin tam bir bilgi sahibi olamayacağından söz eden Russell (2000, s.10-11), algılar yolu ile edinilen bilginin kesin ve mutlak bir bilgi olmadığını, bu anlamda gerçekliğin algılara göre değişkenlik gösterebileceğini belirtmiştir. Gerçekliği görel ve öznel değer yargılarından bağımsız, nesnel bilgilerin mevcut hali ile var olmasına dayandırarak açıklayan Türk (2014, s. 22-23), bu anlamda algıyı dışarıdan alınan bilgilerin yorumlanmasına bağlı olarak nesnel gerçeklik ve objektif realiteden ayırmakta ve gerçekliğin algısal süreçler ile çarpıtılabileceğini de ifade etmektedir. Taşkiran ve Yılmaz (2007), böyle bir kavrayışın, gerçekliğin toplumsal alandaki konumu hakkında önemli bir fikir sağlayacağını ve böylelikle gerçeklik kavramı ile ilişkili olarak medyaya ilişkin bir tanımlama evreni de sunacağını ifade etmektedir:

“Gerçekliğimiz algısal tasarımlarla gelen görünüşten oluşur. Demek ki, biz nesnel gerçek bilgisini bilemeyiz. Kapıları bize kapalı olan hakikatte, elimizde olan yalnızca bir görünüşten başka bir şey değildir. Gerçeklik, görünüştür ya da görünüş, gerçekliktir.”

Tasarımsal bir bütün olarak, insanların karşılıklı etkileşimleri, ilişkileri ve eylemleri sonucunda oluşan bir anlam örüntüsü olarak toplumsal gerçekliğin üretimini, bireylerin toplumsal unsurlara ilişkin düşünce, konuşma ve uzlaşmaları ile gerçekliği kavramaya yönelik bir anlayış geliştirdiğine dikkati çeken Dursun (2013, s.38), olup bitenlere ilişkin insanların ortaklaşa gerçekleştirdiği bu düşünsel ve zihinsel etkinliklerin toplumsal gerçekliği oluşturduğuna dikkati çekmektedir. Gerçekliği toplumsal boyutta irdeleyen bu anlayışa göre ise toplumsal gerçeğin oluşumu üç farklı yaklaşım çerçevesinde ele alınmaktadır:

“Gerçekliğin olduğu gibi yansıtılabileceğini savunan liberal yaklaşıma göre toplumsal gerçekliğin oluşumunda birey önemli konumdadır ve bilişsel ve zihinsel yetisi sayesinde kendi dışında yer alan nesnel gerçeklik alanına ilişkin bilgileri ve dolayısıyla gerçekliği olduğu gibi kavrayabilir. Bu süreci toplumsal gerçekliğin üretimi ve yeniden üretimi olarak ele alan Marksist kökenli eleştirel yaklaşımlara göre ise kapitalist üretim ilişkileri boyunca bireyin, kendi dışında var olan nesnel bilgiyi olduğu gibi kavramasına engel olunmakta dolayısıyla bilgi ve gerçeklik, bireye çarpıtılarak sunulmaktadır. Toplumsal gerçekliği “gerçekliğin inşası” temelinde inceleyen fenomenolojik görüşte, bilginin uzlaşımına dayalı etkinlikler ile oluştuğu ve toplumsal gerçekliğe ilişkin bilgilerin, toplumsal birtakım uzlaşım ve bunlara dayalı karşılıklı ilişkiler

aracılığı ile inşa edildiği görüşü hakimdir. Dolayısıyla burada bireysel bilinç, toplumsal gerçeklik alanından etkilendiği gibi bilinçli ve amaçlı yönelimleri ile bu alanı aynı zamanda belirlemekte yani şekillendirmektedir.”

Toplumsal gerçekliğin oluşumu ve sürdürülmesinde gerçekliği bir bilgi türü olarak ele alan ve bu bağlamda gerçekliğin inşa edilmesine ilişkin görüşleri bilgi sosyolojisi kapsamında inceleyen Berger ve Luckman (2008, s.23), toplumsal bilginin gerçeğe ilişkin “fikir” lerden ziyade toplumdaki “ortak duyu” bilgisi çerçevesinde ele alınması gerektiğine dikkati çekmektedir. Bu bağlamda yazarlar, gerçekliğin toplumsal olarak inşa edilmesine ilişkin incelemeleri, epistemolojik ve metodolojik sorunlardan ziyade bilginin gündelik hayattaki oluşumu ve ortak duysal alanda bilginin nasıl şekillendiği bağlamında ele almaktadır. Dolayısıyla gündelik yaşam gerçekliği ya da “gündelik hayatın idamesine rehberlik eden “bilgi” nin gerçekliğine ilişkin bir sosyolojik analiz sağladıkları ve gündelik yaşamı biçimlendiren ortak duyu gerçekliği çerçevesinde incelemekten yana bir duruş sergiledikleri görülmektedir. Bu bağlamda insan bilincinin toplumsal yaşamda yönelimsel olduğu ve gerçekliği algılamak üzere daima nesnelere yöneldiğine dikkati çeken Berger ve Luckman (2008, s.36-37), bireyin böylelikle karşılaştığı çoklu gerçeklikler alanı içinden “burada ve şimdi” yi sunan gündelik yaşam gerçekliğine yöneldiğini ifade etmektedir. Burada önemli olan, gündelik yaşam gerçekliğinin, erişilebilir ve ulaşılabilir olmayan alanları da içerdiği. Bu düzlemde, sosyal etkileşimler sayesinde farklı sübjektivitelere arasında oluşturulan “ortak duyu” bilgisi gündelik yaşam içinde paylaşılan toplumsal anlamları içermektedir. Erişilebilir ve ulaşılabilir olmayan dolayısıyla bireyin deneyimi dışındaki alanlarda ise dil ve semboller aracılığı ile kavramların nesnelleştirilmesine yönelik süreçlerin, toplumsal bilgiyi sağladığını savunmaktadır:

“Dil,” burada ve şimdi” yi aşma kapasitesi sayesinde gündelik hayat gerçekliğinin farklı alanları arasında köprü kurarak onları anlamlı bir bütün içinde birleştirir. Bu aşkınlıklar mekânsal zamansal ve sosyal boyutlar taşır... Dil, gündelik hayatın gerçekliğini tamamen aşmaya muktedirdir” (Berger ve Luckman, 2008, s. 57-59).

Toplumsal Gerçeklik ve Medya

Medyanın, bireylere kendi gözlem ve deneyim alanları dışındaki bilgileri aktarabilmesi, toplumsal alanda önemli işlevlerini de beraberinde getirmiştir. Bu özelliği ile toplumsal alana ilişkin işlevlerini yerine getirirken medyanın, gerçeklikle olan ilişkisini etkileyen dinamikler, medyada gerçeklik kavramına ilişkin tartışmaların da merkezinde yer almaktadır. Toplumsal alanda önemli işlevlere sahip olması, medyanın bu özelliğinden kaynaklanan sorumluklarının

sorgulanmasını da beraberinde getirmektedir. Bu kapsamda yer alan tartışmaların kaynağı ise çoğunlukla medya aracılığıyla topluma sunulan ve bireylerin dış dünyaya ilişkin algılarını biçimlendiren bilgilerin, gerçeklikle olan ilişkisine yöneliktir.

Medyanın, bilgi aktarımındaki aracı rolü nedeniyle, özellikle günümüzde bireylerin gerçeklikle olan ilişkisini önemli ölçüde yapılandırdığı ve medyanın birebir gözlem ve deneyim alanları dışında kalan olay ve olgulara ilişkin anlamlar üretmek toplumsal gerçekliği yapılandırdığını savunan Dursun, bu sayede medyanın, toplumsal gerçeklik alanlarına ilişkin anlamlar üretmek bu alanı da yapılandırdığını ifade etmektedir (www.acikders.ankara.edu.tr). Bireyin, içinde yaşadığı kendi sınırlı bağlamının ötesinde toplumsal bir kavrayış geliştirebilmek için, kaçınılmaz olarak medya başta olmak üzere her türden sembolik biçimlere ihtiyaç duyduğunu ve dolayısıyla günümüzün toplumlarının karmaşık ortamında gerçekliğin, insanlara medya tarafından sunulduğunu belirten Dursun, bu bakımdan toplumsal gerçekliğin inşa edilmesinde medyanın ürettiği ya da tercih ettiği anlamların, aynı zamanda bireylerin de kabul ettiği gerçekliklere dönüştüğünü belirtmekte ve bireylerin günlük deneyim alanı dışında kalan bilgileri karşılaması bakımından J.Thompson'un "dolayimli etkileşim" kavramından yola çıkmaktadır. Yüz yüze iletişim dışında kalan ve medyayla gerçekleşen bu etkileşime "dolayimli etkileşim" adı verilmektedir. Dolayimli etkileşim boyunca medya, farklı zaman ve mekân bağlamındaki bireylere sembolik bir içeriği aktarmaktadır. İçerik, dünyanın bir yerlerde birtakım insanların yapıp etmelerine dairdir ve birtakım göstergelerin sistematik düzenlenmesiyle iletilir. Sembolik içeriğin aktarımı sırasında bireyler, içinde buldukları zaman-mekân çerçevelerini askıya alarak kendilerini farklı zaman-mekân bağlamlarına bırakırlar. Demek ki toplumsal gerçeklik alanının yapılması hem medyanın sağladığı sembolik içerik ve formlarla hem de insanların günlük etkinlikleriyle oluşmaktadır. Medyanın toplumsal bilginin ve kültürün oluşumu ve yeniden düzenlenmesine ilişkin önemli rolüne dikkati çeken Stuart Hall ise medyanın bu işlevini, belirli bir tanımlama çerçevesi sunarken aynı zamanda bu çerçeveyi çizen yargıları ve seçimleri de yapılandırarak yerine getirdiğine dikkati çekmektedir (Poyraz, 2002, s.15).

Dolayısıyla medya, modern toplumun karmaşıklığı ve çeşitliliği içerisinde kabul edilebilir bilgileri sınırları belirlenmiş çerçeveler içinde çizen önemli bir unsurdur. Bu noktada medyanın egemen söylemlerin üretimindeki rolü ve ideolojik meselelere ilişkin işlevleri de kaçınılmaz olarak ortaya çıkmaktadır.

Bu bağlamda Göker (2015), medya temsilleri aracılığı ile sunulan bilgilere ilişkin tartışmaların, iletişim araçlarının gerçekliği yansıtıp yansıtmadığı sorusu

çerçevesinde ilerlediğine dikkati çekmiştir. Bu bağlamda Göker (2015), medya ürünlerinde kurgu payının kaçınılmaz olarak yer aldığını belirtmekte ve asıl tartışmanın, iletişim araçlarında gerçekliğin temsilinden ziyade gerçekliğin kurgulanması ve gerçekliğin yeniden inşası üzerine olması gerektiğini ifade etmektedir.

Metaverse Kavramı

Yaygın iletişim teknolojilerinin sunduğu olanaklar ile birlikte özellikle Covid-19 salgını sonrasında yaşanan koşullar, sanal platformların çeşitli kullanım alanlarına ve gündelik pratiklere önemli ölçüde yerleşmesine neden olmuştur. Yaşanan gelişmeler, sanal platformların en gelişmiş türlerinden biri olan ve sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik ve karma gerçeklik temelli olarak ele alınan Metaverse kavramını ön plana çıkarmıştır. Metaverse teknolojisi, bu anlamda sosyal medya kullanıcılarının yanı sıra farklı alanlarda uğraş veren profesyoneller tarafından da ilgi görmeye başlamıştır. Ancak Metaverse evreninin arka planını oluşturan teknolojik alt yapının ise çok uzun bir oluşum ve gelişim sürecine dayandığı da kaçınılmaz olarak ele alınması gereken unsurlardan birini oluşturmaktadır.

Bu bağlamda Kahraman (2022, s.180), metaverse öncesinde izleyicinin gerçek yaşama alternatif alanları tahayyül edebilmesi açısından öncelikle televizyon ve sinema, daha sonrasında ise bilgisayar teknolojileri, internet ve web siteleri gibi sanal yaşam sunumlarının etkisine dikkati çekmektedir. Metaverse teknolojisinin dayandığı alt yapıyı açıklamak üzere, gelişmiş teknolojilerin 1990'lerden itibaren gösterdiği ivmeyi ele alan Lee vd. (2021), bu bakımdan internetin popülerleşmesinden itibaren siber ortam, sosyal ağlar, video konferans, VR Chat gibi sanal 3D ortamlar, artırılmış gerçeklik uygulamaları ve dijital birtakım oyunlar da dahil olmak üzere bilgisayar tabanlı sanal ortamların önemine dikkati çekmektedir. Yazarlar, sanal ortamların yarattığı dijital dönüşümün bir uzantısı olarak yine fiziksel yaşamın dijital dönüşümüne ileri düzeyde olanak sağlayan ve temelinde paylaşılan bir internet vizyonunun yer aldığı Metaverse evreninin, “artırılmış gerçeklik”, “5G” ve “yapay zekâ” gibi gelişmekte olan teknolojiler ile birlikte ele alındığında, dijital “big bang (büyük patlama)” olgusuna dikkati çekmektedir. Bu olguyu açıklamak üzere ise kullanıcıların kendi kendini idame ettiren, kalıcı ve paylaşılan bir alanda yaşamasına ve oynamasına olanak tanıyan meta veri deposu olarak adlandırdıkları eko sisteme ilişkin kullanıcı merkezli bir araştırma gündemi belirlemektedir. Bunlar; Avatar, İçerik Oluşturma, Sanal Ekonomi, Sosyal Kabul Edilebilirlik, Güvenlik ve Gizlilik ve Güven ve Sorumluluk olmak üzere 6 maddede incelenmektedir. Burada metaverse kavramı

ile ilgili olarak, sağladığı kolaylıkların yanı sıra güven ve sorumluluk temelli kaygıların yer aldığını söylemek mümkündür.

1992 yılında Neal Stephenson tarafından yayınlanan “Snow Crash” adlı romandan türetilen bir kavram olarak Meta (ötesinde) ve Universe (evren) kelimelerinden oluşan Metaverse kavramına yönelik olarak farklı özelliklerin vurgulandığı tanımlar dikkati çekmektedir. Metaverse kavramı en genel tanımıyla “internetin gelişmiş bir aşaması olarak birden çok farklı sanal alanı birleştiren kalıcı, çevrimiçi, 3D bir evren olarak” ele alınmaktadır (www.academy.binance.com). Burada sözü edilen ise bir bakıma meta veri deposunun, kullanıcıların bu alanlarda birlikte çalışmasına, buluşmasına, oyun oynamasına ve sosyalleşmesine olanak tanıyacak nitelikte olduğu belirtilmektedir. Metaverse kavramının, “dijital kullanıcıların veya avatarların kendimiz olduğu, bu avatarların birbirleriyle sosyal ve ekonomik olarak üç boyutlu sanal ve çok kullanıcı çevrimiçi ortamlarla etkileşime girdiği, gerçek bir sanal yapay topluluk oluşturmakta ve bu topluluklar içerisindeki aktiviteler, ticaret ve eğlencenin çok daha ötesine geçtiği kabul edilmektedir” (Ağırman ve Barakalı, 2022, s. 330).

Metaverse kavramını, temelinde yer alan gelişmiş teknolojilerin sunduğu olanakların yanı sıra toplumsal bağlamı ile makro perspektiften incelediklerini belirten Duan vd. (2021) ise “metaverse” e yönelik olarak daha doğrudan etkileşimlere sahip, gerçekçi ve özellikle ırk, cinsiyet ve fiziksel engellere ilişkin farklılıkları daha az belirgin kılan bir toplumsal etkiyi öngörmektedir. Yazarlar, bunun yanı sıra metaverse hakkında muazzam olarak ifade ettikleri potansiyelin, özellikle yatırım alanlarına ilişkin çeşitli faaliyetler ile ilerleyeceğini de öngörmektedirler.

YÖNTEM

Çalışmanın evrenini, Türkiye’de en çok kullanılan video paylaşım sitesi olan Youtube üzerinde yer alan metaverse ile ilgili tüm videolar oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini ise Youtube ara yüzüne anahtar kelime olarak “Türkiye” ve “metaverse” kelimesinin girilmesi ve filtreleme kısmından “görüntüleme sayısı” seçilerek arama yapılması ile elde edilen ve izlenme oranı en yüksek olan ilk 3 videodan oluşmaktadır. Bu işlem 31.05.2022 tarihinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamına yönelik elde edilen videolarda yer alan söylem; Van Dijk’in (2010) haberlerin analiz edilmesine yönelik olarak geliştirdiği mikro ve makro düzeylerde ele alınarak irdelenmiştir. Bu çalışmada Türkiye’de internet kullanıcılarının en çok kullandığı video paylaşım sitesi olan YouTube’da yayımlanmış üç (3) adet video analiz edilmiştir. Buna göre en çok izlenen bu

videolar sırasıyla “İnternette sonra bu gelecek! METAVERSE”, “Metaverse’de 230.000tl’ye ilk arsamı aldım!” ve “24 saat metaverse’de yaşamak” tır. Örnekleme dahil edilen videolarla ilgili olarak video künyesi; analiz tablosunun başında yer almakta olup, bu kısım içerisinde başlık, URL, süre, tarih, tanım, etiketler, izlenme sayısı, yorum sayısı gibi bilgilere yer verilmiştir.

Videolara yapılacak analizde kullanılmak üzere Van Dijk’in söylem analizi Youtube arayüzüne uyumlu bir biçimde aşağıda görülen tabloya uyarlanmıştır (Çomu, 2012, s. 139).

Tablo 1.

Video Paylaşım Ağlarında Söylem Analizi Uygulama Modeli

A. Makro Yapı	1. Tematik Yapı a. Başlık b. Video Tanımı c. Etiketler 2. Şematik Yapı a. Durum Tanıtımı 1. Videonun Anlatım Dili 2. Sonuçlar 3. Ardaan Bilgisi 4. Bağlam Bilgisi
B. Mikro Yapı	1. Sentaktik Çözümleme a. Cümle Yapılarının Aktif veya Pasif Olması b. CümleYapılarının Basit veya Karmaşık Olması 2. Bölgesel Uyum a. Nedensel İlişki b. İşlevsel İlişki c. Referansal İlişki 3. Kelime Seçimleri (Metafor, metanomi, düz değişmece) 4. Retorik a. Görseller b. İnanıdırıcı Bilgiler

Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Sınırlılıklar

Araştırmanın amacı, metaverse kavramının medya içerikleri aracılığı ile nasıl sunulduğunu, metaverse konulu videoların söylem analizi ekseninde incelemektir. Çalışma, elde edilen bulguların medyanın gerçekliği yeniden inşası

Dijital Dünyada Yeni Bir Boyut: Metaverse Kavramına İlişkin Bir İnceleme

yoluyla toplumsal bilgi ve toplumsal gerçekliğin oluşumundaki etkin rolü çerçevesinde tartışılmasını amaçlamaktadır.

Çalışmanın örnekleme, Türkiye’ de Youtube üzerindeki metaverse kavramı ile ilgili olan üç video ile sınırlıdır. Örneklem seçiminde ise maliyet ve zaman sınırlılıkları göz önüne alınarak Youtube üzerinde izlenme oranı en yüksek olan ve metaverse kavramını açıklamaya yönelik olarak yayınlanan üç video incelemeye tabi tutulmuştur. Araştırma evreni olarak Türkiye’de en fazla tercih edilen medya paylaşım sitesi olarak Youtube ele alınmış; bu alanda faaliyet gösteren diğer video paylaşım siteleri kapsam dışı bırakılmıştır.

Araştırmanın Problemi

Belirtilen amaç kapsamında bu çalışmada aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1. Kavram hangi perspektiflerden ele alınmaktadır? (Destekleyici, Eleştirel, Nötr)
2. Farklı perspektiflere göre kavram nasıl açıklanmakta ve tanımlanmaktadır?
3. Farklı perspektiflere göre kavramı açıklamak için başvurulan strateji, teknik ve metaforlar nelerdir?
4. Kavrama ilişkin bilgilerde kaynak ya da uzman görüşüne başvurulmuş mudur?

Araştırmanın Varsayımları

Çalışmanın varsayımları ise şu şekildedir:

1. Metaverse kavramı medya içerikleri aracılığıyla farklı perspektiflerden sunulmaktadır.
2. Kavramın gerçeklikle olan ilişkisi, sanal evren ve fiziki evren ilişkisini kurmaya yönelik farklı strateji ve teknikler yolu ile sağlanmaktadır.
3. Medya içeriklerinde izleyicinin, deneyim dışı soyut bilgiyi anlamlandırabilmesine yönelik çeşitli nesnelleştirme yöntemlerine başvurulmaktadır.
4. İçeriklerde, metaverse kavramına ilişkin çoklu gerçeklik alanları arasından izleyicinin gerekli ve geçerli bilgiyi seçmesine yönelik referanslar, gündelik yaşam pratiklerine ilişkin göstergeler aracılığı ile gerçek yaşama ilişkin meşrulaştırılmış bir düzleme aktarılarak izah edilmeye çalışılmaktadır.

BULGULAR VE YORUM

Youtube Üzerinde Yer Alan “İnternette sonra bu gelecek! Metaverse” Başlıklı Videonun Söylem Çözümlemesi

Tablo 2.

“İnternette sonra bu gelecek! Metaverse” Videosu’nun Künyesi

Başlık	İnternette sonra bu gelecek! METAVERSE
URL	https://www.youtube.com/watch?v=kbDEojkAt9c
Süre	14:28 dk
İzlenme sayısı	2.486.950
Beğeni Sayısı	104.000
Beğenilmeme Sayısı	-
Yorum Sayısı	7254
Kategori	Eğitim
Diğer sosyal ağlara veya web sitelerine link verme durumu	-

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

“İnternette sonra bu gelecek! METAVERSE” başlıklı video tematik yapının unsurları olan başlık, tanım ve etiketler çerçevesinde incelendiğinde videonun içeriği ve ana fikri ile başlığın uyumlu olduğu görülmektedir. Video, internet ve diğer teknolojiler aracılığıyla geliştirilen kurgusal ve sanal evrenlerin, zamanla sanal alemden gündelik yaşamlarımızın nesnel boyutları ile iç içe geçişini hem algısal hem de toplumsal gerçeklik düzeyinde ele almaktadır. Dolayısıyla video, mevcut gelişim sürecinin vardığı en gelişmiş ve kapsayıcı kavram olarak nitelendirdiği Metaverse kavramının bu bağlamda incelenmesi üzerine kurgulanmıştır. Başlık seçiminde kullanılan “İnternette sonra bu gelecek” cümlesinde gelecek zaman kipinde çekimlenen fiil, kavrama ilişkin süregelen ancak henüz tamamlanmamış olan bir sürece yönelik ön görüşü içermektedir. Bunun yanı sıra başlıkta sürecin internetle ilişkili alanına dikkat çekilerek bu teknoloji ile ilgili bir sürece dikkat çekildiği görülmektedir. “Metaverse” kelimesinin büyük harflerle yazılması, kavramın güncel ve yeni bir kavram olma özelliğinin yanı sıra ayrıca başlığın, izleyicide ilgi ve merak uyandırma amacıyla tasarlanmış olabileceğini göstermektedir. Videonun tanımına bakıldığında, videodaki söylemler ve görüntüler aracılığıyla aktarılan bilgilerin, ana temayı yansıttığı ve bir giriş mahiyetinde olduğu söylenebilir. Tanımda bu kavramın öncesi ve sonrasına ilişkin bir bağlantı kurmaya çalışılarak, temaya uygun bir şekilde mevcut ve daha öncesinde kullanılan teknolojilerin sağladığı alt yapı ile kavramın hali hazırda kullanımda olmasının yanı sıra bazı alanlarda gelişmekte

olan ve giderek evrilen bir boyutuna dikkat çekilmektedir. Videonun etiketlerine bakıldığında ise “video, paylaşım, kameralı telefon, videofon, ücretsiz, yükleme” kelimelerinden oluştuğu görülmektedir. Video, kategori olarak “eğitim” kategorisinde yer almaktadır.

2. Şematik Yapı

a. Durum Tanıtımı

1. Videonun Anlatım Dili

Videonun içeriği, Metaverse hakkında bilgi veren konuşmacının aktardığı bilgilerden oluşmaktadır. Konuşmacıda, kavramı ele aldığı bağlam çerçevesinde açıklayarak tanıtmaya ilişkin bir yaklaşım söz konusudur. Dolayısıyla videonun anlatım dili incelendiğinde konuşmacının açıklayıcı bir dil kullandığı ve videonun genelinde tanıtım amaçlı bir dilin hâkim olduğu görülmekle birlikte videonun tamamı boyunca sözel ifadelerin görsel anlatımla da desteklendiği görülmektedir. Sözel ifadelere eşlik eden görsel unsurların, (resim, animasyon, fiziksel obje, film kesitleri...) alt yazıların yanı sıra görsel unsurlara yerleştirilen farklı karakter ve büyüklükteki yazılı unsurlarla da desteklendiği görülmektedir. Örneğin konuşmacının “...ve daha da önemlisi internetin yerine geçebilir mi?” ifadesi arka planda beliren bir görsel üzerinde bir ok işareti ile ekranda “internetin bir sonraki aşaması” yazının belirmesi ile tamamlanmıştır. Benzer şekilde konuşmacının “...burası daha sonra dünya büyüklüğündeki Artemis sanal evrenine dönüşecek. Ve bu bile Metaverse’ in küçük küçücük bir parçası olacak” cümlesi ekranda iki ayrı görselin altına yazılan “Makine öğrenmek haritalar yaratabilir mi? ya da bütün bir dünya?” ifadeleri ile hem görsel hem de yazılı olarak desteklenmiştir.

Video da çeşitli anlatım tekniklerine başvurulduğu söylenebilir. Anlatım dili, konuşmacı açısından incelendiğinde sıklıkla soru sorma tekniğine başvurduğu görülmektedir. Konuşmacının, “...peki ama nedir bu metaverse?”, “...ve daha da önemlisi internetin yerine geçebilir mi?” ifadesi bu tekniğin kullanımına örnek olarak verilebilir. Bunun yanı sıra örnek göstermenin de sıklıkla kullanıldığı söylenebilir. Örneğin; konuşmacının, “...şöyle anlatayım: Örumcek Adam varlığına bir çizgi roman olarak başladı değil mi tıpkı İronman ya da Thor gibi Captan Amerika, Black Panter...” İfadesi bu tekniği içermektedir.

2. Sonuçlar

Videoda, çeşitli anlatım teknikleri kullanılarak izleyici algısında kavramın nesnel bir düzlemde konumlandırılmaya çalışıldığı görülmektedir. Video boyunca metaverse teknolojisine temel oluşturan gelişmiş teknolojiler ve bunlar aracılığıyla daha önceden oluşturulan ürünlerden sıklıkla örnekler verilerek, bir

sonraki aşamanın daha gelişmiş bir türünde ana hatları çizilmeye çalışmıştır. Dijital ortamların yarattığı sanal evrenin, fiziki evren ve gündelik yaşam pratikleri ile olan ilişkisinin sıklıkla işlendiği videoda, metaverse kavramının gündelik yaşam aktiviteleri ve fiziksel dünya ile olan ilişkisini ortaya koymaya yönelik geçmiş, hali hazırda ve güncel uygulamalar ve konulardan referanslar verildiği görülmektedir. Konuşmacının, "...üstelik sadece Beeple'ın 5000 günde yaptığı o resim sergilenmeyecek orda canlı konserler etkinlikler ve fikir liderlerinin katıldığı çeşitli toplantılar da yapılacak bakın dünyaca ünlü "gerçek" mimarlara tasarlatılan bu yer sanal bir ortam hatırlatmak isterim "cümlesi bu yaklaşımı yansıtan ifadelerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

3. Ardalan Bilgisi

İncelenen bu videoda sıklıkla ard alan bilgisinin verildiği görülmektedir. "Çok güzel iyi de böyle ortamlar zaten çoktan yaratılmadı mı icat edilmedi mi? Second Life'dan başlayın günümüze kadar gelin. Ya da oyunların dünyasını düşünün. ... bu oyunlar bırakın sanal dünyayı inşa etmeyi kendine has bir sanal ekonomi bile yaratmadı mı" ifadeleri bu yaklaşımı yansıtmaktadır. Sunucunun daha önce konu ile ilgili yaptığı açıklamalara referans vererek ve bunlardan yola çıkarak kavramın yeni boyutunu açıklamaya yönelik temel oluşturduğu görülmektedir. Örneğin; konuşmacının, "...bir açık artırmada 69 milyon dolara satılan bir NFT eserden söz etmişim sizlere hatırlıyor musunuz? "cümlesi, kavramın teknolojik alanda olduğu kadar toplumsal alandaki önemine ilişkin bir ard alan bilgisine geçişini yansıtmaktadır. Ard alan bilgisi bakımından kavramın üzerinde yükseldiği teknolojilerle ilgili olarak çeşitli uygulama örneklerinden sözel, işitsel ve görsel olarak yararlandığı görülmektedir.

4. Bağlam Bilgisi

Videoda yer alan unsurlar bütünüyle ele alındığında kavramın, diğer teknolojilerde olduğu gibi doğal olarak süregelen ve gelişen bir sürecin yanı sıra toplumsal gerçeklik düzeyinde daha kapsayıcı özelliğine dikkat çekilmiş ve zamansal ve mekânsal düzlemde boyutlar arası niteliği, toplumsal yaşama olan katkıları bağlamında ortaya konmuştur. Kavrama bu açıdan yaklaşım olumlu olmakla birlikte, şüpheli görüşlere de değinildiği dikkati çekmektedir. Konuşmacının şüpheli ve çekişmeli görüşlerden yola çıkarak videonun sonunda önerilerde bulunması ise mevcut teknolojinin evrildiği bir sonraki aşama olarak ele aldığı metaverse uygulamasının, kaçınılmaz bir olgu olarak kodladığını ortaya koymaktadır. Konuşmacının ifade ettiği "...arkadaşlarınızla takılıp vakit geçirebileceğiniz, seyahat edebileceğiniz, alışveriş yapabileceğiniz,

çalışabileceğiniz bir ortam” ifadesi ile izleyicinin sanal gerçekliği kavramsal boyutta nesnelleştirmesine yönelik gündelik yaşam pratikleri örnek verilerek, metaverse kavramının özü itibariyle sunduğu çoklu gerçeklik ortamları içinde kişinin ortak duyusuna hitap edecek bir gerçeklik alanı sunulmuştur.

B. Mikro Yapı

1. Sentaktik Çözümleme

Video içeriğindeki cümle yapıları incelendiğinde, çoğunlukla aktif yapıda olduğu görülmektedir. Bununla birlikte kavramın teknolojik alt yapılarla desteklenen uygulama, ürün, durum ve tasarımları kapsayan özelliği nedeni pasif yapıda cümlelerin de bazı kısımlarda sıklıkla kullanılmış olduğu dikkati çekmektedir. Video içeriğindeki eylem kipleri, kavramı açıklarken aynı zamanda süregelen ve ilerleyen bir süreci otaya koymayı amaçladığından, videonun ana fikri ve içeriği ile uyumlu olarak geçmiş zaman, şimdiki zaman ve gelecek zaman kiplerinde çekimlenmiştir. Video içeriğinde yer alan cümlelerin genel olarak açıklayıcı ve basit yapıda olduğu görülmekle birlikte, kavramı açıklamaya ilişkin farklı bağlamlardan ele alınan örnekler ve çeşitli boyutların ilişkilendirilmesi aracılığıyla zaman zaman karmaşık yapıya bir geçiş de söz konusu olabilmektedir. Videonun sentaktik açıdan izleyicinin anlayabileceği bir biçimde oluşturulduğu söylenebilir.

2. Bölgesel Uyum

Video içeriğindeki cümlelerde nedensel ilişki bulunmaktadır. Kavram, teknolojik alt yapı ile desteklenen oluşumların birbiri üzerine yükselen kapsamlı bir sürecin devamı niteliğinde ele alındığından video içeriğinin de bu çerçevede kurgulandığı görülmektedir. Buradan hareketle kavramların ayrıca zamansal bağlamda boyutlar arası geçişler ekseninde açıklandığından sıralı ve işlevsel bir ilişkinin de kurulduğu dikkati çekmektedir. Dolayısıyla cümleler arasında nedensel bir uyumun yanı sıra işlevsel bir ilişki olduğu da göze çarpmaktadır. Örneğin; “...böylesine büyük bir yenilik tek bir cihazla veya bir şirketin çabalarıyla inşa edilemez o yüzden tüm dijital, endüstri, şirketler, kullanıcılar, içerik üreticiler, geliştiriciler ve tasarımcılar ortaklaşa çalışarak bunu inşa edecek”, “...her yıl metaverse için 5 milyar dolarlık yatırım yapmayı planlıyorlar çünkü şirketin kurucusu Zuckerberg’ e göre mobil internetten sonraki en büyük yenilik bu olacak” ifadeleri ile nedensel ilişki kurulmuştur. Bunun yanı sıra “...tıpkı şu anda internette web sitelerini, sayfalarını ziyaret ettiğimiz gibi metaverse için neden internetin geleceği dediğimi anlatabildim mi? Peki böyle bir ortam gerçekten mümkün olabilir mi? İnternet olabiliyorsa bu neden olmasın? “, “...filmin

setlerinin tamamının yine Epicgames tarafından geliştirilen bir oyun motoru olan Unreal Engine de tasarlandığını düşünürsek bu çok uzak bir ihtimal değil aslında. Çünkü bu tasarım uygulamasını dileyen herkes hemen şimdi indirip anında kullanmaya başlayabilir” ifadelerinde ağırlıklı olarak işlevsel ilişkinin kurulduğu göze çarpmaktadır. Referansal ilişki bakımından incelendiğinde videonun ana temasına uygun şekilde, kavram genel olarak sanal evren ile gerçek evren, sanal gerçeklik ile fiziksel gerçeklik arasındaki ilişki üzerinden açıklanırken referansal ilişkinin de sıklıkla kurulduğu görülmektedir.” ...bakın dünyaca ünlü gerçek mimarlara tasarlatılan bu yer sanal bir ortam hatırlatmak isterim”, “gerçek mimarlara tasarlatılan bu yer, sanal bir ortam”, “...metaverse bildiğiniz evren anlamına gelen “universe” ve “meta” yani öte kelimelerinin birleşiminden oluşuyor: Evrenin ötesi; fiziksel gerçeklikle artırılmış ve sanal gerçekliğin birleştiği ortak bir online dünyalar topluluğu anlamına geliyor?” ifadelerinde bu ilişkiyi görmek mümkündür.

3. Kelime Seçimleri

Videodaki kelime seçimlerinde genel olarak düz anlam kullanılmakla birlikte kavrama ilişkin bazı özelliklerin açıklanmasında sıklıkla yan anlamlara da başvurulduğu görülmektedir. Bu bağlamda fiziksel ve sanal gerçekliğin karşılaştırılmasında ve bir araya getirilmesinde yan anlamsal düzeyde örtük ifadelerin kullanıldığı söylenebilir. “...o yüzden tüm dijital, endüstri, şirketler, kullanıcılar, içerik üreticiler, geliştiriciler ve tasarımcılar ortaklaşa çalışarak bunu inşa edecek”, ve “...benim geçen yıl başında yaptığım gibi Jarre ya da benzeri bir sanatçının konserine dijital avatarınızla katıldıysanız, metaverse mahallesindeki ilk adımlarınızı da attınız” ifadelerinde yer alan ve fiziksel evrenden alıntı yapılan inşa etme ve mahalle gibi sözcüklerin, sanal evrendeki konumları açıklarken yan anlam özelliği kazandığı görülmektedir. Video, metafor kullanımı açısından incelendiğinde ise genel olarak konuya yönelik ifadelerin düz anlamlar ve yan anlamlar üzerinde kodlandığı görülmekle birlikte metafor kullanımlarına da rastlanmaktadır. Örneğin;” dolayısıyla, bu kavram sadece bir Appstore yada oradaki uygulamalardan da ibaret olmayacak çevresi duvarlarla kaplı bir bahçede böylesine büyük bir vizyon inşa edemezsiniz” ifadesinde çevresi duvarlarla kaplı bir bahçe ile metaverse’ in üzerinde yükseldiği teknolojik alan ile sınırlı olmadığına ve hepsinden daha kapsayıcı olduğuna dikkat çekilmektedir. Benzer şekilde “...ve kartı tulumun yüzlerce cebinden birine sokuştururken ama bunu asla unutmayacaksın dedi Hiro” cümlesinde “tulumunun yüzlerce cebi” ifadesi ile bireyin günümüzde maruz kaldığı çoklu gerçeklik alanlarına ilişkin bir konunun anlatılmak istendiği söylenebilir.

4. Retorik

Video retorik açısından incelendiğinde söylemlerin görsel unsurlarla sıklıkla desteklendiği görülmektedir. Konuşmacının söylemleri hareketli görüntüler, video kesitleri, resimler, animasyonlar, efektler, beden dili ve fiziksel objelerden oluşan görsel unsurlarla sıklıkla desteklenmiştir. Örneğin, "...onu satın alan iki arkadaşın bu konuda oldukça enteresan bir planı var. "The Souk" yani "Çarşı" adını verdikleri sanal bir anıtta sergileyeceklermiş "ifadesine bir sergi ortamının yansıtıldığı 3 boyutlu animasyon eşlik etmektedir. Benzer şekilde konuşmacının, "...ama unutmayın bu resim tamamen dijital. Yani 69 milyon dolara ödenen şey bir JPEG dosyası. Pahalı bir tabloyu alan kişi bunu evinin ya da malikanesinin duvarında gururla sergileyebilir ama bir JPEG resim dosyasını alan kişi ne yapabilir? Bir USB belleğin içinde taşımak dışında?" Ifadesini bir elinde yağlı boya tablo diğer elinde USB flash bellek tutarak konuşmayı sorgulayan bir bakış ile sonlandırması buna örnek olarak gösterilebilir. Bu şekilde ifadelerin görsel olarak desteklenmesinin yanı sıra kavrama ilişkin farklı kullanım alanlarından örnekler verilerek inandırıcılığın da sağlanmaya çalışıldığı görülmektedir: "...kripto paralarla ilgilenenler bu evreni inşa etmeye başladıklarını söylerken oyun dünyasındakiler biz çoktan orda yaşamaya başladık diyorlar", "...sanal bir anıtta sergileyeceklermiş. Şu anda bu anıtı inşa etmek için New York'taki dünyaca ünlü mimarlarla çalıştıklarını söylüyorlar", "...hatta bu Facebook, bu metaverse kavramına öylesine inanıyor ki daha 2014 yılında 2 milyar dolar vererek Oculus firmasını satın almıştı. Bir sanal gözlük konusunda geliştirmeler yapan bir firmaydı bu. Daha sonra bu konuda çalışmalarını sürdürdü."

Youtube Üzerinde Yer Alan "Metaverse'de 230.000TL'YE İlk Arsamı Aldım!" Başlıklı Videonun Söylem Çözümlemesi

Tablo 3.

"Metaverse'de 230.000tl'ye İlk Arsamı Aldım!" Videosunun Künyesi

Başlık	Metaverse'de 230.000TL'ye İlk Arsamı Aldım!
URL	https://www.youtube.com/watch?v=McUepfzWFns
Süre	15:53 dk
İzlenme sayısı	2.206.551
Beğeni Sayısı	87.000
Beğenilmeme Sayısı	-
Yorum Sayısı	3276
Kategori	İnsanlar ve blog
Diğer sosyal ağlara veya web sitelerine link verme durumu	http://instagram.com/orkunisitmak

A. Makro Yapı

1. Tematik yapı

Video, tematik yapının unsurlarından biri olan başlık açısından incelendiğinde, başlığın video içeriği ile uyumlu olduğu söylenebilir. Konuşmacı videonun genelinde metaverse platformlarına örnek olarak seçtiği oyunların yapısı, kuralları ve işleyişi hakkında hem sanal evren ile hem de fiziki evrene ile ilişkili öğelerden yararlanarak bilgi vermektedir. Bu bağlamda video boyunca devam eden oyun örneklerinde genel olarak ücretlendirme, arsa ve inşa edilen diğer varlıkların alım satımının gerçek yaşamdaki para birimleri ile sanal para birimlerinin karşılaştırılarak verildiği görülmektedir. Bu açıdan videonun başlığında yer alan “230 TL” ve “Arsa” ifadelerinin kullanımı söz konusudur. Bunun yanı sıra başlık olarak seçilen cümlede fiilin satın alma eylemi ile ilişkilendirildiği görülmektedir. Dolayısıyla fiziki evrenin bir unsuru olan arsanın fiziksel para birimi ile değerlendirildiği ve bir alım sürecinin gerçekleştiği ifade edilmektedir. Başlıkta yer alan “ilk” kelimesi ise metaverse platformunda gerçekleştirilen uygulamaların, oluşum halinde ve devam eden bir sürecin parçası olduğunu yansıtmaktadır. Video incelendiğinde, içeriğin tanıtım ile uyumlu olduğu görülmektedir. Video içeriğinde, metaverse platformunu açıklamaya yönelik olarak seçilen oyunlar üzerinden çeşitli deneyimler uygulamalı olarak aktarılmakta ve bunların kişiselleştirilmesine yönelik aşamalar sırası ile verilmektedir. Özellikle video içeriğinin giriş kısmında, tanıtımda yer alan NFT ve metaverse uygulamasına temel olan Web 2.0 ve Web 3.0 gibi kavramlara da detaylı bir şekilde değinildiği görülmektedir. Video tanıtımında yer aldığı gibi, sanal evrene ilişkin bilgiler, oyunların işleyişi ve kuralları üzerinden açıklayıcı bir şekilde video boyunca aktarılmıştır. Tanıtım bölümünde gerçek yaşama ilişkin fiziksel öğeler ile animasyon içerikli sanal öğelerin sıklıkla bir arada kullanılması ise videonun teması hakkında fikir veren unsurlardan birini oluşturmaktadır. Video, etiketler açısından incelendiğinde ise “video, paylaşım, kameralı telefon, videofon, ücretsiz, yükleme” kelimelerinden oluştuğu görülmektedir. Video, kategori olarak “insanlar ve blog” kategorisinde yer almaktadır.

2. Şematik yapı

a. Durum Tanıtımı

1. Anlatım Dili

Videonun içeriği, konuşmacının metaverse ile ilgili olarak daha önceden hazırladığı ve aktardığı bilgilerden oluşmaktadır. Konuşmacının, kavramı ele aldığı bağlam çerçevesinde açıklayarak tanıtmaya ilişkin bir yaklaşımı söz konusudur. Dolayısıyla videonun anlatım dili incelendiğinde videonun genelinde

tanıtım amaçlı ve açıklayıcı bir dil kullanıldığı görülmektedir. Fiiller genel olarak şimdiki zaman ve gelecek zaman kipinde çekimlenmiş olup açıklamalarda geçmiş zaman ve geniş zaman çekimlerine de rastlanmaktadır. Bu bakımdan süregelen bir süreç olarak metaverse kavramını tanıtmaya yönelik açıklayıcı bir dil, sıklıkla örnek gösterme ile desteklenmiştir. Beden dili, jest ve mimiklerin yanı sıra bazı kesitlerde ek bilgiler sunan ekran kutucuklarının sıklıkla kullanıldığı dikkati çekmektedir. Videoda sözel anlatıma eş zamanla sunulan ve Web 2.0 ile Web 3.0 hakkında ek bilgiler aktaran ekran kutucukları buna örnek olarak verilebilir. Video içeriğinde sözel ifadelerin yanı sıra destekleyici bir görsel anlatım da mevcuttur. Görsel anlatımların ise çoğunlukla oyunlar ve farklı zamanlarda çekilmiş video kesitlerinden oluştuğu görülmektedir. Konuşmacı metaverse kavramını oyun uygulamaları aracılığıyla tanıttığı için örneklendirme ve canlandırma da sıklıkla başvurduğu görülmektedir.

2. Sonuçlar

Videoda tanıtımı yapılan oyunlar içerisinde sanal dünya ile fiziksel dünyayı ilişkilendirmeye yönelik bazı deneyimler açıklayıcı bir şekilde sunulmuştur. Bunun yanı sıra oyunların sanal ortam da bile olsa kişiselleştirilmesine olanak sağlayan etkinlikler ve ekonomik göstergelerin sıklıkla yer alması, kavramın fiziksel düzlem ile ilişkisinin kurulmasına yönelik önemli stratejilerden birini oluşturmuştur. Dolayısıyla videoda fiziksel düzleme referans veren kavramlar sıklıkla kullanılmıştır. Zira arsa almak, deneyimlemek gibi eylemlerin fiziksel dünyaya ilişkin kavramlar olduğu bilinmektedir. Bu bağlamda ele aldığımızda soyut kavramların gerçeklikle olan ilişkisini kurmaya yönelik göstergelerin daha çok ekonomik alandan seçilmesi de dikkati çekmektedir: "...şimdi... market hacmi çok büyük olan metaverse oyunlarına gelin birlikte göz atalım; gireceğiz, arsa alacağız, oynayacağız. Bakalım neler var." Sonuç olarak videoda metaverse kavramını izah etmeye yönelik nesnelleştirmenin daha çok ekonomik unsurlar aracılığıyla sağlandığı söylenebilir. Video boyunca metaverse platformlarını açıklamak amacıyla ekonomik etkinlikler çerçevesinde tasarlanan oyun platformlarından örnekler verilerek bu uygulamaların nasıl kullanıldığı anlatılmaktadır. Nitekim videoda market hacmi gelişmiş olan oyunlardan örnekler verilirken, oyun uygulamaları ile ilgili görsellerin sıklıkla ekranda yansıtılması ile desteklenmektedir. İzleyicinin, sunulan bilgiyi, geçerli ve meşru bir düzeyde algılaması amacıyla nesnelleştirmenin sağlandığı gündelik faaliyetler, daha çok ekonomik etkinliklerden seçilmiştir. Yine bu videoda da fiziksel ve sanal gerçekliğe ilişkin kavramların iç içe geçmiş bir anlatımının mevcut olduğu söylenebilir. Ancak bu yaklaşımdan kaynaklanabilecek karmaşıklığı önlemek için de görsel kullanımı ve çeşitli örneklendirmeler söz konusudur. Örneğin; konuşmacı, metaverse platformlarına örnek olarak

gösterdiği Sand Box'ı açıklarken; "...arsa alabiliyorsunuz, istediğiniz karakteri oluşturabiliyorsunuz, istediğiniz eşyaları oluşturabiliyorsunuz ve oluşturduğunuz bu eşyaları NFT olarak satabiliyorsunuz... Sandbox'ın haritası diğerlerine nazaran daha küçük ve sonsuz olmadığı için fiyatlar çok yüksek...(eliyle parmağının ucunu göstererek) ...aslında sizin aldığınız her bir parsel şu kadar, gördüğünüz o ufak kareler bir parsel" ifadelerine yer vermiştir. Dolayısıyla anlatımda konuşmacı, fiziksel dünyaya atıf vermek üzere kelime seçimlerini görseller ve beden dili kullanımı ile desteklemektedir. Konuşmacının, açıklamaya haritadaki görseller üzerinden devam ederek; "...bunu gerçek emlak mantığı ile düşünebilirsiniz, yanında ne var? Denize bakıyor mu? ...daha pahalı...gerçekten çok enteresan şeyler dönüyor..." cümleleri dikkati çekmektedir. Konuşmacı kavramı her ne kadar nötr bir yaklaşımla ele almaya çalışsa da, sanal ve fiziksel evrenin iç içe geçmişliğinden kaynaklanan karışıklığı kendi düşünceleri ile de ortaya koymakta ve bunu video boyunca gerekçelendirerek açıklamaya devam etmektedir. Konuşmacı, videonun ilerleyen dakikalarında arsa fiyatlarını, oyunun kendi kripto para birimi üzerinden değerlendirmekte ve bu konuda Dolar para birimi üzerinden karşılaştırma yapmaktadır.

3. Ard alan

Videoda kavramı açıklamak üzere sıklıkla ard alan bilgisinden yararlanıldığı görülmektedir. Konuşmacının "...şimdi metaverse nedir? metaverse nedir' i anlayabilmemiz için öncelikle Web 3.0 kavramını anlamamız lazım. Web 1.0 çıktığında internette tek yapılabilen şey yazılanları okuyabilmektir başka hiçbir özelliği yoktu. Web 2.0 çıktığında insanlar da içerik üretmeye başladı. Bloggerlar, influencerlar, Youtuber'lar... hep bu Web 2.0 sayesinde aslında üredi" cümleleri, video boyunca sunulan ard alan bilgisine örnek olarak verilebilir. Konuşmacının ard alan bilgisini sunduğu dakikalarda, alt yazıların yanı sıra ek bilgilerin yer aldığı ekran kutucuklarının da destekleyici olarak kullanıldığı görülmektedir.

2. Bağlam bilgisi

Konuşmacının, kavramı içine konumlandığı bağlamın mülkiyet yapısı ve merkezîyetçi yaklaşım ile ilişkilendirdiği ve bu bağlamdaki dönüşüm hakkında bilgi verdiği görülmektedir. Örneğin; "...ama Web 2.0'ın sıkıntısı interneti Google, Twitter, Facebook gibi büyük şirketlerin sağlaması ve tekelleşmiş olmasıydı; çünkü sunucu hizmetlerini ve maliyetleri büyük şirketler karşılıyor ve bu yüzden de merkezi bir yapı oluşmuş... Web 3.0 da bunun tam tersi aslında, tamamen merkezîyetsiz yani bir Google'a, Facebook'a internet sağlayıcısına büyük bir dev şirkete ihtiyaç duymadan insanların kendi kendileri arasında

internet aktarımı yaparak ve bunları doğrularak internete erişim sağlayabildikleri bir platform olacak aslında ...” , “...böylece kullanıcılar dataalarını çaldırılmadan ve böyle bir büyük şirkete ihtiyaç duymadan, internet sağlayıcıya ihtiyaç duymadan birbiri ile etkileşime geçecek ve merkezizsiz sanal evrenler yaratabilecek” ifadeleri kavrama ilişkin bağlamın çerçevesini yansıtmaları açısından önemlidir. Bunun yanı sıra, kısa görüntüler ve yazılı açıklamalarla başlayan tanıtımın ilk saniyelerinde de metaverse ile ilgili olarak dünyanın çeşitli yerlerinden kesit videoların “What is the Metaverse? It is coming” şeklinde kısa yapıda ve vurgusal cümlelerden oluşan alıntı ve görseller ile desteklendiği görülmektedir. Videonun girişini oluşturan bu kısımda aslında tüm dünyada yeni bir boyuta geçişin ilk sinyalleri verilmekte ve bu da önemli bir bağlam bilgisi sunmaktadır.

B. Mikro Yapı

1. Sentaktik çözümleme

Videoda genellikle aktif ve basit yapıda cümlelerin kullanımı dikkati çekmektedir. Bunun yanı sıra pasif yapıda cümlelere de kullanılmaktadır.

2. Bölgesel uyum

Video boyunca yer alan anlatımlarda referansal, nedensel ve işlevsel ilişkinin kurulduğu görülmektedir. Konuşmacının bağlama ilişkin ifadelerinde bu kullanımlar belirgin şekilde göze çarpmaktadır. Daha önce de örneğini verdiğimiz...” ama Web 2.0’ ın sıkıntısı interneti Google, Twitter, Facebook gibi büyük şirketlerin sağlaması ve tekelleşmiş olmasıydı; çünkü sunucu hizmetlerini ve maliyetleri büyük şirketler karşılıyor ve bu yüzden de merkezi bir yapı oluşmuş... Web 3.0 da bunun tam tersi aslında, tamamen merkezizsiz yani bir Google’a, Facebook’a internet sağlayıcısına büyük bir dev şirkete ihtiyaç duymadan insanlar kendi kendileri arasında internet aktarımı yaparak ve bunları doğrularak internete erişim sağlayabildikleri bir platform olacak aslında ...” ifadelerinde aynı zamanda işlevsel bir ilişkinin yanı sıra Web 2.0 ile Web 3.0 arasında referansal bir ilişki kurulduğu da göze çarpmaktadır. İfadelerde Web 3.0 uygulamalarının mülkiyet yapısı ve merkezizçi yaklaşım açısından getirdiği değişimi açıklamaya yönelik olarak bir nedensellik ilişkisinin kurulduğu da söylenebilir. Diğer bir örnek de, Web 3.0 ve metaverse uygulamasını açıklamak için farklı platformlarla kurulan işlevsel ilişkiyi yansıtmaktadır:” ...zaten ready playe rone ve black mirroru izlediyseniz ona çok yakın bir ortam.” Bunun yanı sıra; “...ama şöyle bir yanlış anlaşılma var bence asıl sıkıntı da bu, Facebook yani Meta’nın reklam gücünü kullanarak bugün yapılamayacak şeyleri teknolojik olarak yeterli olmayan şeyleri bugün yapıyor ve yakın zamanda

yapılabilecekmiş gibi göstermesi. Zuckerberg' in iddia ettiği Metaverse'in oluşabilmesi için teknolojinin çok daha fazla gelişmesine, sanal gerçeklik artırılmış gerçeklik ve karma gerçeklik gözlüklerinin teknolojisinin çok daha gelişmesine ihtiyaç var" ifadelerinde de mevcut teknolojiler ile sınırları çizilen metaverse kavramı arasında referansal ilişki kurulduğu söylenebilir.

3. Kelime Seçimleri

Videoda açıklayıcı bilgiler genel olarak düz cümleler aracılığı ile aktarılmaktadır. Bunun yanı sıra fiziksel evren ile sanal evren arasındaki ilişkilendirmeyi sağlamak amacıyla yan anlam ve metaforlara da başvurulduğu görülmektedir: "...geldik bizim fakirhaneye... bu kadar bir alana bu kadar para verdim...yan komşuya gidelim, yan komşuya gidelim kendine kat çıkmış..." Bu cümlelerde sanal evrendeki konumların ve olguların, fiziki evrendeki karşılıkları ile adlandırıldığı görülmektedir. Dolayısıyla benzer cümlelerin yan anlam ve mecaz anlam kapsamında değerlendirilebilecek ifadeler olduğu söylenebilir. Videoda Metaverse kavramına yönelik olarak oyun, sanal, gerçek, artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik gibi kelime seçimlerine sıklıkla rastlanmaktadır. Bunun yanı sıra benzetme ve karşılaştırmaya yönelik kelime seçimlerinden yararlanıldığı görülmektedir. Konuşmacı, (eliyle parmağının ucunu göstererek), "...aşlında sizin aldığınız her bir parsel şu kadar, gördüğünüz o ufak kareler bir parsel" gibi ifadelerle sanal evrendeki konumları fiziksel olarak canlandırmakta ve açıklamaktadır. Video boyunca kelimelerin, kavramları gerçek dünyaya atıf vermek üzere seçildiği görülmekte ancak kelime seçimlerinin sıklıkla videoda yer alan görseller, beden dili ve haritada yer alan işaretler ile desteklendiği de görülmektedir.

4. Retorik

Video retorik açısından incelendiğinde söylemlerin görsel unsurlarla sıklıkla desteklendiği görülmektedir. Konuşmacının metaverse platformlarını örneklemek amacıyla seçtiği oyunları, kendi görselleri üzerinden uygulamalı olarak aktarması söz konusudur. Videonun uygulama örnekleri dışında kalan kısmında da farklı görseller, video kesitleri ve alt yazıların yanı sıra ek bilgi aktaran kutucuklardan yararlandığı görülmektedir. Videonun başlığı olan "230 Bin TL'ye İlk Arsamı Aldım" ifadesi ise inandırıcılık unsurunun sağlanmasına yöneliktir. Konuşmacının öncelikle kendi deneyimi üzerinde oluşturduğu bu başlık inandırıcılık açısından ilk unsura işaret etmektedir. Videonun geneli değerlendirildiğinde inandırıcılık açısından oyun uygulamalarının deneyimsel olarak aktarılması ve özellikle ard alan bilgisinden yararlandığı görülmektedir. Metaverse teknolojisine temel oluşturan Web 1.0, Web 2.0 ve Web 3.0 gibi

teknolojilerle ilgili sözel olarak aktarılan bilgilerin yanı sıra ekranda bilgi kutucuklarının kullanımı da yine bu yaklaşımı da destekler niteliktedir.

Youtube Üzerinde Yer Alan “24 Saat Metaverse'de Yaşamak!” Başlıklı Videonun Söylem Çözümlemesi

Tablo 4.

“24 Saat Metaverse'de Yaşamak!” Videosunun Künyesi

Başlık	24 SAAT METAVERSE'DE YAŞAMAK!
URL	https://www.youtube.com/watch?v=sGquOwjUp8U
Süre	19:15 dk
İzlenme sayısı	998.247
Beğeni Sayısı	35.000
Beğenilmeme Sayısı	-
Yorum Sayısı	1299
Kategori	İnsanlar ve blog https://link.ovr.ai/zXhR9SdSZrtWGMxq9
Diğer sosyal ağlara veya web sitelerine link verme durumu	https://apple.co/3a4NVr5 https://bit.ly/39sGYzT https://www.overthereality.ai/

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Video, tematik yapının unsurlarından biri olan başlık açısından incelendiğinde, başlığın video içeriği ile uyumlu olduğu söylenebilir. Video içeriğinde konuşmacının 24 saatlik bir zaman dilimine yayılan dijital oyun türlerinin tanıtımı, uygulama örnekleri ve bunların metaverse kavramı bağlamında analizleri yer almaktadır. Video tematik yapının tanıtım unsuru açısından incelendiğinde, tanıtımın video içeriği ile uyumlu olduğu görülmektedir. Video içeriğinde farklı oyun sağlayıcılar tarafından sunulan oyunlar, metaverse bağlamında incelenmiştir. Özellikleri ve kuralları, görseller ve uygulama örnekleri ile desteklenerek açıklanan çeşitli oyunlar, özellikle metaverse kavramı ile uyumluluğu çerçevesinde eleştirel bir bakışı açısı ile sergilenmiştir. Video, etiketler açısından incelendiğinde ise “video, paylaşım, kameralı telefon, videofon, ücretsiz, yükleme” kelimelerinden oluştuğu görülmektedir. Video, kategori olarak “insanlar ve blog” kategorisinde yer almaktadır.

2. Şematik yapı

a. Durum Tanıtımı

1. Videonun Anlatım Dili

Video anlatım dili açısından ele alındığında, açıklayıcı, sade bir dil kullanıldığı görülmekle birlikte, eleştirel bakış açısını vurgulamak adına soru ve ünlem cümlelerinin de kullanıldığı görülmektedir. Fiillerin süregelen yapıyı destekleyen geniş ve şimdiki zamanın yanı sıra ve gelecek zamanda çekimlendiği de görülmektedir. Videonun genelinde günlük konuşma dilinin hâkim olduğu söylenebilir.

2. Sonuçlar

Kavrama ilişkin olarak daha çok eleştirel bir bakış açısının sergilendiği videoda her alanda adı geçmeye başlayan metaverse kavramının gerektirdiği merkeziyetsiz yapının aslında henüz oluşmadığı ve kavramın gerçek yaşamlara entegresini sağlayacak teknolojik donanımın yeterli seviyede olmadığına ilişkin görüşten yola çıkılmaktadır. Buradan hareketle videoda çeşitli oyun platformları incelenmiş ve bir kısmı metaverse ile ilişkilendirilen oyunların aslında kavramla uyumlu olmadığı gözler önüne serilerek bu görüş, video boyunca desteklenmeye çalışılmıştır. Nitekim oyunların tanıtımı ve uygulanması sırasında bunların farklı platform sağlayıcılar ve şirketler tarafından sunulmuş olduğunun da altı çizilmektedir. Böylelikle bu görüşe gerekçe sağlayan koşullara dikkat çekilmiştir. Bir medya ürünü olarak bu videoda farklı ve çoklu gerçeklik alanlarına maruz kalan bireyin, karmaşık bilgiyi düzenlemesi ve bunlar arasından gerekli ve geçerli olan bilgiyi algısal düzeyde seçmesine olanak sağlayan farklı bir bakış açısı sunulmuştur.

3. Ard alan

Ard alan bilgisinin sunulmasında, bu çalışmada incelediğimiz diğer videolarda da olduğu gibi, metaverse kavramına temel oluşturan teknoloji ve uygulamaların yanı sıra, konuşmacının kendisinin daha önce gerçekleştirmiş olduğu eylem ve uygulamalardan destek alındığı görülmektedir. Örneğin, ...” geçen ay size Metaverse’de arsa satın aldım videosunu yayınlamıştım...” ifadesi bu kullanıma örnek olarak verilebilir. Videonun eleştirel perspektifi dikkate alındığında konuşmacının ard alan desteği açısından özellikle “...Öz, hakiki, gerçek metaverse olabilmesi için ki biz bu referansı Ready Player One filminden alıyoruz” ifadesi dikkati çekmektedir.

4. Bağlam Bilgisi

Kavrama ilişkin olarak daha çok eleştirel bir bakış açısının sergilendiği videoda bu yaklaşım, oyunlara yönelik yorumlar aracılığı ile sergilenmiştir. Eleştirel bakış açısının videonun ilk dakikalarında sunulmaya başlaması dikkati çekmektedir. Konuşmacının...” herkes bir şeyler uyduruyor, her oyun çıkaran metaverse yaptığını zannediyor. Öz, hakiki, gerçek metaverse olabilmesi için ki biz bu referansı Ready One Player filminden alıyoruz, bütün şirketlerin birleşip merkeziyetsiz, tek sahibi olmayan, tekil bir yapı oluşturması gerekiyor...kendi çıkarlarını bırakacak ve ortak bir paydada buluşacak da sanal gerçeklik gözlükleri daha kullanışlı hale gelecek de...” ifadeleri bu yaklaşımı örnekler niteliktedir. Videoda kavramın zamansal bağlamda da eleştirel olarak tartışıldığını görmek mümkündür:” asıl sıkıntı bize bunun bugün ya da hemen olabileceği gibi pazarlanması” ifadesi buna örnek olarak verilebilir.

B. Mikro Yapı

1. Sentaktik çözümleme

Video içeriğinde, oyunlara ilişkin tanıtım ve uygulama örneklerini metaverse ile ilişkilendirmeye yönelik aktif cümlelerin yanı sıra pasif cümlelerin yer aldığı görülmektedir.

2. Bölgesel Uyum

Bu videoda da diğer videolarda olduğu gibi metaverse uygulamasının üzerinde yükseldiği çeşitli teknolojiler ve uygulamalar söz konusu olduğundan, nedensel ve işlevsel bir ilişkinin kurulması kaçınılmaz olarak karşımıza çıkarmaktadır. Burada konuşmacının diğer kavramların yanı sıra özellikle “Ready One Player” örneğine değindiği dikkat çekmektedir. Ayrıca videonun geneline yayılan eleştirel bakış açısı, kavramlar arası referansal ilişkiyi de ortaya çıkarmaktadır. “... Warcraft, Minecraft, Roblox, Fortnite ve Chat gibi oyunlar metaverse olarak geçse de kime göre neye göre metaverse ben anlamış değilim” ifadesi bu yaklaşımı örnekler niteliktedir.

3. Kelime seçimleri

Kavrama ilişkin eleştirel bakış açısının ortaya konması açısından özellikle tüketime yönelik alanlara ilişkin kelimelerin seçimi dikkati çekmektedir. “Güzel bir pazarlama çalışması. Bence metaverse ile uzaktan yakından alakası yok” ifadesinde metaverse ile ilişkili olarak yansıtılan uygulamalara yönelik “pazarlama” kelimesinin kullanılmış olması söz konusudur. Bunun yanı sıra

metaverse ile ilgili olarak "...bize bunun bugün ya da hemen olacakmış gibi pazarlanması" ifadesinde de aynı kelimenin seçilmesi, bu görüşün vurgulanmak istediğini göstermektedir. Videonun başka bir kesitinde kullanılan "ekonomi yaratmak", "merkeziyetsiz yapı", "çıkart" gibi kelimeler de benzer bir bakış açısını ortaya koyması açısından manidardır. Bunun yanı sıra metaverse kavramını gerçek yaşam ile ilişkilendiren "deneyim inşa etmek", "artırılmış gerçeklik", "karma gerçeklik" gibi sözcüklerin kullanımı da kaçınılmaz olarak karşımıza çıkmaktadır.

4. Retorik

Video retorik açısından incelendiğinde söylemlerin yazılı ve görsel unsurlarla sıklıkla güçlendirildiği görülmektedir. Konuşmacının kavramı ele alırken bunu deneyimlemek üzere oyunları uygulamalı olarak aktarması söz konusudur. Bunun yanı sıra videonun akışı ile de anlatım desteklenmeye çalışılmıştır. Zira konuşmacı 24 saate yayılan oyun analizlerini, kavramın gündelik pratiklerle iç içe geçtiğini yansıtmak için, masa başında oyun oynadığı esnada çorba içerken göstermektedir.

Video boyunca anlatım, ses ve efektlere de desteklenmektedir. Görsel ve yazılı birçok unsur ile birebir deneyim alanı sağlanmaya çalışılan bu uygulamalı videoda da diğer videolarda olduğu gibi inandırıcı öğelere rastlanmaktadır.

Videoda ifadelerin düz anlam ve yan anlamlarına ilişkin kullanımların iç içe geçtiği ve mecaz anlamların kullanıldığı görülmektedir. Konuşmacının oyun sayısının fazla olması ve her oyunun farklı özelliklere sahip olması nedeni ile "...balta ile taşa vurarak mine yapıyorsunuz" ifadesini kullanması ya da videonun bir başka kesitinde kullandığı "bir buçuk saattir meteor tokatlıyorum ama soğan alacak paramız bile yok" , ..." Apple yerine armut koymuşlar" ifadeleri bu kullanımlara örnek olarak gösterilebilir.

Videoda inandırıcılığın deneyimsel alanlar ve gerçek yaşama ilişkin ekonomik göstergeler üzerinden sağlandığı da görülmektedir. "...İstanbul'un en pahalı semtlerinden 100 dolar, 200 dolar harcayarak yer aldım", "...Over' da kendi deneyiminizi ve alanınızı oluşturabilirsiniz", "... daha önce satın aldığım arsanın fiyatı şu an bu kadar ... yüzde 40 zarar. Bunun piyasa düşüşü ile de alakası var..." ifadeleri bu kullanımlara örnek olarak gösterilebilir.

SONUÇ

Teknolojinin son yıllardaki devasa gelişimi ile birlikte özellikle sanal evrenlere ilişkin birçok uygulamanın da gündelik yaşamlara hızla entegre olduğu ve toplumsal alanı çeşitli yönlerden etkilediği görülmektedir. Bireysel ve toplumsal alanları etkileyen yeni sanal platform ve uygulamalara ilişkin kavramların, medya aracılığıyla gündelik yaşamlara entegrasyonunun sağlandığı, bununla birlikte medya ürünleri aracılığıyla da bu uygulamalara ilişkin bilgilerin aktarılmaya ve açıklanmaya çalışıldığı görülmektedir. Buna yönelik çalışmaların bir kısmında ise medya içeriklerinin analizine yöneldiği de görülmektedir.

Son yıllarda önemli bir sosyal medya bileşeni olarak Youtube' da yer alan videoların izlenme sayılarında dikkat çekici bir artış gösterdiği gözlemlenmektedir. Cep telefonlarına yüklenen birçok yeni medya platformu ve uygulamasının, medya aracılığı ile gündelik yaşama aktarılan bilginin dolaşımı açısından önemli bir ortam sağladığı düşünülmektedir. Bu bağlamda son yıllarda YouTube uygulaması üzerinden aktarılan içeriklerin de farklı alanlara yönelik çalışmalara konu olduğu görülmektedir. Bu çalışmada metaverse kavramına ilişkin olarak YouTube videoları aracılığı ile gündelik yaşama aktarılan bilgi, araştırmanın problemleri bağlamında incelenmiştir. Zira son yıllarda metaverse kavramına olan ilginin çeşitli disiplinler açısından da önemli bir çalışma konusu haline geldiği görülmektedir (Collins, 2008; Mystakidis, 2022; Tlili vd.,2022; Hwang ve Chien, 2022; Seok, 2021; Lee, 2021; Yang vd., 2022; Vita-More; 2010). Bu çalışmaların bir kısmında da metaverse kavramının sosyal yaşam ve gündelik pratikleri ile ilişkisinin ele alındığı görülmüştür (Schneider, 2016; Han vd., 2022; Dwivedi vd. ,2022; Mackenzie, 2022).

Kavramın birinci videoda nötr, ikinci videoda olumlu ve üçüncü videoda eleştirel bir yaklaşım ile ele alındığı görülmektedir. Ele alınan yaklaşıma göre makro ve mikro yapıları açısından ele alındığında video içeriklerinin genel olarak benzer anlatım teknikleri, stratejiler ve yöntemler çerçevesinde kurgulandığı görülmektedir. Ancak bazı farklılıklar olduğu da tespit edilmiştir. Analizler genel olarak incelendiğinde kavramın gerçeklikle olan ilişkisinin perspektiflere göre farklı bağlamlar üzerinden kurulduğu ve kurgulandığı görülmektedir. Birinci videoda fiziksel dünya ve nesnel dünya ile ilişkiler gündelik yaşam etkinlikleri çerçevesindeki göstergeler ile sunulurken ikinci videoda nesnel konumlandırmanın ekonomik göstergeler üzerinden, üçüncü video da ise metaverse ile ilişkili dijital oyun deneyimleri aracılığıyla sağlandığı görülmektedir. Dolayısıyla videolarda, çeşitli anlatım teknikleri kullanılarak izleyici algısında kavramın nesnel bir düzlemde konumlandırılmaya çalışıldığı söylenebilir. Nitekim, Berger ve Luckman da (2008, s.32-34), insan bilincinin

daima nesnel olana yöneldiğini, bu bakımdan göstergeler aracılığıyla oluşturulan nesnelleştirme süreçlerinin, farklı gerçeklikleri anlamlandırma üzerinde etkili olduğuna dikkati çekmişlerdir.

Videolar boyunca metaverse uygulamasına temel oluşturan gelişmiş teknolojiler ve bunlar aracılığıyla daha önceden oluşturulan ürünlerden sıklıkla örnekler verilerek, bir sonraki aşamanın daha gelişmiş bir türünde ana hatları çizilmeye çalışmıştır. Dijital ortamların yarattığı sanal evrenin fiziki evren ve gündelik yaşam pratikleri ile olan ilişkisinin sıklıkla işlendiği videolarda, metaverse kavramının gündelik yaşam aktiviteleri ve fiziksel dünya ile olan ilişkisini ortaya koymaya yönelik geçmiş, halihazırda ve güncel uygulamalar ve konulardan referanslar verildiği görülmektedir. Böylelikle kavramın, izleyici algısında medya içerikleri ile oluşturulan sembolik evren aracılığı ile nesnelleştirildiği görülmektedir. Berger ve Luckman, 2008, s. 34-37), farklı ve çoklu gerçeklik alanları arasında “gündelik yaşam gerçeği” nin birey açısından en üstün gerçeklik olduğuna dikkati çekmektedir. Ancak gündelik hayatın gerçekliğinin ulaşılabilir olmayan alanları da kapsadığını belirten düşünürler, başkaları ile paylaşılan sübjektiviteler arası anlam bölgelerinde “ortak duyu” nun önemine dikkati çekmektedir. Bu bağlamda, günümüzün karmaşık ortamlarında bireylerin çoklu gerçeklik alanlarına maruz kalması kaçınılmaz olduğundan, bu durum, bireyin geçerli bilgiyi alabilmesi için ortak duyu ya ilişkin bir takım seçme süreçlerini de zorunlu kılmaktadır. Ulaşılabilir olmayan alanlara ilişkin gündelik bir yaşam gerçeği ve ortak duyunun geliştirilmesinde gündelik yaşam pratikleri ile iç içe geçmiş olan medya ürünleri ve iletilerinin önemi yadsınamaz Buradan hareketle videolarda bilginin meşrulaştırılması yolu ile izah edilebilir anlamlı bir bütünlük ile verilmeye çalışıldığı görülmektedir Ayrıca video içeriklerinde, metaverse kavramının özü itibariyle sunduğu çoklu gerçeklik ortamları içinde kişinin ortak duyusuna hitap edecek bir gerçeklik alanı sunulduğu görülmektedir. Böylelikle, sembolik evrenler aracılığıyla çoklu gerçeklik alanları içerisinde gündelik yaşam bilgisini daha gerçek olarak algılamaya meyilli olan birey için, kavrama algısal düzeyde bir seçicilik sağlanmıştır.

Çalışmada incelenen videolar, tematik yapının unsurları olan “başlık”, “tanım” ve “etiket” açısından incelendiğinde; video başlıklarının video içerikleri ile uyumlu olduğu görülmektedir. Video başlıkları çalışmamızın da yaklaşımına uygun olarak dijital alanda yeni bir boyuta geçişi ifade eden bir giriş mahiyetindedir. Bu açıdan başlıklarda çeşitli zaman kiplerinin kullanımı, henüz yeni olduğu bilinen bu kavramın aynı zamanda süregelen ve gelişime açık özelliğini de vurgulamaktadır. Videolar tanımlar açısından incelendiğinde video içerikleri ile uyumlu olduğu görülmektedir. Tanımlarda yer alan ifadelerin de kavramı tanıtmaya ve açıklamaya yönelik kapsamlı bir giriş niteliğinde olduğu

söylenbilir. Videoların “video, paylaşım, kameralı telefon, videofon, ücretsiz, yükleme” etiketleri ile paylaşıldığı görülmektedir.

Video içerikleri genel olarak, bilgi aktaran bir konuşmacının metaverse kavramı ile ilgili aktardığı bilgilerden oluşmaktadır. Dolayısıyla videoların anlatım dili incelendiğinde, konuşmacıların kavrama ilişkin açıklayıcı bir dil kullandığı ve içeriklerin genelinde tanıtım amaçlı bir dilin hâkim olduğu görülmekle birlikte videoların tamamı boyunca sözel ifadeleri desteklemek amacıyla görsel anlatımın da sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Sözel ifadelere eşlik eden görsel unsurların (fotoğraf, animasyon, beden dili, fiziksel obje, film kesitleri...) alt yazıların yanı sıra görsel unsurlara yerleştirilen farklı karakter ve büyüklükteki yazılı unsurlarla da yer verildiği görülmektedir.

Video içeriklerinde, sanal evren ile fiziki evreni ilişkilendirmeye yönelik birtakım deneyimler açıklayıcı bir şekilde aktarılmaktadır. Bunun yanı sıra sanal uygulamaların kişiselleştirilmesine olanak sağlayan etkinlikler ve ekonomik göstergelerin sıklıkla yer alması, kavramın fiziksel gerçeklik ile ilişkisinin kurulmasına yönelik önemli stratejilerden birini oluşturmuştur. Berger ve Luckman (2008, s.139-141), bireyin deneyim ve tecrübesi dışında kalan alanlara ilişkin bilginin, “sembolik evrenler” aracılığı ile aktarıldığını ifade etmektedir. “Teorik tecrübe” olarak adlandırılan bu sembolik süreçlerin, gündelik tecrübelerden başka gerçekliklere atıfta bulunan göstergeleştirme süreçleri olduğunu belirten düşünürler, gündelik var oluşun gerçekliğine dahil olmayan olağandışı bilgilerin bu şekilde anlamlandırıldığını savunmaktadır. Doğasıyla burada da soyut bilginin; nesnel, izah edilebilir bir düzlemde, sembolik evren aracılığıyla gerçeklik ile olan ilişkisini kurmaya yönelik göstergelerin kullanıldığı görülmektedir. Ancak bu göstergeleştirme süreçlerinin, videoların kavramı ele aldığı perspektife göre değiştiği görülmektedir. Örneğin; Birinci videoda konuşmacının, “...üstelik sadece Beep’ın 5000 günde yaptığı o resim sergilenmeyecek orda canlı konserler etkinlikler ve fikir liderlerinin katıldığı çeşitli toplantılar da yapılacak bakın dünyaca ünlü “gerçek” mimarlara tasarlattığı bu yer sanal bir ortam hatırlatmak isterim “cümlesi bu yaklaşımı yansıtan ifadelerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun yanı sıra bir oyun deneyiminin sergilendiği ikinci videoda “230.000 TL ye ilk arsamı aldım” ifadesi de buna örnek olarak verilebilir.

Videolarda metaverse kavramının karakteristik yapısı gereği sıklıkla ard alan bilgisinin verildiği görülmektedir. Ard alan bilgisi bakımından kavramın üzerinde yükseldiği teknolojilerle ilgili olarak çeşitli uygulama örneklerinden sözel, işitsel ve görsel olarak yararlandığı görülmektedir. İnternet uygulamaları,

dijital oyun platformları, Web 2.0, Web 3.0, NFT gibi teknolojiler bunlara örnek olarak verilebilir.

Yeni ve farklı bir boyuta geçişi ifade eden bu kavramı açıklayan video içeriklerinde bağlam bilgisine sıklıkla yer verme gereği duyulmuştur. Videolarda yer alan unsurlar bütünüyle ele alındığında kavrama yönelik, diğer teknolojilerde olduğu gibi doğal olarak süregelen ve gelişen sürecin yanı sıra toplumsal gerçeklik düzeyinde daha kapsayıcı özelliğine dikkat çekilmiştir. Zamansal ve mekânsal düzlemde bu yutlar arası niteliği ve toplumsal alana olacak olan katkıları bağlamında ortaya konmuştur.

Videoların ele alındığı perspektiflere göre değişen göstergeler aracılığı ile kavramın toplumsal düzlem ile olan ilişkisi gündelik yaşam, ekonomik alan ya da boş zamana yönelik aktiviteler ve oyunlar üzerinden kurulduğu görülmektedir. Örneğin; ikinci videoda teknolojik ve toplumsal alanlara ilişkin olarak "...çünkü sunucu hizmetlerini ve maliyetleri büyük şirketler karşılıyor ve bu yüzden de merkezi bir yapı oluşmuştu. Web 3.0 da bunun tam tersi aslında, tamamen merkeziyetsiz... büyük bir dev şirkete ihtiyaç duymadan insanlar kendi kendileri arasında internet aktarımı yaparak ve bunları doğrulayarak internete erişim sağlayabildikleri bir platform olacak aslında "ifadesi buna örnek olarak gösterilebilir.

İçeriklerde yer alan cümle yapıları incelendiğinde, çoğunlukla aktif yapıda olduğu görülmekle birlikte pasif yapıda cümlelerin de bazı kısımlarda sıklıkla kullanılmış olduğu dikkati çekmektedir. Metaverse kavramının, birbiri üzerinde yükselen teknolojileri kapsayan uygulamaları içermesi nedeniyle videolarda yer alan ifadelerde sıklıkla nedensel, işlevsel ve referansal ilişki kurulduğu görülmüştür.

Videolardaki kelime seçimlerinde genel olarak düz anlam kullanılmakla birlikte kavrama ilişkin bazı özelliklerin açıklanmasında sıklıkla yan anlamlara da başvurulduğu görülmektedir. Bu bağlamda fiziksel ve sanal gerçekliğin karşılaştırılmasında ve bir araya getirilmesinde yan anlamsal düzeyde örtük ifadelerin kullanıldığı söylenebilir. Bunun yanı sıra metaforlardan da yararlanıldığı görülmektedir. Örneğin birinci video da geçen ve"kartı tulumun yüzlerce cebinden birine sokuştururken ama bunu asla unutmayacaksın dedi Hiro" cümlesinde "tulumunun yüzlerce cebi" ifadesi ile insanın algısal düzeyindeki çoklu gerçeklik alanlarına ilişkin bir durumun anlatılmak istendiği söylenebilir. Videolarda, metaverse kavramının ortaya çıkışı ile birlikte sıklıkla kullanılmaya başlayan evren, paralel evren, sanal, gerçek, artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik gibi kelime seçimleri yer almaktadır.

Video retorik açısından incelendiğinde söylemlerin görsel unsurlarla sıklıkla desteklendiği görülmektedir. Konuşmacıların söylemleri hareketli görüntüler, video kesitleri, resimler, animasyonlar, efektler, beden dili ve fiziksel objelerden oluşan görsel unsurlarla yoğun olarak desteklenmiştir. Videolarda kavramın nesnel gerçeklikle ilişkisinin kurulmasına yönelik olarak inandırıcılık unsurlarının da yoğun olarak kullanıldığı görülmektedir. İnandırıcılık unsurlarının çoğunlukla gerçek yaşam ve deneyimsel alanlar üzerine kurulduğu görülmektedir. Bu bağlamda; birinci videoda konuşmacının, “...üstelik sadece Beppe’ın 5000 günde yaptığı o resim sergilenmeyecek orda canlı konserler etkinlikler ve fikir liderlerinin katıldığı çeşitli toplantılar da yapılacak bakın dünyaca ünlü “gerçek” mimarlara tasarlatılan bu yer sanal bir ortam hatırlatmak isterim “ ifadesinin yanı sıra ikinci ve üçüncü videolarda metaverse platformu olarak oyunların üç boyutlu bir şekilde sunulması ile kullanıcı deneyiminin yaratılmaya çalışılması bu yaklaşımı yansıtan örneklerdendir.

KAYNAKÇA / REFERENCES

- Ağırman, E. & Barakalı, O. C. (2022). Finans ve finansal hizmetlerin geleceği: Metaverse. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 329-346, <https://dergipark.org.tr/tr/pub/asead/issue/69756/1105440>, Erişim tarihi: 10.12.2021.
- Berger P. L. & Luckmann, T. (2008). *Gerçekliğin Sosyal İnşası* (çev. Vefa Saygın Öğütle). Paradigma.
- Bulut, L., Zararsız, Ö. F. & Seyhan, A. S. (2022). Kimlik, haz ve metaverse: Ready player one filmi gösterebilimsel çözümlemesi. *Yeni Medya*, 2022 (12), 258-282, <http://doi.org/10.55609/yenimedya.1115859>.
- Collins, C. (2008). Looking to the future: Higher education in the Metaverse. *Educause Review*, 43(5), 51-63.
- Çelik, R. (2022). Metaverse nedir? Kavramsal değerlendirme ve genel bakış. *Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences*, 8(01),67-74
- Çomu, T. (2012). *Video Paylaşım Ağlarında Nefret Söylemi: Youtube Örneği*. Yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Damar, M. (2021). Metaverse shape of your life for future: A bibliometric snapshot. *Journal of Metaverse*, 1(1), 1-8.

- 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.
- Dursun, Ç (2021). *Medya, Habercilik ve Gerçeklik Bağlantısı*. https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/39445/mod_resource/content/1/1.hafta%20o kumas%C4%B1.pdf, Erişim tarihi: 10.12.2021.
- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Baabdullah, A. M., Ribeiro-Navarrete, S., Giannakis, M., Al-Debei, M. M. & 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.
- Göker, G. (2015). Tele-yaşamlar: Gerçeklik ve kurgu bağlamında Türkiye'de realite programlar. *Global Media Journal*, 6(11), 261-282.
- Han, Y., Niyato, D., Leung, C., Miao, C. & Kim, D. I. (2022). A dynamic resource allocation framework for synchronizing metaverse with iot service and data. In *ICC 2022-IEEE International Conference on Communications* (pp. 1196-1201). IEEE.
- Hwang, G. J. Chien, & S. Y. (2022). Definition, roles, and potential research issues of the metaverse in education: An artificial intelligence perspective. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 100082.
- Kahraman, M.E. (2022), Blok ZİNCİR, deepfake, avatar, kripto para, değiştirilemez belirteç (NFT) ve sanal evren (Metaverse) ile yaygınlaşan sanal Yaşam. *International Journal of Cultural and Social Studies*, 8(1).
- Kavut, S. (2022). Metaverse teknolojisi kullanımının McLuhan'ın teorileri ve yaklaşımları ile analizi. *Yeni Medya*, 2022 (12), 140-155, <http://doi.org/10.55609/yenimedya.1087756>
- Lee, L., Braud, T., Zhou, P., Wang, L., Xu, D., Lin, Z. & Hui, P. (2021). All one needs to know about metaverse: A complete survey on technological singularity. *Virtual Ecosystem, and Research Agenda*.
- Lee, J. Y. (2021). A study on metaverse hype for sustainable growth. *International Journal of Advanced Smart Convergence*, 10(3), 72-80.
- Mackenzie, S. (2022). Criminology towards the metaverse: Cryptocurrency scams, grey economy and the technosocial. *The British Journal of Criminology*.

- Mystakidis, S. (2022). Metaverse. *Encyclopedia*, 2(1), 486-497.
- Russell, B. (2000). *Felsefe Sorunları* (çev. Vehbi Hacıkadiroğlu). Kabalıcı Yayınevi.
- Schneider, C. (2016). Reflections on self and presentation of self in second life®, a virtual life course perspective in the context of language teaching. In *Conference Proceedings. ICT for language learning* (p. 196). Libreria universitaria. it Edizioni.
- Seok, W. H. (2021). Analysis of metaverse business model and ecosystem. *Electronics and Telecommunications Trends*, 36(4), 81-91.
- Taşkıran, N. Ö. & Yılmaz, R. (2007). İnsan gerçekliği ve medya: Gerçekliğin inşasında medyanın işlevsel konumu üzerine bir çözümleme. Ed. C. Bilgili, N. T. Akbulut. *Medya Eleştirileri Gerçeğin Dışındakiler* içinde, s. 9-37. Beta Yayınları.
- Tlili, A., Huang, R., Shehata, B., Liu, D., Zhao, J., Metwally, A. H. S. & Burgos, D. (2022). Is Metaverse in education a blessing or a curse: A combined content and bibliometric analysis. *Smart Learning Environments*, 9(1), 1-31.
- Torun, N. K. & Torun, T. (2022). Metaverse ve din kavramlarının sosyal medya madenciliği yolu ile incelenmesi. *Alanya Akademik Bakış*, 6(2), 2511-2526, <http://doi.org/10.29023/alanyaakademik.1099247>
- Türk, M. S. (2014). *Algı Yönetimi ve İletişim: Algının Ötesinde Bir Gerçeklik Var mı?* Bilal Karabulut (Ed), *Algı Yönetimi* (13-38). Alfa Yayınları.
- Türk, M. S. (2014). Medyanın gerçeklik inşası ve gerçeklik algısı. *Düşünce Dünyasında Türkiz Siyaset ve Kültür Dergisi*, 5(28), 9-32.
- Vita-More, N. (2010). Aesthetics of the radically enhanced human. *Technoetic Arts*, 8(2), 207-214.
- Yang, Q., Zhao, Y., Huang, H., Xiong, Z., Kang, J. & Zheng, Z. (2022). Fusing blockchain and AI with metaverse: A survey. *IEEE Open Journal of the Computer Society*, 3, 122-136.
- Yaşar, L., Karaboğa, F. & Kardeş, İ. (2022). Yeni (Sanal) yaşam alanı metaverse’de etkinlik yönetimi. *Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri*, 16(8), 120-137.

EXTENDED ABSTRACT

The fact that the media is an important source of information in social life, makes the problematics of the accuracy of the information conveyed through media messages and its relationship with reality even more evident. Especially in today's conditions, it is seen that the impressions and perceptions about the facts that are outside the concrete information and experience areas of the concepts consist of the information transferred from the media during the daily practices of the individuals through digital communication technologies.

In this respect, it is seen that the information about the concept of "metaverse", which is a new concept outside the physical and individual experience areas, is transferred and tried to be explained through media products for many individuals.

Within the scope of this study, it is aimed to examine the videos about Metaverse on Youtube as a social media component in the context of discourse analysis. For this purpose, videos on the Metaverse are examined within the framework of social knowledge and its active role in the formation of social reality, based on the theory of Social Construction of Reality (Berger & Luckmann, 1991) on the basis of the construction of reality in the media. As a result of the study; In the videos where the relationship between the virtual universe created by digital environments and the physical universe is revealed, it is seen that the concept of Metaverse is often associated with daily life activities. Thus, it can be said that abstract information outside the field of experience is tried to be objectified in the perception of the audience through the symbolic universe created with media contents. This approach also supports the provision of information with a meaningful integrity that can be explained through legitimation. In addition, it has been observed that a reality space that will appeal to the common sense of the person is presented in the video contents, within the multi-reality environments that the concept of Metaverse presents in essence. In this context, it can be said that among the multiple reality fields within the symbolic

Throughout the videos, the advanced technologies that form the basis of the metaverse application and the products previously created through them are frequently given examples, trying to outline a more advanced type of the next stage. In the videos, in which the relationship of the virtual universe created by digital environments with the physical universe and daily life practices is frequently discussed, it is seen that references are given from past, present and current practices and locations to reveal the relationship of the concept of metaverse with daily life activities and the physical world. Thus, it is seen that

the concept is objectified through the symbolic universe created by the media contents in the perception of the audience.

It is seen that the concept is handled with a neutral approach in the first video, a positive approach in the second video, and a critical approach in the third video. When considered in terms of macro and micro structures according to the approach taken, it is seen that the video contents are generally constructed within the framework of similar narrative techniques, strategies and methods. Generally, it is seen that the relationship of the concept with reality is established and fictionalized in different contexts according to perspectives.