

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI**

**METAVERSE ORTAMLARINDA ETİK SORUNLARIN
BELİRLENMESİ VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİNİN GELİŞTİRİLMESİ**

Buğra ÇAVUŞOĞLU

DOKTORA TEZİ

Danışman: Doç. Dr. Kadriye KOBAK

OCAK-2025

T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

METAVERSE ORTAMLARINDA ETİK SORUNLARIN
BELİRLENMESİ VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİNİN
GELİŞTİRİLMESİ

DOKTORA TEZİ

Buğra ÇAVUŞOĞLU

Enstitü Anabilim Dalı: İletişim Bilimleri

“Bu tez 30/01/2025 tarihinde online olarak savunulmuş olup aşağıdaki isimleri bulunan
jüri üyeleri tarafından oybirliği ile kabul edilmiştir.”

JÜRİ ÜYESİ	KANAATİ
Prof. Dr. Yusuf Levent ŞAHİN	Başarılı
Doç. Dr. Kadriye KOBAK	Başarılı
Doç. Dr. Mustafa BOSTANCI	Başarılı
Doç. Dr. Nesrin AKINCI ÇÖTOK	Başarılı
Dr. Öğr. Üyesi Aynur KARAGÖL	Başarılı

ETİK BEYAN FORMU

Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının benzerlik oranının herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve Etik Kurul Onayı gerektiği takdirde onay belgesini aldığımı beyan ederim.

Etik kurul onay belgesine ihtiyaç var mıdır?

Evet ☒

Hayır ☐

(Etik Kurul izni gerektiren araştırmalar aşağıdaki gibidir:

- Anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ya da nicel yaklaşımlarla yürütülen her türlü araştırmalar,
- İnsan ve hayvanların (materyal/veriler dahil) deneysel ya da diğer bilimsel amaçlarla kullanılması,
- İnsanlar üzerinde yapılan klinik araştırmalar,
- Hayvanlar üzerinde yapılan araştırmalar,
- Kişisel verilerin korunması kanunu gereğince retrospektif çalışmalar.)

Buğra ÇAVUŞOĞLU

30/01/2025

ÖN SÖZ

Doktora tez çalışmam boyunca bana rehberlik eden ve kıymetli bilgilerini benden esirgemeyen danışmanım Doç. Dr. Kadriye Kobak hocama, tez izleme komitelerinde görüşleri ile beni yönlendiren Doç. Dr. Mustafa Bostancı ve Doç. Dr. Nesrin Akıncı Çötök hocalarıma teşekkür ederim. Sunmuş oldukları görüşleri ile jüri üyelerim Prof. Dr. Yusuf Levent Şahin ve Dr. Öğr. Üyesi Aynur Karagöl hocalarıma da ayrıca teşekkür ederim. Doktora ders döneminden itibaren sürekli yanımda olan, birlikte yol aldığımız doktora arkadaşlarım Öğr. Gör. Dr. Ece Fidan ve Öğr. Gör. Deniz Aka hocalarıma da destekleri ve yol arkadaşlıkları için teşekkür ederim. Ve en çok da aldığım her kararda bana destek olan, eğitim hayatım boyunca hep yanımda olan Canım Ailem'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Buğra ÇAVUŞOĞLU

30/01/2025

İÇİNDEKİLER

TABLO LİSTESİ.....	iv
ŞEKİL LİSTESİ	v
ÖZET	vi
ABSTRACT	vii
GİRİŞ.....	1
1. BÖLÜM: ETİK KAVRAMI.....	6
1.1. Etik.....	6
1.2. Ahlak.....	10
1.3. Etik ve Ahlak İlişkisi	14
1.4. Etik Kavramına Felsefî Yaklaşımlar	15
1.4.1. Teleolojik Etik	16
1.4.2. Deontolojik Etik.....	17
1.4.3. Erdem Etiği.....	18
1.4.4. Faydacı Yaklaşım	20
1.4.5. İdealizm ve Relativizm	21
1.5. Medya	22
1.6. Yeni İletişim Teknolojileri	25
1.6.1. Web 1.0.....	26
1.6.2. Web 2.0.....	27
1.6.3. Web 3.0.....	28
1.6.4. Web 4.0.....	29
1.7. Yeni Medya	29
1.8. Yeni Medya ve Etik.....	32
2. BÖLÜM: METAVERSE	37
2.1. Kavramlar	37
2.1.1. Algı	37
2.1.2. Gerçek.....	40
2.1.3. Zaman	41
2.1.4. Mekân	42

2.1.5. Simülasyon	44
2.1.6. Simülakr.....	46
2.1.7. Simüle Etme.....	47
2.1.8. Sanal Dünyalar.....	47
2.1.9. Avatar	49
2.1.10. Yaşam Günlüğü	50
2.2. Sanal Gerçeklik (Virtual Reality – VR).....	51
2.3. Artırılmış Gerçeklik (Augmented Reality – AR)	54
2.4. Karma Gerçeklik (Mixed Reality – MR).....	56
2.5. Genişletilmiş Gerçeklik (Extended Reality – XR)	59
2.6. Blokzincir Teknolojisi	60
2.7. Nft.....	62
2.8. Metaverse.....	65
2.8.1. Popüler Metaverse Platformları	67
2.8.1.1. Roblox.....	68
2.8.1.2. Fortnite.....	69
2.8.1.3. Decentraland	70
2.8.1.4. Axie Infinity.....	71
2.8.1.5. Superworld.....	72
3. BÖLÜM: ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ.....	73
3.1. Araştırmanın Deseni	73
3.2. Araştırmanın Örneklemi	73
3.3. Veri Toplama Yöntemi	75
3.3.1. Yarı Yapılandırılmış Görüşmeler	75
3.3.2. Q Metodu	77
4. BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN BULGULARI	82
4.1. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Bulguları	82
4.2. Q Metodu Bulguları.....	88
4.2.1. Korelasyon Matrisi	88
4.2.2. Faktör Analizi	89
4.2.3. Faktörlere İlişkin Bulgular.....	92
4.2.3.1. Bakış Açısı-1	94

4.2.3.2. Bakış Açısı-2	99
4.2.3.3. Bakış Açısı-3	105
4.2.3.4. Bakış Açısı-4	110
SONUÇ	116
KAYNAKÇA.....	127
EK	145
ÖZ GEÇMİŞ	168



TABLO LİSTESİ

Tablo 1: İdealizm ve Relativizm İlişkisi.....	22
Tablo 2: Web 1.0 ve Web 2.0 Arasındaki Farklar.....	28
Tablo 3: Roblox Hakkında Bilgiler	68
Tablo 4: Fortnite Hakkında Bilgiler	69
Tablo 5: Decentraland Hakkında Bilgiler.....	70
Tablo 6: Axie Infinity Hakkında Bilgiler	71
Tablo 7: Superworld Hakkında Bilgiler	72
Tablo 8: Uzmanlar Tarafından Yapılan Metaverse Tanımları	83
Tablo 9: Uzmanların Sanal Topluluklar Hakkındaki Görüşleri	84
Tablo 10: Sanal Dünya ve Gerçek Dünya Arasındaki Etik Sınırlar	86
Tablo 11: Metaverse Ortamında Yaşanabilecek Suçların Önlemesine Yönelik Öneriler ...	87
Tablo 12: Katılımcılar Arası Korelasyon Matrisi Örneği.....	89
Tablo 13: Faktörlerin Öz Değerleri	90
Tablo 14: Katılımcıların Faktör Yükleri.....	91
Tablo 15: 4 Faktörlü Katılımcı Faktör Yükleri	93
Tablo 16: Bakış Açısı-1 Q İfade Değerleri.....	97
Tablo 17: Bakış Açısı-2 Q İfade Değerleri.....	102
Tablo 18: Bakış Açısı-3 Q İfade Değerleri.....	107
Tablo 19: Bakış Açısı4 Q İfade Değerleri	113

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1: Milgram ve Kishino Karma Gerçeklik Düzlemi.....	58
Şekil 2: Q Dizgisi Örneği.....	78



ÖZET	
Başlık: Metaverse Ortamlarında Etik Sorunların Belirlenmesi ve Çözüm Önerilerinin Geliştirilmesi	
Yazar: Buğra ÇAVUŞOĞLU	
Danışman: Doç. Dr. Kadriye KOBAK	
Kabul Tarihi: 30/01/2025	Sayfa Sayısı: vii (ön kısım) + 144 (ana kısım) + 24 (ek)
Metaverse kavramı gelişim aşamasında olmasına rağmen internet altyapısına sahip teknolojilerin ilerleyiş süreçlerini göz önünde bulundurduğumuzda yakın gelecekte metaverse, bireylerin gündelik yaşamlarında önemli bir yere sahip olacaktır. Etik sorunlar, yeni medya ortamlarında yaşandığı gibi metaverse platformlarında da meydana gelecektir. Yapılan çalışmada amaç metaverse konusunda akademik çalışmalar yapan uzmanların gerek gündelik yaşam pratiklerinden gerekse yaptıkları araştırmalardan hareketle metaverse ortamlarında yaşanabilecek etik sorunlara yönelik bir çerçeve çizilmesi ve ulaşılan etik sorunların metaverse konusunda bilgi sahibi olan, çalışmalar yapan ya da mevcut teknolojik altyapıya dayalı olarak deneyimleme imkanı bulmuş olan kullanıcıların yaklaşımları doğrultusunda önem derecelerinin tespit edilmesidir. Durum çalışması deseninin kullanıldığı araştırma, çalışmanın derinlemesine incelenmesi ve farklı veri kaynaklarının kullanılması için üç farklı adımda gerçekleştirilmiştir. Öncelikli olarak kavramsal bir temel oluşturmak amacıyla literatür taraması yapılmış, etik ve metaverse kavramlarına yönelik tanımlar ortaya konulmuştur. Elde edilen tanımlar sonucunda yarı yapılandırılmış görüşme formları hazırlanmış ve metaverse konusunda çalışmalar yapan akademisyenlerle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yarı yapılan görüşmeler sonunda etik sorunlar tespit edilmiş ve bu sorunlara kullanıcıların yaklaşımlarını tespit etmek için Q metodu uygulaması yapılmıştır. Çalışma sonucunda yakın gelecekte bireylerin yaşamlarında önemli bir yere sahip olması beklenen metaverse platformlarının kullanımı ile siber zorbalık, taciz, nefret söylemi, kişisel verilerin kullanılması başta olmak üzere birçok etik sorunun yaşanacağı, bu sorunların önlenmesi için öncelikli olarak bireylerin sistemleri daha bilinçli kullanmaları gerektiği ama mevcut platformların da verilerin toplanması, depolanması ve kullanılması konusunda şeffaf olmaları gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların yeni medya kullanım deneyimlerinden ve metaverse konusunda elde ettikleri bilgi birikiminden hareketle ortam kurallarının olması, düzenli güvenlik güncellemelerinin olması, veri kullanımı konusunda bilgilendirmelerin olması, hukuki düzenlemelerin yapılması ve en önemlisi de bireylerin kendi etik değerlerine sahip olması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.	
Anahtar Kelimeler: Metaverse, Etik, Kullanıcı Deneyimi, Q Metod	

ABSTRACT	
Title of Thesis: Identifying Ethical Issues in Metaverse Environments and Developing Solutions	
Author of Thesis: Buğra ÇAVUŞOĞLU	
Supervisor: Assoc. Prof. Kadriye KOBAK	
Accepted Date: 30/01/2025	Number of Pages: vii (pre-text) + 144 (main body) + 24 (add)
Although the concept of the metaverse is still in the development phase, when we consider the progress of technologies with internet infrastructure, the metaverse will have an important place in the daily lives of individuals in the near future. Ethical problems will occur on metaverse platforms as well as in new media environments. The aim of the study is to draw a framework for ethical problems that may be experienced in metaverse environments based on both the daily life practices and the researches of experts who do academic studies on the metaverse and to determine the importance levels of the ethical problems reached in line with the approaches of users who are knowledgeable about the metaverse, who do studies or who have had the opportunity to experience it based on the existing technological infrastructure. The research, designed as a case study, was carried out in three different stages to allow for an in-depth examination and the use of various data sources. Initially, a literature review was conducted to establish a conceptual foundation, and definitions of ethics and the metaverse were presented. Based on these definitions, semi-structured interview forms were prepared, and interviews were conducted with academics working on the metaverse. Following the semi-structured interviews, ethical issues were identified, and the Q methodology was applied to determine users' perspectives on these issues. As a result of the study, it was concluded that many ethical problems such as cyberbullying, harassment, hate speech, and the use of personal data will be experienced with the use of metaverse platforms, which are expected to have an important place in individuals' lives in the near future, and that in order to prevent these problems, individuals should primarily use the systems more consciously, but existing platforms should also be transparent about the collection, storage, and use of data. Based on the participants' new media usage experiences and the knowledge they have gained about the metaverse, it was concluded that there should be environment rules, regular security updates, information about data use, legal regulations, and most importantly, individuals should have their own ethical values.	
Keywords: Metaverse, Ethics, User Experience, Q Method	

GİRİŞ

Son yıllarda teknoloji alanında yaşanan gelişmeler sanal ortamlar üzerinde de etkisini göstermiş ve fiziksel dünyalar ile sanal dünyalar arasında daha yoğun bir etkileşim ortaya çıkmıştır. Meydana gelen bu dönüşüm ile birlikte sanal dünyalar bireylerin gündelik yaşamlarının bir parçası haline gelmiş ve bireyler fiziksel dünyadaki etkinliklerini bu sanal dünyalar üzerinde devam ettirmeye hatta çoğu zaman sadece sanal dünyalar üzerinden iletişim kurmaya başlamışlardır. Metaverse ortamları da sanal gerçeklik teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak kullanıcıların sistemdeki diğer bireyler ile etkileşime girebilecekleri bir alan oluşturmaktadır. Teknolojik altyapısının henüz tam anlamı ile hazırlanamamış olmasına bağlı olarak kullanım pratikleri noktasında hangi araçlar ile entegre olabileceğine yönelik çalışmaların devam ettiği göz önüne alındığında günümüzde metaverse ortamlarının gündelik yaşama uygulanabilirliğinden bahsetmek ve herhangi bir alandaki kullanımının başarılı olup olamayacağına yönelik bir öngöründe bulunmak için henüz erkendir. Ancak yeni iletişim teknolojilerinin yayılma süreçlerini ve geçtiğimiz yıllardaki değişen kullanıcı alışkanlıklarını göz önünde bulundurduğumuzda yakın bir gelecekte metaverse ortamlarının yaygın bir kullanıma sahip olabileceği söylenebilir.

Toplumların ortak bir yaklaşım ile kullandıkları her yeni iletişim teknolojisinde olduğu gibi metaverse ortamlarının kullanımı da beraberinde bazı etik sorunların doğmasına neden olacaktır. Çünkü bireylere gündelik yaşamlarından farklı bir ortam sunan internet altyapıları kendine özgü kural ve yaklaşımlara sahiptir. İçinde yer aldığımız fiziksel dünyanın sosyal yaşam normlarından farklı kural ve yaklaşımların yer aldığı metaverse ortamlarında gerek kullanım sırasında gerekse kullanım süreçleri sonrasında çeşitli sorunların yaşanması kaçınılmaz olmaktadır. Metaverse ortamlarının bireylerin yaşamları üzerindeki bu etki dijital ortamlarda kişilik hakları, mahremiyet, kimlik, kişisel verilerin güvenliği başta olmak üzere birçok konu üzerinde yeniden düşünülmesini gerekli kılmaktadır. Metaverse ortamlarındaki etik sorunlara yönelik yapılacak olan bir çalışma mevcut gelişmelerle yaşanan teknolojik dönüşümü ortaya koymanın ötesinde kişilik hakları noktasında da büyük bir öneme sahiptir.

Çalışmanın Konusu

Henüz gelişim aşamasında olmasına rağmen metaverse kavramı bireylerin yaşam pratikleri içinde kendisine yer bulmayı başarmıştır. Gerek kavramsal olarak gerekse mevcut teknolojik altyapılara bağlı olarak günümüzde varlık gösteren metaverse platformlarının yakın bir gelecekte gündelik yaşamın bir parçası olması beklenmektedir. Buna bağlı olarak sınırları belli olmayan internet ağı üzerinde var olan metaverse ortamlarında kullanım deneyimlerine bağlı olarak etik sorunların da yaşanması beklenmektedir. Bu doğrultuda, metaverse ortamlarında meydana gelebilecek olan etik sorunların öncesinde tespit edilmesi çalışmanın temel problemini oluşturmaktadır. Mevcut problemten hareketle günümüzde ve teknolojik altyapının hazırlanması ile birlikte yakın gelecekte bireylerin metaverse ortamlarını kullanımları sırasında meydana gelebilecek olan etik sorunların tespit edilmesi ve meydana gelebilecek olan etik sorunlara yönelik katılımcıların yaklaşımlarının ortaya konulması çalışmanın konusunu oluşturmaktadır.

Çalışmanın Amacı

Araştırmanın amacı metaverse üzerine akademik çalışmalar yapan ve çeşitli kullanım deneyimlerine sahip olan katılımcıların sahip oldukları yaklaşımlar ve elde ettikleri deneyimlerden hareketle, bireylerin metaverse platformlarını kullanımları sırasında karşılaşılabilecekleri etik sorunların tespit edilmesi, etik sorunların en aza indirgenebilmesi için izlenilmesi gereken yollar ve bu etik sorunlara yönelik kullanıcı bakış açılarının ortaya konulmasıdır.

Gerçekleştirilecek olan çalışmada aşağıda yer alan sorulara yanıt bulunmaya çalışılacaktır:

- Metaverse ortamlarında kullanıcıların karşılaşılabilecekleri etik sorunlar nelerdir?
- Metaverse ortamlarında meydana gelebilecek olan etik sorunlara yönelik uzmanların görüşleri nelerdir?
- Metaverse ortamlarında meydana gelebilecek olan etik sorunlara yönelik kullanıcıların görüşleri nelerdir?

Çalışmanın Önemi

Teknolojik altyapısının henüz tam anlamı ile hazırlanamamış olması ve kullanım pratikleri noktasında hangi araçlar ile entegre olabileceğine yönelik çalışmaların devam ettiği göz önüne alındığında Metaverse'ün tam anlamı ile bireylerin gündelik yaşamlarında uygulanabilirliğinden bahsetmek için henüz çok erkendir. Buna bağlı olarak Metaverse'ün herhangi bir alandaki kullanımının başarılı olup olamayacağı hakkında da net bir öngörude bulunmak da mümkün değildir. Ancak kullanım alanı olarak baktığımızda yakın bir gelecekte Metaverse'ün geniş bir kullanım alanına sahip olması beklenmektedir. Her ne kadar metaverse kullanımı ile değişen birey yaşamları hakkında net bir görüş olmasa da geçtiğimiz 20 yıllık süreç içerisinde internet teknolojilerindeki hızlı değişime bağlı olarak bireylerin günlük yaşam pratiklerinin de birer birer dijitalleşmeye başlaması ve yeni medya ortamlarının hayatların merkezinde yer alması sonucunda ortaya çıkan etik sorunlar bu noktada bize ışık tutmaktadır.

Yeni iletişim teknolojilerinin anonim özelliği ve sınırların belirsiz olması bireylerin çoğu zaman gerçek dünyada sergilemeyeceği davranışları göstermesine neden olmaktadır. Halen gelişmeye devam eden ve yakın bir gelecekte hayatımızın önemli bir parçası haline gelmesi beklenen Metaverse evreninde ortaya çıkabilecek olan etik sorunların tespit edilmesi araştırmanın temel problemini oluşturmaktadır. Çalışmada Metaverse evreninin sınırları belirlenerek gerçek dünya ile arasındaki ilişki ortaya konularak bireylerin gündelik yaşam pratikleri üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri tespit edilecektir. Elde edilecek veriler ışığında Metaverse evreninde yaşanabilecek olan etik sorunlar belirlenerek bu sorunlara yönelik nelerin yapılabileceği ortaya konulacaktır.

Çalışmanın Yöntemi

Metaverse ortamlarının kullanımı sırasında ya da öncesinde yaşanabilecek olan etik sorunların tespit edilmesini amaçlayan çalışmada farklı veri kaynaklarından yararlanılmasının ve elde edilen verilerin derinlemesine incelenmesinin çalışmanın amacına ulaşılması noktasında önemli olduğu düşünülmüştür. Bu nedenle araştırma deseni olarak nitel araştırma desenlerinden durum çalışmasının kullanılmasının uygun olduğu görülmüştür. Farklı veri kaynaklarına ulaşılması ve konunun derinlemesine ele alınması için çalışmanın üç farklı adımda gerçekleştirilmesi planlanmıştır. Çalışmanın

ilk adımında kavramsal bir tanımlama yapılabilmesi için literatür taraması yapılacaktır. Literatür taraması sonrasında elde edilen veriler yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilerek çalışmanın ikinci adımı tamamlanacaktır. Çalışmanın üçüncü adımında ise yarı yapılandırılmış görüşmeler sonucunda elde edilen etik sorunlardan hareketle Q metodu uygulaması gerçekleştirilecektir.

Çalışmanın Sınırlılıkları

Çalışmanın sınırlılıkları aşağıda yer almaktadır:

- Uzmanlarla yapılan yarı yapılandırılmış görüşmeler 13.06.2024 – 31.07.2024 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir ve uzman görüşü sonucunda elde edilen veriler çalışmasının gerçekleştirildiği tarih aralığı ile sınırlıdır.
- Q metodu uygulaması 28.11.2024 – 17.11.2024 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir ve uygulama sonucunda elde edilen veriler çalışmasının gerçekleştirildiği tarih aralığı ile sınırlıdır.
- Çalışma sırasında katılımcılar, kendi bilgi ve deneyimleri çerçevesinde yanıtlar verdikleri için ulaşılan veriler katılımcıların sahip oldukları bakış açısı ile sınırlıdır.
- Kullanılan veri toplama araçları araştırma kapsamında belirli özellik ve nitelikleri ölçmek için geliştirildiği için çalışma bu veri araçlarının elde ettiği sonuçlar ile sınırlıdır.

Çalışmanın Bölümleri

Çalışmanın birinci bölümünde etik kavramına yönelik bir literatür taraması yapılarak etik kavramının ifade ettiği anlamlar ve geçmişten günümüze etik kavramının gündelik yaşamdaki etkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır. Etik kavramı ele alınırken etik kavramına yönelik felsefi yaklaşımlar incelenmiş ve genel bir çerçevede etik kavramı tanımlanmıştır. Aynı zamanda birinci bölümde teknolojik gelişmelere bağlı olarak medyada yaşana dönüşüm sürecinden ve bunun bir sonucu olarak da yeni medya kavramından bahsedilmiştir. Birinci bölümün sonunda ise yeni medya ve etik arasındaki ilişki incelenmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde metaverse kavramı ele alınmıştır. Öncelikli olarak metaverse tanımlamasında yoğun bir şekilde kullanılan kavramlara değinilmiş ve bu kavramlardan hareketle metaverse kavramına yönelik bir tanımlama ortaya

konulmuştur. Metaverse kavramının teknolojik altyapısını oluşturan sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik, karma gerçeklik ve genişletilmiş gerçeklik teknolojileri de ele alınmıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde araştırmanın konusundan, amacından, sınırlılıklarından, özgün değerinden, örnekleminden ve kullanılan yönteminden detaylı olarak bahsedilmiştir.

Çalışmanın dördüncü bölümünde yapılan araştırma sonucunda elde edilen bulgular ortaya konulmuş ve değerlendirilmiştir.

Sonuç bölümünde ise yarı yapılandırılmış görüşmeler ve q metodu uygulaması sonucunda elde edilen veriler yapılan literatür taraması ışığında tartışılmış ve ulaşılan sonuçlardan bahsedilmiştir.

1. BÖLÜM: ETİK KAVRAMI

1.1. Etik

Bir felsefe disiplini olan etik, insanların sergilemiş oldukları davranışları, ahlak sistemlerini, gelenekleri ifade eden Yunanca “ethos (ἦθος)” sözcüğünden türemiştir ve Yunan dilinde bir canlının genel olarak sığındığı, yaşadığı yeri, o canlının doğal çevresini tanımlamaktadır (Kuçuradi, 2000: 17). Kavram olarak etik iki farklı kullanım alanına sahiptir. Birinci ve yaygın kullanımı ile etik, töre, görenek ve alışkanlık anlamlarına sahiptir ve birey devletin eğitim yolu ile aktarmış olduğu genel geçer normlara uygun davrandığı sürece etik davranışlar sergilemiş olur. Kavramsal olarak asıl etik tanımına uygun olan daha dar ikinci anlama göre ise birey devlet tarafından kendisine verilen normları koşulsuz olarak kabul etmez, önce onları sorgular, yaşamı ile bütünleştirir ve iyiye ulaşmak için davranışı sergiler (Pieper, 2012: 31). Kelimenin sahip olduğu iki temel anlamdan hareketle etğin öncelikli olarak toplum tarafından bireye aktarılan ve sonrasında bireyin sahip olduğu deneyimler ile davranışa dönüştürdüğü iyiye ulaşma çabası olduğunu söyleyebiliriz.

Bireylerin topluluk halinde yaşamaya başladıkları ve birbirleri ile iletişime geçtikleri ilk günden bu yana üzerinde konuşulan bir kavram olan etik, bireyin diğer bireyler ile birlikte nasıl daha iyi bir yaşam sürecine yönelik yaptığı kişisel bir düşünme sürecidir. Etik üzerine düşünme sadece ahlak filozoflarının ya da etik konusunda araştırmalar yapan uzmanların kontrolünde olan bir süreç değildir ancak kuramsal olarak çözümler üretilmesi süreci felsefi bir yaklaşım gerektirmektedir (Pieper, 2012: 24). Her insan gündelik yaşamında karşılaştığı sorunların çözümüne yönelik kendi etik değerleri çerçevesinde düşünür ancak bu süreç kuramsal olarak bir çözüm üretmez.

Etik, bireylerin diğer birey ya da bireyler ile olan ilişkisini, onlar ile olan eylemlerini merkeze alarak bu eylemlerin neden gerçekleştiğini, gerçekleşen bu eylemlerin sahip olduğu değeri ve eylemlerin doğru ya da yanlış olup olmadığını konu edinir (Tepe, 2016: 17). Kuçuradi’ye (1998: 34) göre etik, insanların sahip oldukları ilişkilerinde yer alan değer sorunlarını ele alan ve bu sorunlara yönelik değer ve bilgi ortaya koyan bir felsefe disiplindir. Etik sadece özgür olan bireylerin mantık çerçevesinde almış oldukları kararlar ve bu kararlara bağlı olarak uyguladıkları ya da uygulamadıkları davranışlar bütünü değil; belirli yer ve zaman diliminde toplumun bütün kesimi

tarafından kabul edilmiş olan davranış biçimlerinin bütünüdür (Erdoğan, 2007: 3). Bir toplumda etik değerlerden, etik ilkelerden söz edilebilmesi için o toplumun bahsi geçen etik değerleri gönüllülük esası kapsamında kabul etmiş olması gerekmektedir. Çünkü etik bireylerin sergilediği davranışlar başta olmak üzere bireyin içinde yer aldığı kültüre ve toplumlara göre değişiklik göstermektedir ve yasalar tarafından kontrol edilmemektedir (Doğan, 2008: 180). Etik kavramı temel olarak bireyin neden erdemli bir şekilde davranması gerektiğini ve hem kendisi için hem de içinde yer aldığı toplum için doğru olanı nasıl yapması gerektiğini ele alır (Boone, 2022: 15). Etiğin merkezinde toplumsal bir kabul süreci ve bu sürece bir uyum söz konusudur.

Türk Dil Kurumu, etik kavramına yönelik yaptığı tanımlamada etiği “töre bilimi, çeşitli meslek kolları arasında tarafların uyması veya kaçınması gereken davranışlar bütünü, ahlaki, ahlakla ilgili” olarak ifade etmektedir. Burada bireyin uyması ya da kaçınması gereken davranışlar ile ifade edilen bireye yönelik bir sınırlama değil bireyin toplum içinde yer alan diğer bireyler ile nasıl iletişim kuracağını ve nasıl toplumsal süreçlere bağlı olarak olduğu gibi davranması gerektiğini gösteren bir yol haritasıdır (Uzun, 2009: 12). Etik bireyin içinde yer aldığı toplumla, dahil olduğu sosyal grupla, ailesi ya da arkadaşları ile temel olarak toplumsal olarak varlığını sergilediği çevresi ile doğru bir biçimde ilişki kurmasının yollarını tanımlamaktadır.

Günümüzde etik kavramına yönelik yapılan çalışmalar her ne kadar büyük bir artış göstermiş olsa da bireylerin gündelik yaşamlarında karşılaştıkları sorunlar, bu sorunların ele alınış biçimi ve bireylerin daha iyi bir yaşama ulaşmaları için neler yapmaları ya da yapmamaları gerektiği konularındaki tartışmalar Aristoteles’ten günümüze kadar varlığını sürdürmektedir (Kart Tepe, 2022: 11). Değişen çağlara göre ortaya çıkan problemlerin yanı sıra etik kavramında yeni olan inceleme alanının genişleyerek insanın öncelikli sorumluluğunun kendisinden önce tüm doğaya karşı olduğundan hareketle insanın dışında yer alan canlı ve cansız bütün doğanın da etik çerçeveye dahil edilmesidir (Tepe, 2016: 17). Bütün felsefe disiplinlerinde olduğu gibi etik de merkezine insanı koymaktadır ve insanın yaşam pratikleri ve davranışları üzerine tartışmaktadır.

Antikçağ filozofları, etiği tek başına üzerinde düşünülmesi gereken önemli bir çalışma alanı olarak görmemişler, onu siyasetin bir alt disiplini olarak ele almışlardır. Onlara göre siyasetin amacı ise insanın mutluluğunu ve iyi olmasının sağlanmasıdır (Tepe,

2016: 35). Sofistlerin ve Platon'un iyi kavramına yönelik görüşlerinden hareket eden Aristoteles ise, etiği mantık, matematik, fizik gibi kuramsal felsefi yaklaşımlardan ayırmış başlı başına bağımsız bir alan olarak ele almıştır (Pieper, 2012: 31). Aristoteles'e göre kuramsal felsefenin konusu varolan süreçler ile sınırlı kalırken pratik felsefe insanın davranışları ve bu davranışların sonuçları ile ilgilenmekteydi.

Etik toplumlara yönelik bir ahlak üretim süreci değil, ahlak üzerine düşünme eylemdir (Pieper, 2012: 30). Konusu ahlak olan ve ahlakı açıklamaya çalışarak çeşitli kurallar belirlemeye çalışan etik insan davranışının ilkeler olarak ortaya konulması sürecidir (Soygüder, 2003: 166). Etiğin insan davranışlarına yönelik ortaya koyduğu ilkeleri, bireylerin davranışlarını belirli kalıplar çerçevesinde tanımlamaya çalışarak ya da bireylerin sergilemiş oldukları davranışları açıklamaya çalışarak değil bütün bu süreci çevresinde yer alan her türlü etki ile birlikte değerlendirerek ortaya koymaya çalışır (Uyanık, 2003: 171). Dolayısı ile etiğin, toplumsal olaylardan yola çıkarak bir inceleme yaptığını, toplumu çözümlediğini ve elde ettiği veriler ile bir kurallar sistemi ortaya koyduğunu söyleyebiliriz.

Sokrates, insanların eğitimlerinin temelini ahlak kurulduğunda her zaman doğru olanı yapacaklarına inanıyordu (Boone, 2022: 25). Dolayısı ile de felsefi bir disiplin olan etik ahlak kavramının temellendirilmesi bireylerin gündelik yaşam pratiklerinin mevcut bu sistem üzerinden eyleme dönüştürülmesini incelemektedir (Pieper, 2012: 23). Etik bireyler tarafından sergilenen hangi değerlerin daha iyi, bütün bireyler için ulaşılmaya değer olduğuna yönelik tek tek açıklamalarda bulunmaz; etik iyi olan amaçları ortaya koyarak bu amaçlara ulaşmak için sahip olunması gereken kriterleri ortaya koyar (Pieper, 2012: 29). Etik, bir eylemi değerlendirirken davranış kalıbının kendisine değil davranışın bütününe odaklanır. Etik kavramının varlığından söz edilebilmesi, ona ihtiyaç duyulabilmesi ve onun hakkında konuşulabilmesi için ahlaksızlık, erdemsizlik ya da kötülük olarak tanımlanabilecek olan bir sistemin, bir yapının ortaya çıkması ve ortaya çıkan bu sonuçtan rahatsızlık duyulması gerekmektedir.

Etik, iyi kavramının yapısını, ortaya çıktığı kaynakları ve özünü araştırarak; birey için daha iyi olanın ne olduğunu, bireyin daha iyi bir yaşama ulaşmasının yollarını ve hayatını daha doğru bir şekilde nasıl devam ettirebileceğini ona tanımlayan, araştıran ve yol haritası çizen bir felsefe dalıdır (Güçlü, Uzun ve Uzun 2002: 500). Etik toplumdaki herhangi bir olaya ya da soruna çözüm getirmez sadece arada kalınan durumları

tanımlar, bireylerin kararlarına yönelik açıklama yapar ve onları kendi düşünceleri ile aydınlatır.

Etik değerler, toplumdaki yüksek bir güç tarafından belirlenip bu değerleri toplumun benimsemesi beklenmez aksine etik değerler toplumun bireylerinin deneyimleri sonucunda oluşturulur ve toplum tarafından kabul edilir (Girgin, 2000: 144). Topluluk halinde yaşayan insanların ortaya koymuş oldukları davranışlarının amaçları, bireysel olarak sahip oldukları ahlaki yükümlülüklerinin niteliği gibi vicdani temele dayanan sorumluluk ve ödevler etik tarafından felsefi anlamda incelenen konular arasında yer almaktadır (Pazarlı, 1980: 35). Etik, erdem ya da ahlak kavramını düşünsel düzeyde ifade eden ve onu araştıran disiplindir. Toplumdaki bireyler tarafından daha önceki süreçlerde kabul görmüş ve gelenek haline gelmiş çeşitli değer yargıları ve genel davranışlar o toplumun bireyleri tarafından takip edilmeyi bırakıldığı ve sorgulanmaya başladığı noktada etik kavramından söz edilebilir.

Cengiz (1998: 39), etik değerlerin hem nesnel hem de evrensel olması gerektiğini belirtmektedir. Etik değerlerin nesnel olması onun bireylerin özel durumlarından, yaklaşımlarından ve bireylerarası iletişim süreçlerinden uzak olmasını ifade ederken evrensel olması ise bireylerin ve toplumların arzu, beklenti ve çıkarlarından bağımsız olarak herkes için geçerli olan değerlere sahip olmasını ifade eder. Bu tanımlamalardan hareketle bireylerin toplumsal davranış ve yaklaşımları sonucunda ortaya çıkan etiğin herkesten bağımsız ve herkes için geçerli olması gerektiği söylenebilir.

Etik bireyin yaşamını devam ettirmesi ve toplumların varlığını sürdürmesi için bir gerekliliktir. Çoğu zaman etik kişisel çıkarlar için kullanılıyor olsa da temel olarak insan iyidir ve bireylerin etik bir davranış sergilemesi gerekmektedir (Boone, 2022: 16 – 17). Etik, bireylerin neden ahlaka uygun davranışlar sergilemesi gerektiği sorusundan hareket eder ancak otoriter kişilerin yapılmasını söylediği için, tarihten öğrenilen kurallar devam ettirilmelidir, birey benzer durumda kendisine davranılmasını istediği şekilde başkalarına davranmalıdır gibi yanıtlar etik için yeterli değildir (Pieper, 2012: 50). Çünkü bu yanıtlar belirli koşullara bağlı olarak bir etik değer oluşturmaktadır ve mevcut koşullar ortadan kalktığı durumlarda etik değerler de ortadan kalkacaktır.

Etik, bireylerin almış oldukları kararların ve sergilemiş oldukları davranışlarının, içinde yer aldıkları toplumlara ve ilişkide bulundukları diğer bireylere bağlı olarak nasıl olması ya da olmaması gerektiğine yönelik değerlerin bütünüdür (Özalp ve Aydın, 2004: 118).

Bireylerin gruplarında yer alan diğer bireyler ile kurdukları iletişim süreçlerinde, siyasi, kültürel ve ekonomik bakış açılarının temelinde yer alan bütün tutum ve davranışları ifade eden etik genel olarak insan davranışının dünya genelinde geçerli olması beklenen, doğru ya da yanlış, iyi ya da kötü olarak tanımlanabilecek kurallar bütünüdür.

Toplumsal bir varlık olan insanın yaşamında kilit bir role sahip olan etik kavramın bireyler tarafından kabul görmesi ve bireylerin gündelik yaşamlarının bir parçası haline gelerek hayatın her alanında sorunsuz bir şekilde işleyebilmesi için kavramın sahip olduğu anlamın, temel ilkelerinin tam olarak benimsenmesi gerekmektedir. Kozak ve Güçlü (2006: 33 – 39) yaptıkları tanımlamada etik kavramının sahip olduğu temel ilkeleri şu şekilde sıralamışlardır:

- Dürüstlük
- Doğruluk
- Sözünde durmak
- Sadakat
- Adalet
- Başkalarına yardım etmek
- Başkalarına saygı göstermek
- Mükemmeliyeti aramak
- Sorumluluk

Sosyal bir varlık olan bireyin varlığını devam ettirebilmesi ve içinde yer aldığı toplumun bir parçası olabilmesi ancak çevresinde yer alan diğer bireyler ile kurduğu iletişime bağlıdır. Bireyin gerçekleştirdiği iletişim süreci ise beraberinde etik davranışları da getirir. Etik, ahlak kavramına yönelik gerçekleştirilen düşünme sürecini inceleyen davranış bilimidir. Davranışlar toplumsal bağlamda değerlendirilir ve neyin doğru neyin yanlış olduğu hangi davranışın gerçekleştirilmesinin daha iyi olacağı belirlenir ve toplumda yer alan bireyler bu davranış kalıplarına göre hareket eder. Genel olarak etik, bireyin iki ahlaki çıkmaz arasında kaldığı zaman karar verme davranışı üzerinde etkisi olan güçtür. Etik, kurallar ve ilkeler bütünüdür.

1.2. Ahlak

Latince'deki “mos-moralites” ve İngilizce'deki “moral- morality” kelimelerinin karşılığı olan ahlak, “ahlâklı, ahlâk kurallarına uyan” kimse anlamında kullanılmaktadır.

Kavramın Türkçe karşılığı ise Arapça “hulk” kökünden gelmektedir ve gelenek, görenek ve alışkanlıkları tanımlamaktadır (Ülgen ve Mirze, 2004: 440). Kelime anlamı olarak ise ahlak, sonuçları ile birlikte iyi olduğu düşünülen, bireyin sahip olduğu yaşam tecrübeleri ve çevresi ile şekillenen, bireyin almış olduğu kararları, davranışları biçimlendiren kurallar bütünüdür (Cevizci, 1999: 17). Ahlak, bireyin kendi arzusu ile karar verme sürecinde iyi ve kötü arasında bir ayrım yaparak kötü olduğunu düşündüğü davranışlardan kaçınarak iyi olan eylemleri yapmasıdır.

Bireylerin birbirleri ve çevresi ile kurdukları ilişkileri düzenleyen ahlak, onları sistemli bir hale getirerek bireylerin toplum içindeki davranışlarını çeşitli kurallar ile tanımlar. Bilişsel bir süreç olan ahlak, her ne kadar bireyin içinde yer aldığı toplumun kural ve normlarından bağımsız olarak kendi içsel yargıları ve değerlendirmeleri olsa da bireyin içinde yer aldığı toplumun kuralları ve değerleri ile şekillenerek çeşitli yargılar oluşturmaları ve bu yargılara göre davranışlarda bulunmasıdır (Çiftçi, 2003: 51). Çünkü insan sosyal bir varlıktır ve yaşamını devam ettirebilmesi çevresi ile kurmuş olduğu iletişime bağlıdır. Dolayısı ile bireyin ahlak bireysel bir süreç olsa da toplumsal etkileşim ahlakın oluşmasında etkili olmaktadır.

Bireyin sosyal yaşamı ve kültürlerin gelişim aşamaları göz önünde bulundurulduğunda Cevizci (1999: 19) ahlakın üç aşaması olduğunu belirtmektedir:

- Sürecin ilk adımı olan birinci aşamada bireyi içinde yer aldığı toplumun ve etkileşim halinde olduğu diğer bireylerin gelenek ve görenekleri ile sarar.
- İkinci aşamada birey bir yandan etrafında yer alan gelenek ve görenekler ile bir yandan da bu gelenek ve göreneklerden bağımsız olarak kendi davranış kalıplarını oluşturmak için hareket etmeye başlar.
- Son aşama olan üçüncü aşamada ise bireyin çevresinde yer alan bütün normlardan sıyrılarak kendi yargılarını oluşturur.

Ahlak, bireyin kendi yaşamında ve ait olduğu toplumsal grupta belirli tarihsel süreçlerde bireylerin yaşamına giren ve insanların sergiledikleri davranışları biçimlendiren, onları dönüştüren değerler, yasaklar ya da tasarılar şeklinde kendini gösterir (Özlem, 2022: 21 – 22). Ahlak, bireyin ve toplumun en iyi olduğunu düşündükleri; yazılı olmayan, gelenek ve görenekler ile sonraki nesillere aktarılan, herhangi bir yaptırım olmadan, içsel olarak uyma yükümlülüğü hissettikleri dünya görüşüdür (Ulaş, 2022: 24 – 25). Ahlak sadece belirli bir toplumda belirli bir zaman diliminde kendini göstermez;

toplumların ya da bireylerin yaşamlarına girdiği an itibari ile etki ederek gündelik yaşam pratiklerinin içinde yer alır ve geçen süre ile birlikte dönüşüm geçirerek varlığını devam ettirir.

Gündelik yaşam pratikleri içerisinde ahlak, belirli toplumlara, kültürlere özgü olarak varlığını sergileyen, toplumların ya da bireylerin diğer toplumlardan farkını ortaya koyan değerler olarak değil bireyin içinde yaşadığı ve büyüdüğü, onun yaşamının biçimlenmesinde etkisi olan genel ve bireysel kurallar bütününe ifade etmektedir (Pieper, 2012: 39). İçinde yer aldığı topluluğun kendisi üzerinde etkisinin olmadığı bir bireyden söz edemeyeceğimiz gibi çeşitli toplumsal normların ve ahlak değerlerinin olmadığı bir toplumdan da söz edebilmemiz mümkün değildir (Cevizci, 2021: 14). Ahlak, bireylerin birbirleri ya da devlet ile olan ilişkilerini şekillendiren, içinde yer aldıkları toplumun varlığını devam ettirebilmesi için gerekli olan düzeni sağlayan bireyin içsel olarak geliştirdiği çeşitli davranış ve kurallar bütünüdür.

Birey tarafından sergilenen bir davranışın ahlaki bakımdan doğru ya da yanlış olduğuna yönelik bir karara varılması beraberinde sergilenen davranışın gerçekleştirilmesi ya da gerçekleştirilmemesine yönelik bir yaklaşımı da getirmektedir. Ancak bu durumda da bireysel tercihler yok sayılmış olacaktır. Ahlak, belirli davranışların sergilenmesinin yasaklanması değil; bu davranışlar sonucunda ortaya çıkabilecek olan sonuçlar göz önünde bulundurularak bireyin bu davranışlardan uzak durmasıdır (Nuttal, 2020: 33). Bireysel olarak kararlar alma ve alınan bu kararlara göre hareket etmek olan ahlaki davranışın temel amacı en iyiye ulaşmaktır (Topçu, 2018: 16).

Ahlak, bireyin ya da bireyin içinde yer aldığı topluluğun tarihin belirli bir döneminde yaşamına giren ve onların sergilemiş oldukları davranışları yönlendiren, geleneksel bir hale gelen çeşitli yasaklar, normlar, değerlerden oluşan yaşam biçimidir (Özlem, 2022: 175). Ahlak kurallarının yaptırımlarının tamamen içsel olmasına rağmen hukuk kuralları ile arasında benzer noktalar bulunmaktadır. Cevizci (2021: 14), ahlak ile hukuk arasındaki benzerlikleri şu şekilde sıralamıştır:

- Öncelikli olarak ahlak ve hukuk bireylerin istediği her yerde istediği davranışı sergilemesi sonucunda meydana gelebilecek olan kaosu engellemek için ortaya çıkmıştır.

- Hem hukuk hem de ahlak düzenin sağlanması amacıyla var olan çeşitli kurallar bütündür. Aralarındaki en büyük farklılık ise hukuk kuralları yazılı iken ahlak kuralları yazılı olmayan ifadelerdir ve nesilden nesile aktarılır.
- Hukuk kuralları ve ahlak kuralları insan ve toplum açısından olması gerekeni ortaya koymaya çalışır. Hukuk kuralları bunu bir yaptırım ile gerçekleştirmeye çalışırken ahlak kurallarında yaptırım tamamen bireyseldir.

Toplumların yaşam biçimlerine baktığımızda öncelikli olarak ahlak kuralları varlığını gösterir ve bu kuralların toplumda yaşayan bireyler tarafından benimsenmesi sonucunda da hukuk kuralları ortaya çıkar (Cevizci, 2021: 15). Ahlak ve hukuk bir yandan birbirlerinin gelişmesinde etkili olurken bir yandan da birbirlerini tamamlayıcı iki unsur olarak varlıklarını göstermektedirler. Bir bilim olarak ahlak, toplumun sahip olduğu örf ve adetleri, değer yargılarını, kuralları ele alan ve bunları inceler. Ahlak biliminin ele aldığı ahlak kurallarını ise şu şekilde tanımlayabiliriz (Aktan, C. C., 2009: 39 – 40):

- Ahlak kuralları evrensel değildir, belirli bir toplum, grup ya da kişi için geçerli olan değer yargılarıdır. Dolayısı ile de doğru ya da yanlış kavramları toplumlara, gruplara ya da kişilere göre değişiklik göstermektedir.
- Ahlak kuralları bütün toplumlar için geçerli olmadığı gibi her yerde de geçerli değildir. Yanlış olarak ele alınan kurallar bazı durumlarda farklılık göstererek doğru olarak değerlendirilebilir.
- Ahlak kuralları zamansal olarak da farklılık gösterebilmektedir. Şu an için geçerli olan ahlak kuralları geçen zaman ile birlikte değişiklik gösterebilmektedir.

Genel olarak insanların doğru ve yanlışla yönelik yaklaşımlarının bir bütünü olan ahlak; kişiden kişiye, toplumdan topluma değişiklik gösterebileceği gibi içinde ortaya çıkıp geliştiği toplum ya da kişiler için geçen zaman ile birlikte de değişiklik gösterebilmektedir. Ahlak, doğru ve yanlış temel alması noktasında da tarih boyunca dinlerden de beslenmiştir. Ahlak, bireylerin birbirleri ile olan ilişkilerini, belli bir dönem ve bölge için düzenleyen kuralların ve yargıların bütündür (Arslan, 2005: 1). Ahlak, toplumun sahip olduğu, bir durumun kabul edilebilir ya da edilemez olduğu veya bir şeyin istenilip istenilemeyeceği ile ilgili değer sistemlerinin bütünüdür bünyesinde barındıran bir kavramdır (Göktaş, 1998: 4). Bir toplumun huzurlu olabilmesi ve varlığını gelecek nesillere aktarabilmesi için ahlaklı olması gerekmektedir. Toplumun ahlaklı olması ise bireyin ahlaklı olması yani iyi niyetli davranışlar sergilemesi ile

mümkündür (Güngör, 1997: 21). Eylemlerini belirli bir amaç çerçevesinde gerçekleştiren bireylerin kişisel değerler elde etmesi ve elde ettiği bu kişisel değerleri koruması için belirli bir çaba harcaması gerekmektedir.

1.3. Etik ve Ahlak İlişkisi

Etik ve ahlak, gündelik yaşamda birbirlerinin yerine kullanılan ifadeler olmasına rağmen temelde birbirinden farklı iki kavramdır. Etik bir ahlak felsefesidir, ahlak ise etiğin çalışma alanlarından birisidir. Ahlak, kültürel değerlere bağlı olarak doğru ya da yanlış kavramları ile ilgilenirken etik daha soyut bir yaklaşım ile davranış kalıplarını belirlemeye çalışmaktadır (Ülgen ve Mirze, 2004: 442). Ahlak, bireylerin iyi ya da kötü olarak nitelendirdikleri, içsel olarak kabul ettikleri ve bu kabullere göre sergiledikleri davranışları ifade ederken etik sergilenen bu davranışları ahlak temelinde ele alarak incelemektedir (İrvan, 2003: 81). Ahlak, insanın doğru ve yanlış ayırt edebilme sürecidir yani bir uygulama alanıdır etik ise bir düşünce sistemi, ahlak felsefesidir.

Delius (1990) etik ve ahlak kavramlarının gündelik dilde iç içe geçtiğini, çoğu zaman birbirlerinin yerine kullanıldığını ve bu yüzden anlamsal olarak karmaşa olmasına rağmen ahlak kavramının olgusal ya da tarihsel olarak süreç içinde yaşanan bir yapıya sahip olduğunu ancak etiğin ahlaktan farklı olarak bu olguya yönelen, onu inceleyen bir felsefe disiplinin adı olması yönüyle temelde ayrıldıklarını belirtmektedir. Ahlak, birey, toplum ve gruplar ile şekillenen bir süreçtir. Etik ise bu süreci ele alıp inceleyen, üzerinde düşünen bir disiplindir. Bireyin sahip olduğu kültürel değer, toplumsal grup, dünya görüşü ne olursa olsun akıl sahibi olan bütün canlılar etik olarak tanımlayabileceğimiz kendi kurallarına sahiptir (Ceylan, 2004: 81). Ancak bireylerin sahip oldukları kurallara tam anlamı ile etik denilebilmesi için bu kuralların sadece tek bir birey ile sınırlı olmaması ve daha büyük bir grup için geçerli olması gerekmektedir.

Ahlak, gündelik dildeki konuşmaları, eylemleri eleştirel bir değerlendirme ile alır ve onlar üzerine düşünürken etik, ahlakın elde ettiği bu yaklaşım ile ahlak üzerine düşünür ve onu inceler. Ahlak ve ahlakilik etiğin konusunu oluşturmaktadır (Pieper, 2012: 33). Etik ve ahlak arasındaki bu kavramsal farktan hareketle etiğin bireyi ahlaka yönelik sorunlara yönlendirip onun üzerine düşündürdüğünü, ahlakın da etik sorunlar ortaya koyup bu etik sorunları tartıştığını söyleyebiliriz.

Töre, gelenek, görenek, alışkanlık kökünden türetilmiş olan ahlak ve etik kavramları temelde iki farklı disiplini ifade etmektedir. Etik bir ahlak felsefesidir. Ahlak, bireyin, topluluğun ya da grubun yaşam sürecinde elde ettiği değerler ve kurallar bütünüdür ifade eder ve bu açıdan tarihsel olarak elde edilen ve gelişen bir pratiktir. Etik ise tarihsel süreçte elde edilen bu pratiğin teorisidir (Cevizci, 2021: 13-18). Etik ahlaki yaşamı ele alarak açıklayıp, anlamlandırmaya çalışmaktadır.

Etik, birey tarafından sergilenen bir davranışın, ahlaki olarak iyi ya da kötü sorgulanması ve değerlendirilmesidir. Ahlak bir insanın doğumundan itibaren bireysel olarak sahip olduğu davranışlar, alışkanlıklar sistemlerinin hepsidir; etik ise bireyin davranışlarını “ahlak” çerçevesinde araştıran bilim dalıdır (Uzun, 2009: 19). Ahlak insanın bireysel olarak sahip olduğu içsel değerleri ele alır ancak etik bireyin çevresini inceler. Etik daha bilimsel bir süreç iken ahlak gündelik yaşamın akışı içinde varlığını sürdürmektedir.

Ahlak bireyin davranışları ile ilgilidir, etik ise ahlakın felsefi olarak incelenmesidir. Etik ilkeler ve ahlaki davranışlar vardır. Etik doğru ve yanlış kavramlarının teorik olarak ortaya konulması, ahlak ise etiğin pratiğe dönüştürülmesidir (Billington, 1997: 45 – 46). Ahlak ve etik, bireyin içinde yer aldığı toplum ile ilişki içindedir. Etik, ahlaki, hukuki ve dini değerleri temel alan bir olgudur.

1.4. Etik Kavramına Felsefi Yaklaşımlar

Felsefi bir bilim dalı olarak etik, bireylerin kişisel yaşamlarında ve ait oldukları grupları ile birlikte toplumsal yaşamlarında sergilemiş oldukları davranışlarının ve bu davranışları sergilemelerinde etkili olan ahlaki değerlerinin özünü, iyinin kökenini araştıran ve bütün bu süreçlere yönelik ortaya çıkan sorunları ele alan bir disiplindir (Akarsu, 1984: 62). Etik kavramı üzerine tartışmalar insanlığın varlığını gösterdiği ilk günlerden bu yana gerçekleşmektedir. Toplumsal bir varlık olan insanın diğer bireyler ile iletişim kurmaya başladığı ilk günlerden bu yana gerçekleşen etik üzerine düşünceler bir yandan kavramın daha kolay ifade edilebilmesini sağlarken bir yandan da yapılan her bir tanım ile birlikte ortaya yeni bilinmezliklerin çıkmasına neden olmaktadır.

Etik, doğru ya da yanlış kavramından hareketle bireylerin sergileyecekleri davranışlarında onlara yol gösterici niteliklere sahip olan, doğru ya da yanlış kavramları ile ilgili olarak çeşitli akıl yürütmeler gerçekleştiren felsefi bir disiplindir. Bireyin iyi bir

yaşam elde etmesi amacı etik ile ifade edilirken bireyin arzuladığı bu iyi yaşam amacına ulaşmak için kendi içinde göstermiş olduğu sınırlandırmalar ahlak olarak ifade edilmektedir. Dolayısı ile de ahlak ve etik yaklaşımlar birbirlerini desteklemekte, birbirlerini tamamlamaktadırlar (Ricoeur, 2010: 233).

Tarihsel süreç boyunca a) insanların seçmeleri gerektiği ideallerin neler olduğu ve hangi idealleri takip etmeleri gerektiği, b) insanların seçimlerini belirlemelerinde etkili olan ve onları yönlendiren ahlaki ilkelerin neler olduğu ve c) bireyin karakterini daha güçlü bir hale getirecek olan ve onun hayatını daha erdemli bir şekilde yaşamasını sağlayacak olan erdemlerin neler olduğu sorusu olmak üzere etik kavramına yönelik üç temel soru karşımıza çıkmaktadır ve bu üç temel soru beraberinde temel etik yaklaşımların da ortaya çıkmasına neden olmuştur (Cevizci, 2021: 44). Bireyin ideallerinin neler olduğu sorusu filozofları birey için gerçek mutluluğun ne olduğuna yönelik araştırmalara yöneltmiş ve teleolojik etik yaklaşımlar ortaya çıkmıştır. İnsanların seçimlerinde hangi ahlaki ilkelerin etkili olduğu sorusundan hareket eden filozoflar insanların seçimlerini belirlerken izlemeleri gereken ahlaki sorunların neler olduğuna yönelik çalışmalar gerçekleştirmişler ve bunun sonucunda da deontolojik etik yaklaşımlar ortaya çıkmıştır. Bireyin yaşamını nasıl daha erdemli bir hale dönüştürebileceğine yönelik çalışmalar erdem etiğini oluşturmuştur.

1.4.1. Teleolojik Etik

Bireysel mutluluk, bireyin kendini gerçekleştirme ve en yüksek sayıda insanın mutluluğundan hareketle en iyiye ulaşmayı hedefleyen teleolojik etik yaklaşım, ahlaki olan eylem ve bu eylem neticesinde ortaya çıkan ahlaki hayatın sonuçları üzerinde yoğunlaşmaktadır (Cevizci, 2021: 45). Teleolojik etik yaklaşım için bireyler tarafından sergilenen davranışlar değil, davranışın ortaya çıkardığı sonuçlar ve bu sonuçların diğer bireyler üzerindeki etkisi önemlidir (DeGeorge, 1999: 37). Teleolojik yaklaşımda sergilenen davranış sonrasında ortaya çıkan sonuçlar önem kazanmaktadır. Bir davranış ahlaki açıdan meşru kılan şey davranışın insanı iyiye götürmesidir. Dolayısı ile de gerçekleştirilen bir eylemin iyi ya da kötü, doğru ya da yanlış olmasını eylemin sonuçları göstermektedir.

Teleolojik yaklaşım, eylemin davranışın kötü ya da iyi olmadığını bunu belirleyen ortaya çıkan sonuçlar olduğunu savunur (Genç ve Atacan, 2020: 43). Teleolojik bakış

açısına göre bireyin eylemleri sırasında sergilemiş olduğu davranışlarının en iyi amaca, en iyi sonuca ulaşmak için sergilenmiş olduğu göz önünde bulundurularak bireyin davranışları meşru kılınmaktadır (Cevizci, 1999: 647). Bu noktada teleolojist kuramcılar kendi içinde en iyinin kişinin kendisi için iyi olduğunu savunan ve eylemin sonucuna değil o eylemin sergilenme nedenine odaklanan “etik egoizm”ciler ve son amacın en fazla kişi için iyi olması gerektiğini savunan, bireyin kişisel olarak gelişimi, davranışlarından haz almasını, iyi bir yaşam sürmesini savunan “evrenselciler” olarak ikiye ayrılırlar (Kart Tepe, 2022: 17).

Genel olarak teleolojik etik bireyin içinde yer aldığı etik problemin bireyin üzerindeki etik yükün, bireyin sergilediği eylemler ve bu eylemlerin sonuçları ile bireyin sorumluluğunda olduğunu ve bu sonuçlarının bu sorumluluğa bağlı olarak ortaya çıktığını savunur. Eğer bir insan diğer bir bireyin ya da bir topluluğun mutluluğunu genel olarak artırabilecek güce sahipse ya da davranışı ile dünyayı daha iyi bir hale dönüştürebilecekse bu davranışı gerçekleştirmelidir (Boone, 2022: 53). Teleolojik yaklaşıma göre eylemin sonucu eylemin etik olup olmasını belirlediği için eylemin gerçekleştirilmesi sırasında sergilenen davranışların etik olup olmasının bir önemi bulunmamaktadır. Ancak eylemin sonuçlarının etik olabilmesi için de eylemin gerçekleştirilmesi sürecinde belirli etik kurallara uygun bir şekilde hareket edilmesi gerektiği savunulmaktadır.

1.4.2. Deontolojik Etik

Deontolojik etik, bireyin sergilemiş olduğu davranışın sonucuna değil, birey tarafından sergilenen davranışın kendisine odaklanır ve o davranışın sonuçlarından bağımsız olarak ahlaki olarak birtakım kuralları yerine getirip getirmemesine odaklanır. Ahlak, bireyin çevresel etkilerden bağımsız olarak iyi olana ulaşabilmesi için kendi içinde sahip olduğu görev ve sorumlulukları ifade etmektedir (İmre, 1980: 18). Dolayısı ile de deontolojik etik için de eylemin sonucu değil, davranışın sergilenmesi sürecinde bireyin sahip olduğu niyeti, benimsediği ilkeler önemlidir (Cevizci, 2021: 90).

Deontolojik bakış açısına sahip olan etik yaklaşım her bireyin birbirlerinden bağımsız olarak sergilemiş oldukları davranışların kendisine odaklanır ve davranışın temelinde sahip olduğu doğruluk ile ilgilenecek bireylerin sonuçlardan bağımsız bir şekilde

sorumluluk sahibi olduklarını savunur (DeGeorge, 1999: 37). Dolayısı ile deontolojik yaklaşımda sergilenen davranış önem taşımaktadır.

Deontolojik etik yaklaşımı için ödev ve yükümlülükler önemlidir çünkü bu yaklaşıma göre bireyler nesnel bir biçimde doğru olan davranışı sergilemek için yazılı olmayan belirli değerler ve bu değerlerin meydana getirdiği sisteme bağlıdır (Boone, 2022: 81). Bireyleri, belirli koşullar altında ahlaki açıdan doğru olan eyleme götürecek olan, bireye yol gösterecek sistem olan ödev Kant'a (1995: 15) göre yasaya duyulan saygıdan dolayı bireylerin gerçekleştirmiş olduğu eylemin zorunluluğudur. Cevizci (2021: 90), deontolojik etik ve teleolojik etik arasındaki farkları şu şekilde sıralamıştır:

- Teleolojik etik yaklaşım için bir eylemin etik olup olmadığının belirlenmesi noktasında değer önemli bir ölçüt iken deontolojik etik yaklaşım için önemli olan ödevdir ve eylem ödevde uygun olduğu noktada etikdir.
- Teleolojik etik yaklaşım eylemlerin gerçekleştirilirken sonuçları da göz önünde bulundurulması gerektiğini savunurken, deontolojik etik yaklaşım için davranışların gerçekten iyi olduğu için yapılması gerektiğini savunur.
- Teleolojik etik yaklaşım için haz veya mutluluk gibi bireysel kavramlar çoğu zaman önem taşıırken deontolojik etik yaklaşım için eşitlik, tarafsızlık gibi evrensel olarak kabul edilebilecek olan değerler önem taşımaktadır.

Deontolojik yaklaşım, her bir bireyin kendi yaşamında yapmak ile sorumlu olduğu görevlerinin olduğundan ve bütün insanlar için geçerli olan ve onlar tarafından kabul edilmiş olan bir ahlak anlayışından bahseder. Bazı eylem ya da davranış kalıplarının sergilenmesi ya da sergilenmemesi bütün insanlık için ahlaki bir yaklaşım ile bağlayıcı niteliktedir (Genç ve Atacan, 2020: 43). Öncelikli olan eylemin sonucunun etik olup olmaması değil sergilenen eylemin kendisinin etik olup olmamasıdır. Bir eylemin sonuçları etik olmasa da eylemin kendisi etik olduğu için, eylemin farklı kültürlerde de etik olması sağlanmış olacaktır.

1.4.3. Erdem Etiği

Deontolojik etik yaklaşım için önemli olan bireylerin sahip olduğu yükümlülük, ilkeler, evrensel olarak kabul edilen ahlak yasaları ve ödevlerken teleolojik etik yaklaşım için bir eylemin ahlaki olarak ürettiği sonuçların iyi ve faydalı olması önemlidir. Erdem etiğinin merkezinde ise davranışları sergileyen bireyin bu davranışları sergilemesi

sırasında sahip olduğu kişisel niyeti ve genel kabul görmüş olan erdem kavramı yer almaktadır ve erdem etiği iyi yaşam ile ilgilenerek bireylerin ne tür bir insan olmaları gerektiği sorusuna cevap aramaktadır (Cevizci, 2021: 134).

Erdem etiği bireyin erdemli bir davranış sergileyebilmesi için erdemli olunması gerektiğini, birey tarafından sergilenen davranışın sonuçları değerlendirilirken eylemin tek başına değil eylemi gerçekleştiren bireyin karakteri ile birlikte değerlendirilmesi gerektiğini savunur. Çünkü erdem etiği için bir davranış sadece erdeme uygun olduğu için sergilenmemeli birey erdemli bir karaktere sahip olduğu için bu davranışı gerçekleştirmelidir (Kart Tepe, 2022: 26). Erdem etiğinde öncelikli olan eylemin kendisi değil bireyin sahip olduğu karakterinin özellikleridir.

Bireyin iyi olması ya da mutlu olması erdeme uygun davranışlar sergilemesi ile elde edilebilmektedir (Tepe, 2016: 35). Erdem, akla sahip olan insanın akli ile sergilemiş olduğu, birey ile ilgili olan tercihler ve davranışlardır (Aristoteles, 2007: 1107, akt. Tepe, 2016: 35). Erdem etiğinin sahip olduğu temel nitelikleri şu şekilde sıralayabiliriz (Hursthouse, 2001: 25):

- Eylem merkezli değildir, merkezinde bireyin sahip olduğu karakter özellikleri yer almaktadır.
- Bir davranışın gerçekleşmesinden daha çok gerçekleştirilme süreci önemlidir.
- Bireyin hangi davranışı sergileyeceği önemli değildir, önemli olan bireyin sahip olması gereken kişilik özellikleridir.
- Doğruluk, ödev, sorumluluk gibi kavramlar yerine iyi, erdem, mükemmellik gibi kavramlar ön plandadır.
- Erdem etiği yaklaşımına göre etik, eylemlere rehber olacak belirli kuralların yer aldığı sistemlerin bütünü değildir.

Erdem etiği yaklaşımına göre bir birey bir başkasına yardımda bulunduğu zaman bu davranışı iyilik düşüncesi ya da davranışın yapılması gereken doğru davranış olduğunu düşündüğü için gerçekleştirir (Boone, 2022: 106). Erdem etiği yaklaşımı için sergilenen bu davranışın temelinde yer alan etik kurallara değil bireyin sahip olduğu erdeme dayanmaktadır. Erdem etiği yaklaşımının merkezinde eylemin iyi ya da kötü olması değil, bireyin karakterinin iyi ya da kötü olması yer almaktadır (Kart Tepe, 2022: 120-121). Erdem etiği yaklaşımının merkezinde bireyin karakteri yer alıyor olsa da eylemin doğru ya da yanlış olması da önemli bir yere sahiptir ancak erdem etikçileri bir eylemi

değerlendirirken bireyin karakterinden hareketle eylemin etik olup olmadığı sonucuna ulaşmaktadır.

1.4.4. Faydacı Yaklaşım

Faydacı yaklaşım deontolojik yaklaşım ve teleolojik yaklaşımın sahip olduğu bakış açılarını bir arada ele alarak bireyler tarafından sergilenen davranışın ya da eylemin ahlaki olarak doğru olup olmadığına, etik olup olmadığına sergilenen davranış ya da eylemin sonuçlarından hareket ederek karar verilebileceğini söylemektedir. Eğer bir davranış iyi sonuçlar doğuruyorsa ahlaki açıdan doğrudur ve etikdir eğer sergilenen davranış kötü sonuçlar doğuruyorsa ahlaki açıdan doğru değildir (Rawwas ve Isakson, 2000: 322).

Faydacı yaklaşım için önemli olan hedeflenen amaca ulaşılıp ulaşılmamasıdır. Pragmatik akıl, bireyin hedeflenen amaca ulaşması için gerekli olan araçları seçen ve sonuçları ile de hedefe en çok ulaştıran akıldır. Dolayısı ile de eylem bireyi istenilen hedefe ulaştırdığı ölçüde iyidir, hedefin ya da amacın ahlaki açıdan uygun olmaması eylemin sahip olduğu niteliği hiçbir şekilde etkilemez. Faydacı yaklaşımı şu şekilde ifade edebiliriz (Pieper, 2012: 143):

- Eğer bir eylem amacına ulaşırsa doğrudur, amacına ulaşmazsa yanlıştır.
- Ahlaki bakımdan iyi olan bir eylem her zaman doğru olmayabilir ya da ahlaki bakımdan kötü bir eylem de her zaman yanlış olmayabilir. Tam tersi bir bakış açısı ile de her doğru eylem iyi olmayabileceği gibi yer yanlış eylem de kötü olmayabilir.

Faydacı yaklaşıma yönelik Jeremy Bentham ve John Stuart Mill tarafından geliştirilen iki farklı bakış açısı bulunmaktadır. Bentham'ın faydacı yaklaşımına göre davranışın sonucunda elde edilen acı ya da haz o davranışın ahlaki olarak doğru ya da yanlış olmasını belirlemektedir. Eğer eğer bir eylemin sonucu çoğunluğa acıdan daha fazla haz veriyorsa o eylem ahlaki açıdan doğrudur (Zack, 2019: 213). Bentham'ın faydacı yaklaşımı eylemin gerçekleştirilmesi sürecine değil sadece sonuca ve toplumun genel yararına odaklanması yönü ile teleolojik yaklaşım özelliklerini barındırmaktadır. Mill'in faydacı yaklaşımı ise Bentham'ın yaklaşımından farklı olarak davranışın sonuçları çoğunluğun değil herkesin yararına olmalıdır. Yani etik bir davranış için sergilenen davranıştan sadece bir çoğunluk değil herkes haz duymalıdır (Buckingham vd., 2017:

192). Mill'in yaklaşımı çoğunluğun değil herkesin yararına odaklanması yönü ile deontolojik yaklaşım özelliklerini barındırmaktadır.

1.4.5. İdealizm ve Relativizm

Etik kavramına yönelik deontolojik ve teleolojik bakış açıları idealizm ve relativizmin gelişmesine temel oluşturmuşlardır. Forsyth (1980: 175) idealizm ve relativizmin, ahlaki düşüncenin temelinde yer alan iki kavram olduğunu ifade etmiştir.

İdealizm, bireyin sergilemiş olduğu davranışın kendisine değil, bireyin davranışı sergileme sürecinde sahip olduğu motivasyonu ile ilgilenmektedir. Başka bir ifade ile bir davranışın etik olup olmamasını davranışın temelinde yer alan iyilik ya da kötülük belirlemektedir (Rawwas vd. 2000: 148). Gerçekleştirilen bir davranışın temelinde iyi bir yaklaşım varsa davranışın etik olduğundan bahsedebiliriz. Bir eylem özü itibarı ile iyi ya da kötüyü barındırır ve dolayısı ile de eylemin etik olup olmaması özünde yer almaktadır. İdealizm yaklaşımına göre idealist olan bireylerin her durumda iyi sonuç elde etmek ve çevresinde yer alan diğer bireylere zarar vermemek için çaba harcaması ve davranışlarını bu yönde sergilemesi gerekmektedir. İdealist olmayan bireyler ise iyi sonuçlar elde etmek için bazı durumlarda çevresindeki diğer bireylere zarar verebilirler ve bu durum iyi sonuç elde etmek için gerekli olmaktadır (Forsyth vd. 1988: 244).

İdealizm, bir davranış gerçekleştirilirken bireyin sahip olduğu iyi ya da kötü düşüncesine odaklanırken relativizm ise sergilenen davranışın sonuçları ile ilgilenmektedir. Relativizm yaklaşımına sahip olan bireylere göre evrensel etik kurallar yoktur, her bireyin kendi içinde sahip olduğu kurallar evrensel etik kuralların üstünde bir yere sahiptir (Forsyth vd. 1988: 149).

		RELATİVİZM (GÖRELİLİK)	
		YÜKSEK	DÜŞÜK
İDEALİZM	YÜKSEK	Durumsalcı Bakış Açısı Ahlaki kuralları reddederek sergiledikleri her bir davranış ve davranışın sonucu için bireysel bir yaklaşımı kabul ederler. Karşılaştıkları durumları ve süreçleri analiz ederken olaylara bir bütün olarak değil, her bir durumu ya da olayı kendi içinde değerlendirirler.	Mutlakiyetçi Bakış Açısı Her durum ve koşulda evrensel olan ahlak yasalarını takip ederler ve mümkün olan en iyi sonuca ulaşabilmek için evrensel ahlak kurallarının bireylerin yaşamlarında uygulanması gerektiğini savunurlar.
	DÜŞÜK	Öznelci Bakış Açısı Kişisel değer yargılarına dayalı bir ahlaki bakış açısına sahiptirler. Evrensel ahlak kuralları yerine kendi sahip oldukları değerlendirmelerini kullanırlar.	İstisnacı Bakış Açısı Evrensel olarak belirlenmiş ahlaki değer yargılarını benimserler ancak faydacı bir yaklaşım ile bu değer yargıları istisna durumlara açıktır.

Tablo 1: İdealizm ve Relativizm İlişkisi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

İdealist bireyler etik değerlere relativist bireyler ile karşılaştırıldıklarında daha fazla önem vermektedirler. Relativist bireyler için evrensel olarak belirlenen etik değerlerden daha ziyade kendi içlerinde etik anlamda sahip oldukları değerler daha fazla önem taşımaktadır ve relativist bireyler kendi amaçları uğruna toplumsal olarak belirlenmiş olan kuralları daha fazla yıkmaktadırlar (Rawwas ve Isakson, 2000: 322). Forsyth (1980) idealizm ve relativizmi birbirinden bağımsız iki farklı etik yaklaşımı olarak değerlendirmemektedir. İki yaklaşım birbiri ile ilişki içindedir ve bir arada değerlendirildiği noktada durumsalcı, mutlakiyetçi, öznelci ve istisnacı olmak üzere toplam dört farklı bakış açısı ortaya çıkmaktadır.

1.5. Medya

1920'li yıllardan sonra kullanılmaya başlanan medya kavramı, köken olarak Latince'de yer alan ve ortam, ara, araç anlamlarına gelen "medium" kelimesine dayanmaktadır. Medya kavramını İngilizce'de araç, ortam, ortam aracı anlamlarına gelen, Latince'deki medius kelimesinin çoğulu olan "media" karşılamaktadır. Türkçe'de ise "media" sözcüğünün yerine "kitle iletişim araçları" ifadesi de kullanılmaktadır ancak kitle

iletişim araçları kavramının ifade ettiği alan bakımından kullanışsız olmasından dolayı ‘medya’ sözcüğü daha yaygın bir kullanım alanı kazanmıştır (Nalçaoğlu, 2003: 51). Çünkü kitle iletişim araçları ile sadece iletişim sürecinde ortamlar ifade edilirken medya sözcüğü ile ortamın yanı sıra kullanılan bütün araç ve süreçler ifade edilmektedir.

Medya kavramı ile ifade edilmek istenilen gerçekleştirilen iletişim sürecinde kullanılan ortam ve bu iletişim süreci için gerekli olan araçlardır (TDK, 2023). İletişim sürecinde kullanılan araçları ise radyo, televizyon, gazete, dergi ve her geçen gün büyük bir yere sahip olan mobil telefon, internet vb. unsurlar olarak ele alabiliriz (Geçer, 2013: 51). Televizyon, radyo, dergi, telefon gibi araçlar teknolojik gelişmeler ile birlikte günümüzde haberleşme ve bilgi edinme noktasında kullandığımız temel araçlar haline gelmiştir. Medya, bireylerin iletişim kurmaları, içinde yaşadıkları topluma yönelik bilgi edinmeleri ve elde ettikleri bilgiler ile gündelik yaşam pratiklerini yeniden düzenlemeye yarayan mesajlar sisteminin bütündür (Karaman, 2016: 327). Medyanın mesajlarının iletilmesi noktasında önemli bir role sahip olan kitle iletişim araçları iletişim sürecinde yer alan bir yapıdır dolayısı ile de kitle iletişim araçları medyanın kendisi değil bir parçasıdır.

Medya, mesajları kendi yayın politikasına göre dolayımılayarak ve ilgili aracın özelliklerine göre formatlayarak, farklı sosyo-demografik özelliklere sahip kitlelere ulaştıran iletişim araçlarının bütünüdür (Mora, 2011: 191). Medya mesajlarını gazete ve dergi gibi yazılı; sinema, reklam ya da müzik gibi görsel; bilgisayar, cd gibi taşınabilir farklı iletişim araçları ile sunar. Gelişen teknoloji ile birlikte bu araçlara akıllı telefon, tablet bilgisayar gibi yeni medya araçları da eklenebilir. Medyanın, toplumsal yaşamın merkezinde yer almaya başlaması beraberinde yeni bir kamusal alanın da oluşmasına neden oluşmuştur. Meydana gelen bu kamusal alandaki gerçekliğin ne olduğu kimi zaman medya tarafından kimi zaman da medya aracılığı ile tanımlanmaktadır. Medyanın elinde barındırdığı bu g toplumsal olarak kabul gören değerlerin belirlenmesinde temel güce sahiptir. Medya sahip olduğu bu rol ile kendine uygun; kendi istediği toplumu oluşturabilmektedir.

Ortaya çıktığı ilk dönemde medya haberleşme ve bilgilendirme işlevlerine sahipken, bireyler arasındaki iletişim süreçlerinin gelişmesi sonucunda haberleşme ve bilgilendirme işlevlerinin yanı sıra farklı boyutlara da sahip olmuştur (Berger ve Luckman, 2008: 80). Medyanın modern toplumlarda iki temel işlevinin olduğundan

bahsedilebilir. Bu işlevlerden ilki, medyanın sahip olduğu kamu adına gözetim yapması rolüdür. Medyanın sahip olduğu bu gözetim rolü daha çok yasama, yürütme ve yargı gücüne ek olarak siyasal iktidarların denetlenerek hukuk alanında dördüncü güç olması şeklindedir. Medyanın sahip olduğu ikinci rol ise bireylerin düşünce alanında serbestlik ve özgürlük elde edebilmesini sağlamaktır. Bunun içinde medya farklı görüş ve düşüncelere yer vermesi gerekmektedir. Ancak medyanın sahip olduğu bu işlevleri kamusal yayıncılığa imkân tanınan, medyanın tekelleşmediği toplumlarda yerine getirilebilmektedir (Atabek, 2002: 231).

Mesajın iletilmesi ve hedef kitle tarafından erişilmesi geleneksel medyada radyo sinyalleri, televizyon antenleri ya da televizyon alıcısı ve vericisi gibi fiziksel araçlar ile gerçekleşmektedir. Bu durum sonucunda geleneksel medyada alıcının iletiyi kabul etmeme ya da gönderilen ileti üzerinde değişiklik yapma gücü bulunmamaktadır. Gönderici iletişim kanalı ile ilgili tercihi yaptıktan sonra alıcı mesajı kabul etmek zorundadır (Çakır, 2007: 125). Teknolojik yenilikler ile birlikte kitle iletişim araçlarının sahip olduğu etki ve medyanın işlevinde değişimler yaşanmış ve bu durum bireylerin ihtiyaçlarının karşılanması noktasında etkisini göstermiştir. Medya, kitle iletişim araçlarını kullanarak bireylerin sosyalleşmesini sağlamaktadır. Aynı zamanda medya bir yandan toplumda yer alan değer yargılarının bireyler tarafından kabul edilmesini ve uygulanmasını sağlarken bir yandan da mevcut toplumsal düzenin ve uygulamaların devam ettirilmesinde de etkili olmaktadır. Medya, alıcı ile verici arasında sadece mesajın iletilmesinde rol oynayan bir konumda olmanın yanı sıra aynı zamanda yol gösterici, rehberlik eden bir yere de sahiptir.

Medya ürünleri üretilirken egemen gücün, iktidarın ya da egemen kültürün devamını sağlamak ve onu meşru kılmak amacı ile oluşturulurlar. Özellikle de küreselleşme ile birlikte kültür emperyalizmi medya üzerinden yürütülmektedir (Mora, 2007: 11-19). Geleneksel medyada birey, içerik üreticisi tarafından üretilen içerikleri yorum yapmadan, mevcut içerikler üzerinde herhangi bir değişiklik yapamayan pasif birer tüketicidir (Yüksel, 2012: 5). Medya kamusal alanı biçimlendirerek kamuoyu oluşturma noktasında etkin bir güce sahiptir. Medya kamusal alan ve özel alan arasında ki ayrımı en aza indirmiş ve özel alanların başta televizyon ve internet olmak üzere çeşitli medya araçları ile kamuoyuna görünür hale gelmesini sağlamıştır.

1.6. Yeni İletişim Teknolojileri

Günümüzde, teknolojiye meydana gelen gelişmelere bağlı olarak iletişim süreçlerinde de dönüşümler yaşanmış ve buna bağlı olarak da yeni iletişim teknolojileri ortaya çıkmıştır. İletişim teknolojileri kavramı ile iletişim sürecini direkt ya da dolaylı bir şekilde etkileyen bütün teknolojik gelişmeler ifade edilmektedir (Uluç, 2003: 14).

Yeni iletişim teknolojilerinin geçmişi oldukça yakın bir tarihe dayanıyor olmasına rağmen bu kısa süre içinde gündelik yaşamlarımızda oldukça etkili olmuş ve büyük dönüşümlerin yaşanmasını sağlamıştır. Bu teknolojiler ile birlikte iletişim süreçleri dijitalleşmeye ve daha önce duymadığımız çeşitli kavramlar hayatımızın merkezinde yer almaya başlamışlardır (Okmeydan Bitirim, 2017: 351).

Temel olarak bilgisayar ve internet tabanlı teknolojilerde meydana gelen değişim ve ilerlemelere bağlı olarak yaşanan dönüşüm sürecini ifade eden yeni iletişim teknolojileri bu teknolojiler aracılığı ile kullanılan bütün araçları da kapsamaktadır (Alankuş, 2005: 91). Yeni iletişim teknolojileri kullanılan teknolojik altyapılarından dolayı yeni olarak ele alınıyor olsa da geleneksel teknolojilerin sahip oldukları temel özellikleri de bünyesinde barındırmaktadır. Williams (1996: 3), teknolojinin sahip olduğu temel özellikleri şu şekilde sıralamaktadır:

- Teknoloji, bireylerin ihtiyaçlarından yola çıkarak onun sahip olduğu temel özellikleri geliştirecek olan eylem planlarını içerir.
- Teknoloji, insanlar tarafından yaratılır ve dolayısı ile de teknolojiyi şekillendiren ve onu kullanan yine insandır.
- Teknolojini içinde yer aldığı toplum ve kültüre bağlı olarak ortaya çıkar ve çeşitli araç ve makinelerin aracılığı ile varlığını sergiler.
- Teknoloji, farklı kültürlerde kendini farklı şekillerde ortaya çıkarır ve ortaya çıktığı toplum tarafından kontrol edilir.
- Teknolojinin ortaya çıkışının temel amacı toplumların varlığını sürdürebilmesini sağlamaktır. Dolayısı ile de teknoloji geçmişten öğrenir ve gelecek için hareket eder.

Kullanıcı merkezli olan yeni iletişim teknolojilerinde içerikler alıcılara göre şekillenmektedir ve eski teknolojilerin aksine beğeniler küçük bir azınlık tarafından değil her bir bireyin kendi beğenisini oluşturabilmesi sonucunda ortaya çıkmaktadır (Breitrose, 1985: 78). Yeni iletişim teknolojileri ile birlikte artık alıcı konumunda yer

alan bireyler de aktif birer içerik üreticisi olarak rol almaya başlamışlardır. Bireyler arasında kurulan iletişim süreçlerinin değişmesinde etkili olan yeni iletişim teknolojilerinin sahip olduğu özellikleri şu şekilde sıralayabiliriz (Rogers, 1986: 4 – 5):

- Karşılıklı Etkileşim: Yeni iletişim teknolojileri, iletişim sürecinde yer alan kaynak ve alıcının çift yönlü bir şekilde iletişim kurabilmesini ifade etmektedir. Karşılıklı etkileşim, kitle iletişim sürecindeki tek yönlü etkileşimi ortadan kaldırarak karşılıklı bir etkileşim imkanı sunmaktadır ve böylece alıcı konumunda yer alan birey artık pasif değildir.
- Kitesizleştirme: Yeni iletişim teknolojileri aracılığı ile çok büyük kullanıcı kitlesine gönderilen mesajlar büyük gruplar içinde yer alan bireylere yönelik özelleştirilerek kişisel hale getirilebilmektedir.
- Eşzamansız Olabilme: Yeni iletişim teknolojileri ile birlikte kaynak ve alıcı arasındaki mesajların eş zamanlı ve karşılıklı olarak gönderilmesi zorunluluğu yok olmuştur. Birey, iletmek istediği mesajı yer, zaman ve alıcından bağımsız olarak iletebilme imkanına sahiptir.

Temelde yeni iletişim teknolojilerini yeni yapan, teknolojik gelişmelerde meydana gelen dönüşüm ile birlikte iletişim teknolojilerinin de sahip olduğu altyapıdaki değişimdir. Dolayısı ile de yeni iletişim teknolojileri geleneksel iletişim teknolojilerinin sahip olduğu temel özellikleri bünyesinde bulundururken Rogers tarafından sıralanan karşılıklı etkileşim, kitesizleştirme, eşzamansız olma özellikleri ile de kendine özgü olma imkanı bulmaktadır. Teknolojik gelişmeler sonucunda ortaya çıkan yeni iletişim teknolojileri ile birlikte web 2.0, web 3.0 kavramları da hayatımıza girmeye başlamıştır.

1.6.1. Web 1.0

İnternetin ilk olarak 1969 yılında Amerika Savunma Bakanlığı personelleri tarafından kendi aralarında iletişim kurabilmek için kullanılmıştır (Güçdemir, 2015: 25). İnternet kullanımının 1990'lı yıllara doğru genişlemesi ve teknolojik gelişmeler ile birlikte Tim Berners Lee tarafından World Wide Web (www) icat edilmiş ve bugün Web 1.0 olarak adlandırdığımız internet kullanım dönemi başlamıştır. Bireyler arasındaki bilgi ağının kurulduğu ilk dönem olan Web 1.0 döneminde kullanıcılar mevcut sayfalar üzerinden sadece yazılmış olan bilgileri okuyabiliyor ve bu bilgileri paylaşabiliyorlardı (Nath,

Dhar ve Basishtha, 2014: 86). Web 1.0 ile sadece okunur özellikte olan bilgiye istedikleri zaman erişebilmektedirler.

Kontrolün tamamen web sayfası yöneticilerinde olduğu Web 1.0 teknolojisinde mevcut içeriklerin hepsi site yöneticileri tarafından oluşturulmaktadır ve kullanıcılar kendi aralarında ya da sayfa yöneticileri ile herhangi bir etkileşim kuramamaktadırlar. HTML, HTTP, URL gibi temel web ağı protokollerini kullanan Web 1.0 teknolojisi sadece bilgi arama ve mevcut bilgilerin okunmasına imkân verdiği için kullanıcılar arasında oldukça sınırlı bir etkileşim bulunmaktadır (Khanzode ve Sarode, 2016: 2). Web 1.0 teknolojisinde kullanıcılar pasif konumda yer alan alıcılardan daha fazlası değildir ve içerik üretiminde bütün kontrol sayfa yöneticilerine aittir.

1.6.2. Web 2.0

Tim O'Reilly tarafından 2004 yılında geliştirilen Web 2.0 teknolojisi, temel olarak kullanıcılar tarafından oluşturulan topluluklara dayanmaktadır ve kullanıcılarına çeşitli bloglar, sosyal ağ siteleri, fotoğraf albümleri, chat odaları gibi ortamlar üzerinden diğer kullanıcılar ile iletişime geçebilme ve mevcut bu ortamları düzenleyebilme imkanı sunmaktadır (Kırık, 2013: 72). Web tabanlı iletişim özelliği ile Web 2.0, kullanıcıların sahip oldukları düşüncelerini, görüşlerini, beğendikleri ya da beğenmedikleri durumları çevrimiçi ortamda özgür bir şekilde sunabilmektedirler (Koçyiğit, 2017: 86).

Web 2.0 ile birlikte artık web salt okunur bir platform olmanın ötesine geçerek çeşitli bloglar, sözlükler, sosyal paylaşım siteleri aracılığı ile toplumsal olarak ortak içeriklerin üretildiği, bilgi paylaşımının gerçekleştiği birer toplumsal alana dönüşmüştür (Choudhury, 2014: 8097). Verilerin kullanıcılar arasında paylaşılabilesine izin veren Web 2.0 teknolojisi ile internet üzerinde kendi toplumsal ağlarını inşa edebilmektedirler. Diğer kullanıcılar ile etkileşim kurabilmesine imkan tanınması yönüyle de Web 2.0 aynı zamanda sosyal ağ olarak da adlandırılabilir.

Web 1.0 teknolojisi ile karşılaştığımızda içerik oluşturucularının sayısının oldukça fazla olması ve kullanıcıların sadece içerik tüketicisi bireyler olmanın ötesinde aynı zamanda birer içerik üreticisi de olması Web 2.0 teknolojisini Web 1.0'dan ayıran en büyük fark olarak karşımıza çıkmaktadır (Cormode ve Krishnamurthy, 2008). Web 2.0 teknolojisinde odak noktası kullanıcıdır ancak Web 1.0'da odak noktası içerik üreticisidir, kullanıcılar sadece okuyucu konumunda yer almaktadır.

WEB 1.0	WEB 2.0
İçerik üretimi uzman kişiler tarafından yapılmaktadır.	İnternet altyapısına erişimi olan bütün kullanıcılar içerik üretimi yapabilmektedir.
Kullanıcılar pasif konumdadır, sadece mevcut web sayfasını ziyaret ederek içerikleri okuyabilmektedirler.	Kullanıcılar aktif konumdadır, web sayfasındaki içerikleri düzenleyip etkileşim kurabilmektedirler.
Web sayfaları, sahipleri tarafından sıkı bir şekilde kontrol edilmektedir.	Web sayfalarının sıkı denetimi söz konusu değildir.
Bilgi aktarımı tek yönlü olarak içerik üreticisinden alıcılara şeklinde gerçekleşmektedir.	Bilgi aktarımı çok yönlü olarak bütün üreticilerden diğer üretici ve alıcılara gerçekleşmektedir.
Durağan bir site trafiği vardır.	Site trafiği aktiftir.

Tablo 2: Web 1.0 ve Web 2.0 Arasındaki Farklar

Kaynak: Işık ve Eşiti, 2015: 14.

Özet olarak eğer web tabanlı bir sayfa kullanıcıların yalnızca mevcut içerikleri okuyabilmesine imkan tanıyor ve daha fazla etkileşime imkan tanımıyorsa Web 1.0 teknolojisinden söz edebiliriz. Eğer kullanıcılar aktif web sayfasında aktif konumda yer alıyorsa bu durumda Web 2.0 teknolojisinden bahsetmek mümkündür.

1.6.3. Web 3.0

İlk olarak 2006 yılında kullanılan Web 3.0 terimi insanlar arasında kurulan iletişimi bir adım ileriye götürerek sürece makinelerin de dahil olmasını ifade etmektedir. Web 3.0 teknolojisi ile sadece izlenmek için kullanılan veriler artık incelenebilen, değerlendirilebilen anlamlı verilere dönüştürülmektedir (Patel, 2013: 412). Web 3.0, temel olarak kullanıcılar ile makineler arasındaki iletişime dayanmaktadır. Bruwer (2016: 8), Web 3.0 teknolojisinin sahip olduğu özellikleri şu şekilde sıralamaktadır:

- Mevcut verilerin analizini daha anlamlı hale getirebilmek için makineler yeniden programlanarak çeşitli kategoriler oluşturulabilir, veri setlerindeki anlamsız bilgiler elenebilir.
- Web ağı üzerinde yapılacak olan bir arama daha anlamlı hale getirilerek verilere daha kolay ve özel bir erişim sağlanabilir ve veriler kendi arasında derecelendirilip sıralanabilir.

- Saklanacak olan veriler daha geniş bir bilgi kaynağından alınabilecek ve makineler ağ üzerinde her türlü veri oluşturabilecek ve bu verileri paylaşabilecek.

Semantik (anlamsal) web olarak da adlandırılan Web 3.0 teknolojisi, web üzerinde kullanıcılar tarafından oluşturulmuş olan içeriklerden, kullanıcıların kullanım deneyimlerinden hareketle mevcut içeriklerden, davranış kalıplarından, yaklaşımlardan hangilerinin insanlar için daha iyi olacağına yönelik çıkarımlar makineler tarafından gerçekleştirilmesidir (Berners – Lee vd., 2001: 35). Web 3.0 teknolojisi, ağ üzerinde yer alan bütün verileri tek bir sistem üzerinde toplayarak onlar arasındaki ilişkiyi ve bu bilgilerin yönetilmesini sağlamaktadır. Sistem, birbirlerine ağ ile bağlı olan makineler aracılığı ile kullanıcıların mevcut davranış kalıplarından hareketle onlara daha özel ve daha kişisel deneyimler sunmayı amaçlamaktadır.

1.6.4. Web 4.0

Kullanıcılara daha geniş bir alanda daha kişisel deneyimler sunan Web 4.0 teknolojisi kullanıcıların ihtiyaç duydukları her şeyi ağ üzerinde mevcut olan ölçüde onlara somut olarak sunabilen bir ağ teknolojisidir (Ersöz, 2020: 62). Web 4.0 teknolojisinin bünyesinde yer alan temel nitelikleri şu şekilde sıralayabiliriz (Nath ve Iswary, 2015):

- Web 4.0 ortamlarında makineler okuduğunu anlayabilme ve mevcut veriler üzerinden hareket edebilme yetisine sahiptir.
- İletişim süreci makineden makineye gerçekleşmektedir ve makineler ağda yer alan diğer makineler ile iletişime geçerek kullanıcılara en doğru olan yanıtı ulaştırmaktadırlar.
- Kullanıcılar makineler ile basit şekilde etkileşime geçerek çeşitli somut eylemleri gerçekleştirebilmektedirler.

1.7. Yeni Medya

İnternet teknolojisi ve bilgisayarlar arasında kurulan iletişime dayalı olarak varlığını sürdüren yeni medya, bireylerin kendi aralarında bilgiye erişebilme gücünü yükselterek etkileşim kurma yeteneğini ön plana çıkaran bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır (Köseoğlu, 2012: 433 - 435). İlk olarak 1970’li yıllarda yapılan çalışmalarda kullanılan yeni medya kavramı bilgisayar teknolojilerinin elde ettiği gelişmeler ile birlikte 1990’lı yıllarda önem kazanmış ve kendisine daha yoğun bir kullanım alanı bulmuştur

(Thompson, 1995: 23 - 25). Yeni medya, dijitalleşme ile mümkün olan ve iletişim araçları olarak kişisel kullanım için yaygın olarak kullanılan belirli özellikleri paylaşan bir dizi iletişim teknolojisini tanımlamaktadır. Yeni medya oldukça geniş bir alanı ifade etmektedir dolayısı ile de kavrama yönelik tek bir tanım yapılması kolay değildir. Yeni medya, çevrimiçi haberler, reklamlar, yayın uygulamaları, forumlar ve tartışma etkinlikleri dahil olmak üzere internet üzerinde daha genel kullanımların olduğu faaliyetlere odaklanır.

Yeni medya, çeşitli görüntü, ses, metin gibi birbirinden farklı altyapıya sahip olan sistemleri tek bir araç üzerinde toplayabilme gücüne sahiptir (Binark, 2007: 21). Yeni medya ile birlikte enformasyonun akış sürecinde, iletilmesinde, enformasyonun sunulmasında ve en önemlisi de enformasyonun depolanması sürecinde değişimler yaşanmıştır (Balle ve Eymery, 1991: 34). Yeni medya enformasyonun sonsuza kadar depolanmasına imkan vermiştir ancak bu durum birçok noktada avantaj sunarken istenmeyen enformasyonların da kayıtlı olarak kalmasına neden olmuştur. Wardrip - Fruin ve Montfort (2003: 16 - 23) 6 temel önerme ile yeni medyayı tanımlamaktadırlar:

1. Yeni medya eğlenceli zaman geçirmeye imkân sunan bir internet kültürü değildir.
2. Yeni medya bireylerin içinde yer aldıkları kültür ile yazılımların bir karışımıdır.
3. Mesajlarını iletmek için yeni medya bilgisayar teknolojilerini kullanır.
4. Yeni medya ortamlarında yer alan verilerin kontrolü geliştirilen yazılımlar ile sağlanır.
5. Yeni medya, geleneksel yöntemler ile gerçekleştirilen birçok işlemin daha kısa sürede yapılmasını sağlamaktadır.
6. Yeni medya ortamlarının ilk gelişim aşamasında onlara eşlik eden estetik bir yaklaşım vardır.

Yeni medyanın geleneksel medyadan farkına baktığımızda en büyük farkının bilgisayar olmadan kullanılamayacak araçlar olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bu bakımdan yeni medya internet, GSM, WAP, GPRS, CD, VCD, DVD, etkileşimli CD, çift taraflı CD ve benzeri sayısal teknolojiler şeklinde ele alınabilir (Törenli, 2005: 88). Sayısal birimler ile iletim özelliğine sahip olan geleneksel medyadan farklı olarak yeni medya, tüketicisine içerikler üzerinde kontrol ve müdahale imkanı sunmaktadır (Aktaş, 2007: 1). Mesajın iletim süreci geleneksel medyada radyo sinyalleri, televizyon antenleri, televizyon alıcısı gibi araçlarla gerçekleşmektedir dolayısı ile de hedef

kitlenin mesajı kabul etmeme ya da mesaj üzerinde değişiklik yapma gücü bulunmamaktadır. Yeni medyada ise hedef kitle mesaj üzerinde istediği değişikliği yapma ve onu tekrar gönderme gücüne sahiptir (Çakır, 2007: 125). Yeni medyanın asenkron özelliği kullanıcılara mesajları istedikleri zaman diliminde ve istedikleri sürede gönderme ve alma imkanı sunmaktadır.

Yeni medya ortamları kullanıcılarını bir yandan bireyselleştirirken bir yandan da oluşan sanal dünyada sosyalleşmelerine imkan sunmaktadır (Binark, 2007: 23). Bireyler sürekli ve kesintisiz iletişim imkanı sunan yeni medya ortamları ile birlikte kısa bir süre içinde toplumsal olaylara dahil olabilmekte ve tepki verebilmektedirler. Zamandan ve mekandan bağımsız olma özelliği ile de yeni medya bireylere aktif birer yurttaş olmasına imkan sunarak bastırılmış olan grupların da düşüncelerini paylaşabilmesini sağlamaktadır.

Topluluk halinde yaşayan bireylerin kaliteli bir yaşam sürebilmesi sadece yeme, içme, barınma gibi ihtiyaçlarının sağlanması ile karşılanmamaktadır. Bireylerin aynı zamanda içinde yaşadıkları toplumun diğer üyeleri ile sosyal bir yaşam sürmeleri kendi aralarında sosyal bir ağ oluşturmaları gerekmektedir. Çünkü sosyal bir varlık olan insanın yaşamının devamlılığını sağlayabilmesi çevresinde yer alan diğer bireyler ile ilişki kurmasını gerektirir (Coyle ve Vaughn, 2008: 13).

Günümüzde herkes tarafından yaygın olarak kullanılan ve büyüyen bir yapıya sahip olan yeni medya, herhangi bir zaman ve yerde akıllı telefonlar, bilgisayar gibi cihazlar ile dijital içeriklere ulaşılabilmeyi ifade etmektedir. Yeni medya ortamları kullanıcılarını bir yandan bireyselleştirirken bir yandan da oluşan sanal dünyada sosyalleşmelerine imkan sunmaktadır (Binark, 2007: 23). Bireyler sürekli ve kesintisiz iletişim imkanı sunan yeni medya ortamları ile birlikte kısa bir süre içinde toplumsal olaylara dahil olabilmekte ve tepki verebilmektedirler. Zamandan ve mekandan bağımsız olma özelliği ile de yeni medya bireylere aktif birer yurttaş olmasına imkan sunarak bastırılmış olan grupların da düşüncelerini paylaşabilmesini sağlamaktadır.

Yeni iletişim teknolojilerine bağlı olarak ortaya çıkan ve varlığını sürdüren sosyal medya, hedef kitlenin katılımına imkan sunan, bünyesinde yer alan gruplar ile çevrimiçi olarak etkileşim kurmaya yarayan, geliştirilebilir iletişim kanallarının bütünüdür (Tosun, 2010: 388). Başka bir ifade ile sosyal medya bireylerin deneyimlerini, bilgilerini paylaşabilmesine ve farklı bakış açılarını, çeşitli düşünceleri internet altyapısına ve

bilgisayar teknolojilerine bağı olarak web siteleri aracılığı ile özgürce ifade etmelerine yarayan bir yaşam alanıdır (Weinberg, 2009: 1). Genel olarak sosyal medyanın bireylerin görüş, düşünce ve yaşam biçimlerini çeşitli içerikler ile paylaşabilmesine imkan sunan ortamlar olduğunu söyleyebiliriz.

1.8. Yeni Medya ve Etik

Gündelik yaşamın önemli ve vazgeçilmez bir parçası olan medya, ekonomik, kültürel, toplumsal ve siyasal süreçlerin değerlendirilmesi noktasında etkili olmaktadır. Medya bir yandan kendi içinde dönemin koşullarına ve teknolojik gelişmelere bağı olarak değişim geçirirken bir yandan da toplumsal değişim sürecinin belirleyicisi konumunda yer alan kitle iletişiminin biçimini ve niteliğini değiştirerek toplumlar üzerinde de etkili olmaktadır (Bilgili, 2006: 7). Geleneksel medyada izleyici ne sunulursa sunulsun onu alan bir konumdayken yeni medya ile birlikte izleyici hem yayın kaynağını hem de bu kaynaktan gönderilecek olan mesajı ve almak istediğı mesajı da seçebilmektedir. Yeni medya ortamları sadece kullanıcılarına sunmuş olduğı teknik özellikleri ile değil aynı zamanda kullanıcıyı aktif birer izleyici haline getirmesi ile de geleneksel medyadan ayrılmaktadır.

Toplumun kullanımına sunulan her yeni teknolojisi çeşitli etik sorunları da beraberinde getirmektedir ve ortaya çıkan bu sorunların dikkatli bir şekilde incelenmesi gerekmektedir. Yeni iletişim teknolojileri ile birlikte ortaya çıkan sorunlar daha dikkatli bir şekilde incelenmelidir çünkü kullanımda olan bu teknolojiler daha önce kullanılan teknolojilerden farklı olarak daha hızlı bir şekilde dünyaya yayılmakta hatta birçok ülkede ilk defa kullanılmaktadır (Cooper, 1998: 72 – 87). İletişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler ve dijital sistemlerin kullanımın yaygınlaşması ile birlikte kitle iletişim araçlarının kullanım biçimlerinde de dönüşümler yaşanmaya başlamış ve bireyler bu sistemlerin aktif birer katılımcısı haline gelmiştir. İnternet altyapısına bağı olarak gelişen bu ortamlarda kullanıcılar akıllı cihazlar ve yardımcı uygulamalar ile kendi hikayelerini özgürce anlatabilme imkanı bulmuştur (Karaduman, 2019: 685). Yeni iletişim teknolojilerinin sunmuş olduğı bu kullanım deneyimi her bir kullanıcının birer hikaye anlatıcısı olmasını da sağlamıştır.

Yeni iletişim teknolojileri alanında meydana gelen gelişmeler sonucunda bireyler arasında kurulan iletişim sürecinde de değişimler yaşanmıştır. Artık bireyler

sosyalleşme, diğer bireyleri ile iletişim kurma ihtiyaçlarını sosyal paylaşım siteleri üzerinden gerçekleştirmeye başlamışlardır. Sosyal paylaşım sitelerini herkesin rahat bir şekilde erişebilme imkanı olan, kişisel profillerin oluşturulabildiği ve mevcut profiller ile bireylerin iletişim kurmasına olanak sunan son teknoloji çevrimiçi iletişim araçları şeklinde tanımlayabiliriz (Kirschner ve Karpinski, 2010: 3). Ancak sosyal paylaşım sitelerinin bireyler arasında kullanımın artması beraberinde 1) yasadışı içeriklerin üretilmesi, 2) tanımadığımız kişiler ile kurulan iletişim ve pedofillerin varlığı, 3) cinsel şiddet ve saldırganlık, 4) kendine zarar vermeye yönelik içerikleri yer alması, 5) nefret söylemi, 6) yanlış enformasyon, 7) kişisel bilgilerin istismarı, 8) mahremiyetin ihlali gibi bazı temel sorunları da getirmektedir (Binark, 2007: 165). Çünkü yeni medya ortamları ile birlikte bireyler gündelik yaşamlarında yer alan bütün değerlerden sıyrılarak görünmez bir şekilde, istedikleri kimliğe bürünerek yeni bir karakter oluşturma imkanı elde etmektedirler.

Sosyal paylaşım platformlarının kolay kullanımı ile birlikte kullanıcılar bu platformlar üzerinden ilişkiler kurabilmekte, birbirleri ile irtibata geçebilmekte, içerik paylaşım kurdukları gruplar aracılığı ile sosyalleşebilmektedirler (Karadağ, 2010: 82). Bireyin sosyalleşme davranışının yeni medya ortamları üzerinden gerçekleşmesi ile birlikte günlük yaşamında sergilediği birçok davranışı da bu platformlar üzerinde görünür hale gelmeye başlamıştır. Tıpkı gerçek yaşamda olduğu gibi kötü niyetli kişiler görünür olmak için uğraşmakta ve fiziksel yaşamlarında olduğu gibi diğer bireyler üzerinde baskı kurmak için uğraşmaktadırlar.

Medyanın temel amacı bireylere bilgi aktarmak, bireylerin mevcut süreçler hakkında fikir sahibi olmasını sağlamaktır. Yeni bilgi medya ile birlikte bu süreçler daha kolay bir hale gelmiş ve bilgi aktarımı kolaylaşmıştır ancak elde edilen hız ve kolay ulaşım yeni medya ortamlarında bazı etik problemlerin yaşanmasına da neden olmaktadır. Binark ve Bayraktutan (2013: 57 – 112) yeni medya ortamlarında yaşanan etik sorunları şu şekilde sıralamıştır:

- Özel yaşamın gizliliğinin ihlali: Yeni medya ortamlarında kullanıcıların istedikleri her türlü içeriğe ve diğer kullanıcılara hızlı ve kolay bir şekilde erişebiliyor olması ve yeni medya ortamlarının mahremiyet sınırlarının belirsiz olması sonucunda kullanıcıların özel yaşam alanları ihlal edilebilmektedir.

- Telif / patent haklarının ihlali: Yeni medya ortamlarında her bir kullanıcı aynı zamanda içerik üreticisi konumunda yer almaktadır ve her türlü içeriğe kısa bir süre içinde erişilebiliyor olması sonucunda ortaya fikir hırsızlığı, fotoğraf hırsızlığı gibi ihlaller çıkabilmektedir.
- İçeriğin asıl kaynağının gösterilememesi sorunu: Birçok platformda yer alan içerikler, içeriğin asıl kaynağı ve üreticisi gösterilmeden diğer kullanıcılar ile paylaşılmaktadır.
- Üretilen içeriklerin olgunlaşmadan ve doğruluğunun teyit edilmeden yayılması sorunu: Haber üretimini yeni medya ortamları üzerinden gerçekleştiren kurumlar gerek rakiplerinin önüne geçebilmek gerekse kısa süre içinde izleyicilerine haber sunabilmek için içerikleri detaylı bir şekilde kontrol etmeden paylaşabilmektedir. Bu durumun sonucunda da alıcılar yanlış bilgi ile karşı karşıya kalabilmektedirler.
- Kişisel verilerin güvenliğinin sağlanamaması sorunu: Bireyin yeni medya ortamlarında paylaşmış olduğu içerikler bir veri kaynağı olmaktadır ancak ortaya çıkan bu verilerin güvenliği içerik sağlayan firmalar tarafından sağlanmaktadır. Dolayısı ile de firmaların yaşayacakları sorunların kullanıcıların verilerinin de zarar görebilmesine neden olmaktadır.
- Veri madenciliği olgusu: Veri madenciliği, yeni medya ortamlarında yer alan çeşitli bilgi parçaları arasında bağlantı kurarak anlamlı bir bilginin oluşturulmasıdır. Dolayısı ile de veri madenciliği ile kullanıcıların bilgi parçaları bir araya getirilerek onların yaşamlarına yönelik bilgiler elde edilebilmektedir.
- Haber ve ticari enformasyonun sınırlarının belirsizleşmesi sorunu: Yeni medya birçok kullanıcıya ticari bir ortam sunduğu için firmalar tarafından ticari içeriklerin üretilme alanı olmaktadır. Bu durumun bir sonucu olarak da yer alan bilgilerin ticari amaçla üretilmiş bir içerik mi yoksa haber içeriği mi olduğunun sınırı belirsizdir. Yeni medyada en büyük etik sorunlardan birisi olarak internet gazeteciliğindeki bu ticari sorundan bahsedebiliriz.
- Yoğun Reklam İçeriği: Web sayfalarında yer alan yoğun reklamlar sonucunda kullanıcılar istedikleri içeriklere çoğu zaman ulaşamamaktadır.
- İçeriklerin yanıltıcı bir biçimde başlıklandırılması sorunu: İnternet gazeteciliği ile ilişkili bir şekilde yeni medya ortamlarında yer alan içeriklerin başlıkları çoğu zaman içerikten bağımsız olarak daha fazla dikkat çekmek amacıyla oluşturulmaktadır.

- Nefret söyleminin varlığı: Bireyler gündelik yaşamlarında söylemedikleri, diğer bireyler ile paylaşmadıkları her türlü nefret içerikleri mesajlarını yeni medya ortamları ile birlikte diğer kullanıcılarla paylaşabilmektedirler.
- Bireyin yeni medya ortamında sadece tüketici olarak konumlandırılması sorunu
- Anonimlik olgusu: Yeni medya kullanıcılara gerçek kimliklerinden farklı yeni birer kimlik sahibi olarak dijital ortamlardan varlığını sergileyebilme ve yaptığı paylaşımlarını gerçek kimliğinden bağımsız bir şekilde yapabilme imkanı sunmaktadır. Bu durumun sonucunda ise kim tarafından yapıldığı kesin olarak bilmeyen paylaşımlar yeni medya ortamlarında karşımıza çıkmaktadır.
- Trollük olgusu: Sahip olduğu düşünce ve yaklaşımlara karşı tarafı inandırmak için onları kandıran, onları duygusal olarak manipüle ederek kendi düşünce sistemini benimsetmeye çalışan kişiler karşımıza çıkmaktadır.

Bireylerin gündelik yaşamlarında mahrem olarak belirledikleri her şey onların özel yaşam alanlarına girmektedir. Ancak yeni medya ortamlarının sınırlarının belirsizliği ve anonim kullanıcıların var olması bireylerin özel yaşam alanlarının ihlal edilmesine ve gerçekleştirilen bu ihlalin kimin tarafından yapıldığının tespit edilememesi gibi temel bir soruna neden olmaktadır. Yeni medya ortamlarında özel yaşamın gizliliği noktasında üzerinde en çok durulan konulardan birisi de bireylerarası iletişim sürecinde kişi haklarının ihlal edilmesidir (Tanılır, 2002: 44). Çünkü yeni medya üzerinden gerçekleştirilen iletişim sırasında gönderilen her bir bilgi arkasında dijital izler bırakmaktadır ve bu izler ile bireylerin özel yapmış oldukları davranışlar tespit edilebilmektedir.

Birçok web sitesi kullanıcıların mahremiyet kaynaklı endişelerini gidermek amacıyla kredi kartı bilgileri, şifreler, adresler gibi kişisel verilerin güvenli bir şekilde saklanacağını ve bunların kullanıcıların izinleri olmadan diğer kişi ve kurumlar ile de paylaşılmayacağını gizlilik ilkeleri ile açıklamaktadır. Ancak web sitelerinin yapmış olduğu bu tür beyanların temel amacı kullanıcılarının verilerini korumaktan daha ziyade kullanıcılarını site kullanımına ikna etmek ve ileride meydana gelebilecek davalar için kendilerini koruma altına almaktır (Pollach, 2014: 104). Dolayısı ile de web sitelerinin kişisel verileri korumaya yönelik yapmış oldukları açıklamaların da çoğu zaman kullanıcıların içini rahatlatmaktan öteye gitmediğini söyleyebiliriz.

Yeni medya ortamlarında kullanıcıların hem içeriğin üretici hem de içeriğin tüketicisi olması kullanıcıların istedikleri içerikleri üretebilmesini sağlamaktadır ancak bunun bir sonucu olarak da kullanıcılar yoğun bir şekilde reklam içeriğine maruz kalabilmektedirler. Bir yandan kullanıcıların sahip oldukları kişisel veriler reklam veren firmalara bilgi olarak satılırken bir yandan da kullanıcıların karşısında yer alan içeriklerin belirsiz kaynaklar tarafından paylaşılıyor olması haber ve reklam içeriğinin karışmasına da neden olmaktadır (Çapcıoğlu ve Akın, 2019: 599). Bu durumun sonucu olarak kullanıcılar elde ettikleri bilgilerin haber içeriğine mi ait olduğunu yoksa reklam içeriğine mi ait olduğunu çoğu zaman ayırt edememektedir.

Genel olarak yeni medya ortamlarında yaşanan etik sorunların kaynağına baktığımızda bütün sorunların temelinde yeni medyanın geleneksel medyaya göre daha hızlı ve kolay olarak kullanıcıların kaynağı belirsiz bir şekilde iletişim kurabiliyor olmasının yer aldığını söyleyebiliriz. Ancak burada bahsi geçen kaynağın belirsiz olması durumu kullanıcıların hiçbir şekilde bu ortamlarda iz bırakmadan yer alabiliyor olması değil, her bir kullanıcının istediği kimlik ve mecra aracılığı ile diğer insanlar ile iletişim kurabiliyor olmasıdır.

Yeni medyada üretilen içeriklerin denetlenmiyor olması bir diğer etik sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Yeni medya ortamları özgürlükçü bir ortam sunması yönü ile isteyen her bir kullanıcının istediği her türlü içeriği üretebilmesine imkan vermektedir ancak bir diğer yandan da üretilen içeriklerin kontrol edilmemesi ve doğruluğu teyit edilmeyen içeriklerin yeni medya ortamlarında paylaşılıyor olması da etik bir sorun olmaktadır.

2. BÖLÜM: METAVERSE

2.1. Kavramlar

Metaverse kavramına yönelik yapılacak tanımlama öncesinde temelinde yer alan algı, gerçek, zaman, mekân, simülasyon, sanal dünya, avatar, yaşam günlüğü kavramlarının tanımlanması metaverse hakkında yapılacak olan tanımlamanın anlamlandırılmasına ve kavramın ne olduğunun yanı sıra aynı zamanda ne olmadığının da belirlenmesinde etkili olacaktır.

2.1.1. Algı

Bilişsel bir süreç olan algı, insanın içinde yer aldığı çevresinden elde ettiği duyuların yorumlanarak gerçeğinden farklı, benzersiz ve bireye özgü bir şekilde kavranarak anlamlı hale getirilmesidir (Can vd., 2015: 39). Görme, duyma, tatma, koklama ve işitme duyuları aracılığı ile gerçekleşen algı bireyin dış dünya hakkında bilgi edinmesi, bu bilgileri tanımlaması ve anlamlandırmasıdır (İnceoğlu, 1993: 41). Bireylerin sahip oldukları kişilik özellikleri, içinde yer aldıkları toplumun özellikleri, kültürel değerler, yaşam koşulları, bilgi birikimi gibi unsurlar algının oluşmasında ve belirlenmesinde temel rol oynamaktadır.

Akıl erdirmek, idrak etmek anlamlarında kullanılan Latince “perceptio” sözcüğünden gelen algı kavramı Türk Dil Kurumu tarafından “bir şeye dikkati yönelterek o şeyin bilincine varma; idrak” olarak tanımlanmaktadır (Eraslan, 2020: 47). Algı, duyuları uyaran etmenlerin duyu alıcılarına ulaşarak burada algılanması, kavranması, farkına varılması ve tanımlanarak anlamlandırılması sırasında gerçekleşen fiziksel, nörolojik ve bilişsel süreçlerin içinde yer aldığı ve sonuç olarak bireyin etrafında gerçekleşen durumları tanıması sürecidir (Çayoğlu, 2010: 50). Çeşitli duyular aracılığı ile aktarılan karmaşık bilgi yığınlarının içinden anlamlı örüntülerin oluşturulmasını tanımlayan algı bir süreç olarak gördüğümüz, duyduğumuz, tattığımız, kokladığımız, dokunduğumuz şeyleri nasıl değerlendirdiğimizi, nelere inanıp neleri reddettiğimizi ve bütün bunların sonucunda nasıl bir davranış sergilediğimizi ortaya koymaktadır (Morris, 2002: 121). Dolayısı ile de algı bir yandan bireyin yaşadığı çevreyi anlamlandırmasına yardımcı olurken bir diğer yandan da çeşitli sorunlar meydana getirmekte ve bu sorunları da çözmektedir.

Algı süreci bazen bireyin yaşadığı olaylar ve içinde yer aldığı grubun etkisi sonucunda tamamen tecrübeye dayalı bir şekilde ortaya çıkarken bezen de zihinsel olarak, bireyin deneyimlerinden bağımsız bir şekilde tamamen hislerine dayalı olarak ortaya çıkmaktadır (Stupak, 2000: 253). Bireyler, iletişim halinde oldukları diğer bireyleri akıl, tecrübe, bilgi ve çevresel faktörlerden yola çıkarak algıladıkları ölçüde değerlendirmektedirler (Apak ve Özçağlayan, 2017: 111 – 112). Bu noktada görme, işitme, tatma, koklama, dokunma şeklinde duyu organları ile şekillenen ve hisler tarafından şekillenen olarak iki farklı algı sisteminden bahsedilebilir. Algılama bireylerin geçmiş deneyimlerinden yola çıkarak o anda yaşadığı deneyimi değerlendirmesi ve bir bütüne ulaşması durumudur (Özer, 2012: 152). Algılama bireyin dış dünyadan aldığı verileri işleyerek onu kendi içinde konumlandırmasıdır. Algılama sürecinde birey kendi dışında yer alan dünyada ilgisini çeken verileri alır ve dönüştürür. Bireyin ilgisi dışında kalan veriler birey tarafından işlenmemektedir. İnceoğlu'na (2010: 68) göre algılama süreci beş aşamadan oluşmaktadır:

- Duyu organlarından oluşan alıcılar bulundukları çevreye uyumları ve kapasitelerine bağlı olarak uyarıcıları alırlar ve sinir sistemine yönlendirirler.
- İlk işlem olarak tanımlayabileceğimiz ikinci aşamada uyarıcılar kod çözümü ile sahip oldukları fizyolojik ve güdüsel koşullar ile yeniden yapılandırılmaktadırlar.
- Son işlem olan üçüncü aşamada yaşantı ve öğrenme deneyimleri ile yeniden yapılandırılan algısal ürün seçilme sürecine girerler.
- Dördüncü aşamada algılar bireyin deneyimleri ile anlamlandırma sürecine ulaşırlar.
- Son aşamada ise anlamlandırma süreci gerçekleşerek algılama işlemi tamamlanmış olur.

Duyu organlarına gelen uyarıcıların birey tarafından alınarak anlamlandırılması ve yorumlanması süreci olan algılamada, beyne gelen uyaranlar gruplandırılarak yorumlanır ve yeni bir uyaran ile karşılaşıldığı zaman daha önce anlamlandırılan kavramlar üzerinden açıklanmaya çalışılır (Kağıtçıbaşı ve Özgediz, 1983: 27). Beyin tarafından öncekinden bağımsız, yeni bir anlamlandırma süreci gerçekleştiriliyor olsa da genel olarak algılama daha önce edinilen deneyim ve bilgilere dayalı olarak ortaya çıkmaktadır (Arıkök, 2001: 4). Algılama süreci bir yanı ile birikimli bir şekilde ilerlerken bir yanı ile de her seferinde yeni bir bilgi olarak ortaya çıkmaktadır. Algılar ile birlikte bireylerin zihinlerinde olumlu ya da olumsuz değer yargıları meydana gelir

(Stupak, 2000: 253). Bireyler meydana gelen olayları bütün duyu organlarını bir arada kullanarak algılarlar ve buna bağılı olarak da simgesel algı, görsel algı, duyusal algı ve seçimleyici algı olarak tanımlayabileceğimiz algı çeşitli ortaya çıkmaktadır (Morgan, 1981: 265).

Simgesel Algı: Bireylerin çevresinde bulunan çeşitli simge ve semboller karşısında oluşan simgesel algı, içinde yer aldığı toplumdan ve kültürden etkilenecek şekilde şekillenmektedir (Güney, 2012: 93). Çevrede yer alan bir renk, bir haber içeriğı, bir görüntü, bir ses gibi uzun içerikler simgesel algı sürecinde etkili olabileceğı gibi bireyin dikkatini çeken bir müzik, ses ya da kelime gibi kısa içerikler de bu algı sürecinde yer alabilirler (İnceoğlu, 2010: 75). Simgesel algıyı duyu organları ile algılama noktasında sıkıntı yaşanan durumlarda bireyin bir çağrışıma bağılı olarak parçadan bütüne doğru bir algı süreci olarak ifade edebiliriz. Simgesel algı sürecinde kullanılacak simgenin bireylerin gündelik yaşamlarında yer alan, onlara çağrışım yapacak simgeler olması önemlidir. Ancak kullanılan bu simgeler bazen kültürler tarafından şekillenen ve belirli bir grup için anlam ifade eden simgeler olabileceğı gibi evrensel olarak bütün kültürlerin bireyleri tarafından algılanacak simgeler de olabilmektedir (Eraslan, 2020: 55). Bu noktada önemli olan kullanılan simgenin bireye ya da bir topluluğa anlam ifade edecek nitelikte olmasıdır.

Görsel Algı: Bireyin çevresinde meydana gelen olayları anlamlandırması ve buna bağılı olarak çevresi ile bir iletişim kurmasında görme duyusu etkin bir rol oynamaktadır. Görme yetisi kullanılarak elde edilen uyaranların anlamlandırılması süreci olan görsel algının gerçekleşme sürecinde psikolojik etkenler de etkin bir rol oynamaktadır (İnceoğlu, 2010: 79). Bu süreçte birey çevresinde gördüğü bütün görsel öğeleri yorumlayarak anlamlandırmaktadır. Görsel algı sürecinin gerçekleşebilmesi için bireyin tıbbi olarak görme yetisine sahip olmasının yanı sıra gördüğü görselleri yorumlayabilecek bir birikime de sahip olması gerekmektedir.

Duyusal Algı: Simgesel algı ve görsel algı süreçlerinden farklı olarak bireyin çevresinde meydana gelen olay ve durumları duyu organlarını kullanarak değil sahip olduğu duygusal tutum ve duygusal davranışlarını kullanarak anlamlandırmasını ifade etmektedir (Özarslan, 2014: 9). Duyusal algıda birey, sevme, nefret etme, zevk alma gibi yaklaşımlarını algılama sürecine dahil etmektedir. Duyusal algı sürecinde de tıpkı

simgesel algı ve görsel algıda olduğu gibi bireyin bilgi ve deneyimleri etkin rol oynamaktadır.

Seçici Algı: Algılama sürecinde bireylerin geçmiş deneyimleri önemli bir rol oynamaktadır. Bireyin kendisinin önemli olduğu seçici algı, bireyin içinde yer aldığı toplumun sahip olduğu özelliklerden hareketle çevresinde meydana gelen olayları yorumlayıp değerlendirerek algılaması sürecidir (İnceoğlu, 2010: 81). Seçici algıda birey, ihtiyaç, beklenti ve yaklaşımı doğrultusunda çevresinde yer alan uyaranlardan istediği uyaranı seçip algı sürecine dahil ederken istemediği uyaranı da algı sürecinin dışında bırakmaktadır (Odabaşı ve Barış, 2005: 128 – 129). Seçici algı bireyin etrafında ortaya çıkan birden fazla uyarıcıdan sadece birini ya da birkaçını seçerek algılama sürecini seçtiği gerçekleştirdiği algı biçimidir. Seçici algıda tercih edilecek uyarıcı bireylerin beklenti ve deneyimleri kapsamında kendi tercihi olsa da uyarıcının zamanı, sıklığı ya da çekiciliği gibi bazı durumlar da uyarıcının tercih edilmesinde etkili olabilmektedir (Odabaşı ve Barış, 2005: 131). Dolayısı ile de seçici algı da uyarıcı kontrolünün her zaman bireyde olmadığını söyleyebiliriz.

2.1.2. Gerçek

Tarih boyunca insanlar gerçeğin ne olduğuna yönelik araştırmalar yapmışlar özellikle de günümüzde teknolojik gelişmeler ile birlikte gerçek ve gerçek olmayan kavramlarına yönelik yeni sorgulamaların yapılmaya başlaması ile birlikte gerçek kavramı daha da büyük bir önem kazanmıştır. Hint-Avrupa dillerinde mal, mülkiyet anlamlarına gelen “re” kökünden türetilmiş olan gerçek kelimesi ilk olarak zenginlik anlamında Sanskritçeye “ram” sözcüğü ile, daha sonra mal ve şey anlamlarına gelen “res” sözcüğü ile Latinceye son olarak ise söz verme, ant içme, birleşme anlamlarında “kir” kökü ile Türkçeye çevrilmiştir (Gürkan, 2017: 1-2). Türk Dil Kurumu (TDK, 2023) tarafından ise gerçek “bir durum, bir nesne veya bir nitelik olarak var olan, varlığı inkâr edilemeyen, olgu durumunda olan” olarak tanımlanmıştır.

Gündelik yaşamda gerçek ve hakikat kavramları birbiri yerine kullanılan iki kavram olarak karşımıza çıkmaktadır ancak hakikat ve gerçek kavramları temel olarak birbirlerinden farklı anlamlar taşımaktadırlar. Gerçek, insandan ve insan zihninin düşünmesinden bağımsız olarak var olan, varlığını sürdüren nesnel her türlü yapıdır (Cevizci, 2000: 408). Hakikat gerçeğin kendisi değil, düşünce ve nesne arasındaki

uyumdan doğan yansımadır (Hançerlioğlu, 1994: 150). Gerçek bireyden bağımsız bir şekilde var olan nesnel bir sistemken, hakikatin varlığı birey ile gerçekleşmektedir ve bireyin düşüncesine bağlı olarak gelişen öznel bir yapıdır.

Gerçek kavramına yönelik yapılan tanımlamalar da tıpkı diğer bütün kavramlarda olduğu gibi zaman ile birlikte yeni anlamlar kazanmaya başlamıştır. İlk başlarda bilinmeyen zıttı olarak tanımlanan gerçek kavramı zaman içerisinde bilimsel gelişmeler ile birlikte çeşitli bilimsel denemeler sonucunda varlığı kanıtlanmış olan, bilim insanları tarafından genel kabul görmüş olan şeyler olarak tanımlanmıştır (Otan, 2014: 4-6). Ancak gerçek, bireylerin düşüncelerinden ve bilimsel bakış açısından bağımsız olarak kendi içinde varlığını sürdürerek var olabilmektedir. Gerçek, kendi başına var olur ve varlığı hiçbir koşulda yadsınamaz. Gerçek bilinçten, onu bilen bireyden bağımsız bir şekilde kendi başına var olabilmektedir; gerçek somut olarak var olan şeyleri tanımlamaktadır. Gerçeklik ise belirli yer ve zamandaki bireylerin yaşantıları sonucunda somut olarak elde ettikleri bütün öznel ögelerin karşısında yer alan her türlü nesnel olarak varlık bildiren şeylerdir (Güçlü vd., 2002: 596). Gerçeklik, gerçek olma durumudur.

Gerçeklik, bilinçten ve bilen insan zihninden bağımsız olarak bireyin dışında yer alan dünyada nesnel olarak bir varoluşa sahip olan, evrenin gerek doğrudan gerekse dolaylı olarak ölçülebilen bütün yönlerini ifade etmektedir (Cevizci, 2017: 866). Gerçeklik, onu bilen kişiden, onu bilen bilinçten bağımsız olarak var olmaktadır. Dijitalleşme ile birlikte gerçek sonsuz sayıda yeniden üretilebilmektedir ve gerçekliğin yeniden üretilmesi ile birlikte düşsellik de giderek yok olmaktadır. Gerçekliğin yeniden üretimi ile birlikte gerçekten bahsetmek artık mümkün değildir çünkü gerçek artık yerini gerçek olmayan ama gerçeğe benzeyen yeni bir gerçekliğe bırakmıştır (Baudrillard, 2022: 15-48). Ortaya çıkan bu yeni gerçeklik ile gerçek ve düşsel arasındaki ayrım ortadan kalkarak kavramların sahip oldukları anlam birbirleri ile iç içe girmeye başlamıştır.

2.1.3. Zaman

Türk Dil Kurumu tarafından “bir işin, bir oluşun içinde geçtiği, geçeceği veya geçmekte olduğu süre” olarak tanımlanan zaman kavramı bireyin kontrolü dışında kesintisiz bir şekilde devam eden, geçmişten bugüne ve bugünden de geleceğe doğru devam eden bir süreci ifade etmektedir (Smith, 1998: 24). Fiziksel, psikolojik, sosyolojik ve felsefi

boyutlara sahip olan zaman, insanların duyu organları ile algılanamayan soyut bir kavramdır (Güven ve Yeşil, 2011: 60). Temel olarak zaman bireylerden bağımsız bir şekilde kendi içinde devamlılığı olan, akıp giden bir yapıyı ifade etmektedir.

Dilbilgisinde bir eylemin gerçekleştirildiğini, eylemin şu an gerçekleşmekte olduğunu ya da gelecekte gerçekleşeceğini bildiren soyut bir kavram olan zaman insanın belleği tarafından yaratılan, başı ve sonu olmayan soyut bir süreçtir (Bozkurt, 1995: 65). Zaman içinde geçmiş, şimdiki zaman ve geleceği barındıran sürekli bir bütün halinde ilerleyen yapıdır (Cevizci, 2000: 943). Akışkan bir yapıya sahip olan zaman insanların meydana gelen bir olayı algılama sürecini ifade etmektedir. Zaman arka arkaya dizilmiş olan olayların algılanması ve meydana gelen olayları ölçümleyebildiğimiz bir süreci ifade etmektedir. Zaman, çeşitli olayların birbirini devamlı olarak izlediği bir ortamdır. Zamanı üç gruba ayırabiliriz (Passig, 2005: 28):

- Fiziksel zaman, geçmişten günümüze doğru ilerleyen, zaman ile ölçülen ve sürekliliği olan zamandır.
- Biyolojik zaman, canlı organizmalardaki döngüsel davranışları ifade eden zamandır. Tıpkı fiziksel zamanda olduğu gibi sürekli olan biyolojik zaman yaşam organlarının sahip olduğu zamanı ifade etmektedir.
- Psikolojik zaman ise bilinç tarafından kontrol edilir ve sürekli değildir. Psikolojik zaman, farklı ölçümlerden meydana gelir ve kronolojik bir sıralama yoktur.

Dünyada yer alan bütün bireylerin genel olarak paylaştığı bir dilimi tanımlayan; kiralanamayan, satın alınamayan ya da satılamayan, biriktirilemeyen ya da ödünç alınıp verilemeyen yapısı ile diğer kaynaklardan ayrılan zaman ile yapılabilecek olan tek şey onun harcanmasıdır (Yılmaz ve Aslan, 2002: 25). Ekonomi, din, siyaset gibi farklı disiplinler ile ilişki içinde olan zaman, inan zihnini en fazla meşgul eden kavramlardan biridir. Günümüz toplumlarının gelişmelerine yön veren anahtar bir güç faktörü olarak zaman ikame edilemeyen, harcandığında ise geri getirilemeyen bir yapıya sahiptir (Roberts, 1998: 2). Dolayısı ile de zamanın bir yandan toplumların özgürleşmesinde diğer bir yandan da toplumların sınırlandırılmasında etkili olduğunu söyleyebiliriz.

2.1.4. Mekân

Mekân denildiği zaman çoğu kişinin aklına sınırları diğer bireyler ya da doğa tarafından belirlenmiş, varlıkları fiziki olarak tanımlanabilen alanlar gelmektedir. Dolayısı ile de

mekân kavramının ne olduğuna yönelik tarih boyunca çeşitli tartışmalar yapılmıştır. Genel olarak mekân, bireyin içinde yer aldığı, günlük aktivitelerini gerçekleştirdiği alanlardır. Mekân insan için anlamlıdır ve insan ile anlam kazanır çünkü insan mekânda gördüğü her şeyi anlamlandırma ve tanımlama çabası içine girer. İnsan ile birlikte mekanlar sıradan olmanın ötesine geçerek anlam kazanır ve bireyin kendisine ait bir parça haline gelir (Göka, 2001: 8). Bir yerin mekân olarak tanımlanabilmesi, içinde yer alan insanlar ile mümkündür, insanın yaşamadığı bir yer mekân olarak tanımlanamaz (Nacak, 2011: 4). İnsandan bağımsız olarak bir mekânın varlığından söz edilemez.

Her kavramın, her nesnenin mekân içinde belirli yeri ve konumu vardır. Mekân sonsuzluğun bünyesinde bulunduğu uzaydan en küçük parçacığa kadar uzanan bütün alanları kapsamaktadır. Bu bağlamda mekân yer kürede bulunan bütün doğal ve doğal olmayan çevreleri bünyesinde barındırır. Bireyin içinde yer aldığı mekânın fiziksel bir çevre olmanın ötesinde sosyal ve toplumsal olayların yaşandığı, insanın farklı yaşam biçimlerine şahit olduğu bir boyut kazanarak sosyal bir rol üstlenmektedir (Alver, 2007: 18). Mekân, toplumsal değişim ve dönüşümün hareket noktasıdır.

Bireylerin mekân üzerinde etkisi olduğu gibi mekanlar da bireyler üzerinde etkili olmaktadır. Montesquieu (1998: 322), soğuk iklimlerde bulunan mekanlarda yaşayan insanların kendinden daha emin ve cesur olduklarını belirtirken sıcak iklimlerde yer alan mekanlarda yaşayan insanların daha çekingen olduklarını belirtmektedir. Mekân, ideoloji ve politika ile iç içe geçmiştir. Bireyin çevresi ve nesneler ile etkileşimi sonucunda ortaya çıkan mekân sadece bireyin içinde bulunduğu ve varlığını sürdürdüğü bir alan değil, bütün yapılar ile etkileşim içinde olduğu bir sistemdir (Lefebvre, 1995: 92). Dolayısı ile de mekan sadece bir biçim, bir alan olmanın ötesinde aynı zamanda bireyin birey olarak var olabilmesinde etkili olan yerdir.

Dijitalleşme ile birlikte sanal mekân kavramı da önem kazanmaya başlamıştır. Sanal mekanlar, bilgisayar donanımlarına bağlı olarak bilgisayar teknolojileri ile oluşturulmuş, içinde sanal nesnelerin yer aldığı kurgusal ortamlardır (Chalmers, 2017: 314). Gerçek dünya teknolojilerinin sanal ortamlara bir yansıması olarak karşımıza çıkan sanal mekanlar çoğu zaman gerçek mekanların bir kopyası olmanın ötesine geçerek yeni birer mekân olma özelliği taşımaktadırlar. Gerçek mekanların bir parçası olan sanal mekanlarda da insan tıpkı sanal olmayan mekanlarda olduğu gibi hem fiziksel olarak hem de toplumsal olarak mekân ile bir bütün halindedir ve mekanlar

insanların izlerini taşımaktadır (Güleç Solak, 2017: 35). Sanal olmayan bir nesne insan faktörü sayesinde hem sanal olmayan dünyada hem de sanal dünyada var olabilmektedir hatta tek bir nesne aynı anda birden fazla sanal mekânda varlığını gösterebilmektedir.

2.1.5. Simülasyon

Simülasyon temel olarak gerçeğin bütün özelliklerine sahip olan ancak gerçek olmayanı, yeniden üretilen bir gerçekliği ifade etmektedir (Adanır, 2017: 27 – 28). Gerçeğin bu yeniden türetilmesi süreci bir taklit, suret ya da bir parodi değil, bütün göstergeleri ve bütün süreçleri ile yerine konulmuş olan gerçeğin işlemsel bir ikizi, onun yerini alan yeni bir gerçekliktir (Baudrillard, 2022: 17). Gerçeğin yerine geçen bu yeni yapı taklit ya da onun devamı olduğunu iddia etmez çünkü o da artık bir gerçektir.

Simülasyonun oluşum sürecinde imge dört aşamadan geçmektedir (Baudrillard, 2022: 20):

- İmgenin ilk aşamasında olumlu bir yansıma süreci söz konusudur.
- İkinci aşamada imge gerçeklik kavramını değiştirip gizlemeye başlar. Bu aşama derin bir gerçeklik yansımasının yaşandığı aşamadır.
- Üçüncü aşamada imge gerçeği gizleyerek onun yerini almaya çalışır.
- Son aşamada ise imge gerçeğin hiçbir biçimi ile ilgisi olmayan bir simülasyon düzenine geçmiştir.

Deprem simülatörü, uçak simülatörü gibi daha çok teknolojik temelli alanlarda kullanılması ile gündelik yaşamımızda kendisine yer bulan simülasyon kavramı çağımızda teknoloji temelli bir kavram olarak görülmektedir. Türk Dil Kurumu (TDK, 2023) tarafından “sanayi, bilim ve eğitimde gerçek olayları, işlemleri deney koşulları altında oluşturarak bu olayları inceleme ve araştırmaya yönelik çözümleme tekniği; öğrenci” olarak tanımlanan simülasyon kavramı Baudrillard (2022: 15 – 16) tarafından herhangi bir kökenden ya da gerçeklikten bağımsız, yoksun olan bir gerçeğin çeşitli modeller aracılığı ile türetilmesi olarak ifade edilmektedir. Simülasyon “-mı” gibi yapmak değildir. Simülasyon gerçek ile sahte arasındaki ayrımın ortadan kalkması, gerçeklik ilkesinin yok olmasıdır.

Simülasyon kuramının temel hareket noktası gerçeklik kavramının çağdaş batı toplumlarının sorgulanmasına dayanmaktadır. Günümüz dünyasında gerçek anlamda bir toplumdan bahsetmek mümkün değildir çünkü gerçek ve somutun yerini simgeler ve

imajlar ile gösterilen soyut, yapay bir gerçeklik almıştır (Cevizci, 2011: 75). Kapitalizm ile birlikte ortaya çıkan tüketim odaklı toplum sonrası üretim yerini belirlenen ihtiyaçların karşılanması odaklı tüketim sürecine bırakmış ve artık bireylerin doğal olan ihtiyaçları yapay olan biçimler ile karşılanmaya başlanmıştır. Bu süreç ile birlikte hakiki olmayan bir gerçeklik, bir simülasyon evreni oluşturulmuştur. Baudrillard bu görüşü ile aslında batı medeniyetinin de sonunun geldiğini ifade etmektedir. Çünkü batı medeniyeti diğer medeniyetler tarafından örnek alınıyor olsa da artık yeni bir gerçeklik üretmemekte aksine var olan gerçekliğini yeniden üretip sunmaktadır (Kurttaş, 2018: 2).

Gerçekliğin yok olduğunu söyleyen Baudrillard, bu yok oluşun ontolojik bir yok olma biçimi olmadığını, gerçeğin yerini göstergelerin alması biçiminde bir yok oluş olduğunu ifade etmektedir. Üretim güçleri, bireylerin göstergelere erişmesine müdahale eden güçlerdir (Güzel, 2015: 68). Baudrillard, askeriye, sinema, tıp alanlarının yanı sıra ekonomik, ideolojik, sosyolojik olarak da bir simülasyonun olduğundan ve bunun sonucunda da neyin gerçek neyin düşsel olduğu algısının ortadan kalktığını ifade etmektedir (Baudrillard, 2008: 22). Ortaya çıkan bu bilgi belirsizliği sonucunda bireyler kaybolan hislerinden kalan boşluğu doldurmak için hayatlarına yeni nesneler dahil etmeye başlamaktadırlar. Bütün bu süreç ise beraberinde üretim çılgınlığına neden olmaktadır.

Simülasyon ile birlikte düş gücü de yitirilmekte ve gerçek ile sahte, gerçek ile düşsel olan arasında herhangi bir fark kalmamaktadır. Dolayısı ile de bir varlığın çeşitli görünüşleri ya da gerçek kavramına yönelik bir metafizik iletimden söz etmek mümkün olmamaktadır. Gerçek artık minyatürleşmiş modeller tarafından üretilmektedir. Böylelikle gerçeğin sonsuz sayıda yeniden üretimi mümkün olmaktadır (Baudrillard, 2022: 14). Baudrillard (2008: 14), simülasyon kuramını Borges masalı ile açıklamaktadır. Masala göre İmparatorluğun hizmetindeki haritacılar tarafından çizilen harita zaman İmparatorluk toprakları ile bire bir aynı boyuta ulaşır. İmparatorluğun çökmeye başlaması ile birlikte harita da çözülmeye başlar ve lime lime olur. Sonunda hem imparatorluk hem de gerçeklik toprağa karışır ve tek bir gerçeklik olarak yok olurlar. Baudrillard için bu türden bir simülasyon oldukça zararsızdır çünkü günümüzde haritacılık ve aynadan yansıma gibi simülasyon biçimlerinin bir anlamı kalmamıştır. Masaldaki harita ile simülasyonun hiçbir ilişkisi bulunmamaktadır.

2.1.6. Simülakr

Simülakrum kavramının kökü Latince “simulare” ve “simil” kelimelerinden gelmektedir. Kavram ilk olarak Latince’den İngilizce’ye sonra da Fransızca’ya aktarılmış ve gerçek olmayan bir olgunun kopya halini tanımlamaktadır (Cevizci, 2000: 1401). Platon, model ve kopyanın birbirinden ayrılmasını sağlayan sistemi simülakr olarak tanımlarken; Nietzsche ise doğru olmayanın sahip olduğu yüksek gücü simülakr olarak tanımlamaktadır (Akay, 1997: 19). Simülakr, hakikati gizlemez çünkü hakikat, hakikati söyleme eylemdir ancak simülakr hakikatin kendisidir (Baudrillard, 2022: 18). Simülasyon sonucunda ortaya çıkan yeni gerçeklik, üst gerçeklik simülakrdır.

Simülakrın dört dönemi vardır. Taklit dönemi olan birinci dönemde simülakrlar biçimsel olarak gerçeği kopyalarlar. İkinci dönemde ise bir seri üretim süreci gerçekleştirilir. Modellerin egemen olduğu üçüncü dönemde üretilen imajların tüketimi söz konusuysa dördüncü dönemde fraktal aşama gerçekleşmektedir (Kara, 2021: 167). Baudrillard (2022: 172 – 173) üç grup simülakr düzeninden bahsetmektedir:

- Uyumlu ve iyimser olan birinci grup simülakrların gerçek ile olan bağlantısı sürmektedir ve düşsel bir üretim sürecinin yer aldığı ütopyalar bulunmaktadır.
- Tüm üretim düzenin içinde yer aldığı ikinci grup simülakr düzenin bilimkurgu üreten, bir düşü gücü yer almaktadır. İkinci grup simülakrlar dünya genelinde insani bir gelişmeyi hedeflemektedir ve sürekli olarak bir yayılma eğilimindedirler.
- Tamamen işlemsel bir yapıya sahip olan üçüncü grup simülakrlar bilgi, model ve işlemsel süreçlere sahiptir. Mutlak denetimi hedefleyen üçüncü grup simülakrlar için teknoloji ile birlikte yeniden üretim toplumun ana örgütlenme ilkesi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yeniden canlandırma eylemi gerçek ve canlandırılan yani gösterilen şey arasında bir eşitlik, bir benzerlik olduğu nu kabul etmektedir ancak simülasyon göstergesinden bağımsız olarak onun bütün özelliklerini yansıtmakta, onun yerini almaktadır. Simülasyon yeniden canlandırma eyleminde gerçeği tamamen sarmalayarak bir simülakra dönüşmekte ve bu sürecin doğal bir hale gelmesi ile birlikte de simülakrlar gerçeğin yerini alarak onun tamamen unutulmasını sağlamaktadır.

2.1.7. Simüle Etme

Gizlemek, sahip olunan bir şeye sahip değilmiş gibi yapmaktır ancak simüle etmek sahip olunmayan bir şeye sahip gibi davranış sergilemektir. Gizleme eylemi varlığa yani şu anda burada bulunmayana gönderme yaparken simüle etmek ise yokluğa yani burada mevcut olmamaya gönderme yapmaktadır. Simüle etmek “-mış” gibi yapmak değildir. Gizlemek ya da onun taklidini yapmak taklidi yapılan ya da gizlenen duruma zarar vermez ancak simüle etmek gerçekliği ortadan kaldırarak onun yerini alır ve özünü değiştirir. Örneğin hastaymış gibi yapan bir kimse çevresindekileri hasta olduğuna inandırmaya çalışır ancak hastalığı simüle eden kimse ise hastalığın semptomlarını gösterir. Simüle eden kişi hasta mıdır yoksa değil midir artık bilinmez dolayısı ile de hastalığı simüle eden kişiye ne hastasın denilebilmektedir ne de hasta değilsin denilebilmektedir (Baudrillard, 2022: 18).

Disneyland, bütün simülakr düzenlerinin iç içe geçtiği kusursuz bir örnektir. Burada yaratılan çocuksu görüntü ile çocuklara özgü başka bir evrenin ve gerçekliğin olduğu düşüncesinin aktarılmasıdır. Yetişkinler, Disneyland’da zaman geçirerek çocuksu davranışlarını istedikleri gibi gerçekleştirebilmekte ve gerçekte çocuk olmadıklarına inandırılmaktadırlar. Los Angeles, sürekli hareketli sistemlerden oluşan bir kent, Kaliforniya ise cinsel ve ruhsal olarak geri dönüşüm endüstrilerinin yer aldığı bir kenttir. İnsanların yaşamlarında eski işlevlerini kaybettikleri ihtiyaçlarını geri kazanmak için yüz yüze bakma enstitüleri, dokunma kursları gibi endüstriler kurulmuştur. Disneyland, insanlara ne gerçeklik ne de sahtelik sunmaktadır, onun amacı gerçeği yeniden üreterek insanları ikna etmektir (Baudrillard, 2022: 32). Bir güvenlik simülasyonu, güvenli bir yerin sahip olduğu bütün özellikleri bünyesinde barındırarak orayı güvenli gibi gösterir. Örneğin alışveriş merkezlerinde ya da havaalanlarında girişlerde yapılan güvenlik kontrolü güvenlik simülasyonuna örnek olarak gösterilebilir. Bireyler içinde bulundukları bölgelerin yeterli olmayan bu denetimler ile birlikte güvenli olduğunu düşünebilmektedirler.

2.1.8. Sanal Dünyalar

Sanal kelimesi çevrimiçi olan bütün şeyleri kapsamaktadır (Schroeder, 2008: 2). Sanal kavramı temelde gerçek olan ama somut olmayanı tanımlamaktadır. Başka bir ifade ile gerçeğe zıt ama gerçeklik ile zıt olmayan sanal gerçek ya da gerçek olarak algılanan

şeydir (Çalışkan, 2006: 160). Sanal kavramı, fiziksel ve doğal olanın ötesine geçerek teknolojik altyapılar yardımı ile öğrenmeyi pekiştiren bir yapıyı tanımlamaktadır (Girvan, 2018: 397).

Sanal dünyaların ilk ortaya çıkışında Neil Stephenson tarafından 1992 yılında yazılan Snow Crash adlı romanda bahsedilen metaverse ifadesinin etkisinin olduğunu söyleyebiliriz (Featherstone ve Burrows, 1995: 11). Romanda içeriğin tamamen kullanıcılar tarafından tasarlandığı dijital bir ortamı ifade eden metaverse günümüzdeki anlamı ile sanal dünya ifadesinin öncüsü olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzdeki kullanım biçimi olarak sanal dünyaların ortaya çıkışının ilk olarak 1960'lı yıllarda oynanan metin tabanlı MUD'lar (Multi User Domain/Dungeon/Dimensio-Çok Kullanıcılı Zindan) olduğunu söyleyebiliriz (Sanchez, 2009: 31).

Sanal dünyalar genel olarak birden fazla kullanıcı tarafından erişim imkanına sahip olan, karşılıklı etkileşime imkân sunan dijital dünya, benzetilmiş dünya, MMOG (Massively Multiplayer Online Games – Devasa Çok Oyunculu Çevrimiçi Oyunlar), MMORPG (Massively Multiplayer Online Role Playing Games - Devasa Çok Oyunculu Çevrimiçi Rol Yapma Oyunları olarak tanımlanabilir (Dinçer, 2008: 13). Sanal dünyaları bireylere, gerçek bir dünyanın içindeymiş hissi veren, imgelerin çeşitli resimler ya da kelimeler aracılığı ile yansıtıldığı şeklinde sahip olduğu özelliğe göre tanımlamakta mümkündür (Damer, 2008: 94).

Sanal dünyaların üç temel özelliği olan eşzamanlılık, süreklilik ve avatar kavramlarından hareketle sanal dünyaları bireylerin bir ağ sistemine bağlı olan cihazlar aracılığı ile bağlanarak dahil oldukları ve kendilerini çeşitli avatarlar aracılığı ile temsil ettikleri sürekliliği olan ve farklı kullanıcıların aynı anda dahil olabildikleri ortamlar olarak tanımlayabiliriz (Koster, 2004). Yapılan tanımdan hareketle sanal dünyanın bireylere gerçekte yer alan dünyanın benzerini ya da alternatifini sunan ve sahip olduğu teknolojik altyapılar ile de gerçekmiş hissi uyandıran ortamlar olduğunu söyleyebiliriz.

Sanal dünyalar genel olarak ticari amaçlı kullanılan oyunlar, çeşitli çevrimiçi toplulukların oluşturdukları yapılar, eğitim sistemleri, politika amacı ile kullanılan ortamlar ve askeri eğitim amacı ile kullanılan ortamlar olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Sanal dünyaları yapılandırılmış ve yapılandırılmamış dünyalar olarak iki kategoriye ayırabiliriz (Marta, 2014: 35):

- Yapılandırılmış dünyalar, geleneksel bilgisayar ortamlarına benzemektedir ve oyuncuları önceden belirlenmiş olan hikayeler kapsamındaki rollere sokarak sisteme dahil eden dünyalardır. Fantezi odaklı bir dünyada oyuncular görevleri yerine getirerek ödüller kazanmak için uğraşmaktadırlar.
- Yapılandırılmamış dünyalar, önceden belirlenmiş roller olmadan daha fazla katılımcı ile dahil olunabilen ortamları tanımlamaktadır. Kullanıcı sanal dünyanın sahibidir ve bu dünyanın içeriğini dahil olan kullanıcılar belirlemektedirler. Sistemde önceden belirlenen roller olmadığı için katılımcılar çeşitli çevrimiçi etkinlikler ile birbirleri ile etkileşim kurarak görevler oluşturmaktadırlar.

Sanal dünyalar, kullanıcıların üç boyutlu olarak simüle edilmiş ortamlarda ilerleyebildikleri, diğer kullanıcılar ile etkileşim kurdukları ağ tabanlı ortamlardır (Dickey, 2005: 439). Bu ortamlarda kullanıcılar avatarlar ile var olabilmektedirler ve avatarlar sanal dünyalarda kullanıcıları temsil etmekte, onların yerine geçmektedir. Temel olarak avatar gerçek dünyadaki kullanıcıların sanal ortamlardaki temsilidir.

2.1.9. Avatar

Avatar denildiğinde birçok kişinin aklına 2009 yapımı James Camron filmi geliyor olsa da kelimenin kökeni oldukça eskiye dayanmaktadır. Hint kültüründe tanrıların yeryüzünde gezinirken geçici olarak büründükleri bedenleri tanımlamak için kullanılan avatar kelimesi Sanskritçe’de aşağı anlamına gelen “ava” ve bir şeyin temeli anlamına gelen “tarati” kelimelerinden meydana gelmektedir (Coleman, 2011: 9). Sanskritçe inmek anlamına gelen avatar kelimesi tanrıların dünyaya indiklerinde insan ya da hayvan bedenine geçişini ifade etmektedir. Hinduizm inancında avatarlar insanların inandıkları tanrıları görebilmesini sağlamaktadır.

Sanal dünyanın vazgeçilmez bir parçası olan avatarlar bireylerin kendilerini sahip oldukları özellikleri ile yaratıcı bir şekilde ifade etmelerinin aracı olmaktadır. Avatar, bireylerin sanal dünyalar üzerinden kurdukları bilgisayar aracılı iletişimde kendilerini temsil için kullandıkları dijital karakterleri ifade etmektedir (Vasalou ve Joinson, 2009: 1). Kullanılan bu dijital karakterler çoğu zaman insan formuna sahip, bireylerin gündelik yaşamlarındaki özelliklerine yakın bir görünüşte karşımıza çıkarken özellikle oyunlarda hayvan formu ya da mitolojik biçimlerde de karşımızda yer almaktadırlar.

Bireyler, avatarlar aracılığı ile sanal dünyayla etkileşim kurabilmekte ve sanal dünyada varlıklarını sergileyebilmektedirler. Gelişen teknoloji ile birlikte bireyler kişiliklerini, gündelik yaşam tercihlerini en iyi şekilde yansıtabilecek şekilde avatarlarını özelleştirme imkanına sahip olmaktadır (Kang ve Kim, 2020: 1). Avatarlar, bireylerin sanal dünyada var olabilmelerinin anahtarı olmaktadır. Sinemanın gelişmesi ve popülerlik kazanması ile birlikte avatarlar sinemada da kendisini göstermeye başlamıştır. Özellikle Hollywood sineması tarafından geliştirilen Batman, Superman, Hulk gibi gerçekdışı kahramanlar avatar örneği olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.1.10. Yaşam Günlüğü

Yaşam günlüğü bireylere gündelik yaşamlarındaki deneyimlerini ve sahip oldukları hayat hikayelerini çeşitli görüntü, ses, video gibi içerikler ile birlikte depolama, paylaşma ve analiz etme imkânı sunmaktadır. Bireylerin yaşamlarının bütün detayları ile birlikte dijital olarak kaydedilmesi düşüncesi ilk olarak Vannevar Bush tarafından bireyin bütün belgelerinin otomatik olarak kaydedilmesi, fotoğraflanması ve sonrasında bütün bilgilerin analiz edilmesine yönelik 1945 yılında sunduğu Memex isimli sistem önerisine dayanmaktadır (Bush, 1945: 102).

Yaşam günlüklerin mevcut verileri diğer kişiler ile paylaşabilme imkânı sunuyor olması onu sanal dünyalardan ayırmaktadır. Sanal dünyalar bireyleri istedikleri başka kişilerin yerine geçebilme imkânı sunarken yaşam günlükleri başka birinin yerine geçme imkânı vermez, sadece dünyayı başka birisinin gözünden görme imkânı sunar (Smart vd., 2007: 14). Sanal dünyalarda bireyler sahip oldukları kişilik özelliklerinden farklı özelliklere sahip olabilmektedirler ancak yaşam günlüklerinde ise bireyler diğer bireylerin bakış açıları ile farklı özellikleri deneyimleyebilmektedirler.

Bireylerin birbirilerinin gözünden yaşamlarını izlemelerine imkan sunan yaşam günlüğü çalışmaları beraberinde endişeleri de getirmektedir. Örneğin DARPA tarafından başlatılan ve kişiye ait tüm dijital bilgilerin kaydedilmesi ve mevcut bilgiler üzerinden araştırma yapılmasını amaçlayan Lifelog projesi bireylerin kişisel bilgilerinin güvenliğini tehdit edebileceği gerekçesi ile 2004 yılında durdurulmuştur (Shachtman, 2003). Yaşam günlüğü kayıtlarına yönelik bir diğer endişe de kayıt için sürekli çalışan kameraların çevrede yer alan bireylerin görüntülerini izinsiz olarak çekmesi ve depolaması yönünde karşımıza çıkmaktadır.

Google tarafından geliştirilen Google Glass projesi, sahip olduğu ekran üzerinden bireyin gözünden çevresini kaydetme imkânı sunmaktadır ve yaşam günlüğü projelerinde kullanılabilecektir (Miller, 2012). Yine benzer şekilde Microsoft tarafından geliştirilen SenseCam isimli kamera belirli aralıklar ile gün içinde yaklaşık olarak 2000 – 3000 arasında fotoğraf çekerek bunları arşivleyebilmektedir. Ancak yaşam günlüğü uygulamaları her ne kadar bireyin yaşamının her anını kaydediyor gibi görünse de temelde sınırlı bir sürede, sınırlı zamanların kaydını yapmaktadır. Yaşam günlüklerinin bir diğer eksik yanı da sadece kullanan bireyin yaşamına yönelik veri kaydı yaptığı için anlamlı bir içerik üretiminin ortaya çıkmaması durumu olmaktadır.

2.2. Sanal Gerçeklik (Virtual Reality – VR)

Çeşitli bilgisayar donanımları ve yazılımlar aracılığı ile kullanıcılara gerçek ve hayal dünyasını kurgu olarak sunan sanal gerçeklik, bireylere herhangi bir durum ya da sürecin içindeymiş hissi vererek onu yaşama imkânı tanımaktadır (Bayraktar ve Kaleli, 2007: 3). Sanal gerçeklik, görsel ve işitsel teknolojiler kullanılarak makine ve insanlar arasında bir etkileşim kurulması sürecini ifade etmektedir (Oppenheim, 1993: 217). Teknoloji aracılığı ile oluşturulan bu gerçeklikte kullanıcılar çeşitli objeler ve araçlar ile gerçek dünyanın algısına sahip olmaktadır.

Latince var olmayan ancak bireylerin sahip olduğu algı aracılığı ile var olduğu yanılsaması yaratılması durumunu tanımlamak için kullanılan “virtualis” kökünden gelen sanal gerçeklik, Türkçe sanmak kökünden türetilmiş ve Türk Dil Kurumu tarafından “gerçekte yeri olmayıp zihinde tasarlanan” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2023). Kökeni oldukça eski olan sanal gerçeklik kavramı, gelişen iletişim teknolojileri sonucunda dijitalleşen dünya ve yeni medya ortamları ile birlikte yeniden gündelik yaşamda kendine yer bulmuş ve gerçekleştirilen çalışmalar yoğunluk kazanmıştır (Monavich, 2001: 8). İlk olarak 1950’li yıllarda kullanılan sanal gerçeklik kavramı 1997 yılında bilgisayar aracılığı ile gerçek dünyada var olan bireyin hayali olarak oluşturulan dünya ile etkileşim içinde olması şeklinde tanımlanmıştır (Gaddis, 1997: 5). Sanal gerçeklik, kullanıcılarına fiziksel olarak o ortamda bulunmasalar bile mevcut teknolojik altyapılar aracılığıyla oluşturulan alternatif ortamlarda bulunma deneyimi sunan sistemlerdir.

Sahip olduğu teknolojik altyapısı ile farklı alanlardan yararlanan ve ihtiyaca bağı olarak esnetilebilen sanal gerçeklik, kullanıcıların düzenlenebilir bir zaman yapısının bulunduğu oluşturulmuş görüntü sistemleri içinde teknolojik altyapılara bağı olarak dokunma, hareket etme gibi duyuşsal etkileşimlere imkân veren ortamları ifade etmektedir (Kuruüzümcü, 2012: 94). İletişim ve bilgi işlem sistemleri ile oluşturulan sanal gerçeklik, mekânsal veriler aracılığı ile gerçek zamanlı bir etkileşim imkanı sunmaktadır (Töre, 2010: 5). Sanal gerçeklik sistemleri tamamen bilgisayar ortamları üzerinde gerçekleştirilir ve katılımcılar üzerinde çeşitli etkiler meydana getirmektedir. Karasar (2004: 120), sanal gerçekliğin katılımcılar üzerinde oluşturduğu etkileri şu şekilde sıralamaktadır:

- Sanal gerçeklik ortamları sisteme dahil olan katılımcıları içine alarak onlara yeni bir gerçeklik sunmaktadır.
- Katılımcılar teknolojik altyapılar aracılığı ile o ortamlarda bulunduklarını hissetmektedirler.
- Sanal gerçeklik ortamlarında katılımcıların çevreleri ile bir etkileşimleri bulunmaktadır.
- Katılımcılar sanal gerçeklik ortamlarında gözlemci olarak yer alabilecekleri gibi içinde bulundukları ortamlarda istedikleri çeşitli etkinlikleri de gerçekleştirebilmektedirler.
- Sanal gerçeklik ile birden fazla kullanıcı eşzamanlı olarak, aynı ortam üzerinde birbirleri ile etkileşim içine girebilme imkanına sahip olmaktadır.

Sanal gerçeklik sistemi, kullanıcıların çeşitli canlandırmalar, ses efektleri, grafik arayüzleri, ile oluşturulan bilgisayar ortamlarında duyuları ile kendilerini o ortamın bir parçası gibi hissetmeleri, mevcut ortam ile bir etkileşime girerek tam olarak hakimiyet kurmaları üzerine kurulmaktadır (Türker, 2007: 4-5). Fiziksel gerçeklik hareket kısıtlamaları, yerçekimi kuralları, doğrusal zaman gibi fiziksel yasalara bağı bir dünyayı temsil ederken sanal gerçeklik sınırların teknolojik imkanlara bağı olarak belirlendiği, bireylerin teknolojik altyapıya bağı olarak her türlü imkana sahip olduğu ortamları ifade etmektedir.

Bilgisayarlar tarafından oluşturulan ortamlarda kullanıcılara etkileşim imkanı sunan sanal gerçeklik ortamları temel olarak gerçekmiş hissi üzerinden hareket etmektedir. sanal gerçeklik teknolojisi ile kullanıcılar fiziksel dünyada deneyimle imkanına sahip

olamadıkları olayları deneyimleme imkanı bulmaktadırlar (Rizzo ve Kim, 2005: 120). Steuer, sanal gerçeklik deneyimini açıklarken “telepresence” kavramını kullanmaktadır. Steuer’e (1992: 79 – 87) göre bireylerin fiziksel bir ortamdan çıkarak çeşitli iletişim araçları ile gerçek dünyanın ötesinde oluşturulmuş olan ortamlarda varmış gibi bir deneyime sahip olmaları, orada bulunma hissine erişmeleri telepresence kavramı ile açıklanmaktadır. Sanal gerçeklik, kullanıcıların teknolojik araç ve sistemlerden daha ileride bir deneyime sahip olmalarıdır.

Sanal gerçeklik, bilgisayar grafik sistemlerini, hareket ve mekan algılayıcı araçları, ses araçlarını, dokunma ve etkileşim kurma imkanı sunan cihazları bir arada kullanan bir sistemdir (Bostan, 2007: 88). Bir sanal gerçeklik sisteminin çalışması, kullanıcıların fiziksel ve zihinsel olarak o sürecin içinde yer almasına bağlıdır. Başarılı bir sanal gerçeklik sisteminde kullanıcılar gerçek yaşamlarında sergileyecekleri davranışları sergileyerek sistemde var olma hissini elde etmektedirler ancak kullanıcıların var olma hisleri de psikolojilerine bağlı olarak öznellik göstermektedir (Guttentag, 2010: 638). Dolayısı ile de sanal gerçeklikte, teknolojik altyapı ile birlikte sistemdeki kullanıcıların psikolojik olarak hazır olma durumları da etkili olmaktadır. Bir sanal gerçeklik sistemi oluşturulurken ilk aşamada çeşitli araçlar kullanılarak gerçek dünyanın görüntüleri kaydedilerek o görüntüler üzerinden gerçek dünyanın bir kopyası oluşturulur ikinci aşamada ise kullanıcıların oluşturulan bu ortamlara girmesini sağlayacak olan çeşitli sanal gerçeklik cihazlarının kullanılması gerekmektedir (Rath vd., 2015: 12). Sherman ve Craig (2003: 6 -11), kullanıcı deneyimi üzerine kurulu olan sanal gerçekliğin deneyimlenebilmesi için şu dört temel unsurun bulunması gerektiğini ifade etmektedir:

- Sanal dünya, başkaları ile paylaşılabilmek imkanına sahip olan ya da sadece üreticisinin zihninde yer alan ortamları ifade etmektedir.
- Immersion (içine girme), kullanıcıların gerçek dünyada yer alan bir mekanın bire bir kopyası olan ya da hayali bir şekilde oluşturulan alternatif bir gerçekliğin ya da bir bakış açısının içinde yer almasıdır.
- Katılımcının içinde sanal ortam içinde vermiş olduğu bütün tepkiler geribildirim olarak ifade edilmektedir.
- Kullanıcıların tıpkı gerçek dünyada olduğu gibi çeşitli davranışlarda bulunmaları ve içinde yer aldıkları yapıların bu davranışlar karşılığında bir dönüşte bulunması etkileşim olarak ifade edilmektedir.

Sanal gerçeklik ortamları kullanıcılara üç boyutlu görüntü sunan ekranlar aracılığı ile görsel bir deneyim yaşatmanın ötesinde giyilebilir teknolojik cihazlar aracılığı ile görme, dokunma, işitme gibi hisler sunarak gerçek üstü bir dünyada yer almalarını sağlamaktadır. Teknolojik altyapısı pahalı olduğu için 2000’li yıllara kadar daha çok büyük şirketler, çeşitli üniversiteler ve ordu tarafından tercih edilen sanal gerçeklik teknolojileri iletişim sistemlerindeki gelişmeler sonrası ve rekabetçi piyasa ortamları ile birlikte daha ulaşılabilir bir hale gelmiştir (Yengin ve Bayrak, 2018: 46). Sanal gerçeklik teknolojisinin sahip olduğu potansiyel ve geniş bir kullanıcı kitlesine ulaşma imkanı markaların bu alanda çalışmalar yapmasında etkili olmuştur. Oculus Go, Oculus Rift, Samsung Gear VR gibi sanal gerçeklik ürünleri hem kullanıcıların bu alana olan ilgisini artırmış hem de piyasanın hızlı bir şekilde gelişmesinde etkili olmuştur.

2.3. Artırılmış Gerçeklik (Augmented Reality – AR)

Yeni nesil gerçekliğin oluşturduğu, bilgisayar sistemlerine dayalı bir arayüz geliştirmek için oluşturulan artırılmış gerçeklik teknolojileri her geçen gün çeşitli endüstriyel alanlar ve laboratuvar ortamları ile birlikte geniş bir kullanıcı kitlesine ulaşmaktadır. Artırılmış gerçeklik, gerçek ortamda yer alan nesneler ile sanal ortamda yer alan nesneleri bir araya getirir ve kullanıcıların gerçek zamanlı olarak bu nesneler ile etkileşim içinde olmasını sağlar (Azuma, 1997: 355). Artırılmış gerçeklik, gerçek dünya ile birleştirilmiş olan nesneleri kullanıcılara fiziksel ortamlarından kopmadan, mevcut gerçeklikleri üzerinde sunmaktadır.

İngilizcede “Augmented Reality” olarak geçen artırılmış gerçeklik kavramı bir şeyi eklemek anlamını taşımaktadır. Fiziksel ortamın sahip olduğu verilere sanal bilgiler ekleyerek yeni bir bakış açısı kazandırılması yolu ile gerçeklik artırıldığı için kavram Türkçeye artırılmış gerçeklik olarak çevrilmiştir (Aydoğan, 2021: 134). Artırılmış gerçeklik, video kamera tarafından sağlanan gerçek zamanlı görüntülerin sanal nesneler eklenerek insan duyularına hitap edecek şekilde sunulması, insan ve bilgisayar arasında bir etkileşimin gerçekleşmesidir (Ludwing ve Reimann, 2005: 4). Artırılmış gerçeklik temelde dijital olarak oluşturulan her türlü ses ve görüntü gibi materyallerin gerçek dünyada yer alan nesnelere yansıtılmasını ifade eder. Geliştirilen artırılmış gerçeklik teknolojilerinin sahip olduğu temel özellikleri şu şekilde sıralayabiliriz (Azuma, 1997: 2):

- Sanal nesneler ve gerçek nesneler gerçek dünyada bir araya gelerek bütünleşirler.
- Sanal nesneler ve gerçek nesneler ile oluşturulan sistemler gerçek zamanlı olarak birbirleri ile etkileşim içindedirler.
- Gerçek ve sanal birbirine uyumlu olarak üç boyutlu bir şekilde harmanlanırlar.

Artırılmış gerçeklik teknolojisine yönelik çalışmalar ilk olarak 1960'lı yıllarda MIT profesörü Ivan Sutherland ve öğrencileri tarafından üç boyutlu grafikler sunmak amacı ile oluşturulan görme aracı ile gerçekleştirilmiştir (Sutherland, 1968: 758). 1970'li ve 1980'li yıllarda NASA Ames Araştırma Merkezi, Massachusetts Teknoloji Enstitüsü ve Chapel Hill'deki North Carolina Üniversitesi tarafından devam eden artırılmış gerçeklik çalışmaları 1990'lı yıllarda taşınabilir kişisel bilgisayarların kullanımı ile birlikte daha da hız kazandı (Matysczok vd. 2004: 269). Artırılmış gerçeklik terimi ise ilk olarak 1990 yılında Thomas Caudell tarafından uçak üretimindeki çalışanların taktığı gösterici sistemleri tanımlamak için kullanılmıştır (Caudell ve Mizell, 1992: 659). Gerçek bir görüntü üzerine eklenen dijital görüntü üzerinden bir deneyim sunan artırılmış gerçeklikte amaç bireylerin fiziki dünyalarından ayrılmadan, fiziki ortamlar üzerine bilgisayar teknolojileri ile eklenen görüntüler ile yeni bir deneyim elde etmeleridir (Martins vd., 2015: 2). Artırılmış gerçeklikte yeni bir gerçeklik oluşturulmaz, var olan gerçekliğin üzerine sanal ortamda eklemeler yapılarak mevcut gerçeklik tekrar sunulur.

Sanal gerçeklik kavramı ile oldukça yakın gibi görünse de sanal gerçeklikte nesneler sanal ortamda yer alırken artırılmış gerçeklikte nesnelerin gerçek dünyada yer alması olarak aralarında oldukça temel bir ayrım bulunmaktadır. Sanal gerçeklik kullanıcıyı çevresinde yer alan gerçek dünyadan kopararak tamamen yapay olarak oluşturulmuş olan bir dünyanın içine sokarken; artırılmış gerçeklik çeşitli görüntü, ses ve videolardan oluşan içeriklerin duyulara hitap edecek biçimde bilgisayar ortamında yeniden oluşturularak gerçek dünya üzerinde kullanıcılara tekrar sunar (Kipper ve Rampolla, 2013: 1). Sanal gerçeklikte kullanıcı kendisini teknoloji geliştiricileri tarafından kurgulanmış olan hayali bir ortamın içinde bulurken artırılmış gerçeklikte kurgulanan hayali dünya kullanıcının içinde yer aldığı gerçek dünya ile bir araya gelmektedir.

Artırılmış gerçeklik teknolojilerini fiziksel dünyada yer alan belirli nesneler ile etkileşime girerek sanal olarak oluşturulan nesneleri gerçek nesneler üzerinde gösteren ve etkileşimin az olduğu yansıtma altyapılı artırılmış gerçeklik, gerçek nesneler üzerinde yer alan çeşitli işaretleri tanımlayıp mevcut açıklamalar üzerinden hareket eden

tanılama altyapılı artırılmış gerçeklik ve cihazların konumlarından hareketle kullanıcılara bulundukları konumda yer alan sanal nesneleri gösteren konum altyapılı artırılmış gerçeklik olarak üç şekilde tanımlayabiliriz (Wagner ve Schmalstieg, 2003). İnternet altyapısı ve bilgisayar sistemlerindeki gelişmelere bağlı olarak artırılmış gerçeklik teknolojilerinin daha kolay ve etkili bir hale gelmiş ve bunun sonucunda da bireylerin gündelik yaşamlarında daha fazla etki göstermeye başlamıştır.

Fiziki dünya deneyimlerimizi eş zamanlı bir etkileşim ile zenginleştirebilme imkanına sahip olan artırılmış gerçeklik beş duyu organımıza hitap edebilecek bir yapıya sahip olmasına rağmen gerek teknolojik altyapı gerekse kullanım noktasındaki tercih edilebilirliği ile birlikte günümüzde kullanımı daha çok görsel algılarımız üzerinde etki uyandıracak şekilde gerçekleştirilmektedir (Kipper ve Rampolla, 2013: 4). Artırılmış gerçeklik, kullanıcıların elde ettikleri deneyimlerini daha fazla geliştirmek amacıyla dijital teknolojileri fiziksel dünya ile bütünleştirmeye çalışmaktadır (Berryman, 2012: 212). Teknoloji ve değişen zaman ile birlikte artırılmış gerçeklik daha fazla duyu organına hitap edebilecek ve kullanıcılar çevresinde yer alan daha fazla nesne ile etkileşim içinde olabilecekler.

2.4. Karma Gerçeklik (Mixed Reality – MR)

Karma gerçeklik, artırılmış olan görsel sistemler ile artırılmış gerçekliğin bir araya gelmesi sonucunda ortaya çıkan görsel, işitsel deneyim süreçlerinin bütündür (Lindgren ve Johnson-Glenberg, 2013: 447). Karma gerçeklik, sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik teknolojileri ve bu teknolojilerin gelişimlerinde ve var olmasında etkili olan bütün teknolojilerin de içinde yer aldığı bir gerçekliği kapsamaktadır. Karma gerçeklik, fiziksel ortamlar ile sanal ortamlar arasındaki bir bağlantı kurarak kullanıcıların bu ortamlara tek bir sistem üzerinden erişmesini sağlamaktadır. Karma gerçeklik teknolojisinin ilk olarak 1956 yılında Morton Heilig tarafından kullanıcıların sinema deneyimlerini etkileşimli bir hale getirmek amacıyla geliştirilen Sensorama isimli simülasyon cihazı ile ortaya çıktığını söyleyebiliriz (Heilig, 1962). Karma gerçeklik teknolojisi sahip olduğu altyapı ile farklı ortamlarda yer alan kullanıcılar aynı anda sahip oldukları fiziksel mesafelerden bağımsız olarak bir araya gelebilmektedirler.

Kullanıcılarını fiziksel dünyadan soyutlayan sanal gerçeklik ve tamamen fiziksel dünya üzerinde bir deneyim sunan artırılmış gerçeklikten farklı olarak karma gerçeklik sanal

gerçeklik ve artırılmış gerçeklik teknolojilerinin sahip olduğu fiziksel dünya ve sanal dünya özelliklerinin bir karışımı olarak sanal dünya ve gerçek dünya arasında tam zamanlı bir etkileşim imkanına sahiptir (Milgram ve Kishino, 1994: 1321 – 1329). Sanal gerçeklik kullanıcılarının fiziksel hareketlerini sınırlandırırken karma gerçeklikte kullanıcı fiziksel olarak hareket edebilme özgürlüğüne sahip bir biçimde deneyim elde edebilmektedir. Karma gerçeklik kullanıcılarına gerçek dünyaya bağlı kalarak gerçek dünya üzerinde sanal dünyanın etkin bir şekilde kendini gösterdiği teknolojik sistemdir. Karma kavramının İngilizce karşılığı olan mixed “birden fazla türden bireylerden veya öğelerden oluşan veya bunları içeren; tutarsız, uyumsuz veya zıt unsurlar içeren veya bunlara eşlik eden” şeklinde tanımlanmaktadır (Merriam-Webster). Türk Dil Kurumu tarafından ise karma “ayrı türden olan öğelerin iç içe geçmelerini, birbiri içinde dağılmalarını sağlama; ayrı türden olan öğelerin karıştırılmasıyla oluşmuş” şeklinde tanımlanmıştır (TDK). Kavramın İngilizce karşılığına baktığımızda bir birleşim söz konusuyken Türkçede farklı olan grupların bir karışımı söz konusudur ancak karma gerçeklik ne birbirinden bağımsız olan sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik teknolojilerinin birleşimi ne de bu teknolojilerin gelişmiş bir halidir. Karma gerçeklik her iki teknolojinin de içinde yer aldığı, bu teknolojileri bünyesinde barındıran yeni bir gerçeklik teknolojisidir.

Karma gerçeklik, fiziksel gerçeklik ve dijital içerikler, arasında kurulan etkileşimdir. Ancak karma gerçeklik kullanıcıların tamamen dijital bir dünyada olduğu sanal gerçeklik ve dijital içeriklerin fiziksel dünya üzerinde gösterildiği artırılmış gerçeklikten farklı olarak sanal ve gerçeği bir arada harmanlayan bir teknolojidir (Wigmore, 2018). Karma gerçeklik ne bir üst teknolojidir ne de sanal ve artırılmış gerçekliğin bir arada olması ile ortaya çıkan bütünsel bir teknolojidir. Karma gerçeklik bir yandan artırılmış gerçeklik bir yandan da sanal gerçekliktir ama aynı zamanda onlardan bağımsız yeni bir teknolojidir.



Şekil 1: Milgram ve Kishino Karma Gerçeklik Düzlemi

Kaynak: Milgram ve Kishino, 1994.

Karma gerçeklikte birey ne sanal gerçeklikte olduğu gibi tamamen dijital bir dünyadadır ne de artırılmış gerçeklikte olduğu gibi fiziksel dünya üzerinde gösterilen bir sanal dünyadadır. Karma gerçeklikte birey fiziksel dünya üzerindeki sanal bir dünyada yer almaktadır (Wigmore, 2018). Sanal gerçeklik teknolojisinde kullanıcı, fiziksel ortamdan bağımsız bir şekilde dijital olarak hazırlanan ortama dahil olabilirken, artırılmış gerçeklik teknolojisinde kullanıcı fiziksel ortama entegre biçimde oluşturulan altyapı ile ortamı üç boyutlu olarak deneyimleyebilmektedir. Karma gerçeklik teknolojisinde ise kullanıcı bir yandan fiziksel ortamdan bağımsız olarak hazırlanan sanal dünyada yer alabilir bir yandan da bir yandan da fiziksel mekanda ürünleri üç boyutlu olarak görebilir. Karma gerçeklik teknolojisi kullanıcılara hem fiziksel ortamı hem de fiziksel ortamın ötesini deneyimleyebilme imkanı sunmaktadır.

Karma gerçeklik teknolojilerinin sahip olduğu nesneler, fiziksel dünyanın sınırlılıklarından bağımsız bir şekilde kullanıcılarına hiçbir kısıtlamanın olmadığı, özgürlüklerin yer aldığı bir ortam sunmaktadır. Oluşturulan bu ortamlar çalışma, eğitim, eğlence gibi farklı alanlar ile bireylerin gündelik yaşamları üzerinde etkisini gösterebilmektedir (Manuri ve Sanna, 2016: 19). Karma gerçeklikte kullanıcılar sanal dünyanın özgürlüklerine gerçek dünya ortamı üzerinde ulaşabilmektedir. Karma gerçeklik teknolojisi fiziksel dünya üzerinde başlayıp sanal dünya üzerinde devam eden ve sanal dünya üzerinde başlayıp fiziksel dünya üzerinde devam eden karma gerçeklik teknolojisi olarak iki gruba ayırabiliriz. Fiziksel dünyada başlayan karma gerçeklik teknolojisinde kullanıcılar bulundukları gerçek dünya ortamından hiçbir şekilde ayrılmadan sanal dünya üzerinde yer alan nesneler ile etkileşime geçerler. Sanal dünya

üzerinde başlayan karma gerçeklik teknolojisinde ise kullanıcılar gerçek dünyaya sanal dünya üzerinden bağlanır ve kullanıcılar farklı bir dünyanın parçası haline gelir.

2.5. Genişletilmiş Gerçeklik (Extended Reality – XR)

Genişletilmiş gerçeklik; sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik, karma gerçeklik teknolojilerini bünyesinde barındıran kapsayıcı bir terimdir (Milgram ve Kishino, 1994: 10). Bilgisayar teknolojileri ve donanımları aracılığıyla oluşturulan genişletilmiş gerçeklik, insan ve makine arasında kurulan etkileşim yoluyla oluşturulmuş olan bütün gerçek ve sanal ortamları tanımlamaktadır (Doolani vd., 2020: 3). Genişletilmiş gerçeklik, bir gerçeklik teknolojisi değil, günümüzde var olan bütün gerçeklik teknolojilerini bünyesinde barındıran bir üst yapıdır.

Genişletilmiş gerçeklik, bilgisayar teknolojilerini ve giyilebilir cihazları kullanarak, fiziksel dünyanın ve sanal dünyanın yardımı ile kullanıcıları, insanların ve makinelerin yer aldığı yeni bir gerçekliğe dahil eder (Mann vd., 2018: 2). Sanal gerçeklik kullanıcılara gerçek dünyadan bağımsız dijital bir ortam sunarken artırılmış gerçeklik ise gerçek dünya ile sanal dünyayı bir araya getirerek sanal dünyayı gerçek dünya üzerinde gösterir. Karma gerçeklik ise hem gerçek hem de sanal dünya unsurlarını bir arada sunar ancak kullanıcı sanal ve gerçek arasındaki ayrımın farkındadır. Genişletilmiş gerçeklik sistemlerinde kullanıcıların dahil oldukları dünya ile gerçek ve sanal arasındaki ayrımın ayırt edilemez hale gelmektedir. Son zamanlarda teknolojinin gelişmesi ve daha da ulaşılabilir hale gelmesi ile birlikte genişletilmiş gerçeklik teknolojileri eğlence sektörü, sağlık, eğitim gibi alanlar ile günlük yaşamda kendine yer bulmuştur.

Kullanılacak olan cihazlar ile birlikte genişletilmiş gerçeklikte kullanıcılar sanal nesneler ile etkileşim kurabilmektedirler. Örneğin kulaklık ile donatılmış olan bir gözlük kullanıcının görme ve işitme duyusuna erişmesine, dokunma sensörüne sahip olan eldivenler ile dokunma duyusuna ulaşılacaktır (Azuma vd. 2001: 35). Genişletilmiş gerçeklik teknolojilerindeki temel amaç kullanıcının algısını değiştirerek sanal dünya ile gerçek dünya arasındaki ayrımı ortadan kaldırmaktır.

2.6. Blokzincir Teknolojisi

Blokzincir teknolojisi en temel ifade ile üzerinde bilgilerin yer aldığı zincirlerden oluşan ve bu zincirler aracılığı ile bilgilerin taşındığı veri tabanıdır. Merkezi olmayan bir yapıya sahip olan blokzincir teknolojisi, kalıcı, şeffaf, değişmez ve güvenilir bir şekilde benzer parçalar arasında yapılan işlemlerin kontrolünün sağlandığı dijital bir defter sistemidir. Algoritmik yapısı ve dağıtılmış merkezi yapısı sayesinde blokzincir teknolojisi bilgilerin güvenli bir şekilde paylaşılmasını ve paylaşılan dijital bilgilerin uzun süreli olarak korunmasını sağlamaktadır (Grover, Kar ve Ilavarasan, 2018: 2).

Terim, verilerin içinde bulunduğu şifrelenmiş bilgi kümelerini ifade eden “blok” ve bu bilgi kümelerinin kendinden önceki bilgi kümeleri ile şifreler aracılığıyla bir araya gelmesini ifade eden “zincir” terimlerinin bir araya gelmesiyle ortaya çıkmıştır. OECD (2016) yayınladığı Bilim, Teknoloji ve İnavasyon Raporu’nda blokzincir teknolojisinin geleceğe yön vermesi beklenen on büyük teknoloji arasında yer aldığını belirtmektedir. Teknolojinin bünyesinde barındırdığı merkezi olmayan yapısı ve herhangi bir üçüncü taraf olmadan işlem yapabilme özelliği geleneksel pazar yapısının sistemi üzerinde değişikliklerin yaşanabilmesine neden olacaktır (OECD, 2016: 107).

Bloklar üzerinde yer alan verilerin değiştirilemez bir biçimde kodlanarak saklanmasına imkan tanıyan blokzincir teknolojisinin en büyük özelliği veritabanında yer alan bilgilerin doğrulanması noktasında sunduğu altyapıdır. Kullanıcılar herhangi bir aracı kişi olmadan sahip oldukları verilerin hareket noktasını kontrol edebilme imkanına sahiptirler. Blokzincir teknolojisinin temelinde yer alan düşünce tarafların işlemlerini P2P ağı aracılığı ile dağıtılmış bir şekilde depolamasına izin vererek tarafların işlemlerinin gizliliğinin korunmasıdır. Zincir üzerinde gerçekleştirilen işlemler açık anahtar kodlu kriptografi ve dijital imzalar aracılığı ile kaydedilir (Zamir, 2019: 3). Gerçekleştirilen kayıtlar ağ üzerinde yer alan düğümler tarafından doğrulanır ve taraflar tarafından kontrol edilebilir.

Bitcoin ile gündeme gelmiş olsa da blokzincir teknolojisinin temelleri 1991 yılında Haber ve Stometta tarafından gerçekleştirdikleri çalışmalara dayanmaktadır (Dursun, 2021: 1038). 2008 yılı itibari ile etkin bir şekilde kullanılmaya başlayan blokzincir teknolojisi merkezi olmadan, verilerin zaman damgalı ve anonim olarak güvenli bir şekilde transfer edilmesine olanak tanımaktadır (Jiang vd., 2021: 1084). Blokzincir teknolojisinin kullanım alanlarını aşağıdaki gibi sıralayabiliriz:

- Sağlık: Blokzincir teknolojisinin ağ üzerinde yer alan bütün verileri güvenli bir şekilde saklayabilme imkanı sunması ve kullanıcıların mevcut verileri üzerinde kimlerin denetim ve kontrol hakkının olabileceğini belirleyebilme yetkisine sahip olması bireylerin sağlık geçmişleri ile ilgili olarak mevcut verilerinin blokzincir üzerinde yer almasını güçlü bir hale getirmektedir (Hasselgren vd., 2020: 3).
- Devlet Kurumları: Devlet kurumlarının ihtiyaç duyulan merkezi yapısı blokzincir teknolojisinin merkezsiz yapısı ile her geçen gün ortadan kalkmaktadır. Devlet kurumları blokzincir teknolojisinin avantajların farkına vararak işlemlerinde kullanmaya başlamışlardır. Özellikle de şeffaık duygusu yaratmak isteyen kurumlar blokzincir teknolojisi üzerinden gerek vatandaşlarının gerekse kurum işlerini gerçekleştirmektedirler (Aysan, Sadriu, ve Topuz, 2020: 527).
- Sosyal Medya: Teknolojinin hayatımızın her anında etkisini gösterdiği günümüzde sosyal medya platformlarının yaşamımızın büyük bir kısmında etkili olduğu bir gerçektir. Ancak hayatımızın önemli bir parçası haline gelen sosyal medya beraberinde kişisel verilerin korunası noktasında birçok sorunu da getirmektedir. Blokzincir teknolojisinin depolama noktasında ve verilerin hareketi noktasında sunduğu şifreleme yapısı sosyal medya platformlarının güvenliğinin artırılması üzerinde etkili olmaktadır (Song vd., 2019: 1)
- Yapay Zeka: Yapay zeka, blokzincir teknolojisinin mevcut kullanım alanları göz önünde bulundurulduğunda en güçlü ve aynı zamanda da en tehlikeli yapıya sahip olabilecek kullanım alanı olarak ele alınabilir. Yapay zeka algoritmalarının merkezi yapısı ortadan kaldırılabilirse, yapay zekalar blokzincir teknolojisi üzerinde insan teknolojilerinden bağımsız bir şekilde varlığını sergileyebilir. Blokzincir ağı üzerinde kendini geliştirebilme imkanı bulabilecek olan yapay zekalar insan teknolojileri aracılığı ile elde ettiği öğrenme sürecinden daha hızlı bir öğrenme süreci ile karşı karşıya olabilecektir (Salah vd., 2019: 10132).

Blokzincir, dijital olarak geliştirilmiş olan bir varlığın, mülkiyet hakkı başta olmak üzere bütün temel haklarının temsili olan meta verilerinin depolanması için kullanılan bir teknolojidir (Ante, 2021: 2). Blokzincir teknolojisi aracılığı ile Bitcoin başta olmak üzere bütün kripto paraların ve NFT'lerin transfer işlemleri karşılıklı olarak gerçekleştirilebilmekte ve zincir içerisinde yer alan akıllı sözleşmeler sayesinde bu transfer işlemleri birbirine yabancı olan taraflar arasında güvenli bir şekilde

gerçekleştirilebilmektedir (Wang vd., 2021: 12). Blokzincir teknolojisinin kullanıcılarına sunmuş olduğu güvenli ortam sayesinde ve zincir üzerinde üretilen eserlerin orijinallikleri korunarak diğer kişiler ile paylaşılabilmesi, blokzincir teknolojisini sanatçılar, sanatseverler, koleksiyonerler için çekici hale getirmiştir.

2.7. Nft

Açılımı, (N)on-(F)ungible (T)okens olan NFT’leri Türkçe literatürde “yeri doldurulamaz jeton” olarak çevirebiliriz. NFT, blokzincir ağı üzerinde kodlanmış, benzeri olmayan jetonu ifade etmektedir. NFT kavramını en genel tanımı ile dijital olarak üretilen sanat eserlerini tescil edilebilir ve satılabilir bir varlık haline getiren, dijital olarak varlığını gösteren sertifikalardır. NFT’ler, müzik eserleri, multimedya eserleri, ticaret kartları gibi oldukça farklı yapıda yer alan gerçek ya da maddi ir varlığı olmayan bir yapının sahipliğini temsil eder (Wang vd., 2021: 3). Tek ve eşsiz olan NFT sanat eserleri değiştirilemez ve yeri doldurulamaz varlıklardır. Dünya üzerinde yer alan hiçbir NFT sanat eseri birbiri ile aynı değildir. Benzersiz ve değiştirilmez olan NFT’ler farklı türlerde karşımıza çıkabilmektedirler. Herhangi bir dijital varlığa mülkiyet kazandıran NFT, onları tescilleyerek kayıt altına almaktadır.

Blokzincir sistemi üzerinde tek ve değiştirilemez şifrelenmiş bir yapıya sahip olan NFT’ler diğer kripto varlıklardan farklı olarak benzersiz ve tescilli bir yapıya sahiptirler. Kripto varlıkların kendi aralarında bir değişimi olmasına karşılık NFT’lerin değişimleri başka bir NFT ile gerçekleştirilememektedir. Bu bakımdan NFT’ler benzersiz bir özelliğe sahiptirler. Özellikle yüksek satış fiyatları ve basında yer almaları nedeniyle koleksiyonerler tarafından alınan ve koleksiyonları yapılan sanat eserleri, çeşitli futbol kartları, atılan tweetler, alan adları, dijital ticari kartlar gibi çeşitli video, grafik ve görüntüler NFT eserler arasında yer almaktadır (Fortnow ve Terry, 2021: 17 – 32).

Mike Winkelmann isimli grafik tasarımcının 5000 gün boyunca çizdiği tasarımların tek bir çalışma üzerinde birleştirildiği “Beeple” adlı eseri 2021 yılında 69,3 milyon dolara satılmıştır. Jeff Koons ve David hockney’den sonra bir sanatçının hayattayken ulaştığı en yüksek satış fiyatına ulaşan sanatçının eseri NFT piyasalarına olan ilgiyi artırmıştır (Dursun, 2021: 1043). Temelde herkes NFT sanat eserlerinin orijinallerine internet üzerinden erişebilmekte ve bu eserleri bilgisayarlarına orijinal formatları ile

indirebilmektedirler ancak bu eserleri bu kadar değerli kılan ve bu fiyatlara satılmasına neden olan yapı ise her bir eserin aynı zamanda birer NFT olmasıdır.

NFT eserler sahiplerine eserin daha önceden kime ait olduğunu, oluşturulma zamanını kontrol edebilmektedir ve NFT'lerin başka bir token ile değiştirilemiyor olması her bir eseri özgün kılmaktadır ve eser sahibi eserin orijinalliğini kontrol etme imkanı sahiptir. Kshetri (2021: 24) NFT eserlerin değiştirilemeyen ve kalıcı varlıklar olduğunu, her bir eserin beraberinde nadir bir varlığı temsil ettiğini ve oluşturulan eserin bir bütün olduğunu ve kendinden küçük parçalara bölünemediğini belirtmektedir.

Dijital varlıklar üzerinde bireylerin sahip oldukları mülkiyet haklarını diğer dijital varlıklara güvenli bir şekilde bağlayan ve onlar ile eşleştiren NFT sistemlerinin çalışma prensibi aşağıdaki gibi açıklanabilir:

- NFT Sayısallaştırılması (NFT Digitize) ve NFT Mağazası (NFT Store): Öncelikli olarak NFT sahibi oluşturduğu dosyanın başlığını ve dosyayı tanımlayacak olan gerekli açıklamaları belirler. Bu belirleme ve düzenleme işleminden sonra sistem üzerinde yer alan ham veriler NFT sistemlerinin aktarım şekline uygun bir biçimde sayısal hale getirilir. NFT sahibinin oluşturmuş olduğu ham veriler blokzincir sisteminin dışında yer alan bir veri tabanı üzerinde depolanır (Wang vd., 2021: 5 - 6).
- NFT İşareti (NFT Sign): NFT sahipleri, sahibi oldukları NFT işlemlerini imzalar ve imzaladıkları sözleşmelerin yeniden sisteme dönmesi ve sistem üzerinde ilerlemesi için imzalamış oldukları işlemi gönderirler. Blokzincir sistemini oluşturan kayıtlar, sisteme gücünü veren node (düğüm) tarafından zincire eklenir. Node, ağ üzerinden kurtukları iletişim ile merkezi bir otoriteden bağımsız bir şekilde blokzincir sisteminin oluşturulmasında yer alırlar (Cachin ve Vukolic, 2017: 4).
- NFT Onayı (NFT Comfirm): Blokzincir sisteminin bir parçası haline dönüştürülerek token haline getirilen NFT işleminin onaylanması aşamasından sonra para basma işlemi gerçekleşmektedir. Kesin olarak onaylanan bu işlem sonrasında NFT'ler artık kalıcı ve benzersiz olarak blokzincir ağına bağlanırlar (Wang vd., 2021: 6).

Blokzincir tabanlı bir uygulama olan NFT'lerin satılması ya da oluşturulması işlemi gerçekleştikten sonra akıllı sözleşmelerin onaylanması aşamasına geçilir. Bu aşamada onaylanan akıllı sözleşmeler ile blokzincir üzerinde NFT verileri yeni bir bloğa eklenmiş olur. Bu sürecin sonunda NFT ve NFT sahipliği konusunda geri döndürülemez bir işlem ile NFT'ler tescillenmiş olur (Wang vd., 2021: 6).

NFT pazaryerlerinin hacminin her geçen gün daha da artması beklenmektedir. DappRadar verilerine göre en büyük 3 NFT platformu şu şekilde sıralanabilir (DappRadar, 2021):

- OpenSea: NFT pazaryerleri içinde en büyük ve aynı zamanda en popüler olan NFT platformudur. NFT'lerin oluşturulması, satılması ve alınması noktasında kullanıcılara kolaylık sunan OpenSea, 2017 yılında kurulmuştur (Fortnow ve Terry, 2021: 108). Çeşitli sanat eserlerinin ve koleksiyon parçalarının satılması başta olmak üzere domainler, sanal dünyalar, dijital kartlar gibi farklı alanlarda yer alan NFT'lerin satın alınması noktasında kullanım kolaylığı sunan siteye Metamask, Bitski, Walletlink gibi cüzdanlar ile oldukça kolay bir şekilde kayıt yapılabilmektedir.
- Axie Marketplace: Axie Infinity oyununun resmi pazar yeri olan site kullanıcılarına Axie adı verilen çeşitli fantastik yaratıkları satın toplama, onları eğitme, yetiştirme ve kendi yaratıkları ile savaş yapma imkanı sunan oyunun çeşitli öğelerini sunmaktadır. Ethereum blokzincirinde yer alan NFT karakterler ile sonsuz bir vücut kombinasyonu yaratma imkanı bulunmaktadır (DappRadar, 2021).
- AtomicMarket: Sistem kullanıcıların NFT standartlarını koruyarak geliştiricilerin herhangi bir akıllı sözleşme ya da blokzinciri bilgisine sahip olmadan NFT pazaryeri oluşturmaya imkan tanımaktadır. Kullanıcılar bu pazaryeri aracılığı ile en çok beğendikleri pazaryerlerinin bir listesini oluşturabilir ve bunlar arasında satın alma işlemi gerçekleştirebilir (DappRadar, 2021).

NFT sanat eserleri, sanatçılara ekonomik anlamada da avantajlar sunmaktadır. Kugler (2021: 20), sanatçıların sanat eserlerini sergiledikleri sanat galerilerine elde ettikleri gelirlerinin yüzde 50'lik bir kısmını verdiklerini belirtmektedir. Ancak NFT olarak geliştirilen sanat eserlerinde durum daha farklı olmaktadır. Sanatçılar OpenSea başta olmak üzere dijital ortamlarda geliştirdikleri sanat eserlerinin sergilenmesi için herhangi bir ücret ödememekte ve elde ettikleri gelirin hepsine sahip olmaktadır. Dolayısı ile de NFT sanatçılara eserlerini üretecekleri bir mecra oluşturmanın ötesine geçerek yeni bir sanat ekonomisi de oluşturmaktadır. NFT eserler dijital dünyadaki varlıkların sınırlı olabileceği anlaşılmış ve fiziksel müze ve kültürel miraların görünüşleri ve biçimleri değişerek dijital koleksiyonların önemi kavranmıştır.

2.8. Metaverse

Yaşanan teknolojik gelişmeler ve buna bağlı olarak bireylerin kullanım pratiklerinde yaşanan dönüşümler etkisini oyun kültüründe de göstermiştir. Bu değişimler ve dönüşümler sonucunda bilgisayar grafik sistemleri ve ağ teknolojilerinin altyapıları gelişmiş, kişisel bilgisayar ve ev teknolojilerine sahip olan bireylerin sayısında artış yaşanmış ve bu sürecin sonucunda da metaverse kavramı hayatımızın merkezinde yer almaya başlamıştır (Damar, 2021: 1). Facebook CEO'su Mark Zuckerberg'in Ekim 2021 tarihinde şirketinin adını Meta olarak değiştireceğini açıklaması ile birlikte Metaverse kavramı popülerlik kazanmış olsa da aslında yeni bir kavram değildir (Nesbo, 2021). Metaverse kelimesi ilk olarak 1992 yılında Neal Stephenson tarafından yazılan Snow Crash (Parazit) adlı kurgu eserde hayallerin ötesinde insanların içinde yaşadıkları distopik dünyadan uzaklaşmak için avaturları aracılığı ile dahil oldukları büyük bir sanal ortamı ifade etmek için kullanılmıştır (Joshua, 2017: 26). Yine benzer şekilde Metaverse kavramı "Ready Player One" isimli romanda ve romandan uyarlanan filmde "OASIS" adlı bir evreni ifade etmek için kullanılmıştır (Nesbo, 2021). Metaverse, aynı fiziksel ortamda yer almayan bireylerin diğer bireyler ile meydana getirebilecekleri ve keşfedebilecekleri sanal alanları ifade etmektedir (Robertson ve Peters, 2021). Bu sanal ortamlar bir yandan kullanıcıların varlığına bağlıyken bir yandan da onlardan bağımsız olarak gelişmektedirler.

Metaverse, artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik teknolojilerini merkezine alarak bu teknolojiler yardımı ile çeşitli faaliyetlerin gerçekleştirilmesine imkan sunan üç boyutlu bir sanal dünyayı ifade etmektedir. Temelde, bizlerin fiziksel dünyaları ile gerçeklik arasında yer alan bir katman olan metaverse, insanların bulundukları yerden ayrılmadan, büyük fiziksel eylemlere gereksinim duymadan çeşitli cihazlar kullanarak içinde yer aldıkları biliş dünyasını tanımlamaktadır (Alang, 2021). Bu ortamlarda yer alan haritaların, oluşturulan avaturların ve modellerin aynı anda bu evrende yer alan bütün kullanıcılar tarafından görüntülenebiliyor ve kullanılabilir olması metaverse evrenlerinin daha hızlı bir şekilde gelişmesinde etkili olmaktadır.

Bir sosyal ağ olarak ifade edilebilen metaverse, kullanıcılar arası etkileşimin kurulduğu, bilgisayar tabanlı olarak geliştirilen, çevrimiçi toplulukların yer aldığı bir sanal dünyadır (Farjami vd., 2011: 500). Meta (ötesinde) ve universe (evren) kelimelerinden türetilen metaverse, blokzincir tabanlı olarak geliştirilen gerçek üstü sanal dünyaları ifade

etmektedir. Bireyler oluşturulan bu gerçeküstü ortamlarda sahip oldukları avatarları aracılığı ile diğer kullanıcılar ile etkileşim kurma imkanına sahip olmaktadır (Suh ve Ahn, 2022: 1). Metaverse ortamlarının sahip oldukları özellikler kadar ne olmadığı da önem taşımaktadır. Ball (2020), metaverse ortamlarının ne olmadığını şu şekilde ifade etmektedir:

- Metaverse sanal dünya değildir.
- Metaverse sanal gerçeklik değildir.
- Metaverse oyun değildir. Metaverse ortamları her ne kadar oyun platformları ile adından daha çok söz ettiriyor olsa da bir oyun değil, içinde oyunların da yer aldığı bir ortamdır.
- Metaverse sanal tema parkı değildir. Günümüzde Metaverse ortamları daha çok eğlence amaçlı kullanılıyor olsa da Disneyland gibi sadece keyif veren bir alandan daha fazlasıdır.
- Metaverse uygulama mağazası değildir. Metaverse ortamlarında kullanıcılar oluşturulan sanal mağazalar aracılığı ile kimi zaman avatarları kimi zaman da fiziksel dünyada kendileri için alışveriş yapıyor olsa da Metaverse bir uygulama mağazası değildir.

İnternet ağ kullanım deneyimleri metaverse öncesi dönemde genellikle çeşitli fotoğraf, video ya da metinlerden oluşan içeriklerin internet ağ yapısı üzerinde paylaşılması şeklinde gerçekleştirilirken; metaverse ile birlikte internet kullanım biçimlerinde dönüşümler yaşanmış ve kimi zaman gerçek dünyada yer alan nesneler dijital dünyanın içinde yer alırken kimi zaman da dijital dünyadaki nesneler gerçek dünyanın birer parçası haline gelmeye başlamış ve bireylerin kullanım deneyimleri de dönüşmüştür. Metaverse sistemlerinde yaşanacak gelişmeler ile birlikte bu ortamların yakın bir gelecekte kendi bünyesinde toplumu ilgilendiren yeni düzenlemelerin yapılmasını gerekli kılacağı beklenmektedir. Bu ortamların yoğun bir kullanıma sahip olması ile birlikte özellikle pornografi ve şiddet gibi toplumun genelini ilgilendiren ve çeşitli toplumsal sorunlara neden olan konularda metaverse alanlarına yönelik yeni düzenlemelere ihtiyaç duyulacağı düşünülmektedir (Noyan ve Özpençe, 2023: 115). Metaverse, blokzincir teknolojisi, yapay zeka, uçtan uca şifreleme, kripto para, bulut erişim sistemi gibi içinde birden çok teknolojiyi barındırmaktadır. Metaverse evrenine geçişin tam anlamı ile gerçekleşebilmesi için oluşturulan bu ortamların gerçekçi olması,

her yerden erişilebilir olması, birlikte çalışabilmesi ve ölçeklenebilir olması gerekmektedir (Dionisio vd. 2013: 8 – 28). Dolayısı ile de günümüzde tam anlamı ile bir Metaverse evreninden bahsetmek mümkün değildir ancak teknolojik gelişmeler ve kullanım pratiklerine bağlı olarak yakın bir gelecekte metaverse ortamlarının bireylerin yaşamlarının her alanında etkisini göstereceğini söyleyebiliriz.

Metaverse ile birlikte bireylerin gündelik yaşam pratiklerinde, düzenlenen kültür ve sanat faaliyetlerinde çeşitli dönüşümler ve değişimler yaşanmaya başlamıştır. Bu dönüşümün ilk etkisini Second Life isimli oyunda çeşitli müzelerin ve galerilerin oluşturdukları oyuna sanat eserlerinin satışını yapmaları ve oyuncuların bunları satın alarak oyunda yer alan evlerinde kullanmaları şeklinde görüyoruz. Metaverse dünyası ile birlikte bu değişim daha da hız kazanmıştır. Bu duruma örnek olarak Ethereum blokzincir tabanlı bir sanal gerçeklik evreni olan Decentraland tarafından düzenlenen ve yaklaşık 10 gün süren içinde çeşitli partilerin, sergilerin ve tartışmaların yer aldığı etkinlik gösterilebilir (Akt. Aydoğan, 2021: 165). Elektronik müzik yapımcısı Marshmello'nun, Fortnite oyununda düzenlediği ve oyuncuların seyirci olarak katılabildiği konser gündelik yaşamdaki kültür ve sanat faaliyetlerinde yaşanan değişimlerin bir diğer örneği olarak gösterilebilir (Rubin, 2019).

2.8.1. Popüler Metaverse Platformları

Kullanıcıların, gerçek olmayan üç boyutlu bir dünyada sahip oldukları avatarları aracılığı ile içinde yer aldıkları sanal dünyadaki diğer kişiler ile etkileşime girebildiği, kullanıcılar üzerine gerçeklik hissi uyandıran metaverse şu an algıladığımız gerçekliğin ötesinde bir dünya olarak karşımıza çıkmaktadır (Lee vd., 2021: 3). Özellikle internet teknolojilerinin gelişimi ile birlikte popülerlik kazanmaya başlayan metaverse temelde internet üzerinde yer alan, kullanıcıların etkileşim kurabildiği dünyaları ifade etmektedir. Bu özelliği ile de metaverse aslında yeni bir kavram değildir.

İnternet altyapılarının gelişimi ve herkes tarafından erişilebilir olmaya başladığı ilk günlerden bu yana metaverse hayatımıza dahil olmuştur. Metaverse insanlara fiziksel dünyada gerçekleştirmeleri mümkün olmayan ya da zaman ve mekandan dolayı gerçekleştirmekte zorluk yaşayabilecekleri durumları deneyimleme imkanı sunarken aynı zamanda fiziksel dünyanın bir parçası olarak gündelik yaşam pratiklerini sanal dünya üzerinde gerçekleştirebilecekleri bir ortam oluşturmaktadır. Kullanıcılar bu sanal

dünyalar üzerinde etkinliklere ve eğitimlere katılabilmekte, birbirleri ile iletişim kurabilmekte, mevcut sanal dünya üzerindeki para sistemleri aracılığı ile alışverişlerini gerçekleştirebilmektedirler.

2.8.1.1. Roblox

Yapım Yılı	2004
Yapımcı	Roblox Corporation
Erişim Platformları	PC, Mobil Cihazlar,
Altyapı	Blockchain (Ethereum)
Özel Para Birimi	Robux

Tablo 3: Roblox Hakkında Bilgiler

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Nike, Gucci, Vans gibi büyük markalar ile yapmış oldukları reklam anlaşmaları platformun popüler olmasında ve kullanıcılar tarafından ilgi görmesinde etkili olan bir diğer neden olarak karşımıza çıkmaktadır. Ülkemizde de İş Bankası, platforma reklam vererek metaverse evreni üzerinde reklam veren ilk banka olmuştur (İş Bankası, 2022). Kullanıcılar, platformda çeşitli markaların reklamlarına ait görselleri görebilmekte, gerçekleştirilen entegrasyonlar ile sürükleyici deneyimleri elde edebilmekte ve sanal dünya üzerinde alışveriş deneyimi yaşayabilmektedirler (Roblox, 2024).

Roblox, oyuncuların Roblox Studio aracılığı ile kendi modellemelerini yaparak oyunlarını geliştirmelerine ve daha sonra geliştirdikleri bu oyunları diğer kullanıcılar ile paylaşabilme ve onlar ile birlikte oynayabilme imkânı sunmaktadır. Kullanıcılar oyun geliştirmelerinin yanı sıra tek kullanımlık satın alma işlemine sahip ya da birden fazla satın alma işlemine sahip ürünler geliştirebilme imkanına sahiptirler. Kullanıcılar sahip oldukları karakterlerini çeşitli kıyafet ve aksesuarlar satın alarak kişiselleştirme imkanına sahiptirler. Premium üyeliği bulunan kullanıcılar ise kıyafet ve aksesuar satın almanın yanı sıra aldıkları ürünleri de satma imkânı bulmaktadırlar. Uygulama sanal bir oyun deneyiminin ötesinde kullanıcılara çeşitli etkinliklerin gerçekleştirilebildiği gerçek dünyanın benzeri bir sanal ortam sunmaktadır.

2.8.1.2. Fortnite

Yapım Yılı	2017
Yapımcı	Epic Games
Erişim Platformları	PC, Mobil Cihazlar
Altyapı	Blockchain (Ethereum)
Özel Para Birimi	V-Papel

Tablo 4: Fortnite Hakkında Bilgiler

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

İlk olarak bir oyun platformu olarak kurulan Fortnite geliştirmeler ve kazandığı popülerlik ile bir metaverse evrenine dönüşmeye başlamıştır. Fortnite Covid – 19 döneminde oyun içinde kurulan alışveriş alanları, kullanıcıların sahip oldukları avatarları ile birbirleri ile iletişim imkanına sahip olması, çeşitli iş toplantılarının yapılması, avatarlar için çeşitli dans partilerinin ve konserlerin düzenlenmesi ile bir oyun olmanın ötesine geçerek Metaverse platformuna dönüşmüştür (Smith, 2021). Epic Games, 2021 yılında yapmış olduğu bir milyar dolarlık finansman ile Fornite ile başladıkları Metaverse girişimlerine devam edeceklerini duyurmuştur (Epic Games, 2021). Platformun bugünkü anlamda popülerlik kazanmasında ise rap sanatçısı Travis Scott konserinin platformda verilmesi etkili olmuştur.

Fortnite kullanıcılara başta Epic Games tarafından geliştirilen içerikler olmak üzere farklı oyun seçenekleri sunmaktadır. Fornite kullanıcılarına adada hayatta kalmak için mücadele etme, kendi kuralları ile yaşam oluşturma ya da dünyayı kurtarmak için mücadele verme imkanı sunmaktadır (Fornite, 2020). Fortnite, kendi içinde aynı altyapıda yer alan üç farklı oyun moduna sahiptir (Fornite, 2020):

- Fortnite Save the World: Dört farklı oyuncu işbirliği ile ortak bir hedef karşısında oynamaktadırlar. Oyuncular çeşitli oyuniçi özellikler yardımı ile sahip oldukları nitelikleri geliştirerek farklı deneyimler elde etmektedirler.
- Fortnite Battle Royale: 100 oyuncuya kadar tek kişi ya da takım halinde oynanabilen bir oyunculara karşı oyuncuların yer aldığı bir savaş oyunudur.
- Fortnite Creative: Çeşitli yarış parkurları, çeşitli platformlar ile kullanıcıların mücadele ettikleri, yeni oyunlar yaratabildikleri bir moddur.

2.8.1.3. Decentraland

Yapım Yılı	2017
Yapımcı	Decentraland Foundation
Erişim Platformları	PC, Mobil Cihazlar, VR Başlık
Altyapı	Blockchain (Ethereum)
Özel Para Birimi	Mana (Ethereum Token)

Tablo 5: Decentraland Hakkında Bilgiler

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

İlk olarak 2015 yılında çalışmalarına başlanan Decentraland ilk olarak 2017 yılında kullanıma sunulmuştur. Merkezi olmayan açık kaynak kodlu Blokchain teknolojisi üzerine kurulu olan uygulamaya kullanıcılar PC, mobil cihazlar, VR başlık üzerinden erişim sağlayabilmekte ve uygulama üzerinde iyileştirme ve geliştirme yapabilmektedirler (Decentraland, 2024). Platform aracılığı ile kullanıcılar yaratıcı fikirler geliştirebildikleri gibi tıpkı gerçek dünyada olduğu gibi birbirleri ile etkileşim kurabilmektedirler.

Platformda yer alan Genesis City, kullanıcılar tarafından alınan arsalardan meydana gelmektedir. Decentraland, kullanıcıların arsa satın alıp, satın aldıkları arsalar üzerinde binalar inşa edebilme imkanına sahip oldukları uygulama kullanıcılarına kendi dijital varlıklarını oluşturabilme, sahip oldukları dijital varlıkları ile sanal dünyalarını geliştirebilme ve en önemlisi de çeşitli etkinlikler düzenleyebilme imkanı sunmaktadır (Decentraland, 2024).

Temel hareket noktası kullanıcıların içerik oluşturmaları, çeşitli oyunlara dahil olmaları, alışveriş yapma gibi çeşitli özellikler ile evrende gezinmeleri olan Decentraland'da kullanıcılar topluluk tarafından düzenlenen konserlerden, sanat galerisi açılışlarına kadar günlük olarak birçok etkinliğe katılabilmektedirler. Uygulama içinde aşağıda yer alan terimler sıklıkla kullanılmaktadır (Decentraland, 2024):

- Mana: Platformda kullanılan geçerli para birimidir.
- Land: Platformda bulunan her biri 16 metre uzunluğunda karelerden oluşan arsalardır. Her bir Land aynı zamanda birer NFT olma özelliği taşımaktadır.
- Estate: Birden fazla arsanın bir araya gelerek meydana getirdiği yapıları tanımlamaktadır.

- District: Benzer ilgi alanına sahip olan kullanıcılar tarafından oluşturulan bölgeleri ifade etmektedir.
- Scene: Bir Land ya da Land grubunun bir araya gelerek oluşturduğu alanlarda üretilen her türlü üç boyutlu nesneler, dokular ve seslerdir.

2.8.1.4. Axie Infinity

Yapım Yılı	2020
Yapımcı	Sky Mavis
Erişim Platformları	PC, Mobil Cihazlar
Altyapı	Blockchain (Ethereum)
Özel Para Birimi	AXS (Ethereum Token)

Tablo 6: Axie Infinity Hakkında Bilgiler

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Karakterleri ve sahip olduğu görselleri ile Pokemon oyun karakterlerini anımsatan Axie Infinity, oyna – kazan kazan mantığı ile kullanıcılar arasında popüler olan metaverse platformları arasında yer almaktadır. Renkli ve oldukça canlı görsellerin ön plana çıktığı uygulamaya kullanıcılar PC, mobil cihazlar aracılığı ile dahil olma imkanı bulmaktadırlar.

Axies olarak isimlendirilen sevimli karakterlerin yer aldığı platformda kullanıcılar çeşitli zorluklarla dolu bir sanal dünyada savaşılabılır, ürün yetiştirebilir ve açık pazarda çeşitli koleksiyon parçalarının ticaretini yapabilirler (Axie Infinity, 2024). Platformda bir kullanıcının oynamaya başlayabilmesi için en az üç AXS satın alması gerekmektedir. Şirket tarafından yapılan açıklamada bir kullanıcının oyunda ortalama olarak 400 dolar harcadığı tahmin edilmektedir. Toplam 1.985.925 kullanıcının olduğu uygulama kullanıcılara NFT ve kripto para imkanı veren platformda elde edilen kazançların gerçek dünyada karşılığının olması yönü ile de platform ön plana çıkmaktadır. Uygulama kullanıcılara sahip oldukları tokenleri her 14 günde bir nakde çevirme olanağı sunmaktadır (Axie Infinity, 2024).

2.8.1.5. Superworld

Yapım Yılı	2017
Yapımcı	Virtual Real Estate
Erişim Platformları	PC
Altyapı	Blockchain (Ethereum)
Özel Para Birimi	Superworld Token

Tablo 7: Superworld Hakkında Bilgiler

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Sahip olduğu görsel altyapı ile kullanıcılarına gerçek dünyaya yakın bir deneyim sunmaktadır. Temelde bir gayrimenkul evreni olan platformda, dünyanın önemli yerleri sanal olarak gezilebilir, buralardan alışveriş yapılabilir. Kullanıcıların arsa satmalarına ve satın almalarına olanak sunan platform kullanıcıların Metaverse üzerinde gerçekleştirdikleri faaliyetlerinden para kazanmalarına olana sunmaktadır. Platform aynı zamanda kullanıcılar üzerinden elde ettiği gelirleri gayrimenkul sahipleri ile de paylaşması noktasında öne çıkmaktadır (Superworld, 2024).

3. BÖLÜM: ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın deseni, araştırmanın örnekleme ve veri toplama yöntemi yer almaktadır.

3.1. Araştırmanın Deseni

Kullanıcıların, metaverse platformlarını kullanımları ile birlikte gerek platform içinde gerekse kullanıma bağlı olarak fiziksel dünyada yaşanabilecek etik sorunların ortaya konulmasını amaçlayan çalışmada sorunların önceden tespit edilebilmesi amacıyla farklı veri kaynaklarından yararlanılmasının yürütülecek olan çalışmanın amacına uygun olduğu düşünülmüştür. Bu doğrultuda, araştırma deseni olarak nitel araştırma desenlerinden durum çalışmasının kullanılmasının araştırmanın amacına daha uygun olduğu görülmüştür. Durum çalışması, araştırmacının sınırlandırılmış bir zaman çerçevesinde bir ya da birden fazla durumu farklı veri kaynaklarından yararlanarak incelediği nitel bir araştırma yaklaşımıdır (Creswell, 2007: 73). Sınırlı bir sistemin derinlemesine incelenmesi olan durum çalışmasında araştırmacı, elde ettiği sonuçlar ile olayın gelişim sürecini ve sonraki çalışmalarda odaklanılması gereken konuların neler olduğunu ortaya koyar (Davey, 1991: 1). Durum çalışmaları, güncel ve gerçek durumları merkezine almaktadır ve geçen zamana bağlı olarak kaybolmayacak verileri elde etmeyi amaçlamaktadır (Creswell, 2007: 73).

3.2. Araştırmanın Örnekleme

Örneklemin araştırılacak konuyu doğrudan temsil etmesi büyük önem taşıdığı için farklı veri toplama tekniklerinin kullanıldığı çalışma kapsamında yer alacak olan katılımcılar, amaçlı örneklem yöntemlerinden olan tipik durum örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. Amaçlı örneklem yönteminde, görüşme yapılacak olan bireylerin evreni temsil etmesinden daha çok araştırılan konu ile ne derece ilgili olduklarına bakılır (Neuman, 2012: 320). Araştırılacak olan konu hakkında derinlemesine çalışılma imkanı sunan amaçlı örneklemede, örneklem seçimi araştırmacı tarafından konu hakkında bilgisi olduğu ve alanı doğru temsil edeceği düşünülen bireylerden seçilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 107). Bir konu hakkında bilgi sahibi olan bireylerin seçildiği tipik örneklemede amaç belirli durumları seçerek evrene yönelik bir genelleme yapmak değil, belirli bir konu hakkında fikir sahibi olmak ya da seçilen konu hakkında bilgi sahibi

olmaktır (Patton, 1987: 54). Çalışmanın örnekleme iki gruptan oluşmaktadır. Yarı yapılandırılmış görüşmelerin gerçekleştirildiği birinci grup metaverse ortamları hakkında akademik çalışmalar gerçekleştiren, araştırmalar yapan ve günümüzde metaverse teknolojilerinin sunduğu imkanlar kapsamında deneyimleme olanağı bulmuş olan akademisyenlerden oluşmaktadır. Q metodu uygulamasının gerçekleştirildiği ikinci grup ise herhangi bir yaş, cinsiyet, gelir seviyesi ve çalışma durumu ayrımı olmaksızın en az lisansüstü eğitim düzeyine sahip, metaverse ortamlarına yönelik araştırmalar yapmış, deneyimleme imkanı elde etmiş bireylerden oluşmaktadır.

Nitel araştırmalarda örneklem büyüklüğü olarak verilerde yeni bir bilginin elde edilmediğinin tespit edildiği, doygunluğa ulaştığı nokta seçilir (Guest, Bunce ve Johnson, 2006: 59). Veri doygunluğu, yapılan araştırma sonucunda elde edilen verilerin tekrarlanmaya başladığını, yeterli örneklem büyüklüğünün elde edildiğini göstermektedir ve gerçekleştirilen görüşmeler bu noktada sonlandırılmaktadır (Hennik ve Kaiser, 2022: 2). Metaverse ortamlarına yönelik akademik çalışmalar yapan uzmanlarla gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmeler, veri doygunluğuna ulaşıldığı tespit edildiği noktada sonlandırılmış ve toplamda 6 uzman ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Q metodolojisi ile gerçekleştirilecek olan çalışmalarda ise yüksek katılımcı sayısı bireylerin fikirleri arasındaki ince farkların görülmesini engelleyip araştırmacının sonuca ulaşmasında karmaşaya neden olabilmektedir (Brown, 1993: 93-94). Watts ve Stenner, 2005 yılında gerçekleştirdikleri çalışmada katılımcı sayısını ifade sayısı kadar belirlerken; 1995 yılında Mauldin ve 1990 yılında Danbury çalışmalarında ifade sayısından daha fazla katılımcı kullanmışlardır. Çalışmalarda ortalama olarak 40 ile 60 arasında katılımcının yeterli olduğu ancak daha az katılımcı ile de etkili araştırmaların yapılabildiği belirtilmektedir (Karasu ve Peker, 2019: 33). Q metodu ile literatürde gerçekleştirilmiş çalışmalara bakıldığında, genel olarak katılımcı sayısının ifade sayısından daha az olması gerektiği belirtilmiştir (Stephenson, 1953; Brown, 1993; Brouwer, 1999). Bu doğrultuda çalışmada en az lisansüstü eğitim düzeyine sahip, akademik çalışmalar ve okumalar yapmış ya da mevcut teknolojik altyapılar kapsamında deneyimleme imkanı bulmuş olan katılımcıların yer aldığı Q metodu uygulamasında katılımcı sayısı olarak 30 kişi belirlenmiştir.

3.3. Veri Toplama Yöntemi

Çalışmada öncelikli olarak dijital dünyaların gelişimi ve etik arasındaki ilişkinin ortaya konulabilmesi için literatür taraması yapılmıştır. Literatür taraması sonrasında elde edilen bulgular ışığında 9 ana madde, 13 alt madde olmak üzere toplam 22 maddeden oluşan yarı yapılandırılmış soru formu hazırlanarak (EK-1) akademisyenlerle görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşme formları analiz edilmiş ve elde edilen bulgular sonucunda metaverse ortamlarındaki etik sorunlara ve çözümlere yönelik ifadeler ulaşılmıştır. Görüşmeler sonrasında elde edilen bulgular ışığında 60 maddelik Q ifade havuzu oluşturularak (EK-2) metaverse ortamlarına yönelik bilgi sahibi olan ve mevcut teknolojiler kapsamında deneyimleme imkanı bulmuş olan katılımcılarla gerçekleştirilmiştir.

3.3.1. Yarı Yapılandırılmış Görüşmeler

Q metodu uygulama aşaması öncesinde çalışmanın teorik ve metodolojik altyapısının tarihsel olarak tanımlanması ve konuya yönelik mevcut yaklaşımların tespit edilmesi amacıyla literatür taraması gerçekleştirilmiştir (Demirci, 2014: 76). Literatür taramasının amaçlarını şu şekilde sıralayabiliriz (Bourner ve Greener, 2016: 8-9):

- Literatürdeki mevcut boşlukları tespit ederek aynı konuda yapılmış bir çalışmayı tekrar gerçekleştirmemek,
- Diğer araştırmacılar tarafından elde edilmiş verilerden hareketle daha güncel sonuçlara ulaşarak çalışmayı ilerletmek,
- Gerçekleştirilen ilk çalışmaları tespit ederek alana yönelik sahip olunan bilgiyi artırmak,
- Benzer çalışmalarda kullanılan araştırma yöntem ve tekniklerini keşfetmek,
- Araştırmacının kendi çalışmasını belirli bir perspektife yerleştirmesi için benzer çalışmaları tespit etmek.

Literatür taramasından elde edilen bilgiler ışığında yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Nitel araştırmalarda kullanılan görüşme, araştırmaya katılan bireylerin konu hakkındaki görüşlerinin alındığı bir veri toplama yöntemidir (Karataş, 2017: 71). Bireylerin sahip oldukları duygu, düşünce ve tutumlarının anlaşılabilmesi için etkili bir yöntem olan görüşme, araştırmacının bir olay ya da durum üzerinde derinlemesine bilgi

elde etmesini sağlamaktadır (Sevecan ve Çilingiroğlu, 2007: 44). Yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilirken aşağıda yer alan adımlar izlenmiştir:

- Literatür taraması sonucu elde edilen bulgular incelenerek görüşme soruları hazırlanmıştır.
- Hazırlanan görüşme soruları için uzman görüşü alınmış ve uzman görüşü sonrasında gerekli düzenlemeler yapılmıştır.
- Yapılan düzenlemeler sonrası ikinci uzman görüşünün alınmıştır.
- İkinci uzman geri bildirimleri doğrultusunda düzenlemelerin yapılmış ve nihai yarı yapılandırılmış görüş formu hazırlanmıştır.
- Yarı yapılandırılmış görüşmeler katılımcılarla gerçekleştirilmiştir.
- Görüşme formlarından elde edilen veriler analiz edilmiştir.
- Yarı yapılandırılmış görüşme formlarının analizi sonucunda ulaşılan bulgular raporlanmıştır.

Alınan uzman görüşleri ve gerçekleştirilen pilot uygulamalar sonrasında nihai haline ulaşan yarı yapılandırılmış görüşme formu EK-1’de yer almaktadır. Yarı yapılandırılmış görüşme formunda yer alan açık uçlu sorular katılımcıya kendisini özgür bir şekilde ifade etme imkânı sunarken aynı zamanda araştırmanın belirli sınırlar içinde gerçekleşmesini de sağlamaktadır (Karataş, 2017: 77). Hazırlanan soru formu metaverse konusunda çalışan bir uzman tarafından değerlendirilmiş ve alınan dönüşler sonrasında soru formunda düzenlemeler gerçekleştirilmiştir. Yapılan düzenleme sonrasında soru formu başka bir uzmana gönderilmiş ve maddeler tekrar değerlendirilmiştir. İkinci uzmandan alınan dönüşler sonucunda soru formu nihai halini almış ve uygulama aşamasına geçilmiştir. Mesafeden kaynaklı olarak çalışmaya katılma konusunda yaşanabilecek olan konum sorunlarının önüne geçmek için görüşme formları e-posta üzerinden uzmanlara gönderilmiştir. Görüşme formlarının uzmanlar tarafından yanıtlanarak araştırmacıya gönderilmesi aynı zamanda karşılıklı gerçekleştirilecek olan görüşmede araştırmacı yer aldığı ve süre sınırı olduğu için katılımcıların kendilerini rahat hissedememelerine bağlı olarak kendilerini istedikleri gibi ifade edememeleri sorununu en aza indirmiştir.

3.3.2. Q Metodu

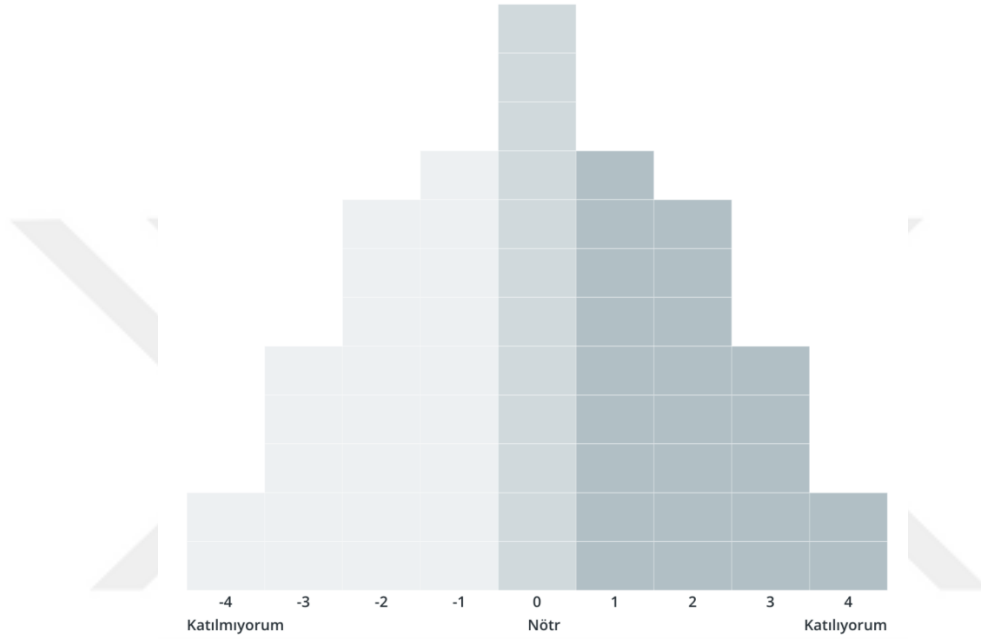
İlk olarak psikolog ve fizikçi William Stephenson tarafından 1935 yılında kullanılan Q metodu, bir grup katılımcının konu hakkındaki öznel görüşlerini “Katılmıyorum – Kararsızım – Katılıyorum” aralığındaki standart dizgi üzerinde yerleştirerek verilen ifadeleri değerlendirmesini temel almaktadır (Brown 1993: 96). Dağılımın pozitif ucunda yer alan ifadeler katılımcı tarafından tamamen desteklenir ya da kabul edilirken; negatif ucunda yer alan ifade reddedilir ya da desteklenmez. Katılımcıların sahip oldukları bakış açılarını sınıflandırarak ele alınan konu hakkında, bireylerin sahip oldukları benzer ve farklı yaklaşımları ortaya koymak için kullanılan yöntem nicel ve nitel araştırma yöntemlerinin sahip oldukları güçlü yanlarını bir araya getirmektedir (Webler vd. 2009: 10). Q metodu, bireylerin sahip oldukları öznel düşüncelerini ortaya koymalarına izin vermesi yönü ile nitel, bu görüşlerin ölçülebilir bir boyuta indirgenebilmesi noktası ile de nicel bir yaklaşım özelliği sunmaktadır (Cross, 2005: 210).

Bireylerin bir konu ya da durum hakkında sahip oldukları öznel yaklaşımlar karmaşıktır ve dolayısı ile de bu yaklaşımların ölçülmesi zordur. Nitel ve nicel unsurları bir arada kullanan yöntem, katılımcıların sahip oldukları, genellikle erişilmesi zor olan öznel düşüncelerinin ortaya konulmasına ve anlaşılmasına imkan tanımaktadır (Watts vd. 2012: 68). Karasu ve Peker (2019: 36), yöntemin avantajlarını şu şekilde sıralamaktadır:

- Bireyin öznel yaklaşımını sistemli bir şekilde ortaya çıkarmak için elverişli bir yöntemdir.
- Nicel ve nitel araştırma yöntemlerinin sahip olduğu güçlü yönleri bir arada barındırdığı için araştırmacıya incelenen olgu konusunda bütüncül bir yaklaşım sunmaktadır.
- Araştırılan konu ile ilgili bireyler arasındaki anlaşmazlıkları ya da uzlaşılan konuları açık bir şekilde ortaya koymaktadır.
- Aynı grupta yer alan bireyler arasındaki ortak bakış açılarının yanı sıra farklı grupta yer alan bireyler arasındaki ortak bakış açılarını da ortaya koyma noktasında elverişlidir.

Q metodu ile gerçekleştirilen çalışmalar temel olarak bireylerin bakış açılarından hareketle onların sahip oldukları düşünce biçimlerini ve yaklaşımlarını ortaya koymayı amaçlamaktadır (Lee, 2017: 60). Araştırmacılar, bireylerin yaklaşımlarını ölçmek için

ya gözlem yaparlar ya da çeşitli sorular ve bu sorulara verilen yanıtlar ile bireylerin bakış açılarını saptamaya çalışırlar. Q metodu, bireylerin öznel yaklaşımlarını belirli kategoriler altında ifade etmelerine ve öznel yaklaşımların nesnel olarak karşılaştırılmasına imkan tanımaktadır (Brown, 1971: 283). Yöntem bireylerin öznel bakış açılarını ortaya koymanın yanı sıra çalışmada yer alan diğer bireyler ile benzerliklerin ve farklılıkların da tespit edilmesine olanak sunmaktadır.



Şekil 2: Q Dizgisi Örneği

Kaynak: qmethodsoftware web sitesinden alınmıştır.

Katılımcılar Q ifadelerini yarı-normal bir dağılımı temsil eden uç kısımlara daha az sayıda ifadenin yer aldığı merkeze yaklaştıkça ifade sayısının arttığı kutucuklar üzerine yerleştirirler (Karasu ve Paker, 2019: 33). Q dizisinde nötrden pozitif yöne doğru ifadelere katılım derecesi artarken negatif yöne doğru katılım derecesi azalmaktadır. Aynı sütun içinde yer alan ifadelerin sıralamasının bir önemi bulunmamaktadır, önemli olan eksi ve artı bölgelerde yer alan ifadelerin dizilimidir (Karasu ve Peker, 2019: 33). Hem katılımcıların madde sıralaması öncesinde ifadeler hakkında görüş sahibi olmaları için hem de sürecin daha hızlı ilerleyebilmesi için katılımcılardan uygulama öncesinde ifadeleri katılıyorum, katılmıyorum ve nötr olmak üzere üç gruba ayırmaları istenmektedir (Lee, 2017: 68). Ön sıralama adımda maddeler okunduğu için katılımcılar ilk defa görüp yerleştirmeye göre daha hızlı olacaklar ve aynı zamanda da maddelerin üzerinde daha fazla düşünmüş olacaklardır.

Katılımcılardan verilen ifadeleri diğer ifadelerden izole bir şekilde değerlendirmeleri istenen R metodolojisinden farklı olarak Q metodolojisinde katılımcılardan bütün ifadeleri birlikte değerlendirmeleri ve yorumlaması istenmektedir (Barneveld ve Silvius, 2020: 2). R metodolojisi, anket ya da ölçek aracılığı ile elde edilen bulguların çeşitli analizler uygulanarak yorumlanması sonucunda verilerin elde edildiği yöntemleri tanımlamak için kullanılmaktadır (Karasu ve Peker, 2019: 29). R metodolojisinde katılımcıların vermiş olduğu yanıtların sayısal değerleri ele alınırken Q metodolojisinde katılımcıların vermiş oldukları bütün yanıtlar kendi içinde, o katılımcı özelinde değerlendirilir. R metodolojisinde, katılımcının mevcut konu kapsamındaki bakış açısı bilgi parçaları olarak ele alındığı için gerçekleştirilen çalışmalarda katılımcının konuya yönelik olarak tutumunun bir kısmı tespit edilmiş olur. Ancak Q metodolojisinde katılımcı, N sayıda madde için $\frac{1}{2}N$ ($N - 1$) kadar seçim yapmak zorundadır (Brown ve Unga, 1970: 518). Dolayısı ile de 20 maddelik bir ankette katılımcı 20 farklı seçim yaparken 20 maddelik bir Q metodu uygulamasında katılımcı 190 farklı seçim yapmak zorundadır. Gerçekleştirilecek olan Q metodolojisinin adımları şu şekildedir (Stone ve Turale, 2015: 183):

İfade havuzunun oluşturulması (Consource): Q metodu uygulaması öncesinde çalışmada kullanılabilecek olan potansiyel bir madde havuz oluşturulmalıdır. Q ifadeleri konu ile ilgili makalelerden, haberlerden, sosyal medya paylaşımlardan hareketle hazırlanabileceği gibi konunun uzmanları ya da konu hakkında bilgisi olan sıradan insanlarla gerçekleştirilecek görüşmeler sonrasında da oluşturulabilir (Lee, 2017: 64). Q ifadeleri tek bir kaynaktan oluşturulmak zorunda değildir. İfade havuzu çeşitli edebi ya da popüler eserler, resmi olmayan yayınlar ya da pilot çalışmalardan elde edilen verilerden oluşturulabilmektedir (Watts ve Stenner, 2005: 75). Q ifadeleri hazırlanırken izlenecek en doğru yol çok sayıda ifade hazırlanarak bu ifadelerin gözden geçirilip sayısının azaltılmasıdır. Q metodu için kullanılacak ifadeler hazırlanırken, ifadelerin kısa, anlaşılır olmasına ve en önemlisi de ifade olumsuz olsa da dilbilgisi açısından kurulacak olan cümle yapısının olumlu olmasına dikkat edilmelidir (Demir ve Kul, 2011: 116). Çalışmada, madde havuzunun oluşturulması için yarı yapılandırılmış görüşmeler kullanılmış ve elde edilen veriler sonucunda 150 maddelik bir havuz oluşturulmuştur. Madde havuzu farklı zamanlarda gözden geçirilmiş, benzer ifadeler

Çıkarılmış, çeşitli ifadeler birleştirilmiş ve ifade havuzu 80 madde olarak düzenlenmiştir.

Q ifadelerinin seçilmesi (Q-Set): Q metodunun uygulanması aşamasında kullanılacak olan ifade sayısına yönelik herhangi bir kural yer almamaktadır. Kerlinger (1973: 509) alışmalarda en az 60 en fazla 140 ifadenin kullanılması gerektiğini belirtirken; Donner (2001: 25) 20 ile 50 arası ifadenin yeterli olacağını belirtmektedir. U noktalarda ise Taylor, Delprato ve Knapp (1994) tarafından 18 madde kullanılarak yapılan çalışma ve Dziopa ve Ahern (2009) tarafından 140 madde kullanılarak yapılan çalışmalar karşımıza çıkmaktadır. Yapılan çalışmalara genel olarak bakıldığında tatmin edici sonuçlar için 40 ile 80 madde arasında ifadenin yeterli olduğu söylenebilir (Karasu ve Peker, 2019: 33). Oluşturulan ifade havuzu için sırasıyla üç farklı uzmandan görüş alınmış, uzman değerlendirmeleri sonrasında bazı maddeler çıkarılarak çalışmada kullanılacak olan ifade sayısı 60 olarak belirlenmiştir. Seçilen Q ifadeleri EK-2’de yer almaktadır.

Katılımcıların tespit edilmesi (P-Set): Q metodu ile gerçekleştirilecek olan çalışmalarda amaç belirli bir katılımcı grubunun sahip olduğu bakış açılarının ortaya çıkarılması olduğu için çok fazla sayıda katılımcıya ihtiyaç duyulmamaktadır. Fazla sayıda katılımcı ile gerçekleştirilecek olan çalışmalarda sorunların çıkabilmesi nedeniyle çalışmaların az sayıda bir katılımcı grubu ile gerçekleştirilmesi önerilmektedir (Watts ve Stenner, 2005: 68). Q metodu ile gerçekleştirilecek olan çalışmada az sayıda katılımcı ile anlamlı ve fark edilebilir sonuçlara ulaşılabilmektedir (Donner, 2001: 30). Örneğin Buchel ve Frantzeskaki 2015 yılında, 39 katılımcı ile kent parklarında sağlanan ekosistem hizmetleri ile ilgili bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Shuib vd. (2016) tarafından yapılan çalışma da 45 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Q metodu çalışmalarında katılımcı sayısı değil çalışma grubunun yapısı daha büyük bir önem taşıdığı için farklı ve dikkate değer bir bakış açısı ifade etme ihtimali yüksek olan katılımcıların seçilmesi daha anlamlı sonuçlar doğurmaktadır (Watts ve Stenner, 2005: 70). Çalışmada katılımcı sayısı olarak lisansüstü eğitim düzeyine sahip, metaverse konusunda bilgi sahibi olan 30 katılımcı belirlenmiştir.

Verilerin toplanması (Q-Sorting): Q metodu uygulaması öncesinde bir pilot çalışma yapılmalı, pilot çalışma sırasında anlaşılmakta güçlük çekilen maddeler ve kullanılacak olan uygulamanın çalışıp çalışmadığı tespit edilmelidir (Karasu ve Peker, 2019: 33). Katılımcıların Q ifadelerine ne derece katılıp katılmadıklarını ifade ettikleri ve buna

göre maddeleri sıraladıkları Q-Sorting kısaca uygulamanın gerçekleştirildiği, verilerin toplandığı adımdır.

Faktör analizi: Katılımcıların vermiş oldukları yanıtları matematiksel ifadelere dönüştürerek onları anlamlandırmak için kullanılan faktör analizi Q-Sort tablolarını sayısal verilere dönüştürmek için kullanılmaktadır. Analize başlamadan önce her katılımcının ifadeleri bir dizi sayısal veriye dönüştürülür ve katılımcıların sayısal verileri diğer katılımcılar ile ilişkilendirilerek benzer görüşe sahip olan katılımcılar tespit edilir (Valentia ve Wigger, 1997: 502).

Verilerin yorumlanması: Q metodunda veriler yorumlanırken ifadeler birbirleri ile karşılaştırılarak değil birlikte ele alınarak değerlendirilmektedir. Dolayısı ile de faktörlerin karşılıklı ilişkileri dikkate alınarak yorumlama yapılması gerekmektedir (Karasu ve Peker, 2019: 35). Faktörlerin yorumlanma sürecinde düzlemin en uç noktalarında yer alan ifadeler kadar dağılımın ortasında yer alan, nötr ve hem negatif hem de pozitif yönden nötre yakın olan ifadeler de önem taşımaktadır (Watts ve Stenner, 2012: 84).

4. BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Çalışmanın bu bölümünde yarı yapılandırılmış görüşmeler ve Q metodu uygulaması sonucunda elde edilen bulgulara yer verilecektir.

4.1. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Bulguları

Yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmeden önce, formdaki eksikliklerin tespit edilebilmesi için pilot görüşmeler yapılmıştır. Pilot görüşmeler sonrasında gerekli düzenlemeler yapılmış ve formun EK-1’de yer alan son hali ile metaverse konusunda çalışmalar yapan akademisyenlerle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Hazırlanan formda katılımcıların metaverse kavramını nasıl tanımladıklarını, sanal topluluklar ve metaverse ortamlarındaki etik sınırlar hakkındaki görüşlerini tespit etmeye yönelik sorular bulunmaktadır. Yarı yapılandırılmış görüşmeler sonrası katılımcıların vermiş oldukları yanıtlar düzenlenerek elde edilen veriler aşağıdaki tablolarda yer almaktadır.

Uzman	Tanım
Uzman 1	Sanal ve artırılmış gerçekliğe ilişkin yazılım, donanım ve ortak protokollerden meydana gelen bir oluşum; Web 2.0 teknolojisinin üçüncü bir boyutla derinleştirilmesidir.
Uzman 2	İçinde yaşadığımız sosyal hayattan farklı olarak sanal bir ortamda AR (artırılmış gerçeklik) ve VR (sanal gerçeklik) teknolojileri ile desteklenen gerçek ötesi bir evrendir.
Uzman 3	Metaverse, sanal gerçeklik (VR), artırılmış gerçeklik (AR) ve internetin birleştiği; kullanıcıların dijital avatarları aracılığıyla etkileşimde bulunduğu geniş bir sanal dünyalar ağıdır. Bu dünya, kullanıcıların hem bireysel hem de toplu olarak deneyimleyebileceği, kendi dijital kimliklerini oluşturabileceği, dijital varlıklar edinebileceği ve çeşitli etkinliklere katılabileceği bir ortam sunmaktadır.
Uzman 4	Metaverse sanal bir gerçeklik dünyasını tanımlamak için kullanılmaktadır. Bir gerçeklik ötesini tanımlayan metaverse, sanallaşan kullanıcıya farklı platformlarda ortak bir alan oluşturmaktadır ancak tüm kullanıcıları kapsayan bir zemin bulunmamaktadır.
Uzman 5	Teknolojik olarak oluşturulmuş başka bir dünyanın kapılarını açan, varlık durumunun simülatif bir sunumunu içeren paralel evren modelidir.
Uzman 6	Sistemin kullanımı için geliştirilmiş olan blockchain ağları üzerine kurulu olan sanal dünyayı tanımlamaktadır.

Tablo 8: Uzmanlar Tarafından Yapılan Metaverse Tanımları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Uzmanlar tarafından yapılan metaverse tanımlarına baktığımızda (Tablo 8), teknolojik altyapının uzmanlar tarafından yapılan metaverse tanımlarının ortak noktası olduğu görülmektedir. Teknolojik altyapılara bağlı olarak sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik teknolojilerinin metaverse ortamlarının var olmasında etkin bir role sahip olduğu söylenebilir. Kullanıcılar metaverse ortamları ile fiziksel dünyadan bağımsız bir şekilde diğer kullanıcılar ile sosyalleşebilmektedirler ancak metaverse platformları herkes için eşit kullanım hakkına sahip olmayabilir. Yapılan görüşmeler sonrasında metaverse kavramı, sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik ve genişletilmiş gerçeklik teknolojilerini kullanan, bireylere içinde yaşadıkları fiziksel dünyadan farklı, sistemde yer alan diğer kullanıcılar ile sosyalleşebilecekleri sanal bir dünya olarak tanımlanabilir.

Uzman	Tanım
Uzman 1	Henüz metaverse ortamlarında sanal toplumlar yoktur ancak olacaktır. Web 2.0 platformlarındaki fırsat ve tehditler katlanarak metaverse’de bulunan toplumlar için de geçerli olacaktır.
Uzman 2	Metaverse’de bulunan sanal toplumlar, dijital ortamda etkileşim ve sosyal bağlantılar kurmanın yeni ve dinamik yollarını sunmaktadır. Metaverse, kullanıcıların dünya çapında farklı coğrafi bölgelerden ve kültürlerden gelen insanlarla etkileşime geçmesini sağlamaktadır. Bu, çeşitli ilgi alanlarına sahip, küresel ve çok kültürlü toplumların oluşmasına yol açmaktadır.
Uzman 3	Metaverse'deki sanal toplumlar, bireylerin ortak ilgi alanları etrafında bir araya geldiği dinamik ve çeşitlilik gösteren gruplardır. Bu toplumlar, sosyal etkileşimlerin ve işbirliklerinin yeni biçimlerini mümkün kılarak, kullanıcıların kendilerini ifade etmelerine ve yeni bağlantılar kurmalarına olanak tanır. Ancak, bu toplumların sürdürülebilirliği ve sağlıklı bir etkileşim ortamı sunabilmesi için, toplum kurallarının ve normlarının dikkatle yönetilmesi gerekmektedir.
Uzman 4	Sosyal medya gibi metaverse toplumlarında yankı odaları benzeri tehlikelerden söz edilebilir. Ayrıca metaversenin oluşturduğu sarmalama ve daldırma özellikleri sebebiyle bireylerin toplumun tümü ile ilişkilerini negatif yönde etkileyecek etkiler altında kalma riskleri bulunmaktadır.
Uzman 5	Henüz tam anlamıyla kurulmadığı için oradaki sanal toplumlardan söz edilememektedir. Metaverse’de oluşacak sanal toplumlar farklı sanal gerçeklik platformlarından geleceği için bu durumu fiziksel dünyada farklı gezegenlerden varlıkların buluşabilmesine ve etkileşime geçebilmesine benzetilebilir. Bağlantı anlamında sınırsızlığa varan bu yapılar duygusal bağlantısızlığa yol açabilir.
Uzman 6	Fiziksel dünyada olduğu gibi sanal ortamlarda da bireylerin etkileşim kuracağı toplumlardan söz edilebilir ancak günümüzde tam bir metaverse deneyimi olmadığı için sanal toplumlara yönelik net bir görüş sunmak doğru olmayacaktır. Metaverse ortamlarının yeni medya platformları ile benzer özelliklere sahip olduğu düşünüldüğünde yaşanan fırsatların ve tehditlerin metaverse ortamlarındaki da yaşanması söz konusudur.

Tablo 9: Uzmanların Sanal Toplumlar Hakkındaki Görüşleri

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Uzmanların sanal toplumlar hakkındaki görüşlerine baktığımızda (Tablo 9), günümüzde henüz tam anlamı ile bir metaverse kullanımı söz konusu olmadığı için sanal toplumlardan da tam olarak bahsetmenin mümkün olmadığı görülmektedir.

Ancak yapısı gereği Web 2.0 platformlarına benzerlik gösteren ve onun teknolojik olarak gelişmiş bir sürümü niteliğine sahip olan metaverse ortamlarında da, yeni medya platformlarındaki fırsatlar ve tehditler ortaya çıkabilecek hatta bazı durumlarda katlanarak görülebilecektir. Yine benzer şekilde bir yandan ortak ilgi alanına sahip olan bireylerin bir araya gelerek etkileşim kurmasına imkan verirken bir yandan da farklı görüşlerin çatışmasına, olumsuz düşüncelerin insanları etkilemesine neden olabilmektedir. Çok kültürlü bir ortam kullanımına izin veren metaverse ortamlarında oluşturulacak olan toplulukların, kurallarının titizlikle hazırlanması ve dikkatli bir şekilde yönetilmesi gerekmektedir.



Uzman	Tanım
Uzman 1	Sanal dünya ile gerçek dünya arasındaki etik sınırlar inceleyebilir. Sanal dünya ve gerçek dünya arasındaki etik sınırlar, ortadan kalkma eğiliminde olduğu için zamanla önem atfetmek mümkün olmayacaktır.
Uzman 2	Sanal dünyada gerçekleştirilen eylemler ve davranışlar, gerçek dünya üzerinde de etkiler yaratabilir. Metaverse için kapsamlı etik çerçeveler ve kurallar geliştirilmelidir. Geliştirilen kurallar ve çerçeveler, kullanıcıların sanal dünyada ve gerçek dünyadaki hangi davranışlarının kabul edilebilir olduğunu belirlemelidir.
Uzman 3	Sanal dünya ve gerçek dünya arasındaki sınırların belirlenmesi için etik tartışmalar ve hukuki düzenlemeler gereklidir. Temel etik ilkeler olan gizlilik, güvenlik, adalet ve insan hakları, sanal dünyada da korunmalıdır. Sanal dünya ve gerçek dünya arasındaki etik sınırlar, kullanıcıların haklarını koruma, güvenli bir etkileşim ortamı sağlama ve olası kötüye kullanımları önleme açısından kritik öneme sahiptir.
Uzman 4	Sanal dünya ve gerçek dünya diye bir ayırmadan söz etmek mümkün değildir. Çünkü her iki dünya birbirini etkileyen sarmal bir ilişkiye sahiptir. Disiplinlerarası bir süreç yürütülmelidir çünkü geçen zaman ile birlikte bireyler sanal ve gerçek dünya arasındaki ayrımın farkına varamama riskine sahip olmaktadır.
Uzman 5	Gerçeğin kendisini de aşarak asıl gerçek konumuna gelen simülülatif alanda fiziksel dünyanın basit bir taklidi değil, taklidi aşır gerçeğinin yerine geçebilecek sınırlar eklenmelidir. Metaverse içerisinde etik sınırları zorlayan kullanıcının gerçek dünyada kafa karışıklıkları yaşaması, algısının bozulması ve gerçek dünyaya sınır ihlallerini taşıyabilme olasılığının göz önünde bulundurulması gerekmektedir.
Uzman 6	Yazılım ile belirli sınırlar belirlenebilir, ama daha çok kullanıcı tercihi ile etik kural ve sınırlara uyulması gerekir.

Tablo 10: Sanal Dünya ve Gerçek Dünya Arasındaki Etik Sınırlar

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Görüşmeler sonucunda uzmanların sanal dünya ve gerçek dünya arasındaki etik sınırlara yönelik vermiş oldukları yanıtlardan hareketle (Tablo 10), metaverse ortamlarının yaygın kullanımı ile birlikte sanal dünya ve fiziksel dünya sınırlarının günümüzdeki kadar keskin olmayacağı ve geçen zaman ile birlikte bu sınırların belirlenmesinin daha zor hale gelebileceği sonucuna ulaşılmaktadır. Sanal dünya ve fiziksel dünya arasındaki belirsizleşen sınırlar, bireylerin metaverse platformlarını kullanımları sırasında etik sınırların ortadan kalkmasına ve kullanıcıların güven ortamının zedelenmesine neden

olabilmektedir. Bütün bu süreç sadece bireysel güvenlik anlamında değil psikolojik olarak da kullanıcıların algısının bozulmasına ve kafa karışıklıklarının yaşanmasına neden olabilmektedir. Uzmanlar, bu sürecin olumsuz etkilerinin en aza indirilebilmesi için hem yazılım ile hem de bireysel olarak etik sınırların oluşturulması gerektiğini ifade etmektedir.

Uzman	Tanım
Uzman 1	Fiziksel dünya için tasarlanmış yasalar varolan halleri ile oldukça yetersiz kalacaktır. Söz konusu yetersizliklerin hızlıca tespit edilip giderilmesi için gereken mekanizmaların oluşturulması gerekir.
Uzman 2	Metaverse için özel yasaların, kuralların ve düzenlemelerin oluşturulması ve uygulanması gereklidir. Metaverse ortamları, kendilerine özgü yargı ve yaptırım mekanizmaları geliştirmelidir.
Uzman 3	Metaverse'deki suçlar, dijital ve sanal kanıtlara dayandığından, mevcut yasalar dijital suçlarla mücadele etmekte yetersiz kalabilir. Bu nedenle, metaverse için özel düzenlemeler ve yasalar geliştirilmelidir. Aynı zamanda, fiziksel dünya yasalarının dijital ortamlara uyarlanması ve güncellenmesi gerekmektedir.
Uzman 4	Sanal ve gerçek ayrımı yapılmadan suçlar ceza sistemine uygun olarak cezalandırılmalıdır. Bu durum platformun diğer kullanıcıları üzerinde adalet duygusu uyandıracaktır ve hakkaniyet konusunda tatmin edecektir.
Uzman 5	Web 2.0 platformlarında halen eksiklikler ve aksaklıklar olduğu için öncelikli olarak onların düzenlenmesi gerekmektedir. Web 2.0 platformlarında yapılacak düzenlemeler, metaverse ortamlarında da etkisini gösterecektir.
Uzman 6	Dünya genelinde ortak çalışmalar yapılarak metaverse ortamlarındaki etik sorunlar tespit edilmeli ve uluslararası yasal düzenlemeler yapılmalıdır.

Tablo 11: Metaverse Ortamında Yaşanabilecek Suçların Önlemesine Yönelik Öneriler

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Metaverse ortamlarında meydana gelebilecek suçların önlenmesine yönelik yaklaşımlara baktığımızda (Tablo 11) uzmanların genel olarak etik konusunda çalışmaların yapılmasına ve bu çalışmalardan hareketle yasal düzenlemelerin gerçekleştirilmesine dikkat çektikleri görülmektedir. Metaverse platformları, Web 2.0 teknolojisine bağlı platformların devamı olarak var olduğu için öncelikli olarak yeni medya ortamlarında yaşanan sorunların tespit edilmesi ve çözülmesi gerekmektedir. Yeni medya ortamlarına yönelik yapılacak olan düzenlemeler hem yasal anlamda hem de kullanıcıların kullanımları sırasında etkisini göstererek meydana gelebilecek

sorunları en aza indirgeyecektir. Görüşmeler sonucunda metaverse ortamları için gerek ulusal gerekse uluslararası özel düzenlemeler yapılarak yaşanabilecek suçların bu yasalar kapsamında değerlendirilmesi gerektiği bakış açısının yanı sıra metaverse ortamları ve fiziksel dünya ayrımı yapılmadan suçların mevcut yasalarla ile cezalandırılması gerektiğine yönelik bir bakış açısının da olduğu görülmektedir.

4.2. Q Metodu Bulguları

Yarı yapılandırılmış görüşme formları sonrasında elde edilen bulgular incelenmiş ve Q metodu uygulamasında kullanılacak etik maddeler hazırlanmıştır. Formların analizi sonrasında toplam 150 madde belirlenmiş, farklı zamanlarda yapılan incelemeler sonrasında benzer maddeler çıkarılmış, bazı maddeler birleştirilerek tek bir ifade oluşturulmuştur. Araştırmacı tarafından yapılan düzenlemeler sonrasında toplam 80 madde belirlenmiştir. Belirlenen maddeler için üç farklı uzman değerlendirmesi alınmış ve yapılan değerlendirme sonucunda 20 madde daha çıkarılarak Q metodu uygulaması için toplamda 60 maddelik bir liste hazırlanmıştır. EK-2’de yer alan Q ifadeleri “Q Method Software” web sitesi kullanılarak katılımcılara uygulanmıştır. Uygulama sonrasında elde edilen tablolar sayısal verilere dönüştürülerek analiz işlemleri gerçekleştirilmiştir. Q metod uygulamasının analiz adımları aşağıda yer almaktadır.

4.2.1. Korelasyon Matrisi

Q metod uygulaması sonrasında her bir katılımcının doldurmuş olduğu tablolar ilk olarak sayısal verilere dönüştürülerek çalışmada yer alan diğer katılımcıların verileri ile arasındaki ilişkiler tespit edilmektedir. Korelasyon matrisi, katılımcıların kendi içlerinde ve diğer katılımcılar ile sahip oldukları benzer görüşleri ortaya koymaktadır. Spearman korelasyon testi kullanılarak katılımcıların korelasyon matrisi tespit edilmiştir. Katılımcılar arası korelasyon matrisi EK-3’de yer almaktadır. Tablo 12’de çalışmada yer alan 10 katılımcı için örnek korelasyon matrisi gösterilmektedir.

Katılımcı	1BSJ	1CYF	1JI5	2A38	4I6B	53DD	5KFB	9STN	AYJN	D3NE
1BSJ	1.00	-0.1216	-0.1004	-0.118	0.0789	-0.0495	-0.2341	-0.0423	-0.1994	0.0466
1CYF	-0.1216	1.00	0.1668	0.3194	0.0092	0.0379	0.3668	0.0579	0.2935	0.0127
1JI5	-0.1004	0.1668	1.00	-0.0753	-0.1261	-0.285	0.2605	0.0277	0.2005	0.102
2A38	-0.118	0.3194	-0.0753	1.00	0.1344	0.1722	0.2371	0.1474	0.2303	-0.0487
4I6B	0.0789	0.0092	-0.1261	0.1344	1.00	0.1926	-0.0416	0.2066	0.052	0.0514
53DD	-0.0495	0.0379	-0.285	0.1722	0.1926	1.00	0.0042	-0.1756	0.0886	0.047
5KFB	-0.2341	0.3668	0.2605	0.2371	-0.0416	0.0042	1.00	0.0948	0.388	0.2195
9STN	-0.0423	0.0579	0.0277	0.1474	0.2066	-0.1756	0.0948	1.00	0.0059	0.0325
AYJN	-0.1994	0.2935	0.2005	0.2303	0.052	0.0886	0.388	0.0059	1.00	0.2574
D3NE	0.0466	0.0127	0.102	-0.0487	0.0514	0.047	0.2195	0.0325	0.2574	1.00

Tablo 12: Katılımcılar Arası Korelasyon Matrisi Örneği

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Verilerin toplanması aşamasında hem katılımcıların kimlik bilgilerinin gizli tutulması istendiğinden hem de çalışmada katılımcı bilgilerine ihtiyaç duyulmadığından her bir katılımcıya dört karakterden oluşan bir isim verilmiştir. Satır ve sütunlarda yer alan isimler aracılığı ile katılımcıların vermiş oldukları yanıtların birbirleri ile olan benzerlikleri görülmektedir. Tablodaki veriler +1 ve -1 aralığında yer almaktadır. Matriste yer alan iki katılımcının kesişimleri sonucunda elde edilen değer +1 olması katılımcıların Q sort tablolarının birebir aynı olduğunu ifade ederken; kesişim sonrasında elde edilen değer -1 olması ise Q sort tablolarının tamamen farklı olduğunu göstermektedir.

4.2.2. Faktör Analizi

Q metodu kapsamında gerçekleştirilecek olan faktör analizi öncesinde katılımcıların Q sort tabloları sayısal verilere dönüştürülerek katılımcılar arası korelasyon matrisi elde edilir ve ulaşılan korelasyon matrisine Temel Bileşen Analizi (PCA) ya da Merkezi Faktör Analizi (CFA) uygulanır. Merkezi Faktör Analizi, kullanıcıların yaptıkları sıralamalar arasındaki benzerliğe odaklanarak bireysel sıralamaların özgünlüğünü yok sayarken; Temel Bileşen Analizi ise hem yapılan sıralamalar arasındaki benzerliğe hem de kullanıcıların özgün sıralamalarına odaklanmaktadır (Webler vd., 2009). Çalışma kapsamında, katılımcıların kendi özgün görüşleri ve diğer katılımcılar ile aralarındaki benzerlikler tespit edilmesi amacıyla Temel Bileşen Analizi kullanılmıştır.

Faktör analizinde, nihai faktör sayısına karar vermek için farklı alternatifler analiz edilerek analiz sonucunda elde edilen değerler tekrarlı olarak incelenmektedir. Faktör sayısı, çalışmadaki farklı bakış açılarını ortaya koymaktadır. En iyi faktör sonucunu elde edebilmek için Verimax yöntemi kullanılarak katılımcıların sadece tek bir faktör ile ilişkilendirilmesini sağlayacak şekilde faktörler döndürülmektedir (Webler vd., 2009). Verimax döndürme yöntemi, faktörler arasındaki farkı maksimize ederek daha anlamlı sonuçlar elde etmek için yapılmaktadır.

Katılımcıların hangi faktöre ait olduğunun tespit edilmesini sağlayan faktör yükleri tablosunda en yüksek katılımcının bulunduğu faktör grubu bu bakış açısının ne kadar yaygın bir şekilde kullanıldığını belirtmektedir. Faktör sıralamasında bazı faktörlerdeki katılımcı sayısının fazla olmasının yanı sıra katılımcıların hiçbir faktöre yerleşememesi de söz konusudur. Analiz sonucunda ulaşılan faktörler, katılımcılar arasındaki ortak fikirleri sunduğu için her faktörde en az iki katılımcının olması gerekmektedir (Webler vd., 2009). Faktör analizi sonucunda standart olarak 8 faktör “Eigenvalue (Özdeğer)” bulunmaktadır. Brown (1993: 116), faktör adedine karar vermek için tercih edilecek en doğru yolun, her bir faktörün Eigenvalue değerinin incelenmesi olduğunu belirtmektedir. Eigenvalue, matrisin sahip olduğu yönelimin tespit edilmesi için kullanılmaktadır. Faktör seçimi yapılırken, Eigenvalue (Öz Değeri) 1’den küçük olan değerlerin yer aldığı faktörlerin çalışmaya dahil edilmeden değerlendirmenin yapıldığı Kaiser - Guttman Kriteri uygulanmaktadır (Brown, 1993: 116). Faktör analizi sonucunda ulaşılan faktörlerin öz değerleri Tablo 13’de yer almaktadır.

	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Faktör 4	Faktör 5	Faktör 6	Faktör 7	Faktör 8
Eigenvalue	5.0488	2.69569	2.29508	2.10624	1.79585	1.63354	1.51452	1.36185

Tablo 13: Faktörlerin Öz Değerleri

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Kaiser – Gutman Kriteri’ne göre daha sağlıklı sonuçların elde edilebilmesi için öz değeri 1’den küçük olan faktörlerin çalışmaya dahil edilmemesi gerekmektedir. Bu doğrultuda tablo incelendiğinde her bir faktörün öz değeri 1’den büyük olduğu için faktör sayısı çalışmada 8 olarak belirlenmiştir. En iyi sonucu alabilmek için faktörler, katılımcıların sadece tek bir faktör ile ilişkili olmasını sağlayacak biçimde onları işleyen Verimax Rotasyonu yöntemi kullanılarak döndürülmüştür (Webler vd., 2009). Katılımcıların döndürme işlemi sonucunda elde edilen faktör yükleri Tablo 14’te yer almaktadır.

Katılımcı	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Faktör 4	Faktör 5	Faktör 6	Faktör 7	Faktör 8
1BSJ	-0.25364	-0.35173	0.08397	-0.11539	0.04561	-0.09596	-0.03486	0.05451
1CYF	0.31945	0.53771	-0.15413	0.0214	0.08557	0.17675	0.15182	0.05026
1JI5	0.10941	0.19853	0.16063	0.51314	-0.0525	0.33837	-0.45422	-0.06493
2A38	0.39477	0.32896	-0.34213	-0.24172	0.15305	0.03191	0.1351	-0.21819
4I6B	0.01754	-0.03905	-0.07738	-0.61639	0.22123	0.13809	-0.06052	-0.16558
53DD	0.13163	0.09786	0.00141	-0.54342	-0.479	0.05834	0.18208	-0.18604
5KFB	0.21999	0.28533	-0.24738	0.16083	0.09954	0.57077	-0.14051	-0.01002
9STN	0.01381	0.14058	0.24212	-0.17877	0.79814	0.04464	-0.03578	-0.05883
AYJN	0.45866	0.17181	0.20332	0.12735	-0.03799	0.55908	0.2028	-0.11293
D3NE	-0.17963	-0.13864	0.1041	-0.1637	-0.06162	0.76865	0.04608	0.12331
EL54	0.60445	0.27609	-0.04206	-0.02442	0.36815	0.36291	-0.00863	0.17
HD88	-0.04932	0.07813	0.75577	-0.05028	0.22308	0.08732	0.19093	0.25422
JIHY	-0.1904	0.38467	-0.62777	-0.1378	-0.22617	0.05099	0.15461	0.14496
JVLZ	0.12905	0.07174	-0.10656	0.76294	0.08416	0.00308	0.29904	-0.1923
JXVC	0.6947	-0.04008	0.1186	0.01106	-0.06988	0.23175	0.4092	0.09083
L20J	0.65063	0.2024	-0.19401	-0.07502	-0.11321	-0.13089	-0.2256	-0.0502
LZQO	-0.01744	0.45996	-0.06655	0.08603	0.13951	0.15069	-0.5738	0.18515
MPQ1	0.19007	-0.04541	-0.12996	-0.06239	0.22644	0.08578	0.1973	0.5818
NOH3	0.28479	0.05177	0.17344	-0.1708	0.06997	0.60418	0.23804	-0.01561
ORCK	0.25412	0.26031	0.52284	-0.03041	-0.21262	0.40051	-0.19139	-0.1076
RQ44	-0.04638	0.79004	0.20103	-0.19124	-0.18923	-0.07249	-0.16667	-0.09134
TPX5	0.04151	-0.10586	-0.09453	0.15417	0.32182	0.41539	-0.14043	-0.24343
ULEK	0.47204	-0.19041	-0.16284	-0.14107	0.10937	0.37898	-0.02763	-0.27986
VOXX	-0.08744	0.77471	-0.02434	0.09005	0.12386	-0.113	-0.03139	-0.00403
WM5Z	0.07299	0.14383	-0.01692	0.25896	-0.05047	0.17851	0.77139	0.07462
XF5B	0.01042	-0.02043	-0.03102	-0.25645	0.34613	-0.1054	0.01349	-0.74021
XIOY	0.73041	0.07792	0.10332	0.10584	0.12202	0.34354	-0.14703	0.01785
XNVX	0.14331	0.46708	0.06875	0.1585	0.3626	0.07426	0.01342	0.16412
YLFH	-0.1088	0.01792	0.19859	-0.06558	0.07755	-0.23278	-0.16989	0.63096
ZH4A	0.70822	-0.06189	0.21132	0.10403	-0.04056	-0.1473	0.15204	0.04762

Tablo 14: Katılımcıların Faktör Yükleri

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tabloda katılımcıların ait oldukları faktörler kalın olarak işaretlenmiştir. Tablo incelendiğinde 2 katılımcının Faktör 1'e, 4 katılımcının Faktör 2'ye, 5 katılımcının Faktör 3'e, 2 katılımcının Faktör 4'e, 1 katılımcının Faktör 5'e, 3 katılımcının Faktör 6'ya, 2 katılımcının Faktör 7'ye ve 3 katılımcının Faktör 8'e olmak üzere toplamda 22 katılımcının faktörlere yerleştiği, 8 katılımcının ise hiçbir faktöre yerleşmediği görülmektedir. Literatürde bir faktörü en az iki katılımcının temsil ettiği çalışmalar yer

alıyor olsa da ortalama olarak en az 4-5 katılımcının bulunduğu faktörlerin değerlendirilmesi elde edilen sonuçların daha sağlıklı olmasını sağlayacaktır (Dziopa ve Ahern, 2009: 16). Bu doğrultuda faktör analizi, faktör sayısı 7, 6, 5, 4, 3 ve 2 olacak şekilde tekrar gerçekleştirilmiştir. Her bir faktör analizi sonrasında elde edilen katılımcı faktör yükleri EK-4'te yer almaktadır. Katılımcıların faktör yükleri tabloları incelendiğinde, faktör sayısı 4 alındığında her bir faktör yüküne en az 4 katılımcının düştüğü görülmektedir. Bir faktördeki kişi sayısının en az 4 olduğu faktör yüklerinden daha sağlıklı sonuçlar elde edildiği için çalışmada faktör yükü olarak 4 belirlenmiştir.

4.2.3. Faktörlere İlişkin Bulgular

Uygulanan faktör analizi sonucunda çalışma kapsamında katılımcıların görüşlerini yansıtacak 4 farklı bakış açısı tanımlanmış ve her bakış açısı için, katılımcıların ortak görüşlerini yansıtan Q-sort tabloları oluşturulmuştur. Katılımcının ait olduğu faktör yükleri belirlenirken vermiş olduğu pozitif ve negatif yöndeki yüksek değerler katılımcının o faktöre yüklendiğini göstermektedir. Çalışma kapsamında toplamda 26 katılımcı faktörlere yüklenmiş, 4 katılımcı ise hiçbir faktöre yüklenmemiştir. 4 faktörlü katılımcıların yer aldıkları faktörlerdeki yükleri kalın olarak işaretlenerek Tablo 15'te gösterilmiştir.

	Bakış Açısı-1	Bakış Açısı-2	Bakış Açısı-3	Bakış Açısı-4
1BSJ	-0.04475	-0.37623	-0.15701	-0.22037
1CYF	0.10791	0.54792	0.22095	0.27968
1JI5	0.28135	0.39747	-0.27948	0.09408
2A38	0.0675	0.34281	0.58265	0.0871
4I6B	0.26372	-0.06453	0.38432	-0.42255
53DD	-0.02087	-0.08972	0.51654	-0.06412
5KFB	0.3459	0.44761	0.16339	0.16642
9STN	0.45507	0.18294	-0.1241	-0.29907
AYJN	0.5716	0.19405	0.17677	0.44206
D3NE	0.49569	-0.14867	-0.04644	-0.0452
EL54	0.54842	0.44761	0.1678	0.309
HD88	0.42273	-0.0477	-0.51472	0.03643
JIHY	-0.4686	0.31809	0.31215	0.02924
JVLZ	-0.11748	0.1148	-0.09339	0.57648
JXVC	0.39783	-0.03433	0.26835	0.65927
L20J	0.05386	0.35221	0.39995	0.19229
LZQO	0.10216	0.64745	-0.20906	-0.24881
MPQ1	0.10048	0.02297	-0.13587	0.30132
NOH3	0.60907	0.03151	0.19452	0.2208
ORCK	0.53357	0.2575	-0.05633	0.03376
RQ44	-0.08406	0.66492	0.03667	-0.23427
TPX5	0.39148	0.0401	0.08118	-0.05786
ULEK	0.47053	-0.05846	0.49332	0.11541
VOXX	-0.18253	0.71622	-0.06636	-0.06443
WM5Z	-0.0411	-0.03623	0.04632	0.64712
XF5B	0.1403	-0.07417	0.48043	-0.39778
XIOY	0.59577	0.28649	0.16986	0.37317
XNVX	0.17128	0.52037	-0.1681	0.13312
YLFH	-0.09475	0.05423	-0.519	-0.06962
ZH4A	0.22829	-0.00196	0.1253	0.51648

Tablo 15: 4 Faktörlü Katılımcı Faktör Yükleri

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Bakış Açısı-1'e 8 katılımcı, Bakış Açısı-2'ye 7 katılımcı, Bakış Açısı-3'e 6 katılımcı ve Bakış Açısı-4'e 5 katılımcı yerleşmiştir. En yüksek sayıda katılımcının yer aldığı Bakış Açısı-1 metaverse ve etik konusunda genel bir çerçeve çizerken, Bakış Açısı-4'e doğru katılımcı sayısının azalması ile birlikte daha sınırlı bir çerçeve çizilmektedir.

Katılımcıların ortak görüşlerini yansıtan kompozit Q-sort tablolarındaki pozitif ve negatif yönlerde yer alan 4 değerindeki katılımcı görüşü çok yüksek önem, 3 ve 2 değerindeki katılımcı görüşü yüksek önem, 1 değerindeki katılımcı görüşü orta önem ve 0 değerindeki katılımcı görüşü düşük önem derecesi olarak kabul edilmiştir. Bakış Açısı-1, Bakış Açısı-2, Bakış Açısı-3 ve Bakış Açısı-4 katılımcılarının çalışma kapsamında yer alan ifadelere vermiş oldukları yanıtların değerleri karşılaştırmalı olarak EK-5'teki İfadelerin Bakış Açılarına Göre Sıralaması tablosunda yer almaktadır.

4.2.3.1. Bakış Açısı-1

En yüksek sayıda katılımcının yer aldığı Bakış Açısı-1'de 26 katılımcıdan 8'i yer almaktadır. En yüksek katılımcıya sahip olması nedeniyle bu yaklaşımın metaverse ve etik konusunda genel bir perspektif oluşturduğu söylenebilir. Bakış Açısı-1 katılımcılarının vermiş oldukları yanıtların pozitif yönden negatif yöne doğru sıralanmış hali Tablo 16'da yer almaktadır.

Sıra	Q İfade	Değer
26	Metaverse ortamlarında düzenli güvenlik güncellemeleri yapılmalıdır.	4
34	Metaverse ortamlarındaki verilerin kimlerle paylaşılacağı konusunda kullanıcılara bilgi verilmelidir.	4
12	Metaverse ortamlarının kendi kuralları olmalıdır.	3
14	Metaverse ortamlarında korunmak için kişisel bilinç kazandırılmalıdır.	3
38	Etik sınırların belirlenmesi kullanıcıların metaverse ortamlarını güvenli bir şekilde kullanmasını sağlar.	3
42	Metaverse ortamlarındaki gizlilik politikaları kullanıcılara net bir şekilde sunulmalıdır.	3
56	Metaverse ortamlarında kullanıcılar kendi etik kurallarına sahip olmalıdır.	3
1	Günümüzde tam anlamı ile bir metaverse deneyimi söz konusu değildir.	2
5	Metaverse kullanıcıların sosyal aktiviteler yapabilecekleri bir ortamdır.	2
15	Metaverse ortamları ile ilgili ulusal hukuki düzenlemeler yapılmalıdır.	2
16	Metaverse ortamları ile ilgili uluslararası hukuki düzenlemeler yapılmalıdır.	2
28	Metaverse ortamlarının sunduğu anonimlik, kullanıcıların kötü niyetli davranış sergilemelerine neden olmaktadır.	2
33	Metaverse ortamlarında kullanıcıların dijital aktivitelerinin işlenmesi konusunda şeffaf olunmalıdır.	2

43	Metaverse ortamlarında kullanıcıların dijital olarak izlenmesi özel hayatlarını ihlal etmektedir.	2
60	Metaverse ortamlarında sosyal etkileşimler gerçekleşmektedir.	2
3	Metaverse ortamları kullanıcılara fırsatlar sunmaktadır.	1
4	Metaverse ortamları kullanıcılar için tehditler barındırmaktadır.	1
11	Yeni medya ortamlarında yaşanan sorunlar, metaverse ortamlarında da yaşanacaktır.	1
20	Metaverse ortamlarındaki sanal topluluk kuralları şeffaf olmalıdır.	1
23	Metaverse ortamlarında, kişisel verilerin toplanması konusunda şeffaflık sağlanmalıdır.	1
24	Metaverse ortamlarında, kişisel verilerin saklanması konusunda şeffaflık sağlanmalıdır.	1
41	Metaverse ortamlarında gizlilik sorunu vardır.	1
44	Metaverse ortamları hackerlar için kullanışlı bir alandır.	1
59	Metaverse, gelişim aşamasındadır.	1
6	Metaverse fiziksel dünyanın yansıması olan sanal bir evrendir.	0
8	Metaverse ortamlarında bireysel etkileşim gerçekleşmektedir.	0
18	Metaverse, çevrimiçi yeni toplulukların oluşmasını sağlar.	0
22	Metaverse ve etik konusunda çalışmalar yapılmalıdır.	0
25	Metaverse ortamlarında, kişisel verilerin kullanılması konusunda şeffaflık sağlanmalıdır.	0
27	Metaverse ortamlarında kullanıcılar sahip oldukları gizlilik hakları konusunda bilgilendirilmelidir.	0
31	Metaverse ortamlarında kullanıcıların dijital aktivitelerinin kayıt altına alınması konusunda şeffaf olunmalıdır.	0
32	Metaverse ortamlarında kullanıcıların dijital aktivitelerinin saklanması konusunda şeffaf olunmalıdır.	0
46	Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireylerin fiziksel dünyadaki ilişkileri olumsuz etkilenecektir.	0
53	Metaverse ortamları ile bireylerin kimliklerini gizlemeleri daha kolay olacaktır.	0
54	Metaverse ortamlarında tam bir mahremiyetten bahsedilemez.	0
57	Metaverse ortamlarında korunmak için kişisel bilgiler gerçek dünyadaki kimliği belli etmeyecek şekilde verilmelidir.	0
10	Metaverse ortamları ile bireyler farklı kültürlerden insanlar ile bir araya gelecektir.	-1

13	Fiziksel dünyadaki yasalar metaverse ortamları için yetersizdir.	-1
35	Metaverse ortamlarında zorbalık yaşanır.	-1
36	Metaverse ortamlarında taciz yaşanır.	-1
39	Etik sınırların belirlenmesi kullanıcıların metaverse ortamlarında birbirlerine karşı saygılı olmasını sağlar.	-1
40	Metaverse ortamlarında gerçekleştirilen davranışlar, gerçek dünyada etkisini göstermektedir.	-1
47	Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile toplumsal hassasiyetler gözardı edilecektir.	-1
50	Metaverse ortamlarındaki avatarlar kişilerde kendi gibi olamama kaygısı oluşturur.	-1
52	Metaverse ortamları ile bireylerin kimliklerini gizlemeleri daha zor olacaktır.	-1
7	Metaverse bir oyun alanıdır.	-2
17	Metaverse ortamları için hazırlanan yasalar gerçek dünya yasaları ile uyumlu olmalıdır.	-2
19	Metaverse, çevrimdışı yeni toplulukların oluşmasını sağlar.	-2
30	Metaverse ortamlarında kullanıcılar kimliklerini başkalarını kandırmak için kullanır.	-2
37	Metaverse ortamlarında nefret söylemi yaşanır.	-2
48	Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireyler gerçek ve sanal arasındaki ayrımı varamayacaklardır.	-2
49	Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireyler gerçek görüntüleri ve avatarları arasındaki kalacaklardır.	-2
51	Metaverse ortamlarında global şirketler tarafından tekelleşme yaşanır.	-2
9	Metaverse ortamlarında kullanıcılar profesyonel (iş ilişkisi kurma vb.) ilişkiler kurmaktadır.	-3
29	Metaverse ortamlarında kullanıcılar kimliklerini kendilerini farklı tanıtmak için kullanır.	-3
45	Metaverse ortamlarında kullanıcılar arası etkileşimden ortaya çıkan sorunlar üzerinde yaptırım uygulamak zordur.	-3
55	Metaverse ortamlarında yaşanacak sorunlara karşılık ceza sistemleri, sanal ve gerçek ayrımı yapılmadan işletilmelidir.	-3
58	Metaverse ortamlarının kullanımı bireylerin gerçeklikten kopmalarına neden olur.	-3
2	Yakın gelecekte bireyler, gündelik yaşamlarının çoğunu metaverse ortamlarında geçirecektir.	-4

21	Metaverse ortamlarındaki sanal topluluk kuralları baskıcı olmalıdır.	-4
----	--	----

Tablo 16: Bakış Açısı-1 Q İfade Değerleri

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Bakış Açısı-1 için çok yüksek önem derecesine sahip olan pozitif ve negatif yöndeki ifadeler şu şekildedir:

- Metaverse ortamlarındaki verilerin kimlerle paylaşılacağı konusunda kullanıcılara bilgi verilmelidir. (+4)
- Metaverse ortamlarında düzenli güvenlik güncellemeleri yapılmalıdır. (+4)
- Metaverse ortamlarındaki sanal topluluk kuralları baskıcı olmalıdır. (-4)
- Yakın gelecekte bireyler, gündelik yaşamlarının çoğunu metaverse ortamlarında geçirecektir. (-4)

Bakış Açısı-1'e göre kullanıcı verilerinin paylaşılması noktasında şirketler tarafından açık davranılması ve paylaşılacak olan kullanıcı verilerinin kimlerle paylaşılacağını bilginin verilmesi büyük önem taşımaktadır. Kullanıcı bilgilerinin paylaşılması konusunda bilgi verilmesinin yanı sıra sistemsal korunmanın sağlanması için düzenli olarak güvenlik güncellemelerinin yapılması da büyük önem arz etmektedir.

Bakış Açısı-1 perspektifindeki kullanıcıların negatif yönde yer alan çok yüksek önem derecesine sahip olan görüşlerine baktığımızda ise sanal topluluk kurallarının baskıcı olmaması gerektiği ve bireylerin gündelik yaşamlarının çoğunu metaverse ortamlarında geçirmeyeceğini ya da yakın bir gelecekte gerek teknolojik altyapıdan gerekse bireylerin bakış açılarından kaynaklı bunun olmayacağı söylenebilir.

Bakış Açısı-1 perspektifinde yer alan katılımcıların, diğer yaklaşımlarda yer alan katılımcılardan farklı olarak vermiş oldukları ve bu yaklaşıma özgü ifadeleri şunlardır:

- Metaverse ortamlarında düzenli güvenlik güncellemeleri yapılmalıdır.
- Metaverse ortamlarındaki verilerin kimlerle paylaşılacağı konusunda kullanıcılara bilgi verilmelidir.
- Metaverse ortamlarında korunmak için kişisel bilinç kazandırılmalıdır.
- Metaverse ortamlarının kendi kuralları olmalıdır.
- Metaverse ortamlarındaki gizlilik politikaları kullanıcılara net bir şekilde sunulmalıdır.
- Etik sınırların belirlenmesi kullanıcıların metaverse ortamlarını güvenli bir şekilde kullanmasını sağlar.

- Metaverse ortamlarında kullanıcılar kendi etik kurallarına sahip olmalıdır.

Bakış Açısı-1 perspektifinde yer alan katılımcılar için yapılacak olan düzenli güvenlik güncellemeleri ve depolanan verilerin kimlerle paylaşılacağına bilgisi gizlilik politikaları hakkında açıklama yapılması önem taşımaktadır. Bu bakış açısındaki katılımcılar aynı zamanda hem kullandıkları metaverse ortamlarının kendi kurallarına sahip olması gerektiğini hem de kullanıcıların kendi etik kurallarına sahip olması gerektiğini belirtmektedir.

Ayırt Edici İfadeler

- Metaverse ortamlarındaki gizlilik politikaları kullanıcılara net bir şekilde sunulmalıdır.
- Etik sınırların belirlenmesi kullanıcıların metaverse ortamlarını güvenli bir şekilde kullanmasını sağlar.
- Metaverse ortamları ile ilgili ulusal hukuki düzenlemeler yapılmalıdır.
- Metaverse ortamlarında sosyal etkileşimler gerçekleşmektedir.
- Metaverse ortamlarının sunduğu anonimlik, kullanıcıların kötü niyetli davranış sergilemelerine neden olmaktadır.
- Metaverse ortamları hackerlar için kullanışlı bir alandır.
- Metaverse ve etik konusunda çalışmalar yapılmalıdır.
- Metaverse ortamlarında kullanıcılar sahip oldukları gizlilik hakları konusunda bilgilendirilmelidir.
- Metaverse ortamlarında korunmak için kişisel bilgiler gerçek dünyadaki kimliği belli etmeyecek şekilde verilmelidir.
- Metaverse ortamlarında bireysel etkileşim gerçekleşmektedir.
- Metaverse, çevrimiçi yeni toplulukların oluşmasını sağlar.
- Metaverse ortamları için hazırlanan yasalar gerçek dünya yasaları ile uyumlu olmalıdır.
- Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireyler gerçek görüntüleri ve avatarları arasındaki kalacaklardır.
- Metaverse, çevrimdışı yeni toplulukların oluşmasını sağlar.
- Metaverse ortamlarının kullanımı bireylerin gerçeklikten kopmalarına neden olur.

- Metaverse ortamlarında yaşanacak sorunlara karşılık ceza sistemleri, sanal ve gerçek ayrımı yapılmadan işletilmelidir.
- Metaverse ortamlarında kullanıcılar arası etkileşimden ortaya çıkan sorunlar üzerinde yaptırım uygulamak zordur.

En Sıradan İfadeler

- Metaverse ortamlarında kullanıcılar kimliklerini kendilerini farklı tanıtmak için kullanır.
- Metaverse ortamlarının kullanımı bireylerin gerçeklikten kopmalarına neden olur.
- Metaverse ortamlarında kullanıcılar profesyonel (iş ilişkisi kurma vb.) ilişkiler kurmaktadır.
- Metaverse ortamlarında yaşanacak sorunlara karşılık ceza sistemleri, sanal ve gerçek ayrımı yapılmadan işletilmelidir.
- Metaverse ortamlarında kullanıcılar arası etkileşimden ortaya çıkan sorunlar üzerinde yaptırım uygulamak zordur.
- Yakın gelecekte bireyler, gündelik yaşamlarının çoğunu metaverse ortamlarında geçirecektir.
- Metaverse ortamlarındaki sanal topluluk kuralları baskıcı olmalıdır.

Bakış Açısı-1 için hazırlanmış olan kompozit Q-sort tablosu EK-6'da yer almaktadır.

4.2.3.2. Bakış Açısı-2

Bakış Açısı-2'ye, 26 katılımcıdan 7'si yerleşmiştir. Bakış Açısı-2 katılımcılarının vermiş oldukları yanıtların pozitif yönden negatif yöne doğru sıralanmış hali Tablo 17'de yer almaktadır.

Sıra	Q İfade	Değer
22	Metaverse ve etik konusunda çalışmalar yapılmalıdır.	4
27	Metaverse ortamlarında kullanıcılar sahip oldukları gizlilik hakları konusunda bilgilendirilmelidir.	4
17	Metaverse ortamları için hazırlanan yasalar gerçek dünya yasaları ile uyumlu olmalıdır.	3
18	Metaverse, çevrimiçi yeni toplulukların oluşmasını sağlar.	3
28	Metaverse ortamlarının sunduğu anonimlik, kullanıcıların kötü niyetli davranış	3

	sergilemelerine neden olmaktadır.	
16	Metaverse ortamları ile ilgili uluslararası hukuki düzenlemeler yapılmalıdır.	3
34	Metaverse ortamlarındaki verilerin kimlerle paylaşılacağı konusunda kullanıcılara bilgi verilmelidir.	3
59	Metaverse, gelişim aşamasındadır.	2
45	Metaverse ortamlarında kullanıcılar arası etkileşimden ortaya çıkan sorunlar üzerinde yaptırım uygulamak zordur.	2
58	Metaverse ortamlarının kullanımı bireylerin gerçeklikten kopmalarına neden olur.	2
43	Metaverse ortamlarında kullanıcıların dijital olarak izlenmesi özel hayatlarını ihlal etmektedir.	2
48	Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireyler gerçek ve sanal arasındaki ayrımı varamayacaklardır.	2
12	Metaverse ortamlarının kendi kuralları olmalıdır.	2
11	Yeni medya ortamlarında yaşanan sorunlar, metaverse ortamlarında da yaşanacaktır.	2
13	Fiziksel dünyadaki yasalar metaverse ortamları için yetersizdir.	2
15	Metaverse ortamları ile ilgili ulusal hukuki düzenlemeler yapılmalıdır.	1
20	Metaverse ortamlarındaki sanal topluluk kuralları şeffaf olmalıdır.	1
35	Metaverse ortamlarında zorbalık yaşanır.	1
49	Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireyler gerçek görüntüleri ve avaturları arasındaki kalacaklardır.	1
36	Metaverse ortamlarında taciz yaşanır.	1
24	Metaverse ortamlarında, kişisel verilerin saklanması konusunda şeffaflık sağlanmalıdır.	1
32	Metaverse ortamlarında kullanıcıların dijital aktivitelerinin saklanması konusunda şeffaf olunmalıdır.	1
46	Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireylerin fiziksel dünyadaki ilişkileri olumsuz etkilenecektir.	1
25	Metaverse ortamlarında, kişisel verilerin kullanılması konusunda şeffaflık sağlanmalıdır.	1
53	Metaverse ortamları ile bireylerin kimliklerini gizlemeleri daha kolay olacaktır.	0
14	Metaverse ortamlarında korunmak için kişisel bilinç kazandırılmalıdır.	0
51	Metaverse ortamlarında global şirketler tarafından tekelleşme yaşanır.	0
31	Metaverse ortamlarında kullanıcıların dijital aktivitelerinin kayıt altına alınması	0

	konusunda şeffaf olunmalıdır.	
55	Metaverse ortamlarında yaşanacak sorunlara karşılık ceza sistemleri, sanal ve gerçek ayrımı yapılmadan işletilmelidir.	0
42	Metaverse ortamlarındaki gizlilik politikaları kullanıcılara net bir şekilde sunulmalıdır.	0
41	Metaverse ortamlarında gizlilik sorunu vardır.	0
38	Etik sınırların belirlenmesi kullanıcıların metaverse ortamlarını güvenli bir şekilde kullanmasını sağlar.	0
44	Metaverse ortamları hackerlar için kullanışlı bir alandır.	0
26	Metaverse ortamlarında düzenli güvenlik güncellemeleri yapılmalıdır.	0
50	Metaverse ortamlarındaki avatarlar kişilerde kendi gibi olamama kaygısı oluşturur.	0
4	Metaverse ortamları kullanıcılar için tehditler barındırmaktadır.	0
47	Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile toplumsal hassasiyetler gözardı edilecektir.	-1
60	Metaverse ortamlarında sosyal etkileşimler gerçekleşmektedir.	-1
54	Metaverse ortamlarında tam bir mahremiyetten bahsedilemez.	-1
1	Günümüzde tam anlamı ile bir metaverse deneyimi söz konusu değildir.	-1
19	Metaverse, çevrimdışı yeni toplulukların oluşmasını sağlar.	-1
29	Metaverse ortamlarında kullanıcılar kimliklerini kendilerini farklı tanıtmak için kullanır.	-1
10	Metaverse ortamları ile bireyler farklı kültürlerden insanlar ile bir araya gelecektir.	-1
39	Etik sınırların belirlenmesi kullanıcıların metaverse ortamlarında birbirlerine karşı saygılı olmasını sağlar.	-1
33	Metaverse ortamlarında kullanıcıların dijital aktivitelerinin işlenmesi konusunda şeffaf olunmalıdır.	-1
57	Metaverse ortamlarında korunmak için kişisel bilgiler gerçek dünyadaki kimliği belli etmeyecek şekilde verilmelidir.	-2
37	Metaverse ortamlarında nefret söylemi yaşanır.	-2
2	Yakın gelecekte bireyler, gündelik yaşamlarının çoğunu metaverse ortamlarında geçirecektir.	-2
40	Metaverse ortamlarında gerçekleştirilen davranışlar, gerçek dünyada etkisini göstermektedir.	-2
52	Metaverse ortamları ile bireylerin kimliklerini gizlemeleri daha zor olacaktır.	-2
9	Metaverse ortamlarında kullanıcılar profesyonel (iş ilişkisi kurma vb.) ilişkiler	-2

	kurmaktadır.	
30	Metaverse ortamlarında kullanıcılar kimliklerini başkalarını kandırmak için kullanır.	-2
3	Metaverse ortamları kullanıcılara fırsatlar sunmaktadır.	-2
8	Metaverse ortamlarında bireysel etkileşim gerçekleşmektedir.	-3
6	Metaverse fiziksel dünyanın yansıması olan sanal bir evrendir.	-3
56	Metaverse ortamlarında kullanıcılar kendi etik kurallarına sahip olmalıdır.	-3
5	Metaverse kullanıcıların sosyal aktiviteler yapabilecekleri bir ortamdır.	-3
23	Metaverse ortamlarında, kişisel verilerin toplanması konusunda şeffaflık sağlanmalıdır.	-3
7	Metaverse bir oyun alanıdır.	-4
21	Metaverse ortamlarındaki sanal topluluk kuralları baskıcı olmalıdır.	-4

Tablo 17: Bakış Açısı-2 Q İfade Değerleri

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Bakış Açısı-2 için çok yüksek önem derecesine sahip olan pozitif ve negatif yöndeki ifadeler şu şekildedir:

- Metaverse ve etik konusunda çalışmalar yapılmalıdır. (+4)
- Metaverse ortamlarında kullanıcılar sahip oldukları gizlilik hakları konusunda bilgilendirilmelidir. (+4)
- Metaverse bir oyun alanıdır. (-4)
- Metaverse ortamlarındaki sanal topluluk kuralları baskıcı olmalıdır. (-4)

Bakış Açısı-2'ye göre metaverse ve etik konusunda çalışmaların yapılması çok büyük öneme sahip olmaktadır. Metaverse ve etik konusunda yapılacak olan çalışmalar ile birlikte kullanıcıların platformlarda sahip oldukları gizlilik hakları konusunda bilgilendirilmeleri bu bakış açısında yer alan katılımcılar için pozitif yönde büyük bir öneme sahip olmaktadır.

Bakış Açısı-2 için negatif yönde yer alan çok yüksek önem derecesine sahip olan ifadeler bakıldığında metaverse platformlarının bir oyun alanı olmadığını, oyun alanından daha fazlası olduğunu ve sanal topluluk kurallarının bu grup için büyük bir öneme sahip olduğu görülmektedir. Bu bakış açısına sahip olan katılımcılar sanal toplulukların kuralları olmasını ancak bu kuralların baskıcı olmaması gerektiğini belirtmektedirler.

Bakış Açısı-2 perspektifinde yer alan katılımcıların, diğer yaklaşımlarda yer alan katılımcılardan farklı olarak vermiş oldukları ve bu yaklaşıma özgü ifadeleri şunlardır:

- Metaverse ortamlarında kullanıcılar sahip oldukları gizlilik hakları konusunda bilgilendirilmelidir.
- Metaverse ve etik konusunda çalışmalar yapılmalıdır.
- Metaverse ortamlarındaki verilerin kimlerle paylaşılacağı konusunda kullanıcılara bilgi verilmelidir.
- Metaverse ortamları ile ilgili uluslararası hukuki düzenlemeler yapılmalıdır.
- Metaverse ortamlarının sunduğu anonimlik, kullanıcıların kötü niyetli davranış sergilemelerine neden olmaktadır.
- Metaverse, çevrimiçi yeni toplulukların oluşmasını sağlar.
- Metaverse ortamları için hazırlanan yasalar gerçek dünya yasaları ile uyumlu olmalıdır.

Bakış Açısı-2 perspektifinde yer katılımcılar için kullanıcıların gizlilik hakları konusunda bilgilendirilmesi diğer bakış açılarına göre en ayırt edici özellik olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu grupta yer alan katılımcılar, metaverse ve etik konusunda çalışmaların yapılması gerektiğini ve bu çalışmaların yanı sıra uluslararası hukuki düzenlemelerin de olması gerektiğini ifade etmektedirler. Metaverse platformlarının sunduğu anonim olma özelliğinin kullanıcıların kötü niyetli davranışlar sergilemesine neden olacağı ve bu platformların çevrimiçi yeni topluluklar oluşturacağı düşüncesi Bakış Açısı-2 yaklaşımındaki katılımcılar için ayırt edici olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ayırt Edici İfadeler

- Metaverse ve etik konusunda çalışmalar yapılmalıdır.
- Metaverse ortamlarının sunduğu anonimlik, kullanıcıların kötü niyetli davranış sergilemelerine neden olmaktadır.
- Metaverse, çevrimiçi yeni toplulukların oluşmasını sağlar.
- Metaverse ortamları için hazırlanan yasalar gerçek dünya yasaları ile uyumlu olmalıdır.
- Fiziksel dünyadaki yasalar metaverse ortamları için yetersizdir.
- Yeni medya ortamlarında yaşanan sorunlar, metaverse ortamlarında da yaşanacaktır.
- Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireyler gerçek ve sanal arasındaki ayrıma varamayacaklardır.
- Metaverse ortamlarının kullanımı bireylerin gerçeklikten kopmalarına neden olur.

- Metaverse ortamlarında kullanıcılar arası etkileşimden ortaya çıkan sorunlar üzerinde yaptırım uygulamak zordur.
- Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireylerin fiziksel dünyadaki ilişkileri olumsuz etkilenecektir.
- Metaverse ortamlarında taciz yaşanır.
- Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireyler gerçek görüntüleri ve avatarları arasındaki kalacaklardır.
- Metaverse ortamlarında zorbalık yaşanır.
- Metaverse ortamlarındaki avatarlar kişilerde kendi gibi olamama kaygısı oluşturur.
- Metaverse ortamları hackerlar için kullanışlı bir alandır.
- Metaverse ortamlarındaki gizlilik politikaları kullanıcılara net bir şekilde sunulmalıdır.
- Metaverse ortamlarında korunmak için kişisel bilinç kazandırılmalıdır.
- Metaverse ortamlarında kullanıcılar kimliklerini kendilerini farklı tanıtmak için kullanır.
- Metaverse, çevrimdışı yeni toplulukların oluşmasını sağlar.
- Günümüzde tam anlamı ile bir metaverse deneyimi söz konusu değildir.
- Yakın gelecekte bireyler, gündelik yaşamlarının çoğunu metaverse ortamlarında geçirecektir.
- Metaverse ortamlarında, kişisel verilerin toplanması konusunda şeffaflık sağlanmalıdır.
- Metaverse kullanıcıların sosyal aktiviteler yapabilecekleri bir ortamdır.
- Metaverse ortamlarında bireysel etkileşim gerçekleşmektedir.
- Metaverse bir oyun alanıdır.

En Sıradan İfadeler

- Metaverse ortamlarında, kişisel verilerin toplanması konusunda şeffaflık sağlanmalıdır.
- Metaverse kullanıcıların sosyal aktiviteler yapabilecekleri bir ortamdır.
- Metaverse ortamlarında kullanıcılar kendi etik kurallarına sahip olmalıdır.

- Metaverse fiziksel dünyanın yansıması olan sanal bir evrendir. Metaverse ortamlarında bireysel etkileşim gerçekleşmektedir.
- Metaverse ortamlarındaki sanal topluluk kuralları baskıcı olmalıdır.
- Metaverse bir oyun alanıdır.

Bakış Açısı-2 için hazırlanmış olan kompozit Q-sort tablosu EK-7’de olarak yer almaktadır.

4.2.3.3. Bakış Açısı-3

Bakış Açısı-3’e, 26 katılımcıdan 6’sı yerleşmiştir. Bakış Açısı-3 katılımcılarının vermiş oldukları yanıtların pozitif yönden negatif yöne doğru sıralanmış hali Tablo 18’de yer almaktadır.

Sıra	Q İfade	Değer
16	Metaverse ortamları ile ilgili uluslararası hukuki düzenlemeler yapılmalıdır.	4
26	Metaverse ortamlarında düzenli güvenlik güncellemeleri yapılmalıdır.	4
19	Metaverse, çevrimdışı yeni toplulukların oluşmasını sağlar.	3
5	Metaverse kullanıcıların sosyal aktiviteler yapabilecekleri bir ortamdır.	3
35	Metaverse ortamlarında zorbalık yaşanır.	3
44	Metaverse ortamları hackerlar için kullanışlı bir alandır.	3
18	Metaverse, çevrimiçi yeni toplulukların oluşmasını sağlar.	3
20	Metaverse ortamlarındaki sanal topluluk kuralları şeffaf olmalıdır.	2
29	Metaverse ortamlarında kullanıcılar kimliklerini kendilerini farklı tanıtmak için kullanır.	2
10	Metaverse ortamları ile bireyler farklı kültürlerden insanlar ile bir araya gelecektir.	2
43	Metaverse ortamlarında kullanıcıların dijital olarak izlenmesi özel hayatlarını ihlal etmektedir.	2
59	Metaverse, gelişim aşamasındadır.	2
1	Günümüzde tam anlamı ile bir metaverse deneyimi söz konusu değildir.	2
37	Metaverse ortamlarında nefret söylemi yaşanır.	2
54	Metaverse ortamlarında tam bir mahremiyetten bahsedilemez.	2
42	Metaverse ortamlarındaki gizlilik politikaları kullanıcılara net bir şekilde sunulmalıdır.	1
39	Etik sınırların belirlenmesi kullanıcıların metaverse ortamlarında birbirlerine karşı	1

	saygılı olmasını sağlar.	
23	Metaverse ortamlarında, kişisel verilerin toplanması konusunda şeffaflık sağlanmalıdır.	1
17	Metaverse ortamları için hazırlanan yasalar gerçek dünya yasaları ile uyumlu olmalıdır.	1
4	Metaverse ortamları kullanıcılar için tehditler barındırmaktadır.	1
8	Metaverse ortamlarında bireysel etkileşim gerçekleşmektedir.	1
53	Metaverse ortamları ile bireylerin kimliklerini gizlemeleri daha kolay olacaktır.	1
9	Metaverse ortamlarında kullanıcılar profesyonel (iş ilişkisi kurma vb.) ilişkiler kurmaktadır.	1
24	Metaverse ortamlarında, kişisel verilerin saklanması konusunda şeffaflık sağlanmalıdır.	1
33	Metaverse ortamlarında kullanıcıların dijital aktivitelerinin işlenmesi konusunda şeffaf olunmalıdır.	0
12	Metaverse ortamlarının kendi kuralları olmalıdır.	0
40	Metaverse ortamlarında gerçekleştirilen davranışlar, gerçek dünyada etkisini göstermektedir.	0
30	Metaverse ortamlarında kullanıcılar kimliklerini başkalarını kandırmak için kullanır.	0
38	Etik sınırların belirlenmesi kullanıcıların metaverse ortamlarını güvenli bir şekilde kullanmasını sağlar.	0
32	Metaverse ortamlarında kullanıcıların dijital aktivitelerinin saklanması konusunda şeffaf olunmalıdır.	0
25	Metaverse ortamlarında, kişisel verilerin kullanılması konusunda şeffaflık sağlanmalıdır.	0
21	Metaverse ortamlarındaki sanal topluluk kuralları baskıcı olmalıdır.	0
49	Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireyler gerçek görüntüleri ve avatarları arasındaki kalacaklardır.	0
47	Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile toplumsal hassasiyetler gözardı edilecektir.	0
31	Metaverse ortamlarında kullanıcıların dijital aktivitelerinin kayıt altına alınması konusunda şeffaf olunmalıdır.	0
11	Yeni medya ortamlarında yaşanan sorunlar, metaverse ortamlarında da yaşanacaktır.	0

45	Metaverse ortamlarında kullanıcılar arası etkileşimden ortaya çıkan sorunlar üzerinde yaptırım uygulamak zordur.	-1
7	Metaverse bir oyun alanıdır.	-1
55	Metaverse ortamlarında yaşanacak sorunlara karşılık ceza sistemleri, sanal ve gerçek ayrımı yapılmadan işletilmelidir.	-1
34	Metaverse ortamlarındaki verilerin kimlerle paylaşılacağı konusunda kullanıcılara bilgi verilmelidir.	-1
27	Metaverse ortamlarında kullanıcılar sahip oldukları gizlilik hakları konusunda bilgilendirilmelidir.	-1
58	Metaverse ortamlarının kullanımı bireylerin gerçeklikten kopmalarına neden olur.	-1
28	Metaverse ortamlarının sunduğu anonimlik, kullanıcıların kötü niyetli davranış sergilemelerine neden olmaktadır.	-1
60	Metaverse ortamlarında sosyal etkileşimler gerçekleşmektedir.	-1
3	Metaverse ortamları kullanıcılara fırsatlar sunmaktadır.	-1
52	Metaverse ortamları ile bireylerin kimliklerini gizlemeleri daha zor olacaktır.	-2
36	Metaverse ortamlarında taciz yaşanır.	-2
13	Fiziksel dünyadaki yasalar metaverse ortamları için yetersizdir.	-2
51	Metaverse ortamlarında global şirketler tarafından tekelleşme yaşanır.	-2
15	Metaverse ortamları ile ilgili ulusal hukuki düzenlemeler yapılmalıdır.	-2
57	Metaverse ortamlarında korunmak için kişisel bilgiler gerçek dünyadaki kimliği belli etmeyecek şekilde verilmelidir.	-2
50	Metaverse ortamlarındaki avatarlar kişilerde kendi gibi olamama kaygısı oluşturur.	-2
41	Metaverse ortamlarında gizlilik sorunu vardır.	-2
2	Yakın gelecekte bireyler, gündelik yaşamlarının çoğunu metaverse ortamlarında geçirecektir.	-3
14	Metaverse ortamlarında korunmak için kişisel bilinç kazandırılmalıdır.	-3
6	Metaverse fiziksel dünyanın yansıması olan sanal bir evrendir.	-3
46	Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireylerin fiziksel dünyadaki ilişkileri olumsuz etkilenecektir.	-3
48	Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireyler gerçek ve sanal arasındaki ayrıma varamayacaklardır.	-3
22	Metaverse ve etik konusunda çalışmalar yapılmalıdır.	-4
56	Metaverse ortamlarında kullanıcılar kendi etik kurallarına sahip olmalıdır.	-4

Tablo 18: Bakış Açısı-3 Q İfade Değerleri

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Bakış Açısı-3 için çok yüksek önem derecesine sahip olan pozitif ve negatif yöndeki ifadeler şu şekildedir:

- Metaverse ortamları ile ilgili uluslararası hukuki düzenlemeler yapılmalıdır. (+4)
- Metaverse ortamlarında düzenli güvenlik güncellemeleri yapılmalıdır. (+4)
- Metaverse ve etik konusunda çalışmalar yapılmalıdır. (-4)
- Metaverse ortamlarındaki kullanıcılar kendi etik kurallarına sahip olmalıdır. (-4)

Bakış Açısı-3'e göre yapılacak olan uluslararası hukuki düzenlemeler pozitif yönde çok büyük bir öneme sahiptir. Bakış Açısı-1 ile benzer şekilde Bakış Açısı-3 perspektifine sahip katılımcılar da metaverse ortamlarında daha güvenli bir ortamın oluşturulabilmesi için düzenli güvenlik güncellemeleri yapılması gerektiğini ifade etmektedirler. Bakış Açısı-1 ve Bakış Açısı-3, düzenli güvenlik güncellemeleri yapılmasını çok yüksek önem derecesine sahip olarak görürken; uluslararası hukuki düzenlemeler ve verilerin paylaşılacağı kişiler konusunda bilgi verilmesi noktasında birbirinden ayrılmaktadır.

Bakış Açısı-3 için metaverse ve etik konusunda yapılacak çalışmalar negatif yönde çok yüksek önem derecesine sahiptir. Dolayısı ile de bu perspektifte yer alan katılımcılar için metaverse ve etik konusunda yapılacak olan çalışmaların kullanıcıların kendi etik kurallarına sahip olmalarının önem derecesinin en az olduğu söylenebilir. Bu noktadan hareketle bu perspektifte yer alan kullanıcılar için hem bireysel etik kurallarının bir öneminin olmadığını hem de etik kuralların bireyler tarafından değil uygulama sağlayıcıları tarafından oluşturulmasının beklendiği ifade edilebilir.

Bakış Açısı-3 perspektifinde yer alan katılımcıların, diğer yaklaşımlarda yer alan katılımcılardan farklı olarak vermiş oldukları ve bu yaklaşıma özgü ifadeleri şunlardır:

- Metaverse ortamlarında düzenli güvenlik güncellemeleri yapılmalıdır.
- Metaverse ortamları ile ilgili uluslararası hukuki düzenlemeler yapılmalıdır.
- Metaverse, çevrimiçi yeni toplulukların oluşmasını sağlar.
- Metaverse ortamları hackerlar için kullanışlı bir alandır.
- Metaverse ortamlarında zorbalık yaşanır.
- Metaverse kullanıcıların sosyal aktiviteler yapabilecekleri bir ortamdır.
- Metaverse, çevrimdışı yeni toplulukların oluşmasını sağlar.

Bakış Açısı-3 yaklaşımında yer alan katılımcılar için metaverse ortamlarının hackerlar için kullanışlı bir alan olması ve bu ortamlarda zorbalık yaşanacağı düşüncesi en ayırt edici özellikler arasında yer almaktadır. Olumsuz düşüncelerin yanı sıra bu yaklaşıma

sahip olan katılımcılar metaverse ortamlarının sosyal aktiviteler yapabilecekleri ve bu aktivitelerine bağlı olarak hem çevrimiçi hem de çevrimdışı ortamlar oluşturmalarına imkan tanıyacağını düşünmektedirler.

Ayırt Edici İfadeler

- Metaverse, çevrimiçi yeni toplulukların oluşmasını sağlar.
- Metaverse ortamları hackerlar için kullanışlı bir alandır.
- Metaverse ortamlarında zorbalık yaşanır.
- Metaverse ortamlarında tam bir mahremiyetten bahsedilemez.
- Metaverse ortamlarında nefret söylemi yaşanır.
- Metaverse ortamlarında kullanıcılar kimliklerini kendilerini farklı tanıtmak için kullanır.
- Metaverse ortamlarında kullanıcılar profesyonel (iş ilişkisi kurma vb.) ilişkiler kurmaktadır.
- Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireyler gerçek görüntüleri ve avaturları arasındaki kalacaklardır.
- Metaverse ortamlarında kullanıcılar kimliklerini başkalarını kandırmak için kullanır.
- Metaverse ortamlarında kullanıcılar sahip oldukları gizlilik hakları konusunda bilgilendirilmelidir.
- Metaverse ortamlarındaki verilerin kimlerle paylaşılacağı konusunda kullanıcılara bilgi verilmelidir.
- Metaverse ortamlarında kullanıcılar arası etkileşimden ortaya çıkan sorunlar üzerinde yaptırım uygulamak zordur.
- Metaverse ortamlarında gizlilik sorunu vardır.
- Metaverse ortamlarında korunmak için kişisel bilgiler gerçek dünyadaki kimliği belli etmeyecek şekilde verilmelidir.
- Metaverse ortamları ile ilgili ulusal hukuki düzenlemeler yapılmalıdır.
- Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireylerin fiziksel dünyadaki ilişkileri olumsuz etkilenecektir.
- Metaverse ortamlarında korunmak için kişisel bilinç kazandırılmalıdır.
- Metaverse ve etik konusunda çalışmalar yapılmalıdır.

En Sıradan İfadeler

- Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireyler gerçek ve sanal arasındaki ayrıma varamayacaklardır.
- Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireylerin fiziksel dünyadaki ilişkileri olumsuz etkilenecektir.
- Metaverse fiziksel dünyanın yansıması olan sanal bir evrendir.
- Metaverse ortamlarında korunmak için kişisel bilinç kazandırılmalıdır.
- Yakın gelecekte bireyler, gündelik yaşamlarının çoğunu metaverse ortamlarında geçirecektir.
- Metaverse ortamlarında kullanıcılar kendi etik kurallarına sahip olmalıdır.
- Metaverse ve etik konusunda çalışmalar yapılmalıdır.

Bakış Açısı-3 için hazırlanmış olan kompozit Q-sort tablosu EK-8’de olarak yer almaktadır.

4.2.3.4. Bakış Açısı-4

En az katılımcının yer aldığı Bakış Açısı-4’e, 26 katılımcıdan 5’i yerleşmiştir. Bu bakış açısı için en az yaygın olan katılımcı perspektifi olduğu söylenebilir. Bakış Açısı-4 katılımcılarının vermiş oldukları yanıtların pozitif yönden negatif yöne doğru sıralanmış hali Tablo 19’da yer almaktadır.

Sıra	Q İfade	Değer
24	Metaverse ortamlarında, kişisel verilerin saklanması konusunda şeffaflık sağlanmalıdır.	4
9	Metaverse ortamlarında kullanıcılar profesyonel (iş ilişkisi kurma vb.) ilişkiler kurmaktadır.	4
34	Metaverse ortamlarındaki verilerin kimlerle paylaşılacağı konusunda kullanıcılara bilgi verilmelidir.	3
19	Metaverse, çevrimdışı yeni toplulukların oluşmasını sağlar.	3
14	Metaverse ortamlarında korunmak için kişisel bilinç kazandırılmalıdır.	3
56	Metaverse ortamlarında kullanıcılar kendi etik kurallarına sahip olmalıdır.	3
27	Metaverse ortamlarında kullanıcılar sahip oldukları gizlilik hakları konusunda bilgilendirilmelidir.	3
3	Metaverse ortamları kullanıcılara fırsatlar sunmaktadır.	2

42	Metaverse ortamlarındaki gizlilik politikaları kullanıcılara net bir şekilde sunulmalıdır.	2
39	Etik sınırların belirlenmesi kullanıcıların metaverse ortamlarında birbirlerine karşı saygılı olmasını sağlar.	2
8	Metaverse ortamlarında bireysel etkileşim gerçekleşmektedir.	2
22	Metaverse ve etik konusunda çalışmalar yapılmalıdır.	2
23	Metaverse ortamlarında, kişisel verilerin toplanması konusunda şeffaflık sağlanmalıdır.	2
10	Metaverse ortamları ile bireyler farklı kültürlerden insanlar ile bir araya gelecektir.	2
1	Günümüzde tam anlamı ile bir metaverse deneyimi söz konusu değildir.	2
60	Metaverse ortamlarında sosyal etkileşimler gerçekleşmektedir.	1
17	Metaverse ortamları için hazırlanan yasalar gerçek dünya yasaları ile uyumlu olmalıdır.	1
18	Metaverse, çevrimiçi yeni toplulukların oluşmasını sağlar.	1
16	Metaverse ortamları ile ilgili uluslararası hukuki düzenlemeler yapılmalıdır.	1
33	Metaverse ortamlarında kullanıcıların dijital aktivitelerinin işlenmesi konusunda şeffaf olunmalıdır.	1
32	Metaverse ortamlarında kullanıcıların dijital aktivitelerinin saklanması konusunda şeffaf olunmalıdır.	1
25	Metaverse ortamlarında, kişisel verilerin kullanılması konusunda şeffaflık sağlanmalıdır.	1
31	Metaverse ortamlarında kullanıcıların dijital aktivitelerinin kayıt altına alınması konusunda şeffaf olunmalıdır.	1
20	Metaverse ortamlarındaki sanal topluluk kuralları şeffaf olmalıdır.	1
6	Metaverse fiziksel dünyanın yansıması olan sanal bir evrendir.	0
2	Yakın gelecekte bireyler, gündelik yaşamlarının çoğunu metaverse ortamlarında geçirecektir.	0
5	Metaverse kullanıcıların sosyal aktiviteler yapabilecekleri bir ortamdır.	0
40	Metaverse ortamlarında gerçekleştirilen davranışlar, gerçek dünyada etkisini göstermektedir.	0
11	Yeni medya ortamlarında yaşanan sorunlar, metaverse ortamlarında da yaşanacaktır.	0
58	Metaverse ortamlarının kullanımı bireylerin gerçeklikten kopmalarına neden	0

	olur.	
51	Metaverse ortamlarında global şirketler tarafından tekelleşme yaşanır.	0
12	Metaverse ortamlarının kendi kuralları olmalıdır.	0
15	Metaverse ortamları ile ilgili ulusal hukuki düzenlemeler yapılmalıdır.	0
59	Metaverse, gelişim aşamasındadır.	0
26	Metaverse ortamlarında düzenli güvenlik güncellemeleri yapılmalıdır.	0
52	Metaverse ortamları ile bireylerin kimliklerini gizlemeleri daha zor olacaktır.	0
38	Etik sınırların belirlenmesi kullanıcıların metaverse ortamlarını güvenli bir şekilde kullanmasını sağlar.	-1
13	Fiziksel dünyadaki yasalar metaverse ortamları için yetersizdir.	-1
55	Metaverse ortamlarında yaşanacak sorunlara karşılık ceza sistemleri, sanal ve gerçek ayrımı yapılmadan işletilmelidir.	-1
53	Metaverse ortamları ile bireylerin kimliklerini gizlemeleri daha kolay olacaktır.	-1
46	Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireylerin fiziksel dünyadaki ilişkileri olumsuz etkilenecektir.	-1
28	Metaverse ortamlarının sunduğu anonimlik, kullanıcıların kötü niyetli davranış sergilemelerine neden olmaktadır.	-1
47	Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile toplumsal hassasiyetler gözardı edilecektir.	-1
54	Metaverse ortamlarında tam bir mahremiyetten bahsedilemez.	-1
21	Metaverse ortamlarındaki sanal topluluk kuralları baskıcı olmalıdır.	-1
30	Metaverse ortamlarında kullanıcılar kimliklerini başkalarını kandırmak için kullanır.	-2
45	Metaverse ortamlarında kullanıcılar arası etkileşimden ortaya çıkan sorunlar üzerinde yaptırım uygulamak zordur.	-2
43	Metaverse ortamlarında kullanıcıların dijital olarak izlenmesi özel hayatlarını ihlal etmektedir.	-2
7	Metaverse bir oyun alanıdır.	-2
50	Metaverse ortamlarındaki avatarlar kişilerde kendi gibi olamama kaygısı oluşturur.	-2
35	Metaverse ortamlarında zorbalık yaşanır.	-2
37	Metaverse ortamlarında nefret söylemi yaşanır.	-2
44	Metaverse ortamları hackerlar için kullanışlı bir alandır.	-2
41	Metaverse ortamlarında gizlilik sorunu vardır.	-3

48	Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireyler gerçek ve sanal arasındaki ayrımı varamayacaklardır.	-3
57	Metaverse ortamlarında korunmak için kişisel bilgiler gerçek dünyadaki kimliği belli etmeyecek şekilde verilmelidir.	-3
29	Metaverse ortamlarında kullanıcılar kimliklerini kendilerini farklı tanıtmak için kullanır.	-3
36	Metaverse ortamlarında taciz yaşanır.	-3
49	Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireyler gerçek görüntüleri ve avatarları arasındaki kalacaklardır.	-4
4	Metaverse ortamları kullanıcılar için tehditler barındırmaktadır.	-4

Tablo 19: Bakış Açısı4 Q İfade Değerleri

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Bakış Açısı-4 için çok yüksek önem derecesine sahip olan pozitif ve negatif yöndeki ifadeler şu şekildedir:

- Metaverse ortamlarında kişisel verilerin saklanması konusunda şeffaflık sağlanmalıdır. (+4)
- Metaverse ortamlarında kullanıcılar profesyonel (iş ilişkisi kurma vb.) ilişkiler kurmaktadır. (+4)
- Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireyler gerçek görüntüleri ve avatarları arasında kalacaklardır. (-4)
- Metaverse ortamları kullanıcılar için tehditler barındırmaktadır. (-4)

Bakış Açısı-4 için kişisel verilerin saklanması konusundaki şeffaflık büyük önem taşımaktadır. Bu perspektifteki katılımcıların kişisel verilerin saklanmasına büyük bir önem verdikleri ancak verilerin depolanması konusunda endişelerinin olduğunu bu yüzden de verilerin depolanması konusunda şeffaf olunmasının büyük önem taşıdığını söylenebilir. Aynı zamanda Bakış Açısı-4'e göre kullanıcılar metaverse ortamlarını sadece eğlence ve boş zaman aktivitesi olarak kullanmanın ötesinde profesyonel ilişkiler kurmak için de kullanmaktadırlar.

Bakış Açısı-4 perspektifindeki katılımcılar için negatif yöndeki çok yüksek önem derecesindeki ifadelere baktığımızda metaverse ortamlarının yaygınlaşması ve buna bağlı olarak avatarların yoğun bir şekilde kullanılmasının bireylerde avatarlar ve gerçek görüntüler arasında kalma gibi sorunlara neden olmayacağı söylenebilir. Bakış Açısı-4'e göre metaverse ortamları kullanıcılar için herhangi bir tehdit barındırmamaktadır.

Bakış Açısı-4 perspektifinde yer alan katılımcıların, diğer yaklaşımlarda yer alan katılımcılardan farklı olarak vermiş oldukları ve bu yaklaşıma özgü ifadeleri şunlardır:

- Metaverse ortamlarında kullanıcılar profesyonel (iş ilişkisi kurma vb.) ilişkiler kurmaktadır.
- Metaverse ortamlarında, kişisel verilerin saklanması konusunda şeffaflık sağlanmalıdır.
- Metaverse ortamlarında kullanıcılar sahip oldukları gizlilik hakları konusunda bilgilendirilmelidir.
- Metaverse ortamlarında kullanıcılar kendi etik kurallarına sahip olmalıdır.
- Metaverse ortamlarında korunmak için kişisel bilinç kazandırılmalıdır.
- Metaverse, çevrimdışı yeni toplulukların oluşmasını sağlar.
- Metaverse ortamlarındaki verilerin kimlerle paylaşılacağı konusunda kullanıcılara bilgi verilmelidir.

Bakış Açısı-4 grubunda yer alan katılımcılar için metaverse ortamlarında kullanıcıların diğer kullanıcılar ile profesyonel ilişkiler kurdukları düşüncesi ayırt edici olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu grupta yer alan katılımcılar verilerin saklanması konusunda şeffaf olunması ve kullanıcıların gizlilik ilkeleri hakkında bilgilendirilmesi görüşünün yanı sıra metaverse ortamlarına yönelik her kullanıcının kendi kişisel olarak bilinç kazanarak kendi etik kurallarına sahip olması gerektiğini ifade etmektedirler.

Ayırt Edici İfadeler

- Metaverse ortamlarında kullanıcılar profesyonel (iş ilişkisi kurma vb.) ilişkiler kurmaktadır.
- Metaverse ortamlarında, kişisel verilerin saklanması konusunda şeffaflık sağlanmalıdır.
- Metaverse ve etik konusunda çalışmalar yapılmalıdır.
- Metaverse, çevrimiçi yeni toplulukların oluşmasını sağlar.
- Metaverse ortamlarında sosyal etkileşimler gerçekleşmektedir.
- Metaverse ortamları ile bireylerin kimliklerini gizlemeleri daha zor olacaktır.
- Metaverse kullanıcıların sosyal aktiviteler yapabilecekleri bir ortamdır.
- Yakın gelecekte bireyler, gündelik yaşamlarının çoğunu metaverse ortamlarında geçirecektir.

- Metaverse ortamları hackerlar için kullanışlı bir alandır.
- Metaverse ortamlarında kullanıcıların dijital olarak izlenmesi özel hayatlarını ihlal etmektedir.
- Metaverse ortamlarında kullanıcılar arası etkileşimden ortaya çıkan sorunlar üzerinde yaptırım uygulamak zordur.
- Metaverse ortamlarında gizlilik sorunu vardır.
- Metaverse ortamları kullanıcılar için tehditler barındırmaktadır.
- Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireyler gerçek görüntüleri ve avatarları arasındaki kalacaklardır.

En Sıradan İfadeler

- Metaverse ortamlarında taciz yaşanır.
- Metaverse ortamlarında kullanıcılar kimliklerini kendilerini farklı tanıtmak için kullanır.
- Metaverse ortamlarında korunmak için kişisel bilgiler gerçek dünyadaki kimliği belli etmeyecek şekilde verilmelidir.
- Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireyler gerçek ve sanal arasındaki ayrıma varamayacaklardır.
- Metaverse ortamlarında gizlilik sorunu vardır.
- Metaverse ortamları kullanıcılar için tehditler barındırmaktadır.
- Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireyler gerçek görüntüleri ve avatarları arasındaki kalacaklardır.

Bakış Açısı-4 için hazırlanmış olan kompozit Q-sort tablosu EK-9'da olarak yer almaktadır.

SONUÇ

Çalışma kapsamında, metaverse ortamlarında meydana gelebilecek olan etik sorunlar ele alınmıştır. İnternet teknolojilerinin sunduğu ortamların sınırsızlığı, kullanıcı deneyimleri sırasında çeşitli sorunların yaşanmasına neden olabilmektedir. Günümüzde henüz tam anlamı ile bir metaverse deneyimi söz konusu değildir ancak yakın gelecekte teknolojik gelişmelerin ve kullanıcı deneyimlerinde yaşanacak değişimlerin etkisi ile metaverse kavramının bireylerin yaşamlarında önemli bir yere sahip olabileceği söylenebilir. Etik sorunların gelişim sürecinde tespit edilmesi ve metaverse ortamlarına yönelik bir etik listenin oluşturulması, yaşanabilecek olan sorunların en aza indirgenmesinde ve kullanıcılara daha güvenli bir sanal ortam sunulmasında etkili olacaktır.

Mevcut etik sorunlara yönelik bir tespit yapılmadan önce etik ve mataverse kavramlarına yönelik bir literatür taraması yapılmıştır. Literatür taraması sonucunda çalışmanın teorik ve metodolojik altyapısı tarihsel olarak ortaya konularak mevcut yaklaşımlar tanımlanmıştır. Literatür taraması sonrasında yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanarak uzman görüşleri alınmış ve elde edilen sonuçlardan hareketle metaverse ortamlarında yaşanabilecek etik sorunlar tespit edilmiştir. Metaverse ortamlarındaki etik sorunlara kullanıcıların bakış açılarının ortaya konulması için Q metodu uygulaması gerçekleştirilmiştir.

Tartışmalar

Çevrimiçi ortamların sunduğu anonimlik bireylerin sergileyecekleri davranışlar üzerinde de etkisini göstermektedir. Çevrimiçi ortamların barındırdığı risklere yönelik yaptığı çalışmada Hobbs (2010: 29) kullanıcıların, diğer kullanıcıları bilinçli olarak yanlış yönlendirebileceğinden ve onları yanlış bilgilendirebileceklerinden bahsetmektedir. Hüseyinova (2022: 403) tarafından yeni medya ortamlarında karşılaşılan etik sorunlara yönelik yapılan çalışmada da yeni medya ortamlarının sunduğu anonimliğe bağlı olarak kullanıcıların sahte profiller oluşturarak kendilerini farklı tanıtabilecekleri sonucuna ulaşılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen bulgular sonucunda da metaverse ortamlarının sunduğu anonimlik sonucunda kullanıcıların kötü niyetli davranışlar sergileyebilecekleri, kimliklerini kendilerini farklı

tanıtmak ve başkalarını kandırmak için kullanabilecekleri sonucuna ulaşılmıştır. Binark ve Bayraktutan (2013: 39), yeni medya ortamlarında karşılaşılan etik sorunlardan bahsederken kişisel verilerin güvenliğinin sağlanamamasından bahsetmektedirler. Metaverse ortamlarının sunmuş olduğu anonimlik ve kullanıcıların farklı kimlikler kullanmalarının bir sonucu olarak da hackerlar için kullanışlı bir alan ortaya çıkmaktadır.

Siber zorbalık ve nefret söylemi davranışları yeni medya ortamlarında sıklıkla görülebilmektedir (Ess, 2017: 2). Kullanıcıların kendi avaturları ile dahil oldukları, sınırsız bir özgürlük alanına sahip olarak davranışlarını gerçekleştirdikleri metaverse ortamlarında da zorbalık, nefret söylemi ve taciz karşılaşılabilecek etik sorunlar arasında yer almaktadır. Yeni medya ortamlarında mevcut verilerin kontrolünün kimde olduğu, bu verilerin kimler tarafından kontrol edileceği ve en önemlisi de gerek içerik üreticilerinin gerekse kullanıcıların sahip olduğu hakların neler olduğu karşımıza çıkan temel sorunlar arasında yer almaktadır (Vardal, 2015: 102). Henüz sınırlarının tam olarak belirlenememiş olması ve kullanım pratikliğinin elde edilmemiş olmaması nedeniyle yasal düzenlemeler ve kontrol konusu metaverse ortamlarında da karşımıza çıkmaktadır. Bu belirsizlikler neticesinde metaverse ortamlarında da tıpkı yeni medya ortamlarında olduğu gibi kullanıcılar arası etkileşimden ortaya çıkan sorunlar üzerinde yaptırım uygulamak zordur.

Davis'e (2012: 3) göre çevrimiçi ortamların kullanımı ile birlikte çevrimdışı kimlik ile çevrimiçi kimlik arasındaki ilişkinin boyutu önem taşımaktadır. Bu noktada çevrimiçi ortamlarda sergilenecek olan davranışların çevrimdışı ortamlar ile arasında bir bağın olması aynı zamanda da gerçek ve sanal arasındaki ayrımın farkında olunması oldukça önemlidir. Çalışma sonucunda da metaverse ortamlarının kullanımının yaygınlaşması ile birlikte bireylerin gerçek ve sanal arasındaki algılarının karmaşıklaşması, bireylerin gerçek görüntüleri ve avaturları arasında kalmaları, avatar kullanımı sonucunda kendi gibi olamama kaygısının ortaya çıkması ve bütün bunların sonucunda da fiziksel dünyadaki ilişkilerin olumsuz etkilenmesi durumlarının ortaya çıkabileceği tespit edilmiş ve bireyin sanal ile gerçek kimlikleri arasındaki ilişkinin boyutunun önemi ortaya konulmuştur. Karaduman, Köse ve Eryılmaz (2017: 265), yaptıkları çalışmada sosyal medya ortamlarında saygı, özel yaşamın gizliliği, sabırlı olma davranışlarının ihmal edildiği sonucuna ulaşmışlardır. Çalışma sonucunda elde edilen bulgulardan

hareketle metaverse ortamlarında da benzer şekilde yaygın bir kullanıma bağlı olarak toplumsal hassasiyetlerin gözardı edilmesi durumu ile karşılaşılabilir.

Q metodu uygulaması sonrasında yapılan faktör analizi sonucunda çalışmada yer alan 30 katılımcıdan 26'sı faktörlere yerleşmiş ve metaverse ortamlarındaki etik sorunlara yönelik dört farklı bakış açısı tespit edilmiştir. Bakış açıları, faktörlerde yer alan katılımcı sayılarına göre en çok katılımcının yer aldığı görüşten en az katılımcının yer aldığı görüşe doğru Bakış Açısı-1, Bakış Açısı-2, Bakış Açısı-3, Bakış Açısı-4 şeklinde sıralanmıştır. Bakış Açısı-1'e 8 katılımcı, Bakış Açısı-2'ye 7 katılımcı, Bakış Açısı-3'e 6 katılımcı ve Bakış Açısı-4'e 5 katılımcı yerleşmiştir.

Blokzincir teknolojisine bağlı olarak varlığını sürdüren metaverse ortamları her ne kadar merkeziyetsiz bir yapıya sahip olsa da avatarları aracılığı ile sistemde yer alan bireylerin kimlik bilgileri, mahremiyet sınırları, kişisel verileri noktasında sahip oldukları hakların belirlenmesi ve bunların güvence altına alınması gerekmektedir (Kun, 2022: 8-9). Bakış Açısı-1 yaklaşımında yer alan kullanıcıların pozitif yönde en uca yerleştirdikleri "Metaverse ortamlarındaki verilerin kimlerle paylaşılacağı konusunda kullanıcılara bilgi verilmelidir." ve "Metaverse ortamlarında düzenli güvenlik güncellemeleri yapılmalıdır." ifadeleri de bu görüşü destekler nitelikte karşımıza çıkmaktadır. Bakış Açısı-1 perspektifinde yer alan kullanıcılar için kişisel verilerin etik noktasında en önemli sorun olarak görüldüğü söylenebilir. Kişisel verilerin depolanması ve saklanması konusunda ise grubun nötr bir yaklaşım sergilenmesinden hareketle kullanıcıların mevcut platformları kullanımları sırasında kişisel verilerinin depolanacağını ve saklanacağını kabul ettikleri ve buna bağlı olarak da bu konuda şeffaf olunmasının kişisel verilerin kimlerle paylaşılacağı konusunda bilgi verilmesi kadar büyük bir öneme sahip olmadığını görülmektedir. Bu durum aynı zamanda Bakış Açısı-1 katılımcılarının mevcut verilerinin depolanacağını ve saklanacağını bildikleri için metaverse platformlarındaki davranışlarını sergilerken daha dikkatli olduklarını ve kendi etik kurallarına sahip olduklarını göstermektedir. Çünkü katılımcılar "Metaverse ortamlarında kullanıcılar kendi etik kurallarına sahip olmalıdır." ifadesini +3 ile pozitif yönde ikinci sırada yer alan en uca yerleştirmişlerdir ve bu sonuç da bize grubun, bireylerin kendi etik değerlerini benimsemelerini önemsediklerini göstermektedir.

Ortak ilgi alanına sahip bireylerin bir araya gelmesini sağlayan sanal topluluklar, internet teknolojisine dayalı sistemler ile kullanıcıların birbirleri ile iletişim kurmasını

sağlamaktadır (Kim vd., 2008: 409). Tıpkı fiziksel dünyada olduğu gibi sanal dünyada yer alan bireyler arasında da bir farklılık olacaktır ancak sanal topluluklar oluşturacakları topluluk kuralları ile farklı düşüncelerin ve davranışların yeni bir yaklaşım kazandıracağını bilerek bireyler arasındaki farklılıkları pozitif olarak korumalıdır (Wiesenfeld, 1996: 339). Bakış Açısı-1 için negatif yönde en uca yerleştirilen “Metaverse ortamlarındaki sanal topluluk kuralları baskıcı olmalıdır.” ifadesi de perspektifte yer alan katılımcıların baskıcı olmayan sanal topluluk kurallarını desteklerini göstermektedir. Bakış Açısı-1 için negatif yönde en uca yer alan “Yakın gelecekte bireyler, gündelik yaşamlarının çoğunu metaverse ortamlarında geçirecektir.” ifadesi de gerek teknolojik altyapıdan kaynaklı olarak gerekse fiziksel dünya ve sanal dünya arasındaki ayrımın farkına varılmasından kaynaklı olarak bireylerin metaverse ortamlarını yoğun bir şekilde kullanmayacaklarını düşündüklerini göstermektedir.

Vardal (2015), yeni medya ortamlarında yaşanan etik sorunlara yönelik yaptığı çalışmada özel hayatın ihlali, haber ve ticari enformasyon arasındaki sınırların belirsiz hale gelmesi, nefret söylemi ve kişisel verilerin kullanımını tespit etmiştir. Kullanıcılara yeni medya ortamlarına benzer bir özgürlük alanı sunan metaverse ortamlarında da çeşitli etik sorunlar meydana gelmektedir ancak henüz gelişim aşamasında olduğu için bu sorunlara yönelik net bir tanımlama henüz yapılmamıştır. Dolayısı ile de metaverse ortamlarında yaşanacak etik sorunlara yönelik çalışmaların yapılması büyük önem taşımaktadır. Bakış Açısı-2 perspektifinde yer alan katılımcıların pozitif yönde yerleştirdikleri “Metaverse ve etik konusunda çalışmalar yapılmalıdır.” ifadesi de bizlere Bakış Açısı-2 görüşüne sahip olan katılımcıların etik konusuna önem verdiklerini ve yapılacak etik çalışmaları desteklediklerini göstermektedir. Bakış Açısı-2 için pozitif yönde en uca yer alan “Metaverse ortamlarında kullanıcılar sahip oldukları gizlilik hakları konusunda bilgilendirilmelidir.” ifadesi gruptaki katılımcıların tıpkı Bakış Açısı-1 katılımcıları gibi kişisel verilere büyük önem verdiklerini, kullanıcıların sahip oldukları gizlilik hakları konusunda bilgilendirilmesi noktasında da Bakış Açısı-1 yaklaşımından ayrıldığı görülmektedir.

Bakış Açısı-2 perspektifinde yer alan katılımcılar “Metaverse bir oyun alanıdır.” ifadesini negatif yönde en uca yerleştirmişlerdir. Kullanıcıların yardımcı bir arabirim aracılığıyla erişebildikleri, birbirine bağlı çok sayıda siber dünyayı bir araya getiren metaverse ortamları; fiziksel ve sanal dünya arasında etkileşim kurarak yeni bir

gerçeklik oluşturmaktadır (Frey vd., 2008: 29). Dolayısı ile de metaverse boş zaman değerlendirme aracı olarak oyun platformu olmanın ötesinde kullanıcılara farklı şeyleri deneyimleme imkanı sunan sanal bir gerçeklik alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bakış Açısı-2 perspektifinde Metaverse ortamlarındaki sanal topluluk kuralları baskıcı olmalıdır.” ifadesi negatif yönde yer alan bir diğer ifade olarak karşımıza çıkmaktadır. Sanal topluluk kurallarına yaklaşımlarıyla Bakış Açısı-1 perspektifi ile benzerlik gösteren Bakış Açısı-2 perspektifinde yer alan katılımcılar baskıcı olmayan sanal topluluk kurallarını desteklemektedirler. Oluşturulan sanal topluluk kuralları bir yandan sistem kullanımını düzenlerken bir yandan da güvenli bir kullanım ortamı oluşturmaktadır.

Bakış Açısı-3 perspektifinde yer alan katılımcılar için pozitif yönde en uçta yer alan “Metaverse ortamları ile ilgili uluslararası hukuki düzenlemeler yapılmalıdır.” ifadesinden hareketle bu grupta yer alan katılımcılar için yapılacak olan hukuki düzenlemelerin büyük öneme sahip olduğ söylenebilir. Metaverse ortamları her ne kadar içinde yer aldığımız fiziksel dünyadan farklı kurallar ve özellikler ile karşımıza çıkıyor olsa da hukuk noktasında bağımsız bir alan değildir. Özyiğit (2022: 29), metaverse ortamlarının hukuk kurallarının uygulanamayacağı bir alan olmadığını; mevcut hukuk kurallarının teknolojik gelişmeler göz önünde bulundurularak düzenlenip kullanılabilir alan olduğunu ifade etmektedir. Dolayısı ile de metaverse ortamlarına yönelik hukuki çalışmaların yapılması büyük önem taşımaktadır. Bakış Açısı-3 perspektifi, pozitif yönde yer alan “Metaverse ortamlarında düzenli güvenlik güncellemeleri yapılmalıdır.” ifadesi ile Bakış Açısı-1 perspektifi ile benzerlik göstermektedir. Yapılacak olan güvenlik güncellemeleri sistem kaynaklı meydana gelebilecek sorunların önüne geçilebilmesi ya da en aza indirilerek kullanıcılar için daha güvenli bir ortamın oluşmasını sağlayacaktır.

Bakış Açısı-3 için negatif yönde en uca yerleştirilen ifadelere baktığımızda “Metaverse ve etik konusunda çalışmalar yapılmalıdır.” ve “Metaverse ortamlarındaki kullanıcılar kendi etik kurallarına sahip olmalıdır.” maddelerinin yer aldığı görülmektedir. Bu perspektifte yer alan katılımcılara göre metaverse ortamlarının kullanımı yaygınlaşsa da bireylerin gündelik yaşam pratikleri üzerinde büyük bir etkisi olmayacak ve metaverse kullanımı bireylerin fiziksel dünyadaki davranışlarını etkilemeyecektir. Dolayısı ile de metaverse ortamlarına yönelik etik çalışmaların yapılmasının ya da kullanıcıların kendi

etik kurallarına sahip olmasının büyük bir önemi olmamaktadır. Bu yaklaşımda yer alan katılımcıların hukuki düzenlemelere öncelik verdikleri göz önüne alındığında etik konusunda yapılacak çalışmaları ve bireysel etik kuralları yasal düzenlemeler kadar etkili görmedikleri söylenebilir. Aynı zamanda grup katılımcıları metaverse ortamlarının henüz gelişim aşamasında olduğunu savunmaktadır ve önceliğin etik bakış açısından ziyade hukuki düzenlemeler olarak değerlendirmektedirler.

Bakış Açısı-4 perspektifinde yer alan katılımcıların pozitif yönde en uca yerleştirdikleri “Metaverse ortamlarında kişisel verilerin saklanması konusunda şeffaflık sağlanmalıdır.” ifadesinden hareketle Bakış Açısı-1 ve Bakış Açısı-2 perspektifinde yer alan katılımcılar ile benzer şekilde kişisel verilere önem verdikleri ancak kişisel verilerin saklanması konusuna verdikleri önem ile de ayrıştığı görülmektedir. Kendine has özellikleri bünyesinde barındıran metaverse ortamları, insan ilişkilerinin dönüşümü ve kaynakların kullanım şekli ile sosyal bir sermaye olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireyler arasında kurulan ya da bir gruba dahil olarak gerçekleştirilen sistematik ilişki süreçleri sonucunda sağlanan fayda olarak ele alabileceğimiz sosyal sermaye kavramı çerçevesinde metaverse ortamları yeni bir sosyalleşme aracı olarak karşımıza çıkmaktadır (Bourdieu, 1983: 190-191). Bakış Açısı-4 perspektifinde yer alan katılımcıların pozitif yönde en uca yerleştirdikleri “Metaverse ortamlarında kullanıcılar profesyonel (iş ilişkisi kurma vb.) ilişkiler kurmaktadır.” ifadesi de bu yaklaşımı desteklemektedir.

Birey çevresi ile ilişkilerini duyu organları yani bedeni ile gerçekleştirir ve diğer bireyler tarafından da bedeni ile algılanır. Bireyin benliğinin gelişim sürecinde beden tarafından çevreye yönelik elde edilen algılar beyin tarafından yorumlanır ve beden ile benlik arasında bir ilişki kurularak bilişsel süreç tamamlanır (Krueger, 1989: 14-15). Ancak bireyin benliğinin gelişim süreci bedensel deneyimlerden zihinsel kazanımlara doğru tek yönlü bir süreç olmanın ötesinde, zihinsel kazanımlardan hareketle bireysel görüntünün oluşturulduğu bir süreç olarak karşımıza çıkar (Levy ve Cohler, 1993: 26). Dolayısı ile de kullanıcılara istedikleri her türlü özelliklere sahip avatarları oluşturarak sanal bir dünyaya dahil olma imkanı sunan metaverse ortamları da bireyin bu gelişim sürecinin bir parçası haline gelmektedir. Bu noktada Bakış Açısı-4 yaklaşımında yer alan katılımcıların negatif yönde en uca yerleştirdikleri “Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireyler gerçek görüntüleri ve avatarları arasında kalacaktır.”

ifadesinden hareketle metaverse kullanımının bireyleri sanal ve gerçek arasında sıkıştırmanın ötesinde bireyin benliğinin gelişiminin bir parçası haline geleceği söylenebilir. Livingstone vd. (2012: 5-11), yeni medya ortamlarında şiddet içerikli paylaşımlar, nefret söylemi, kötü niyetli mesajlar, siber zorbalık gibi tehditlerin olduğunu belirtmektedir. Ancak Bakış Açısı-4 perspektifinde yer alan katılımcıların negatif yönde en uca yerleştirdikleri “Metaverse ortamları kullanıcılar için tehditler barındırmaktadır.” ifadesinden hareketle metaverse ortamlarının kullanıcılar için tehditler barındırmadığını düşündükleri ifade söylenebilir.

Sonuç

Etik, insanların topluluk olarak yaşamaya başladıkları ilk andan bu yana üzerinde düşünülen, tartışılan bir kavram olmasına rağmen teknolojik gelişmeler sonucunda ortaya çıkan yeni medya platformları ve yakın gelecekte bireylerin gündelik yaşamlarının önemli bir parçası olması beklenen metaverse ortamları ile birlikte daha fazla önem kazanmıştır. Felsefi bir disiplin olan etik, bireyin davranışlarını merkeze alarak onun diğer birey ya da bireylerle kurduğu iletişim sürecinde sergilemiş olduğu davranışlarının doğru ya da yanlış olup olmadığını konu alır. Bireylerin deneyimleri sonucunda oluşan etik toplumlara ve kültürlere göre farklılık göstermektedir. Etik, ahlak hakkında düşünme eylemidir. Ahlak, bireyin çevresi ile kurduğu ilişkisini düzenleyerek onu sistemli hale getirir ve bireylerin toplum içinde sergileyecekleri davranışlarına yönelik çeşitli kurallar oluşturur. Temel olarak etik bir ahlak felsefesidir, ahlak ise etiğin çalışma alanlarından birisidir.

İnternet altyapısının gelişmesi ile birlikte medya ortamlarında da bir dönüşüm yaşanmış ve yeni medya platformları bireylerin gündelik yaşamlarında önemli bir yere sahip olmaya başlamıştır. İlk olarak 1992 yılında Snow Crash (Parazit) adlı eserde bireylerin çeşitli avatarlar aracılığı ile içinde yer aldıkları fiziksel dünyadan uzaklaşarak dahil oldukları hayal dünyasını tanımlamak için kullanılan metaverse kavramı meydana gelen teknolojik gelişmeler ve internet altyapılarının erişilebilir olmasına bağlı olarak günümüzde daha büyük bir öneme sahip olmuştur. Temelinde sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik teknolojileri olan metaverse, bireylerin çeşitli teknolojik araçlar ile içinde yer aldıkları fiziksel dünyadan uzaklaşarak dahil oldukları sanal ortamları ifade etmektedir. Kullanıcılara sınırsız bir özgürlük sunan bu ortamlarda tıpkı yeni medya

platformlarında olduğu gibi çeşitli etik sorunların yaşanması muhtemeldir. Dolayısı ile de yaşanabilecek olan sorunların en aza indirgenebilmesi ve kullanıcılara daha güvenli bir ortam sunulabilmesi için metaverse ortamlarında meydana gelebilecek olan etik sorunlara yönelik bir çalışmanın gerçekleştirilmesi büyük önem taşımaktadır.

Metaverse ortamları kullanıcılara özgür bir dünya sunmaktadır ve bireyler bu ortamlarda internet teknolojilerinin sahip olduğu sınırlara bağılı olarak istedikleri her türlü davranışı sergileyebilmektedirler. Özellikle henüz gelişim aşamasında olması ve bu ortamların kullanımına yönelik kuralların oluşturulmamasına bağılı olarak bireyler fiziksel ortamlarda sergilemedikleri birçok davranışı metaverse ortamlarında gösterebilmektedirler. Kullanım sırasında bireylerin sergilemiş oldukları bu özgürlükçü yaklaşıma bağılı olarak toplumların sahip olduğu hassasiyetleri gözardı edebilmektedirler. Günün büyük bir kısmını metaverse ortamlarında geçiren kullanıcı, geçen süre ile birlikte gerçek dünya ve fiziksel dünya arasındaki ayrımın farkına varamayabilir; fizik dünya yasalarının ortadan kalktığı bu ortamları gerçek dünyadaki yaşamına tercih edebilir. Bu durum aynı zamanda bireylerin avatarları ve gerçek kişileri arasında kalmasına ve kimlik karmaşası yaşamasına neden olabilir.

Metaverse ortamlarında da tıpkı içinde yer aldığımız fiziksel dünyada olduğu gibi çeşitli topluluklar oluşturulacaktır ancak oluşturulan bu sanal topluluklara bireyler avatarları ile katılacağı için bu duruma bağılı olarak da içinde belirsiz kimliklerin yer aldığı topluluklar oluşturulacaktır. Belirsiz kimlikler ve yasal eksikliklere bağılı olarak meydana gelebilecek sorunların önüne geçilmesi için toplulukların kurallarının olması gerekmektedir. Metaverse ortamlarındaki sanal topluluklar için gerek topluluk özelinde gerekse bütün toplulukları kapsayan kuralların oluşturulmasının yanı sıra bu kuralların şeffaf olması ve kullanıcılar ile anlaşılır olacak şekilde paylaşılması büyük önem taşımaktadır.

Metaverse ortamlarında, dijital verilerin kaydı şeffaflık konusunda dikkat edilmesi gereken bir diğer konu olarak karşımıza çıkmaktadır. İnternet altyapılarına bağılı teknolojilerin kullanımı ile birlikte bireylerin sergilemiş oldukları davranışların sistem sağlayıcı firmalar tarafından kayıt altına alındığı yadsınamaz bir gerçektir. Bu kayıt kimi zaman firmalar tarafından maddi gelir elde etmek amacıyla kimi zaman da bu ortamların kullanımları sırasında meydana gelebilecek sorunların tespit edilmesi ve yasal anlamda gerekli dönüşlerin alınabilmesi amacıyla yapılmaktadır. Sistem geliştirici

firmaların nedenlerinden bağımsız olarak kullanıcılar ile metaverse platformlarını kullanımları sırasında hangi verilerinin kayıt altına alındığını, verilerinin üçüncü kişilerle ne ölçüde paylaşıldığı gibi bilgiler konusunda şeffaf olunması büyük önem taşımaktadır. Dijital verilerin kayıt altına alınması konusunda gösterilecek şeffaflık bir yandan kullanıcıların daha bilinçli davranışlar sergilemesini sağlarken bir yandan da daha güvenli bir ortamın oluşmasını sağlayacaktır.

Düzenli olarak yapılacak güvenlik güncellemeleri, uygulama geliştiricilerinin kullanıcıların daha güvenli bir kullanım deneyimi elde etmeleri için dikkat etmesi gereken önemli bir adım olmaktadır. Her ne kadar metaverse ortamları başta olmak üzere dijital platformlar kurulurken çeşitli güvenlik sistemleri ile geliştiriliyor olsa da geçen zaman ve değişen teknolojiler ile bu güvenlik sistemleri bir süre sonra yetersiz bir hale gelebilmektedir. Güvenlik sistemlerinde meydana gelebilecek açıklardan kaynaklı kullanıcı verilerinin ve kullanıcı gizliliğinin kaybı gibi sorunların önüne geçilebilmesi için düzenli güncellemelerin yapılması gerekmektedir. Bu güvenlik güncellemeleri sistem açıklarının önüne geçmenin yanı sıra kullanıcıların kendilerini daha güvende hissetmelerini ve buna bağlı olarak bu ortamlarda daha rahat hareket etmelerini sağlayacaktır.

Metaverse ortamlarında yaşanabilecek etik sorunlar öncesinde yapılacak sistem düzenlemeleri ile kötü niyetli kişilerin faydalanabilecekleri açıklar ortadan kaldırılarak en aza indirgenebilir. Yapılacak yasal düzenlemeler olumsuz davranış sergileyecek kişiler için bir yandan caydırıcı bir unsur olurken bir yandan da kötü durumların yaşanması sonrasında ceza sisteminin uygun bir şekilde işletilebilmesini sağlayacaktır. Ama tıpkı fiziksel dünyada olduğu gibi bütün bu düzenlemeler ile birlikte öncelikli olarak kullanıcıların içinde yer aldıkları ortama yönelik bilgi sahibi olmaları, sunduğu fırsatların yanı sıra barındırdığı tehditleri de görmeleri büyük önem taşımaktadır. Dolayısı ile de öncelikli olarak her bireyin kendi etik sınırlarını belirlemesi ve içinde yer aldıkları sanal dünyadaki davranışlarını kendi etik kurallarına göre sergilemeleri gerekmektedir.

Öneriler

Günümüzde tam anlamı ile bir metaverse deneyiminden söz etmek mümkün olmasa da meydana gelecek teknolojik gelişmeler ile birlikte yakın gelecekte metaverse kullanımı

tıpkı günümüzde sosyal medya platformlarında olduğu gibi bireylerin yaşamlarının önemli bir parçası haline gelecektir. Bireylerin yeni medya kullanımları sırasında yaşadıklarına benzer olarak metaverse kullanımları sırasında da çeşitli etik sorunlar meydana gelebilir. Bu sorunların önceden tespit edilmesi ve sorunların en aza indirgenmesi için dikkat edilmesi gereken noktalar büyük önem taşımaktadır.

Metaverse ortamlarında meydana gelebilecek olan sorunların dikkate alınması ve bu etik sorunlardan hareketle bireylerin davranışlarını şekillendirmeleri, metaverse kullanımı sırasında yaşanabilecek olan sorunların en aza indirgenmesine yardımcı olurken aynı zamanda bireyler için daha güvenli ortamların oluşmasını sağlayacaktır. Metaverse ortamlarında meydana gelebilecek olan etik sorunlar ve bu sorunlara karşılık dikkat edilmesi gereken adımlar aşağıda yer almaktadır.

Metaverse ortamlarında yaşanabilecek olan etik sorunlar:

- Metaverse ortamlarının sunduğu anonimlik, kullanıcıların kötü niyetli davranışlar sergilemelerine neden olabilir.
- Metaverse ortamlarında kullanıcılar kimliklerini kendilerini farklı tanıtmak ve başkalarını kandırmak için kullanabilir.
- Metaverse ortamlarında zorbalık, taciz ve nefret söylemi yaşanabilir.
- Metaverse ortamları hackerlar için kullanışlı bir alan oluşturur.
- Metaverse ortamlarında kullanıcılar arası etkileşimden ortaya çıkan sorunlar üzerinde yaptırım uygulamak zordur.
- Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile toplumsal hassasiyetler gözardı edilebilir.
- Kullanıcıların zamanlarının büyük bir kısmını metaverse ortamlarında geçirmeleri, fiziksel dünyadaki ilişkilerini olumsuz yönde etkileyebilir.
- Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireylerin gerçek ve sanal arasında algıları karmaşıklaşabilir.
- Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireyler gerçek görüntüleri ve avatarları arasındaki kalabilirler.
- Metaverse ortamlarındaki avatarlar kişilerde kendi gibi olamama kaygısına neden olabilir.

Meydana gelebilecek olan etik sorunların en aza indirgenebilmesi için dikkat edilmesi gereken noktalar:

- Metaverse ortamlarının kendi kuralları olmalıdır.

- Metaverse ortamları ile ilgili ulusal ve uluslararası hukuki düzenlemeler yapılmalıdır.
- Metaverse ortamları için hazırlanan yasalar gerçek dünya yasaları ile uyumlu olmalıdır.
- Metaverse ortamlarında, kişisel verilerin toplanması, saklanması ve kullanılması konusunda şeffaflık sağlanmalıdır.
- Metaverse ortamlarında kullanıcıların dijital aktivitelerinin kayıt altına alınması, saklanması ve işlenmesi konusunda şeffaf olunmalıdır.
- Metaverse ortamlarındaki verilerin kimlerle paylaşılacağı konusunda kullanıcılara bilgi verilmelidir.
- Metaverse ortamlarındaki sanal topluluk kuralları şeffaf olmalıdır.
- Metaverse ortamlarında düzenli güvenlik güncellemeleri yapılmalıdır.
- Metaverse ortamlarında kullanıcılar sahip oldukları gizlilik hakları konusunda bilgilendirilmelidir.
- Metaverse ortamlarında korunmak için kişisel bilinç kazanılmalı ve kullanıcıların kendi etik kuralları olmalıdır.

Metaverse ortamları fiziksel dünyadan bağımsız, meydana gelen her şeyin kendi içinde gerçekleştiği bir ortam olmanın ötesinde davranışların gerçek dünyada da etkisinin görüldüğü bir evren olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısı ile de metaverse ortamlarına yönelik düzenlemeler yapılırken gerçek dünya ile ilişkisinin kurulması ve bireylerin gündelik yaşam pratiklerinin göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Kullanıcıların ise daha güvenli bir metaverse deneyimi için öncelikli olarak yaşanabilecek olan etik sorunları bilmeleri ve sonrasında da bu sorunlara yönelik sistem geliştiriciler tarafından yapılan güncellemeleri, uygulama içi kuralları ve yasal düzenlemeleri incelemeleri gerekmektedir. Ancak bireylerin bütün bu düzenlemelerin yanı sıra kendi etik kurallarını oluşturmaları ve metaverse kullanımı sırasındaki davranışlarını bu kurallara göre gerçekleştirmeleri karşılaşılabilecekleri etik sorunları en aza indireyecektir.

KAYNAKÇA

- Adanır, O. (2017). *Simülasyon kuramı üzerine notlar ve söyleşiler*. Eylül Sanat Yayıncılık & Kitabevi.
- Akarsu, B. (1984). *Felsefe terimleri sözlüğü*. Savaş Yayınları.
- Akay, A. (1997). *Postmodern görüntü*. Bağlam Yayınları.
- Aktan, C. C. (2009). Ahlak ve ahlak felsefesine giriş. *Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 38–59. <https://doi.org/10.1234/123456>
- Aktaş, C. (2007). Yeni medyanın geleneksel medya ile karşılaştırılması. G. Erol (Ed.), *Medya üzerine çalışmalar içinde* (s. 45-67). Beta Yayınları.
- Alang, N. (2021). *Facebook Wants to Move to 'The Metaverse' - Here's What That is, and Why You Should be Worried*. <https://www.thestar.com/business/opinion/2021/10/23/facebookwants-to-move-to-the-metaverse-heres-what-that-is-and-why-you-should-be-worried.html>. Erişim Tarihi: 09.03.2024.
- Alankuş, S. (2005). Yeni iletişim teknolojileri ve demokrasi. K. Alver ve N. Doğan (Ed.), *Kültür sosyolojisi içinde* (s. 129-140). Hece Yayınları.
- Alver, K. (2007). Siyasi eylem alanı olarak kültür. Köksal Alver ve Necmettin Doğan (Ed.), *Kültür Sosyolojisi içinde* (s129–140). Hece Yayınları.
- Ante, L. (2022). Non-fungible token (NFT) markets on the Ethereum blockchain: temporal development, cointegration and interrelations. *Economics of Innovation and New Technology*, 32(8), 1216–1234. <https://doi.org/10.1080/10438599.2022.2119564>
- Apak, D., & Özçağlayan, M. (2017). Soğuk savaş yıllarında algı yönetimi, haber ve propaganda ilişkisi. *Marmara İletişim Dergisi*, (28), 107–130.
- Arıkök, İ. (2001). *Beş-altı yaş çocuklarında görsel algı eğitiminin okuma olgunluğuna olan etkisinin incelenmesi* (Yayımlanmamış bilim uzmanlığı tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Aristoteles. (2017). *Nikomakhos'a etik* (Çev. S. Babür). Bilge Su Yayınları.
- Arslan, M. (2005). *İş ve meslek ahlakı*. Siyasal Kitabevi.
- Atabek, N. (2002). Kamuoyu, medya ve demokrasi. *Kurgu Dergisi*, 19, 223–238. Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi.
- Axie Infinity. (2024). <https://axieinfinity.com/>, Erişim Tarihi: 25.07.2024.
- Aydoğan, D. (2021). Pandemi sürecinde sanat sergileri. *CTC 2021: 3rd Communication and Technology Congress*. İstanbul: İstanbul Aydın Üniversitesi.

- Aysan, A. F., Sadriu, B., & Topuz, H. (2020). Blockchain futures in cryptocurrencies, trade and finance: a preliminary assessment. *Deleted Journal*, 23(4), 525–542. <https://doi.org/10.21098/bemp.v23i4.1240>
- Azuma, R. T. (1997). A survey of augmented reality. *Presence Virtual and Augmented Reality*, 6(4), 355–385. <https://doi.org/10.1162/pres.1997.6.4.355>
- Azuma, R., Baillot, Y., Behringer, R., Feiner, S., Julier, S., & MacIntyre, B. (2001). Recent advances in augmented reality. *IEEE Computer Graphics and Applications*, 21(6), 34–47. <https://doi.org/10.1109/38.963459>
- Ball, M. (2024). *The Metaverse: What It Is, Where to Find it, and Who Will Build It*. <https://www.matthewball.co/all/themetaverse>. Erişim Tarihi: 23.03.2024.
- Balle, F. ve Eymery, G. (1991). *Yeni medyalar* (M. S. Şakiroğlu, Çev.). İletişim Yayıncılık.
- Barneveld, M., & Silvius, G. (2022). Exploring variety in factors that stimulate project owners to address sustainability. *International Journal of Information Technology Project Management*, 13(1), 1–28. <https://doi.org/10.4018/ijitpm.290421>
- Baudrillard, J. (2022). *Simülakrlar ve simülasyon* (O. Adanır, Çev.). DoğuBatı Yayınları.
- Bayraktar, E. ve Kaleli, F. (2007). *Sanal gerçeklik ve uygulama alanları* (Bildiri sunumu). Akademik Bilişim, Dumlupınar Üniversitesi.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (2008). *Gerçekliğin sosyal inşası: Bir bilgi sosyolojisi incelemesi* (V. S. Öğütle, Çev.). Paradigma Yayıncılık.
- Berners-Lee, T., Hendler, J., & Lassila, O. (2001). The semantic web. *Scientific American*, 284(5), 34–43. <https://doi.org/10.1038/scientificamerican0501-34>
- Berryman, D. R. (2012). Augmented Reality: a review. *Medical Reference Services Quarterly*, 31(2), 212–218. <https://doi.org/10.1080/02763869.2012.670604>
- Bilgili, C. (2006). *Medyada olmayanlar: Medya eleştirileri*. Beta Yayıncılık.
- Billington, R. (1997). *Felsefeyi yaşamak: Ahlak düşüncesine giriş* (A. Yılmaz, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Binark, M. (2007). *Yeni medya çalışmaları*. Dipnot Yayınları.
- Binark, M. ve Bayraktutan, G. (2013). *Aydın Karanlık Yüzü Yeni Medya ve Etik*. Kalkedon Yayınları.
- Binark, M., & Bayraktutan, G. (2013). *Aydın karanlık yüzü: Yeni medya ve etik*. Kalkedon Yayınları.

- Boone, B. (2022). *Etik 101: Altruizm ve faydacılıktan biyoetik ve politik etiğe, etik hakkında bilmeniz gereken her şey* (S. Aktuyun, Çev.) (3. Baskı). Say Yayınları.
- Bostan, B. (2007). *Sanal gerçeklikte etkileşim* (Doktora tezi, Marmara Üniversitesi).
- Bourdieu, P. (2010). Sermaye biçimleri. M. M. Şahin ve A. Z. Ünal (Editörler.), *Sosyal sermaye, değişim*, içinde (45-75).
- Bozkurt, B. (1995). *Türkiye Türkçesi*. Cem Yayınları.
- Briggs, A., & Burke, P. (2011). *Medyanın toplumsal tarihi: Gutenberg'den internete* (Ü. H. Yolsal & E. Uzun, Çev.). Kırmızı Yayınları.
- Brouwer, M. (1999). Q is accounting for tastes. *Journal of Advertising Research*, 39(2), 35–39.
- Brown, S. R. (1980). The forced-free distinction in q technique. *Journal of Educational Measurement*, 8(4), 283–287.
- Brown, S. R. (1993). A primer on q methodology. *Operant Subjectivity*, 16, 91–138. <https://doi.org/10.15133/j.os.1993.002>
- Brown, S. R., & Unger, T. D. (1970). representativeness and the study of political behavior: an application of q technique to reactions to the kent state incident. *Social Science Quarterly*, 51(3), 514–526.
- Buchel, S., & Frantzeskaki, N. (2015). Citizens' voice: A case study about perceived ecosystem services by urban park users in Rotterdam, the Netherlands. *Ecosystem Services*, 12, 169–177. <https://doi.org/10.1016/j.ecoser.2014.11.014>
- Buckingham, W., Burnham, D., Hill, C., King, P. J., Marenbon, J., & Weeks, M. (2017). *Felsefe kitabı* (E. Lakşe, Çev.). Alfa Yayınları.
- Bush, V. (1995). As We May Think (an article that appeared in The Atlantic Monthly in 1945 predicting the electronic revolution). *Journal of Electronic Publishing*, 1(1 & 2). <https://doi.org/10.3998/3336451.0001.101>
- Büyükbaykal, C. I. (2005). Kitle iletişim araçları ve toplumsal yaşam. *İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*, 21, 71–75.
- Can, H., Aydın, E. M., & Azizolu, Ö. A. (2015). *Örgütsel davranış*. Siyasal Kitabevi.
- Caudell, T., & Mizell, D. (1992). Augmented reality: An application of heads-up display technology to manual manufacturing processes. In *Proceedings of the Twenty-Fifth Hawaii International Conference on System Sciences*. <https://doi.org/10.1109/hicss.1992.183317>
- Cengiz, E. (1998). Törebilimde değer ve ölçüt sorunu. *Doğu Batı Düşünce Dergisi: Etik*, 1(14), 32.

- Cevizci, A. (1999). *Felsefe sözlüğü*. Paradigma Yayınları.
- Cevizci, A. (2011). *Thales'ten Baudrillard'a felsefe tarihi*. Say Yayınları.
- Cevizci, A. (2017). *Büyük felsefe sözlüğü*. Say Yayınları.
- Cevizci, A. (2021). *Etik: Ahlak felsefesi* (4. Baskı). Say Yayınları.
- Ceylan, Y. (1998). Din ve ahlak. *Doğu Batı Düşünce Dergisi: Etik*, 1(14), 81.
- Chalmers, D. J. (2017). The virtual and the real. *Disputatio*, 9(46), 309–352. <https://doi.org/10.1515/disp-2017-0009>
- Choudhury, N. (2014). World Wide Web and its journey from Web 1.0 to Web 4.0. *International Journal of Computer Science and Information Technologies*, 5(6), 8096–8100.
- Coleman, B. (2011). *Hello avatar: Rise of the networked generation*. <https://www.amazon.com/Hello-Avatar-Rise-Networked-Generation/dp/B00CNL1CUQ>
- Cooper, T. W. (1998). New technology effects inventory: Forty leading ethical issues. *Journal of Mass Media Ethics*, 13(2), 71–92. https://doi.org/10.1207/s15327728jmme1302_2
- Cormode, G., & Krishnamurthy, B. (2008). Key differences between Web 1.0 and Web 2.0. *First Monday*. <https://doi.org/10.5210/fm.v13i6.2125>
- Coyle, C. L., & Vaughn, H. (2008). Social networking: Communication revolution or evolution? *Bell Labs Technical Journal*, 13(2), 13–17. <https://doi.org/10.1002/bltj.20298>
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Cross, R. M. (2004). Exploring attitudes: The case for Q methodology. *Health Education Research*, 20(2), 206–213. <https://doi.org/10.1093/her/cyg121>
- Çakır, H. (2007). Geleneksel gazetecilik karşısına internet gazeteciliği. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(1), 123–149.
- Çalışkan, S. (2006). Sanal karakterlerin sinemadaki gelişim süreci. *Selçuk İletişim*, 4(3), 159–165.
- Çapcıoğlu, İ., & Akın, M. (2019). Sosyal medya ve yeni risk alanları: Mahremiyet bağlamında özel yaşamın dönüşümü. 6. *Uluslararası Din Bilimleri Sempozyumu Tam Metin Kitabı*. Asos Yayınları.

- Çayoğlu, H. (2010). *Algılama yönetimi ve marka kimliği ilişkisi: Marka algısının incelenmesine yönelik bir araştırma* (Yayımlanmış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çiftçi, K. (2009). Soğuk savaş sonrasında ABD: “Rıza”ya dayalı “hegemonya”dan “imparatorluk” düzenine. *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5, 203–219.
- Damar, M. (2021). Metaverse shape of your life for future: A bibliometric snapshot. *Journal of Metaverse*. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/jmv/issue/67581/1051371>
- Damer, B. (1970). Meeting in the ether: A brief history of virtual worlds as a medium for user-created events. *Journal of Virtual Worlds Research*, 1(1). <https://doi.org/10.4101/jvwr.v1i1.285>
- DappRadar, (2021). <https://dappradar.com/rankings/category/marketplaces>. Erişim Tarihi: 07.03.2022.
- Davey, L. (1990). The application of case study evaluations. *Practical Assessment, Research & Evaluation*, 2(1), 1–2. <https://doi.org/10.7275/02g8-bb93>
- Davis, K. ve Patterson, D. (2012). *Ethics of big data*. “O’Reilly Media, Inc.”
- Decentraland (2024). *FAQ*. <https://docs.decentraland.org/player/general/faq/>. Erişim Tarihi: 25.07.2024.
- Decentraland (2024). *Introduction*. <https://docs.decentraland.org/player/general/introduction/>, Erişim Tarihi: 25.07.2024.
- DeGeorge, R. T. (1997). *Business ethics* (5th ed.). Prentice Hall.
- Delius, H. (1990). *"Etik"*, Günümüzde felsefe disiplinleri (D. Özlem, Çev.). Ara Yayıncılık.
- Demir, F., & Kul, M. (2011). *Modern bir araştırma yöntemi Q metodu*. Adalet Yayınevi.
- Demirci, A. (2014). Literatür taraması. Y. Arı & İ. Kaya (Ed.), *Coğrafya araştırma yöntemleri içinde* (s. 73–108). Coğrafyacılar Derneği.
- Deuze, M., & Yeshua, D. (2001). Online journalists face new ethical dilemmas: Lessons from the Netherlands. *Journal of Mass Media Ethics*, 16(4), 273–292. https://doi.org/10.1207/s15327728jmme1604_03
- Dickey, M. D. (2005). Three-dimensional virtual worlds and distance learning: Two case studies of Active Worlds as a medium for distance education. *British Journal of Educational Technology*, 36(3), 439–451. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8535.2005.00477.x>

- Dinçer, G. D. (2008). *Sanal dünyaların uzaktan eğitim danışmanlık hizmetlerinde kullanımı: Second Life örneği* (Yayımlanmış yüksek lisans tezi). Anadolu Üniversitesi, İnteraktif Uzaktan Eğitim Anabilim Dalı.
- Dionisio, J. D. N., Burns, W. G., III, & Gilbert, R. (2013). 3D virtual worlds and the metaverse. *ACM Computing Surveys*, 45(3), 1–38. <https://doi.org/10.1145/2480741.2480751>
- Doğan, N. (2008). İş etiği ve işletmelerde çöküş. *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 10(16), 179–200.
- Donner, J. C. (2001). Using Q-sorts in participatory processes. *Social Development Papers*, 36, 24–59.
- Doolani, S., Wessels, C., Kanal, V., Sevastopoulos, C., Jaiswal, A., Nambiappan, H., & Makedon, F. (2020). A review of extended reality (XR) technologies for manufacturing training. *Technologies*, 8(4), 77. <https://doi.org/10.3390/technologies8040077>
- Dursun, Ö. (2021). NFT / kripto sanat ve hareketli grafik ilişkisi. *International Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 7, 1037–1055.
- Dwivedi, Y. K., Kshetri, N., Hughes, L., Slade, E. L., Jeyaraj, A., Kar, A. K., Baabdullah, A. M., Koohang, A., Raghavan, V., Ahuja, M., Albanna, H., Albashrawi, M. A., Al-Busaidi, A. S., Balakrishnan, J., Barlette, Y., Basu, S., Bose, I., Brooks, L., Buhalis, D., . . . Wright, R. (2023). Opinion paper: "So what if ChatGPT wrote it?" Multidisciplinary perspectives on opportunities, challenges and implications of generative conversational AI for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 71, 102642. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102642>
- Dziopa, F., & Ahern, K. (2009). Three different ways mental health nurses develop quality therapeutic relationships. *Issues in Mental Health Nursing*, 30(1), 14–22. <https://doi.org/10.1080/01612840802500691>
- Epic Games (2021). *Announcing a \$1 Billion Funding Round to Support Epic's Long-Term Vision for the Metaverse*. <https://www.epicgames.com/site/en-US/news/announcing-a-1-billion-funding-round-to-support-epics-long-term-vision-for-the-metaverse>. Erişim Tarihi: 25.07.2024.
- Eraslan, L. (2020). *Sosyal medya ve algı yönetimi*. Anı Yayıncılık.
- Erdoğan, İ. (2014). Televizyon, denetim ve medya etiği üzerine. *RATEM Dergisi*.
- Eryalçın, B. (1994). Hayalle gerçeğin dansı: Sanal gerçeklik. *Bilim ve Teknik Dergisi*, 323, Ankara.
- Eryılmaz, T. (1999). Gazeteci kendine de sormalı. *Birikim Dergisi*, 117.

- Ess, C. (2017). Digital Media Ethics. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.508>
- Eşitti, Ş. ve Işık, M. (2015). Sosyal medyanın yabancı turistlerin Türkiye'yi tatil destinasyonu olarak tercih etmelerine etkisi. *Karadeniz*, 27, 11–18.
- Evers, H. (2010). Medya etiği. B. Çaplı ve H. Tuncel (Ed.), *Televizyon haberciliğinde etik içinde* (s. 45–61). Fersa Matbaacılık.
- Farjami, S., Taguchi, R., Nakahira, K. T., Rattia, R. N., Fukumura, Y., & Kanematsu, H. (2011). Multilingual problem based learning in metaverse. In *Lecture Notes in Computer Science*, 499–509. https://doi.org/10.1007/978-3-642-23854-3_53
- Featherstone, M., & Burrows, R. (1995). Cultures of technological embodiment: An introduction. *Body & Society*, 1(3–4), 1–19. <https://doi.org/10.1177/1357034x95001003001>
- Fornite (2020). *Fortnite nedir? Başlangıç Kılavuzu*. <https://www.fortnite.com/news/what-is-fortnite-beginners-guide>. Erişim Tarihi: 25.07.2024.
- Forsyth, D. R. (1980). A taxonomy of ethical ideologies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(1), 175–184. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.39.1.175>
- Forsyth, D. R., Nye, J. L., & Kelley, K. (1988). Idealism, relativism, and the ethic of caring. *The Journal of Psychology*, 122(3), 243–248. <https://doi.org/10.1080/00223980.1988.9915511>
- Fortnow, M., & Terry, Q. (2021). *The NFT handbook: How to create, sell and buy non-fungible tokens*. John Wiley & Sons.
- Frankena, W. (1970). *Ethics*. Prentice-Hall.
- Frey, D., Royan, J., Piegay, R., Kermarrec, A. M., Anceaume, E., & Le Fessant, F. (2008). Solipsis: A decentralized architecture for virtual environments. *1st international workshop on massively multiuser virtual environments*, 29–33.
- Gaddis, T. (1997). Using virtual reality to bring your instruction to life. *League for Innovation Conference on Information Technology*.
- Galatzer-Levy, R. M., & Cohler, B. J. (1993). *The essential other: A Developmental Psychology Of The Self*.
- Geçer, E. (2013). *Medya ve popüler kültür: Diziler, televizyon ve toplum*. Metamorfoz Yayıncılık.
- Genç, K. Y., & Atacan, T. (2020). *İş etiği*. Astana Yayınları.
- Girgin, A. (2000). *Yazılı basında haber ve habercilik etiği*. İnkılap Yayınevi.

- Girvan, C., & Savage, T. (2019). Virtual worlds: A new environment for constructionist learning. *Computers in Human Behavior*, 99, 396–414. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.03.017>
- Göka, Ş. (2001). *İnsan ve mekân*. Pınar Yayınları.
- Grover, P., Kar, P. A. ve Ilavarasan, V. (2018). Blockchain for businesses: A systematic literature review. *Hal Open Science*. <https://hal.inria.fr/hal-02274154/document>
- Guest, G., Bunce, A. ve Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 18(1), 59-82. doi:10.1177/1525822X0527
- Guttentag, D. A. (2010). Virtual reality: Applications and implications for tourism. *Tourism Management*, 31(5), 637–651. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.10.008>
- Güçdemir, Y. (2012). *Sanal ortamda iletişim: Bir halkla ilişkiler perspektifi*. Derin Yayınları.
- Güçlü, A., Uzun, E., ve Uzun, S. (2002). *Felsefe sözlüğü*. Bilim ve Sanat Yayınları.
- Güleç Solak, S. (2017). Mekân-kimlik etkileşimi: Kavramsal ve kuramsal bir bakış. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(1), 13–37.
- Güney, S. (2012). *Sosyal psikoloji*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Güngör, E. (1997). *Ahlak psikolojisi ve sosyal ahlak* (2. bs.). Ötüken Neşriyat.
- Güngör, N. (2011). *İletişim kuramlar yaklaşımlar* (3. bs.). Siyasal Kitabevi.
- Gürkan, M. B. (2017). “Gerçek” kavramı üzerine. *Düşün-ü-yorum Dergisi*, 75, 1–10.
- Güven, M., ve Yeşil, S. (2011). İşletmelerde zaman yönetimi. İ. Bakan (Ed.), *Çağdaş yönetim yaklaşımları ilkeler, kavramlar ve yaklaşımlar* içinde (2. bs., s. 99–117). Beta Basım A.Ş.
- Güz, N. (2005). *Haberde yönlendirme ve kamuoyu araştırmaları*. Nobel Yayın Dağıtım.
- Haçerlioğlu, O. (1994). *Felsefe sözlüğü*. Remzi Kitabevi.
- Hasselgren, A., Kralevska, K., Gligoroski, D., Pedersen, S. A., & Faxvaag, A. (2020). Blockchain in healthcare and health sciences—A scoping review. *International Journal of Medical Informatics*, 134, 104040. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2019.104040>
- Hennink, M., Kaiser, B. N. ve Marconi, V. C. (2017). Code saturation versus meaning saturation: how many interviews are enough? *Qualitative Health Research*, 27(4), 591-608. doi:10.1177/1049732316665344

- Hobbs, R. (2010). Digital and Media Literacy: A Plan of Action. *The Aspen Institute*. http://blogs.uoregon.edu/artinsociety/files/2010/11/Digital_and_Media_Literacy_A_Plan_of_Action.pdf
- Hursthouse, R. (2001). Virtue ethics and the emotions. *Georgetown University Press* (s. 99–117).
- Hüseynova, K. (2022). Yeni Medya Ekseninde Gazetecilikte ve Sosyal Medyada Etik. *Uluslararası Akademik Birikim Dergisi*. <https://doi.org/10.53001/uluabd.2022.49>
- İmre, Z. (1980). *Medeni hukuka giriş*. Fakülteler Matbaası.
- İnceoğlu, M. (2010). *Tutum algı iletişim* (5. bs.). Beykent Üniversitesi Yayınları.
- İrvan, S. (2003). Medya ve etik. S. Alankuş (Ed.), *Medya etik ve hukuk içinde* (s. 11–22). IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- İş Bankası (2022). <https://www.isbank.com.tr/bankamizi-taniyin/is-bankasinin-reklamlari-metaversete#:~:text=T%C3%BCrkiye%20%C4%B0%C5%9F%20Bankas%C4%B1%2C%20bir%20ilke,Maximum%20Gaming%20Kart%C4%B1n%C4%B1n%20reklamlar%C4%B1n%C4%B1%20g%C3%B6recekler>. Erişim Tarihi: 25.07.2024.
- Jiang, S., Li, Y., Wang, S., ve Zhao, L. (2021). Blockchain competition: The tradeoff between platform stability and efficiency. *European Journal of Operational Research*, 290(3), 1084–1097. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2021.05.031>
- Joshua, J. (2017). Information bodies: Computational anxiety in Neal Stephenson's *Snow Crash*. *Interdisciplinary Literary Studies*, 19(1), 17–47. <https://doi.org/10.5325/intelitestud.19.1.0017>
- Kağıtçıbaşı, Ç., ve Özgediz, S. (1983). *Türkiye okul öncesi çocuk gelişimi ve eğitimi projesi*. Boğaziçi Üniversitesi Araştırma ve Uygulama Enstitüsü.
- Kağıtçıbaşı, Ç., ve Cemalcılar, Z. (2014). *Dünden bugüne insan ve insanlar: Sosyal psikolojiye giriş*. Evrim Yayınları.
- Kang, H., ve Kim, H. K. (2020). My avatar and the affirmed self: Psychological and persuasive implications of avatar customization. *Computers in Human Behavior*, 112, 106460. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106460>
- Kara, A. S. (2021). Gerçeğin peşinde: Dil, kültür, medya ve insan üzerinden gerçekliğin sosyal inşasına dair eleştirel bir değerlendirme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 53, 158–178.
- Kara, T. (2013). *Sosyal medya endüstrisi: İnsan, toplum, ekonomi*. Beta Yayınları.
- Karadağ, L. (2010). *İnternet sizi bekliyor*. Mess Yayıncılık.

- Karaduman, S. (2019). Yeni medya okuryazarlığı – Yeni beceriler/olanaklar/riskler. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 683–700.
- Karaman, M. K. (2016). Öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri ve eleştirel düşünme eğilimleri üzerine bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4(1), 326–350.
- Karasar, Ş. (2004). Eğitimde yeni iletişim teknolojileri - İnternet ve sanal yüksek eğitim. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 4(1).
- Karasu, M., & Peker, M. (2019). Q yöntemi: Tarihi, kuramı ve uygulaması. *Türk Psikoloji Yazıları*, 22(43), 28–39.
- Karataş, Z. (2017). Sosyal bilim araştırmalarında paradigma değişimi: Nitel yaklaşımın yükselişi. *Türkiye Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 68–86.
- Kart Tepe, B. (2022). *Erdem etiği: Aristotelesçi kökenlerinden günümüze*. Türkiye Felsefe Kurumu.
- Kerlinger, F. N. (1973). *Foundations of behavioral research: Educational, psychological and sociological inquiry*. Holt, Rinehart and Winston.
- Khanzode, C. A., ve Sarode, R. D. (2016). Evolution of the World Wide Web: From Web 1.0 to 6.0. *International Journal of Digital Library Services*, 6(2), 1–11.
- Kırık, A. M. (2013). Gelişen web teknolojileri ve sosyal medya bağımlılığı. *Sosyal Medya Araştırmaları*, 1, 77–101.
- Kim, J. W., Choi, J., Qualls, W., & Han, K. (2008). It takes a marketplace community to raise brand commitment: the role of online communities. *Journal of Marketing Management*, 24(3–4), 409–431. <https://doi.org/10.1362/026725708x306167>
- Kipper, G., ve Rampolla, J. (2013). *Augmented reality: An emerging technologies guide to AR*. Elsevier Science & Technology Books.
- Kirschner, P.-A., ve Karpinski, A.-C. (2010). Facebook and academic performance. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1237–1245. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.03.024>
- Koçyiğit, M. (2017). *Dijital halkla ilişkiler ve online kurumsal itibar yönetimi*. Eğitim Yayınevi.
- Koster, R., (2004). A virtual world by any other name? http://terranova.blogs.com/terra_nova/2004/06/a_virtual_world.html. Erişim Tarihi: 09.11.2023.
- Kozak, M., ve Güçlü, H. (2006). *Turizmde etik – Kavramlar, ilkeler, standartlar*. Detay Yayıncılık.

- Köseoğlu, Ö. (2007). Stratejik halkla ilişkiler yönetimi. A. Göztaş Pira ve F. Topsüner (Ed.), *Araştır, planla, uygula, değerlendir* içinde (s. 433–435). Seçkin Yayıncılık.
- Krueger, D. W. (1989). *Body self & psychological self: A Developmental and Clinical Integration of Disorders of the Self*. Bruner Meisel U.
- Kshetri, N. (2021). *Blockchain and supply chain management*. Elsevier.
- Kuçuradi, İ. (1998). *İnsan ve değerleri* (2. baskı). Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları.
- Kugler, L. (2021). Non-fungible tokens and the future of art. *Communications of the ACM*, 64(9), 19–20. <https://doi.org/10.1145/3453415>
- Kun, N. Y. (2022). The metaverse in the psychoanalytic perspective: the unleashed human ID in the metaverse. *Journal of Psychology Research*, 12(1). <https://doi.org/10.17265/2159-5542/2022.01.002>
- Kurtdaş, Ç. M. (2018). Jean Baudrillard'ın simülasyon kuramında kitle iletişim araçları ve toplumsalın sonu. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(3).
- Kuruüzümcü, R. (2010). Bir dijital ortam ve sanat formu olarak sanal gerçeklik. *Sanat Dergisi*, 12, 93–96.
- Lee, B. S. (2017). The fundamentals of Q methodology. *Journal of Research Methodology*, 2(2), 57–95. <https://doi.org/10.1111/jrm.12134>
- Lee, L. H., Braud, T., Zhou, P., Wang, L., Xu, D., Lin, Z., ve Hui, P. (2021). All one needs to know about metaverse: A complete survey on technological singularity, virtual ecosystem, and research agenda. *arXiv preprint arXiv:2110.05352*. <https://arxiv.org/abs/2110.05352>
- Lefebvre, H. (2015). *Mekânın üretimi* (3. baskı, Çev. I. Ergüden). Sel Yayıncılık.
- Lindgren, R., ve Johnson-Glenberg, M. (2013). Emboldened by embodiment: Six precepts for research on embodied learning and mixed reality. *Educational Researcher*, 42(8), 445–452. <https://doi.org/10.3102/0013189X13511661>
- Livingstone, S., Leslie, H., Görzig, A. ve Ólafsson, K. (2012). Risks and safety on the internet: the perspective of European children: full findings and policy implications from the EU Kids Online survey of 9-16 year olds and their parents in 25 countries.
- Ludwig, C., & Reimann, C. (2005). Augmented reality: Information at focus. *Cooperative Computing & Communication Laboratory*, 4(1), 1–12.
- Mann, S., Furness, T., Yuan, Y., Iorio, J., & Wang, Z. (2018). All reality: Virtual, augmented, mixed (X), mediated (X, Y), and multimediated reality. Retrieved February 24, 2022, from Cornell University: <https://arxiv.org/abs/1801.07810>

- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. The MIT Press.
- Manuri, F., ve Sanna, A. (2016). A survey on applications of augmented reality. *ACSIJ Advances in Computer Science: An International Journal*, 5(1), 18–27.
- Marta, B. A. (2014). Taxation of virtual currency. In *Institute of Tax Law and Economics, Faculty of Law, Leiden University* (pp. 33–38).
- Martins, V. F., Gomes, L., & Guimarães, M. (2015). Challenges and possibilities of use of augmented reality in education: Case study in music education. *Computational Science and Its Applications*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-21407-1_51
- Matysczok, C., Radkowski, R., & Berssenbruegge, J. (2004). AR-Bowling: Immersive and realistic game play in real environments using augmented reality. In *ACE'04: Proceedings of the International Conference on Advances in Computer Entertainment Technology* (pp. 269–276). ACM Press. <https://doi.org/10.1145/1040122.1040171>
- Milgram, P., & Kishino, F. (1994). A taxonomy of mixed reality visual displays. *IEICE TRANSACTIONS on Information and Systems*, 77(12), 1321–1329. <https://doi.org/10.1109/34.297846>
- Miller, P. (2012, June 26). Project Glass and the epic history of wearable computers: How we've tried to become more than human. *The Verge*. <https://www.theverge.com/2012/6/26/2986317/google-project-glass-wearable-computers-disappoint-me>
- Miller, P. (2012). Blog post, project glass and the epic history of wearable computers - how we've tried to become more than human. <https://www.theverge.com/2012/6/26/2986317/google-project-glass-wearable-computers-disappoint-me>. Erişim Tarihi: 14.11.2023.
- Montesquieu. (1998). *Kanunların ruhu üzerine I* (Çev. F. Baldaş). Toplumsal Dönüşüm Yayınları.
- Mora, N. (2011). *Medya çalışmaları, medya pedagojisi ve küresel iletişim*. Nobel Kitap.
- Morgan, C. T. (1981). *Psikolojiye giriş* (Çev. S. Karakaş). Meteksan Yayınları.
- Morris, C. G. (2002). *Psikolojiyi anlamak* (Çev. B. Ayvaşık ve M. Sayıl). Türk Psikologlar Derneği Yayınları.
- Nacak, İ. (2011). *Bir kentsel mekân olarak Konya Alâeddin Tepesinde gündelik hayat* (Yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Nalçaoğlu, H. (2007). İnternet ve görselin imhası: İnternet içeriğini analiz etmek için kuramsal model arayışları. M. Binark (Ed.), *Yeni medya çalışmaları* içinde (s. 46–68). Dipnot Yayınları.

- Nath, K., & Iswary, R. (2015). What comes after Web 3.0? Web 4.0 and the future. In *Proceedings of the International Conference and Communication System (I3CS'15)*, Shillong, India.
- Nesbo, E. (2021). The metaverse vs. virtual reality: 6 key differences. <https://www.makeuseof.com/metaverse-vs-virtual-reality/>. Erişim Tarihi: 09.03.2021.
- Noyan, E., & Özpençe, A. İ. (2023). Metaverse, etik, gelecek ve kamusal düzenlemeler. *TRT Akademi*, 8, 104–121.
- Nuttall, J. (2020). *Etiğe giriş* (3. baskı). Ayrıntı Yayınları.
- O'Connor, E. (2020). Virtual reality: Bringing education to life. In *Advances in game-based learning* (pp. 155–167). https://doi.org/10.1007/978-3-030-44526-3_11
- Odabaşı, Y., ve Barış, G. (2005). *Tüketici davranışı* (5. baskı). MediaCat Yayınları.
- OECD. (2016). *Science, technology and innovation outlook*. OECD Publishing.
- Okmeydan Bitirim, S. (2017). Yeni iletişim teknolojilerini sorgulamak: Etik, güvenlik ve mahremiyetin kesiştiği nokta. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(1), 347–372.
- Oppenheim, C. (1993). Virtual reality and the virtual library. *Information Services and Use*, 215–227.
- Otan, O. (2014). *Televizyonda gerçeklik algısı*. Agora Kitaplığı.
- Özalp, İ., ve Aydın, N. (2004). *Uluslararası işletmecilik* (2. baskı). Anadolu Üniversitesi.
- Özarslan, M. Z. (2014). *Kitleleri harekete geçirme aracı olarak sosyal algı yönetimi* (Yüksek lisans tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı.
- Özcan, A. (2021). Büyük Veri: Fırsatlar ve Tehditler. *TRT Akademi*, 6(11), 10–31. <https://doi.org/10.37679/trta.818569>
- Özer, A. M. (2012). Bir modern yönetim tekniği olarak algılama yönetimi ve iç güvenlik hizmetleri. *Karadeniz Araştırmaları Dergisi*, 33, 147–180.
- Özlem, D. (2022). *Etik, ahlak felsefesi* (6. baskı). Notos Kitap.
- Patel, K. (2013). Incremental journey for World Wide Web: Introduced with Web 1.0 to recent Web 5.0—A survey paper. *International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering*, 3(10), 410–417.
- Patton, M. Q. (1987). *How to use qualitative methods in evaluation*. Newbury Park.

- Pazarlı, O. (1980). *İslam'da ahlak*. Remzi Kitabevi.
- Pieper, A. (2012). *Etiğe giriş* (2. baskı). Ayrıntı Yayınları.
- Pollach, I. (2007). What's wrong with online privacy policies? *Communications of the ACM*, 50(9), 103–108. <https://doi.org/10.1145/1284621.1284639>
- Rath, R., Milward, J., Owen, T., ve Pitt, F. (2015). *Virtual reality journalism: A research project by the Tow Center for Digital Journalism at Columbia University*. Report.
- Rawwas, M. Y. A., Swaidan, Z., & Isakson, H. (2007). A comparative study of ethical beliefs of Master of Business Administration students in the United States with those in Hong Kong. *Journal of Education of Business*, 82(3), 146–158. <https://doi.org/10.3200/JOEB.82.3.146-158>
- Ricoeur, P. (2010). *Başkası olarak kendisi* (Çev. H. Ünler). Doğubatı Yayınları.
- Rizzo, A., & Kim, G. J. (2005). A SWOT analysis of the field of virtual reality rehabilitation and therapy. *Presence*, 14(2), 119–146. <https://doi.org/10.1162/105474605323384728>
- Roberts, J. (1998). *Time management: Your questions and answers*. Trotman and Company Limited Publication.
- Robertson, A. ve Peters, J. (2021). What is the metaverse, and do I have to care?, <https://www.theverge.com/22701104/metaverse-explained-fortnite-roblox-facebook-horizon>. Erişim Tarihi: 23.03.2024.
- Roblox (2024). brands.roblox.com. <https://brands.roblox.com/why-roblox>, Erişim: 25.07.2024.
- Roblox (2024). corp.roblox.com. <https://corp.roblox.com>, Erişim Tarihi: 25.07.2024.
- Rogers, E. M. (1986). *Communication technology: The new media in society*. The Free Press.
- Rubin, P. (2019). Fortnite's Marshmello concert is the future of the metaverse. *Wired*. <https://www.wired.com/story/fortnite-marshmello-concert-vr-ar-multiverse/>
- Salah, K., Rehman, M. H. U., Nizamuddin, N., ve Al-Fuqaha, A. (2019). Blockchain for AI: Review and open research challenges. *IEEE Access*, 7, 10127–10149. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2018.2890507>
- Sanchez, J. (2009). Barriers to student learning in Second Life. *Library Technology Reports*, 45(2), 29–34.
- Schroeder, R. (2008). Defining virtual worlds and virtual environments. *Journal of Virtual Worlds Research*, 1(1). <https://journals.tdl.org/jvwr/article/view/294>

- Sevencan, F., ve Çilingiroğlu, N. (2007). Sağlık alanındaki araştırmalarda kullanılan niteliksel veri toplama yöntemleri. *Toplum Hekimliği Bülteni*, 26(1), 1–6.
- Shachtman, N. (2003). A spy machine of darpa's dreams. wired.com, <https://www.wired.com/2003/05/a-spy-machine-of-darpas-dreams/>. Erişim Tarihi: 14.11.2023.
- Sherman, W. R., ve Craig, A. B. (2003). *Understanding virtual reality: Interface, application, and design*. Morgan Kaufmann Publishers.
- Shuib, S. B., Hashim, H., ve Nasir, N. A. M. (2017). Q methodology for assessing urban park values among stakeholders. In *Sustainable Development and Planning VIII* (Vol. 210, pp. 469–480).
- Smart, E. J., Cascio, J., ve Paffendorf, J. (2007). *Metaverse roadmap*. Acceleration Studies Foundation.
- Smith, H. W. (1998). *Hayatı ve zamanı yönetmenin 10 doğal yasası* (Çev. A. Cıngıl Çelik). Rota Yayın Yapım Tanıtım.
- Smith, T. (2021). Parallel metaverses of today and tomorrow. <https://medium.com/ai-automate-it/the-metaverse-is-already-here-and-epic-games-built-it-1a097d55f2dc>. Erişim Tarihi: 25.07.2024.
- Song, G., Kim, S., Hwang, H., ve Lee, K. (2019). Blockchain-based notarization for social media. In *2019 IEEE International Conference on Consumer Electronics (ICCE 2019)*. <https://doi.org/10.1109/ICCE.2019.8661978>
- Soygüder, Ş. (2003). *Eyyah paparazzi*. Om Yayınları.
- Stephenson, W. (1953). *The study of behavior: Q-technique and its methodology*. University of Chicago Press.
- Steuer, J. (1992). Defining virtual reality: Dimensions determining telepresence. *Journal of Communication*, 42, 73–93.
- Stone, T., ve Turale, S. (2015). Q methodology: An introduction. *Pacific Rim International Journal of Nursing Research*, 19(3), 183–186. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/PRIJNR/article/view/38444>
- Stupak, R. J. (2000). Perception management: An active strategy for marketing and delivering academic excellence. *Public Administration & Management*, 5(4), 250–260.
- Suh, W., ve Ahn, S. (2022). Utilizing the metaverse for learner-centered constructivist education in the post-pandemic era: An analysis of elementary school students. *Journal of Intelligence*, 10(1). <https://doi.org/10.3390/Jintelligence10010017>
- Superworld (2024). <https://www.superworldapp.com/virtual-real-estate>, Erişim Tarihi: 25.07.2024.

- Sutherland, I. E. (1968). A head mounted three-dimensional display. In *Proceedings of the Fall Joint Conference (AFIPS)*, 33(1), 757–764.
- Tanılır, M. N. (2002). *İnternet suçları ve bireysel mahremiyet*. Liberte.
- Taylor, P., Delprato, D. J., ve Knapp, J. R. (1994). Q-methodology in the study of child phenomenology. *The Psychological Record*, 44(2), 171–183.
- TDK (2023). sozluk.gov.tr. Erişim Tarihi: 03.05.2023.
- Tepe, H. (2016). *Pratik etik: Etiğin pratik sorunları*. BilgeSu Yayınları.
- Thompson, J. B. (1995). *The media and modernity: A social theory of the media*. Polity Press.
- Toh, W., & Lim, F. V. (2021). Let's play together: Ways of parent–child digital co-play for learning. *Interactive Learning Environments*, 31(7), 4072–4082. <https://doi.org/10.1080/10494820.2021.1951768>
- Topçu, N. (2018). *Ahlak* (12. baskı). Dergah Yayınları.
- Tosun, N.-B. (2010). *İletişim temelli marka yönetimi*. Beta Yayıncılık.
- Töre, T. (2010). *Sanal gerçeklik ve mimari koruma* (Yüksek lisans tezi). Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Türk Hukuk Kurumu. (2022). *Yapay zeka çağında hukuk*. İstanbul Barosu. <https://www.istanbulbarosu.org.tr/files/komisyonlar/yzcg/metaverse.pdf>
- Türker, İ. H. (2007). *İmgeden sanal gerçekliğe*. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi.
- Ulaş, S. E. (2002). *Felsefe sözlüğü*. Bilim ve Sanat Yayınları.
- Uluç, G. (2003). *Küreselleşen medya: İktidar ve mücadele alanı*. Anahtar Kitapları Yayınevi.
- Uzun, R. (2009). *İletişim etiği: Sorunlar ve sorumluluklar*. Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- Ülgen, H., ve Mirze, S. K. (2004). *İşletmelerde stratejik yönetim*. Literatür Yayıncılık.
- Valenta, A. L., ve Wigger, U. (1997). Q-methodology: Definition and application in health care informatics. *Journal of the American Medical Informatics Association*, 4(6), 501-510. <https://doi.org/10.1136/jamia.1997.0040501>
- Vardal, Z. B. (2013). Yeni Medya ve Etik. *International Multilingual Academic Journal*, 2(1), 95–103.

- Vasalou, A., & Joinson, A. N. (2009). Me, myself and I: The role of interactional context on self-presentation through avatars. *Computers in Human Behavior*, 25(2), 510-520. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2008.12.004>
- Wagner, D., ve Schmalstieg, D. (2005). First steps towards handheld augmented reality. *IEEE Xplore*. <https://doi.org/10.1109/VR.2005.147>
- Wang, Q., Li, R., Wang, Q., ve Chen, S. (2021). Non-fungible token (NFT): Overview, evaluation, opportunities and challenges. *arXiv preprint arXiv:2105.07447*. <https://arxiv.org/abs/2105.07447>
- Wardrip-Fruin, N., & Montfort, N. (2003). *The new media reader*. The MIT Press.
- Watts, S., ve Stenner, P. (2005). Doing Q methodology: Theory, method and interpretation. *Qualitative Research in Psychology*, 2(1), 67-91. <https://doi.org/10.1191/1478088705qp022oa>
- Webler, T., Danielson, S., ve Tuler, S. (2009). Using Q method to reveal social perspectives in environmental research. *Social and Environmental Research Institute*.
- Weinberg, T. (2009). *The new community rules: Marketing on the social web*. O'Reilly.
- Wiesenfeld, E. (1996). The concept of “we”: A community social psychology myth? *Journal of Community Psychology*, 24(4), 337-346. [https://doi.org/10.1002/\(sici\)1520-6629\(199610\)24:4](https://doi.org/10.1002/(sici)1520-6629(199610)24:4)
- Wigmore, I. (2018). Mixed reality (hybrid reality, extended reality). *Techtarget*. <https://www.techtarget.com/whatis/definition/mixed-reality> (Erişim tarihi: 23 Kasım 2023)
- Williams, A. (1996). An introduction to technology education, *Technology education for teachers*, 1-26.
- Yengin, D., ve Bayrak, T. (2018). *Yeni medya ve sanal gerçeklik*. İstanbul Aydın Üniversitesi Yayınları.
- Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (6. baskı). Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, A., ve Aslan, S. (2002). Örgütsel zaman yönetimi. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(1), 35-52.
- Yörük, Y. (1998). *Güzel konuşma ve yazma*. İstanbul.
- Yudin, P., ve Rosenthal, M. (1997). *Materyalist felsefe sözlüğü* (Çev. A. Çalışlar). Sosyal Yayınları.
- Yüksel, U. (2012). Geleneksel medya ve yeni medya. *İletişim Çalışmaları*, 3-11.

Zack, N. (2019). *Antik Yunan 'dan postmodern döneme felsefe tarihi* (Çev. Ş. Alpagut). Say Yayınları.

Zamir, L. (2019). Application of blockchain network for the use of information sharing (Doctoral dissertation). *Florida Atlantic University*.
<https://doi.org/10.11576/blockchain>



EK

Ek 1: Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu

1) Metaverse hakkındaki genel düşünceleriniz nelerdir?

Cevap:

a. Metaverse nedir, tanımlayabilir misiniz?

Cevap:

b. Metaverse kullanımına yönelik deneyimleriniz nelerdir? Kısaca bahseder misiniz?

Cevap:

c. Metaverse hakkında yapmış olduğunuz okumalar (makale, kitap, tez, köşe yazısı, web haber vb. gibi) bulunuyor mu? Bahseder misiniz?

Cevap:

2) Metaverse’de bulunan sanal topluluklar hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?

Cevap:

a. Sanal toplulukların kendi kuralları olması yönündeki düşünceleriniz nelerdir?

Cevap:

b. Sanal topluluklar içinde uygulanan kuralların gerçek dünya ile olan ilişkisi nasıl olmalıdır?

Cevap:

3) Metaverse’ün hayatımıza girmesi ile birlikte sanal dünya ve gerçek dünya arasındaki etik sınırlar nasıl belirlenmelidir?

Cevap:

4) Sanal dünya ve gerçek dünya arasındaki etik sınırların önemi hakkında neler düşünüyorsunuz?

Cevap:

5) Metaverse ortamında kullanıcıların mahremiyetleri nasıl korunmalıdır?

Cevap:

6) Metaverse platformlarında kullanıcıların gizlilik ve güvenliğinin sağlanabilmesi için nasıl bir yol izlenebilir?

Cevap:

7) Metaverse’de kullanıcıların dijital kimlik oluşturmaları ve bu kimlikleri kullanmaları ile ilgili olarak endişeleriniz nelerdir?

Cevap:

- a. Kullanıcıların Metaverse ortamlarında dijital olarak izlenmesi hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?

Cevap:

- b. Kullanıcıların Metaverse üzerinde anonim olma istekleri ve kimliklerin doğrulanarak güvenilirliğin sağlanması noktasında nasıl bir yol izlenebilir?

Cevap:

- 8) Kullanıcıların Metaverse üzerinde sahip oldukları dijital varlıklara yönelik ortaya çıkabilecek olan etik sorunlar hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?

Cevap:

- a. Metaverse ortamlarında dijital varlıklar ile ilgili yaşanabilecek etik sorunlarla nasıl mücadele edilebilir?

Cevap:

- b. Metaverse ortamlarında oluşabilecek olan fikri hak ihlalleri neler olabilir?

Cevap:

- i. Kullanıcılar Metaverse ortamlarında meydana gelebilecek fikri hak ihlallerine karşı ne gibi önlemler almalıdır?

Cevap:

- ii. Yasa koyucular Metaverse ortamlarında meydana gelebilecek fikri hak ihlallerine karşı ne gibi önlemler almalıdır?

Cevap:

- iii. Medya/metaverse oluşturan/yaratanlar meydana gelebilecek fikri hak ihlallerine karşı ne gibi önlemler almalıdır?

Cevap:

- 9) Metaverse üzerinde meydana gelebilecek suçların önlenmesi ya da yaptırım uygulanması noktasında fiziksel dünya yasalarının yetkinliği hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?

Cevap:

- a. Metaverse için fiziksel dünya yasalarının yetersiz kaldığı durumlarda nasıl bir yol izlenmelidir?

Cevap:

Ek 2: Q İfadeleri

Sıra	Q İfadeler
1	Günümüzde tam anlamı ile bir metaverse deneyimi söz konusu değildir.
2	Metaverse ortamları kullanıcılara fırsatlar sunmaktadır.
3	Metaverse ortamları kullanıcılar için tehditler barındırmaktadır.
4	Metaverse kullanıcıların sosyal aktiviteler yapabilecekleri bir ortamdır.
5	Metaverse fiziksel dünyanın yansıması olan sanal bir evrendir.
6	Metaverse bir oyun alanıdır.
7	Metaverse ortamlarında bireysel etkileşimler gerçekleşmektedir.
8	Metaverse ortamlarında sosyal etkileşimler gerçekleşmektedir.
9	Metaverse ortamlarında kullanıcılar profesyonel (iş ilişkisi kurma vb.) ilişkiler kurmaktadır.
10	Metaverse ortamları ile bireyler farklı kültürlerden insanlar ile bir araya gelecektir.
11	Yeni medya ortamlarında yaşanan sorunlar, metaverse ortamlarında da yaşanacaktır.
12	Fiziksel dünyadaki yasalar metaverse ortamları için yetersizdir.
13	Metaverse ortamlarında korunmak için kişisel bilinç kazandırılmalıdır.
14	Metaverse ortamları için hazırlanan yasalar gerçek dünya yasaları ile uyumlu olmalıdır.
15	Metaverse ortamlarının kendi kuralları olmalıdır.
16	Metaverse çevrimiçi yeni toplulukların oluşmasını sağlar.
17	Metaverse çevrimdışı yeni toplulukların oluşmasını sağlar.
18	Metaverse ve etik konusunda çalışmalar yapılmalıdır.
19	Metaverse ortamlarında, kişisel verilerin toplanması konusunda şeffaflık sağlanmalıdır.
20	Metaverse ortamlarında, kişisel verilerin saklanması konusunda şeffaflık sağlanmalıdır.
21	Metaverse ortamlarında, kişisel verilerin kullanılması konusunda şeffaflık sağlanmalıdır.
22	Metaverse ortamlarının kullanımı bireylerin gerçeklikten kopmalarına neden olur.
23	Metaverse ortamlarının sunduğu anonimlik, kullanıcıların kötü niyetli davranış sergilemelerine neden olmaktadır.
24	Metaverse ortamlarında kullanıcılar kimliklerini kendilerini farklı tanıtmak için kullanır.
25	Metaverse ortamlarında kullanıcılar kimliklerini başkalarını kandırmak için kullanır.
26	Metaverse ortamlarında kullanıcıların dijital aktivitelerinin kayıt altına alınması konusunda şeffaf olunmalıdır.
27	Metaverse ortamlarında kullanıcıların dijital aktivitelerinin saklanması konusunda şeffaf olunmalıdır.
28	Metaverse ortamlarında kullanıcıların dijital aktivitelerinin işlenmesi konusunda şeffaf olunmalıdır.
29	Metaverse ortamlarındaki verilerin kimlerle paylaşılacağı konusunda kullanıcılara bilgi verilmelidir.
30	Metaverse ortamlarında zorbalık yaşanır.
31	Metaverse ortamlarında taciz yaşanır.
32	Metaverse ortamlarında nefret söylemi yaşanır.
33	Etik sınırların belirlenmesi kullanıcıların metaverse ortamlarını güvenli bir şekilde kullanmasını sağlar.
34	Etik sınırların belirlenmesi kullanıcıların metaverse ortamlarında birbirlerine karşı saygılı olmasını sağlar.
35	Metaverse ortamlarında gizlilik sorunu vardır.

36	Metaverse ortamlarında kullanıcıların dijital olarak izlenmesi özel hayatlarını ihlal etmektedir.
37	Metaverse ortamları hackerlar için kullanışlı bir alandır.
38	Metaverse ortamlarında kullanıcılar arası etkileşimden ortaya çıkan sorunlar üzerinde yaptırım uygulamak zordur.
39	Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile toplumsal hassasiyetler gözardı edilecektir.
40	Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireyler gerçek ve sanal arasındaki ayrıma varamayacaklardır.
41	Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireyler gerçek görüntüleri ve avaturları arasındaki kalacaklardır.
42	Metaverse ortamlarındaki avaturlar kişilerde kendi gibi olamama kaygısı oluşturur.
43	Metaverse ortamları ile bireylerin kimliklerini gizlemeleri daha zor olacaktır.
44	Metaverse ortamları ile bireylerin kimliklerini gizlemeleri daha kolay olacaktır.
45	Metaverse ortamlarında tam bir mahremiyetten bahsedilemez.
46	Metaverse ortamlarında yaşanacak sorunlara karşılık ceza sistemleri, sanal ve gerçek ayrımı yapılmadan işletilmelidir.
47	Metaverse ortamlarında kullanıcılar kendi etik kurallarına sahip olmalıdır.
48	Metaverse ortamlarında korunmak için kişisel bilgiler gerçek dünyadaki kimliği belli etmeyecek şekilde verilmelidir.
49	Metaverse gelişim aşamasındadır.
50	Metaverse ortamları ile ilgili ulusal hukuki düzenlemeler yapılmalıdır.
51	Metaverse ortamları ile ilgili uluslararası hukuki düzenlemeler yapılmalıdır.
52	Metaverse ortamlarındaki sanal topluluk kuralları şeffaf olmalıdır.
53	Metaverse ortamlarında düzenli güvenlik güncellemeleri yapılmalıdır.
54	Metaverse ortamlarında kullanıcılar sahip oldukları gizlilik hakları konusunda bilgilendirilmelidir.
55	Metaverse ortamlarındaki gizlilik politikaları kullanıcılara net bir şekilde sunulmalıdır.
56	Metaverse ortamlarında global şirketler tarafından tekelleşme yaşanır.
57	Yakın gelecekte bireyler gündelik yaşamlarının çoğunu metaverse ortamlarında geçirecektir.
58	Metaverse ortamlarındaki sanal topluluk kuralları baskıcı olmalıdır.
59	Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireylerin fiziksel dünyadaki ilişkileri olumsuz etkilenecektir.
60	Metaverse ortamlarında gerçekleştirilen davranışlar, gerçek dünyada etkisini göstermektedir.

Ek 3: Katılımcılar Arası Korelasyon Matrisi

LZQO	L20J	JXVC	JVLZ	JIHY	HD88	EL54	D3NE	AYJN	9STN	5KFB	53DD	4I6B	2A38	1J15	1CYF	1BSJ	Katılımcı
-0.1751	-0.2052	-0.2601	-0.1347	-0.0513	0.093	-0.2495	0.0466	-0.1994	-0.0423	-0.2341	-0.0495	0.0789	-0.118	-0.1004	-0.1216	1.00	1BSJ
0.1623	0.3056	0.1744	0.1088	0.2065	0.0482	0.3972	0.0127	0.2935	0.0579	0.3668	0.0379	0.0092	0.3194	0.1668	1.00	-0.1216	1CYF
0.4046	0.0806	0.0399	0.2488	-0.0336	0.0754	0.1157	0.102	0.2005	0.0277	0.2605	-0.285	-0.1261	-0.0753	1.00	0.1668	-0.1004	1J15
0.0675	0.2734	0.2578	0.0619	0.2204	-0.1514	0.3662	-0.0487	0.2303	0.1474	0.2371	0.1722	0.1344	1.00	-0.0753	0.3194	-0.118	2A38
0.0475	-0.0462	0.128	-0.3306	0.0892	-0.0005	0.0435	0.0514	0.052	0.2066	-0.0416	0.1926	1.00	0.1344	-0.1261	0.0092	0.0789	4I6B
-0.0411	0.0446	0.1594	-0.2453	0.1536	-0.1008	-0.0577	0.047	0.0886	-0.1756	0.0042	1.00	0.1926	0.1722	-0.285	0.0379	-0.0495	53DD
0.2489	0.0972	0.1883	0.1266	0.1406	-0.086	0.4706	0.2195	0.388	0.0948	1.00	0.0042	-0.0416	0.2371	0.2605	0.3668	-0.2341	5KFB
0.1367	-0.0238	-0.0233	-0.0701	0.1931	0.3282	0.2874	0.0325	0.0059	1.00	0.0948	-0.1756	0.2066	0.1474	0.0277	0.0579	-0.0423	9STN
0.1141	0.131	0.5953	0.2421	-0.2236	0.1618	0.4432	0.2574	1.00	0.0059	0.388	0.0886	0.052	0.2303	0.2005	0.2935	-0.1994	AYJN
-0.0721	-0.1368	0.0001	-0.1531	0.1285	0.1572	1.00	0.0325	0.2574	0.0325	0.2195	0.047	0.0514	-0.0487	0.102	0.0127	0.0466	D3NE
0.1901	0.3834	0.3902	0.1006	-0.0208	0.1199	1.00	0.1572	0.4432	0.2874	0.4706	-0.0577	0.0435	0.3662	0.1157	0.3972	-0.2495	EL54
-0.0252	-0.2426	0.1505	-0.0772	0.3211	1.00	0.1199	0.1285	0.1618	0.3282	-0.086	-0.1008	-0.0005	-0.1514	0.0754	0.0482	0.093	HD88
0.0536	0.0514	-0.0936	-0.048	1.00	-0.3211	-0.0208	-0.0019	-0.2236	-0.1931	0.1406	0.1536	0.0892	0.2204	-0.0336	0.2065	-0.0513	JIHY
-0.0128	-0.0365	0.1844	1.00	-0.048	-0.0772	0.1006	-0.1531	0.2421	-0.0701	0.1266	-0.2453	-0.3306	0.0619	0.2488	0.1088	-0.1347	JVLZ
-0.1979	0.2209	1.00	0.1844	-0.0936	0.1505	0.3902	0.0001	0.5953	-0.0233	0.1883	0.1594	0.128	0.2578	0.0399	0.1744	-0.2601	JXVC
0.0591	1.00	0.2209	-0.0365	0.0514	-0.2426	0.3834	-0.1368	0.131	-0.0238	0.0972	0.0446	-0.0462	0.2734	0.0806	0.3056	-0.2052	L20J
1.00	0.0591	-0.1979	-0.0128	0.0536	-0.0252	0.1901	-0.0721	0.1141	0.1367	0.2489	-0.0411	0.0475	0.0675	0.4046	0.1623	-0.1751	LZQO
0.1126	0.0371	0.2839	-0.0061	-0.0295	0.0272	0.2002	0.0509	0.0928	0.1595	0.0453	-0.0347	-0.0074	0.0386	-0.1094	0.0331	-0.1518	MPQ1
-0.0519	0.107	0.3848	-0.0242	-0.0467	0.2055	0.4394	0.466	0.4263	0.1157	0.1616	0.0933	0.0323	0.1307	0.098	0.2359	-0.1559	NOH3
0.1519	0.1793	0.2225	-0.0843	-0.2353	0.2293	0.2993	0.2491	0.425	0.0679	0.2562	0.1538	-0.0159	0.0342	0.3143	0.0892	-0.1782	ORCK
0.315	0.2008	-0.0684	-0.1414	0.2099	0.0715	0.0282	-0.0856	0.0305	0.0854	0.1077	0.2343	0.0732	0.1357	0.186	0.2766	-0.1506	RQ44
0.0522	0.0165	0.0834	0.1176	-0.0851	-0.126	0.1982	0.1624	0.1169	0.2332	0.2881	-0.0796	0.1355	-0.0057	0.1998	0.0135	0.0582	TPX5
0.0106	0.2555	0.2904	0.0292	-0.0852	-0.0972	0.3706	0.1651	0.4424	-0.0012	0.2041	0.048	0.2435	0.2278	0.0804	0.1818	-0.0345	ULEK
0.3031	0.1379	-0.1588	0.1467	0.2559	0.0266	0.2104	-0.182	0.1213	0.067	0.0901	-0.1915	-0.0388	0.2157	0.0735	0.2786	-0.206	VOXX
-0.2741	-0.0235	0.367	0.3622	0.2007	0.1211	0.1229	0.0874	0.2825	-0.0719	0.0758	0.0489	-0.1297	0.0102	-0.065	0.2709	-0.0672	WM5Z
-0.1336	0.0557	-0.1608	-0.0396	-0.1405	-0.1749	-0.0133	-0.095	-0.0701	0.2899	-0.016	0.1007	0.2433	0.1989	-0.1503	-0.0015	-0.0364	XF5B
0.1161	0.3798	0.5255	0.166	-0.1041	0.1246	0.6038	0.1138	0.494	0.1622	0.447	-0.0058	0.0703	0.2657	0.3553	0.3162	-0.1958	XIOY
0.3703	0.0418	0.1098	0.0624	0.0103	0.1059	0.3894	-0.0205	0.1843	0.2791	0.2165	-0.1223	-0.0905	0.0762	0.1701	0.307	-0.1727	XNVX
0.112	-0.0787	-0.1522	-0.176	-0.0195	0.2598	0.0351	-0.0247	-0.2555	0.0136	-0.1441	-0.2069	-0.0768	-0.2571	-0.1096	-0.0181	0.1917	YLFH
-0.1542	0.2596	0.4672	0.1399	-0.1601	0.0823	0.3048	-0.1174	0.1817	0.0028	0.0138	0.1213	-0.1054	0.1272	0.098	0.1851	-0.0108	ZH4A

ZH4A	YLFH	XNVX	XIOY	XF5B	WM5Z	VOXX	ULEK	TPX5	RQ44	ORCK	NOH3	MPQ1
-0.0108	0.1917	-0.1727	-0.1958	-0.0364	-0.0672	-0.206	-0.0345	0.0582	-0.1506	-0.1782	-0.1559	-0.1518
0.1851	-0.0181	0.307	0.3162	-0.0015	0.2709	0.2786	0.1818	0.0135	0.2766	0.0892	0.2359	0.0331
0.098	-0.1096	0.1701	0.3553	-0.1503	-0.065	0.0735	0.0804	0.1998	0.186	0.3143	0.098	-0.1094
0.1272	-0.2571	0.0762	0.2657	0.1989	0.0102	0.2157	0.2278	-0.0057	0.1357	0.0342	0.1307	0.0386
-0.1054	-0.0768	-0.0905	0.0703	0.2433	-0.1297	-0.0388	0.2435	0.1355	0.0732	-0.0159	0.0323	-0.0074
0.1213	-0.2069	-0.1223	-0.0058	0.1007	0.0489	-0.1915	0.048	-0.0796	0.2343	0.1538	0.0933	-0.0347
0.0138	-0.1441	0.2165	0.447	-0.016	0.0758	0.0901	0.2041	0.2881	0.1077	0.2562	0.1616	0.0453
0.0028	0.0136	0.2791	0.1622	0.2899	-0.0719	0.067	-0.0012	0.2332	0.0854	0.0679	0.1157	0.1595
0.1817	-0.2555	0.1843	0.494	-0.0701	0.2825	0.1213	0.4424	0.1169	0.0305	0.425	0.4263	0.0928
-0.1174	-0.0247	-0.0205	0.1138	-0.095	0.0874	-0.182	0.1651	0.1624	-0.0856	0.2491	0.466	0.0509
0.3048	0.0351	0.3894	0.6038	-0.0133	0.1229	0.2104	0.3706	0.1982	0.0282	0.2993	0.4394	0.2002
0.0823	0.2598	0.1059	0.1246	-0.1749	0.1211	0.0266	-0.0972	-0.126	0.0715	0.2293	0.2055	0.0272
-0.1601	-0.0195	0.0103	-0.1041	-0.1405	0.2007	0.2559	-0.0852	-0.0851	0.2099	-0.2353	-0.0467	-0.0295
0.1399	-0.176	0.0624	0.166	-0.0396	0.3622	0.1467	0.0292	0.1176	-0.1414	-0.0843	-0.0242	-0.0061
0.4672	-0.1522	0.1098	0.5255	-0.1608	0.367	-0.1588	0.2904	0.0834	-0.0684	0.2225	0.3848	0.2839
0.2596	-0.0787	0.0418	0.3798	0.0557	-0.0235	0.1379	0.2555	0.0165	0.2008	0.1793	0.107	0.0371
-0.1542	0.112	0.3703	0.1161	-0.1336	-0.2741	0.3031	0.0106	0.0522	0.315	0.1519	-0.0519	0.1126
0.0941	0.0608	0.1685	0.0349	-0.273	0.1496	-0.0614	-0.061	-0.0278	-0.1285	-0.0132	0.1428	1.00
0.1624	-0.1439	0.0778	0.3821	0.0795	0.1999	0.0161	0.4197	0.1668	0.028	0.2759	1.00	0.1428
0.1413	-0.0727	0.1131	0.3376	-0.0111	0.0255	0.1013	0.0718	0.1166	0.2733	1.00	0.2759	-0.0132
0.0151	0.0233	0.2479	-0.0152	-0.0137	-0.086	0.5586	-0.2027	-0.0404	1.00	0.2733	0.028	-0.1285
0.0472	-0.1754	0.0535	0.2549	0.1152	0.0612	-0.038	0.1268	1.00	-0.0404	0.1166	0.1668	-0.0278
0.2023	-0.233	-0.0173	0.3265	0.2447	0.016	-0.1109	1.00	0.1268	-0.2027	0.0718	0.4197	-0.061
-0.152	0.2005	0.2108	0.0357	0.0263	0.0495	1.00	-0.1109	-0.038	0.5586	0.1013	0.0161	-0.0614
0.1979	-0.0608	0.1075	0.0479	-0.1025	1.00	0.0495	0.016	0.0612	-0.086	0.0255	0.1999	0.1496
-0.0474	-0.2804	-0.0671	-0.0025	1.00	-0.1025	0.0263	0.2447	0.1152	-0.0137	-0.0111	0.0795	-0.273
0.4786	0.0149	0.1093	1.00	-0.0025	0.0479	0.0357	0.3265	0.2549	-0.0152	0.3376	0.3821	0.0349
0.2139	-0.0979	1.00	0.1093	-0.0671	0.1075	0.2108	-0.0173	0.0535	0.2479	0.1131	0.0778	0.1685
-0.0215	1.00	-0.0979	0.0149	-0.2804	-0.0608	0.2005	-0.233	-0.1754	0.0233	-0.0727	-0.1439	0.0608
1.00	-0.0215	0.2139	0.4786	-0.0474	0.1979	-0.152	0.2023	0.0472	0.0151	0.1413	0.1624	0.0941

Ek 4: Katılımcıların Faktör Yükleri

7 Faktör Katılımcı Dağılımı

Katılımcı	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Faktör 4	Faktör 5	Faktör 6	Faktör 7
1BSJ	-0.23065	-0.36059	-0.11751	0.09079	0.07162	-0.08301	-0.05121
1CYF	0.2648	0.55943	0.1049	-0.01127	0.03454	0.14726	0.24629
1JI5	0.10867	0.25747	-0.02951	-0.51266	-0.02374	0.34041	-0.45757
2A38	0.2987	0.36782	0.43234	0.24026	0.13358	-0.02653	0.20527
4I6B	-0.04538	-0.01961	0.20286	0.57617	0.29955	0.1211	-0.03065
53DD	0.15471	0.0136	0.14186	0.61637	-0.41522	0.10718	0.03052
5KFB	0.09742	0.40239	0.26383	-0.20218	0.08229	0.49848	0.01478
9STN	0.0192	0.12341	-0.10483	0.11024	0.82921	0.05002	0.00828
AYJN	0.47866	0.13225	0.07006	-0.10282	-0.01661	0.60246	0.10738
D3NE	-0.21159	-0.12323	-0.0704	0.12405	-0.01778	0.77673	0.06895
EL54	0.5116	0.38015	0.03958	-0.0326	0.37237	0.33689	0.18021
HD88	0.12224	-0.0773	-0.68774	0.06734	0.27051	0.2283	0.04662
JIHY	-0.32621	0.46361	0.27451	0.13825	-0.33105	-0.0591	0.35903
JVLZ	0.15683	0.03703	0.22015	-0.73226	-0.03984	-0.0279	0.22587
JXVC	0.71058	-0.06231	-0.0026	0.00917	-0.07203	0.28137	0.3734
L20J	0.57438	0.30292	0.22807	0.08417	-0.08036	-0.15241	-0.13566
LZQO	-0.10316	0.59244	-0.10444	-0.12972	0.16092	0.10292	-0.36291
MPQ1	0.11281	0.05821	-0.26227	-0.01061	0.16837	0.05422	0.47308
NOH3	0.28047	0.02251	0.0179	0.16157	0.10855	0.63892	0.19821
ORCK	0.34586	0.18243	-0.21957	0.08346	-0.10155	0.50733	-0.37293
RQ44	0.01249	0.69957	-0.15777	0.27159	-0.15667	-0.02268	-0.25853
TPX5	-0.02749	-0.04129	0.30989	-0.21047	0.33711	0.36269	-0.10756
ULEK	0.38232	-0.11612	0.44677	0.10586	0.16444	0.34566	-0.01446
VOXX	-0.0805	0.73681	-0.06662	-0.0536	0.06664	-0.12847	0.00439
WM5Z	0.12623	0.02666	-0.01139	-0.21186	-0.17785	0.1943	0.69149
XF5B	0.02159	-0.10389	0.53631	0.26927	0.40047	-0.1182	-0.19045
XIOY	0.68374	0.16358	0.068	-0.1308	0.17504	0.3568	-0.08324
XNVX	0.13043	0.48281	-0.15692	-0.1786	0.31858	0.06373	0.12422
YLFH	-0.09185	0.07139	-0.62255	0.02536	0.07842	-0.20188	0.01723
ZH4A	0.75808	-0.07879	-0.08599	-0.07437	-0.01957	-0.08253	0.09268
Toplam	4	4	2	3	2	3	2

6 Faktör Katılımcı Dağılımı

Katılımcı	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Faktör 4	Faktör 5	Faktör 6
1BSJ	-0.08674	-0.35437	-0.12195	0.104	-0.09001	-0.22678
1CYF	0.11997	0.53348	0.08535	-0.09632	0.00328	0.37236
1JI5	0.41966	0.2885	0.07533	0.12027	0.54236	-0.1227
2A38	-0.07434	0.36364	0.4178	-0.00314	-0.24972	0.36856
4I6B	0.09828	-0.00455	0.22862	0.25342	-0.57065	-0.04171
53DD	0.12776	0.00448	0.12774	-0.36328	-0.62186	0.1003
5KFB	0.46937	0.37671	0.28807	-0.0255	0.20752	0.13036
9STN	0.02314	0.15666	-0.0417	0.7421	-0.09852	0.08812
AYJN	0.59623	0.11359	0.12798	-0.03177	0.10207	0.48953
D3NE	0.74006	-0.17582	-0.06147	-0.0881	-0.12257	-0.11196
EL54	0.31735	0.38221	0.0979	0.28742	0.03279	0.57725
HD88	0.26995	-0.06795	-0.63148	0.34757	-0.0605	0.1569
JIHY	-0.1357	0.38921	0.13153	-0.56514	-0.16067	-0.10681
JVLZ	-0.08621	0.00596	0.18195	-0.15575	0.71645	0.2693
JXVC	0.2574	-0.08179	0.01739	-0.09602	-0.02883	0.80167
L20J	-0.0968	0.34961	0.28961	0.02242	-0.07717	0.39726
LZQO	0.17026	0.623	-0.04188	0.21625	0.15844	-0.25094
MPQ1	-0.00567	0.01617	-0.31539	0.01872	-0.01109	0.36588
NOH3	0.6043	-0.0082	0.05332	0.03668	-0.16591	0.3748
ORCK	0.61237	0.21711	-0.09208	0.10576	-0.05621	0.10498
RQ44	0.06625	0.72276	-0.12976	-0.06962	-0.25135	-0.13876
TPX5	0.32314	-0.03894	0.36109	0.26799	0.2203	-0.03231
ULEK	0.31622	-0.10408	0.51135	0.14394	-0.10424	0.33631
VOXX	-0.11224	0.73298	-0.09075	-0.01075	0.05992	-0.05272
WM5Z	0.08424	-0.06526	-0.12706	-0.41937	0.17249	0.47797
XF5B	-0.14533	-0.05826	0.58431	0.37354	-0.2591	-0.067
XIOY	0.39346	0.19642	0.18285	0.25396	0.14147	0.56457
XNVX	0.05583	0.47954	-0.14521	0.2268	0.181	0.21696
YLFH	-0.15266	0.08199	-0.6252	0.14774	-0.02186	-0.06971
ZH4A	-0.04349	-0.0449	-0.023	0.09545	0.06859	0.68069
Toplam	4	6	4	2	3	4

5 Faktör Katılımcı Dağılımı

Katılımcı	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Faktör 4	Faktör 5
1BSJ	-0.2397	-0.37377	-0.10862	0.04911	-0.07616
1CYF	0.361	0.564	0.07452	-0.00722	-0.01307
1JI5	-0.01131	0.28845	0.10261	0.27944	0.59959
2A38	0.26429	0.40228	0.40367	-0.08482	-0.26795
4I6B	-0.12939	0.01455	0.27438	0.28954	-0.52049
53DD	0.18073	0.02903	0.12814	-0.09392	-0.64999
5KFB	0.23939	0.4074	0.31571	0.22947	0.24287
9STN	-0.14152	0.16744	0.02288	0.54517	-0.01404
AYJN	0.61761	0.17192	0.18805	0.36184	0.11755
D3NE	0.13196	-0.15505	0.02044	0.48223	-0.06356
EL54	0.50627	0.43699	0.14857	0.39595	0.06014
HD88	0.13117	-0.06313	-0.55938	0.52885	-0.01568
JIHY	-0.01662	0.37896	0.056	-0.49389	-0.21923
JVLZ	0.31577	0.01385	0.14025	-0.28918	0.66522
JXVC	0.83299	-0.01538	0.05147	0.1249	-0.07449
L20J	0.29329	0.38265	0.27258	-0.08771	-0.10026
LZQO	-0.27472	0.60678	-0.03523	0.23104	0.22384
MPQ1	0.33076	0.03189	-0.3064	0.05855	-0.03789
NOH3	0.48575	0.0456	0.1315	0.46452	-0.13339
ORCK	0.2172	0.24557	-0.02057	0.51382	0.00472
RQ44	-0.1561	0.71283	-0.14834	0.02833	-0.22931
TPX5	-0.00366	-0.01995	0.40987	0.32913	0.28133
ULEK	0.34342	-0.04989	0.56375	0.26797	-0.07902
VOXX	-0.12186	0.71837	-0.1322	-0.10261	0.06396
WM5Z	0.59818	-0.03768	-0.14851	-0.2303	0.0936
XF5B	-0.23343	-0.04372	0.6028	0.11169	-0.21547
XIOY	0.54495	0.25449	0.24156	0.40394	0.16861
XNVX	0.13122	0.48855	-0.1381	0.17962	0.20124
YLFH	-0.14353	0.05287	-0.62574	0.08428	-0.01818
ZH4A	0.59052	-0.00041	-0.01054	0.03833	0.02644
Toplam	5	5	4	3	4

4 Faktör Katılımcı Dağılımı

Katılımcı	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Faktör 4
1BSJ	-0.04475	-0.37623	-0.15701	-0.22037
1CYF	0.10791	0.54792	0.22095	0.27968
1JI5	0.28135	0.39747	-0.27948	0.09408
2A38	0.0675	0.34281	0.58265	0.0871
4I6B	0.26372	-0.06453	0.38432	-0.42255
53DD	-0.02087	-0.08972	0.51654	-0.06412
5KFB	0.3459	0.44761	0.16339	0.16642
9STN	0.45507	0.18294	-0.1241	-0.29907
AYJN	0.5716	0.19405	0.17677	0.44206
D3NE	0.49569	-0.14867	-0.04644	-0.0452
EL54	0.54842	0.44761	0.1678	0.309
HD88	0.42273	-0.0477	-0.51472	0.03643
JIHY	-0.4686	0.31809	0.31215	0.02924
JVLZ	-0.11748	0.1148	-0.09339	0.57648
JXVC	0.39783	-0.03433	0.26835	0.65927
L20J	0.05386	0.35221	0.39995	0.19229
LZQO	0.10216	0.64745	-0.20906	-0.24881
MPQ1	0.10048	0.02297	-0.13587	0.30132
NOH3	0.60907	0.03151	0.19452	0.2208
ORCK	0.53357	0.2575	-0.05633	0.03376
RQ44	-0.08406	0.66492	0.03667	-0.23427
TPX5	0.39148	0.0401	0.08118	-0.05786
ULEK	0.47053	-0.05846	0.49332	0.11541
VOXX	-0.18253	0.71622	-0.06636	-0.06443
WM5Z	-0.0411	-0.03623	0.04632	0.64712
XF5B	0.1403	-0.07417	0.48043	-0.39778
XIOY	0.59577	0.28649	0.16986	0.37317
XNVX	0.17128	0.52037	-0.1681	0.13312
YLFH	-0.09475	0.05423	-0.519	-0.06962
ZH4A	0.22829	-0.00196	0.1253	0.51648
Toplam	8	7	6	5

3 Faktör Katılımcı Dağılımı

Katılımcı	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3
1BSJ	-0.17961	-0.37578	-0.11193
1CYF	0.26851	0.55082	0.15772
1JI5	0.20879	0.41051	-0.32047
2A38	0.19388	0.35097	0.54912
4I6B	0.02091	-0.03479	0.41882
53DD	0.04062	-0.08423	0.52018
5KFB	0.37904	0.46813	0.09602
9STN	0.14324	0.21711	-0.12109
AYJN	0.73364	0.22516	0.04405
D3NE	0.3557	-0.11494	-0.08729
EL54	0.62307	0.47897	0.05716
HD88	0.26087	-0.02556	-0.55351
JIHY	-0.30428	0.28885	0.3469
JVLZ	0.235	0.09484	-0.17281
JXVC	0.75561	-0.01736	0.11828
L20J	0.21389	0.35553	0.35422
LZQO	-0.13523	0.65515	-0.18013
MPQ1	0.23465	0.02248	-0.19187
NOH3	0.63932	0.06987	0.09417
ORCK	0.41379	0.29116	-0.11616
RQ44	-0.22818	0.6625	0.07747
TPX5	0.28182	0.06802	0.04928
ULEK	0.52503	-0.02396	0.41898
VOXX	-0.22268	0.70283	-0.04127
WM5Z	0.3681	-0.05059	-0.05359
XF5B	-0.04252	-0.05207	0.52173
XIOY	0.70572	0.3202	0.04523
XNVX	0.16143	0.52621	-0.20707
YLFH	-0.20999	0.04363	-0.48933
ZH4A	0.51108	0.00483	0.0175
Toplam	13	9	6

2 Faktör Katılımcı Dağılımı

Katılımcı	Faktör 1	Faktör 2
1BSJ	-0.41285	-0.0768
1CYF	0.60678	0.11607
1JI5	0.4555	0.00052
2A38	0.39311	0.19143
4I6B	-0.02712	0.11988
53DD	-0.06813	0.17494
5KFB	0.56263	0.23052
9STN	0.25104	0.04113
AYJN	0.44199	0.62226
D3NE	0.00143	0.34635
EL54	0.64884	0.44545
HD88	0.05753	0.13111
JIHY	0.1795	-0.29563
JVLZ	0.16342	0.15231
JXVC	0.21821	0.73216
L20J	0.40393	0.16679
LZQO	0.5809	-0.36293
MPQ1	0.09456	0.16984
NOH3	0.265	0.59256
ORCK	0.40552	0.27091
RQ44	0.55865	-0.39615
TPX5	0.15218	0.25159
ULEK	0.13987	0.58465
VOXX	0.59885	-0.42877
WM5Z	0.0664	0.34558
XF5B	-0.0634	0.08833
XIOY	0.52364	0.56777
XNVX	0.5506	-0.05419
YLFH	-0.02316	-0.31324
ZH4A	0.16343	0.47677
Toplam	14	16

Ek 5: İfadelerin Bakış Açılarına Göre Sıralaması

Sıra	İfade	Bakış Açısı 1	Bakış Açısı 2	Bakış Açısı 3	Bakış Açısı 4
1	Günümüzde tam anlamı ile bir metaverse deneyimi söz konusu değildir.	2	-1	2	2
2	Yakın gelecekte bireyler, gündelik yaşamlarının çoğunu metaverse ortamlarında geçirecektir.	-4	-2	-3	0
3	Metaverse ortamları kullanıcılara fırsatlar sunmaktadır.	1	-2	-1	2
4	Metaverse ortamları kullanıcılar için tehditler barındırmaktadır.	1	0	1	-4
5	Metaverse kullanıcıların sosyal aktiviteler yapabilecekleri bir ortamdır.	2	-3	3	0
6	Metaverse fiziksel dünyanın yansıması olan sanal bir evrendir.	0	-3	-3	0
7	Metaverse bir oyun alanıdır.	-2	-4	-1	-2
8	Metaverse ortamlarında bireysel etkileşim gerçekleşmektedir.	0	-3	1	2
9	Metaverse ortamlarında kullanıcılar profesyonel (iş ilişkisi kurma vb.) ilişkiler kurmaktadır.	-3	-2	1	4
10	Metaverse ortamları ile bireyler farklı kültürlerden insanlar ile bir araya gelecektir.	-1	-1	2	2
11	Yeni medya ortamlarında yaşanan sorunlar, metaverse ortamlarında da yaşanacaktır.	1	2	0	0
12	Metaverse ortamlarının kendi kuralları olmalıdır.	3	2	0	0
13	Fiziksel dünyadaki yasalar metaverse ortamları için yetersizdir.	-1	2	-2	-1
14	Metaverse ortamlarında korunmak için kişisel bilinç kazandırılmalıdır.	3	0	-3	3
15	Metaverse ortamları ile ilgili ulusal hukuki düzenlemeler yapılmalıdır.	2	1	-2	0
16	Metaverse ortamları ile ilgili uluslararası hukuki düzenlemeler yapılmalıdır.	2	3	4	1
17	Metaverse ortamları için hazırlanan yasalar gerçek dünya yasaları ile uyumlu olmalıdır.	-2	3	1	1
18	Metaverse, çevrimiçi yeni toplulukların oluşmasını sağlar.	0	3	3	1
19	Metaverse, çevrimdışı yeni toplulukların oluşmasını sağlar.	-2	-1	3	3
20	Metaverse ortamlarındaki sanal topluluk kuralları şeffaf olmalıdır.	1	1	2	1
21	Metaverse ortamlarındaki sanal topluluk kuralları baskıcı olmalıdır.	-4	-4	0	-1
22	Metaverse ve etik konusunda çalışmalar yapılmalıdır.	0	4	-4	2

23	Metaverse ortamlarında, kişisel verilerin toplanması konusunda şeffaflık sağlanmalıdır.	1	-3	1	2
24	Metaverse ortamlarında, kişisel verilerin saklanması konusunda şeffaflık sağlanmalıdır.	1	1	1	4
25	Metaverse ortamlarında, kişisel verilerin kullanılması konusunda şeffaflık sağlanmalıdır.	0	1	0	1
26	Metaverse ortamlarında düzenli güvenlik güncellemeleri yapılmalıdır.	4	0	4	0
27	Metaverse ortamlarında kullanıcılar sahip oldukları gizlilik hakları konusunda bilgilendirilmelidir.	0	4	-1	3
28	Metaverse ortamlarının sunduğu anonimlik, kullanıcıların kötü niyetli davranış sergilemelerine neden olmaktadır.	2	3	-1	-1
29	Metaverse ortamlarında kullanıcılar kimliklerini kendilerini farklı tanıtmak için kullanır.	-3	-1	2	-3
30	Metaverse ortamlarında kullanıcılar kimliklerini başkalarını kandırmak için kullanır.	-2	-2	0	-2
31	Metaverse ortamlarında kullanıcıların dijital aktivitelerinin kayıt altına alınması konusunda şeffaf olunmalıdır.	0	0	0	1
32	Metaverse ortamlarında kullanıcıların dijital aktivitelerinin saklanması konusunda şeffaf olunmalıdır.	0	1	0	1
33	Metaverse ortamlarında kullanıcıların dijital aktivitelerinin işlenmesi konusunda şeffaf olunmalıdır.	2	-1	0	1
34	Metaverse ortamlarındaki verilerin kimlerle paylaşılacağı konusunda kullanıcılara bilgi verilmelidir.	4	3	-1	3
35	Metaverse ortamlarında zorbalık yaşanır.	-1	1	3	-2
36	Metaverse ortamlarında taciz yaşanır.	-1	1	-2	-3
37	Metaverse ortamlarında nefret söylemi yaşanır.	-2	-2	2	-2
38	Etik sınırların belirlenmesi kullanıcıların metaverse ortamlarını güvenli bir şekilde kullanmasını sağlar.	3	0	0	-1
39	Etik sınırların belirlenmesi kullanıcıların metaverse ortamlarında birbirlerine karşı saygılı olmasını sağlar.	-1	-1	1	2
40	Metaverse ortamlarında gerçekleştirilen davranışlar, gerçek dünyada etkisini göstermektedir.	-1	-2	0	0
41	Metaverse ortamlarında gizlilik sorunu vardır.	1	0	-2	-3
42	Metaverse ortamlarındaki gizlilik politikaları kullanıcılara net bir şekilde sunulmalıdır.	3	0	1	2
43	Metaverse ortamlarında kullanıcıların dijital olarak izlenmesi özel hayatlarını ihlal etmektedir.	2	2	2	-2
44	Metaverse ortamları hackerlar için kullanışlı bir alandır.	1	0	3	-2
45	Metaverse ortamlarında kullanıcılar arası etkileşimden ortaya çıkan sorunlar üzerinde yaptırım	-3	2	-1	-2

	uygulamak zordur.				
46	Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireylerin fiziksel dünyadaki ilişkileri olumsuz etkilenecektir.	0	1	-3	-1
47	Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile toplumsal hassasiyetler gözardı edilecektir.	-1	-1	0	-1
48	Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireyler gerçek ve sanal arasındaki ayrıma varamayacaklardır.	-2	2	-3	-3
49	Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireyler gerçek görüntüleri ve avaturları arasındaki kalacaklardır.	-2	1	0	-4
50	Metaverse ortamlarındaki avaturlar kişilerde kendi gibi olamama kaygısı oluşturur.	-1	0	-2	-2
51	Metaverse ortamlarında global şirketler tarafından tekelleşme yaşanır.	-2	0	-2	0
52	Metaverse ortamları ile bireylerin kimliklerini gizlemeleri daha zor olacaktır.	-1	-2	-2	0
53	Metaverse ortamları ile bireylerin kimliklerini gizlemeleri daha kolay olacaktır.	0	0	1	-1
54	Metaverse ortamlarında tam bir mahremiyetten bahsedilemez.	0	-1	2	-1
55	Metaverse ortamlarında yaşanacak sorunlara karşılık ceza sistemleri, sanal ve gerçek ayrımı yapılmadan işletilmelidir.	-3	0	-1	-1
56	Metaverse ortamlarında kullanıcılar kendi etik kurallarına sahip olmalıdır.	3	-3	-4	3
57	Metaverse ortamlarında korunmak için kişisel bilgiler gerçek dünyadaki kimliği belli etmeyecek şekilde verilmelidir.	0	-2	-2	-3
58	Metaverse ortamlarının kullanımı bireylerin gerçeklikten kopmalarına neden olur.	-3	2	-1	0
59	Metaverse, gelişim aşamasındadır.	1	2	2	0
60	Metaverse ortamlarında sosyal etkileşimler gerçekleşmektedir.	2	-1	-1	1

Ek 6: Bakış Açısı-1 Q-Sort Tablosu

-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4
Katılmıyorum				Nötr				Katılıyorum
Metaverse ortamlarındaki sanal topluluk kuralları baskıcı olmalıdır.	Metaverse ortamlarının kullanıcıları bireylerin gerçeklikten kopmalarına neden olur.	Metaverse ortamları için hazırlanan yasalar gerçek dünya yasaları ile uyumlu olmalıdır.	Metaverse ortamlarındaki avatarlar kişilerde kendi gibi olmaları kaygısı oluşturur.	Metaverse ve etik konusunda çalışılmalı yapılmalıdır.	Metaverse ortamları kullanıcılarına fırsatlar sunmaktadır.	Metaverse ortamlarında sosyal etkileşimler gerçekleştirilmektedir.	Metaverse ortamlarının kendi kuralına sahiptir.	Metaverse ortamlarındaki verilerin kimlerle paylaşacağı konusunda kullanıcılara bilgi verilmelidir.
Yakın gelecekte bireyler, gündelik yaşantılarının çoğunu metaverse ortamlarında geçirecekler.	Metaverse ortamlarında kullanıcıların kimliklerini kendilerinin farklı tanıtmak için kullanılır.	Metaverse ortamlarında nefret söylemi yayılır.	Metaverse ortamlarında taciz yaşanır.	Metaverse ortamları ile bireylerin kimliklerini gizlemeleri daha kolay olacaktır.	Metaverse ortamlarındaki sanal topluluk kuralları şeffaf olmalıdır.	Metaverse ortamları ile ilgili ulusal hukuki düzenlemeler yapılmalıdır.	Metaverse ortamlarında konumuk için kişisel bilinç kazandırılmaktadır.	Metaverse ortamlarında düzenli güvenlik güncellemeleri yapılmalıdır.
	Metaverse ortamlarında yapılacak sorunlara karşılık ceza sistemleri; sanal ve gerçek ayırım yapılmadan işletilmelidir.	Metaverse ortamlarında global şirketler tarafından tekelleşme yaşanır.	Etik sınırları belirlenmesi kullanıcıların metaverse ortamlarında birbirlerine karşı saygılı olmasını sağlar.	Metaverse ortamlarında korunmak için kişisel bilgiler gerçeğe dayalı kimliği belli etmeyecek şekilde verilmelidir.	Metaverse ortamları kullanıcılar için tehditler barındırmaktadır.	Metaverse ortamları ile ilgili uluslararası hukuki düzenlemeler yapılmalıdır.	Eetik sınırları belirlenmesi kullanıcıların metaverse ortamlarında güvenli bir şekilde kullanımını sağlar.	
	Metaverse ortamlarında kullanıcılar profesyonel iş ilişkisi kurma vb.) ilişkiler kurmaktadır.	Metaverse bir oyun alanıdır.	Metaverse kullanımına yaygınlaşması ile toplumsal hassasiyetler göz ardı edilecektir.	Metaverse ortamlarında kullanıcılar sahip oldukları fiziksel hakları konusunda bilgilendirilmelidir.	Metaverse ortamları hackerlar için kullanılabilir alandır.	Metaverse kullanıcıların sosyal aktivitelerde yapabilecekleri bir ortamdır.	Metaverse ortamlarındaki fiziksel politikanın kullanıcılara net bir şekilde sunulmalıdır.	
	Metaverse ortamlarında kullanıcılar arası etkileşimden ortaya çıkan sorunlar üzerinde yaptırım uygulamak zordur.	Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireyler gerçek görüntüleri ve avatarları arasındaki kalacaklardır.	Metaverse ortamları ile bireyler farklı kültürlerden insanlarla bir araya gelecekler.	Metaverse ortamlarında, kişisel verilerin kullanılması konusunda şeffaflık sağlanmalıdır.	Metaverse ortamlarında, kişisel verilerin toplanması konusunda şeffaflık sağlanmalıdır.	Metaverse ortamlarında kullanıcıların dijital olarak izlenmesi özel hayatlarını ihlal etmektedir.	Metaverse ortamlarında kullanıcılar kendi etik kurallarına sahiptir.	
	Metaverse kullanımının yaygınlaşması ile bireyler gerçek ve sanal arasındaki ayrımı uygulamazlar.	Metaverse ortamları ile bireylerin kimliklerini gizlemeleri daha zor olacaktır.	Metaverse ortamlarında gerçekleştirilen davranışlar, gerçek dünyaya etkisini göstermektedir.	Metaverse ortamlarında dijital aktivitelemlerin kayıt altına alınması konusunda şeffaflık olunmalıdır.	Metaverse ortamlarında, kişisel verilerin saklanması konusunda şeffaflık sağlanmalıdır.	Metaverse ortamlarında kullanıcıların dijital aktivitelerinin izlenmesi konusunda şeffaflık olunmalıdır.		Günümüzdeki tam anlamıyla bir metaverse deneyimi söz konusu değildir.
			Fiziksel dünyadaki yasalar metaverse ortamları için yetersizedir.	Metaverse ortamlarında tam bir mahremiyetten bahsedilemez.	Yeni medya ortamlarında yaşanan sorunlar, metaverse ortamlarında da yaşanacaktır.			
				Metaverse fiziksel dünyanın yansıması olan sanal bir evrendir.				
				Metaverse, çevrimiçi yeni toplumların oluşmasını sağlar.				
				Metaverse ortamlarında kullanıcıların dijital aktivitelerinin saklanması konusunda şeffaflık olmalıdır.				

Ek 7: Bakış Açısı-2 Q-Sort Tablosu

[illegible]

Ek 8: Bakış Açısı-3 Q-Sort Tablosu

[illegible]

Ek 9: Bakış Açısı-4 Q-Sort Tablosu

[illegible]

Ek 10: Yarı Yapılandırılmış Görüşme Etik Kurul Kararı

Evrak Tarih ve Sayısı: 13.06.2024-E.370551



T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Etik Kurulu



Sayı : E-61923333-050.99-370551
Konu : 70/17 Buğra ÇAVUŞOĞLU

13.06.2024

Sayın Buğra ÇAVUŞOĞLU

İlgi : 06.06.2024 tarihli ve E--050.99-0 sayılı yazınız.

Üniversitemiz Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulunun 12.06.2024 tarihli ve 70 sayılı toplantısında alınan "17" nolu karar ile Buğra ÇAVUŞOĞLU'nun başvurusu **uygun** görülmüş ve karar örneği ekte sunulmuştur.

Bilgilerinizi rica ederim.

Prof. Dr. Selim İNANÇLI
Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu
Başkanı

Ek: Karar Yazısı (1 Sayfa)

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Doğrulama Kodu : BS5LEN6YVK Pin Kodu : 03003

Belge Takip Adresi : <https://turkiye.gov.tr/ebd?eK=5783&eD=BS5LEN6YVK&eS=370551>

Adres Esentepe Kampüsü 54187 Serdivan SAKARYA / KEP Adresi:

sakaryauniversitesi@hs01.kep.tr

Telefon No:0264 295 50 00 Faks No:0264 295 50 31

e-Posta:ozelkalem@sakarya.edu.tr Elektronik Ağ:www.sakarya.edu.tr

Bilgi için: Hanife Babacan

Unvanı: Birim Evrak Sorumlusu



KARAR

17. Buğra ÇAVUŞOĞLU'nun “ Metaverse ve Etik Tartışmalar: Metaverse Gerçekliğinde Kullanıcı Deneyimleri Üzerine Bir Araştırma ” başlıklı çalışması görüşmeye açıldı.

Yapılan görüşmeler sonunda Buğra ÇAVUŞOĞLU'nun “ Metaverse ve Etik Tartışmalar: Metaverse Gerçekliğinde Kullanıcı Deneyimleri Üzerine Bir Araştırma ” başlıklı çalışmasının Etik açıdan **uygun** olduğuna oy birliği ile karar verildi.

Ek 11: Q Metodu Etik Kurul Kararı

Evrak Tarih ve Sayısı: 17.10.2024-E.412276



T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Etik Kurulu



Sayı : E-61923333-050.99-412276
Konu : 75/32 Buğra ÇAVUŞOĞLU

17.10.2024

Sayın Buğra ÇAVUŞOĞLU

İlgi : 14.10.2024 tarihli ve E--050.99-0 sayılı yazınız.

Üniversitemiz Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulunun 16.10.2024 tarihli ve 75 sayılı toplantısında alınan "32" nolu karar ile Buğra ÇAVUŞOĞLU'nun başvurusu **uygun** görülmüş ve karar örneği ekte sunulmuştur.

Bilgilerinizi rica ederim.

Prof. Dr. Selim İNANÇLI
Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu
Başkanı

Ek: Karar Yazısı (1 Sayfa)

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Doğrulama Kodu : BSMLURR0AT Pin Kodu : 70092

Belge Takip Adresi : <https://turkiye.gov.tr/ebd?eK=5783&eD=BSMLURR0AT&eS=412276>

Adres Esentepe Kampüsü 54187 Serdivan SAKARYA / KEP Adresi:

sakaryauniversitesi@hs01.kep.tr

Telefon No:0264 295 50 00 Faks No:0264 295 50 31

e-Posta:ozelkalem@sakarya.edu.tr Elektronik Ağ:www.sakarya.edu.tr

Bilgi için: Hanife Babacan

Unvanı: Birim Evrak Sorumlusu



KARAR

32. Buğra ÇAVUŞOĞLU'nun “ Metaverse ve Etik Tartışmalar: Metaverse Gerçekliğinde Kullanıcı Deneyimleri Üzerine Bir Araştırma ” başlıklı çalışması görüşmeye açıldı.

Yapılan görüşmeler sonunda Buğra ÇAVUŞOĞLU'nun “ Metaverse ve Etik Tartışmalar: Metaverse Gerçekliğinde Kullanıcı Deneyimleri Üzerine Bir Araştırma ” başlıklı çalışmasının Etik açıdan **uygun** olduğuna oy birliği ile karar verildi.

ÖZ GEÇMİŞ

Ad Soyad: Buğra ÇAVUŞOĞLU	
Eğitim Bilgileri	
Lisans	
Üniversite	Kocaeli Üniversitesi
Fakülte	İletişim Fakültesi
Bölümü	Görsel İletişim Tasarımı
Yüksek Lisans	
Üniversite	İstanbul Üniversitesi
Enstitü Adı	Sosyal Bilimler Enstitüsü
Anabilim Dalı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Programı	Yeni Medya ve İletişim Yönetimi
Makale ve Bildiriler	
1. Çavuşoğlu, B. (2021). Instagram Fenomenlerinin Tüketicilerin Marka Tercihleri Üzerindeki Etkisi. <i>1. Uluslararası Medya ve Kültürel Çalışmalar Konferansı</i> (s. 38 - 39). Hasan Kalyoncu Üniversitesi. 2. Çavuşoğlu, B. (2024). Instagram Facebook Kullanım İlkelerinin Dijital Emek Bağlamında İncelenmesi. <i>VI. Uluslararası Yeni Medya Konferansı: Yeni Medyanın Ekonomi Politikası</i> (s. 23-24). İstanbul Gelişim Üniversitesi. 3. Çavuşoğlu, B. (2024). Sosyal Paylaşım Platformlarında Benlik Sunumu Üzerine Kuramsal Bir Çerçeve. <i>İletişim Bilimi Araştırmaları Dergisi</i>, 53-62. 4. Çavuşoğlu, B. (2024). Ütopya ve Karşı-Ütopya Kavramları Bağlamında Metaverse. <i>Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi</i>, 176-192. 5. İşman, A., Çavuşoğlu, B. (2021). Yeni Kanaat Önderlerinin Ağızdan Ağıza Pazarlama Yöntemini Kullanarak Gençlerin Marka Tercihlerine Etkisi. A. İşman, A. Z. Özgür, Y. Adıgüzel, & M. Öztunç içinde, <i>İletişim Çalışmaları 2021</i> (s. 306-336). Eğitim Yayınevi. 6. Şengöz, M., Karagöl, A., Yılmaz, Ş., ve Çavuşoğlu, B. (2024). Türkiye’de Cumhuriyet Sonrası Grafik Tasarımın Gelişimi. D. Güney içinde, <i>Cumhuriyetin 100. Yılında Güzel Sanatlar</i> (s. 22-32). İstanbul Topkapı Üniversitesi Yayınları.	