

**GOFFMAN BENLİK KURAMINA GÜNÜMÜZDEN BAKIŞ:  
METAVERSE VE BENLİK SUNUMU**

**GOFFMAN'S THEORY OF THE SELF A PRESENT LOOK:  
METAVERSE AND SELF PRESENTATION**

**NUR SU YAMAN**

İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Doktora,  
İstanbul, Türkiye, [nursu.1@hotmail.com](mailto:nursu.1@hotmail.com) ORCID ID: 0000-0001-5468-6659

**ÖZET**

Kişiler, başka bireylerle aynı ortama girdiğinde kendi varlığını yansıtmaya ihtiyacı duymaktadır. Yani, benlik sunumunu gerçekleştirmek için, karşılıklı etkileşim ve diğer insanlarla ilişki içinde olmak gerekmektedir. Benliğin sunum aşamasında, özellikle fiziksel iletişimde tüm sözlü ve sözsüz ifadeler kullanılmaktadır. Bu ifadelerin kullanımı ve yorumlanması aşamasında, kişilerin deneyimleri, algıları, tutumları etkili olmaktadır. Günümüzde iletişimin sanal ortamlara aktarımı nedeniyle, benlik sunumu da dijitalleşmektedir. Kişiler, çeşitli sosyal medya kanallarında, internet ağlarında, oyunlarda ve "app" denilen iletişim uygulamalarında kendini diğerlerine doğru aktarma ihtiyacı duymaktadır. Makalenin amacı, günümüzde birçok katılımcının dahil olduğu ve henüz yeni bir alan sayılan Metaverse evreninin, Goffman'ın "Benlik Sunumu" kuramı ile ilişkili olarak incelenmesidir. Bu amaç çerçevesinde literatür taraması yapılmış ve derleme bir makale ortaya konmuştur. Dijital dünyada benlik sunumu üstüne olan makaleler ile sınırlandırılan çalışma, öncelikli olarak Metaverse üstüne yapılan yerli ve yabancı makalelere yoğunlaşmıştır. Makalenin ilk bölümünde Goffman ve Benlik Sunumu kuramı üstüne olan makaleler derlenmiştir. İkinci bölümde ise, Metaverse konusu üstüne yapılan çalışmalar ve Metaverse özelinde benlik sunumu ile ilgili makaleler ele alınmıştır.

**ABSTRACT**

When people enter the same environment with other individuals, they need to reflect their own existence. That is, in order to realize the self-presentation, it is necessary to interact and interact with other people. All verbal and nonverbal expressions are used in the presentation of the self, especially in physical communication. Experiences, perceptions and attitudes of people are effective in the use and interpretation of these expressions. Today, due to the transfer of communication to virtual environments, self-presentation is also becoming digital. People need to transfer themselves to others in various social media channels, internet networks, games and communication applications called "app". The aim of the article is to examine the Metaverse universe, which is considered a new field, in which many participants are involved today, in relation to Goffman's "Self Presentation" theory. For this purpose, a literature review was made and a compilation article was presented. The study, which was limited to articles on self-presentation in the digital world, primarily focused on domestic and foreign articles on Metaverse. In the first part of the article, articles on Goffman and the

theory of Self Presentation are compiled. In the second part, studies on the subject of Metaverse and articles about self-presentation in Metaverse are discussed.

**Anahtar Kelimeler:** metaverse, benlik sunumu, Goffman

**Keywords:** metaverse, self presentation, Goffman

## GİRİŞ

Teknolojinin her geçen gün gelişmesi ile, yeni medya ortamları ortaya çıkmaktadır. Bu durum, insanların kendilerini ifade etme tarzlarına etkiye bulunmaktadır. Geleneksel medyada, söz hakkı olmayan okuyucular, internetin hızlı ve ucuz kullanımı sonrası sosyal medya ağlarında içerik üretme şansı bulmuştur. Web 2 olarak tanımlanan bu yeni internet ağı, birçok katılımcı ile devamlılığını sürdürmektedir. Günümüzde, Web 3 denilen, yeni bir internet dönemi ortaya çıkmıştır. Sosyal medya hesapları olan ve bu hesaplarda görüntü ya da metin paylaşan bireyler, şimdi yeni meta evrenlere geçiş yapmaktadır. Bireyler, sadece sosyal ağlarda okuyan ve yazan kişiler değil, aynı zamanda gerçekmiş gibi kurgusal bir evreni yaşayan kişiler haline dönüşmektedir. Artırılmış gerçeklik, karma gerçeklik ve yapay zeka ile tasarlanan bazı makineler, meta dünyaya katılımın etkisini artırmaktadır. Fiziksel dünyada, normal bir gün içinde yapılacak her şey, Metaverse adı verilen sanal evrende yapılabilmektedir. Alışveriş, arkadaşlarla sohbet etme, bir şeyler yeme-içme, konsere gitme, film izleme, kendine ait bir ev ya da şirkete sahip olma ve meslek edinme gibi birçok konu, bu kurgu mekana taşınmıştır. Gerçek dünyanın sınırları ve zamansal engelleri olmadan katılımcı olunan bu internet ağı, kişilere kendilerini buraya ait hissettirmek için çeşitli teknolojileri kullanmaktadır. İmkansız ortadan kaldırmaya çalışan meta evren, aynı yüz yüze dünyada olduğu gibi, insanlarla iletişimi mecbur kılmaktadır. Kişiler, kendilerine seçtikleri dijital benlikleri ile, sanal ortamlara katılmakta ve internet ağları üstünde varlıklarını sürdürmektedir.

Makalenin amacı, günümüzde birçok katılımcının dahil olduğu ve henüz yeni bir alan sayılan Metaverse evreninin, Erving Goffman'ın "Benlik Sunumu" kuramı ile ilişkili olarak incelenmesidir. Bu amaç çerçevesinde literatür taraması yapılmış ve derleme bir makale ortaya konmuştur. Dijital dünyada benlik sunumu üstüne olan makaleler ile sınırlandırılan çalışma, öncelikli olarak Metaverse üstüne yapılan yerli ve yabancı çalışmalara yoğunlaşmıştır. Son 7 senede yapılan araştırma çalışmaları incelenmiştir. İncelenen çalışmalar rastgele seçilmiştir. Makalenin ilk bölümünde Goffman ve Benlik Sunumu kuramı üstüne olan makaleler derlenmiştir. İkinci bölümde ise, Metaverse konusu üstüne yapılan çalışmalar ve Metaverse özelinde benlik sunumu ile ilgili makaleler ele alınmıştır. Tartışma ve Sonuç bölümünde ise, konu ile ilgili öneriler ve görüşler sunulmuştur.

## 1. GOFFMAN VE BENLİK SUNUMU

Erving Goffman, "Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu" adlı eserinde kişilerarası ilişkileri tiyatro performanslarına benzetmiştir. İnsanların günlük yaşam ilişkilerinde bir oyun sergilediklerini ve bunu sahne önü dediği, görünür alanda sunduklarını belirtmektedir. Ayrıca bir de sahne arkası bulunmaktadır. Bu alanda kişi kendisi olarak hareket edebilmektedir. Çünkü, sahne arkası hem gizli hem de özeldir. Ancak sahne önünde, kendini kontrol ve rol yapma söz konusudur. Bu şekilde kişiler olumlu benlik imajı yaratmaya çalışmaktadır.

Sosyal benlik kavramı, çeşitli şekillerde tanımlanmıştır. Bu benlik türünün, ırk, kültür, cinsiyet, din gibi farklı benlik türlerini içine aldığı düşünülmektedir. Öz saygı denilen kendine değer verme, öz benliğe duyulan güven ve kişinin kendinde gördüğü yetenek ya da becerileri kapsayan öz yeterlilik kavramı ile etkileşim halindedir. Aynı zamanda kişilerin kendini gerçekçi bir tutumda değerlendirmesi, öz saygısının az ya da çokluğuna katkı sağlamaktadır. (Mutluer, 2019) Bu noktada, çevrenin etkisi, aile içindeki iletişim, bireyin nasıl bir ebeveyn tarafından yetiştirildiği gibi unsurlar da önem kazanmaktadır. Aynı zamanda, bireylerin kendilerini sorumlu hissettikleri işleri başarmaları, bu fırsatın onlara küçük yaşlardan itibaren tanınması, kişilerin kendilerini daha iyi ifade etmelerine ve kendilerine güvenmelerine olumlu etkide bulunmaktadır

Goffman'a göre (2009), bir kişi diğer toplum bireyleri ile iletişim kurduğunda, kendi ortamını ya da görüntüsünü değiştirerek kişilerin izlenimlerini kontrol etmeyi amaçlamaktadır. Bu durum karşılıklı olarak gerçekleşmektedir. Çünkü ikinci kişi de birinci kişi üstündeki izlenimini yönetmeye çalışmaktadır. Aynı anda iki kişi de birbirleri ile ilgili olarak bilgi elde etmeyi arzulamaktadır. Kişilerarası iletişimi, tiyatro oyunu gibi değerlendiren Goffman, tiyatro oyununun sergilendiği yani kişilerin kendini başkalarına ifade ettiği alana sahne adını vermiştir. Ancak kişiler, istedikleri zaman sahne arkasına geçme hakkına sahiptir. Benzer şekilde seyirciler bulunmaktadır. Bu seyirciler de oyunun kalitesine göre yorumda bulunmaktadır.

Kitapta yer alan bazı kavramlar dikkat çekmektedir. Bunlardan biri izlenim yönetimi, biri de benlik sunumudur. Kişi benliğini ortaya koyarken hem tutarlı hem de istikrarlı davranmalıdır. Ancak bu şekilde doğru bir izlenim yönetimi gerçekleştirmiş olur. İzlenim yönetimi kavramı, kişinin kendini nasıl sunduğu ile yakından ilişkilidir. Başkalarında yaratılan izlenimler hem değerlendirilmekte hem de yönlendirilmektedir. Birey, kendini kabul ettirmek ve sosyal ortama katılmak amacıyla, benliğini farklı şekilde sunmakta ve daha cazip hale getirmektedir. Benlik sunumu olarak tanımlanan bu durum, kişinin vermek istediği izlenimler ve kişinin kaçındığı ancak diğerleri tarafından fark edilen izlenimler olarak iki bölümde değerlendirilmektedir.

Bireyler imajlarını yansıtırken bir izleyici tarafından gözlemlenmesinin bilincindedir. Bu durum, bireylere yeni kimlikler oluşturmaktadır. Aynı zamanda kendilerini sunma fırsatı tanımaktadır. İzlenim yönetimi oldukça önemlidir. Çünkü, kişilerarası iletişimde hem amaçlanan izlenimler aktarılmakta hem de verilmek istemeyen izlenimler sunulabilmektedir. Goffman'a göre her bireyin içinde bir tavır maskesi vardır. Birey, kendi benliğinin belirli yönlerini ortaya çıkarabilmektedir. Park (1950), bu durumu kişinin hem maskeli hem de gizli kişi olduğu şeklinde değerlendirmektedir. Yani, aynı bireyin farklı yüzleri bulunmaktadır.

Goffman'ın (2009) benlik sunumu kuramını oluşturan bazı ölçütler bulunmaktadır. Bu ölçütler, kişilerin kendilerini nasıl anlattıklarını anlamak için yardımcı olmaktadır. İlk ölçüt olan dramatik canlandırma, kişilerin bir aktör gibi hareket ettiğini ifade etmektedir. Yani, bireyin yaptığı davranış ve hareketlerin başkaları için bir anlam taşıması önemsenmektedir. Oyuncu, etkiyi artırmak için, dramatik bir şekilde canlandırma yapmaktadır. Diğer bir ölçüt olan idealize etme, aktörün performansının uyumlu ve ideal şartları karşılar halde sergilenmesi olarak tanımlanabilmektedir. Toplumun kabul etmediği bir birey, idealize bir benlik yaratmayacağı için, sosyal hayata uyum sağlama amacı taşımaktadır. Kişilerin, bazı davranışları gizlemesi ya da direkt yapmamayı tercih etmesi oldukça muhtemeldir. Bu ölçüt, üçüncü ölçütle birlikte kullanılmaktadır. İdeal bir benlik yaratmak için, aktörler kendi ifadelerini denetlemektedir. Buna ifade denetimi ölçütü denmektedir. Uygunsuz sözler ve

toplum tarafından etik kabul edilmeyen davranışlar sergilenmemektedir. İzleyiciye sunulan davranışlar, önceden planlanmakta ya da sunum sırasında kişi tarafından dikkatle seçilmektedir.

Dördüncü ölçüt olarak ifade edilen yanlış sunum, bireyin performansını istemediği şekilde sergilemesidir. Bu durum, ifadelerin inandırıcılığını yok etmektedir. Özellikle benlik sunumu konusunda profesyonel bir amaç taşıyan kişiler, yanlış sunum olmaması için sahne arkasında çalışmalar yapmaktadır. Diğer bir ölçüt olan gizemli hale getirme, bazı konuları saklama ile gerçekleşmektedir. İzleyiciye aktarılan görüntü ve ifadelerin bir kısmı gizemli hale getirilmektedir. Altıncı ölçüt, gerçeklik ve düzmece üstüne tanımlanmaktadır. Gerçeklik, inanılabilirliğe katkı sağlamakta ve düzmece ise, sahte unsurları ifade etmektedir. Diğer bir ölçüt, takımlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Burada, davranışın birden fazla kişi ile sergilenmesi söz konusudur. Bu durum, etkileme oranını olumlu yönde etkilemektedir. Son ölçüt ise, bölgesel davranışlar olarak isimlendirilmektedir. Performansın, kişilere, ortama ve zamana uygun olması önemsenmektedir.

Çalışır ve Çakıcı (2015), bireyin toplum içinde değerli olmak istediğine ve onay almak istediğine değinmektedir. (Akt. Yıldırım ve Özdemir, 2019) Bu durum, bireyin bulunduğu mekana uygun olan özellikleri sergilemesi ile kendini göstermektedir. Yani hem çevrenin kişiyi nasıl gördüğü hem de kişinin kendisi ile ilgili ne düşündüğü önem taşımaktadır. Benliğini inşa etmek isteyen birey, yetiştiği çevrenin koşullarından, değer verdiği kişilerin fikirlerinden ya da uyum sağlamak istediği çevrenin duygularından etkilenmektedir. Goffman'ın tanımladığı maske kavramı, bu noktada önem kazanmaktadır. Çünkü, kişi her bulunduğu mekanda farklı bir maske kullanmayı tercih edebilmektedir.

Tiyatro kuramı ya da oyun kuramı olarak tanımlanan dramaturji yaklaşımını geliştiren Goffman, insanlar arası etkileşimi ve kurulan ilişkileri tiyatro oyunu gibi ele almaktadır. Goffman, kişinin kendini başkalarına nasıl sunduğunu yönlendirdiği ve denetlediği durumu, sosyolojik bir bakış açısı ile ele almıştır. Gerçek hayat, çoğunlukla prova edilmeden yaşanan ve performansların doğaçlama sunulduğu mekan olarak ifade edilmektedir. Goffman'a göre, zor olan sahne önü ya da arkasında oyun oynamak değildir. Zor olan şey, oyun oynamamaktır. (Hülür, 2017) Çünkü, herkes oyun oynadığında doğallık ya da gerçeklik kavramlarının anlamsız kaldığını belirtmektedir.

Hülür (2017), görünüşü oyuncunun toplumsal statüsü ile ilgili bilgi veren uyarıcılar olarak tanımlamaktadır. Tutum ise, kişinin oynamayı beklediği rol hakkında bilgi veren uyarıcılardır. Kişilerin bilişsel olarak çelişmemesi için, tutum ve davranışlarının, düşünce ve tepkilerinin, görüntülerinin birbiri ile tutarlı ve uyumlu olması beklenmektedir. Örneğin, kendini saldırgan olarak ifade etmek isteyen kişinin bir çocukla oyun oynaması tutarsızlık yaratabilmektedir. Ya da hayvan hakları ile ilgili içerik üreten bir kişinin sokakta köpeklere taş atması uyumsuzluk oluşturabilmektedir. Yani, önemli olan sunulan benlik ile gerçek benliğin örtüşüyor olmasıdır. Aksi halde, seyirciler yani iletişim kurulan kişiler, mesajları yanlış anlayabilmekte ya da kişiyi olumsuz algılayabilmektedir.

İnsan doğası gereği, her an aynı şekilde hissetmemektedir. Duygular, güdüler, motive olma düzeyi, düşünceler vb. olgular değişkendir. Bu nedenle sahne alan bireyin kişiliklerinin değişken olması ya da enerji iniş-çıkışı yaşaması normaldir. Ancak bu durum seyirci tarafından hoş karşılanmamaktadır. Bireyin tamamen bütünleşmiş bir biçimde aynı mesajı yansıtması önemlidir. Goffman'a göre ayrık rol tipleri bulunmaktadır. Bunlar arasında muhbir, gözcü, profesyonel müşteri, görünmez kişi, aracı gibi roller bulunmaktadır ve bu

kişiler, gizlice birçok bilgiye erişebilmektedir. Aslında günlük hayatta kişilerin farklı ortamlarda farklı rolleri bulunmaktadır. Goffman, bunların bazılarının çok ortada bazılarının da biraz daha geri planda olduğunu belirtmektedir.

### 1.1. Goffman ve Benlik Sunumu: Sosyal Medya

Goffman tarafından oluşturulan kuram, internet çağı ile sosyal medya ortamlarına uyarlanmaya başlamıştır. Bu ortamlar arasında Instagram, Facebook, Twitter, YouTube vb. uygulamalar sayılabilmektedir. Goffman tarafından ortaya atılan çeşitli kavramlar, sosyal ağ ortamlarında karşılık bulmaktadır. İnsanların, gerçek dünyada gerçekleştirdiği davranışlar ile, sosyal medya hesapları arasındaki ilişki birçok araştırmacı tarafından incelenmiştir. Bu başlık altında sosyal medya ve sanal ortamlarda benlik sunumu ile ilgili yapılan çalışmalar derlenmiştir.

Kişiler, bilinçli olarak ya da bilinçsiz olarak çeşitli izlenimler yaratmaktadır. Bazı kişiler, istedikleri izlenimi yaratmak için ve kendini farklı göstermek için ince hesaplar yapmaktadır. Ancak çoğunlukla, toplumsal olaylar anlık değişkenlik gösterebildiği için, o an verilen tepkilerle etkileşim kurulmaktadır. Bazı kişiler, bir gruba uyum sağlamak ya da toplumda kendini gördüğü konum gereği uygun olmaya çalışmak için farklı roller benimseyebilmektedir. Günümüz sosyal medya dünyasında, kişiler içeriklerini ya da görsellerini planlama hakkına sahip olduğundan daha planlı bir benlik sunumu gerçekleştirebilmektedir.

Bireyler, kendilerini sanal bir dünyada sunarken, gerçek dünyadan farklı bir benlik benimseyebilmektedir. Toplum bireyin davranış ve tutumlarına etki etmekte, birey de benliğini buna uygun olarak organize etmektedir. Kişinin benliği, her alanda kendine ait özellikler ile oluşmaktadır. Gencer (2008), benlik tanımını yaparken bireyin kendine dışarıdan bakışını ve değerler, amaçlar ve idealler ile oluştuğunu belirtmektedir. (Akt. Yıldırım ve Özdemir, 2019) Kişinin kendini belirli şekilde göstermesi sonucunda, benlik sunumu gerçekleşmektedir. Bu benlik sunumu, sunulan kişiler tarafından yorumlanmaktadır. Bu yorumlama, her bireyin kendi deneyimleri ve duyguları sonucunda değişkenlik gösterebilmektedir. Kişinin benliği içten ve dıştan etki eden çeşitli kavramlar ile etkileşim halindedir. Örneğin, sanal ortamda blog yazarlığı yapan kişilerin her blog için ayrı bir kimlik yaratabileceği, benliğin bu anlamda ayrılabilmesi bilinmektedir. Kişiler kendi isimlerine açtıkları hesaba ve ikinci açtıkları anonim hesap arasında farklı kimlikler kullanabilmektedir. Böyle bir durumda ilk benlik ve ikinci benlik birbirinden ayrı özelliklere sahip olabilmektedir. Bu durum Goffman'ın çoklu benlik bakışı ile açıklanabilmektedir.

Boellstorff çalışmasında, bireylerin sanal ortamda farklı davrandığını, kendilerini gizlediğini ya da bazı özelliklerini vurguladığını açıklamaktadır. (Bullingham & Vascancelos, 2013) Goffman'a göre, aktörler sahne unsurlarını kullanmaktadır. Ayrıca, bunu yaparken, performans gösteren çevrimdışı bir benliğe sahiptir. Bullingham ve Vascancelos (2013), çalışmada Goffman'ın kavramlarını sanal dünyaya uyarlamaya çalışmıştır. Özellikle, sanal benliklerin, gerçek hayattaki benlik sunumunu etkilediği ve benlik sunumunun yeniden yaratıldığı belirtilmektedir. Bu noktada, tasarlanan avatarın, benliği yansıtacak şekilde tasarlanması ve online ortamda kullanılmasının etkisinden bahsedilmektedir. Kişilerin iki tür benliği bulunmaktadır ve bu iki benlik birbirine bağlanmaktadır. Bu sayede, benlikler arası eşitsizlik en aza indirilmektedir. Araştırmacılar, kişinin dürüst ve net olmak istediği için benlikleri arasında fark olmasından rahatsız olacağını belirtmektedir. Çünkü, bireyler belirli bir kimliği düzenli olarak yansıtmak durumunda kalmaktadır.

Aynı çalışmada, katılımcıların benliğin belirli özelliklerini vurgulayan (eğlenceli, açık sözlü, yaratıcı gibi) ifadeleri tercih ettiği görülmüştür. Bu sayede, kendi benliklerini düzenlediği ve bazı yönlerin bastırıldığı belirlenmiştir. Ayrıca, katılımcıların kendi benliklerini süsledikleri ve kendilerini farklı temsil ettiklerini fark etmedikleri ortaya çıkmıştır. Araştırmanın bulguları, kullanıcıların belirli maskeleri takmayı tercih etmesinin nedenlerine odaklanmaktadır. Özellikle, bireyin toplumsal ve gerçek benliği aile ve toplum baskısı altındaysa sanal dünyada benliğin kendi gibi olabildiği görülmüştür. Buna ek olarak, anonim hesapların korku faktörünü azalttığı, çünkü tanınmadan da kendi gibi hareket etmeye olanak tanıdığı belirlenmiştir.

Aslında bireylerin, kendini farklı ifade ettiği çeşitli sosyal medya ortamları ve sanal mekanlar bulunmaktadır. Örneğin, blog yazarlığı yapan biri, gerçek kimliğini kullanmadığında çok daha rahat yazılarını paylaşabilmektedir. Ancak, bir Instagram sayfası için görünür olmak ve kendini farklı şekilde sunmak önem kazanabilmektedir. Kişilerin kendini hangi oranda farklı sunduğu da önem taşımaktadır. Örneğin engelli biri, var olan engelini gizleyen bir kimlik oluşturduysa ya da eş rolü olan biri bekar biri gibi bir profil hazırladıysa bu sorun yaratabilmektedir. Yani aslında gerçek benlik ve sanal benlik arasındaki fark, kimlik bölünmelerine neden olabilmektedir.

Sanal dünyaya kaydolduğu andan itibaren, kullanıcı kişi sanal bir kimlik inşası yaratmaya başlamaktadır. Kişinin sosyal medya sistemi içinde başkalarının kendini nasıl görmek istediği ile uyumlu bir şekilde hesap oluşturmaktadır. Goffman tarafından performans denilen unsur, sanal ortamda iletilen ve paylaşılan her bağlantıyı temsil etmektedir. Kullanıcı olan kişi, yani aktör, bir kitlesi olduğunun farkındadır ve buna uygun bir şekilde kendi benliğini sunmaktadır. Belirli bir etki bırakmak istediği için, buna uygun tutumlar yansıtmaktadır. İşman, Buluş ve Yüzüncüyıl (2016) yaptıkları çalışmada, hesap kullanıcılarının kendi etkileşim ekranlarını, benliğin sanal temsili olarak yorumlamıştır. Kullanıcıların kendilerine benlik tasarlama sürecinde, sanal uzam performanslardan yararlandığını kanıtlamışlardır. Ayrıca dört farklı deney grubunun, farklı benlik oluşumları olduğunu ve bu sürecin benlik tasarlama süreci olarak kabul edilmesi gerektiği ifade edilmiştir.

Kavut (2018), yaptığı çalışmada sosyal medyayı ve kişilerin kendilerini tanıtmak ya da izlenim oluşturmak amacıyla kullanım ilişkisini araştırmıştır. Çalışma sonucunda, insanların kendilerini olduklarından çok daha farklı sunduğu ve aslında ideal benliklerini yansıttığı görülmüştür. Goffman tarafından ifade edilen aktör tanımı, ideal benlik ile uyuşmayan davranışları gizleme eğiliminde olan kişiyi ifade etmektedir. Bu anlamda, bireylerin sosyal medya hesaplarında, olmak istedikleri kişiye uygun davranışları paylaştığı söylenebilmektedir. Paylaşılan story (hikayeler), fotoğraflar, şarkılar, doğa ve hobi fotoğrafları bunları pekiştiren niteliktedir. Sosyal medyayı kullanan bireyler, daha özgür hissetmektedir. Bu durum, benliklerini farklı sergileme şansı sunmaktadır.

Sanal evrenler, insanların kendilerini gizlemesine (anonim kimlikler) ve istediğinde bu dünyayı değiştirmesine olanak tanımaktadır. Farklı isimlerde hesaplar açan aynı kişi, her kullanıcı adına farklı bir benlik oluşturabilmektedir. Kavut (2018), çalışmasında kişilerin kendi sosyal medya davranışlarını gerçek ve samimi bulduğunu ancak diğer kullanıcıların benlik sunumunu samimi bulmadıklarını belirtmektedir. Yaş, cinsiyet, kültür, sözlü ve görsel ifadeler, kullanıcıların benlik sunumlarını etkileyen unsurlar arasında sayılmaktadır. Goffman bunu “kişisel vitrin” olarak ifade etmektedir.

Sanal ortamda olan kişiler, bazen kendilerinden tamamen zıt kişiliğe sahip biri gibi davranmaktadır. Örneğin, asosyal olarak ifade edilen ve iletişim yetenekleri kısıtlı olan bireyler, sanal ortamda kendilerini çok daha rahat ifade edebilmektedir. Ya da benzer şekilde, aslında çok sosyal olan kişiler, sosyal medya hesaplarında kendilerini yalnız ve içe kapanık biri gibi sunabilmektedir. Bu sanal ağ ortamında tanışılan kişilerle gerçek hayatta tanışıldığında ya da buluşulduğunda, kişi önceden sunduğu benliği sürdürmektedir. Kişiler benlik sunumlarında statü ve itibar kazanmak, güç elde etmek, beğenilmek, ünlü olmak ya da daha fazla kişiye fikirlerini yaymak gibi amaçlar taşıyabilmektedir. Bu noktada kişinin sanal benliği ile gerçek benliğinin arasındaki farkın ne kadar olduğu da önem taşımaktadır.

Yeni iletişim teknolojileri ve gelişen yeni medya ortamları, kullanıcıların kendi takipçileri ile arasındaki mesafeleri ortadan kaldırmaktadır. Takip edilen kişiler, istenildiği zaman ve herhangi bir mekanda görünebilir haldedir. Karaoğlu (2015), takipçi olan kullanıcıların istedikleri verileri kaydedebildiği ya da başkalarına iletebildiği bir ortam olduğunu belirtmektedir. Hesap sahibi kişiler, kendileri ile ilgili verileri isteği dışında bile olsa başkaları ile paylaşabilmektedir. (Mutluer, 2019) Özellikle reklam sektöründe yer alan kurum ve kişiler, sayfasını kaç kişi ziyaret ettiyse ya da hangi görselde daha fazla etkileşim olduysa gibi verilere bakarak, başka amaçlarla bunu kullanabilmektedir. Ancak, bazı kişiler, kendi kimliğini göstermeyerek ve anonim adlar kullanarak hesap açabilmektedir. Ya da kurgu bir kimlikle, yani sahte bir yaş, statü ya da cinsiyet ile sosyal medya kullanımında bulunabilmektedir.

Mutluer (2019) çalışmasında, Instagram kullanıcısı olan ünlü kişilerin (az ya da çok tanınır), takipçileri için sürekli bir içerik üretme ihtiyacı duyduğunu ve sürekli bir şey paylaştığını belirtmektedir. Benlik sunumu, bu noktada profesyonel olarak ya da olmayarak, organize edilmektedir. Çünkü, kendi takipçilerinin beğenisine göre davranan kişiler ortaya çıkmaktadır. Bu kişiler, dikkat çekmek, daha fazla izlenmek ya da daha fazla yorum almak için başka biri gibi davranabilmektedir. İnsanlar, başkalarına nasıl görünmek istediğine karar vermekte ve bu şekilde benliklerini inşa etmektedir. Bu durum aslında bir aktörün performansına benzemektedir. Aktör, sahne alırken nasıl çalışıyorsa, bu kişiler de içerikleri için aynı şekilde çalışmaktadır. Çalıştıkları alan sahne arkası yani diğer takipçilerle paylaşılmayan, defalarca çekilen videolar ya da tekrar tekrar yazılan tweetler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sosyal ağların hepsi farklı bir şekilde içerik üretmeye imkan tanımaktadır. Hepsinin kullanıcı kitlesi de farklı yaş gruplarına sahiptir ve farklı amaçlar taşıyan insanlara hitap etmektedir. Mutluer (2019), konu ile ilgili ifadelerinde, Twitter 'in daha anlık bilgi paylaşımı sağladığı ancak Facebook ile kullanıcıların daha çok söz, fotoğraf ya da video paylaştığını belirtmektedir. Instagram ise, fotoğrafları farklı efektler ile kullanmaya olanak tanıyan filtreleri ile, görüntüyü daha fazla önemsemektedir. Benlik sunumu sırasında beğenilme, onaylanma ve daha fazla olumlu yorum alma ihtiyacı taşıyan bireyler, bu farklı filtreleri kullanarak görüntüleri üstünde de değişiklik yapmaktadır.

Sanal olarak kurgulanan evrenler, oyunlara benzer özellikler taşımaktadır. Örneğin, aynı anda birden fazla kullanıcının olması, katılımcıların kendilerine ad ve görüntü seçmesi, etkileşimin anlık olması ve çeşitli grafiklerden oluşması, bu benzer özellikler arasındadır. Leonard (2003), 21. Yüzyılı "oyun çağı" olarak nitelemektedir. (Uzun, 2012) Her yaş grubunun varlığına imkan tanıyan sanal ortam, internetin gelişimi ile farklı özellikler kazanmaktadır. Yine de insanların bu ortamları kullanma amacı çok fazla değişmemektedir.

Bu amaçlar, eğlenmek, zaman geçirmek, kafa dağıtmak ya da stres ve kaygıdan uzaklaşmak gibi sıralanmaktadır.

Moon (2007), Second Life denilen oyunu hem sosyal ağ içeren bir yapı hem de rol üstlenilen bir oyun olarak nitelendirmektedir. Bu tür ortamlar, kişilerin istediği kimliğe uygun olarak davranmasına ve teknolojik bir şekilde kendi benliğini yaratmasına ya da dönüştürmesine imkan tanımaktadır. Second Life toplumsallaşma sorunları olan kişiler için, oldukça önemli etkileri olan bir ortam olarak bilinmektedir. Örneğin, cinsel tacize uğrayan çocuklar, otizmli kişiler ve felçli hastalar gibi gruplar, bu ortamda ikinci hayatlarını yaşamaktadır. (Uzun, 2012) Kişilerin ideal benlikleri yani olmayı hayal ettikleri kişi olabildikleri bir ortam buldukları söylenebilmektedir. Metaverse, bu kurgusal dünyaların günümüz teknolojisinde geldiği son noktadadır. Çünkü bir anlamda, çoklu evrenleri bir bütün halinde kullanıcıya sunmaktadır. Örneğin oyunlar arası geçişi mümkün kılan bir esnek yapısı bulunmaktadır. Bu alanda yapılan çalışmalara geçmeden önce, Metaverse dünyasını genel anlamda tanımlamak gerekmektedir. İkinci bölümde hem meta evrenin anlatımı hem de bu evrenle ilgili çalışmalar derlenmiştir.

## 2. METAVERSE KAVRAMINA GENEL BİR BAKIŞ

Bu bölümde öncelikle Metaverse ile ilgili kavramlar ele alınacaktır. Ardından Metaverse dünyası ile ilgili çalışmalar derlenecektir. Sonraki kısımda ise, Metaverse ve Benlik Sunumu ile ilgili makaleler ele alınacaktır. Öncelikle bu meta dünyanın, sunduğu olanaklar ve insanlara yarattığı endişeler anlaşılmalıdır. Bu yeni kurgu ortam, çoğu insan tarafından az bilinen ve araştırmacılar tarafından da yeni çalışma alanı olarak tanımlanan bir evren olarak karşımıza çıkmaktadır.

Metaverse, sanal gerçeklik teknolojisinin geliştirilmiş halidir. Bu evren, insanlara sanal ortam sunan kurgusal bir evren olarak tanımlanabilmektedir. Gerçek yaşamın sanal olarak sunumudur. Meta, anlam ötesi anlamına gelmektedir. Yani “metaverse” kelimesi “evren ötesi” olarak açıklanabilmektedir. Bu kavram, 1992 tarihli bir bilim kurgu romanından (Snow Crash-Neal Stephenson) gelmektedir. Romanda metaverse terimi, tüm sanal dünyaların toplamını içeren, fiziksel gerçeklikle birleşmiş kalıcı sanal alan yakınsaması olarak tanımlanmaktadır. Stephenson romanında, portatif terminaller, gözlükler vb. giyilerek bu evrene sürekli bağlı kalmayı içeren bir alt kültürü de tanımlamıştır. Günümüz Metaverse evreninde, kullanıcılar bunu kendi bakış açılarından deneyimleme şansı bulmaktadır. Günümüzde yaratılan kurgusal dünyanın bir bilim kurgu romanı içinde hissi verdiği düşünülmektedir. Buna Venema (2021) “bedenselleşmiş internet” adını vermiştir.

Sanal dünya, insanların alışveriş yapabileceği, konser ya da festival gibi toplu etkinliklere katılabileceği, oyun oynayabileceği ve iş hayatı ile ilgili toplantılar yapabileceği ortamlar sunmaktadır. İnsanlar metaverse içinde kendilerine bir kimlik yaratarak çeşitli hizmetlere abone olabilmekte, sohbet edebilmekte ve günlük hayatını yeni medya alanında yansıtmış olmaktadır. Kullanıcılar, kendi çevrelerindeki görüntüyü kişisel zevklerine ya da kendi ihtiyaçlarına göre özelleştirebilmektedir. 3D olması, kişilerin dijital dünyanın içine girmesine izin vermektedir. Bu durum kişilerin etkilenme düzeylerini de etkilemektedir.

Metaverse, bir noktada dijital bir dünya olan soyut ortamı, somut hale getirmektedir. Geleneksel oyunlardan farkı, kişilerin kendini hologram halinde başka yerlerde yansıtabilmesi, kendi markaları ile ilgili işletme açabilmesi ve buradan sanal para kazanabilmesi ile ilgilidir. Metaverse dünyasında var olan sanal kimlikler, kullanıcıların



gerçek fiziksel yaşam alanlarını dijital hale getirmektedir. Bu durum önceden oluşturulmuş sanal dünyalara katılım sağlayan avatarlardan oldukça farklıdır. Metaverse adı ile tanımlanan bu sanal dünya, birçok film ve video oyununda da tasvir edilmiştir. Bunlar arasında MineCraft, Pokemon ve The Matrix sayılabilmektedir. Çünkü, metaverse içinde bunlardan etkilenen oyun alanları da bulunmaktadır. Sanal ortam, insan bilişsel dünyasının yapay bir fiziksel ortama katılımını desteklemektedir. Yeni bir anlam dünyası oluşmakta ve gerçek bir dünyadaymış gibi etkileşim kurulmaktadır.

Dünyada en önemli metaverse yatırımcıları arasında Oculus'u satın alan Facebook, Microsoft, Epic Games ve Roblox yer almaktadır. Bu noktada, sanal ve artırılmış gerçeklik çalışmaları yapan ve yazılım alanında öne çıkan firmaların araştırma geliştirme aşamalarına katkı sağladığı gözlenmektedir. Bu kurumlar, insanların oyun sırasında ya da sanal iletişim kurarken gerçekten birlikte hissetmeleri için harekete geçmiştir. Kavram, Facebook yatırım yaptıktan sonra daha fazla konuşulmaya başlanmıştır. Çünkü, Facebook çok katılımcısı olan bir sosyal ağıdır ve bu katılımcıların hepsi ile ilgili geniş bir veri havuzuna sahiptir. Habermas tarafından ortaya atılan kamusal alan kavramını, bu yapay dünyada görmek mümkündür. Metaverse, artırılmış gerçeklikle birlikte sanal bir kamusal alan oluşturmaktadır. Katılımcıların sanal para birimleri de bulunmaktadır. Bu para birimleri arasında MANA, ENJ, GALA, SAND ve ATLAS en bilinenler olarak sıralanmaktadır.<sup>1</sup> Bu sanal paralar, günümüz kripto piyasalarında yer almaktadır.

Metaverse içinde NFT yani takas edilemeyen tokenler bulunmaktadır. Metaverse içinde katılım sağlanabilen kurgusal ve fütüristik olan oyun ortamlarında bu paralar geçerli olmaktadır. Ayrıca, evrenin içinde çalışmak, para kazanmak, satış yapmak ve alışveriş mümkündür. İnsanlar, bu dünyaya dahil olarak kafede zaman geçirebilmekte, toplantı yapabilmekte ya da sevdiği şarkıcılar ile etkileşim kurabilmektedir. Fiziksel eylemleri yaparken var olan engellerin hepsi ortadan kalkmaktadır. Günümüzde yaşanan Covid-19 salgını nedeniyle insanlar evlerine kapanmak durumunda kalmıştır. Bu süreçte, dünyaca ünlü bazı sanatçılar Metaverse dünyasını kullanarak sanal konserler vermiştir. Hayranları da fiziksel bir yol kat etmeden, sevdikleri kişilerin müziklerini dinleme fırsatı bulmuştur. The Weekend, Travis Scott, Ariana Grande ve Kizuna AI, sanal konserler veren kişiler arasında sayılmaktadır.

Küreselleşmenin de etkisi ile teknolojideki yenilikler ve internet büyük ölçüde değişim geçirmiştir. Dijital dönüşüm olarak adlandırılan bu durum, bazı kurgu dünyaları gerçeğe dönüştürmektedir. Facebook ya da Twitter gibi sosyal medya ortamları, VR (sanal/yapay gerçeklik) gibi sanal dünyalar ve POKEMON GO gibi artırılmış gerçeklik uygulamaları, şu an dijital dönüşümün hangi aşamada olduğunu gözler önüne sermektedir. Yenilikçi teknolojilerle birlikte, gerçek dünyanın sanal dünyaya entegre edilmesi de söz konusu olmuştur. Sriram (2022), çalışmasında metaverse ile ilgili kavramlara ve bu meta dünyanın yeni bir internet bakış açısı doğurduğuna değinmektedir. Araştırmacı, bu sanal yeni dünyayı, küresel katılımcılar ve birçok teknolojinin birlikte kullanıldığı yeni bir biçim olarak tanımlamaktadır. Metaverse, teknolojinin değiştiği ve yeni bir devrim yarattığı alan olarak tanımlanmaktadır.

Metaverse, yatırım dünyasının internet ağına taşınmasına da olanak tanımıştır. Çünkü hem kendine ait bir para sistemi bulunmaktadır hem de orada satılan arsa ve evlerle birlikte yeni bir sanal yatırım ağı oluşturmuştur. Ticari açılardan da gerçek dünyanın kurgu bir evrene taşınması söz konusudur. Özellikle, kullanıcıların talebinin fazla olması, bu meta dünya içinde

<sup>1</sup> <https://hwp.com.tr/kripto-para-yatirimcilarinin-takip-ettigi-5-metaverse-coin-203088>

çeşitli gelir alanları da oluşturmuştur. Örneğin, ünlüler orada konser vererek para kazanmakta ya da orada oluşturulan sanal görünümlere kıyafet satarak para kazanan mağazalar ortaya çıkmaktadır. Bu noktada, teknolojinin bir değişimden geçtiği açık bir şekilde kabul edilmektedir. Metaverse dünyasının çoklu teknolojileri bir bütün olarak kullandığı bilinmektedir. Bu noktada meta dünya, yeni sosyal normlar oluşturmakta ve sanal benlikler yaratmaktadır. Uzam-zaman kavramına sahip bir ortam olarak tanımlanabilmektedir. Ayrıca bu ortam, fiziksel ortamı ve dijital ortamı birleştiren bir sorumluluk almaktadır. Sriram (2022), çalışmasında metaverse evreninin özelliklerini ele almaktadır. Bunlar çoklu teknoloji, sosyal dünyanın sanala taşınması ve hiper uzamsal zamansallık olarak sıralanmıştır.

Metaverse, artırılmış gerçeklik, karma gerçeklik (MR), kurgu evren, dijital ikiz, blok zinciri, 5G kullanımı gibi birçok teknolojiyi birleştirmektedir. Dijital ikiz denilen (digital twin) kavram, gerçek dünyanın dijital olarak birebir yaratılması durumu olarak karşımıza çıkmaktadır. Meta evrenin insanları etkileme oranının fazla olması için artırılmış teknoloji ürünleri kullanılmakta ve gerçekmiş gibi algılanan bir evren yaratılmaktadır. Gerçek dünyaya çok yakın ama gerçek olmayan bir sanal dünya yaratılmaktadır. Bu hem sistem hem ekonomik yapı hem de kültür olarak kendini göstermektedir. Hiper mekan zamansallık özelliği ile, metaverse, gerçek dünyanın uzay ve zaman engelini ortadan kaldırmaktadır. Çünkü, aynı anda hem toplantıya katılmak hem de konser dinlemek mümkün olmaktadır.

Meta veri deposu, internetin evrim aşamasındaki ana veri deposu olarak karşımıza çıkmaktadır. Second Life, Roblox, Niantic gibi kuruluşlar, metaverse dünyasında önem kazanmaktadır. Kullanıcıların, bu dünyada dijital varlık oluşturması ve bunların ticaretini yapabilmesi, ticaretin sanal ortama entegre oluşunu ortaya koymaktadır. Araştırmacılar, etik ve mahremiyet konularına hala eleştirel yaklaşırsa da sıklıkla kullanılan bir ortam halini almaktadır. (Fernandez & Hui, 2022) Metaverse içinde yer alan teknoloji ile, nabız sayısı, kullanıcıların duyguları ve biyolojik bilgiler önem kazanabilmektedir. Örneğin, takılan bir gözlük ile tamamen gerçek dünyadan kopuş gerçekleşebilmektedir. Bu dünyanın çeşitli kurallara bağlanması zorunludur. Aksi halde, örneğin oluşturulan avatarların birbirini taciz etmesi ya da öldürmesi söz konusu olabilecektir.

Metaverse, gerçek dünyadan toplanan verilerden yararlanmaktadır. Bu sayede, kullanıcılara etkileyici deneyimler sağlamaktadır. Kullanıcılar, kendilerine bağlı sensörler ile oluşturdukları avatarları kontrol etme hakkı kazanmaktadır. XR denilen genişletilmiş gerçeklik araçları, bu dünyayı daha sürükleyici ve gerçekçi hale getirmektedir. Bu noktada bazı teknolojik cihazlar da kafa hareketi, göz takibi, nabız atış hızı gibi çeşitli verileri toplamaktadır. Toplanan verilerin güvenliği ve gizliliğini sağlamak bu noktada önem kazanmaktadır. Fernandez ve Hui (2022) avatarların birbirleri ile girdiği etkileşim ortamlarını (konuşma ve tepkiler gibi) önemsemektedir. Çünkü, bu veriler takip edildiğinde, belirli zararlara açık profiller ortaya çıkmaktadır. Bu bilgileri kimin kontrol ettiği oldukça önemlidir.

Metaverse, klon yaratmaya olanak tanıdığı için, aynı kişinin verilerinin takip edilebilirliği zorlaşmaktadır. Bu noktada net bir profil çıkarmak zor olduğundan daha zararsız olduğu düşünülmektedir. Aynı zamanda yapılan etkinliklerin gizliliğinin sağlanması sonucunda, kişinin sanal dünyada nerede ne kadar zaman harcadığına ulaşılması da zorlaşmaktadır. Gizlilik balonları denilen özellik ile, diğerlerinin görsel erişimini kısıtlama hakkı bulunmaktadır. Yine benzer şekilde, kullanıcıların katıldığı çok katılımcılı oyunlarda, dijital varlıkları çalmak ya da hakaret etmek gibi uygunsuz davranışlar için çeşitli kuralların olması zorunludur.

Çevrimiçi ortamlar aynı zamanda sosyal fayda sağlayan ve gençleri olumlu etkileyen siteler olarak görülebilmektedir. Örneğin, Jagannath vd. (2021) tarafından yayınlanan çalışmada, Minecraft katılımcısı olan 8-13 yaş gençler incelenmiştir. Çalışma 2 senelik verileri değerlendirmektedir. Özellikle, gençlerin vizyonlarını yönetmeleri, sahiplik duyguları ve kontrol mekanizmalarını olumlu yönde etkilediği sonucu çıkarılmıştır. Bu noktada, platformlarda gerekli zamanlarda yetişkin müdahalesinin öneminden de bahseden araştırmacılar, iş birliği ve planlama anlamında gençlerin olumlu etkilendiğini ifade etmektedir.

Fernandez ve Hui (2022), metaverse ile bağlantılı belirli varlıklardan da bahsetmektedir. Örneğin değiştirilemeyen jetonlar bulunur ve blok zinciri nedeniyle bu tokenlar merkeziyetsizlerdir. Ayrıca NFT adı verilen, dijital sanat eserleri ve dijital koleksiyonlar bulunmaktadır. Bu NFT olguları, kripto bir cüzdan ile eşleşmekte ve satın alınabilmektedir. Bu NFT ticareti ile oldukça yüksek miktarlar el değiştirebilmektedir. Örneğin INFINITE isimli bir canavar savaşı oyunu NFT destekli olduğu için, oyuncular hem oynayıp hem para kazanabilmektedir. Çünkü geliştirdikleri canavarların NFT ile satılması mümkün olmaktadır. Ayrıca Metaverse dünyasının çok çeşitli ve erişilebilir olması onun kullanımını etkilemektedir. Örneğin, milyonlarca kişinin katılacağı konserler vermek zor olduğu halde, bu sanal meta evren için oldukça kolaydır. Tüm dünyadan insanların katıldığı bir evren olduğu için, çeşitliliği çok fazladır. Üstelik, cinsiyet, ırk ya da sosyal statü gibi engeller ortadan kalkmıştır. Kullanıcılar ayarlarını bu anlamda özelleştirebilmektedir.

Evren ötesi olarak tanımlanabilen metaverse, üç boyutlu bir sanal internet olarak tanımlanmıştır. Ayrıca bu sanal evrenin, aile ve arkadaşlarla buluşmaya olanak tanıyacağı, çalışmak ya da eğlenmek için ortam yaratacağı ve hologram şeklinde farklı mekanlarda bulunma şansı sunacağı belirtilmektedir. Bazı araştırmacılar, son yıllarda yaşanan ve küresel ölçekte etki eden salgın şartlarının (COVID-19 pandemisi) dijital olan ilginin artmasına yardımcı olduğunu ileri sürmektedir. (Kuş, 2021) Diğerleri ise, bu evrenin uzun zamandır hazırlandığını ve teknolojilerine yatırım yapıldığı için geliştiğini savunmaktadır. Bu noktada Facebook, Twitter, Tiktok, Microsoft vb. birçok markadan söz etmek mümkün olabilmektedir.

Metaverse dünyasının bileşenleri arasında ağ donanımı, kullanıcı deneyimi, sanal olarak oluşturulmuş ekonomi sistemi, sosyal dünyanın internet ağına taşınması, sanal platformlar vb. sayılabilmektedir. Ayrıca, bu yeni meta dünya, kültür ve eğitim alanına da yeni bir bakış açısı kazandırmıştır. Kullanıcılar kendi benliklerini avatar haline getirmekte ve sunmaktadır. Bu sunum sırasında kendi kültürlerini de yansıtabilmektedir. Ayrıca benzer şekilde, kendi kültüründe yer alan giysileri satın almayı ya da kendi markalarına gitmeyi tercih edebilmektedir. Bu noktada gerçek dünyada yer alan farklı kurumların Metaverse dünyasında karşılığını bulmak mümkün olabilmektedir. Örneğin, kafeler, sanat mekanları, konserler, kiliseler, galeri ve müzeler bunların arasında sayılabilmektedir.

Sriram (2022), çalışmasında Metaverse kullanımının sorunlarına değinmiştir. Örneğin, bu dünyanın yeni kültür yarattığı, bu kültürün sanal olduğu ve sosyal etkileşimin de tamamen yapay bir kurgu evrene taşındığını ifade etmektedir. Etik kurallar ve veri gizliliği gibi meselelerle ilgili de ciddi çalışmalar yapılması gerektiğini eklemektedir. Ning vd. (2018) tarafından ele alınan siber sendrom meselesi de ayrı bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Artırılmış gerçeklik cihazları ile çok fazla zaman geçirmek siber sendrom denilen, sosyal, fiziksel ve ruhsal bozukluklara da neden olabilmektedir. Bu nedenle internetin sınırlı kullanımı önerilmektedir.

Kuş (2021) yaptığı çalışmada, metaverse dünyasına yönelik endişeler ve dijital kullanıcıların algısını belirlemek isteyen çalışma sonuçlarını paylaşmıştır. Çalışmada, katılımcıların bu dünyayı, fiziksel mekandan kopuş olarak tanımladığı sonucuna varmıştır. Bu durum, gerçek duygulardan uzaklaşmaya neden olabileceğinden endişe yaratmaktadır. Benzer şekilde bu sanal ortam içinde sıkışma ve asosyal bir birey oluşumuna neden olabileceği ihtimali bulunmaktadır. Ayrıca çalışma içinde, meta evrenin sanal köle yaratma ihtimali olan bir mekan olarak görüldüğü ve toplumları pasif hale getirdiği, buna ek olarak internet sıkıntıları nedeniyle erişimde sorunlar yaşandığı belirtilmiştir.

Metaverse evrenindeki sanal ekonomi ve üretim, mülkiyet tarafından korunmaktadır. Bu durumun, diğer avatarlar yani kullanıcılar tarafından kabul edilmesi gerekmektedir. Ancak bu şekilde güvenlik tehditleri önlenmektedir. Üç tür dijitalleştirme kavramı bulunmaktadır; bunlar dijital model, dijital gölge ve dijital ikiz olarak sıralanmaktadır. (Lee ve diğerleri, 2021) Dijital model, fiziksel dünyadaki bir varlığın dijital olarak kopyasıdır. Dijital gölge, fiziksel varlığın dijital temsilidir. Yani aslında, dijital olarak yapılan hareketlerin takibidir. Fiziksel varlık değiştiğinde dijital gölge de değişmektedir. Dijital ikizler ise, bütünlük olarak neredeyse fizikselle aynı olan klonlar olarak tanımlanmıştır.

Metaverse, arama motorlarında en çok aranan kelime ve gündemden düşmeyen konu haline gelmiştir. Bu meta evren, fiziksel ve dijital dünyayı birleştirmektedir. Bu dünyada, fiziksel ortamda nerede bulunduğu önemsizdir. İnterneti olan herkes, dijital temsilci olan “avatar” sayesinde sosyalleşmektedir. Sınırlar tamamen kullanıcının hayal gücüne bağlıdır. (Türk & Darı, 2022) 2000’li yılların başında, Philip Rosedale bir oyun yarattı. Second Life (İkinci Hayat) denilen bu ortam, kişilerin dijital kimlik oluşturmaya, internet ortamında bina almasına ve birden fazla oyuncu ile sosyalleşmesine olanak tanımıştır. Yine aynı dönemlerde, Facebook kurucusu M. Zurkerberg, “Facebook Meta” dediği üç boyutlu ortamı konuşmaya başlamıştır. Bu, Metaverse denilen evrenin temel taşlarından biri sayılmaktadır.

Metaverse, birden fazla evrenin iç içe geçmesi olarak tanımlanabilmektedir. Yani, siz bir çiftlik oyunu oynarken, evrenin içinde bir kapıdan geçerek araba yarışlarına katılabilirsiniz. Bu durum, kullanıcıların hızlı şekilde birden fazla ortamı tecrübe etmesine yardımcı olmaktadır. Avatar denilen sanal toplum bireyleri, meta ortamı deneyimleme şansı sunmaktadır. Gerçekten o dünyadaymış hissinin oluşması için çeşitli teknolojik cihazlardan yararlanılarak, kullanıcıları bu dünyaya bağlamak söz konusu olmaktadır. Gerçek dünyada farklı ülkelere seyahat etme şansı bulunmamaktadır. Ama bu dünyada, her şey mümkündür. Klonlarınız aynı anda farklı ortamlarda bulunabilir ya da her gün başka bir meslek sahibi olabilirsiniz. Örneğin, bugün bir yerde kahve içip arkadaşlarıyla vakit geçiren bir üniversite öğrencisi olabilir ama yarın bir şirketin patronu olmak isteyebilirsiniz.

Sosyal medyada, her şey iki boyutlu olarak gerçekleşmektedir. Ancak Metaverse, tamamen üç boyutludur. Sanki gerçek ve fiziksel dünya ortamında geziyormuş gibi, kurgu bir evrende her şeyi yapmanız mümkündür. Bu durum, meta dünyada, çok hızlı bir şekilde kimlik, rol ve benlik sunumu değişimlerine neden olmaktadır. (Türk & Darı, 2022) Günümüzde, her şey çok yeni olduğu için bu evren tam anlamıyla anlaşılabilir değildir. Bir açıdan, birçok insanın güvenlik ve gizlilikle ilgili sorunları da bulunduğundan, şüphe ile yaklaşan bir topluluk bulunmaktadır. Ancak, teknolojinin daha da ilerlemesi ile, sanal dünyada yaşananların kişileri fiziksel dünyada duygusal olarak etkilemesi konuşulmaktadır.

İnternetin geleceği olarak sayılan bu sanal ve kurgu evren, araştırmacılara birçok yönden yeni araştırma konuları sunmaktadır. Çalışmanın konusu olan benlik sunumu, şimdiki

kadar sosyal medya kanalları üstünde araştırılmaktaydı. Örneğin, Instagram, Twitter ya da Facebook, başlıca çalışma ortamları olarak anılmaktaydı. Ancak şimdi, Metaverse ve benlik sunumu merak edilmeye başlandı.

## 2. 1. Metaverse ve Benlik Sunumu: Dijital Benlik

İnternet çağına bakıldığında farklı dönemler dikkat çekmektedir. Bu dönemler Web1, Web2 ve Web3 olarak adlandırılmaktadır. Geleneksel medyada, sadece içerik üreten kurumun konuşabildiği bir ortam bulunmaktadır. Örneğin, gazeteyi okuyan bir birey buna anında tepki verememektedir. Ona aktarılanı kabul etmektedir. Web2 ile sosyal medya çağına giriş yapılmıştır. Bu dönemle birlikte, hesap açan kişilerin içerik üretmesi mümkün olmaktadır. Ayrıca, yapılan içeriklere yorum yapma ve anlık tepki verme hakkı kazanılmıştır. Web3 ise, artık yeni medya teknolojilerinin kendini iyice hissettirdiği bir nokta olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle, kişilerin içeriklerinin kendine ait ilgi alanları ile önlerine çıkarılması ve çeşitli 3D gözlükler ya da aparatlar ile daha geniş bir ortam bulunması söz konusu olmuştur.

Yeni medya teknolojileri günümüzde Metaverse dünyasında karşımıza çıkmaktadır. İki boyutlu toplumsallaşma sunan internet teknolojileri, artık üç boyutlu hatta dört boyutlu bir evrende iletişime olanak tanımaktadır. Metaverse dünyasında, yaratılan avatarlar ile benliğin sunumundan, artırılmış gerçeklikten, yapay zekadan ve blok zincir denilen merkezizeti olmayan para dolaşımından söz edilebilmektedir. Gerçek dünyayı kurgusal bir evrene taşıyan Metaverse, kullanıcılara gerçekmiş gibi izlenimi yaratmaktadır. Seyahat, eğitim, alışveriş, kültür etkinlikleri, spor, iş hayatı ve toplumsallaşma gibi tüm gerçek dünya eylemlerini, kurgusal ortama taşımaktadır.

İnternet ve sosyal medya, toplumsal ilişkileri çok yönlü bir boyuta taşıyarak kendi benliğimizi yeniden tanımlamamıza olanak tanımıştır. Dijitalleşen dünya ile, okur aynı zamanda yazar haline gelmiştir. Artık kullanıcılar, iletişim içeriğini belirleme ve değiştirme hakkına sahiptir. Prensky (2001), dijital bir dilin varlığından bahsetmektedir. (Timisi, 2016) Bu noktada, dijital dünyada yazılan kısaltmalar ve random ifadelerin anlamları olduğunu belirtmek gerekmektedir. Gündelik dil, bu kavramların çoğunu içermemektedir. Ayrıca çeşitli kısaltmalar ile, evrensel bir anlam kazanan kelimeler de oluşmuştur. Yani, sanal bir topluluk içinde, kişilerin günlük yaşamlarının siber-uzama taşınması söz konusu olmuştur.

Goffman'a göre, toplumsal bir etkinlik, aktörler ve izleyicilerden oluşmaktadır. Aktörler, performans sergileyen kişiler olarak tanımlanmaktadır. İzleyiciler ise, bu performansı değerlendirmektedir. Kişiler, arzulanan ve kabul edilen kişi olma amacı ile benliklerini inşa etmektedir. (Poloma, 1993) Bu durumun sanal ortamda yansımalarını görmek mümkündür. Kullanıcılar, kendilerini arzu edilen biri olarak tanıtmaktadır. Sosyal medyada bireyler, ideal kişi imajı çizme amacıyla çeşitli paylaşımlar yapmaktadır. Bunlar, genel toplum ahlakına uygun ve sosyal değerlerle çatışmayan paylaşımlar olmaktadır. Bilgisayar aracılı iletişim sonucunda sosyal etkileşim, sanal alana taşınmıştır. Kişilerarası iletişimin çevrimiçi ortamlara taşınması sonucunda, Goffman kuramının geçerli olup olmadığı merak edilmiştir. Sosyal medyanın kullanıcılara farklı kimlikler gerçekleştirme ve sunma hakkı tanıdığı öne sürülmüştür. (Bullingham & Vascancelos, 2013) Goffman, etkileşim sırasında benliğin "bölünmüş" karakterin bir yansıması olduğunu belirtmiştir. Fiziksel olarak özgür olma durumu ve sanal ortamdaki mesafe, benliğin bazı yönlerini gizlemeyi ve çevrimiçi ortamda sunulanı kolaylaştırmaktadır.

Bireyler, fiziksel dünyada belirli rolleri ve özellikleri olan kimliklere sahiptir. Ancak bu kimlik, Metaverse gibi sanal dünyalar ile şekillenmeye ve dönüşmeye başlamıştır. Gündelik hayatlarında yaptıkları davranışları ya da kurdukları iletişimleri, kişiler meta bir evrende yeniden kurgulamaktadır. Bazen medeni durumlarını, bazen eğitim seviyelerini ya da işlerini, bazen de doğrudan fiziksel görüntülerini yeniden oluşturmaktadır. Aslında gündelik işler bir başka evrende yapılmaktadır ancak zaman, uzaklık ya da yorgunluk gibi gerçek dünya engelleri olmadan uygulandığı için insanlara farklı gelmektedir. Benlik, geleneksel tanımlarından farklı bir anlam kazanmıştır ve dijitalleşmiştir.

Günümüzde bedeni olmayan benliklerden bahsetmek mümkün hale gelmiştir. Bu benlik türü “dijital benlik” olarak tanımlanmaktadır. Tamamen internet ağı üstünde ve teknoloji ile yakın ilişkili olan bu sanal benlik, kişi tarafından yaratılan bir imaj çalışmasıdır. Kişi, kendi kişisel imajını tasarlayarak, sanal bir ortamda bunu başkaları ile paylaşmaktadır. Zhao (2005) dijital benliğin dört özelliği olduğunu ileri sürmektedir. Bunlar, içe yönelimli, anlatıya dayanan, vazgeçilebilir ve çeşitli olması ile ilgilidir. (Morva, 2016) İlk özellik, kişinin kendini kolaylıkla içten bir şekilde anlatabilmesine olanak tanınması ile ilgilidir. Çünkü, kurulan dijital kimlik, bireyin kendi iç özelliklerini temsil etmektedir.

Anlatıya dayalı olması ise, üretilen içeriklerin tamamının bir ifade ve anlam içermesi ile ilgilidir. Yazılan tweet, atılan fotoğraf, beğeniler hatta bazen paylaşılan müzikler bile, bir hikaye anlatmaktadır. Özellikle markaların, dijital benliğin bu özelliğinden sıklıkla faydalandığı söylenebilmektedir. Kişiler ya da kurumlar, bir şekilde iletişim kurma amacı taşımazsa, anlamı olmayan varlıklar olarak sanal ortamda bulunacaklardır. Bu durum, bizi kullanılmayan birçok hesabın “etkileşimsiz (pasif)” hâlde bulunduğu gerçeğine götürmektedir. Bu hesapların bazıları, artık yaşamayan kişilere aittir, bazıları bir kullanıcı tarafından açılmış ama sonra şifresi unutulmuştur, bazıları da sadece artık paylaşım yapmak istemiyor diye uygulamayı silmiştir. Ancak gerçek olan, bu hesapların dijital dünyada hala var olduğudur.

Sosyal medya hesaplarının ve dijital dünyada kullanılan avatarların istenildiği zaman silinebilir olması, dijital benliğin üçüncü özelliğidir. Teknoloji ile donatılmış dünyada, vazgeçilebilir ve ortadan kaldırılabilir bir benlik sunumundan bahsedilmektedir. Kullanıcılar, istedikleri zaman hesaplarını silme hakkına sahiptir. Ayrıca, istemediği kişileri engelleyerek, sadece kendi istedikleri kişilere kendi ifadelerini aktarma tercihi bulunmaktadır. Gerçek dünyada sunulan benliğin özelliklerini değiştirmek çok zordur. Genellikle, diğer insanlar da bunu hoş karşılamamaktadır. Ayrıca, şimdiye kadar beni tanıyan kişiler benim benliğimi unutsun deme hakkınız yoktur. Ancak, sanal dünyada bu mümkündür. Anonim hesaplarla sunulan benlik, kullanıcı sıkıldığı zaman hesap silinerek ortadan kaldırılabilir. Avatar görüntülerinden sıkılan kişiler, görüntülerini anında değiştirebilmektedir. Hatta isimlerini de...

Son olarak, dijital benlik çok yönlü ve çeşitlidir. Çünkü her şeyin yapılabildiği bir evrende yaratılan benliğin, sınırları bulunmamaktadır. Toplum ve aile ortamı, ne kadar modern ve eğitilmiş ebeveynlerden oluşsa da kişilerin kendi benliğini sunma şeklini etkilemektedir. Bu durum, kişinin kendi olmak istediği kişiyi değil de çevrenin olmasını beklediği kişiyi sunması olarak kendini gösterebilmektedir. Ancak meta evrende, kişinin kendini istediği meslekte, istediği ortamda, istediği sohbet konularında ve oyunda bulması mümkündür. Olmak istediği kişi ya da kişiler, kişi tarafından dizayn edilen avatar aracılığı ile deneyimlenmektedir. Çünkü dijital kimlik, internet ortamında kişinin kendini temsil etmektedir.

Bazı çalışmacılar, sanal benliklerin kişiler tarafından yeni bir tasarı olarak oluşturulduğunu öne sürmektedir. Baptista (2003) ise, kimliklerin çevrimiçi ortamda yeni yaratılmadığını ama benlik bölünmesinin günlük kullanılan kimlikte de bulunabileceğini belirtmektedir. Buna göre, sanal benlik, daha geniş bir kimliğin dar anlamda sunumu olarak görülebilmektedir. Bullingham ve Vascancelos (2013)'un aktarımına göre Vaast ve Whitworth, çevrimiçi kimliğin kişilik oluşumunu kolaylaştırdığını savunmaktadır. Bu noktada, kullanıcıların sanal kimliklerinin gerçek kişiliklerini yansıtır yansıtmadığı tartışılmaktadır. Çünkü bireyler, online ortamda sundukları benliklerinin, gerçeklikten ne kadar uzak olduğunun farkında olmamaktadır.

Baker (2009), konu ile ilgili yeni bir bakış açısı sunmaktadır: “karma kimlik kavramı” Benliğin günlük hayat ve sanal hayat arasında birbirini etkilediğini düşünmektedir. Sanal benlik, bireyin internet üstünde tanıştığı kişilerle ilişkilerini etkilemekte ve yüz yüze görüşüldüğünde gerçek benliği şekillendirmektedir. Goffman açısından bu kavram, kişinin izleyiciler üstünde yarattığı ilk izlenimi koruması ve ona uygun şekilde davranması olarak açıklanabilmektedir. Goffman (1982), bu durumu maske takmaya benzetmektedir. Karma kimlik, onun bakış açısı ile düşünüldüğünde duruma göre farklı bir maske takmayı gerektirmektedir. Örneğin, kişi sanal ortamda farklı bir maske takarken, gerçek hayatında başka bir maske takabilmektedir.

Online ortamlardaki maske takma davranışı “avatar oluşturma” ile öne çıkmaktadır. Avatarın kullanımı, kullanan kişinin rolünü ve ilgi alanlarını ortaya koymaktadır. Avatar kullanımının özelleştirilmesi, kullanıcılar için oldukça önemlidir. (Donath, 2001) Bu durum, onların kendilerini sunum şekillerine değer verme oranları ile açıklanabilmektedir. Kullanıcılar, güzel-yakışıklı görünen ve çok tercih edilen avatarları tercih etmektedir.

Schroeder ve Axelson (2006), sanal hayatın sahne arkası olduğunu ve avatarların kostümler olarak algılandığını belirtmektedir. İnsanlar aktörler olduğundan kostümlerine ciddi miktarlarda yatırım yapması da normaldir. Ayrıca, avatar kullanımı dönüştürülmüş bir sosyal etkileşim yaratmaktadır. Avatarların kullanımı ile, kullanıcıların belirli yönlerini vurguladıkları da belirtilmektedir. Metaverse dünyasında insanların kendilerini yaratabilir olması mümkündür. Kişilerin kendi temsillerini belirlerken, görüntülerinde neyi ön plana çıkaracağı ya da gizleyeceği benlik sunumu kavramı ile açıklanabilmektedir.

Bullingham ve Vascancelos (2013), sanal kimliklerin inşa sürecini anlamak için Goffman bakış açısının farklı yönlerini örneklemektedir. Araştırmacılara göre, Goffman'ın kuramı, benlik sunumu ve sanal iletişim yoluyla kimliği anlamaya da yardımcı olmaktadır. Günümüzde sıklıkla konuşulan Metaverse sanal dünyası, insanların gerçek görüntülerine benzer benlikler oluşturmalarına olanak tanımaktadır. Aslında oluşturulan bu avatarlar, kişilerin kendini nasıl görmek istediğini ve nasıl sunmak istediğini de büyük oranda belirlemektedir. Kendini Metaverse dünyasında birebir aynı yaratabilme ya da değiştirebilme şansı sunulabilmektedir. Daha önemlisi, bir kişinin bu sanal dünyada aynı anda farklı yerlerde bulunma şansı da olacaktır. Yani, farklı kimlikler aynı sanal dünya üstünde de ifade edilebilecektir.

Ibrahim ve Jande (2020) tarafından yapılan çalışma, sanal dünyada kimlik oluşturmaya yönelik bazı bilgiler içermektedir. Araştırmaya göre, kişiler, sanal dünyada kendilerini temsil etmesi için bir avatar seçmektedir. Bu seçim yapılırken de kendilerinden bir parçayı ona eklemekte ve sanal benliklerini kendilerine bir uzantı yaratımı sağlamak için kullanmaktadır. Çalışmacılar, sanal dünyanın insan deneyimlerine katkı sağladığını belirtmiş

ve kişilik gelişiminin sanal dünyada da gerçekleştiğini öne sürmüştür. Çünkü, bu sanal mekan, insanlara gerçekten kim olmak istiyorlarsa onu olma hakkı tanımaktadır. Aynı zamanda sınırların olmaması ve gerçek dünyadaki baskı unsurlarının ortadan kalkması söz konusudur.

Yapılan bir çalışmada (Duan, Li, Fan vd. 2021), sanal bir kampüs tasarlanmıştır. Bu sanal kampüsün, bilgisayar ya da telefon gibi çeşitli cihazlarda çalışabileceği ve blok zincir denilen para sisteminden faydalandığı bir alan olacağı belirtilmiştir. Çalışmanın içinde kampüsün öğrenciler tarafından tasarlanabilmesi, kampüste kullanılan akıllı kontratlar ve tokenler yer almaktadır. Ayrıca yapay zeka programı, öğrencilerin ilgisini çekecek etkinlikleri haber verebilmektedir. Yani aslında, kampüsün katılımcıları, Metaverse içindeki kampüse bağlandıklarında gerçek dünyadaki mekanlarına yakın bir sohbet odasına dahil olabilmektedir (örneğin ders çalışma odasına). Bu durum, sınırların tamamen ortadan kalktığını ve fiziksel ortamda mümkün olmayan şeylerin de sanal bir ortamda yaşanabileceğini ortaya koymuştur.

Kullanıcıların oluşturdukları avatarlar, oyuncuların dijital temsillerini temsil etmektedir. (Lee ve diğerleri, 2021) Çünkü, bireyler yerine oyuncularla etkileşime giren avatar, bilgisayar kökenli bir oluşumdur. Birey, farklı uygulamalarda farklı avatarlar oluşturabilme hakkına sahiptir. Bunlar her zaman insan olmak zorunda değildir. Bazen canavar, hayvan ya da hayali bir yaratık olabilmektedir. Yani aslında insanın kendini nasıl yansıtmak isterse o şekilde yansıtma hakkı bulunmaktadır. Ancak bazı uygulamalarda avatarlar oldukça birbirine benzemektedir. Çünkü tasarım sırasında örneğin sınırlı burun şekli ya da sınırlı göz rengi bulunmaktadır.

Sanal ortamda kurulan hesaplar, bireylerin sosyal ağlarda kullandığı benliğini temsil etmektedir. Yıldırım ve Bacan (2018), dijital mekanda kurulan yeni kültür türlerinden bahsetmektedir. Bu çalışmaya göre, sanal ortamda kurulan yeni kavram, tutum ve davranışlar bulunmaktadır. (Yıldırım ve Özdemir, 2019) İnsanlar, bu yeni kültüre uyum sağlamak için dijital bir benlik ve dijital bir kimlik oluşturmaktadır. Çünkü, yüzyüze gerçekleşen fiziksel iletişimde olduğu gibi, sanal dünyada da dijital topluluklarla ve sanal kişilerle iletişimde de benlik sunumu gerekli olmaktadır. Özellikle Metaverse olarak öne çıkan meta evren, kişilere benliklerini inşa etmek, bu sanal benliği sunmak ve çeşitli paylaşımlarla desteklemek için yeni bir dijital ortam sağlamaktadır.

Bireyler, günümüz dünyasında, çeşitli sosyal medya hesaplarında kendi benlik ve kimliklerini sunmaktadır. Facebook, Twitter, Instagram, Tiktok, YouTube vb. sosyal kanallar, üretilen içerikler ile kişilerin kendini, izleyicilerine ya da takipçilerine sunmasına yardımcı olmaktadır. Facebook beğenileri ya da paylaşımları, Twitter içinde yazılan etiketler, Instagram'da paylaşılan fotoğraflar ve konumlar, Tiktok ve YouTube videoları gibi her kanalın kendi yöntemi bulunmaktadır. Bireyler, bu kanalları kullanarak kendilerini belirli bir düzlemde yaşayan kişiler olarak göstermekte, sanal statülerini ya da sanal benlik özelliklerini oluşturmaktadır. Örneğin dürüst ve çalışkan biri gibi görünmek isteyen kişiler, buna uygun içerikler üretmektedir. Benzer şekilde, çok gösterişli bir hayat yaşadığını sunmak isteyen kişiler de pahalı mekanlarda fotoğraflar paylaşarak kendilerine ait bir dijital benlik inşa etmektedir.

Yıldırım ve Özdemir (2019), çalışmalarında gençlerin sosyal medyada birbirlerinden daha fazla etkilendiğini belirtmektedir. Bu etkilerin de kişilerin davranışlarına yansıdığı ifade edilmektedir. Ayrıca, gençlerin sanal ortamda bir dijital kimlik yarattığı ve gerçeklik algılarını değiştirerek farklı bir gerçeklik oluşturduğu çalışmanın sonuç kısmında aktarılmıştır. Çalışmanın verileri, gençlerin gerçek davranışları ile sosyal medyada yansıttıkları davranışları



arasında farklılık olduğunu kanıtlamaktadır. Zaman sınırlamasının ve mesafe engellerinin olmaması, gençler arasında bir bağ oluşturmaktadır. Bu bağ sonucunda, gençler kendi kimliklerini inşa etmekte ve sanal ortamda sunmaktadır. Bazen başkaları ile aynı giysileri giymekte ve popüler olan bir davranışı sergileme mecburiyeti hissetmektedir. Hatta bazen, gençlerin kendi fikirleri olmayan fikirleri, bu sanal dünyada savunduğu görülmektedir.

Türk, Bayrakçı ve Akçay (2022), çalışmalarında Rodoff'un "Metaverse Katmanları" modelini aktarmış ve 5 yasadan bahsetmiştir. Çalışmaya göre, ilk yasa, merkezîyetçilikten uzak anlayış ve özgürlük ile ilgilidir. Buna göre, Metaverse evreni, kişilere istedikleri yerde ve şekilde, giriş yapma imkanı tanımaktadır. İkinci yasa, her kullanıcının evrensel bir gelir elde etmesidir. Bunun yansımalarını, çeşitli NFT satıcılarının kazandığı yüksek miktarlarda gelirler ile görmek mümkündür. Üçüncü yasa, sosyal sistemin demokratik olması ile ilgilidir. Yani, tüm politikalar kurul ya da konseyler tarafından kontrol edilmelidir. Dördüncü yasa, her şeyin dijital bir varlığı olması ve bunun paraya çevrilebilmesi ile ilgilidir. Evrenin kendi sisteminde, döngüsel bir ekonomi bulunmaktadır. Son yasa ise, bu meta evrenin gerçek dünyaya bir köprü şeklinde kurgulanması gerektiğidir.

Aynı çalışmada, kişilerin sosyal ağlarda farklı profiller oluşturduğu ve farklı benlikler sunduğu da ifade edilmiştir. Bireylerin, yapay bir gerçeklik kurguladığından bahsedilmiştir. Kişilerin esas istedikleri, benliklerini ideal hale getirerek sunmaktır. Bu amaçla dijital benlikler oluşturan kişiler, kendilerini ait olmak istedikleri, hayal ettikleri sınıflarda yer alıyormuş gibi tasarlanmaktadır. Araştırmacılara göre, kişilerin kendini A+ göstermek isteyen kişilerin sosyal ağlarda, üzerinde marka logo ve amblemi olan lüks markalarla poz vermesi, lüks mekânlarda fotoğraf çektirerek paylaşması, fotoğraf ve video düzenleme programları yardımıyla ya da estetik müdahalelerle görüntüsünde değişimler yapması ideal benliğe ulaşmanın bir çabasıdır. Bu durum bir süre sonra o markaların, benliğin bir parçası haline gelmesine neden olmaktadır.

Modern toplumsal yaşamın sınırları, sanal ortamda oluşturulan anonim kimliklerle aşılmıştır. İlişkilerde yüklenen tüm bağlantı ve anlamların ortadan kalkması söz konusudur. (Timisi, 2005) Kim olduğunu yansıtmak istemeyen kullanıcılar, takma isimlerle bu ortamlarda özgürleşme yaşamışlardır. Yani aslında, benliğin sunumunda kendini kimlik ile var etmek ya da anonim bir şekilde görünmez olmak mümkündür. İnsanlar, sosyal medya platformlarında kendini sunmaya yönelik eylemlerde bulunmaktadır. Bu eylemler arasında fotoğraf paylaşımı, hesap bilgilerini düzenleme, gündemle ilgili fikir belirtme, blog ve yazı paylaşımı, beğeniler ve alıntılar sayılabilmektedir. Bazı kullanıcılar belirli stratejiler sonucunda, daha fazla takipçi edinmekte ve benlik sunumunu ticari amaçlarla kullanmaktadır.

Gençlerin denemek istedikleri her şeyi, özgür bir şekilde Metaverse içinde deneyimleme şansı bulması, Z kuşağının bu yeni teknolojiye ilgisini açıklamaktadır. Yeni medya ortamlarında yansıtılan, gerçek olmayan ideal benliklerin ortaya çıkması söz konusudur. Bunun ortaya çıkma nedenlerine bakıldığında psikolojik ve sosyolojik nedenler ortaya çıkmaktadır. (Sula & Türkyılmaz, 2022) Salgının küresel hale gelmesi, insanların evlere kapanmak zorunda kalmasına neden olmuş ve 2 sene boyunca, her türlü toplanma, etkinlik, konser, seminer hatta okullar bile uzaktan şekilde, online gerçekleşmiştir. Aslında fiziksel dünyada meydana gelen olaylar, özellikle gençlerin interneti daha yakından deneyimleyebiliyor olması, hızlı bağlantı şansı gibi özellikler, bu dünyanın popülerliğinin artmasına destek olmaktadır.

Ortalama bir aileden gelen sıradan bir kullanıcının, heyecansız bir hayat yaşarken ünlü ve zengin olan, lüks hayatlar yaşamaya başlayan ünlülere özenmeye başladığı belirtilmiştir. Bireyler, hayal ettikleri konuma ulaşmış gibi görünmek için, sosyal ağ üstünde kurguladıkları benlikleri markalarla güçlendirmeye çalışmaktadır. Araştırmacılar günlük yaşamda insanların toplumsal koşullardan etkilenecek yaptığı satın alma ve tüketim kültürü ile, benlik sunumu için sergilediği performansı şekillendirdiğini ortaya koymuşlardır. (Türk, Bayrakçı, & Akçay, 2022) Bu sunum sırasında kullandıkları dijital giysiler de bulunmaktadır. Örneğin Metaverse için, bazı dijital giyim mağazaları açılmış ve avatarın kendi beğendiği giysiyi satın almasına hak tanınmıştır. Meta evrende yaşanan bu pahalı ürünü giyme, zengin bir hayat yaşama ve heyecan duyma davranışı, kişiye gerçekten bu dünyayı yaşıyormuş hissi oluşturmaktadır.

Benlik sunumu kuramında bahsedilen, aktörlerin kendilerini diğer bireylerden gelen tepkilere göre şekillendirmesi durumu, sosyal medya ve Metaverse evreni için de geçerlidir. Kullanıcılar, kendi etkinliklerini diğer kişilerden gelen kişilere uygun olarak şekillendirmektedir. Bulunulan internet ortamına göre (örneğin Web2 ya da Web3 araçlarını kullanma), avatar kullanan ya da hesap adı ile oturum açan kişilerin davranış türleri birbirinden değişkenlik göstermektedir. Bu sanal ortamdaki sosyal etkileşimlere göre, davranış ve tutumların yönü de değişebilmektedir. Örneğin Metaverse için, sınırlı sayıda kişinin katıldığı konsere gitmek önemli bir olgu ise, kullanıcı bu konsere gitme isteğinde bulunabilmektedir. Bu konser hiç sevmediği bir kişiye ya da gruba ait olsa bile, tercih ettiği davranış farklı olmaktadır. Aslında bu durum, kişilik bakımından bireye çatışma ve tutarsızlık yaratmaktadır.

Kişiler, internetin gelişimi ile, bilgisayar ve akıllı telefonlar başında daha fazla zaman geçirmektedir. Bu durum, gerçek dünyada yaşanan tüm ilişkilerin, alınan eşyaların, katılım sağlanan etkinliklerin ve hatta yemek ya da giysilerin bile sanal evrene taşınmasına neden olmuştur. Thompson (2021), Metaverse evrenini yeni bir sanal yaşam ekosistemi olarak tanımlamaktadır. Raporda, insanların mülklerini, ilişkilerini ve sosyal alanlarını bu sanal ortama taşıdığı anlatılmaktadır. Kişiler, sosyalleşme, çalışma, ürün keşfetme, deneyim kazanma ve alışveriş için bu ortama katılmaktadır. Aslında, kullanıcı olan her insan, gerçek hayata sahip olacağı sanal bir hayata adım atmaktadır. İnternetin gelişimi ile, bu evrenin de başka bir evrene dönüşmesi mümkün görünmektedir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Kişiler, ancak başka bireylerle aynı ortama girdiğinde kendi varlığını yansıtmaya ihtiyacı duymaktadır. Yani, benlik sunumunu gerçekleştirmek için, karşılıklı etkileşim ve diğer insanlarla ilişki içinde olmak gerekmektedir. Benliğin sunum aşamasında, özellikle fiziksel iletişimde tüm sözlü ve sözsüz ifadeler kullanılmaktadır. Bu ifadelerin kullanımı ve yorumlanması aşamasında, kişilerin deneyimleri, algıları, tutumları etkili olmaktadır. Günümüzde iletişimin sanal ortamlara aktarımı nedeniyle, benlik sunumu dijitalleşmektedir. Kişiler, çeşitli sosyal medya kanallarında, internet ağlarında, oyunlarda ve “app” denilen iletişim uygulamalarında kendini diğerlerine doğru aktarma ihtiyacı duymaktadır.

Metaverse denilen yeni sanal evrenin, gelecekte daha yaygın olarak kullanılacağı öngörülmektedir. Çünkü, küresel çapta yaşanan salgın, savaş ya da ekonomik krizler nedeniyle, insanlar artık çok daha fazla evde vakit geçirmektedir. Bireyler, oturdukları yerden birçok ortamı deneyimleme şansı bulmaktadır. Sanal dünyalar arasında geçiş yapmaya olanak tanıyan, kendine ait bir para ve sosyal ilişkiler ağı olan bu meta evren, kişiler tarafından

keyifli vakit geçirme ve mesafe ya da zaman engelleri olmadan birçok etkinliğe aynı anda katılma şansı sunmaktadır.

Ortalama bir aileden gelen sıradan bir kullanıcının, heyecansız bir hayat yaşarken ünlü ve zengin olan, lüks hayatlar yaşamaya başlayan ünlülere özenmeye başladığı belirtilmiştir. Bireyler, hayal ettikleri konuma ulaşmış gibi görünmek için, sosyal ağ üstünde kurguladıkları benlikleri markalarla güçlendirmeye çalışmaktadır. Kim olduğunu yansıtmak istemeyen kullanıcılar, takma isimlerle bu ortamlarda özgürleşme yaşamışlardır. Yani aslında, benliğin sunumunda kendini kimlik ile var etmek ya da anonim bir şekilde görünmez olmak mümkündür. İnsanlar, sosyal medya platformlarında kendini sunmaya yönelik eylemlerde bulunmaktadır. Bu eylemler arasında fotoğraf paylaşımı, hesap bilgilerini düzenleme, gündemle ilgili fikir belirtme, blog ve yazı paylaşımı, beğeniler ve alıntılar sayılabilmektedir.

Bireylerin, yapay bir gerçeklik kurguladığından bahsedilmiştir. Kişilerin esas istedikleri, benliklerini ideal hale getirerek sunmaktır. Bu amaçla dijital benlikler oluşturan kişiler, kendilerini ait olmak istedikleri, hayal ettikleri sınıflarda yer alıyormuş gibi tasarlamaktadır. Özellikle, sanal benliklerin, gerçek hayattaki benlik sunumunu etkilediği ve benlik sunumunun yeniden yaratıldığı belirtilmektedir. Bu noktada, tasarlanan avatarın, benliği yansıtacak şekilde tasarlanması ve online ortamda kullanılmasının etkisinden bahsedilmektedir. Kişilerin iki tür benliği bulunmaktadır ve bu iki benlik birbirine bağlanmaktadır. Bu sayede, benlikler arası eşitsizlik en aza indirilmektedir.

Dijital benlik çok yönlü ve çeşitlidir. Çünkü her şeyin yapılabildiği bir evrende yaratılan benliğin, sınırları bulunmamaktadır. Toplum ve aile ortamı, ne kadar modern ve eğitilmiş ebeveynlerden oluşsa da kişilerin kendi benliğini sunma şeklini etkilemektedir. Bu durum, kişinin kendi olmak istediği kişiyi değil de çevrenin olmasını beklediği kişiyi sunması olarak kendini gösterebilmektedir. Ancak meta evrende, kişinin kendini istediği meslekte, istediği ortamda, istediği sohbet konularında ve oyunda bulması mümkündür. Olmak istediği kişi ya da kişiler, kişi tarafından dizayn edilen avatar aracılığı ile deneyimlenmektedir. Çünkü dijital kimlik, internet ortamında kişinin kendini temsil etmektedir.

Benlik sunumu kuramında bahsedilen, aktörlerin kendilerini diğer bireylerden gelen tepkilere göre şekillendirmesi durumu, sosyal medya ve Metaverse evreni için de geçerlidir. Kullanıcılar, kendi etkinliklerini diğer kişilerden gelen kişilere uygun olarak şekillendirmektedir. Bulunulan internet ortamına göre (örneğin Web2 ya da Web3 araçlarını kullanma), avatar kullanan ya da hesap adı ile oturum açan kişilerin davranış türleri birbirinden değişkenlik göstermektedir. Bu sanal ortamdaki sosyal etkileşimlere göre, davranış ve tutumların yönü de değişebilmektedir.

Makalede derlenen, çeşitli araştırmalara göre, bu sanal ortamın hem olumlu hem de olumsuz yönlerinin ortaya çıktığı görülmektedir. Özellikle, bu mekanı fazla kullanan bireylerin, günlük yaşantılarında keyifsizlik yaşama, mutsuz olma ve benlik karmaşası yaşaması ile ilgili çalışmaların artması gerektiği ortaya çıkmıştır. Çünkü, her istediğini yaptığı bir dünyada fazla zaman geçiren kişinin nasıl etkilendiğinin ortaya çıkarılması oldukça önemlidir. Buna ek olarak, kişilerin meta evrende farklı benlikler sunması ve sonra orada tanıştıkları kişilerle karşılaştıklarında, o evrendeki gibi davranışları söz konusu olmaktadır. Bu durumda, Metaverse ve benlik sunumunun kişilik bozukluklarına etkisi de araştırılması gereken konular arasındadır.

## KAYNAKÇA

- Baker, A. (2009). *Mick or Keith: Blended Identity of Online Rock Fans*. Identity in the Information Society.
- Bapista, L. (2003). *Goffman's Legacy: Framing and cognition*. Lanham.
- Bullingham, L., & Vascancelos, A. (2013). 'The presentation of self in the online world': Goffman and the study of online identities". *Journal of Information Science*.
- Donath, J. (2001). *Cognitive Technology: Instruments of The Mind*. Berlin: Springer.
- Duan, H., Li, J., & Fan, S. (2021). Metaverse for Social Media: A University Campus Prototype. *Virtual Event, China*.
- Fernandez, C., & Hui, P. (2022). Life, the Metaverse and Everything: An Overview. *arxiv.com*.
- Goffman, E. (1982). *Interaction Ritual: Essays on face-to-face behaviour*. New York: Pantheon Books.
- Goffman, E. (2009). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. Ankara: Metis Yayınları.
- Hülür, B. (2017). Kitap eleştirisi: Erving Goffman Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR), Cilt 2 (4)*, 158-265.
- Ibrahim, N., & Jande, L. (2020). The Presentation of Self and Identity Construction in Virtual World: A Case Study of Avakin Life. *LSP International Journal*.
- İşman, A., Buluş, B., & Yüzüncüyıl, K. S. (2016). Sosyalleşmenin Dijitale Dönüşümü ve Dijital Benliğin Sunumu. *TRT Akademi*, 608-619.
- Jagannath, K., Lyngs, U., & Tekinbaş, S. (2021). Designing for youth-centered moderation and community governance in minecraft. *Transactions on Computer-Human Interaction (TOCHI), vol 28*, 1-41.
- Kavut, S. (2018). Goffman'ın benlik sunumu kuramı bağlamında sosyal medyada kimlik inşası: Instagram üzerine bir araştırma. *NOSYON: Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi*, 1-12.
- Kuş, O. (2021). Metaverse: Dijital Bütük Patlamada Fırsatlar ve Endişelere Yönelik Algılar. *Intermedia International E-Journal 8 (15)*.
- Lee, L., Braud, T., Zhou, P., Wang, L., Xu, D., Lin, Z., & Kumar, A. (2021). All One Needs to Know About Metaverse: A Complete Survey on Technological Singularity, Virtual Ecosystem, and Research Agenda. *Journal Of Latex Class Files, vol 14*.
- Morva, O. (2016). Ben, Kendim ve Dijital Benliğim. N. Timisi içinde, *Dijital- Kavramlar, Olanaklar, Deneyimler*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Mutluer, T. (2019). Sosyal Medyada Benlik Sunumu: Instagram Anneleri örneği. *Marmara Üniversitesi (Turkey) ProQuest Dissertations Publishing*.
- Ning, H., Dhelim, S., & Ullah, A. (2018). cyber syndrome and its formation classification, recovery and prevention. *IEEE Access, vol 6*, 35501-35511.
- Park, R. (1950). *Race And Culture*. Michigan: Free Press.

- Poloma, M. (1993). *Çağdaş Sosyoloji Kuramları*. Ankara: Gündoğan Yayınları.
- Schroeder, R., & Axelson, A. (2006). *avatars at work and play: collaboration and interaction in shared virtual environments*. Springer Science&Business Media.
- Sriram, G. K. (2022). A COMPREHENSIVE SURVEY ON METAVERSE. *International Research Journal of Modernization in Engineering Technology and Science*.
- Sula, A. G., & Türkyılmaz, C. A. (2022). Sanal Evrende Markaların Geleceği: Yeni İnternet Dünyası Metaverse ve Marka Uygulamaları. İ. Tarakçı, & M. Baş içinde, *Sosyal Bilimlerde Multidisipliner Çalışmalar Teori, Uygulama Ve Analizler* (s. 99-130). Efe Akademi Yayınları.
- Thompson, W. (2021). *Metaverse 2021 Raporu: Into The Metaverse*. . Wunderman Thompson Intelligence.
- Timisi, N. (2005). *Sanallığın Gerçekliği: İnternetin Kimlik ve Topluluk Alanına Girişi*. Ankara: Epos yayınları.
- Timisi, N. (2016). *Dijital, Kavramlar, Olanaklar, Deneyimler*. İstanbul: Kalkedon yayınları.
- Türk, G. D., & Darı, A. B. (2022). Metaverse’de Bireyin Toplumsallaşma Süreci. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 277-297.
- Türk, G. D., Bayrakçı, S., & Akçay, E. (2022). Metaverse ve Benlik Sunumu. *Online Journal of Design Art and Communication*, 12 (2), 316-333.
- Uzun, K. (2012). Second Life Sanal yaşam dünyasında Kendini Sunum davranışlarının Belirlenmesinde Etnografik Bir yaklaşım. *Anadolu University (Turkey) ProQuest Dissertations Publishing*.
- Venema, J. (2021). *Facebook’s vision of the metaverse has a critical flaw*. Venture Beat.
- Yıldırım, G., & Özdemir, B. (2019). Dijitalleşen İletişim Ortamlarında Kimlik İnşası ve Benlik Sunumu: İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Yeni Medya Elektronik Dergi*, 178-191.