**YENİ BİR EVRENE GİRİŞ 101**

**METAVERSE**

**“Katılımcıların %28’i yeni evrende arsa sahibi olmak isterken, en çok arzu edilen%63 oranla sanal alemde sınırsız seyahat edebilmek”**

**Son dönemlerde teknoloji dünyasını kasıp kavuran ve en çok konuşulan konu hiç kuşkusuz METAVERSE. Bilim kurgu romanlarından ve filmlerinden çıkıp hayatımıza giren bu kavram aslında birçok alanı kapsıyor. Araştırma firması Twentify, merak uyandıran ama aynı zamanda kafaları karıştıran Metaverse kavramını ve toplumun bu konudaki bilgisini değerlendirdiği bir araştırmaya imza atıyor.**

Geleceğin kavramları olarak değerlendirilen Metaverse ve NFT, toplum tarafından ismen bilinse de içerik olarak hala büyük bir bilinmezlik yaratıyor. Sanal mağazalar, sanal gerçeklik gözlükleri, sanal sanat eserleri ve sanal arsalar artık gerçeklikte bildiğimiz her şey sanal ortamlarındaki versiyonları üzerinden konuşuluyor.

Twentify, 24 Mart - 11 Nisan 2022 tarihleri arasında Türkiye genelinde Kadın-Erkek 18-45+ yaş aralığında 628 Katılımcı ile gerçekleştirdiği araştırma ile toplumun Metaverse bilgisini ve deneyimlerini değerlendiriyor.

**Metaverse Nedir?**

Araştırmaya katılanların %63’ü çok emin olmasa da Metaverse hakkında bir bilgi sahip olduklarını belirtiyor. **Kendinden emin bir şekilde Metaverse’ü açıklayabilenlerin oranı ise sadece %21.**

Genel olarak Metaverse kavramını anlatan ***“*gerçek dünyanın sanal kopyasında sanal arsalar alıp, evler yapıp sanal karakterle yaşayabileceğimiz bir evren”** cümlesini kuranlar ise %55 oranında.

**METAVERSE GİRİŞ BEDELİ: 2.233 TL**

%39 oranında katılımcı, Metaverse evreninin sanal dünya ile gerçekliğin birleşimi olduğuna inanırken **%37 oranında bir kitle ise Metaverse dünyasına sadece sanal gerçeklik gözlükleriyle girilebileceğini düşünüyor. Bu düşünce doğrultusunda %30’luk bir kesim bu evrende var olabilmek için sanal gerçeklik gözlüğü alabileceğini ifade ediyor. Bir gözlük için ayırabilecekleri bütçe ise ortalama 2233 TL. %55 katılımcı ise 1000 TL’den fazla vermeyeceğini ifade ediyor.**

**HEYECAN VERİCİ TEKNOLOJİK BİR GELİŞME: METAVERSE**

Tüm dünyada konuşulması insanlarda büyük bir kavram olduğu hissini yaratıyor. **Genel olarak “Metaverse” heyecan verici bir teknolojik gelişme olarak düşünülüyor (%60).** Hakkında olumlu bir kanı olsa da katılımcıların yarısı metaverse’ün tüm dünya düzenini ve insan hayatını etkileyeceğini inanıyor.

Bunun geçici bir trend olduğunu düşünenler de var tabi (%30). Aynı zamanda her yeni kavramda olduğu gibi korkanlar (%33) veya saçma olduğunu (%23) düşünen bir kitlede mevcut.

Katılımcıların yarısı metaverse’ün gençlere yönelik olduğunu düşünüyor. Aynı zamanda Metaverse'de çocuklar ve yetişkinler için birbirinden ayrı alanlar/içerikler olması gerektiğini ve bu alanlara yalnızca ilgili yaş gruplarının erişebilmesi gerektiğini de inanıyorlar (%80). Bu düşüncenin altında tamamen sanal dünyalardaki güvensizlik algısı yer alıyor. Özellikle kadınlar metaverse tehlikeleri arasında ilk sıraya gerçek dünyadan uzaklaşmayı (%56) ve kişisel mahremiyeti koyuyor (%37). Birçok kişi bu evrenin de gerçek dünyadaki gibi bazı kısıtlamalara tabi olması gerektiği ifade ediyor. (%66).

**SINIRSIZ SEYAHAT EN BÜYÜK ARZU!**

**Katılımcıların bu yeni evrende en çok yapmak istediği şeylerin başında sınırsızca seyahat etmek geliyor (%63).** Kadınlar %68 oranla erkeklere göre sınırsız seyahati en çok isteyen kitle. Gerçek dünyada tehlikeli olabilecek ekstrem sporlar yapmak ise ikinci sırada geliyor (%39)

**KADINLAR EĞİTİM İSTİYOR!**

Metaverse evreninde eğitim almak genel ortalamada %58 oranının da istenirken yine kadınlar %64 oranında bunu en çok isteyen kitle olarak dikkat çekiyor. Listenin devamında tabi oyun oynamak (%58) geliyor. Diğer maddeler ise alışveriş yapmak (%54), arkadaşlarıyla sosyalleşmek (%53) ve yeni insanlarla tanışmak (%53) oluyor.

Katılımcılar Metaverse’ün faydaları olarak yaratıcılığı ve hayal gücünü geliştirdiğini (%47), gerçek hayatta yapamadıkları şeyleri yapabildiklerini (%44) ve hareket etmeden dünyayı görebildiklerini (%40) ifade ediyor. AB SES grubu ise yeni iş fırsatları yakalamak (%46) ve teknoloji okuryazarlığının artması (%37) ile daha çok ilişkilendiriyor.

**Sanal Yatırım: ARSA ALMAK**

Hayatımıza ışık hızıyla giren metaverse yepyeni birçok aktiviteyi de beraberinde getiriyor. Gerçek dünyanın yansıması olarak adlandırılan bu kavram aynı zamanda geleceğe yatırım olarak da ifade ediliyor.

Geleceğe yatırım demekte toplum tarafında sanal alemde ürün/yer sahibi olmak anlamına geliyor. Bu doğrultuda arsa satışları büyük ilgi görüyor. Metaverse’de sanal arsa alma konusunda katılımcılar arasında net bir görüş birliği yok. **Katılımcıların %28’i güvenilir olduğunu düşünmezken, %23’ü iyi bir yatırım fırsatı olarak değerlendiriyor. Aynı zamanda katılımcıların sadece %28’i metaverse’de arsa alabileceğini ifade ediyor.**

Yatırım araçlarından bir diğeri de NFT’ler oluyor. Bir devrim niteliği taşıyan NFT, kısaca benzersiz bir dijital değeri olan sanatı ifade ediyor. Çok tartışma konusu yaratan bu konuda katılımcıların %42’si gerçek sanat ile NFT sanatın aynı değerde eserler olduğunu düşünüyor. Genel anlamda NFT’yi yatırım aracı olarak düşünenler mevcut (%52) ama sadece %15 oranında katılımcı gerçekten NFT alacağını ifade ediyor.

Gerçek dünya gibi sanal evrende de yatırım yapmanın iyi bir yatırım fırsatı olduğu düşünülüyor. %28 oranında bu dijital varlıkların yeni evrende bir ihtiyaç olacağına inanılıyor. Dijital varlık alımlarında da görüşler ikiye ayrılıyor. En yüksek oyu ise %43 oranla dijital ürünleri satın almanın bir trend olduğunu düşünenler veriyor. %23 katılımcı ise gereksiz ve saçma buluyor.

**METAVERSE EVRENİNDE MARKALAR**

**Araştırmaya katılan kişilerin yarısı fiziksel dünyada ürün ve hizmetlerini kullandığı markalara metaverse’de de erişebilmek istiyor.**

Gerçek dünyadaki fiziksel ürünlere, sanal evrendeki mağazalardan ulaşmak isteyenlerin oranı %35. Ama hala %30 oranında katılımdı gerçek dünyadaki alışverişi tercih ediyor. Katılımcıların %25’i ise sanal evrendeki dijital mağazalardan satın alma işlemini gerekli görmüyor. Zaten var olan e-ticaret sitelerini ve mobil uygulamaları kullanmayı tercih edeceklerini ifade ediyorlar

Metaverse markalar içinde yeni bir yatırım alanı olarak görülüyor. Birçok marka sanal dünyadaki mağazalarını açıyor. **H&M metaverse’de mağaza açma konusunda en çok bilinen marka (%15) olarak dikkat çekiyor.** Oranlardaki düşüklük H&M’in bu iletişimi yeterince yaygınlaştıramadığını gösteriyor. Yeni evrenin bilinen diğer isimleri de Adidas (%7), Nike (%7) ve Samsung (%6) oluyor. Bu alanda Facebook (%7), Microsoft (%4) ve Apple (%2) gibi dijital dünyaya hâkim isimler düşük bilinirlikle karşımıza çıkıyor.

**Bilgi İçin:**

**Nilay Aydoğan / Müşteri Direktörü** – [nilay.aydogan@goodworks.com.tr](mailto:nilay.aydogan@goodworks.com.tr) - 0536 229 16 08

**Twentify Hakkında**

2014 yılında kurulan Twentify, geliştirdiği teknolojilerle tüketicilere kendi ortamlarında ulaşarak, markalarla olan etkileşim anlarını çözümleyen ve markalara içgörü temelli büyüme fırsatları yaratan bir tüketici araştırma şirketidir. Kitle kaynaklı mobil araştırma paneli Bounty ile dünya çapında 1.5 milyondan fazla tüketiciye saatler içerisinde erişebilmektedir.