

HAZIR GİYİM ENDÜSTRİSİNDE “METAVERSE” UYGULAMALARI

Doç. Dr. Mihriban KALKANCI*

Son günlerde sıklıkla gündeme gelen "metaverse" hem Türkiye hem de dünyada büyük yankı uyandırmaktadır. 3 boyutlu ve içeriğini kullanıcıların oluşturdukları sanal dünyaya metaverse denilmektedir. Metaverse bir avatarla temsil edilen kullanıcıların alışveriş yapabileceği, sosyalleşebileceği, boş zaman etkinliklerine katılabileceği ve öğrenebileceği sanal bir dünyadır. Metaverse sayesinde kişi, fiziksel gerçeklikle artırılmış ve sanal gerçekliği bir arada yaşamaktadır. Hem görsel hem de sosyal içerikler barındıran metaverse bilgisayarlar, android cihazlar ve 3D cihazlar sayesinde kişinin yapay bir fiziksel ortama girmesini sağlamaktadır. Tamamen sanal bir 3D dünya ve bunu dünyanın her yerinden farklı kullanıcılarla aynı anda yapabilmektedir. Bireyler özel kulaklıklar, artırılmış gerçeklik, akıllı saat ve gözlükler kullanarak bu sanal gerçeklik evrenine ulaşabilmektedir. Başka bir deyişle kişilerin telefon veya bilgisayar gibi 2 boyutlu cihazlar üzerinden alışveriş yapmalarını sağlayan dijital teknoloji, artık doğrudan 3 boyutlu sanal mağazaya gitme imkanı da sunabilmektedir.

Oyun ve eğlence sektörlerinden büyük markaların ard arda yatırım yaptığı bu yeni platform, moda dünyası için de önemli bir fırsat olarak görülmektedir. Hazır giyim ve moda sektörü de metaverse evrenine en hızlı giriş yapan alanlardan birisidir. Üç boyutlu dünya deneyimi sunan bu dijital evrende, tıpkı gerçek hayatta olduğu gibi moda, kişilerin kendini ifade etme ve kimlik yaratma biçimi olarak fırsat tanımaktadır. “Metaverse”in insanların günlük hayatında daha fazla yer almasıyla birlikte fiziksel dünyadakinin yanı sıra sanal dünyada da giysilerin daha çok önem kazanması beklenmektedir.

Bu çalışmada gerçek dünyada giyim ürünleri satan markaların dijital olarak da varlık göstermesine geçiş süreci incelenecek ve bu konunun moda ve hazır giyim sektörünün geleceği açısından avantaj ve dezavantajları değerlendirilecektir. Fiziksel olarak hiçbir zaman kullanılmayacak ve yalnızca dijital dünyada giyilebilecek olan kıyafetler satan firmaların modayı farklı bir boyuta taşımalarının sonuçları değerlendirilecektir.

Anahtar Sözcükler: Metaverse, İnovasyon, Hazır Giyim ve Moda, Sanal Gerçeklik.

* Pamukkale Üniversitesi, Denizli Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu, Tekstil Teknolojisi Bölümü, Denizli, Türkiye, E-posta: mkalkanci@pau.edu.tr, ORCID Numarası: 0000-0003-3287-1428