



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Mehmet Arif ARIK

SÜRÜKLEYİCİ GAZETECİLİK UYGULAMALARI, OYUNLAŞTIRMA VE
LUDENİK HABER OKUMA ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Gazetecilik Anabilim Dalı
Doktora Tezi

Antalya, 2024



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Mehmet Arif ARIK

SÜRÜKLEYİCİ GAZETECİLİK UYGULAMALARI, OYUNLAŞTIRMA VE
LUDENİK HABER OKUMA ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Danışman

Doç. Dr. Murad KARADUMAN

Gazetecilik Anabilim Dalı

Doktora Tezi

Antalya, 2024

T.C.
Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Mehmet Arif ARIK'ın bu çalışması, jürimiz tarafından Gazetecilik Anabilim Dalı Doktora Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan	: Prof. Dr. Mustafa Şeker	(İmza)
Üye (Danışman)	: Doç. Dr. Murad Karaduman	(İmza)
Üye	: Doç. Dr. Ayşad Güdekli	(İmza)
Üye	: Doç. Dr. Seyfi Kılıç	(İmza)
Üye	: Dr. Öğr. Üyesi Harun Dağ	(İmza)

Tez Başlığı: Sürükleyici Gazetecilik Uygulamaları, Oyunlaştırma ve Ludenik Haber Okuma Üzerine Bir Araştırma

Onay: Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 18/12/2024

Mezuniyet Tarihi : 02/01/2025

AKADEMİK BEYAN

Doktora Tezi olarak sunduğum “Sürükleyici Gazetecilik Uygulamaları, Oyunlaştırma ve Ludenik Haber Okuma Üzerine Bir Araştırma” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değrlere uygun bir biçimde tarafımca yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

(İmza)

Mehmet Arif ARIK





T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



23/ 1 2 / 2024

TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU BEYAN BELGESİ

Öğrenci Bilgileri	
Adı-Soyadı	Mehmet Arif ARIK
Öğrenci Numarası	202052067001
Anabilim Dalı	Gazetecilik
Programı	Doktora
Danışman Öğretim Üyesi Bilgileri	
Unvanı, Adı-Soyadı	Doç. Dr. Murad KARADUMAN
Doktora Tez Başlığı	Sürükleyici Gazetecilik Uygulamaları, Oyunlaştırma ve Ludenik Haber Okuma Üzerine Bir Araştırma
Turnitin Bilgileri	
Ödev Numarası	2557699013
Rapor Tarihi	23.12.2023
Benzerlik Oranı	Alıntılar hariç: %5 Alıntılar dahil: %5
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE, Yukarıda bilgileri bulunan öğrenciye ait tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 164 sayfalık kısmına ilişkin olarak Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esaslarında belirlenen filtrelemeler uygulanarak yukarıdaki detayları verilen ve ekte sunulan rapor alınmıştır. Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir: (X) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylarım. () Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esaslarında öngörülen yüzdelik sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.	
Gerekçe:	
Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlere uygun olarak tarafımca yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.	
Danışman Öğretim Üyesi Doç. Dr. Murad KARADUMAN İmza	

İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER LİSTESİ.....	iii
GÖRSELLER LİSTESİ.....	iv
TABLolar LİSTESİ.....	v
KISALTMALAR LİSTESİ	vi
ÖZET	vii
SUMMARY	viii
ÖNSÖZ	ix
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

GELENEKSEL GAZETECİLİKTEN Hİ-TECH GAZETECİLİĞE

1.1. Haberciliğin ve Gazeteciliğin Teknolojik Dönüşümü	6
1.2. İletişim Araçları için Yeni Dönence: Radyo ve Televizyon.....	10
1.2.1. Radyo Haberciliği.....	11
1.2.2. Televizyon Haberciliği	12
1.3. Dijitalleşme ve İnternet: Medyanın Yeni Dönemi	13
1.3.1. Dijital Dönüşüm Kavramı	14
1.4. Yeni Medya ve Yeni Araçlar.....	16
1.4.1. Dijitalleşmenin Gazetecilik Üzerindeki Dönüştürücü Etkisi: Gelenekselden Dijitale Geçişin Dinamikleri.....	22
1.5. Yeni Nesil Gazetecilik: Dijitalleşmenin Yeni Habercilik Türleri	25
1.5.1. Sosyal Medya Gazeteciliği	26
1.5.2. Podcast Gazetecilik.....	28
1.5.3. Clickbait Gazetecilik	29
1.5.4. SEO Gazetecilik	31
1.5.5. Mobil Gazetecilik	33
1.5.6. Veri Gazeteciliği.....	35
1.5.7. Robot Gazetecilik	38
1.5.8. Drone Gazetecilik.....	40

İKİNCİ BÖLÜM

LUDENİK HABER OKUMA VE OYUNLAŞTIRMA

2.1. Teorik Temeller ve Oyunlaştırma.....	43
2.2. Ludenik Haber Okuma Teorisi	45
2.3. Haber ve Oyun İlişkisi.....	48
2.4. Haber Oyundan Sürükleyici Gazeteciliğe	49
2.5. Sürükleyici Gazetecilik	51
2.6. Sanal gerçeklik, Arttırılmış Gerçeklik ve 360 Derece Görüntüleme.....	51
2.6.1. 360° Video Görüntüleme.....	53
2.6.2. Arttırılmış Gerçeklik	54
2.6.3. Sanal Gerçeklik (Virtual Reality)	55
2.7. Sürükleyici Gazetecilik Kavramı ve Tarihsel Süreci	60
2.7.1. Sürükleyici Gazetecilikte Kullanıcının Rollerini	64

2.8. Sürükleyici Gazeteciliğin Anlatı Yapıları ve Uygulama Alanları.....	69
2.8.1. Anlatı Biçimleri ve Yapıları	69
2.8.2. Sürükleyici Gazeteciliğin Uygulama alanları ve örnekleri.....	71
2.8.2.1. Savaş ve Çatışma Bölgeleri	72
2.8.2.2. Doğal Afetler	72
2.8.2.3. İnsan Hakları	73
2.8.2.4. Çevre ve İklim, Sağlık ve Tıp.....	74
2.8.3. Türkiye’de Sürükleyici Gazetecilik Örnekleri	74
2.9. Üretim ve Tüketim Pratiklerinde Oluşturduğu Değişimler	75
2.9.1. Sürükleyici Gazetecilikte Üretim Rollerı	77
2.10. Sürükleyici Gazeteciliğin Sorunları	80
2.11. Gazetecilik Etiğine Yönelik Sorunlar	83

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

3.1. Araştırmanın Konusu ve Kapsamı.....	88
3.2. Araştırmanın Amaç ve Problemi	88
3.3. Araştırmanın Önemi	89
3.4. Araştırma Evreni ve Örneklemi.....	89
3.5. Araştırma Yöntemi ve Araçları	90
3.5.1. Yöntem	90
3.5.2. Veri Toplama Araçları ve Verilerin Toplanması.....	91
3.6. Araştırmanın Sınırlılıkları	92
3.7. Verilerin Analizi	93
3.8. Bulgular	94
3.8.1. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Bulguları	94
3.8.2. Odak Grup Görüşmesi	119
DEĞERLENDİRME	127
3.9. Gazeteci Görüşlerinin Değerlendirilmesi	127
3.10. Akademisyen Görüşlerinin Değerlendirilmesi	132
3.11. Odak Grup Görüşlerinin Değerlendirilmesi	136
SONUÇ	138
K A Y N A K Ç A.....	147
EK 1 SORU FORMLARI	162
ÖZGEÇMİŞ	164

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1. Gerçeklik – sanallık süreci (Milgram ve diğerleri, 1995).	52
Şekil 2.2. Örnek anlatı yapıları a) doğrusal, b) balık kemiği, c) eşmerkezli, d) dallanma, e) paralel anlatı, f) dişli ağ Kaynak: (Brannon vd., 2021, s. 8 akt Yetkin 2022).....	70



GÖRSELLER LİSTESİ

Görsel 2.1. Haber oyun: Darfur Ölüyor.....	50
Görsel 2.2. Hunger in Los Angeles	61
Görsel 2.3. BBC tarafından yayınlanan ve Calais’de yer alan göçmen kampında yaşamayı anlatan izleyici rollü sürükleyici video.....	65
Görsel 2.4. Project Syria (altta Referans görüntü) (üstte Sanal temsil).....	67
Görsel 2.5. Undeniable Street View	72
Görsel 2.6. 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş depremi sonrası haber siteleri	73
Görsel 2.7. Kapadokya’da sürükleyici haber.....	74
Görsel 2.8. Ayasofya’da sürükleyici haber	75

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1.1. Dijital iletişimin özellikleri. Kaynak: Heinonen, Ari (1999). Journalism in the Age of the Net. Finland: University of Tampere Bookshop, 37.	16
Tablo 1.2. SEO gazeteciliğın faydaları ve zararları.....	32
Tablo 1.3. Mobil gazeteciliğın olumlu ve olumsuz yönleri.....	34
Tablo 1.4. Robot gazeteciliğın olumlu ve olumsuz yönleri.....	39
Tablo 1.5. Drone gazeteciliğın olumlu ve olumsuz yönleri	41
Tablo 2.6. Sanal gerçeklik sistemleri	53
Tablo 2.7. Sürükleyici Gazetecilikte Kullanıcı Rollerı	67
Tablo 2.8. Sürükleyici gazetecilikte üretici rollerı	77
Tablo 3.9. Görüşme formunda yer alan sorulara göre oluşturulmuş temalar	93
Tablo 3.10. Gazetecilerle ilgili bilgiler.....	94
Tablo 3.11. Akademisyenlerle ilgili bilgiler.....	102
Tablo 3.12. Odak grup katılımcı bilgileri	119

KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
Akt	: Aktaran
AR	: Augmented Reality (Arttırılmış Gerçeklik)
Çev	: Çeviren
DHA	: Demirören Haber Ajansı
Ed	: Editör
HMD	: Head Mounted Display
NFT	: Non-fungible tokens
RSS	: Rich Site Summary
SEO	: Search Engine Optimization
TRT	: Türkiye Radyo ve Televizyon
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
Vd	: ve diğerleri
VR	: Virtual Reality (Sanal Gerçeklik)
WEB	: World Wide Web

ÖZET

Sürükleyici gazetecilik, 360 derece görüntüleme, artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) gibi teknolojiler kullanarak okuyucuları aktif bir şekilde haberlerin merkezine yerleştiren, duygusal tepki ve empati odaklı bir habercilik biçimidir. Bu çalışma, sürükleyici gazeteciliğin haberin anlaşılabilirliği ve izleyici üzerindeki etkisini incelemeyi, genç nesillerin haber tüketim eğilimlerine katkısını değerlendirmeyi ve bu gazetecilik biçiminin meslekte sürdürülebilir bir uzmanlık alanı olarak gelişme potansiyelini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmanın kuramsal çerçevesi Oyunlaştırma ve Ludenik haber okuma teorisidir. Çalışmada, yarı yapılandırılmış görüşmeler ve odak grup yöntemine dayalı çoklu nitel araştırma deseni kullanılmıştır. Bu doğrultuda, ölçüt örneklem tekniğiyle belirlenen 5 akademisyen ve 5 gazeteci ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmış, ayrıca 6 genç bireyle odak grup çalışması gerçekleştirilmiştir. Bulgular, sürükleyici teknolojilerle hazırlanmış haberlerin, kullanıcılar üzerinde geleneksel haberlere kıyasla daha güçlü ve yoğun bir etki yarattığını göstermiştir. Ancak, erişilebilirlik kısıtlamaları ve yüksek maliyet gibi zorluklar, bu etkinin geniş çapta yayılmasını engellemektedir. Bununla birlikte sürükleyici gazeteciliğin, haberin anlaşılabilirliği üzerinde olumlu bir etkisinin olmayacağı bulgulanmıştır. Genç kullanıcıların, sürükleyici gazeteciliğin içerdiği oyunlaştırma ve eğlence unsurları sebebiyle bu tür haberlere ilgi gösterdiği ve bu yaklaşımın haber tüketim yönelimlerine olumlu katkılar sağlayabileceği görülmüştür. Ancak bu durumun teknolojik karmaşıklıklar ve etik kaygılar gibi önemli engellerin ortadan kaldırılmasıyla gerçekleşebileceği de bir diğer önemli bulgudur. Sürükleyici gazeteciliğin yenilikçi anlatım teknikleriyle gazeteciliğin geleceğini şekillendirme potansiyeline sahip olduğu hem akademisyenler hem de gazeteciler tarafından belirtilmiştir. Ancak, bu yaklaşımın yaygınlaşması ve sürdürülebilir bir uzmanlık alanına dönüşmesi için teknolojik ilerlemelere ve eğitim programlarına ihtiyaç duyulduğu çalışma sonunda ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sürükleyici Gazetecilik; Oyunlaştırma; Ludenik Haber Okuma; Sanal Gerçeklik; 360 derece görüntüleme

SUMMARY

A STUDY ON IMMERSIVE JOURNALISM PRACTICES, GAMIFICATION AND LUDIC NEWS READING

Immersive journalism is a form of journalism that actively places readers at the centre of the news by using technologies such as 360-degree imaging, augmented reality (AR) and virtual reality (VR), and focuses on emotional response and empathy. This study aims to examine the impact of immersive journalism on news comprehensibility and audience, to evaluate its contribution to the news consumption tendencies of young generations and to reveal the potential of this form of journalism to develop as a sustainable specialisation in the profession. The theoretical framework of the study is Gamification and Ludenic news reading theory. In the study, a multiple qualitative research design based on semi-structured interviews and focus group method was used. In this direction, semi-structured interviews were conducted with 5 academics and 5 journalists selected by criterion sampling technique and a focus group study was conducted with 6 young generation individuals. The findings showed that news prepared with immersive technologies had a stronger and more intense impact on users than traditional news. However, challenges such as accessibility restrictions and high costs prevent this impact from being widely disseminated. It was also found that immersive journalism would not have a positive effect on news comprehensibility. It has been observed that young users are interested in this type of news due to the gamification and entertainment elements of immersive journalism and that this approach can contribute positively to news consumption orientations. However, another important finding is that this situation can be realised by eliminating important obstacles such as technological complexities and ethical concerns. Both academics and journalists have stated that immersive journalism has the potential to shape the future of journalism with its innovative narrative techniques. However, it was revealed at the end of the study that technological advances and training programmes are needed for this approach to become widespread and turn into a sustainable field of expertise.

Key Words: Immersive Journalism; Gamification; Ludenic News Reading; Virtual Reality; 360 degree imaging

ÖNSÖZ

Bu çalışmada, yüksek teknoloji odaklı bir gazetecilik yaklaşımı olan sürükleyici gazetecilik, oyunlaştırma ve ludenik haber okuma teorileri çerçevesinde detaylı bir şekilde incelenmiştir. Üç bölümden oluşan çalışmanın ilk bölümünde, iletişim ve habercilik tarihindeki teknoloji temelli kırılmalar ve dönüşümler ele alınmıştır. İkinci bölümde, ludenik haber okuma ve oyunlaştırma teorileri ile birlikte sürükleyici gazeteciliğin kavramsal temellerine odaklanılmıştır. Üçüncü bölümde ise çalışma grubuna uygulanan veri toplama yöntemleri ve bu yöntemlerden elde edilen bulgular ayrıntılı olarak sunulmuştur. Henüz yaygınlaşmamış bir gazetecilik biçiminin potansiyelini ortaya koymayı, avantajlı ve dezavantajlı yönlerini analiz etmeyi hedefleyen bu çalışmanın, gazetecilik mesleğine dolaylı ya da doğrudan önemli katkılar sağlayacağına inanıyorum. Bu çalışmanın tamamlanmasında emeği geçen birçok kişinin desteği, sürecin zenginleşmesine büyük ölçüde katkı sağlamıştır. Bu sebeple araştırma sürecinde bana destek olan herkesin burada anılmasını ve teşekkür edilmesini bir borç olarak bilmekteyim. Öncelikle başta sayın danışman hocam, Doç. Dr. Murad Karaduman olmak üzere sayın hocalarım Doç. Dr. Ayşad Güdekli ve Prof. Dr. Mustafa Şeker'e bana her aşamada rehberlik ettikleri, sabırla yönlendirerek ve bilgileriyle ışık tutarak bu sürece sağladıkları katkıları için minnettarım. Tez savunma sınavımda yer alan sayın Doç. Dr. Seyfi Kılıç ve Dr. Öğr. Üyesi Harun Dağ hocalarıma da bir teşekkürü borç bilirim. Değerli hocalarımdan öngörülerini ve destekleri olmadan bu tezin ortaya çıkması mümkün olmazdı.

Hayatımın en büyük destek kaynağı olan sevgili eşime, bana her an güç veren, sabırla yanımda duran ve bana inanan Banu Pakkan Arık'a teşekkür ediyorum. Bu yolculuğun en zor anlarında bile bana olan desteği, en büyük motivasyon kaynağım oldu.

Ailem, beni her zaman sevgiyle büyütüp, hayatta doğru yönleri göstererek bu noktaya gelmeme yardımcı oldular. Beni her zaman anlamaları, yol göstericiliği ve sınırsız sevgileri için teşekkür ediyorum. Ayrıca araştırma süreci boyunca üzerimde emeği olan, yolculuğumda bana her türlü desteği veren tüm akademik ve kişisel dostlarıma, öğretmenlerime ve arkadaşlarıma teşekkür ederim.

Mehmet Arif ARIK
Antalya, 2024

GİRİŞ

Gazetecilik, haberdar olma ve bilgiye ulaşma bakımından toplumların gelişiminde önemli bir yer edinmiş, toplumsal olaylara ışık tutarak kamusal tartışmaların temelini oluşturmuştur. Bilgi teknolojilerini elinde bulundurmanın politik güç ve refah getirdiği imparatorluklardan günümüz modern toplumlarına kadar medya ve habercilik birçok değişim yaşamış ve bünyesinde farklı rol ve görevleri toplamıştır. Yirminci yüzyılın başlarında baskı teknolojilerinin yaygınlaşması ve ardından radyo ve televizyon gibi kitlesel iletişim araçlarının gelişimi, ilk dönem gazetecilik pratiklerini köklü biçimde dönüştürmüş; haber üretimi ve tüketiminde yeni bir döneme girilmiştir. Özellikle dijital teknolojilerin ve internetin hızla yayılmasıyla gelen dijitalleşme, gazeteciliğin geleceğini büyük ölçüde etkileyerek, geleneksel medya formlarını yeniden şekillendirmiştir. Bu dijital devrim, gazeteciliği yalnızca haberi aktarmakla sınırlı bir pratik olmaktan çıkarmış; aynı zamanda kullanıcılarla etkileşim kurmaya ve habere yeni anlam katmaya yönelik araçları da ortaya çıkarmıştır. Bu paradigma değişimlerinin arkasında ise büyük oranda teknolojik gelişme yer almaktadır.

Bilgi ve verilerin fiziksel halini sayısal hale dönüştürülmesi ve elektronik ortamda paylaşılması ve gösterilmesi anlamına gelen dijitalleşme, günümüz medyasının değişimini tetikleyerek geleneksel gazete ve televizyon gibi iletişim kanallarını dijital platformlara taşımıştır. Bu gelişim sürecinde ortaya çıkan sosyal medya gazeteciliği, podcast yayıncılığı, mobil gazetecilik, veri gazeteciliği veya yüksek teknoloji gazetecilik türleri kabul edilen drone gazeteciliği, robot gazeteciliği ve sürükleyici gazetecilik gibi yeni nesil habercilik türleri, dijitalleşmenin gazetecilik üzerindeki dönüştürücü etkisini ortaya koymaktadır. Geleneksel gazetecilik, belirli bir doğruluk ve tarafsızlık ilkesi çerçevesinde okuyucuya haber sunmayı amaçlarken, yeni nesil dijital gazetecilik, bu amaçların ötesine geçmiş ve aynı zamanda haberin hızlı, erişilebilir ve etkileşimli olmasını sağlamıştır. Örneğin, sosyal medya gazeteciliği ve veri gazeteciliği gibi türler, okuyucuyu haberin yalnızca tüketicisi değil, aynı zamanda parçası haline getirirken, bu platformlar aracılığıyla bilgiye hızlı erişim sağlamak ve kullanıcı etkileşimini artırmaktadır.

Araştırmanın odak noktalarından biri olan sürükleyici gazetecilik, kullanıcıyı habere daha yakın hissettirme amacı taşıyan bir uygulama olarak dijitalleşme sürecinin sunduğu yenilikçi gazetecilik türlerinden biridir. Sanal gerçeklik (VR), artırılmış gerçeklik (AR) ve 360 derece görüntüleme gibi teknolojiler, sürükleyici gazeteciliğin temel üretim ve tüketim araçlarını oluşturarak, okuyuculara olayların içine girme deneyimi sunmaktadır. Özellikle müsabakalar, gösteriler veya savaş bölgeleri, doğal afetler ve insan hakları ihlalleri gibi

konularda kullanılan sürükleyici teknolojiler, okuyucunun olaylara empatiyle yaklaşmasına ve duygusal bir bağ kurmasına olanak tanımaktadır. Empati ve duygu odaklı yapısının sebep olduğu avantajlar, dezavantajlar veya sorunlar çalışmada aktarılmıştır. Oldukça pahalı ve karmaşık bir biçim olan sürükleyici gazetecilik özellikle gelişmiş ülkelerde yaygın olarak kullanılmakta, Türkiye'de de örnekleri giderek yaygınlaşmaktadır. Örneğin turistik mekanların 360 derece videolarla haberleştirilmesi, bu tür bir etkileşimi desteklemektedir.

Araştırmanın kuramsal çerçevesi ise Ludenik Haber Okuma Teorisi ve oyunlaştırma kavramı çerçevesinde şekillendirilmiştir. Ludenik haber okuma, gazete okuma eylemini başlı başına bir haz ve keyif alınan eylem olarak değerlendirmektedir. Öte yandan bir gazetenin içerikleriyle birlikte tasarımda okurun ilgisini çekebilecek tipografik estetikle ele alınmış başlıkları, kullanılan yazı fondu ve belirli bir kuralla gerçekleşen mizanpajı, ludenik haber okuma ile uyumlu ve ilişkilidir. Öte yandan sayfaların arasına yerleştirilmiş mizahi veya ideolojik karikatürler, bulmacalar, fıkra köşeleri ve benzeri öğeler ludik hazlar oluşturan oyunlaştırma stratejileridir. Bu bağlamda oyunlaştırma, haberlerin yalnızca bilgilendirici değil, aynı zamanda eğlenceli ve sürükleyici bir deneyim olarak sunulmasını sağlamaktadır. Oyunlaştırma unsurları, haberi sadece bir bilgi kaynağı olmaktan çıkarıp okuyucuya belirli seçimler yapma, etkileşimde bulunma gibi imkanlar tanımaktadır. Bu yöntemler, özellikle genç izleyici kitlesi üzerinde haberin cazibesini artırmak ve okuyucu sadakatini sağlamak açısından önemli bir rol oynamaktadır.

Bu tezin amacı, deneyimlenebilir artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik veya karma gerçeklik tabanlı sürükleyici gazetecilik uygulamalarının ve pratiklerinin haber tüketimine etkisini ve habercilik normları ile mesleki pratikler üzerinde oluşturduğu/oluşturacağı değişiklikleri ortaya koymaktır. Bu bağlamda araştırmanın temel probleminden ve amacından hareketle belirlenen “Sürükleyici gazetecilik uygulamaları ve pratikleri, haberin anlaşılabilirliğini kolaylaştırır ve haberin okur/izleyici üzerindeki etkilerini artırır mı?”, “Sürükleyici gazetecilik uygulamaları ve haber anlatıları bünyesinde bulundurduğu eğlence odaklı özellikleri ve teknik donanımlarıyla genç neslin haber tüketimini artırır mı?” ve “Sürükleyici anlatılar haber üretim pratiklerinde değişime sebep olarak gazetecilik mesleği için sürdürülebilir yeni bir uzmanlaşma alanı oluşturur mu?” sorularına cevap aranmıştır.

Tezin araştırma yöntemi olarak çoklu nitel araştırma deseni benimsenmiş ve veri toplama sürecinde yarı yapılandırılmış mülakatlar ile odak grup görüşmeleri kullanılmıştır. Araştırma sorularına dair kapsamlı ve derinlemesine bilgiler elde edebilmek amacıyla nitel yöntemlere başvurulmuştur. Nitel araştırma teknikleri, katılımcıların düşünce ve deneyimlerini ayrıntılı biçimde anlamayı sağlayarak araştırmanın amacına daha iyi hizmet etmektedir.

Görüşme ve Odak grup soru formları, sürükleyici gazeteciliğin öğeleri, özellikleri ve pratikleri baz alınarak, araştırmanın kuramsal çerçevesini oluşturan oyunlaştırma ve Ludenik Haber Okuma Teorisi doğrultusunda gazetecilik mesleğini idame ettiren uzmanların ve akademisyenlerin sürükleyici gazeteciliğe yönelik görüş ve tutumlarını belirtmek, genç kuşak bireylerin haber tüketimine yönelik mevcut veya olası etkilerini incelemek için hazırlanmıştır.

Tezin araştırma örnekleme, amaçlı örneklem biçimleri arasından ölçüt örneklem yöntemi kullanılarak belirlenmiştir. Bu doğrultuda belirli bir düzeyde medya okuryazarlığı bulunan ve haber tüketimi gerçekleştiren genç bireyler, ulusal veya yerel medyada görev yapan deneyim sahibi gazeteciler ve yükseköğretim seviyesinde “Gazetecilik” eğitimi veren akademisyenler araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Nitel araştırmalarda, katılımcı sayısından ziyade elde edilen veri miktarının önem taşıması sebebiyle, çalışmada veri doygunluğuna ulaşıldığı noktada görüşmelere son verilmiştir. Araştırma deseni yalnızca nitel yöntemleri içerdiğinden, verilerin yeterli doygunluğa ulaşması için yarı yapılandırılmış görüşmeler 5 deneyimli gazeteci ve 5 akademisyenle gerçekleştirilmiştir. Odak grup çalışması için ise 6 iletişim öğrencisiyle bir tartışma ortamı oluşturulmuş ve yeterli veri doygunluğuna ulaşılarak araştırmanın bulguları elde edilmiştir.

Tezde, verilerin çözümlemesi amacıyla betimsel analiz yöntemi tercih edilmiştir. Bu yöntem, elde edilen bilgilerin önceden belirlenen tema ve alt temalara göre düzenlenmesi, bireylerin düşüncelerinin doğrudan alıntılarla desteklenmesi ve neden-sonuç ilişkileri içinde açıklanması esasına dayanmaktadır. Betimsel analiz tekniği, verilerin sadeleştirilmesi, sunulması ve çıkarımların doğrulanması gibi üç ana etkinlik basamağı çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Alıntıların seçiminde ise temaya uygun, dikkat çekici, uç ya da farklı yorumlar öne çıkarılarak araştırmanın derinlemesine bir bağlam sunmasına katkı sağlanmıştır.

Tezin ilk bölümünde, geleneksel gazetecilik ve habercilik biçimlerinin tarihsel süreçte teknolojik gelişim ve dönüşümle nasıl şekillendiği ele alınmıştır. Dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte ortaya çıkan yeni medya yapıları ve gazetecilik biçimleri ile bu yapılar arasındaki dinamikler incelenmiştir. Tezin ikinci bölümünde ise, çalışmanın kavramsal ve kuramsal çerçevesi detaylandırılmıştır. Bu kapsamda, ludenik haber okuma, oyunlaştırma ve haber oyunları gibi kavramların teorik altyapısı incelenmiş; haberin eğlenceli ve etkileşimli unsurlarla zenginleştirildiği bir anlatım tarzının nasıl ortaya çıktığı ve bu uygulamaların izleyici üzerindeki potansiyel etkileri üzerinde durulmuştur. Bu bölümde sürükleyici gazeteciliğin tarihsel süreci ve gelişimi ele alınmış, bu yeni nesil habercilik türünün gazetecilik mesleğine getirdiği avantajlar, dezavantajlar ve olası etik sorunlar, kapsamlı bir şekilde incelenmiştir. Özellikle sürükleyici teknolojilerin uygulama alanları, kullanıcı üzerindeki etkileri ve rolleri,

empati ve toplumsal farkındalık oluşturma gücü, üretim-tüketim pratiklerine etkisi ve gazetecilik mesleğinde oluşturduğu değişimleri geniş ve özgün biçimde ele alınmıştır. Tezin son bölümünde ise araştırma metodolojisi, bulgular, değerlendirme ve sonuç başlıkları bulunmaktadır.

Bu tezin, haber tüketimini artırmak amacıyla kullanılabilecek yenilikçi biçim ve fikirler sunmasının yanı sıra, gazetecilik mesleğinde yüksek teknolojiye dayalı yeni uzmanlık alanlarının oluşumuna katkı sağlaması ve gelecekte bu alanda yapılacak çalışmalara geniş bir kaynak olması ve yol haritası sunması beklenmektedir.



BİRİNCİ BÖLÜM

GELENEKSEL GAZETECİLİKTEN Hİ-TECH GAZETECİLİĞE

Sosyal bir varlık olan insanlar doğası gereği topluluk oluşturma eğiliminde olmuş ve bu durum iletişim halinde olmayı zorunluluk haline getirmiştir. İletişimle ilgili genel geçer tanımlamalar bulunmamasına rağmen en yalın ve temel haliyle “bir düşüncenin ya da mesajın ses ve dil vasıtasıyla ya da jest ve mimikler dahil olmak üzere teknik ve fiziksel araçlar kullanılarak bir bellek üzerinden diğerine aktarıldığı süreçtir” (Kırık ve Orkan, 2016, p. 20). Buna karşın iletişimin toplumsal hayatın devamlılığı için elzem bir rolü bulunmaktadır. James Carey bu rolü, toplumun ortak değer ve yargıları oluşturup, onaylayan öte yandan toplumsal dayanışmayı ve beraberliği kurarak devamını sağlayan toplumsal bir işlev olarak tanımlamaktadır (Parlak, 2018). Bu bağlamda iletişim, yalnızca bireylerin çevresinde olan dünya ve olaylar hakkında bilgi alma ihtiyacını karşılamak için gerçekleştirilen bir faaliyet olmanın dışında toplumsal fikirlerin oluşumunda da etkili olan bir eylemdir. Ancak yine de iletişimin ortaya çıkmasındaki mutlak sebep insanların, kendi deneyimlerinin ötesinde neler olduğunu öğrenmek adına sahip oldukları bitmek bilmeyen merak ve bilgi açlığıdır.

İnsanlar birincil elden deneyimleyemediği olayların ve durumların bilincinde olma ihtiyacı hissetmektedirler. Bu olgu daha açık bir ifadeyle, insanların hem doğada karşılaşılabileceği durumlara ve olaylara yönelik sağ duyu geliştirmek hem de içinde bulunduğu toplumun normlarını ve kanaat iklimini öğrenerek toplum içinde uyumlu bir birey olmak için haberleşmeye gereksinim duymasını nitelemektedir. Haberleşme, topluluk olarak yaşamının ve bireyler arasında beşerî bağlar kurmanın temelini oluşturmaktadır (Kovach ve diğerleri, 2007:27). İnsanlığın ve toplumların haberleşme olgusuna olan ihtiyacını karşılamak amacıyla bilgilerin toplanmasını ve paylaşılmasını sağlayan gazetecilik sistemi geliştirilmiştir (Kovach ve diğerleri, 2007:12).

İletişim ilk zamanlarda jest, mimik ve sesler kullanılarak yüz yüze gerçekleştirilirken bir eylem olarak tarihsel süreçte yer almıştır. Özellikle insanların çevresinde yer alan somut varlıkları ve nesneleri ses aracılığı ile tanımlamanın yanı sıra soyut kavramları kategorileştirebilmesi ve kategoriler arasında ilişki kurabilmesi veya duygular ve hisler gibi soyut durum ve olgulara isim vererek söz kullanımının geliştirmesi, doğada insanı ayrıcalıklı bir konuma yerleştirmiştir (Aydoğan, 2013:89). Süregelen zamanda iletişim, toplumsal normların aktarılması ihtiyacı, büyük imparatorlukların ve ülkelerin kurulması ve iletişim teknolojilerin büyük bir hızla gelişmesi gibi etkilerin sonucuyla, uzun mesafeler arasında zaman ve uzamdan bağımsız, insan-insan veya insan makine arasında gerçekleşebilen bir eylem olma

yolunda biçimsel değişimlere uğramıştır. İletişimdeki değişimin en temel etkeni ise iletişim alanında doğan bir ihtiyacı karşılamak veya iletişim faaliyetini daha konforlu, ucuz ve etkili hale getirmek amacıyla kullanılmaya başlanan inovasyonlar ve teknolojilerdir (Arık, Kayakuş, ve diğerleri, 2024). İletişim eylemindeki dönüşüm ve değişimler kendisine paralel bir biçimde habercilik ve gazetecilik faaliyetlerini de dönüştürüp değiştirmiştir.

İletişimde kullanılan yenilikçi araçlar göz önüne alındığında, iletişimi biçimsel olarak dönüştüren 4 farklı dönem ön plana çıkmaktadır. Bu dönemlerin ilki sembol ve metinlerin kullanılarak yazılı iletişimin ortaya çıktığı “Chirografik” dönem, matbaanın ve basılı materyallerin yaygınlaştığı Gutenberg dönemi, telgraf, radyo, telefon ve televizyon gibi iletişim araçlarının icat edildiği ve kitle iletişimine dair adımların atıldığı elektronik dönem (Baldini, 2000:5) ve son olarak Charles Babbage’ın “analitik makinası” ve Louis Daguerre’in “dagerotip”i ile başlayan ve günümüze kadar devam eden dijital tabanlı iletişimin yer aldığı bilgisayar ve internet dönemidir. Her dönem iletişimin uygulama pratiklerine değişimler ve yenilikler eklerken haberleşme ve bilgi alma gibi faaliyetlerinin ticarileşmesine ve kendi içinde uzmanlık alanları oluşturmaya sebep olmuştur. Bu noktada iletişim biçimleriyle birlikte dönüşen gazetecilik pratiklerini de incelemek gerekmektedir.

1.1. Haberciliğin ve Gazeteciliğin Teknolojik Dönüşümü

İnsanlar ilk çağlardan beri sahip olduğu deneyim ve bilgileri bir sonraki kuşağa aktarmak veya çevresinde olan biten olaylar ve durumlar hakkında haberdar olmak için iletişimi kullanmışlardır. Zaman içerisinde bu haberleşme pratikleri daha da yaygın hale gelerek bir arada yaşayan insanlar için toplumsal ve gündelik hayatın değişmez bir parçası haline gelmiştir.

Haberleşme, tarihin tüm süreçlerinde belirli teknik araçların ve imkanların sınırları içerisinde gerçekleşmiştir (Özçağlayan, 2008). Örneğin insanlar ilk çağlarda, ağızdan belirli kurallar çerçevesinde çıkan sesleri kullanarak sözle haberleşmekteydi. Bu dönemde haberleşme için ritmik söz kalıplarına ihtiyaç duyulmuş bunlar için de mâni ve şiirlerden yararlanma yoluna gidilmiştir (Öztürk, 2017). Chrinografik devrim sonucu söz yerine çivi ve resimyazı türü kullanılmaya başlanmış ve mesajlar daha kalıcı şekilde aktarılabilmiştir. Süregelen dönemde ise yazının ve alfabenin icadı ve kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte haberleşme için kullanılan taş, duvar veya tabletler, papirüs ve parşömenle değiştirilerek taşınabilir ve kalıcı haberleşme mümkün hale gelmiştir. Bu noktada iletişim araçlarının ve sağladığı imkanları göz önüne alarak haberleşme için tarihsel süreçteki en temel gelişim, resimyazıdan, alfabetik yazıya; anlamı temsil eden sembollerden, sesleri temsil eden harflere geçmekle ortaya çıkan yazınsal süreçtir (Parlak, 2018).

Yazılı iletişim araçlarının ortaya çıkışı yüz yüze iletişimin zamana, uzama ve insana bağımlı yapısının kalıcı olmaması, hataya ve anlaşmazlıklara imkân vermesi ve bilgi dağıtımının zahmetli oluşu yüzünden olmuştur. Yazınsal dönemde özellikle büyük imparatorlukların ve medeniyetlerin geniş toprakları arasında haberleşme ihtiyacını gidermek amacıyla kil tabletler, parşömenler ve haber mektupları kullanmaya başlamıştır (Alemdar, 1981:3 aktaran Arık, Kayakuş vd., 2024). Yazılı materyallerle gerçekleşen iletişimin, sözle kurulan iletişime nazaran doğrulanabilir olması ve zamana direnebilen yapısı sebebiyle yalnızca haberleşme amacıyla değil geniş topraklar arasında kanun ve kararların duyurulması için de kullanılmıştır. Bu durum iletişim araçlarına haberleşme görevinin yanında merkezi otoriteyi temsil etme, yönlendirme ve kontrol altında tutma gibi günümüze kadar sürecek ikincil bir görev atfetmiştir (Innis ve diğerleri, 2006).

İlk ve Orta Çağlarda, kendilerine verilen iletileri kalabalıklara sözlü olarak aktaran “tellallar” veya mesaj ve haberleri taşıyan “ulaklar” tarihteki ilk haberci örneklerini oluştururken, Roma İmparatorluğu’nda Senato kararlarının halka sözlü ve yazılı bir biçimde aktarıldığı ‘Akta Pulica’ ve daha sonraları ‘Acta Diurna’ gibi örnekler, tarihteki ilk haber metinleri veya kabaca haber bültenleri olarak kabul edilmektedir (Tokgöz, 2000). Gazetelerin öncüleri olarak kabul edilen haber mektupları ise ilk olarak on üçüncü yüzyılda kullanılmaya başlanmıştır. Bu dönemde haber mektupları tacirlere, bankerlere ve gemicilere haber sağlayan bir araç olarak elle yazılarak çoğaltılmaktaydı. Haber mektupları esas olarak matbaacılığın yaygınlaşmasından sonra tam olarak etkili olmaya başlasa bile günümüz gazeteciliğin doğuşunda önemli bir rol oynamışlardır.

Hem iletişim teknolojileri hem de gazetecilik mesleği bakımından basım tekniklerinde gerçekleşen yenilikçi fikirler yeni bir çağın kapılarını aralamıştır. Bu çağın en önemli ismi ise Johann Gutenberg’dir. Gutenberg’in matbaa alanına getirdiği yenilik, hareketli metal harfleri basım için kullanmasıyla başlamıştır (Arık, Kayakuş, ve diğerleri, 2024). Bu dayanıklı harfler, tekrar tekrar düzenlenip kullanılabilirdiğinden kitapların daha az zahmetle, daha hızlı sürede basılmasına imkân vermiştir (Murat, 2020). Gutenberg’in matbaa tekniği, mesajın bir araç vasıtasıyla geniş kitlelere ve gruplara iletimini sağlayan kitle iletişiminin ortaya çıkışında rol oynamış ve günümüz medyasının temelleri bu dönemde atılmıştır. Bu dönemde birçok içerikte basılı materyal, kilise, siyaset, bilim ve gündelik yaşam hakkında havadisleri içermiştir. Özellikle risale, el ilanı ve şarkı kitapçıkları gibi yayım biçimleri yaygın olarak basılmıştır (Taş, 2012). Tam olarak günümüz gazete yayımlarına benzer bir formda olmamalarına rağmen içeriğinde bilgilendirici olay ve durumlara vermeleri nedeniyle gazetecilik tarihi açısından referans sayılabilecek yayımlar gösterilmektedir (Parlak, 2018). Buna karşın matbaanın

icadından sonra ise gazetenin süreli bir kitle iletişim aracı haline gelmesi ancak on yedinci yüzyılda mümkün olmuştur (Üngör, 2015).

Modern gazetelere yakın ilk gazete 1536'da Venedik'te yayımlanan "Gazetta"dır (Yurdigül ve Yüksel, 2012). Gazetta temelde aylık olarak el yazısıyla hazırlanıp dağıtılan amacı ise halka Osmanlı Devleti ile yapılan savaşın gidişatını ve durumunu bildirmek olan yayımlardır. On yedinci yüzyılın başında ise gazeteler, özellikle İngiltere'de bulunan kahvehanelerde süregelen zamanda ise Amerika'daki publarda, kamunun karşılıklı sohbetinden türemiştir (Kovach ve diğerleri, 2007:27). "İlk gazeteler, kitlesel gazeteciliğin kapısını aralayan matbaanın kurulmasından yaklaşık yüz elli yıl sonra, 1609 yılında, bu mekanlarda anlatılan haberleri, dedikoduları ve siyasi tartışmaları toparlayıp kâğıda basmaya başlayan girişimci matbaacılar tarafından ortaya çıkarılmıştır" (Kovach ve diğerleri, 2007:24). Bu noktada ilk gazetelerin ortaya çıkmasında Avrupa'daki mezhep kökenli çatışmalar hakkında bilgi edinme isteği, burjuvanın sermaye birikimin oluşması ve deniz aşırı ticaretteki gelişmeler etkili olmuştur (Tokgöz, 1994:28)

Birçok kaynakta ilk gazetelerin kaç yılında ortaya çıktığına yönelik fikir birliği bulunmamasına karşın, 1605 yılında ticari bültenden ortaya çıktığı düşünülen ve Antwerp'de bir haftalık gazete olan "Nieuwe Tijdingen" ile 1609 yılında Augusburg civarında ortaya çıkan Avis Relation Oder Zeitung ilk gazete olarak kabul edilmektedir (Mediahistory, 2008; Tokgöz, 2006'dan aktaran Özçağlayan, 2008).

Endüstri Devrimiyle beraber gazetelerin yaygınlaşıp, çok sayıda insana ulaşmaya başlaması, gazetelerin içerik bakımından zenginleşerek haber değeri açısından önem kazanması ve bu duruma eş biçimde profesyonel bir meslek olarak gazeteciliğin gelişmesi söz konusu olmuştur. Özellikle bu devrimle birlikte teknolojik yenilikler, her türlü üretim biçimine sirayet ederek siyasi, ekonomik, toplumsal ve kültürel hayatı doğrudan değiştirmiştir. Örneğin buhar makinesi sayesinde insanlar daha uzak coğrafyalara, daha hızlı bir şekilde ulaşmaya başlamıştır. Bu durum beraberinde nakliye ve postacılık sistemlerinin gelişmesine, çalışan veya üreten kişilerin gelir düzeyinin artmasına ve kapalı ülke ekonomilerinin küresel bir tedarik ve ticaret ağına eklemlenmesine sebep olmuştur.

Endüstri devriminden sonra ise on sekizinci yüzyılda gerçekleşen Fransız ve Amerikan devrimleri, siyasi alanda gerçekleşen ve devamında ise toplumsal yapıları etkileyen geniş bir dönüşümün önünü açmıştır. Toplumsal değişim, bünyesinde insanoğlunun geçmiş dönemlerinden elde ettiği tüm birikimi bulundurmaktadır. Bu birikim, kültürel açıdan ele alındığında maddi olarak teknoloji, manevi olarak da ideoloji olarak nitelendirilmektedir" (Özçağlayan, 2008). Toplumun genel yapısı, belirli toplumsal kurumların gözettiği ilişkilerden

oluştugu göz önüne alındığında, bu kurumlardaki maddi ve manevi değişimin toplumsal ilişkileri de değiştirmesi anlamına gelmektedir. “Değişimin itici gücünü oluşturan “teknoloji” bu özelliğiyle, içinde doğduğu ve geliştiği toplumdan bağımsız değildir ve toplumsal yapının en önemli belirleyicilerindendir” (Kongar, 1995). Bu noktada iletişim ve habercilik alanı için teknolojik gelişimin diğer bir mihenk taşı olan telgraf ve televizyon teknolojileri ön plana çıkmaktadır.

İnsanlık, tarihin başlangıcından itibaren ihtiyaç duyduğu iletişim ihtiyacını ancak ve ancak on dokuzuncu yüzyılda ortaya çıkan modern araçlarla karşılamaya başlamıştır (Teymurova, 2003). Bu altın çağda, Claude Chappe’nin 1794 yılında icat ettiği, Morse tarafından 1844 yılında geliştirilen, elektrik esaslı bir erişimi ve kod açımı için özel bir alfabeyi kapsayan Telgraf, Graham Bell tarafından 1876 yılında icat edilen ve ses aktarımına imkân sağlayan telefon ve Marconi’nin 1896’da radyo dalgaları kullanılarak bir alıcı ve verici arasında erişimi sağlayan ve uzaktan kablosuz haberleşmeyi mümkün kılan telsiz radyonun keşfi gerçekleşmiştir. Bu teknolojik gelişmelerin yaşandığı zaman aralığı, iletişim teknolojilerinin en önemli döneminin başlangıcı olarak kabul edilmektedir. John Logie Baird’in televizyonu icat etmesi ise bu alanda radyo ve telgrafın ötesinde yeni bir çağ açmıştır. Bu noktada bahsi geçen teknolojileri sırasıyla ve ayrı ayrı ele almak önemlidir.

İlk olarak, Fransız mucit Claude Chappe, 1792 yılında icat ettiği telgrafla iletişimde devrim yaratmıştır. 1794’te aktif hale gelen bu sistem, uzak mesafelerle haberleşmeyi mümkün kılmıştır. Chappe, bu başarıyı, tepeler üzerine kurduğu kuleler aracılığıyla oluşturduğu iletişim ağı sayesinde gerçekleştirmiştir. Telgrafın bulunmasıyla birlikte ise yeni bir enformasyon çevresi oluşmaya başlamış ve tipografik kültür geri plana itilmiştir (Alver, 2004). Telgraf, bulunduğu döneme kadar yer alan iletişimin hızıyla o dönemde bulunan ulaşım hızını birbirinden koparan bir teknolojidir. 1840’lara kadar bilginin taşınması ancak ve ancak, insanların veya hayvanların taşıyabileceği hızdaydı. O dönemde yalnızca basılı bir materyal veya mektup iletmek mümkündü ve bu ileti onu taşıyan posta arabasıyla veya güverciniyle ya da trenle aynı hızdaydı. Telgraf ise elektrik aktarım esaslı bir yenilik olduğu için bilginin aktarılması elektriğin hızı ile paralel bir hale gelmiştir. Postman (1995:74) telgrafın bulunmasıyla üç önemli gelişme ortaya çıktığını belirtir: “Telgraf önemsizliğe, eylem yeteneksizliğine yol açmış ve bağlantısızlığın söylemde yer almasına neden olmuştur” (Alver, 2004). Telgraf, ilgisizliği, tutarsızlığı geniş ölçüde ve hızla yayarak bağlamdan kopuk enformasyonu meşrulaştırmıştır. Temel olarak bağlamdan kopuk olan enformasyon mevcut değerini toplumsal, politik veya fikri işlevlerini gözetmeden yeni olması, ilginç olması veya kendince diğerlerinden ayrışabilmesi sebebiyle elde edebileceğinden endişe duymaktadır.

Telgraf, bol miktarda bağlamdan kopuk enformasyon taşımış veya yaratmış en nihayetinde enformasyonu bir metaya dönüştürmüştür (Postman, 1995).

On dokuzuncu yüzyılın başlarında elektriğin ve elektromanyetik dalgaların kullanılmaya başlanmasına karşın kitle iletişim araçlarındaki gelişme çok hızlı bir şekilde devam etmiş ve yirminci yüzyıla gelindiğinde ise etki alanı, doğrudan ve dolaylı rolleri, genişlemiş ve artmıştır. Buna paralel olarak haberciliğin ve haberin boyutu da değiştirmiştir.

1.2. İletişim Araçları için Yeni Dönence: Radyo ve Televizyon

Kitle iletişiminde ve habercilik tarihi için çok önemli sayılan radyo ve televizyon arasında radyo daha erken dönem bir teknolojidir. Telsiz radyo ile ilgili yapılan çalışmalar esasen radyonun icadı için asıl tarih sayılsa bile radyo ancak yirminci yüzyılın ilk çeyreğinde yayın hayatına başlayabilmiştir. Radyonun geliştirilmesinde dört bilim insanı ön plana çıkmaktadır. Bu isimlerin icada olan katkılarını kronolojik olarak sıraladığımızda, radyo dalgalarının varlığını keşfeden ve telsiz radyonun geliştirilmesini sağlayan James Clerk Maxwell ilk sırada gelmektedir. Heinrich Hertz, radyo dalgalarına da ismini veren Alman fizikçi Radyo dalgalarının kullanımını geliştirmiştir ve ikinci sırada yer almaktadır. Üçüncü sırada 1902 yılında kendi geliştirdiği yeni teknik donanım ile deniz aşırı ses aktarımı denemeleri gerçekleştiren İtalyan bilim insanı Guglielmo Marconi yer almaktadır. Bu dönemde Marconi'nin tekniğinden yararlanılarak Cornwall (İngiltere) ile Newfoundland (A.B.D.) arasında telsiz yolu ile ilk ses aktarımını gerçekleştirilmiştir. 1907 yılında "boşluk tüpünü" geliştirerek radyonun "modern radyo" haline gelerek yaygınlaşmasında önemli bir payı olan, "Radyonun Babası" diye adlandırılan Fransız araştırmacı Lee De Forest ise dördüncü sırada yer almaktadır. Bu küçük inovasyonlar bir araya gelerek iletişimde çığır açan bir aracın ortaya çıkmasına sebep olmuştur.

Radyo dalgalarının sağladığı hız ve etki radyonun çok hızlı bir biçimde askeri ve sivil alanda kullanılmaya başlamasına sebep olmuştur. Özellikle telgraf gibi herhangi bir kablo teçhizatına ihtiyaç duymadan radyo dalgalarının atmosferden sektirilerek uzak coğrafyalara aktarılması enformasyon iletimi için devasa bir adım olarak görülmektedir. Radyonun Birinci Dünya Savaşından sonra çok hızlı bir şekilde insan hayatına girmesiyle birlikte habercilik için dönüşüm de başlamıştır. Özellikle piyasaya portatif radyoların çıkması, otomobillerde radyonun yer alması gibi gelişmelerin de etkisiyle hemen hemen her evde ve mekânda radyo bulunmaya başlamıştır. Öyle ki radyo, kendinden önceki ve sonraki kitle iletişim araçlarının yapısını bile değişikliğe uğratmıştır (Özcan ve Tugen, 2014). Bu durum haber alma pratiklerini de değiştirerek insanların bilgi alma için radyoya yönelmesini sağlamıştır.

Televizyonla ilgili gelişmelerin başlangıcı ise ilk olarak 1873 yılına dayanmaktadır. Bu dönemde Andrew May optik görselleştirme ve bilgi iletim teknolojileriyle ilgili teknik çalışmalar yaparak günümüz televizyonu için temelleri atmıştır (Kesim, 1979). 1883 yılına gelindiğinde ise Alman bilim insanı Paul Nipkow daha sonraları “Nipkow diski” olarak adlandırılacak görüntü ve resmi hareketliyen tarayabilen bir araç icat etmiştir. Nipkow diski, temel ilke olarak insan gözünün duyarlılığını temel alarak diskin çevresindeki sıralı küçük deliklerden ışığın geçirilmesiyle çalışıyordu. Nipkow tarafından “mekanik tarama” olarak adlandırılan bu buluş süregelen süreçte katot tüplerinin tarama diskleriyle birlikte kullanılmasıyla daha da geliştirilmiştir (Kesim, 1979). 1923 yılında ise Charles Francis Jenkins, bir fotoğrafı Washington’dan Philadelphia’ya radyo aracılığıyla göndermiştir. 1925’te ise Logie Baird yavaş dönen bir yel değirmeni videosunu radyo ile halka göstermiştir. Bu tarihten itibaren televizyon yayınlarının gelişme süreci başlamış ve iletişim araçları arasında o gün için en gelişmiş teknoloji sayılabilecek radyodan daha özel ve önemli bir araç olarak tanımlanmıştır. Televizyonun teknik yapısının geliştirilmesi ve yayınların başlamasıyla başlayan süreç sonunda televizyon neredeyse her evde bulunan ve tüm dünyada yayını gerçekleştirilen bir araç haline gelmiştir.

Radyo ve televizyonun yaygınlaşması, habercilik mesleğinde de değişimler sağlamış ve günümüzde ana akım olarak kabul edilen medya sisteminin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Bu noktada radyo ve televizyon haberciliğini incelemek önemlidir.

1.2.1. Radyo Haberciliği

Yayına başladığı ilk yıllardan itibaren radyo, gündelik hayatı derin bir şekilde etkilemiş ve hem siyasal hem toplumsal fikirlerin ortaya çıkmasına ve yayılmasına zemin hazırlamıştır. Radyo dinleyicisi olmanın temel koşulu herhangi bir radyo alıcısına sahip olmaktır. Özellikle transistör ile pilli ve taşınabilir radyoların yaygınlaştığı dönemde, radyo alıcısına sahip olmak, otomatik olarak dinleyici olmak anlamına gelmektedir (Özcan ve Tugen, 2014). Bu geniş dinleyici kitlesi haber, tanıtım ve eğlence içeriklerinin yayılması için bulunmaz kaftan olarak görülmekteydi ve kaçınılmaz olarak radyo haberciliği dönemi başlamıştı. Radyo haberleri, başlangıçta gazete tarzı haberciliği temel almasına rağmen zamanla gazetelerin habercilik tarzına özgü karmaşık cümlelerin aktarılmasını değiştirerek canlı yayın okumalarına elverişli olacak biçimde basitleştirmiştir (Crowley ve Heyer, 2011:361). Bu yalın ve özetlenmiş haberlerin iletilmesindeki kolaylığın yanı sıra bir kez alınan radyo vericisinin her gün yeni gazete almaktan daha az maliyetli oluşu, radyo haberciliğini önemli kılan unsurlardan en önemlileridir. Öte yandan dinlemenin, okumaya nazaran daha zahmetsiz ve birden fazla iş

yaparken bile gerçekleştirilebilir bir eylem olması sebebiyle radyo dinlemek gündelik hayatın içindeki haber alma pratiğini değiştirmiştir. İnsanlar artık gazete okumaya harcadıkları süreyi diğer işlerine ayırabilmekte, araba kullanırken veya yemek yaparken bile haber alma ihtiyaçlarını karşılayabilmektedir.

Radyonun “hayalde görüntü yaratma” özelliği, haberlerin oluşturulma pratiklerinde gazetecilik pratiklerine nazaran kolaylık sağlamaktadır. Bu durumun en temel sebebi habere konu olan olay ve durumun, mekân ve kişilerin sesli betimlenmesinin yeterli olmasıdır. Gazetecilikte ise olay, mekân veya kişilere dair fotoğrafların haber metninin değişmez bir parçası olarak görülmektedir. Aynı zamanda basım giderleri de gazeteleri, radyolara nazaran külfetli bir konuma taşımaktadır. Ancak 1920’lerden itibaren radyonun varlığı ve bu denli makul konumu bile gazetelerin bu yöndeki gelişimine, medya ekonomisi açısından, bir engel oluşturmamıştır (Özçağlayan, 2008).

1.2.2. Televizyon Haberciliği

1950’li yıllara gelindiğinde ise sözcüğün yanı sıra hareketli görüntünün kamera gibi araçlarla yakalanarak elektronik biçimlerde uzak mesafelere taşındığı televizyonun yükselişi başlamıştır. Televizyon döneme göre inanılmaz bir hız ve dolaylılıkla evlerimize bir haber çokluğu sağlamıştır (Parlak, 2018). Televizyonla birlikte, toplumun sosyo-ekonomik veya sosyo-politik yapısı içerisinde alt sıralarda bulunan çok geniş bir kitle televizyonun renkli dünyasına yönelerek, aracın onlara sunduğu farklı ve daha ilginç dünyanın “cazibesine kapılması” kaçınılmaz olmuş ve klasik haber alma araçları olan gazeteleri arkasında bırakmaya başlamıştır. Televizyon, teknik olanakları yüzünden teknolojik bir araç olarak kabul edilirken, sağladığı eğlence, siyasi veya haber içerikleri yüzündense siyasal ve toplumsal bir kurum olarak çok boyutlu bir yapıdadır (Şeker, 2016). Neil Postman’a (2016: 102) göre televizyon, sadece dünyayı anlama biçimimizi değil, aynı zamanda bilgiyi elde etme yollarımızı da etkileyen bir “üst-arac” olarak nitelendirilmektedir. Televizyon aracılığıyla telefon sistemini nasıl kullanacağımızı, hangi filmleri izleyeceğimizi, hangi kitapları, kasetleri veya dergileri alacağımızı ve hangi radyo programlarını dinleyeceğimizi öğreniriz. Postman’a (2016: 101) göre televizyon, iletişim ortamımızı diğer iletişim araçlarının yapamadığı şekilde bizim adımıza düzenleyen bir araç olarak konumlanmaktadır.

Televizyonu diğer araçlardan daha iyi yapan en önemli özellik, onun fiziksel ve teknik olarak sunduğu olanaklardır (Şeker, 2016). McLuhan’a göre (2001), televizyonun sunduğu teknik olanaklar sayesinde insanlar kendi küçük çevrelerini geride bırakarak küreselleşen ve küçülen dünyanın aktif bir üyesi olmaktadır. Özellikle yirminci yüzyılda iletişim hizmeti

sağlayan uydular aracılığıyla televizyon yayınları ülke sınırlarının ötesine geçmiştir. İnsanlar haber kanallarının ve ajansların uluslararası yayınları sayesinde anlık olarak tüm dünyada yer alan olayları takip edebilmiştir. Naklen sunulan içerikler ve canlı yayınlar haberdeki zaman ve mekân kavramını kısaltmış ve izleyiciyi tarihe tanıklık etmeye başlatmıştır. Örneğin Körfez Savaşı'nın canlı olarak televizyondan aktarılması veya Berlin duvarının yıkılışının televizyonlar aracılığıyla tüm dünyada yayınlanması habercilik açısından yeni bir dönem başlatmıştır. Bu dönemde gazeteler de giderek renklenerek, içeriklerini eğlence odaklı hale getirmiş ve görsel öğeleri ön plana çıkararak, okuyucu ilgisini canlı tutmaya çalışmıştır. Gazetelerin okuyucusuna yönelik farklı ilgi alanlarına yönelik ekler çıkarması, gazete kuponları sayesinde promosyonlar geliştirmesi bile özellikle Amerika Birleşik Devletleri'ndeki, yirminci yüzyılın ortalarındaki bulunduğu en yüksek düzeye bir daha erişmesini sağlamamıştır (Öksüz, 2007; Özçağlayan, 2008).

Radyo ve televizyondan sonra günümüze kadar süregelen zamanda haberciliği ve iletişim araçlarını değiştiren birçok farklı teknoloji ortaya çıkmıştır. Şüphesiz ki bu teknolojilerin arasında bilgisayar ve internetin yeri diğerlerinden daha farklıdır. Bu bakımdan dijitalleşme ve internet haberciliğini incelemek gerekmektedir.

1.3. Dijitalleşme ve İnternet: Medyanın Yeni Dönemi

Farklı tarihsel zamanlar, insan bilgisinin tüm yönelimlerini belirlerken kümülatif bir biçimde aktarılmasını engellememiştir. Buna karşın yaşanan teknolojik gelişmeler, değişimler ve dönüşümler, toplumsal refaha ve konfora sağlanan yeni katkılar, mevcut gerçeklik ikliminin devam etmesinde ve uygulanmasında derin değişiklikler yaratmıştır (McLuhan ve Zingrone, 1997). Marshall McLuhan, teknolojideki ve toplumdaki bu değişiklikleri tanımlamak adına birey-teknoloji ilişkisine değinmiş ve teknolojinin belirleyiciliğine yönelik perspektif oluşturmuştur. McLuhan, bu değişimler için teknolojiyi işaret ederek, bu yeni duruma insanlığın zorunlu olarak yöneltildiğini vurgulamaktadır (Varol ve Varol, 2019). Örneğin bir insanın cep telefonunun yeni çıktığı dönemde bu aracı kullanmamasına yönelik kanaat iklimi ile günümüzdeki kanaat iklimi farklıdır. İnsanlar için normal hale gelen bu teknolojiden uzak durmak anormal hale gelmiştir. Bu bakımdan, her yeni teknoloji insanların yaşamındaki sıradan aktiviteleri ve pratikleri günden güne daha çok etkilemekte, insanlar teknolojiyi kullandıkça ve güvendikçe bu durum devam ederek insan hayatının önemli bir parçası haline gelmektedir (Varol ve Varol, 2019).

McLuhan'a göre, yaşanan teknolojik gelişmeler sonrası insanlığın eski dönemlerine, mevcut teknolojilerin bir alt biçimine dönmesi pek mümkün görünmemektedir (McLuhan ve

Zingrone, 1997). Herhangi bir mesajın iletildiği araca göre farklı anlamlar kazandığını söylediği “Medya Mesajdır” kavramı da bu görüşten ortaya çıkmıştır. Bu görüş içerisinde soğuk ve sıcak araçların tanımını yaparak iletişim araçlarındaki ön görülerini paylaşmıştır (Bourse ve diğerleri, 2012:108). Sıcak bir araç izleyici katılımına izin vermeyerek yüksek enformasyonel içeriği aktarmaktadır. Öte yandan soğuk araçlar ise aktif bir izleyici katılımı için alan bırakarak sıcak araçlara nazaran düşük enformasyon yoğunluğu gösterir (Stevenson, 2008:205).

Manuel Castells teknolojik araçlar ve medya arasındaki ilişkiye değinerek, enformasyona yönelik teknolojilerin sadece yeni araçlar geliştirmekle kalmayıp, ekonomik ve sosyo-kültürel süreçler üzerinde de hâkimiyet kurabiliyor olmasına dikkat çekmiştir. Castells (2005:38) bu durumu “teknolojik devrimin ayırt edici özelliği bilginin ve enformasyonun merkezi önemi değil, bu bilgi ve enformasyonun, bilgi üretimine, bilgi işleme aygıtlarına uygulanması, yenilik ile yeniliğin kullanımı arasındaki ilişkinin birbirini beslediği bir zincir oluşturmasıdır” şeklinde özetlemiştir.

Van Dijk, haberleşme ve medyaya etki eden en önemli değişikliğin, enformasyon aktarım hizmetleri ve medyanın teknolojik yakınsama aracılığıyla bir araya gelmesi olduğunu söylemektedir (Arik, 2020). Bu teknolojik yakınsama televizyon ve radyo gibi geleneksel iletişim araçlarının, haberleşme sistemlerinin ve internetin bütünleşik biçimde çalışmasını sağlamış ve iletişimi sayısal hale dönüştürmüştür (Stevenson, 2008:298). Hem McLuhan’ın hem de Castells’in enformasyon teknolojileri için yaptığı yorumları ortak paydada niteleyen, Van Dijk’in bahsettiği şekilde teknolojik yakınsama sayesinde birbirleriyle bütünleşmiş çalışabilen enformasyon ve medya araçlarını mümkün kılan teknolojik atılım dijitalleşmedir. Dijitalleşmenin ön koşulu ise bilgisayar ve internet teknolojilerindeki gelişimdir.

Literatürde yer alan çalışmalarda yeni medya kavramı ile dijital medya kavramı aynı anlamda ve çerçevede kullanılmaktadır (Taşın ve Özsoy, 2021). Yeni medya yerine dijital medya kullanımının en önemli sebebi kavramın merkezinde yer alan sayısallaşmayı ön plana çıkarmaktır. Bu bakımdan “sayısallaşma” veya diğer adıyla “dijitalleşmeyi” incelemek gerekmektedir.

1.3.1. Dijital Dönüşüm Kavramı

Dijital kavramı, TDK’ye göre (2020), doğrudan sayısal olanı niteleyerek “bilgi ve verilerin sayısal olarak tanımlanması ve bu verilerin elektronik ortamda paylaşılması ve gösterilmesi” şeklinde açıklanmaktadır. Dijital dönüşüm ise var olan veri ve bilgilerin sayısal bir biçimde yeniden ele alarak oluşturulması, çoğaltılması veya paylaşılması anlamına gelmektedir. Bu dönüşüm süreci, teknolojik ilerlemelerle hayatın her alanına yayılan ve sürekli

olarak gelişen bir değişimi ifade eder. Özellikle yirminci yüzyılın son çeyreğinde gerçekleşen teknolojik gelişmeler ses, metin ve görüntü veri biçimlerinin ortak bir platformda yer alabilmesini sağlamıştır (Arık, 2020). Yeni medya veya diğer adıyla dijital medya kavramı bireylerin ve kitlelerin ihtiyaç duyduğu haberleşme gereksinimini karşılayabilmek amacıyla zaman ve mekândan bağımsız bir şekilde ve karşılıklı etkileşime imkân tanıyan dijital tabanlı cihazlar vasıtasıyla erişilebildiği çevrimiçi ortamların tümü olarak tanımlanmaktadır. Bahsedilen dijital tabanlı cihazlar, akıllı cep telefonu, gözlük veya saat yanı sıra bilgisayar ve tablet gibi günümüzde kullanılan ve internete bağlanabilen teknolojik aletlerin neredeyse tamamını kapsamaktadır (Altunay, 2012: 14'ten aktaran Arık, 2020).

Dijital dönüşüm, geleneksel yöntemlerle gerçekleştirilen işlerin elektronik ortamlara taşınarak gerçekleştirilmesidir (Taşın ve Özsoy, 2021). Bu geniş tanımlama kavramın genel olarak bürokrasi yapılarını, ticareti, eğlence sektörünü, eğitimi, haberleşmeyi ve neredeyse toplumsal hayattaki pratiklerdeki tamamını değiştirmesinden kaynaklanmaktadır.

Dijital dönüşümün küresel ekonomi ve ticari aktörler üzerindeki etkisi, dönüşümün diğer alanlarda da yaygınlaşmasını sağlamıştır (Leignel ve diğerleri, 2016). Günümüzde herhangi bir şirketin dijital dönüşüm sürecinden kaçması neredeyse imkansızdır. Bu dönüşüm süreci, 1960'larda bilgisayarların piyasaya sürülmesiyle gerçekleşmiştir. Bilgisayarların şirketler tarafından kullanılması muhasebe ve envanter gibi işlemleri daha düzenli hale getirmek ve bu süreçleri otomatikleştirmek amacıyla programlar geliştirmesi ile başlamıştır. Hem verimliliği hem de karlılığı arttırmak amacıyla başlayan dönüşüm 1980'lerde e-posta hizmetinin yaygınlaşması ve kişisel bilgisayarların gelişmesiyle birlikte bilgi işlem teknolojileri ve uygulamalarının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bilgi işlem uygulamaları sayesinde üretim ve çalışma şartlarında geleneksellikten kopuş gerçekleşmiş, büyük plaza ve ofisler kurulmaya başlamıştır (Leignel ve diğerleri, 2016). 1990'larda ise büyük şirketlerin kullandığı CRM ve İş Zekası gibi kitlesele yazılımların gelişimi ivme kazanmıştır (Taşın ve Özsoy, 2021). Öte yandan üretimde kullanılan yapay zekâ ve robot teknolojileri otomasyon sürecini etkileyerek üretimin daha seri ve verimli hale gelmesini sağlamış artan üretim sonucunda ise ürün bolluğu yaşanarak küresel ticaret ağlarının oluşturulmasının zorunlu hale gelmesine sebep olmuştur (Yankın, 2019).

İnternet ve dijitalleşme, sadece şirketlerin değil, ticari faaliyetlerin de dönüşümünü tetiklemiştir. Çevrimiçi ticaret siteleri (e-ticaret), üretici, tedarikçi ve müşteri ilişkilerinin yeniden kurulmasını sağlamıştır. Bu durum ticarete ulus sınırlarının ortadan kalkmasını sağlamış ve küresel bir lojistik ağının kurulmasına sebep olmuştur. Öte yandan dijital ürünlerin meta olarak kabul edilmesi ticari ürünlerin tanımını da değiştirmiştir. Fiziki olarak bulunmayan,

yalnızca dijital ortamlarda kullanılabilen yazılımlar, sanat eserleri, para birimleri ortaya çıkmış ve tıpkı geleneksel metalar gibi ticari olarak belirli değerlere sahip ürünler olarak kullanılmaya başlanmıştır.

Dijital dönüşüm, beraberinde dördüncü bir güç olarak kabul edilen medyayı da değiştirmiş hatta beşinci güç olarak kabul edilen sosyal ağları ortaya çıkarmıştır. Castells (2000) dijitalleşmeyle birlikte enformasyon teknolojilerinin süregelen zaman içerisinde kendisini geliştiren üreticilerden bağımsız bir şekilde, üretici-kullanıcı farkını ortadan kaldırarak, gelişmesi sebebiyle ekonomik ve sosyo-kültürel süreçler üzerinde hâkimiyet kurabildiğinden bahsetmiştir. Bu noktada iç içe yer alan dijital dönüşümlerin temelindeki medya dijitalleşmesine yani “yeni medyaya” göz atmak gerekmektedir.

1.4. Yeni Medya ve Yeni Araçlar

Kavramsal açıdan medya iletişim ve haberleşme faaliyetlerinin gerçekleştirildiği araçlar bütünüyken yeni medya bu faaliyetlerin dijital tabanlı araçlar vasıtasıyla gerçekleştirilmesidir. Geleneksel medya araçları geri bildirim olanağı kısıtlı ve tek yönlü, mekân ve zamana bağımlı bir iletişim biçimi sunmaktadır. Bu noktada yeni medya, gazete, dergi, radyo ve televizyon gibi geleneksel medya araçlarından farklı bir biçimde iletişimi olanaklı hale getirmektedir. Her ne kadar bu araçlar yeni medya araçlarıyla da kullanımına devam ediyor olsa bile yeni medyayı katı geleneksel iletişim araçlarının dijital platformlarda yayınlanabilmesi olarak tanımlamak yetersiz kalmaktadır. Asıl üzerinde durulması gereken unsurlar dijitalleşmenin yeni medyaya kattığı etkileşim ve grup oluşturabilme yetileridir (Smith, 2013).

Yeni medya, geleneksel medyayla karşılaştırıldığında kullanıcılarını içerik üretimi bakımından daha aktif ve yaratıcı bir biçimle konumlandırmaktadır (Binark, 2007). Bunun yanı sıra kullanıcılar teknik olanaklar bakımından daha paylaşımcı bir platformda yer almaktadır. Özellikle üretken, paylaşımcı ve etkileşim odaklı doğası sebebiyle yeni medyada devamlı etkileşim olgusu doğmuştur (Arık, 2020). Devamlı etkileşimin ön koşulu ise yazılım ve kodlama odaklı birçok sayısal verinin bir anda ve sürekli olarak dolaşıma girmesidir. Bu bakımdan Tablo 1.1.’de gösterildiği gibi dijital tabanlı iletişimin özellikleri ve yapısı çevrimiçi ağa yani internete, bilgisayar tabanlı araçlara ve etkileşime endekslidir (Taşın ve Özsoy, 2021).

Tablo 1.1. Dijital iletişimin özellikleri. Kaynak: Heinonen, Ari (1999). Journalism in the Age of the Net. Finland: University of Tampere Bookshop, 37.

Özellik	Yapı
Sayısal Veri	Görsel, işitsel veya metin tabanlı veriler “1” ve “0”lardan oluşan makine dili aracılığıyla kodlanır.

Bilgisayar	Sayısal verinin kodlanması, aktarılması ve alımlaması gibi süreçler bilgisayarlar tarafından gerçekleştirilmektedir.
Çevrimiçi Ağlar	Veri aktarımı ve haberleşme birbirine bağlı yerel veya çevrimiçi ağlar arasında gerçekleştirilmektedir.
Etkileşim	İletişim çift yönlü biçimde, geri bildirimle dayalı olarak gerçekleştirilmektedir.
Hiper metinler ve Köprüler	Sayısal veriler ve çevrimiçi ağlar birbirlerine bağlı ve bütünleşik çalışabilen çok katmanlı içeriklere olanak sağlamaktadır.
Erişilebilirlik ve Kullanılabilirlik	İçeriklere erişim maruz kalma sonucu gerçekleşmezken iletişim araçlarının kullanımı nispeten daha kolaydır.

McLuhan (1997) ve Lev Manovich (2001) yeni medyaya yönelik tanımlarında fiziksel ve zihinsel anlamda bireyi pekiştiren veya bireyin sadece sanal olarak tezahüründen farklı bir şekilde fiziksel bütünlüğün dijital teknolojilerle entegre çalışabileceği bir ortamdan söz ederek yeni medyayı ve araçlarını geniş bir yelpazede ele almıştır.

Yeni medya, paylaşımcı bir platformda kullanıcıların içerikleri dilediği gibi değiştirebildiği, istediği zaman iletişime katılabildiği bir ortam yaratmıştır. Bu bağlamda Rogers'a göre (1986) yeni medyanın geleneksel medyadan farklı olan 3 temel özelliği aşağıdaki gibidir (Geray, 2003):

1. Etkileşim: Yeni medyada gerçekleşen iletişimde etkileşimin varlığı gereklidir. Gönderici ve alıcı farklı bulanıktır.
2. Kitlesizleştirme: Geniş bir kitle içerisinde bireysel mesajların gönderilmesi olasıdır. Bu bakımdan kitle ayıklanarak herkese kişiselleştirilmiş mesaj gönderilebilir.
3. Eş zamansızlık: Aynı anda ve aynı yerde olmak iletişim için ön koşul olmaktan çıkmıştır. Bireyler zaman ve mekâna bağlı olmadan mesaja erişebilir veya mesaj gönderebilir.

Atlı ve Yücel (2016: 790) yeni iletişim teknolojilerinin karakteristik özellikleri ile ilgili yapılan en kapsamlı çalışmanın Lister tarafından gerçekleştirildiğini söylemektedir. Lister ise çalışmalarında yeni iletişim teknolojilerinin beş temel özelliğinin olduğunu belirterek bu özellikleri şu şekilde sıralamıştır:

a) Etkileşim: Yeni medya ile geleneksel medya arasındaki en önemli fark etkileşimdir. Geleneksel medya araçları bilgi akışını gönderici ve alıcı arasında tek yönlü bir biçimde sağlarken, yeni medya araçları iletişimi sürekli geri bildirimle dayalı ve yüz yüze iletişime benzer bir biçimle gerçekleştirmektedir. Lear'a göre (2008) yeni medyanın etkileşim özelliği; kullanıcıya sosyal medya gibi sayısal tabanlı platformlarda yer alma, içerik üretme ve değiştirme, gibi katılımcı kullanım fırsatı sağlamaktadır. Buna karşın geleneksel medyada yer alan kitle iletişim araçlarının yeni medya araçlarına nazaran tek yönlü iletişim sağladığı kabul edilmekle birlikte, tamamen geribildirim unsurundan noksan bulunmamaktadır. Örneğin, gazetelerin tirajları, televizyon programlarının reyting oranları ve izleyici ile okuyucu araştırmaları, kitle ve kaynak arasındaki kısıtlı bir etkileşim süreci olarak değerlendirilmektedir (Arık, 2020). Bu açıdan etkileşim kavramının varlığı ve yokluğu gibi bir farktan ziyade ziyade etkileşim temelli bir iletişim olup olmaması fark yaratmaktadır. Bu noktada etkileşimi bir süreç olarak "kaynak ile alıcı arasında veya daha geniş anlamda herhangi bir sayıda kaynak ve alıcı arasındaki çok yönlü iletişim" (Pavlik, 1996:137) şeklinde ele almak yerine "bir telekomünikasyon kanalı aracılığıyla kişiden kişiye iletişim (örneğin: telefon) ve kişi ile makine arasındaki etkileşimi (örneğin: elektronik bankacılık işlemleri) sağlayan teknolojiler" (Carey, 1989) şeklinde özellik olarak ele almak gerekmektedir.

b) Yakınsama: Genel olarak benzer yapıya sahip hizmetlerin veya bütünleşebilir araçların bir araya getirilerek tek araç üzerinden erişilebilir hale getirilmesidir (Aktaş, 2014:60). Bu noktada yakınsama teriminde yer alan bir araya gelme birçok farklı birleşmeyi nitelemektedir. Örneğin telefon, televizyon ve fotoğraf makinesi gibi farklı özelliklere sahip araçların birleşmesi de yakınsama gerçekleştirmektedir. Bu bağlamda yakınsama iki temel kategoride ele alınmaktadır.

- Teknolojik yakınsama: birbirinden farklı teknik özellikleri bulunan birden fazla aracın teknik özelliklerini kaybetmeden yeni bir cihaz ortaya çıkacak şekilde bütünleşmesidir. Örneğin akıllı telefonlar.
- Medya (içerik) yakınsaması: Medya, telekomünikasyon veya bilişim gibi sektörlerin veya video, ses ve metin gibi veri biçimlerinin bir araya gelerek bütünleşik şekilde çalışmasıdır. Örneğin internet haberleri.

Yakınsamanın gerçekleşmesi için sayısal dil tabanlı kodlamaların ve yazılımların kullanımı gerekmektedir. Günümüzde yakınsama sonucu ortaya çıkan teknolojilerin birçoğu "akıllı" ön adıyla nitelenmektedir. Örneğin akıllı adıyla ortaya çıkan cep telefonları, televizyonlar ve giyilebilir teknolojiler birçok farklı teknolojinin bütünleşik çalışmasıyla mümkün olmuştur. Yeni Medyada yer alan içerik yakınsaması yalnızca içeriklerin

paylaşılmasında değil aynı zamanda üretiminde ve tüketilmesinde de bulunmaktadır (Arık, 2020). Bu bağlamda yeni medyaya zevk ve eğlence odaklı tüketim kalıplarını (bilgisayar oyunları, simülasyonlar, film efektleri) yine içerik yakınsaması kazandırmıştır (Lister ve diğerleri, 2009).

c) Kitlesizleştirme: Geleneksel iletişim araçları teknik altyapıları bakımından kitle iletişimine uygun araçlardır. Bu bağlamda geleneksel medyada iletiler belirli bir zaman ve mekâna bağımlı olan ve homojen varsayılan bir gruba iletilmektedir (Arık, 2020). Sayısal tabanlı iletişim araçlarında ise: aktarılması planlanan iletinin zaman ve mekândan bağımsız biçimde, tek kişiye veya heterojen varsayılan bir gruba göre kişiselleştirilebilmesi söz konusudur. Böylece yeni medyanın diğer önemli özelliklerinden birisi olan bireylerin bilgi taleplerine yönelik içerik hazırlama anlayışı ön plana çıkmaktadır (Aktaş, 2014). Kitlesizleştirmeye örnek olarak bireylerin e-ticaret sitelerinde gerçekleştirdiği seçimlere göre şekillendirilmiş elektronik reklamlar görmesi gösterilebilir.

d) Eş zamansızlık: İletişim sürecinde eş zamansızlık terimi, kaynak ve alıcı arasında gerçekleşen iletişim için zaman şartı belirlenmeden gerçekleşmesi olarak nitelendirilmektedir (Aktaş, 2014). Geleneksel medya araçlarında pasif konumdaki izleyiciye yönelik tek taraflı bir iletişim süreci söz konusudur. Bu süreç sırasında kullanıcı yalnızca belirlenen zaman diliminde iletiye maruz kalabilmektedir. Bu iletişim türünde kaynak iletiye yönelik mutlak kontrolün sahibidir. Bu bağlamda radyo ve televizyonda canlı gerçekleşen programlar eşzamanlı iletişime örnektir. Öte yandan kısa mesaj, elektronik posta veya sosyal medya yorumu ile gerçekleştirilen ileti gönderimi ise eşzamanlı iletişim biçimine yönelik örneklerdir (Timisi, 2003, p. 125). Eş zamansızlık özelliğiyle birlikte iletinin kontrolü kaynaktan alıcıya geçmiş ve “zaman bağımsız” bir iletişim biçimi mümkün hale gelmiştir.

e) Multimedia: Multimedia kavramı, hareketli veya hareketsiz görüntü, ses ve metin gibi farklı formatlarda yer alan verilerin en az ikisinin birlikte kullanarak sayısal bir biçimde sunulmasına olanak tanıyan ortamlardır (Aldağ ve Sezgin, 2002). Bu biçimde yer alan verilerin görüntülenmesi, düzenlenmesi ve aktarılması dijital tabanlı bir süreç söz konusu olduğundan dolayı bilgisayar aracılığıyla sağlanmaktadır. Öte yandan Multimedia yalnızca farklı veri biçimlerinin sunulmasını sağlayan uygulamaları değil aktarılan veriler arasında planlı bir biçimde kurulan dijital bağlantıları yani hiper metinler ve köprüleri de kapsamaktadır (İspir ve diğerleri, 2013:13). Örneğin haber ajansları ve gazetelerin internet sitelerindeki içerikler ses, görüntü veya metin biçimlerinin bütünleşik ve planlı bir şekilde kullanımıyla oluşturulmaktadır. Aynı zamanda farklı haberler veya içerikler arasında geçişe izin veren hiper linkler bulunmaktadır.

Multimedya yanı sıra etimolojik olarak yakın, dijitalleşme ve yeni medya teknolojilerinin öncesinde de uygulanan ancak yeni medya teknolojileriyle birlikte kullanım oranı ve alanı artan iki kavram bulunmaktadır. Bu iki kavram “Crossmedya” ve “Transmedya”dır.

Crossmedya veya Türkçe karşılığı olarak çapraz medya, aynı içeriğin farklı medya platformlarında (örneğin, televizyon, radyo, internet, sosyal medya, basılı yayınlar gibi) “birbiriyle bütünleşmiş bir şekilde” sunulmasını ifade eden bir kavramdır. Crossmedya stratejileri, farklı medya kanallarını kullanarak kişinin iletilerinin geniş bir kitleye ulaşmasını, içerik üretici ve kullanıcı arasındaki etkileşimini artırmayı ve kişinin veya markanın ya da paylaşılan içeriğin daha geniş bir etki yaratmasını hedeflemektedir. Örneğin Twitch gibi canlı yayın akış platformlarında hazırlanan içeriklerin Youtube veya Instagram gibi farklı sosyal medya mecralarında da paylaşılması Crossmedya’dır. Temel olarak Crossmedya’nın özellikleri aşağıdaki gibidir:

- **İçerik Bütünleşimi:** Aynı içeriğin farklı medya kanallarında birbirini devam edecek veya tamamlayacak şekilde sunulması. Örneğin, bir televizyon dizisine dair kesitlerin Twitter aracılığıyla desteklenmesi, podcast veya radyo yayınlarıyla tanıtılması ve internet üzerinden ek içerikler sağlanması.
- **Kullanıcı Etkileşimi:** Kullanıcıların farklı iletişim araçları veya platformlar üzerinden etkileşime geçmesine olanak tanır. Örneğin, televizyonda yer alan haber programı veya tartışma programı hakkında sosyal medya üzerinden yorum yapılabilir ve programa katılım sağlayabilir.
- **Kapsamlı Pazarlama:** Dijital içerik üreticileri veya markalar, crossmedya stratejileriyle daha geniş bir kitleye ulaşabilir.
- **Çoklu Erişim:** Kullanıcılar, crossmedya stratejisi sayesinde içeriğe farklı cihazlar ve platformlar aracılığıyla erişebilir. Örneğin, bir dizi, televizyon yayınının bitiminden sonra video paylaşım siteleri aracılığıyla yeniden izlenebilir.
- **Koordineli Yayın:** Farklı medya kanallarında içeriklerin uyumlu ve koordineli bir şekilde yayınlanmasını ve iletilen mesajların tutarlı bir şekilde aktarılmasını sağlarken izleyici deneyimini zenginleştirmektedir.

Crossmedya, günümüzün dijital çağında markalar ve medya kuruluşları için önemli bir stratejik uygulama haline gelmiştir. Tüketicilerin çeşitli medya kanallarını kullanma eğilimleri göz önüne alındığında, crossmedya yaklaşımları, etkileşimi artırmak ve daha geniş kitlelere ulaşmak için etkili bir yöntem sunmaktadır.

Transmedya terim ilk olarak 1991 yılında Marsha Kinder tarafından ele alınan İktidar ile Oynamak (Playing with Power) eserinde kullanılmıştır (Tokgöz ve Polat, 2018). Transmedya, bir hikâyenin ya da içeriğin, “birbirini tamamlayan parçalar halinde”, farklı medya platformlarında (örneğin, televizyon, film, kitap, video oyunları, web siteleri, sosyal medya, vb.) anlatılmasıdır. Bu uygulama, her bir iletişim aracının veya platformun kendine özgü özelliklerinden faydalanarak kullanıcıya daha zengin ve etkileşimli bir deneyim sunmayı amaçlar. Transmedya temel olarak izleyicinin ya da kullanıcının farklı kanallarda dolaşmasını ve her platformda yeni bilgiler edinmesini sağlar. Transmedya ile ilgili kavramsallaştırmanın büyük bir kısmı Herny Jenkins (2006) tarafından gerçekleştirilmiştir ve bu çalışmaların ortak bakış açısı çağdaş hikâye anlatıcılığının bu etkileşimli formunun tüm eğlence ekosisteminin kapasitesini genişleterek dönüştürdüğü yönündedir (Nedelcheva, 2016:3735). Örnek olarak hikayesine çizgi roman olarak başlayan bir karakterin sinema filminde hikayesine devam etmesi ve ardından video oyun aracılığıyla hikayesini sonlandırması gösterilebilir. Transmedya’nın dört temel özelliği aşağıdaki gibidir:

- **Hikâye Yayılımı:** Hazırlanan hikâye, farklı medya platformlarında veya iletişim araçları vasıtasıyla çeşitli parçalar halinde anlatılır. Her platform, hikâyenin bir bölümünü ya da perspektifini kendine özgü sunarken hikâyenin devamlılığını başka mecralara taşımaktadır. Bu durumu izleyicinin hikâyeyi tam olarak anlaması için farklı kanalları takip etmesini gereklilik haline getirmektedir.
- **Aktif Katılım:** Transmedya, kullanıcıları aktif bir şekilde hikâyeye katılmaya teşvik etmektedir. Kullanıcılar, hikâyenin farklı parçalarını keşfetmek için kendi başlarına diğer platformlara yönelerek maruz kalmaktan çok tercih etmektedir.
- **Tutarlılık ve Bağlantılılık:** Transmedya ana hikâyenin farklı parçaları arasında tutarlılık sağlamak amacıyla veya eksik ya da yanlış olduğu düşünülen kısımların değiştirilmesi için fırsat sağlamaktadır.
- **Çoklu Bakış Açısı:** Transmedya, hikâyeyi farklı karakterlerin bakış açılarıyla anlatabilme veya farklı zaman dilimlerine odaklanabilme imkânı tanımaktadır. Öte yanda kullanıcı hikayedeki zaman çizelgesini kendi keşfettiği, farklı karakterlerle bağ kurabildiği için daha yoğun bir deneyim yaşamaktadır.

Transmedya, izleyicilerin ya da kullanıcıların hikâyeye daha derinlemesine dalmalarını ve farklı platformlar aracılığıyla daha geniş bir deneyim yaşamalarını sağlamaktadır. Temel olarak multimedya, farklı veri biçimlerinin bir arada kullanılarak ileti oluşturulmasıyla ilişkiliyken, crossmedya içeriklerin farklı iletişim araçlarıyla ve farklı platformlarda

paylaşılmasıyla ilişkili uygulamadır. Transmedya ise bir hikâyeyi farklı medyalardan parça parça anlatıldığı hikâye anlatıcılığı biçimidir. Bu üç farklı medya biçimi arasında yalnızca multimedya dijitalleşme ile doğrudan ilişkilidir. Crossmedya ve transmedya ise dijitalleşme öncesinde de gerçekleştirilen bir uygulamayken yeni medya araçları sayesinde daha farklı mecralarda daha fazla uygulanmaya başlamıştır.

1.4.1. Dijitalleşmenin Gazetecilik Üzerindeki Dönüştürücü Etkisi: Gelenekselden Dijitale Geçişin Dinamikleri

İnternete erişimin ve kullanımının gün geçtikçe arttığı günümüzde, geleneksel gazetecilik anlayışı popülaritesini kaybederek yerini internet gazeteciliğine bırakmaya başlamıştır (Karataş, 2015, p. 32). 2024 yılında Datereportal tarafından hazırlanan “Digital in Turkey” başlıklı rapora göre Türkiye’de bilgisayar aracılığıyla çevrimiçi ağa erişen 74 milyon aktif internet kullanıcısı bulunmaktadır. Öte yandan nüfusun %98’inin akıllı cep telefonu bulunmaktadır (Datereportal, 2024). Bu istatistikler doğrultusunda Türkiye içinde popüler söylemde “online değilsen, aslında yoksun” ifadesi (Narin, 2017:21) geçerli olmuş ve günümüzde basılı-geleneksel gazetelerin neredeyse tamamı çevrimiçi dijital dünyanın sağladığı hızlı ve etkileşim odaklı haber sitelerine doğru dönüşmeye başlamıştır. Dönüşüm süreci ilk olarak gazete sahiplerinin karlılık oranının gözeterek normalde basılı olarak hazırladıkları gazeteleri ve haberleri dijitale aktarmasıyla gerçekleşmiştir (Karataş, 2015; Taşın ve Özsoy, 2021). Oya Tokgöz (2000:285) süreci üç döneme ayırarak aktarmaktadır: “ilk dönemde gazeteciler haberi kendi geleneksel gazeteleri için yapmış ve internete de aktarmışlardır. İkinci dönemde gazeteciler, internet için özgün haber içerikleri üretmişlerdir. Üçüncü dönemde ise kullanıcıya haber içeriğini denetleme fırsatı doğmuş ve tek yönlü iletişim yerine interaktif iletişim sağlanmıştır.”

Dijital gazeteler ilk olarak Amerika Birleşik Devletleri’nde, geleneksel yöntemlerle habercilik yapan gazetelerin yaşanabilecek kâğıt krizlerine önlem almak veya baskı maliyetlerini düşürmek gibi nedenlerden dolayı baskıya hazırlanan gazetelerindeki içerikleri aynı zamanda dijital ortamda yayınlamasıyla faaliyetlerine başlamıştır. Bu amaçla, The Washington Post, New York Times, Daily Mirror ve Herald Tribune gazeteleri 1995 yılında “Yeni Yüzyıl Yayın Ağı” adlı çatı şirketi kurmuş ve dijital gazetecilik dönemini başlatmıştır (Gürcan, 1998:30). ABD dışında yayınlanan ilk dijital gazeteler ise Almanya’da Der Spiegel ve USA Today ile Çin Halk Cumhuriyeti’ndeki China Business Journal gazeteleri olmuştur (Karaduman, 2002:89). Türkiye’de dijital gazetelerin ilk örnekleri dünya ile eş zamanlı bir şekilde 1995 yılında görülmektedir. Zaman gazetesi 1995 yılında içerik açısından ABD’deki

ilk dijital gazetelerle aynı şekilde basılı yayın için hazırlanan haberlerinin tamamını internete taşımış ve dijital gazeteciliğe başlamıştır. Zaman gazetesinden bir yıl sonra Milliyet, 1997’de ise Sabah gazetesi aynı stratejiyi kullanarak dijital yayıncılığın Türkiye’deki öncülleri olmuştur. Basılı halde yayınlarına devam eden bu gazetelerden farklı bir biçimde, diğer gazetelerden ve haber ajanslarından derlediği haberleri ve köşe yazılarını internet sitesinden paylaşarak, yayın yapan ilk gazete ise XN (Eksen) gazetesidir (Toruk, 2008:291). Türkiye’de dijital gazeteciliğin ikinci çağına yönelik 2007 yılından itibaren faaliyet göstermeye başlayan ensonhaber.com.tr, haberler.com.tr, t24 ve bianet gibi bağımsız haber siteleri örnek gösterilebilir.

Dijital gazetecilik, internetin ve dijital teknolojilerin yaygınlaşmasıyla birlikte ortaya çıkan ve hızla gelişen bir alan olarak, geleneksel gazetecilik pratiklerini köklü bir biçimde dönüştürmektedir (Narin, 2017; Taşın ve Özsoy, 2021). Geleneksel yöntemlerle hazırlanan gazetelerde haber metni yalnızca fotoğraf, grafik ve metinden oluşurken dijital ortamda yayın hayatına devam yapan gazetelerde gelenekselden farklı veri biçimleri de bir arada kullanılmaktadır (Kuyucu, 2013:67). Bu yeni gazetecilik türü, multimedya unsurlarını (metin, görüntü, video, ses) bir araya getirerek okuyuculara zenginleştirilmiş içerikler sunmakta ve kullanıcıların haberlere anında erişimini mümkün kılmaktadır (Karaduman, 2002:86). Geleneksel medya ile karşılaştırıldığında, dijital gazetecilik interaktifliği artırarak kullanıcıları pasif bir konumdan sıyrarak haber içerikleriyle etkileşimde bulunmasına, yorum yapmasına ve sosyal medya aracılığıyla paylaşmasına olanak tanır. Bu durum, haber tüketiminin tek yönlü bir süreçten çıkarak çok yönlü ve dinamik bir yapıya dönüşmesine katkı sağlamaktadır (Demire, 2018; Karataş, 2015). Öte yandan mikro bloglar veya yurttaş gazeteciliği gibi kavramlar internet ve dijital gazetecilikle birlikte ortaya çıkmıştır. Bu kavramlar okuru haber üretim sürecine doğrudan veya dolaylı şekilde dahil ederek hem haber kaynağı olmaya hem muhabir gibi üretim sürecinde görev almasına imkân sağlamaktadır. İnternet üzerinden yayınlanan haberler, büyük veri analitiği ve yapay zekâ gibi teknolojiler kullanılarak kullanıcıların ilgi alanlarına göre kişiselleştirilebilmekte, böylece daha hedefli ve etkili bir haber deneyimi sunulmaktadır. Verilerin sayısal olarak bulunması veri veya arşiv gazeteciliğinin uzmanlık alanı olarak gazetecilik mesleğinde tekrar popülerleşmesine sebep olmuştur. Dolayısıyla dijital gazeteciliğin sunduğu bu avantajlar hem gazetecilik mesleğinde hem de haber tüketim alışkanlıklarında köklü değişikliklere yol açarak, medyanın geleceğini şekillendirmektedir.

Dijital gazetecilik, haber üretiminden dağıtımına kadar tüm süreçlerde teknolojik yeniliklerden faydalanarak, haberlerin daha hızlı, geniş ve erişilebilir bir şekilde yayılmasını sağlamaktadır. Dijitalleşmeyle birlikte gazetecilikte değişen pratikler şunlardır:

- a) Haber üretim ve dağıtım süreci: Basılı gazeteler en fazla 2 kez matbaa sürecine girmektedir. Bu durum basıma hazır gazeteye ekleme veya düzeltme yapmayı zorlaştırmaktadır. İnternet ve dijital tabanlı platformlar ise haberlerin anında yayınlanmasına, haber içeriğinin istenildiği zaman değiştirilmesine olanak tanımaktadır. Dolayısıyla gazetecilerin olayları hızlı bir şekilde aktarmasına, haber atlama ihtimalinin artmasına sebep olmaktadır. Dijital gazetelerde haber metninin hazırlanma sürecinde fotoğraf ve metnin yanı sıra video, ses ve interaktif grafikler gibi multimedya unsurlarının kullanılmaktadır. Bu durum okur açısından daha yoğun haber deneyimi sağlamaktadır. Öte yandan dijital gazetelere erişim, internetin doğası gereği coğrafi sınırlamalardan bağımsız olması sebebiyle dünya genelinde ve günün her saatinde mümkün olabilmektedir.
- b) Kullanıcı etkileşimi: Dijital gazete okuyucuları, haberler hakkında anında geri bildirimde bulunabilmekte ve yorum yapabilmektedir. Öte yandan kullanıcılar gazetelerdeki haberleri, kişisel sosyal medya sayfalarında veya farklı platformlarda paylaşarak haberlerin daha geniş kitlelere ulaşmasına katkı sağlayabilmektedirler.
- c) Kişiselleştirilmiş içerik: Dijital gazeteler okuyucuların davranışlarını ve etkileşim yoğunluğunu izleyerek hangi haberlerin daha çok ilgi gördüğünü analiz edebilmektedir. Bu sayede kullanıcıların ilgi alanlarına göre kişiselleştirilmiş haber akışları hazırlayarak farklı gazete içerikleri paylaşılabilir.
- d) Ekonomik düzen ve gelir kaynakları: Dijital gazeteler, reklam verenlerin interaktif ve elektronik reklamlarını kendi sayfalarında paylaşarak geleneksel reklamlardan farklı bir biçimde “hedefli reklamcılık” gerçekleştirmektedir. Dijital içeriklerin sayısal formatlarda üretilmesi, basım, dağıtım ve depolama gibi maliyetlerin azalmasına veya kaldırılmasına sebep olmuştur. Öte yandan birçok dijital gazete, abonelik modelleri veya ücretli içerik sunarak geleneksel gazetelerin satış yaparak elde ettiği gelire benzer bir gelir elde edebilmektedir.
- e) Gazeteci rolleri ve becerileri: Haber üretiminin sayısal tabanlı teknolojiler ve platformlar aracılığıyla gerçekleştirilmesi gazetecilerin, bilgisayar kullanımı, web tasarımı, video düzenleme ve sosyal medya yönetimi gibi teknik becerilere sahip olmasını gereklilik haline getirmiştir. Öte yandan teknolojik yakınsama sebebiyle birçok hibrit araç gazetecilerin birden fazla görevi (yazı, fotoğraf, video çekimi) yerine getirmesine imkân tanımıştır. Bu durum gazeteci istihdamı için olumsuz etkilere sebep olurken teknik bilgi ve mesleki uzmanlaşma açısından yeni alanlar oluşturarak mesleğin niteliğinin artmasına neden olmuştur.

- f) Yeni haber formatları: Gazetelerin sahiplik yapısı veya yayın politikası gibi içerik süzgeçlerinin dışında alternatif haber mecralarının açılmasına olanak sağlamıştır. Blog, mikroblog ve vlog formatları, haberlerin okura daha kişisel yoğun ve doğrudan bir şekilde sunulmasını imkân vermektedir. Günümüzde podcastler veya anlık görüntü akış platformlarında gerçekleştirilen haber yayınları önemli bir haber formatı haline gelmiştir.
- g) Doğrulama ve teyit: Yoğun ve düzensiz enformasyon akışı dijital platformlarda yayılan yanlış bilgilerin hızla doğrulanması ve düzeltilmesi gerekliliği doğmuştur. Hem enformasyonun doğruluğunu kontrol etmek için oluşturulan yapay zekâ ve algoritmalar hem de sadece denetim ve teyit için faaliyet gösteren dijital platformlar bu ihtiyacı karşılamaya çalışmaktadır.

Dijitalleşme ve internet gazetelerin yapısını, içeriklerini ve gazetecilik pratiklerini değiştirirken yepyeni gazetecilik türlerini de ortaya çıkarmıştır. Örneğin dijital gazeteler daha fazla gelir elde etmek için içeriklerin daha fazla tıklanmasına ve kullanıcıların bu içeriklerle ilgili sayfalarda daha fazla süre geçirmesine ihtiyacı vardır. Bu durum “Clickbait” gazetecilik adı verilen daha çok okuru yanıltmaya veya yönlendirmeye dayalı gazetecilik türünü ortaya çıkarmıştır. Öte yandan her geçen gün gelişen teknoloji yapay zekâ, drone ve sanal gerçeklik gibi yapıların habercilik pratiklerine dahil edilmesini elzem bırakmış ve geleceğin gazeteciliği olarak anılan Hi-tech gazetecilik biçimlerini gündeme taşımıştır.

1.5. Yeni Nesil Gazetecilik: Dijitalleşmenin Yeni Habercilik Türleri

Yeni medyanın ve onu mümkün kılan teknolojilerin her geçen gün gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan yeni habercilik türleri, dijital çağın dinamiklerine uyum sağlayarak haber üretim ve tüketim süreçlerinde önemli değişikliklere yol açmıştır. Özellikle gazetecilik mesleğinde haber üretim, dağıtım ve sunum süreçlerine eklenen 5G, drone, yapay zekâ, artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik gibi yüksek teknolojiler, “Hitech Journalism” olarak adlandırılan ve yeni nesil gazetecilik faaliyetlerini niteleyen kavramın ortaya çıkmasına neden olmuştur (Pérez-Seijo ve diğerleri, 2020; Verdú ve Ruiz, 2019). Bu yeni türler arasında SEO gazeteciliği, sosyal medya gazeteciliği, clickbait gazeteciliği, veri gazeteciliği, mobil gazetecilik, drone gazetecilik, immersive gazetecilik ve yapay zekâ tabanlı robot gazetecilik öne çıkmaktadır.

1.5.1. Sosyal Medya Gazeteciliği

Sosyal medya, dijital dönüşümün en önemli sonuçlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Kavram olarak sosyal medya, insanların çevrimiçi teknolojiler aracılığıyla içerik paylaşabildiği, etkileşimde bulunabildiği ve topluluklar oluşturabildiği dijital platformları ifade etmektedir (Arık, 2020). Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn ve TikTok gibi platformlar, bireylerin metin, görsel, video ve ses dosyaları gibi çeşitli içerikleri paylaşmasına olanak tanıyarak, kullanıcılarının gerçek zamanlı olarak haberleşmesine, bilgi alışverişi yapmasına, fikirlerini paylaşmasına ve hatta aktivizm, pazarlama ya da habercilik gibi profesyonel alanlarda faaliyet göstermesine izin vermektedir.

Dijitalleşmeyle birlikte geleneksel medyanın yerini giderek daha fazla dijital platformların almaya başlamış, bu süreçte haber üretimi ve yayımı süreçleri de büyük bir değişime uğramıştır. Hem etkileşimli yapısı hem de kalabalık bir ekosistemi bünyesinde bulundurması yüzünden sosyal medya, bireylerin haberleri sadece tükettiği değil, aynı zamanda ürettiği ve paylaştığı bir alan haline gelmiştir (Hermida, 2013).

Kabaca bir tanımla sosyal medya gazeteciliği, geleneksel gazetecilik amaçlarının dijital platformlara entegre edildiği ancak geleneksel pratiklerin dijitalleşmenin olanaklarına ve yapısına paralel bir biçimde farklılık gösterdiği bir gazetecilik biçimidir. Bu tür gazetecilik, haber içeriklerinin Facebook, Twitter, Instagram, YouTube gibi sosyal medya platformları üzerinden paylaşılmasıyla gerçekleştirilmektedir. Böylece haberler, bireyler ve kurumlar tarafından hızlı bir şekilde üretilir, geniş kitlelere paylaşılır ve yayılma sürecinin bir kısmı tüketicinin elinde bulunur (Vis, 2013). Bu bakımdan sosyal medya gazeteciliği, tıpkı sosyal medyada içerik üreticilerinin olduğu gibi, bireylerin haber üreticisi ve tüketicisi olduğu "prosumer" kavramıyla da ilişkili gerçekleşmektedir (Toffler, 1980)

Sosyal medya gazeteciliği, insanla ilgili olan birçok alanda uygulanabilmektedir. Bu durumun en temel sebebi, sosyal medya platformlarında haber üretiminin ve paylaşımının, kitlelere ulaşmanın kolaylığı başta olmak üzere ucuz ve zahmetsiz oluşudur. Dolayısıyla siyasi olaylardan spor haberlerine, çevre sorunlarından eğlence içeriklerine kadar birçok konuda haber üretimi ve paylaşımı sosyal medya aracılığıyla gerçekleşmektedir. Örneğin, bir mikroblog platformu olan Twitter, kriz zamanlarında hızlı haber paylaşımı için önemli bir platform olarak öne çıkmıştır (Kwak ve diğerleri, 2010). Gezi eylemleri ve Arap Baharı sürecinde sosyal medyanın, habercilikte ne kadar etkili olduğu görülmüş ve birçok sosyal hareketin medya stratejilerinin merkezi haline gelmiştir (Tufekci, 2017).

Sosyal medya gazeteciliği, bireylerin kendi medya kanallarını oluşturarak bağımsız haberciliğin sürdürülmesine olanak sağlamaktadır. Bloglar, YouTube kanalları ve Twitter

hesapları, bireylerin bir medya patronundan veya belirli bir yayın politikasından bağımsız haber yayını yapabileceği platformlar arasında yer almaktadır (Gillmor, 2006). Bu bağlamda sosyal medya gazeteciliği, geleneksel medyanın sınırlı ve kısıtlı yapısına alternatif bir mecra sunmakta ve bağımsız gazetecilerin medya sektöründe yer almasını sağlamaktadır.

Sosyal medya gazeteciliğinin bilgiye erişim hızı ve yayılma kapasitesi dikkate değer oranda fazladır. Geleneksel medyanın sınırlamalarına kıyasla sosyal medya, anında haber paylaşımı ve erişimi sağlamaktadır. Özellikle kriz durumlarında, sosyal medya haberlerinin yayılma hızı kritik öneme sahiptir (Vis, 2013). Ayrıca sosyal medya, habercilikte çeşitlilik ve çoğulculuğu artırarak farklı seslerin duyulmasına olanak tanır (Bruns ve Highfield, 2015). Bu özellikleri bakımından sosyal medya, “kamusal alan” (Public Sphere) teorisiyle doğrudan ilişkilendirilmektedir. Habermas (1991), kamusal alanın, bireylerin ortak meseleler üzerine tartıştığı ve kamusal bilincin oluştuğu bir alan olarak tanımlar. Sosyal medya ise kamusal alanı dijital bir altyapıda büyüterek bireylerin daha geniş bir kitleyle etkileşime girmesine olanak tanımaktadır (Papacharissi, 2002). Bu bağlamda sosyal medyada gerçekleştirilen gazetecilik faaliyetleri etki ve yayılma bakımından geleneksel medyanın çok ötesindedir. Öte yandan sosyal medya gazeteciliğinin etkileşim ve paylaşımcı yapısı, geleneksel medyanın gündemi şekillendirme gücünü büyük ölçüde bireylere ve sosyal medya algoritmalarına yönlendirmiştir (Hermida, 2013).

Sosyal medya gazeteciliğinin öne çıkan diğer bir özelliği ise interaktif doğasıdır. Bireyler, haberleri sadece tüketmekle kalmaz, aynı zamanda yorum yaparak ve paylaşarak bu sürece aktif olarak katılırlar. Bu da demokratik katılımı ve bireylerin haber süreçlerine dâhil olmasını teşvik eder (Hermida, 2013). Ancak, kamusal alana benzer interaktif bir yapının dijital bir ortamda uygulanması, dezenformasyon ve kutuplaşma gibi sorunları da gündeme getirmiştir (Benkler ve diğerleri, 2018). Dezenformasyon, mezenformasyon ve manipülasyon riski sosyal medya gazeteciliğinin en önemli sorunudur. Çünkü sosyal medya platformları, herhangi bir editöryal denetimden geçmemiş veya herhangi bir kaynak tarafından doğrulanmamış bilgilerin hızla yayılmasına olanak tanımaktadır. Bu durum güvenilirlik ve gazetecilik etiği açısından önemli sorunlar yaratmaktadır (Hermida, 2013). Özellikle kriz dönemlerinde veya seçim gibi politik dönemlerde yaygın bir biçimde gerçekleşen dezenformasyon ve yanlış bilgilendirme girişimleri toplumsal açıdan ciddi tepkilere ve sorunlara yol açmaktadır (Allcott ve Gentzkow, 2017). Öte yandan gündem belirlemenin büyük ölçüde atfedildiği sosyal medya algoritmaları, bireyleri kendi görüşlerine benzer içeriklerle çevreleyerek "echo chamber" etkisi yaratabilir. Bu da bireylerin farklı görüşleri duymalarını engelleyerek toplumsal kutuplaşmayı artırmaktadır.

(Sunstein, 2014). Bu bağlamda sosyal medya gazeteciliği, sağladığı faydanın yanı sıra kamusal alanın daralmasına ve toplum içinde görüş farklılıklarının keskinleşmesine yol açabilmektedir.

1.5.2. Podcast Gazetecilik

Podcast, XML tabanlı RSS (Really Simple Syndication) beslemeleri aracılığıyla internet üzerinden dinleyicilere aktarılan dijital ses içerikleridir (Llinares ve diğerleri, 2018). Podcast kelimesi, "iPod" ve "broadcast" (yayın) kelimelerinin birleşiminden türetilmiştir. İlk olarak 2000'lerin başında popülerlik kazanmaya başlayan bu format, günümüzde geniş bir kitleye hitap eden bir medya türü olarak öne çıkmaktadır.

RSS'in bir akış yerine dosya biçimi olması sayesinde, yalnızca podcast içeriklerinin kullanıcının cihazına indirilmesi için internet bağlantısına ihtiyaç duyulmaktadır. Dolayısıyla bireylerin podcast dinleyebilmesi için çevrimiçi bir ağa bağlı olmasına gerek yoktur. Bu özellikleriyle podcastler, radyo yayıncılığından farklı olarak zaman ve mekândan bağımsız dinlenebilir içeriklerdir.

Podcast gazeteciliği, diğer podcast içeriklere benzer biçimde RSS beslemeleriyle aktarılan haber içerikleridir. Haber podcast'leri genellikle güncel olaylar veya belirli bir konu hakkında derinlemesine analizler gerçekleştirmek ya da araştırmacı gazetecilik pratiklerini uygulayarak elde edilen bir hikâyeyi aktarmak üzerine kurgulanmaktadır. Bu bağlamda ele alındığında geleneksel haber formatlarının aksine, podcast'ler daha uzun formda içerik sunarak karmaşık konuları daha detaylı bir şekilde ele alabilmektedir (Lindgren, 2016).

Podcast gazeteciliği, çok çeşitli uygulama alanlarına sahiptir. Güncel olaylar, politika, kültür, ekonomi ve hatta spor gibi birçok farklı konuda podcast'ler üretilmektedir. Örneğin, "The Daily" gibi popüler haber podcast'leri, güncel olaylar hakkında gerçekleştirilen analizleri kısa bir formatta dinleyicilerine sunmaktadır. Öte yandan, araştırmacı gazetecilik türündeki 'Serial' gibi podcast'ler, belirli bir hikâyeyi peş peşe hazırlanmış bölümlerde inceleyerek izleyicilerine farklı bakış açıları sunmaktadır (Lindgren, 2016).

Podcast içeriklerinin üretilmesinin kolaylığı, düşük maliyeti, radyoya benzer özelliklerine ek olarak eş zamansız oluşu sebebiyle birçok gazeteci ve medya kuruluşu, bu yeni medya formatını benimseyerek hem kısa haber bültenleri hem de uzun form hikâye anlatımı için podcast'leri kullanmaktadır (Berry, 2016). Bu bağlamda podcast haberciliğinin önemli bir pozitif yönü abone olarak düzenli bir şekilde takip edebilen düşük maliyetli eş zamansız içerikler olmasıdır (Llinares ve diğerleri, 2018).

Podcast gazeteciliği, kolay ve düşük maliyetli içerik üretimi sebebiyle bağımsız gazeteciler için geniş fırsatlar sunmaktadır. Öte yandan podcastlerin mobil cihazlar aracılığıyla

kolay erişilebilir olması, geleneksel medya kuruluşlarına bağlı kalmadan kendi içeriklerini üretebilen gazetecilerin geniş kitlelere ulaşabilmesini sağlamaktadır. Özellikle kullanıcıların, podcast'leri istedikleri zaman dinleyebilmesi, bağımsız haber tüketimine büyük bir esneklik sağlamaktadır (Berry, 2016). Dolayısıyla podcastler, bağımsız gazetecilere ve küçük medya kuruluşlarına geniş bir alan sunarak, medya ortamında daha fazla çeşitliliğe ve çoğulculuğa olanak tanımaktadır (Markman, 2012).

Podcastler, her ne kadar haber üretimi ve dağıtımı için faydalı bulunsa da gazetecilik etiği açısından yeni sorunları da ortaya çıkarmıştır. Bu sorunlardan ilki içeriklerin doğruluk ve güvenilirlik açısından denetlenmesindeki kısıtlılıktır. İçeriklerin herhangi bir akış üzerinden gerçekleşmemesi, bu içeriklerin takibini zorlaştırmaktadır. Öte yandan bağımsız podcast üreticilerinin profesyonel gazetecilik ilkelerine uygun davranıp davranmadığı konusunda bir denetim mekanizması eksikliği bulunmaktadır (McClung ve Johnson, 2010).

Podcast gazeteciliği, dijital medya çağında önemli bir rol oynamaya başlamış ve geleneksel gazetecilik formatlarına alternatif bir mecra sunmuştur. Bu formatın üretiminde, dağıtımında ve tüketiminde kullanılan teknolojilere paralel olarak olumlu yönleri bulunmakla birlikte, doğruluk ve güvenilirlik açısından bazı sorunları da bünyesinde barındırmaktadır. Podcast gazeteciliğinin daha fazla gelişmesi hem gazetecilerin hem de dinleyicilerin medya okuryazarlığını artırmaya yönelik çabalarla desteklenmelidir.

1.5.3. Clickbait Gazetecilik

Clickbait gazetecilik, yeni medya ortamında kullanıcıların dikkatini çekmek ve internet sitesinin trafiğini artırmak amacıyla yanıltıcı, abartılı veya sansasyonel başlıklar ve görseller kullanarak haber içeriği sunma pratiğidir (Bazaco ve diğerleri, 2019). Türkiye’de konuyla ilgili gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde kavram “çöp habercilik” (Can ve diğerleri, 2018), “tık odaklı habercilik” (Özyal, 2016) ve “kapan manşetler” (Dönmez, 2010) gibi isimler de almıştır. Bu tür gazetecilik, çoğunlukla haberin gerçek içeriğinden daha dramatik veya çarpıcı başlıklar atarak okuyucuların ilgisini çekerek linklere tıklamaya teşvik etmektedir. Clickbait, kelime anlamı olarak "tıklama tuzağı" demektir ve bu yöntemin temel amacı, kullanıcıların merakını uyandırarak tıklama oranlarını ve dolayısıyla reklam gelirlerini artırmaktır (Dönmez, 2010). Geleneksel gazetelerde gelir, tiraj ve reklam verenlerle gerçekleştirilen anlaşmalardır ve bu anlaşmalarda genel gösterge gazetelerin tiraj sayısıdır. Ancak dijital gazeteler için tiraj durumu bir gösterge sayılmamaktadır. Bunun yerine gazeteler görüntülenme sayılarını ve sürelerini bir kıstas olarak belirlemektedir (Molyneux ve Coddington, 2020). Bu yüzden dijital gazeteler gelirlerini arttırmak için clickbait haberciliğe yönelmektedir. Clickbait gazeteciliğinin

temel prensibi okuru yanıltmak ve yönlendirmek olduğu için gazetecilik etiğinden uzak bir uygulamadır. Clickbait gazeteciliğinin uygulanmasında şu yöntemler öne çıkmaktadır:

- **Dikkat Çekici Başlıklar:** Haber metninde sansasyonel ve abartılı başlıklar kullanılır. Bu başlıklar çoğunlukla okuyucuyu haberi tıklamaya zorlayacak şekilde kurgulanır.
- **Yanıltıcı Görseller:** Haberle veya konuyla doğrudan veya dolaylı ilgisi olmayan, ancak dikkat çekici ve merak uyandırıcı görseller kullanılır.
- **Belirsizlik ve Merak Uyandırma:** Okuyucunun haberde daha fazla süre geçirmesini sağlamak için başlıkta veya alt başlıkta bilinçli ve planlı olarak belirsizlik yaratılır, okuyucunun içeriği merak etmesi ve sayfada kalma süresini uzatması sağlanır.
- **Aşırı Vaatler:** Habere konu olan olayın içeriğinin çok ötesinde başlıklar ve görseller kullanılarak, okuyucuda yüksek beklenti oluşturulur.

Clickbait gazeteciliği yapılırken çoğunlukla haber metninin en dikkat çekici ve en önemli öğeleri sayılan başlık ve haber görselleri kullanılmaktadır. Başlıkların dikkat çekici olması için genellikle konuyla ilgili "Şok edici", "Mutlaka görmeniz gereken", "Şaşırtıcı gerçek" gibi okuyucuda merak uyandırabilecek ve içeriğin ilgi çekici olduğunu bildiren ifadelerle yer verilmektedir. Ancak, başlıklar ve alt başlıklar çoğunlukla haberin gerçek içeriğini tam olarak yansıtmayarak okuyucuyu tıklamaya yönlendiren yanıltıcı bir nitelik taşımaktadır (Bazaco ve diğerleri, 2019; Molyneux ve Coddington, 2020). Haber görsellerinin seçimi ise şiddet ve cinsellik gibi temalarda veya olayla ilişkilendirilebilecek ancak içerikten bağımsız kişilerden oluşmaktadır. Clickbait haberlerde okur çoğunlukla haber alma eyleminden herhangi bir doyum elde etmemekte hatta haberle ilgili hayal kırıklığı yaşamaktadır. Ancak bu durum yayıncı tarafından planlı stratejisinin gerçekleşmesi sebebiyle çok umursanmamaktadır (Dönmez, 2010:106). Zhou (2017), çalışmasında clickbait haberciliğinin gazeteciliğe kattığı olumsuz yönleri üç ana başlıkta sınıflandırmıştır. Bu başlıklardan ilki gazetecilik mesleği için çok önemli sayılan itibar ve güvenilirliğin gerçekleştirilen etik ihlallerle yerle bir edilmesidir. İkinci başlık haber okumak için dijital gazetelere yönelen okuyucuların zamanını boşa harcayarak hayal kırıklığına uğratılması ve süregelen süreçte okurların haber alma ihtiyacı için alternatif mecra arayışına sokulmasıdır. Üçüncü başlık ise Clickbait haberciliğiyle birlikte niteliksiz haberlerin ve içeriklerin sayısında artış yaşanmasıdır. Bu bakımdan Clickbait gazetecilik, haber kuruluşlarına kısa vadede yüksek tıklama oranları ve reklam gelirleri getirebilmekte, ancak uzun vadede kurumun güvenilirlik ve itibarına zarar vererek kazanç kaybına yol açmaktadır. Bu bakımdan gazetecilik etiğine bağlı, kamuya yönelik sorumluluklarını bilen ve yerine getiren köklü haber kuruluşlarının uygulamaktan kaçındığı bir pratiktir.

Akademik literatürde, clickbait gazeteciliği eleştirilmekte ve bu pratiğin medya etiği, haber doğruluğu ve okuyucu güveni açısından olumsuz etkileri vurgulanmaktadır (Bazaco ve diğerleri, 2019; Dönmez, 2010; Molyneux ve Coddington, 2020; Özyal, 2016; Zhou, 2017). Ayrıca, bu tür gazeteciliğin, bilgi kirliliğine yol açarak, toplumda yanlış bilgi yayılımını hızlandırabileceği de belirtilmektedir.

1.5.4. SEO Gazetecilik

SEO, İngilizce 'de "search engine optimization" kelimelerinin kısaltması olan ve çevrimiçi platformda kullanılan Google, Yahoo, Yandex, Bing gibi arama motorlarının sonuçlarını taramak ve belirli içeriklerin görünürlüğünü arttırmak veya öne çıkarmak için sonuçların kategorileştirilmesine yönelik gerçekleştirilen optimizasyon çalışmalarıdır (Zilincan, 2015:3). İnternet kullanıcılarının neredeyse tamamı belirli bir amaç veya sebep doğrultusunda arama motorlarını kullanmakta ve internet trafiğinin büyük bir bölümü bu web siteleri tarafından yönlendirilmektedir (Datereportal, 2024). Arama motorlarının sunduğu arama sonuçlarında yer almak, internette görünür olmak ve siteye kullanıcı çekmek için çok önemlidir. Bu bağlamda dijital gazeteler, erişim ve pazarlama gibi kaygıların üstesinden gelmek amacıyla arama motorlarında üst sıralarda yer almayı hedeflemiş bunun içinse SEO gibi stratejileri benimsemiştir. Bu durum yeni bir gazetecilik türünü ortaya çıkarmıştır.

SEO gazeteciliği (Arama motoru optimizasyonu gazeteciliği), dijital haber içeriğinin arama motorlarında daha görünür ve bulunabilir olmasını sağlamak amacıyla, belirli tekniklerin ve stratejilerin kullanılmasıyla yapılan bir gazetecilik türüdür (Özyal, 2016:83). Bu tür gazetecilik, haber metinlerinin, başlıklarının ve diğer içerik unsurlarının arama motoru algoritmaları gözetilerek optimize edilmesini içermektedir. Böylece, ilgili haberler Google, Bing gibi arama motorlarında üst sıralarda yer alarak daha fazla okuyucuya ulaşmaktadır. SEO süreci, kullanıcı davranışlarını ve alışkanlıklarını analiz edebilecek ve arama motorlarında üst sırada yer alabilmek için gerekli stratejiyi oluşturabilecek uzmanlığa ihtiyaç duyan karmaşık bir uygulamadır. Örneğin SEO editörleri, belirli aralıklarla arama motorlarında en fazla aranan başlıkları tarayıp, belirleyerek evergreen content (sonsuz içerik) olarak nitelendirilen ve tüm zamanlarda geçerli sayılabilecek sağlık, sinema, eğitim, seyahat vb. konularda genel bilgiler içeren haberler hazırlamaktadırlar (Deniz ve Özel, 2018:84). Bu haberler çoğunlukla "Ne zaman?", "Nasıl?", "Nelerdir?", "Ne oldu?" gibi soru cümlelerini haberin başlığında veya metninde bulunduran, çoğunlukla "clickbait" haberciliğinin içerik biçimine yakın haberlerdir.

Malaga (2008), arama motoru optimizasyonunun uygulanma sürecini dört aşama ile açıklamaktadır:

“SEO süreci anahtar kelimeleri ayıklama ve kategorileştirme, web sitelerine arama motoru yerleştirme, sayfa içi optimizasyonu ve sayfa dışı optimizasyonu şeklinde dört kategoriye ayrılmaktadır. İlk olarak internet kullanıcılarını siteye yönlendiren anahtar kelimeler listelenir. Uzman kişi ayıklanan her terimin ne kadar rekabetçi olduğunu ve ne sıklıkla arandığını belirler. İkinci kategori arama motorlarının siteye endekslenmesidir. Web sitesinin arama motorunda sıralamasını belirlemek için belli başlı anahtar kelime, içerik vb. yöntemleri kullanarak sayfa yapısını etkiler. Web sitesinin arama motorlarına linkler aracılığıyla bağlantı kurması dördüncü basamaktır” (Malaga, 2008:148).

Çevrimiçi faaliyet gösteren haber kuruluşlarının, gazetelerin web sitelerinde veya mobil uygulamalarında reytingi yüksek televizyon programlarının fragmanları, sınav takvimleri, bahis ve şans oyunları sonuçları, seyahat ipuçları, ibadet vakitleri ve finansal yatırım araçları hakkında haber içeriklerine sıklıkla rastlanılmaktadır (Deniz ve Özel, 2018:84). Bu haberler, dijital gazetelere ve haber kuruluşlarına fayda sağladığı kadar zarar da vermektedir. Bu durum Tablo 1.2’de gösterilmiştir.

Tablo 1.2. SEO gazeteciliğin faydaları ve zararları

Faydaları		Zararları	
Geniş Kitlelere Ulaşım:	SEO teknikleri, haber içeriklerinin görünürlüğünü öne çıkararak hem daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlar hem de okuyucu sayısını artırır.	İçerik Kalitesinin Düşmesi:	SEO odaklı içerik üretimi, haberin kalitesinden ödün verilmesine ve yüzeysel içeriklerin artmasına yol açmaktadır.
Daha Yüksek Trafik ve Gelir:	Arama motorlarından gelen organik trafik, reklam gelirlerinin artmasına katkı sağlamaktadır.	Gazetecilik Etiği:	Tıklama çekmek amacıyla yanıltıcı başlıklar veya abartılı içeriklerin üretilmesi, kamu yararından çok gelir düzeyinin gözetilmesi gazetecilik etiğine zarar vermektedir.
Marka Bilinirliği:	Arama motoru sonuçlarında üst sıralarda yer almak, medya kuruluşunun marka bilinirliğini ve itibarını artırmaktadır.	Odak Kaybı:	Haberlerin daha çok arama motoru performansına göre şekillendirilmesi, haber değerinin belirlenmesi gibi gazetecilik pratiğinin temel ilkelerinden sapmalara neden olmaktadır.

SEO gazeteciliği, gazetecilik pratiğinde önemli değişimlere yol açmaktadır. Geleneksel gazetecilikte, haberin doğruluğu ve toplumsal yarar ön plandayken, dijital çağda SEO teknikleriyle birlikte haberlerin bulunabilirliği ve erişilebilirliği daha kritik bir konumdadır. Bu durum, gazetecilerin yazım tarzlarını, içerik oluşturma süreçlerini ve haberlerin sunum şekillerini yeniden gözden geçirmelerini gerektirmiştir (Deniz ve Özel, 2018; Malaga, 2008). Gazetecilerin hem kaliteli habercilik yapmak hem de dijital platformlarda rekabet halinde bulunmak için SEO bilgisi ve becerisine sahip olması gerekmektedir. Bu durum, gazetecilik mesleğine dijital okuryazarlık ve teknik bilgi gerekliliklerini eklemiştir.

Sonuç olarak, SEO gazeteciliği, dijital medya ortamında haberlerin erişilebilirliğini artırarak önemli avantajlar sunarken, aynı zamanda içerik kalitesi ve etik standartlar üzerinde çeşitli riskler barındırmaktadır. SEO uygulaması bazı gazeteciler tarafından kullanıcıların en çok merak ettiği konular hakkında bilgi sağladığı için kamunun bilgilenme hakkına hizmet eden olumlu bir uygulama olarak görülürken, bazı gazetecilerce ise clickbait'e benzer bir şekilde ve genel gazetecilik pratiklerinden uzak kullanılan uygunsuz başlıklar, haber metninin içerisinde sık tekrar edilen anahtar kelimeler gibi stratejilerle doğru haberciliği tahrip eden bir biçim olarak görülmektedir (Deniz ve Özel, 2018:102). Bu bağlamda, medya kuruluşlarının ve gazetecilerin, SEO tekniklerini bilinçli ve dengeli bir şekilde kullanarak hem okuyucu ihtiyaçlarını karşılaması hem de gazetecilik etiğini koruması önemlidir.

1.5.5. Mobil Gazetecilik

Mobil gazetecilik, haber üretimi ve dağıtımında teknolojik yakınsama sonucu ortaya çıkan dijital tabanlı taşınabilir hibrit cihazların (akıllı telefonlar, tabletler) ve internetin kullanılmasıyla gerçekleştirilen bir gazetecilik türüdür. Bu tür gazetecilik, doğası gereği haberlerin hızlı ve anında üretilmesini, dijital platformlarda yayınlanmasını ve tüketilmesini sağlamaktadır. Öte yandan taşınabilir ve çok amaçlı hibrit cihazlarla gerçekleştirildiği için neredeyse her koşulda ve mekânda haber içeriği hazırlamayı, internet bağlantısının bulunduğu her yerde ise haberi sunmayı ve aktarmayı mümkün hale getirmektedir. Bu durum haberin doğrudan ve hızlı bir şekilde birincil kaynağından yayılmasına olanak tanır.

Mobil gazetecilikte, kullanıcı kontrolüyle medya platformu olarak kullanılabilen bir mobil cihaz ve çevrimiçi bağlantı sağlayan bir internet kaynağı haberciliğin ana unsurlarıdır (López-García ve diğerleri, 2019:10). Günümüzde cep telefonu veya tablet gibi mobil cihazlar yüksek çözünürlükte görüntü ve ses kayıtları yapabilirken bu verileri dijital formatta depolayabilmektedir. Mobil cihazların sağladığı bu imkân multimedya unsurların habere entegre edilmesini kolaylaştırarak haber içeriklerini daha zengin hale getirmektedir. Öte yandan

mobil gazeteciler, özel olarak tasarlanmış düzenleme, kurgulama ve paylaşım uygulamaları ve yazılımları kullanarak dijital bir haber odası gibi görev alabilmektedir.

Mobil gazetecilikte canlı yayın aracı gereksiz internet bağlantısı mümkün olan her konumda anlık görüntü akışı sağlanabilmektedir. Bu durum sürekli bilgi akışına ve önemli gelişmelerin anında güncellenmesine imkân vererek haber atlatma ve ilk kaynak olma gibi önemli habercilik kavramlarının uygulanmasını kolaylaştırmıştır. Öte yandan mobil habercilikte kullanılan cihazların yakınsama özelliği sebebiyle geleneksel habercilik ekipmanlarını bünyesinde bulundurarak haber kuruluşlarının maliyet etkinliğini arttırır. Bu bakımdan mobil gazeteciliğin, gazetecilik mesleğine sağladığı olumlu etkiler bulunmaktadır. Öte yandan her yeniliğin olumlu yönleri kadar olumsuz etkileri de bulunabileceğinden mobil gazeteciliğin mesleki açıdan olumsuz yönleri de bulunmaktadır. Mobil gazeteciliğin olumlu ve olumsuz yönleri Tablo 1.3 'te gösterilmiştir.

Tablo 1.3. Mobil gazeteciliğin olumlu ve olumsuz yönleri

Faydaları		Zararları	
Hız ve Erişilebilirlik:	Mobil gazetecilik, acil durumlar, doğal afetler ve sıcak haberlerin olay yerinden anında rapor edilmesini sağlar. Bu durum özellikle bağımsız gazeteciler ve serbest çalışanlar için büyük bir avantajdır. Öte yandan bu tarz haberler kolay erişilebilir olduğu için haberin görünürlüğü artar.	Kalite ve Doğruluk	Hızlı haber üretimi, bazen içerik kalitesinin düşmesine ve doğruluğun ihmal edilmesine neden olabilir. Mobil gazeteciler, doğrulama sürecini atlayarak yanlış bilgi yayma riski taşırlar. Öte yandan özellikle bağımsız habercilerin sosyal medya ve mobil cihazlar aracılığıyla gerçekleştirdiği haberlerin doğruluğu, sosyal medyadaki haberlere gösterilen ön yargı sebebiyle okuyucular tarafından sorgulanabilir. Bu durum, medya kuruluşlarının ve gazetecinin güvenilirliğini zedeleyebilir.
Etkileşim ve Katılım:	Mobil gazetecilik, okuyucularla anında etkileşim kurmayı ve geri bildirim almayı kolaylaştırır. Sosyal medya entegrasyonu, kullanıcıların haberlere yorum yapmasını ve paylaşmasını teşvik eder.	Bağımlılık:	Haber üretim ve dağıtım süreçlerinde mobil cihazlara aşırı bağımlılık, özellikle uzmanlaşmış veya araştırmacı gazetecilerin daha derinlemesine bilgi toplamasını engelleyebilir veya haberle ilgili kritik detayları kaçırmaya sebep olarak

			yüzeysel haberciliğe yol açabilir.
Maliyet Etkinliği	Mobil cihazlar, geleneksel haber ekipmanlarına göre daha ucuz ve taşınabilir olduğundan, haber üretim maliyetlerini düşürür. Öte yandan bir personelin birden fazla işle ilgilenmesine olanak sağlayan araçlar sebebiyle medya kurumları personel giderlerinde azalma sağlar.	Güvenlik Riskleri:	Mobil cihazlarla sahada haber yapan gazeteciler, özellikle savaş muhabirleri, tehlikeli bölgelerde çalışırken geleneksel gazetecilere benzemediğinden dolayı farklı güvenlik riskleriyle karşı karşıya kalabilirler. Mobil cihazlarla anlık olarak hazırlanan haberlerde kişisel verilerin korunması kanunu gibi hukuksal çerçevelerin gözetilmesi zorlaşmaktadır.

Mobil gazetecilik, geleneksel gazetecilik mesleğini icra eden habercilere yeni beceriler ve yetkinlikler elde etme zorunluluğu sağlamıştır. Örneğin, gazetecilerin multimedya prodüksiyonu, sosyal medya yönetimi ve mobil uygulama kullanımı gibi yeni bilgisayar ve mobil araçlar odaklı becerilere sahip olması istihdam süreçlerinde önemli rol oynamaktadır. Öte yandan bu becerilere sahip olan gazetecilerin belirli bir kurumdan bağımsız olarak çalışmasına olanak tanıyarak, serbest gazeteciliğin ve medyada çeşitliliğin artması mümkün olmaktadır (Jamil ve Appiah-Adjei, 2019:42).

Sonuç olarak, mobil gazetecilik, haber üretim ve tüketim süreçlerinde köklü değişikliklere yol açarak, gazetecilik pratiğine hız, esneklik ve yeni beceriler kazandırmıştır. Ancak, bu değişimler beraberinde kalite, doğruluk ve güvenilirlik konularında bazı riskleri de getirmiştir. Bu nedenle, gazetecilerin mobil gazetecilik yaparken etik standartlara ve doğruluk ilkesine bağlı kalmaları büyük önem taşımaktadır.

1.5.6. Veri Gazeteciliği

Veri gazeteciliği, büyük veri setlerini ve arşivleri analiz ederek ve bu verilerden anlamlı bilgi çıkararak haber içeriklerinin üretilmesini kapsayan gazetecilik biçimidir (Gray ve diğerleri, 2012). Veri gazeteciliği geçmişte arşiv gazeteciliğiyle ilişkilendirilse bile günümüzde verilerin dijital ortamda üretilmesi ve depolanması çok büyük veri setlerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu sebeple büyük veri setlerinin analizi için istatistiksel analiz, veri görselleştirme ve veri madenciliği gibi belirli teknikler kullanılması kaçınılmaz olmuştur.

İstatistiksel Analiz: İstatistiksel analiz, veri gazeteciliği için hazırlanan veri setlerinden anlamlı bilgiler elde etmek amacıyla kullanılan matematiksel yöntemlerin tamamını kapsamaktadır. Dolayısıyla istatistiksel analiz veri okuryazarlığı ve matematik bilgisiyle

birlikte istatistiki analiz yapan bir yazılım kullanma becerisine ihtiyaç duymaktadır (Slater, 2016). İstatiksel analiz yöntemlerinden bazıları aşağıdaki gibidir:

- Tanımlayıcı İstatistikler: Veri setinde yer alan bilgilerin temel özelliklerini (ortalama, medyan, mod, standart sapma) özetlemek için gerçekleştirilir.
- Regresyon Analizi: Veri setinde yer alan iki veya daha fazla değişken arasındaki ilişkileri belirlemek için kullanılmaktadır.
- Korelasyon Analizi: Regresyon analizinden farklı olarak yalnızca iki değişken arasındaki ilişkinin gücünü ve yönünü belirlemek amacıyla kullanılmaktadır.

Veri gazeteciliği icra eden haberciler, verilerdeki trendleri, desenleri ve ilişkileri ortaya çıkarmak amacıyla bu yöntemleri kullanmaktadır. Örneğin veri gazeteciliğiyle ilgilenen bir gazeteci, herhangi bir şehrin suç oranlarıyla ilgili bir haber yapmak istediğinde korelasyon analizi yardımıyla gelir seviyesi ve suç oranı gibi iki değişken arasındaki ilişkiyi ortaya koyarak haberin zenginliğini ve derinliğini arttırabilmektedir.

Veri Görselleştirme: Veri görselleştirme, veri setinde yer alan karmaşık verilerin çeşitli grafik, animasyon veya harita gibi araçlar kullanılarak temsil edilmesidir (Kirk, 2012:6). Veri görselleştirme yöntemi çoğunlukla karmaşık ve okuru haber içeriğinden uzaklaştırma ihtimali olan verileri daha anlaşılır ve ilgi çekici hale getirmek amacıyla kullanılmaktadır. Veri gazeteciliği için kullanılan veri görselleştirme yöntemlerinin bazıları aşağıdaki gibidir:

- İnfografikler ve Çizelgeler: İstatistiksel analizler, çizgi, çubuk, pasta gibi grafiklerle birlikte renkli görseller, resim ve animasyon içeren bilgi kutuları veya tablo ve çizelgeler gibi görselleştirmeler kullanılarak aktarılmaktadır.
- Haritalar: Coğrafi bir olayla veya bir konumla ilgili verileri görselleştirmek için plan, kroki veya harita kullanılmaktadır. Öte yandan özellikle spor veya hava durumu gibi alanlarda ısı haritaları ve bölgesel dağılım haritaları sıklıkla kullanılmaktadır.
- İnteraktif Görselleştirmeler: Dijital gazetelerde kullanılan bu yöntem özellikle multimedya entegrasyonun ile kullanıcıların verilerle etkileşime girmesine olanak sağlamaktadır.

Veri görselleştirme hem geleneksel hem de yeni habercilik pratiklerinde yer alan bir yöntemdir. Örneğin COVID-19 pandemisi sırasında vakalarla ilgili günlük veriler grafik ve tablolar kullanılarak görselleştirilmiş ve televizyonlarda gösterilmiştir.

Veri Madenciliği: Veri madenciliği dijital ortamda yer alan büyük veri setlerinden bilinmeyen ve potansiyel olarak faydalı bilgilerin keşfedilmesi ve belirli kurallar çerçevesinde keşfedilen verileri derleme sürecidir (Savaş ve diğerleri, 2012). Veri madenciliğinde çeşitli algoritmalar ve istatistiksel yöntemler kullanılarak veri setlerinden desenler, ilişkiler ve

eğilimler ortaya koymak mümkündür. Veri madenciliği için kullanılan tekniklerden bazıları aşağıdaki gibidir:

- Sınıflandırma: Büyük veri setinde yer alan verileri önceden tanımlanmış ölçütlerle kategorilere ayırma tekniğidir.
- Kümelenme: Büyük veride yer alan benzer özelliklere sahip veri noktalarını bir araya getirerek grup oluşturma tekniğidir.
- Bağlantı Kuralları: Veri setinde yer alan öğeler arasındaki belirli ilişkileri (örneğin, bir ürünün başka bir ürünlerin birlikte satılma olasılığı) belirlemek için kullanılan tekniktir.
- Zaman Serisi Analizi: Verilerin zaman içerisinde gösterdiği eğilimlerini ortaya koymak için uygulanan tekniktir.
- Anomali Tespiti: Veri setindeki olağandışı veya beklenmedik desenlerin belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilen tekniktir.

Gazetecilik mesleğinde veri madenciliğinin uygulaması geniş ölçekli bir strateji olarak da kullanılabilmektedir. Örneğin gazeteci bir olay veya durum hakkında kamuoyunun duygu durumuna veya tepkisine yönelik desen oluşturmak için sosyal medya platformlarına veri madenciliği uygulayabilir ve elde ettiği desenini kullanarak haber gündemi belirleyebilmektedir. Bu durum geleneksel yöntemlerle fark edilmeyen veya ortaya çıkarılamayan haber hikayelerinin anlatılmasına veya haberlerde destekleyici olarak kullanılmak üzere yeni haber kaynaklarının oluşturulmasına imkân sağlamaktadır.

Gazetecilik etik kuralları, veri işleme teknikleri ve geleneksel gazetecilik pratiklerini bir arada kullanarak, karmaşık verilerin düzenli ve anlaşılır bir biçimde sunulması veri gazeteciliğinin temel özelliğidir. Bu sayede okurlar haber hakkında daha fazla bilgiye sahip olmaktadır. Öte yandan veri gazeteciliğinde kullanılan verilerin genel geçerliği bulunan ve kabul görülen tekniklerle veya resmî kurumlardan elde edilmesi, gerçekleştirilecek analizlerin şeffaflığını arttırarak kurumların hesap verilebilirliğini ve haberlerin nesnellliğini arttırır.

Veri gazeteciliği, dijital tabanlı modern gazetecilik pratiğinde önemli bir yer tutmaktadır. Veri gazeteciliği sayesinde haber metinleri daha bilgilendirici, şeffaf ve ilgi çekici hale gelmektedir. Ancak bu durumun yanı sıra kullanılan verilerin, veri manipülasyon teknikleri kullanılarak değiştirilmesi, veri güvenliği ve etik konularında ihlallerin gerçekleştirilmesi ve habere söz konusu olaydan bağımsız yanlış ve yanıltıcı bilgilerin aktarılması mümkün olabilmektedir. Dolayısıyla veri gazeteciliği, bu konuda uzmanlık alanları oluşturma yanı sıra gazetecilik mesleğinde yeni bir boyut kazandırarak, haber üretim ve tüketim süreçlerinde köklü değişikliklere yol açmıştır.

1.5.7. Robot Gazetecilik

Dijitalleşme ve teknolojik araçlardaki gelişmeler medya sektörünün haber üretim ve dağıtım süreçlerinde köklü değişikliklere yol açmıştır. Bu değişikliklerin en yenilikçi örneklerinden birisi de robot gazeteciliktir. Robot gazetecilik, temelde insansı bir robot veya spesifik bir aracın oluşturduğu haber içeriklerinden ziyade otomatik içerik üretim sistemleri ve yapay zekâ algoritmalarına karşılık kullanılmaktadır. Bu algoritma ve sistemler kullanılarak özellikle anlık akışın ve hızın gereklilik olduğu veya nicel ve istatistiki verilere dayanan haberlerin üretilmesini sağlamaktadır.

Robot gazetecilik, yapay zekâ ve doğal dil işleme (NLP) teknikleri kullanılarak, büyük veri setlerinden anlamlı bilgilerin çıkarılması ve bu bilgilerin haber formatında sunulması sürecidir (Clerwall, 2014). Doğal dil işleme, çoğunlukla veri kümelerini ayırtmak ve yorumlamak için hesaplamalı dilbilim prensiplerini uygulayan bir teknolojidir (Kayakuş ve Açıkgöz, 2023). Bu teknoloji, veri odaklı alanlarda haber üretim sürecini otomatikleştirmekte ve insan müdahalesine olan ihtiyacı azaltmaktadır.

Robot gazetecilik ilk olarak 2006 yılında Reuters tarafından çevrimiçi faaliyet gösteren platformlara finans haberleri oluşturmak ve derlemek için kullanılmıştır (Yeğen, 2018). 2010 yılında ise Reuters başta olmak üzere Associated Press (AP) gibi büyük haber ajansları, verinin yoğun kullanıldığı finans ve spor haberleri gibi konularda robot gazeteciliğini aktif olarak kullanmaya başlamıştır. Associated Press'in (AP), 2014 yılında, "Au-tomated Insights" adlı bir şirketle ortaklık kurarak şirketin 3 aylık kazanç raporlarını robot gazetecilik kullanarak oluşturmuş ve robot gazeteciliğin yaygınlaşmasında önemli bir rol oynamıştır (Yeğen, 2018).

Robot gazetecilik, uygulanması için gerekli olan algoritmanın hazırlanması açısından karmaşık yüksek teknolojilere ve yazılımsal kodlama yeteneğine bağımlı bir süreçtir. Bu bakımdan robot gazeteciliğin uygulanması genellikle aşağıdaki sıralamada gerçekleşmektedir:

- **Veri Toplama:** Haber değeri taşıyan bilgilerin büyük veri setlerinden çıkarılmasını veya veri seti sağlayan kurumlardan hizmet satın alınmasını içerir. Bu veriler, finansal raporlar, spor müsabakalarının sonuçları veya hava durumu bilgileri olabilmektedir.
- **Veri Analizi:** Toplanan veriler, yapay zekâ algoritmaları ve doğal dil işleme teknikleri kullanılarak analiz edilmektedir. Bu aşamada, analiz edilen verilerin anlamlı bilgilere dönüştürülerek haber formatına uygun hale getirilmesi sağlanır.
- **Haber Üretimi:** Analiz edilen veriler, haber sitesine veya kurumuna uygun dil yapısı göz önüne alınarak daha önceden hazırlanmış bir çerçeveye veya şablona aktarılır ve haber metnine dönüştürülür. Bu süreç, haberin otomatik olarak güncellenmesi için de kullanılmaktadır.

- **Yayınlama:** Üretilen haberler, belirlenen medya platformlarında (web siteleri, sosyal medya, mobil uygulamalar) otomatik olarak yayınlanır.

Robot gazeteciliğin yaygınlaşması, etik ve mesleki açıdan çeşitli tartışmaları da beraberinde getirmiştir (Narin, 2017:90). Özellikle otomatik olarak üretilen haberlerin doğruluğu ve tarafsızlığı konusunda endişeler bulunmaktadır. Robot gazetecilik için normatif standartların oluşturulması veya kontrol edilmesi, Chat GPT ve benzeri yapay zekâ algoritmalarındaki karmaşıklığa ve gelişmeye paralel biçimde zorlaştırmaktadır (Creech ve Mendelson, 2015:149). Thurman vd. (2017) robot gazetecilik için kullanılan algoritmaların yol açabileceği etik sorunlara ilişkin, verilerin elde ediliş biçimi ve doğrulanabilirliği, veri işleme için kullandığı algoritmanın şeffaf ve nesnel olmama olasılığı gibi başlıklarda ön görüşler gerçekleştirmiştir. Bu etik sorunların yanı sıra robot gazeteciliğin yaygınlaşması, gazetecilik mesleğinde iş kaybına yol açarken uzmanlaşma ve mesleki becerilerin değersizleşmesi gibi riskleri arttırmaktadır.

Tablo 1.4. Robot gazeteciliğin olumlu ve olumsuz yönleri

Faydaları		Zararları	
Hız ve Verimlilik	Robot gazetecilik, haberlerin çok hızlı bir şekilde üretilmesini ve yayınlanmasını sağlamaktadır. Bu durum, özellikle acil durumlar ve ani gelişmelerde büyük bir avantaj sağlamaktadır.	Yaratıcı ve Entelektüel üretim eksikliği	Robot gazetecilik, yaratıcı yazım ve derinlemesine analiz gerektiren haberlerde yetersiz kalabilmektedir. İnsan gazetecilerin sahip olduğu yaratıcı düşünme ve analitik yetenekler, robot gazetecilik tarafından tam olarak taklit edilememektedir.
Veri Odaklı Habercilik	Robot gazetecilik, büyük veri setlerinden çıkarılan anlamlı bilgileri haber değeri taşıyan içeriklere dönüştürmektedir. Bu durum, veri odaklı habercilikte daha doğru, nesnel ve güvenilir içeriklerin üretilmesini sağlamaktadır.	Mesleki Etkiler	Robot gazetecilik, gazetecilik mesleğinde iş kaybı ve mesleki becerilerin değersizleşmesi gibi riskler taşımaktadır. Bu durum, gazetecilerin rolü ve değeri hakkında tartışmalara yol açabilir.
Maliyet Etkinliği	Otomatik haber üretimi, insan gücüne olan ihtiyacı azaltarak maliyetlerin düşmesini sağlamaktadır. Bu durum, medya kuruluşlarının bütçelerini daha verimli	Etik Sorunlar ve Güvenlik Riskleri	Otomatik haber üretiminde, etik ve doğruluk sorunları ortaya çıkabilmektedir. Yanlış verilerin kullanılması veya hatalı analizler, yanlış

	kullanmalarına yardımcı olur.		haberlerin üretilmesine yol açabilmektedir.
--	-------------------------------	--	---

Robot gazetecilik, teknolojik gelişmelerle birlikte her geçen gün gelişerek evrilecek ve neredeyse her sektörde olduğu gibi medya sektörü için de önemli bir araç haline gelecektir. Bu ön görünün temel dayanağı ise yapay zekâ algoritmalarının ve doğal dil işleme tekniklerinin günümüzdeki gelişme deseninin gelecekte de kümülatif bir artış göstermeye devam etmesidir., robot gazeteciliğin kapasitesi ve yetenekleri de artacaktır.

1.5.8. Drone Gazetecilik

Drone gazetecilik, haber toplama, görüntüleme ve veri elde etme süreçlerinde insansız hava araçlarını (İHA) kullanan gazetecilik biçimidir (Kavaklı, 2018). Drone'lar, haber metni için gerekli fotoğraf ve video çekimleri sırasında geleneksel teknolojilerin yol açtığı mekân ve zamana bağlı kısıtlamaları büyük ölçüde aşabilmektedir. Bunun yanı sıra drone kullanımı haber içeriğini ve anlatımını zenginleştirip güçlendirme avantajı sağlamaktadır.

Drone'lar özelleştirilebilen yapıları sayesinde farklı teknolojik formasyonlara açık araçlardır. Bu doğrultuda drone'lara entegre aksiyon kameralarının yanı sıra, ısıya veya harekete duyarlı çeşitli ölçüm cihazları entegre edilerek dijital haritalandırma, analitik veri ve panoramik görüntü elde edilebilmektedir (Kavaklı, 2018). Bu imkanlar, gazetecilerin haber için tanık ifadeleriyle yetinme ve resmî kurumların verilerine bağımlı kalma durumunu ortadan kaldırmıştır (Holton ve diğerleri, 2015). Öte yandan doğal afetlerin ve savaşların neden olduğu yıkımı, konser, şenlik, miting gibi organizasyonlar ve toplumsal hareketlerde kalabalıkların büyüklüğünü, havadan elde edilen kuşbakışı görsel materyallerle aktarmak haber anlatımını görsel olarak destekleyen ve güçlendiren unsurlardır. Aynı zamanda, drone'lar sayesinde bir olayın veya mekânın birçok farklı perspektiften görüntülenmesi mümkün olduğundan, izleyiciye daha tatmin edici ve dramatik etkisi güçlü haberler sunmak daha kolay hale gelmektedir.

Drone gazeteciliğin ortaya çıkışı ve yaygınlaşması 2010 yılından sonrasına denk gelmektedir (Fischer, 2019). Gazetecilik mesleğinde kuş bakışı görüntü elde edebilmek için sıcak hava balonları, helikopterler veya uçaklar kullanılmaktaydı (Jarvis ve Babcock, 2014). Ancak bu taşıtlar hem maliyeti hem de kullanım imkanları bakımından günümüz drone'larına göre verimli olmayan araçlardır.

Drone'lar temel olarak askeri ve endüstriyel alanlarda kullanılması amacıyla geliştirilmeye başlanmış ancak zamanla medya sektöründe de yoğun olarak kullanılmaya başlanmıştır. Özellikle doğal afetler, savaş bölgeleri ve büyük etkinlikler gibi yüksek risk taşıyan veya zor erişilen alanlarda haber toplama süreçlerinde önemli bir rol oynamaktadır.

Drone'ların gazetecilik amaçlı kullanılabilir bir teknoloji olarak öne çıkması 2011 yılında gerçekleşen Fukushima Nükleer felaketinden sonra olmuştur. Drone'lar yüksek radyoaktif tehlike durumunda bulunan nükleer santralde zarar tespit ve kurtarma çalışmalarında ölçüm ve görüntüleme yapmak amacıyla kullanılmış ve elde edilen görüntülerin bir bölümü medyayla paylaşılmıştır. Bu olay drone'ların yüksek tehlike arz eden bölgelerin görüntülenmesi ve dökümlenmesi için ne kadar önemli rol oynayabileceğini ortaya koymuştur (Corcoran, 2014). Drone'ların sağladığı bu avantajlar özellikle afet ve savaş gibi durumlarda yurttaş gazetecilik için kullanılmasının da önünü açmıştır. Ancak bu durum bazı etik ve hukuki sorunların ortaya çıkmasına da yol açmıştır.

Drone kullanımı sonucu elde edilen geniş görüntülerle konut ve birey mahremiyeti ihlal edilebilmektedir. İzinsiz görüntüleme ve veri toplama, yalnızca gazetecilik etiği açısından tartışmalı bir olgu olmanın yanı sıra hukuken sorun teşkil etmektedir. Bu sebepten birçok ülkede drone kullanımı, sıkı yasal düzenlemelere tabi tutulmaktadır. Uçuş izinleri, hava sahası kısıtlamaları ve veri koruma yasaları, drone gazeteciliğinin yasal boyutlarını şekillendirmekte ve gazetecilerin, drone kullanımıyla ilgili yasal gerekliliklere uygun hareket etmeleri zorunlu kılınmıştır.

Tablo 1.5. Drone gazeteciliğinin olumlu ve olumsuz yönleri

Faydaları		Zararları	
Geniş Perspektif ve Erişilebilirlik	Dronelar, yüksek irtifalarda uçabilme yetenekleri sayesinde geniş alanları görüntüleyebilir ve zor erişilen bölgelere ulaşabilirler. Bu, özellikle doğal afetler, protestolar, spor etkinlikleri ve savaş bölgeleri gibi alanlarda önemli bir avantajdır.	Teknik ve Operasyonel Zorluklar	Droneların kullanımı, belirli bir teknik bilgi ve yetenek gerektirir. Uçuş izinleri, hava durumu, batarya süresi ve diğer teknik faktörler, drone gazeteciliğinin operasyonel zorlukları arasında yer alır.
Maliyet ve Zaman Tasarrufu	Geleneksel hava araçlarına kıyasla dronelar daha düşük maliyetlidir ve hızlı bir şekilde hazırlanıp uçurulabilirler. Bu, medya kuruluşlarının maliyetlerini düşürürken, haber toplama süreçlerini hızlandırır.	Yasal ve Düzenleyici Engeller	Birçok ülkede drone kullanımı sıkı düzenlemelere tabidir. Uçuş izinleri, hava sahası kısıtlamaları ve diğer yasal gereklilikler, drone gazeteciliğinin önündeki önemli engellerdir.
Güvenlik	Tehlikeli bölgelerde haber toplama sürecinde, gazetecilerin güvenliğini	Etik ve Yasal Boyutlar	Drone gazeteciliğinin yaygınlaşması, etik ve yasal açıdan çeşitli tartışmaları da

	sağlamak büyük bir önceliktir. Dronelar, insanları tehlikeye atmadan bu tür bölgelerde veri toplayabilme imkânı sağlar.		beraberinde getirmiştir. Drone kullanımı, bireylerin mahremiyetine ve güvenliğine yönelik bazı endişeler doğurur.
--	---	--	---

Drone gazetecilik, medya sektöründe devrim niteliğinde değişiklikler getiren bir teknolojidir. Geniş perspektif, erişilebilirlik, maliyet ve zaman tasarrufu gibi avantajlarının yanı sıra, etik ve yasal boyutları da dikkate alınmalıdır. Gelecekte bu teknolojinin daha da gelişerek otonom drone'ların haber toplama görevini yerine getirmesi ve gazetecilik mesleğine önemli katkılar sağlaması beklenmektedir.



İKİNCİ BÖLÜM

LUDENİK HABER OKUMA VE OYUNLAŞTIRMA

Dijital çağda haber tüketim alışkanlıkları, geleneksel basılı medyadan çevrimiçi platformlara kayışla birlikte önemli ölçüde değişmiştir. Bu dönüşüm sürecinde, oyunlaştırma (gamification) kavramı, medya ve iletişim alanında kullanıcı etkileşimini artırmak için yaygın biçimde kullanılmaktadır. Oyunlaştırma, oyun mekaniklerinin ve tasarım öğelerinin oyun dışı ortamlara entegre edilmesi süreci olarak tanımlanır (Deterding, Dixon, ve diğerleri, 2011). Bu bağlamda, “ludenik haber okuma” terimi, haber tüketim sürecini daha etkileşimli ve eğlenceli hale getirmek amacıyla oyunlaştırma tekniklerinin uygulanmasını ifade eder. William Stephenson'un geliştirdiği ludic haber okuma teorisi, bu sürecin daha derinlemesine anlaşılmasını sağlar ve haber okuma deneyiminin eğlenceli, etkileşimli ve oyunlaştırılmış bir süreç olarak tanımlar (Stephenson, 1964, 1967; Stephenson, 2020).

Bu bölümde, ludenik haber okuma teorisinin gelişimi, oyunlaştırmanın haber platformlarındaki etkileri ve bu iki kavramın medya tüketimi üzerindeki etkileri ele alınacaktır.

2.1. Teorik Temeller ve Oyunlaştırma

Oyun kavramı, insanların sevinç, eğlence ve bir tür tatmin amacıyla tek başlarına ya da birlikte vakit geçirmek için düzenledikleri, belli kurallar çerçevesinde veya oyuncak adı verilen belirli prop ve araçlar kullanılarak gerçekleşen etkinliklerdir (Cengiz ve Kaya, 2022). Öte yandan her oyun, bireylerin oyuncak ve hayal gücü aracılığıyla katıldığı, bu katılım sürecinde aktif eyleyenin kendisi olduğu gerçek hayata dair oluşturulmuş bir deneyimdir (Selvi-Bener, 2013). Her oyuncu bu deneyimde belirli bir rol üstlenerek toplum içinde varoluşunu kendi kendini yorumladığı temsili bir sembol ve eylem oluşturmaktadır.

Oyun kavramının tarihçesi ele alındığında ilk olarak nerede ve ne zaman ortaya çıktığı üzerine uzlaşılmış bilgi bulunmamaktadır. Ancak oyun oynamak için kullanılan ilk oyuncaklar incelenerek oyunun tarihçesi hakkında fikir elde etmek mümkündür. Tarihte bilinen en eski oyuncak, M.Ö ikinci yüzyılda da Mısır'da arkeolojik kazılarda ortaya çıkan topaç ve misketlere ve M.Ö beşinci yüzyılda Mısırlı çocukların tahta atlarla oynadıklarına dair elde edilmiş hiyeroglif bilgilere dayanmaktadır (Sevim ve Gönül, 2012).

Antik Yunan ve Roma'da oyun hem çocuklar hem de yetişkinler arasında yaygın bir eylem olarak görülmektedir (Cengiz ve Kaya, 2022; Selvi-Bener, 2013). Bu dönemde oyun kavramı “Paidia” ve “Ludus” kavramlarıyla ilişkilendirilmektedir (Bozkurt & Genç-Kumtepe, 2014; Gülsoy, 2019). “Paidia” terimi aslında çocuğu veya çocukluğu ifade eden ancak yalnızca

çocuğa ait olmayan ve dışarıdan gözlemlenebilen belirli davranışsal özelliklerin bütünü için kullanılmaktadır. Diğer bir terim olan “ludus” ise oyun kavramının niteliklerini ifade etmek için kullanılmaktadır (Cengiz ve Kaya, 2022). Johan Huizinga'nın oyun teorisini ortaya koyduğu “Homo Ludens” (Huizinga, 1938; Huizinga, 2014) adlı eserinde “oyunla ilgili olanı ifade etmek amacıyla” latince olan bu “ludus” kelimesi kullanılarak “Ludic” terimi türetilmiştir. “Oyuncu”, “oyun gibi” veya “oyunsu” gibi tanımlayıcı kelimelere ek olarak, tartışılan ürün ve olguların “oyunsallığına” atıfta bulunmak için kullanılmaktadır.

Huizinga, “oyun oynayan insan” anlamına gelen “Homo ludens” terimini, sadece pasif bir oyun oynama eylemi olarak değil, aynı zamanda üretici (yaratıcı) insan unsurunu içeren daha karmaşık bir süreç olarak tanımlamaktadır (Gürses, 2015). Homo ludens, oyun oynamayı dahil olduğu oyunun kuralları çerçevesinde gerçekleştirmek zorundadır. Oyunun belirlediği kurallar, bu geçici ve temsili dünyanın sınırları içinde neyin geçerli olacağını tanımlamaktadır. Kurallar ihlal edildiğinde, oyun evreni dağılmaktadır. Kurallara karşı gelen ve onlara uymayan oyuncu, oyunbozan olarak kabul edilir ve bu nedenle diğer oyuncular, oyunbozanı oyundan çıkarmaya yönelik harekete geçer. Bu şekilde oyun, hayatın karmaşası ve dünyanın düzensizliği içinde sınırlı bir kusursuzluk oluşturur (Huizinga, 1938; Huizinga, 2014).

Huizinga (2014) oyun hakkında detaylı ve geniş bir tanım gerçekleştirmiş olmasına rağmen; çok karmaşık kavramsallaştırmaların dışında bazen bir oyun, gerginlik azaltma, eğlence ve oyalanma etkinliği, rekabetçi olmayan ve ciddiyetsiz bir oynama veya yalnızca yaratıcı-sosyodramatik gerçekleşen eylem ve faaliyet olarak tanımlanmıştır (Rogers, 1988).

Günümüzde dijitalleşmenin ve internetin etkileri sebebiyle her geçen gün artan bir tüketim yoğunluğuna sahip olan oyunlar, birden fazla figürün bir araya gelerek oluşturduğu devasa bir habitat ve ekonomi oluşturmaktadır (Reeves ve Read, 2009). Özellikle dijital oyunlar, geleneksel oyun yapısının özelliklerini bünyesinde bulundurmasına karşın bunların dışında kendi içerisinde farklılaşan etkileşim düzeylerine ve eğlence vaadinden öte bilgi edinme, öğrenme ve pazarlama gibi etkinliklere veya değişkenlere sahiptir (İlgaz ve Abay, 2020).

Kavram olarak oyunlaştırma ise kullanıcıların dikkatini çekmek, katılımı artırmak ve motivasyonu güçlendirmek amacıyla oyun mekanikleri, estetiği ve düşünce yapısı gibi oyun özelliklerinin ve bileşenlerinin oyun dışında kullanılmasıdır (Cengiz ve Kaya, 2022; Deterding, Sicart, ve diğerleri, 2011; Gürses, 2015; Kapp, 2012). Oyunlaştırma ile herhangi bir sorun veya olayla ilgili hikâyenin aktarımında oyuna benzer bir deneyim sunmak mümkün hale gelmektedir. Oyunlaştırmayı gerçekleştirmek için oyunun kazanımları, tasarımları ve mekanikleri olmak üzere oyuna ait üç özellik ve bileşenden faydalanılmaktadır (Werbach ve

Hunter, 2015). Oyun tasarımı; hikâyenin aktarımında uyulması gereken sınır ve kısıtlamalardan ve ilişki, etkileşim gibi olasılıkları belirleyen oyunun temel dinamiklerinden oluşmaktadır. Oyun mekanikleri ise oyuncuyu yönlendiren ve hareket olasılıklarını belirleyen belirgin eylemlerden oluşmaktadır. Oyun mekanikleri veya mekanizmaları, ilerleme, gelişme, sevinç, üzüntü meydan okuma, iş birliği/rekabet, şanslı/şansız olmak, sıra, kaynak veya ödül kazanmak gibi his ve duyguları oyuna katarak canlılığı ve çeşitliliği sağlamaktadır (Cengiz ve Kaya, 2022). Oyunun kazanımları ise; duygusal yük, eşsiz veya yeni dijital öğeler, avatarlar, rozetler, puan tablosunda yer almak veya seviye kazanmak vb. gibi öğelerdir. Oyun kazanımları genellikle oyun tasarımını şekillendiren önemli bir unsurdur (Werbach ve Hunter, 2015).

William Stephenson'un (1964;1967;2020) ludenik oyun ve haber okuma teorileri ise bu teknikleri haber içeriklerine uygulayarak, kullanıcıların haberleri sadece pasif bir şekilde tüketmek yerine daha interaktif ve eğlenceli bir şekilde deneyimlemelerini amaçlamaktadır. Öte yandan Stephenson (1967), haber okuma sürecine oyun unsurlarının entegre edilmesinin, kullanıcıların haberlere olan ilgisini artıracığını ve daha derinlemesine bilgi edinmelerini sağlayacağını da ileri sürmektedir. Örneğin, haber içeriğine entegre edilen puanlama sistemleri, rozetler ve liderlik tabloları, kullanıcıların haberlere olan ilgisini artırmakta ve onları daha fazla etkileşimde bulunmaya teşvik etmektedir (Hamari ve diğerleri, 2014).

2.2. Ludenik Haber Okuma Teorisi

Ludenik Haber Okuma Teorisi, temelde haber okumanın belirli motivasyonlar dışında kendi başına eğlence ve keyif veren bir eylem olduğunu ve bu durumun oyunlara benzer bir yapıda yer aldığını öne sürmektedir. Bu noktada teori, haberin üretim sürecinden ziyade haber tüketim sürecine odaklanan bir teoridir. William Stephenson tarafından 1964 yılında yayınlanan "Ludenik Haber Okuma Teorisi" (The Ludenic Theory of Newsreading) isimli çalışmada ilk olarak "ludenic" terimi kullanılmış ve gazete okumaya yönelik dönemi içerisinde yenilikçi bir teori ortaya atılmıştır.

Ludenik Haber Okuma Teorisi'nin çıkış noktası o dönemde gazete okuma eyleminin teorik bir bakış açısından yoksun biçimde yalnızca hizmet edebileceği geniş işlevleri göz önüne alınarak incelenmesinin oluşturduğu eksikliği gidermektir (Stevenson, 1964). Teoriye göre haber okumalarının bilinçli veya bazen bilinçsiz amacı, bir sorunun çözümüne yönelik ya da okuyucunun zihninde hali hazırda yer alan imgelerden farklı şeyler eklediği için değildir. Okurların, yeni bilgiler edinmek yerine zaten bildikleri bir şey hakkında da okumaya meyilli olduğunu öne sürmektedir. Stevenson (1964), bu duruma örnek olarak bir kişinin akşam izlediği futbol maçına dair özeti ertesi gün tekrar izlemek istemesi ve devam eden günlerde bu maç

hakkında yorumları ve köşe yazılarını okuma isteği duymasını göstermektedir. Öte yandan teoriye göre gazeteler, yalnızca kamusal olaylar hakkında bilgi ve yorum sağlayan ve gündelik hayata doğrudan etki eden bir yardımcıdan fazlasıdır. Bu bakımdan gazetelerin atfedilen rollerinden ziyade haber okuma eyleminin okur üzerinde bilişsel etkileri üzerine odaklanarak, eylemin oyun oynamaya benzeyen yapısını ön plana çıkarmıştır.

Ludenik Haber Okuma Teorisinde haber okumayla ilgili olarak açıklanması gereken temel şey, ortaya çıkardığı keyif ve hazdır. Bu görüşe göre okurlar kötü haberlerden bile keyif alabilmektedir. Bu keyif alma süreci en azından haberi okuma eyleminden daha sonra okur üzerinde bıraktığı sürükleyici, ilginç ve keyif verici ruh haliyle açıklanmaktadır. Daha açıklayıcı bir şekilde haberlerin içeriklerinin yanı sıra eylemin kendisini yerine getirmek belirli oranda eğlence ve keyif için gerçekleştirilmektedir. Aynı şekilde oyun oynamaktan da zevk alınmaktadır. Bu durum rekabetçi veya iş birlikçi oyunların sağladığı farklı duygusal doyumların veya bu doyumların ortaya çıkış biçimlerine paralel bir şekilde gerçekleşmektedir.

Stephenson (1964), Freud'un haz ve gerçeklik ilkesiyle ele alarak haber okuma zevkinin büyük bir ego şişkinliği içerdiğini, bu sebepten kaynaklı olarak kötü haberlerin bile sürükleyici, ilginç veya merak duygusu oluşturarak zevk ve keyif verdiğini vurgulamaktadır. Örneğin seks, para veya evlilik skandallarını okumak, açlık veya maddi sıkıntı çekenlere dolaylı bir heyecan sunmaktadır (Stephenson, 1964). Bu şekilde ele alındığında haber okumak, karmaşık ve öznel bir beceri olarak görülmektedir. Ancak Stephenson (1964), “çocukların kızamık hastalığına yakalanması” gibi bir haberle ilgili haz almanın, Freud'un fantezi kavramına ilişkin görüşü üzerinden ele alındığında, yalnızca nevrotik ve ruhsal bozukluğu olan bireylerin fantezilerine özgü bir durum olduğunu ve sağlıklı, terapötik bir dünyada bu fantezilerin haz olgusu oluşturmayacağını öne sürmektedir.

Gazete okumak kurallı, devamlı ve sıralı bir düzende olmadan, birbirinden bağımsız haberler arasında gezinmek şeklinde de gerçekleşebilen bir eylemdir. Bu biçimiyle haber okuma eylemi “Saf oyun” düzeyinden ayrılarak “ludic” olandan uzaklaşmaktadır. Dolayısıyla Stephenson (1964) yalnızca kişinin her şeyin bilincinde olduğu ve gazeteye odaklandığı daha gelişmiş bir okumanın oyuna benzediğini söylemektedir. Bu durumu şu şekilde aktarmaktadır: “Gazete okumak gönüllüdür, bir görev ya da ödev değildir: okuyucu isterse gazeteyi yalnız bırakabilir. Gazete okumak okuyucunun sıradan, gerçek hayatının bir parçası değildir; daha ziyade bir ara, bir -mış gibi yapma- eylemi, kendini tatmin eden ve orada sona eren geçici bir olaydır” (Stephenson, 1964).

Ludenik haber okuma teorisine göre haber okumanın da oyuna benzer biçimde kuralları vardır. Temel olarak, kişi gazete okurken dış dünyaya ilgisiz ve olan bitenden bağımsızdır.

Haber okumayı alışkanlık haline gelmiş birisi için gazete, günün anlık tatminlerinin ya da ihtiyaçlarının dışında durur ve kişinin yaşam tarzının bir parçası haline gelmektedir. Bunun yanı sıra bulmaca çözmek, kupon takip etmek veya ilanları incelemek gibi belirli bir amaçla veya eğlence ihtiyacını karşılamaya yönelik gerçekleşen eylemler ise haber okumaya ek olmaktadır. Bu bağlamda, okuma esnasında birey gerçek dünyadan koparak eyleme dalış gerçekleştirmektedir. Stephenson (1964) bu durumu kendinden geçme veya hayal dünyasına dalmadan ziyade bir çocuğun “evcilik” oyunu sırasında gerçekleştirdiği gibi benliğini “kahraman” konumuna getirerek haberdeki önermelerle, olaylarla veya kişilerle özdeşleştirdiği bir özümseme sürecine benzetmektedir. Bu süreçte benlik, tıpkı oyun oynayan bir çocukta olduğu gibi okumanın her yerinde yer almaktadır. Bu nedenle, “saf oyun” da olduğu gibi haber okumak da kurallar ve özbilinç içinde gerçekleştiği için bir oyunun niteliklerine sahiptir. Teorinin adında da tam olarak bu benzerlik sebebiyle, saf oyun ve oyun oynamayı kapsayan ve oyun anlamına gelen “ludic” kelimesinden türetilen “ludenik” kelimesi kullanılmıştır (Stephenson, 1964).

Stephenson, 1967 yılında ele aldığı “Kitle İletişiminde Oyun Teorisi” (The Play Theory of Mass Communication) isimli çalışmasında, mevcut teoriyle “oyunlaştırma” arasındaki bağı kuvvetlendirmeye başlamış, 2020 yılında yayınladığı “Ludik Haber Okuması: Oyunlaştırma Yoluyla Bağlılığı Artırma” (Ludic News Reading: Enhancing Engagement through Gamification) isimli çalışmasıyla, oyunlaştırma ve ludenik haber okuma teorisini birleştirerek, geliştirmiştir. Bu doğrultuda gazetenin içerikleriyle birlikte tasarımda okurun ilgisini çekebilecek tipografik estetikle ele alınmış başlıkları (Cengiz ve Kaya, 2022), kullanılan yazı fondu ve belirli bir kuralla gerçekleşen mizanpajı, ludenik haber okuma ile uyumlu ve ilişkilidir. Öte yandan sayfaların arasına yerleştirilmiş mizahi veya ideolojik karikatürler, bulmacalar, fıkra köşeleri ve benzeri öğeler (Stephenson, 1967) ludik hazlar ile gerçekleştirilmektedir. Bu öğeler Stephenson’ın (1964; 1967) deyimiyle haber okuyucularını dünyanın gerçekliklerinden kaçırarak oyunlardır.

Özellikle etkilendiği Huizinga’nın (1938; 2014) teorisinde oyunlar, insanların bilgi edinme ve eğlenme süreçlerinde önemli bir rol oynamaktadır. Aynı düzlemde haber tüketiminde yer alan oyun ve eğlence unsurları, bireylerin zihinsel süreçlerini geliştiren, katılımı artıran ve öğrenmeyi derinleştiren temel unsurlardır (Stephenson, 1967). Bu doğrultuda Stephenson (1964:374-375), “gazete okuyucusunun oyununa ve gelişmiş haber okuma alışkanlıklarının teşvik edilmesine” dikkat çekerken “bir gazetenin formatının okuyucularının oyununa uygun olması konusunda endişelenmek için nedenler” bularak, “gazetelerin kendisini oyunun özelliklerine özgürce bırakması gerektiğini” öne sürmüştür. Bu bakış açısıyla teoride,

haberlerin yalnızca bilgi aktarımı değil, aynı zamanda kullanıcılar için bir oyun ve eğlence aracı olması gerektiği vurgulanmaktadır. Haber okuma sürecine oyun unsurları eklendiğinde, kullanıcılar daha fazla motive olmakta ve haberlerle daha derinlemesine bir etkileşim kurmaktadır. Bu etkileşim hem bilişsel hem de duygusal düzeyde gerçekleşerek kullanıcıların haberleri daha etkili bir şekilde anlamalarını sağlamaktadır (Glasser, 2000). Bu noktada haber ve oyun ilişkisine daha detaylı bakmak önem taşımaktadır.

2.3. Haber ve Oyun İlişkisi

Haber ve oyun ilişkisi ilk olarak, okuyuculara keyifli bir deneyim sunmanın ve onların eğlendirme ihtiyacının karşılamanın bir iş olarak gazeteciliğe bağlı olduğu, bulvar gazeteciliğin doğduğu yer olan ABD’de ortaya çıkmıştır (Conill ve Karlsson, 2016). İlk olarak 1889’da The New York World gazetesi, ünlü skandal habercisi (muckraker) Elizabeth Cochrane’nin yetmiş üç günde dünyanın etrafını uçakla dolaşmak amacıyla çıktığı yolcuğu okurlara aktarırken ilgi çekmek ve haberi eğlenceli hale getirmek amacıyla oyunlaştırmıştır (Ferrer-Conill ve diğerleri, 2020). Bu dönemde medya sektöründeki yoğun rekabetçi ortam ve reklam verenlerin az sayıda olması, gazetelerin gelir kalemlerini kısıtlayarak tirajı çok önemli bir faktör kılmaktaydı. Bu sebeple satış yapması gereken gazeteler okuyucuların ilgisini çekmek ve okuyucu kitlesini genişletmek için katı gerçeklerin ötesinde, eğlence ve yenilikçi öğeleri kullanmaya başlamıştır (Conill ve Karlsson, 2016).

On dokuzuncu ve yirminci yüzyıllar arasında yaşanan teknolojik gelişmelerle birlikte gazetelerde yer alan reklamların, eğlenceli içeriklerin ve sansasyonel haberlerin sayısında artış yaşanmaya başlamıştır (Ferrer-Conill ve diğerleri, 2020). Özellikle bu dönemde Arthur Wynne’in katkılarıyla gazetelerin eğlence sayfalarındaki en önemli ögesi sayılabilecek bulmacalar yer bulmaya başlamış, çizgi romanlar ve fıkra köşeleri haftalık bir norm haline gelmiştir (Foxman, 2015). Haber-oyun ilişkisinin net bir şekilde görüldüğü bu ilk yıllarda bulmacanın haber tüketimine etkisi yadsınamayacak şekilde olmuş, günümüze kadar uzanan bir zaman aralığında basının çeşitli yüklerini taşıyan çok amaçlı bir yardımcıya dönüşmüştür (Poynter, 1942).

Günümüzde ise dijital oyunların giderek artan popülerliği, bu alanı yüceltme veya eleştirme eğiliminde olan haber yapımcılar için birçok karmaşık fırsat ve zorluk sunmaktadır (Williams, 2003). Oyunların haber yapma gücüne yönelik heyecan, özellikle karmaşık kavramları oyun aracılığıyla daha anlaşılır hale getirme potansiyelini destekleyen araştırmalarda belirginleşmiştir (Bogost, 2010; Sicart, 2009). Bir yandan, oyunlar, okuyucu kitlesinin dikkatini çekmek için sosyal medya platformlarına benzeyen ve geleneksel olmayan

haber tüketim yollarına yönelen genç kitlelere hitap etme sözü verirken; diğer yandan, gazeteciler bu tür yaratıcı bir sürece vakit, geçmiş deneyim ya da yetenek ayıramayacakları için genellikle oyun yaratıcıları olarak görölmelerine engel olmaktadır (Ferrer-Conill ve diğerleri, 2020). Bu ikilem, yirmi birinci yüzyılda 'Multimedya gazeteciliğinin' yükselişi ve 'ciddi oyunların' artan etkisi ile doruğa ulaşmıştır. Bu yeni biçimlerdeki habercilik örnekleri, yeni okur ve kullanıcıların ilgisini çekmek ve haberleri kendi bakış açılarına göre keşfetmelerine yardımcı olmak amacıyla “oyunlaştırma” etkisinde yenilikçi hikâye anlatım tekniklerinin gelişmesinin önünü açmıştır (Jacobson, 2012). Bista ve arkadaşları (2014), oyunlaştırılmış haber platformlarının kullanıcı etkileşimini önemli ölçüde artırdığını göstermiştir. Kullanıcıların oyunlaştırılmış unsurlar sayesinde haberlere daha uzun süre odaklandıkları ve içerikleri daha dikkatli okudukları görölmektedir (Ferri ve diğerleri, 2019). Ancak, süregelen zamanda tıpkı haber oyunları gibi, oyunlaştırma yaklaşımları da ilk dönemde umut vaat eden bir biçim olsa bile, genel anlamda birçok değişken ve faktörün bir araya gelmesi sebebiyle haber dünyasında güçlü bir yer edinmeyi başaramamıştır (Conill ve Karlsson, 2016; Ferrer-Conill ve diğerleri, 2020).

Oyunlaştırmanın bazı olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Özellikle, aşırı oyunlaştırma durumunda, kullanıcılar haberlere yüzeysel bir yaklaşım sergileyebilir ve bilgi edinme süreci bir eğlence unsuru haline gelebilir (Bogost, 2010). Bu durum, haberin bilgilendirici ve kamuoyunu aydınlatıcı işlevini zayıflatabilir. Ayrıca, bazı eleştirmenler, oyunlaştırmanın kullanıcıları manipüle edebileceğini ve haberin ticari kaygılar doğrultusunda şekillendirilmesine yol açabileceğini ileri sürmektedir (Fuchs, 2021).

2.4. Haber Oyundan Sürükleyici Gazeteciliğe

Etkileşimli odaklı dijital medyanın gazetecilik pratiğine uygulanması, video, ses, animasyon, çizgi illüstrasyon ve infografiklerden, bilgisayar destekli 3D görüntülere, drone ve yapay zekâ gibi teknolojilerden, sürükleyici deneyime kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. Bu uygulamaların bir örneği ise sıradan oyunların aksine ek bir pedagojik değere sahip “ciddi oyunların” bir alt kümesi olan "haber oyunlarıdır” (Michael ve Chen, 2005). Haber oyunları, dijital oyun tasarımcılarının ve geliştiricilerinin hazırladığı genellikle oynanış mekaniklerinin veya oyuna konu olan hikâyenin eğitsel veya haber değeri taşıyan konulardan seçildiği oyun biçimleridir. Ciddi oyunlar geniş bir yelpazede ele alınabilirken (Michael ve Chen, 2005) haber oyunları, eğitici, açıklayıcı ve savunucu/aktivist olarak 3'e ayrılmaktadır (De la Peña ve diğerleri, 2010).

Temel olarak haber oyunları hem eğitici hem açıklayıcı öğeleri bünyesinde barındırabilmektedir. Aktivist haber oyunlara örnek olarak, Batı Sudan’da yer alan bir mültecinin temel ihtiyaçlarını karşılamaya çalışırken Janjaweed milis devriyelerinden kaçmasını ve hayatta kalma serüveninin konu edildiği “Darfur Ölüyor” (Darfur is Dying) oyunu gösterilmektedir (Michael ve Chen, 2005; Ruiz, 2006). Oyun, oynanış mekanikleri ve hikaye anlatımı yardımıyla oyuncuya gösterdiği tehlikelerin gerçek trajedilere atıfta bulunmasını sağlamakta ve bununla soykırım kurbanlarına yönelik empatiyi artırmayı amaçlamaktadır (De la Peña ve diğerleri, 2010). Öte yandan çok oyunculu ve büyük ölçekli Second Life oyununda Guantanamo Körfez hapishanesinin sanal bir temsili olan “Gone Gitmo” hem bir haber oyun olarak öne çıkarken avatar eylemliliği, mekânsal anlatının özellikleri ve belgesel videonun bilgisayar ortamına entegrasyonu gibi konularda sürükleyici gazeteciliğin ilk örneği olarak sayılmaktadır (Demir, 2023).



Görsel 2.1. Haber oyun: Darfur Ölüyor

Haber oyunlarda kullanıcılar hazırlanan bilgisayar arayüzü aracılığıyla belirli bir konu ve amaç üzerine dijital olarak temsil edilen bir dünyaya girmektedir. Bu temsili dünyada kullanıcılar, aktarılmak istenen haber hikayesine özgü ayrıntıları ve ilişkili kısa hikayeleri içerik üreticisinin izin verdiği olasılıklar arasından eylemlerini seçerek araştırabilmekte veya denk gelebilmektedir. Bu durum sürpriz öğesi adı verilen rastgele veya planlı kazanımları ön plana çıkararak kullanıcı üzerinde anlatıya yönelik merak duygusu oluşturmaktadır. Merak duygusuna sahip kullanıcı ise sanal temsil boyunca gezinmeye ve anlatıyı daha detaylı şekilde deneyimlemeye istekli olmaktadır. Öte yandan avatarların kullanıcısının bir temsili olması avatar ve kullanıcı arasında duygusal bir bağ kurulmasını sağlamaktadır. İnteraktif gazetecilikte yer alan bu tür bir bağ, sürükleyici gazetecilik kavramının en temel unsurlarını yansıtmaktadır. Bu benzerliklere rağmen sürükleyici gazetecilik uygulamalarında daha yoğun bir daldırma ve etkileşim için birincil şahıs bakış açısı, avatar kullanımı veya gerçek görüntülerle temsil oluşturma ve mekân yanılması yaratma gibi özellikler bulunmak zorundadır. Bu durum sürükleyici gazetecilik uygulamalarının haber oyunlardan ayrı bir şekilde ele alınarak kendi

başına bir kavram haline gelmesini sağlamıştır (Arık, Karaduman, ve diğerleri, 2024; De la Peña ve diğerleri, 2010).

2.5. Sürükleyici Gazetecilik

Günümüz dijital çağında, teknolojik gelişmeler medya ve gazetecilik alanında köklü değişikliklere yol açmaktadır. Geleneksel haber anlatım yöntemlerinin ötesine geçilerek, okuyucuya daha derin ve etkileşimli deneyimler sunmayı amaçlayan sürükleyici gazetecilik (immersive journalism) kavramı, bu dönüşümün öncülerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Sürükleyici gazetecilik, haberlerin sunumunda 360 derece görüntüleme teknolojisi, artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) gibi ileri düzey dijital araçları kullanarak, izleyiciye olayların tam ortasında bulunuyormuş hissi vermeyi hedeflemektedir.

360 derece görüntüleme teknolojisi, kullanıcıların haber ortamını tüm açılardan görmelerine olanak tanırken, artırılmış gerçeklik gerçek dünya ile dijital bilgilerin birleşimini sağlayarak haberin daha zengin ve katmanlı bir şekilde algılanmasını mümkün kılmaktadır. Sanal gerçeklik ise tamamen dijital bir ortam yaratarak, kullanıcıyı haberin içine çekerek daha yoğun bir deneyim sunmaktadır. Bu teknolojiler, gazetecilik pratiğinde yeni anlatım biçimlerinin ortaya çıkmasına ve haberlerin daha etkili bir şekilde hedef kitleye ulaştırılmasına katkı sağlamaktadır.

Sürükleyici gazetecilik, sadece teknolojinin kullanımıyla sınırlı kalmayıp, aynı zamanda hikâye anlatımında yenilikçi yaklaşımlar geliştirilmesini de teşvik etmektedir. Bu bağlamda, haberlerin interaktif yapısı, izleyicinin aktif katılımını ve duygusal bağ kurmasını destekleyerek, geleneksel pasif tüketici rolünden aktif katılımcı rolüne geçişi sağlamaktadır. Bu dönüşüm, haberlerin doğruluğu ve objektifliği konusundaki etik tartışmaları da beraberinde getirirken, gazetecilerin yeni beceriler kazanmasını ve dijital araçları etkili bir şekilde kullanmasını zorunlu kılmaktadır.

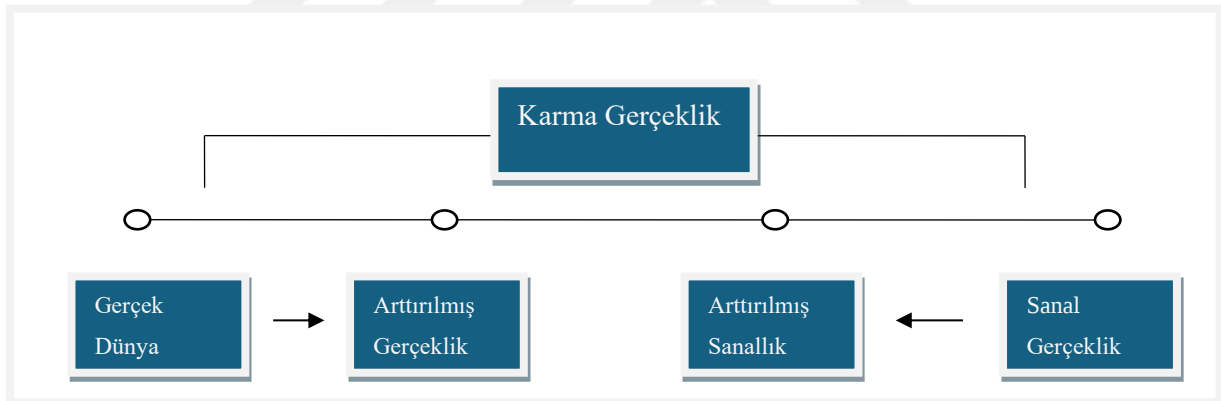
Bu doğrultuda, sürükleyici gazetecilikten önce üretim ve tüketim pratiklerinde yer alan 360 derece görüntüleme teknolojisi, artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik gibi araçları incelemek gerekmektedir.

2.6. Sanal gerçeklik, Arttırılmış Gerçeklik ve 360 Derece Görüntüleme

Günümüz teknolojik gelişmeleri, dijital deneyimlerin sınırlarını genişleterek kullanıcıları daha önce erişemedikleri bir gerçeklik boyutuna taşımaktadır. Sanal gerçeklik (VR), artırılmış gerçeklik (AR) ve 360 derece görüntüleme, dijital içerikleri deneyimleme biçimimizi dönüştüren temel sürükleyici teknolojiler arasındadır. Bu teknolojiler, sadece görsel ya da

işitsel bir içerik sunmakla kalmayıp, kullanıcıyı bu içeriğin merkezine konumlandırarak gerçeklik algısını yeniden tanımlamaktadır. Dijital dünyada gerçeklik ile sanallığın bir arada var olduğu bu yapılar, medya, eğitim, sağlık ve turizm gibi çeşitli alanlarda uygulama bulmakta ve kullanıcı deneyimini benzersiz bir seviyeye taşımaktadır.

Gerçeklik ve sanallık sürekliliğinde, artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) karma gerçeklik alanının bileşenleri olarak kabul edilmektedir. Bu durum, Şekil 2’de gösterildiği gibidir. Artırılmış gerçeklikte, gerçek nesneler sanal nesnelerle birleştirilir. Sanal gerçeklik ile artırılmış sanallık ise çevredeki fiziksel ortamı sanal unsurlarla değiştirir. Artırılmış gerçeklik, fiziksel çevreye sanal objeleri entegre ederek gerçekliği destekler ve bu sanal nesneler, gerçek dünyanın bir parçası haline gelir (Milgram ve diğerleri, 1995). Bu bilgilerin ışığında, artırılmış gerçeklik, internet bağlantısı ve bilgisayar, akıllı gözlük, akıllı eldiven gibi cihazlarla sanal nesnelerin gerçek görüntülere eklenmesini sağlar. Sanal gerçeklik ise bu cihazlarla yepyeni bir gerçeklik oluşturur. Bilgisayar, tablet veya telefon gibi akıllı cihazlar, ses, video, grafik ve GPS verilerini oluşturup bu verileri duyuşal girdilerle zenginleştirerek fiziksel ortamla birleştirir ve böylece yeni bir algısal ortam sunar.



Şekil 2.1. Gerçeklik – sanallık süreci (Milgram ve diğerleri, 1995).

Sürükleyici teknolojiler, gerçeklik hissinin oluşturulmasına dayalı olarak “etkileşim” ve “içine girme (daldırma)” özelliklerini temel alan teknolojilerdir. Dolayısıyla sanal gerçeklik deneyimi için tercih edilen teknolojilerin, etkileşim ve daldırma potansiyeli bakımından sınıflandırmak mümkündür. Bu bağlamda sanal gerçeklik sistemleri “sürükleyici olmayan” (non-immersive), “yarı sürükleyici” (semi-immersive) ve “sürükleyici” (immersive) olarak sınıflandırılmaktadır (Evans ve diğerleri, 2020). Bu sınıflandırma, kullanıcıya sunulan deneyim yoğunluğunu belirlerken, sanal ortamla kurulan bağın derinliği hakkında da bilgi vermektedir. Örneğin, sürükleyici olmayan sistemler genellikle masaüstü ortamlarındaki sanal gerçeklik simülasyonları iken, yarı sürükleyici sistemler projeksiyon ekranları ve yüksek çözünürlüklü grafiklerle daha etkileşimli bir ortam sunar. Tam sürükleyici sistemler ise kullanıcıyı, genellikle

VR gözlükleri veya kafaya takılan ekranlar (HMD) ile tamamen sanal bir dünyaya daldırarak deneyimi güçlendirir.

Tablo 2.6. Sanal gerçeklik sistemleri

Özellik	VR	AR	360 Derece Görüntüleme
Ortam	Tamamen dijital	Gerçek dünya + dijital katmanlar	Gerçek dünya
Kullanıcı Deneyimi	Tam sürükleyici	Yarı sürükleyici	Görsel sürükleyici
Donanım Gereksinimi	Yüksek	Orta	Orta

Son yıllarda 360 derece görüntüleme teknolojileri de sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklikle birleşerek kullanıcıya çevresini daha kapsamlı bir şekilde görme ve keşfetme fırsatı sunmaktadır. 360 derece videolar ve görüntüler, kullanıcıların etraflarını eksiksiz bir şekilde gözlemlemesine olanak tanıyarak, ortamın yalnızca bir parçasını değil, tamamını deneyimleme imkânı sağlamaktadır. Bu teknolojiler, özellikle gazetecilik, eğitim ve turizm gibi alanlarda benzersiz ve etkileyici deneyimler sunarak, izleyiciyi olayın veya ortamın içine çekmekte ve gerçeklik algısını artırmaktadır.

Sürükleyici teknolojiler farklı daldırma, etkileşim ve sanallık seviyeleri sebebiyle aynı olayı bile birbirinden farklı bir deneyim haline getirmektedir. Bu sebepten ötürü sürükleyici gazetecilik için kullanılan ve farklı sanallık seviyeleri oluşturan teknolojileri daha detaylı incelemek gerekmektedir.

2.6.1. 360° Video Görüntüleme

360 derece videolar, küre oluşturacak şekilde konumlandırılan, birden fazla lens ve sensör kullanan ve çevrenin tam bir panoramik görüntüsünü yakalayan kameraların veya çok kameralı sistemler tarafından yakalanan görüntülerin panorama oluşturacak biçimde yazılımla birleştirilmesiyle elde edilen görüntülerin peş peşe sıralanması sonucu elde edilen dijital içeriklerdir (Corbillon, De Simone, ve Simon, 2017; Corbillon, Simon, ve diğerleri, 2017; Xie ve diğerleri, 2017). 360 derece videolar, tüm açıları gören en az iki lense sahip tek kamera ile yapılabildiği gibi genel olarak benzer donanım özelliklerine sahip, tek lensle sahip iki veya daha fazla kameranın bir araya getirilmesiyle üretilebilmektedir (Chenrai ve Jitmahantakul, 2019). Ancak 360 derece videolara erişim üretime nazaran daha kolaydır. Özellikle 360 derece

videoların kullanımında HMD (Head-Mounted Display) başlık gibi spesifik bir donanıma ihtiyaç bulunmamaktadır. Bunun yerine “akıllı” özelliğine sahip ve internete bağlanabilen bilgisayar, tablet ve akıllı telefonlarla bile 360 derece videolara erişim sağlanabilmekte ve etkileşime geçilebilmektedir. Öte yandan StreetView veya Geogusser gibi harita ve konum tabanlı uygulamalarda, YouTube ve Instagram gibi video ve görüntü içerik paylaşım sitelerinde, Facebook ve Twitter gibi sosyal medya platformlarında 360 derece videolar ile ilgili özelliklerin bulunması bu tarz içeriklere olan ilginin artmasına sebep olmaktadır (Hanhart ve diğerleri, 2018; Reyna, 2018).

360 derece videoların oluşturulmasında belirli yöntemler ve teknik bileşenler ön plana çıkmaktadır. Örneğin yalnızca iki kamera kullanarak bile 360 derece video üretilmektedir ancak üretilen içeriğin yüksek çözünürlükte olması isteniyorsa çekim için kullanılan kamera sayısını artırılması gerekmektedir (Corbillon, Simon, ve diğerleri, 2017). Öte yandan tripodlar, monopodlar, kafa kaskları veya gimbal stabilizörlere takılan 360 derece görüntüleyicilerle video oluşturmak daha stabil görüntü elde edilmesini sağlamaktadır. Oluşturulan 360 derece videoların HMD’ler kullanılarak görüntülenmesi, kafa hareketlerine ve bakış açılarına etkileşimli olarak görüntünün değiştirebilmesine olanak sağlayarak sürükleyici bir sanal gerçeklik deneyimi elde etmeleri mümkün olabilmektedir (Hanhart ve diğerleri, 2018; Zhang ve diğerleri, 2019). Ancak 360 derece görüntüleme kullanılarak oluşturulan videoların sanal gerçeklik olarak kabul edilmesi için belirli derecede daldırma etkisine sahip olması gerekmektedir (Mabrook ve Singer, 2019). Bunun için ilk olarak sürükleyici sanal gerçeklik deneyimini elde edebilmek HMD teknolojisine sahip olunmalıdır. İkinci olarak ise kullanıcı tarafından etkileşime girilecek videoların stabil ve yüksek çözünürlüğe sahip olması gerekmektedir (Kırksekiz, 2021).

Günümüzde mobil cihazların ve çevrimiçi platformların sağladığı imkanlar sayesinde 360 derece videolar oluşturmak ve erişmek son derece kolay, pratik ve düşük maliyet hale gelmiştir. Bu durum 360 derece videolar kullanılarak oluşturulan sanal gerçeklik uygulamalarının farklı sektör ve endüstrilerde kullanımını kolaylaştırmaktadır (Corbillon, De Simone, ve Simon, 2017; Corbillon, Simon, ve diğerleri, 2017; Kırksekiz, 2021; Mabrook ve Singer, 2019; Xie ve diğerleri, 2017).

2.6.2. Arttırılmış Gerçeklik

Arttırılmış gerçeklik (AR), metin, ses, görsel, grafik, video, konum ve harita bilgisi gibi sayısal tabanlı verilerin bir bilgisayar tarafından işleyerek reel ve fiziksel dünyadaki bir olayın veya konumun canlı görüntüsüne eklemleyip, pekiştirerek sunan bir sistemdir (Jenny, 2017;

Madsen, 2016; Nelson, 2016; Seibert-Johnston, 2014). Arttırılmış gerçeklikte kullanıcılar doğal gerçeklikle etkileşim haline devam ederken dijital olarak yansıtılmış bilgileri “HUDset (Heads-up- Display) veya “HMD (Head-Mounted Display)” aracılığıyla görebilmektedir. HUDset veya HMD’ler baş pozisyonunu algılayabilen ivmeölçerler ve jiroskoplarla donatılmış, gerçek dünyadan elde edilen görüntüleri kullanıcıya aktarırken dahili veya harici erişim sağladığı bilgisayarlar aracılığıyla dijital verilerin bu görüntülere entegre edilmesine olanak sağlayan giyilebilir ekran setleridir (Thomas ve David, 1992).

Arttırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik arasındaki en temel fark kullanıcıların yapay gerçekliğe daldırılma düzeyindeki farklılıklardır. Arttırılmış gerçeklik gerçek dünyadaki görüntüleri, bilgisayar tarafından pekiştiren, arttıran veya detaylandıran bilgileri HMD ekrana yansıtarak kullanıcının gerçekliğine dahil etmektedir (Elinich, 2011:21).

AR sisteminin üç temel özelliği bulunmaktadır. Bunlar; (1) Gerçek ve sanal nesneleri gerçek bir ortamda birleştirmek, (2) Gerçek ve sanal nesneleri hizalamak ve (3) Etkileşimli, üç boyutlu ve gerçek zamanlı olarak çalışmaktır (Azuma, 1997). Bu doğrultuda arttırılmış gerçekliğe erişim sağlayacak kullanıcıların HMD haricinde el hareket takibi veya dokunmatik özellik barındıran araçlara ve GPS veya internet bağlantısına erişim sağlayabilmesi gerekmektedir.

Arttırılmış gerçeklik teknolojisinin gelişimi internet veya drone teknolojilerine benzer biçimde askeri amaçlarla kullanımı için olmuştur. Arttırılmış gerçeklik ilk olarak, İkinci Dünya Savaşında İngiltere askeri birlikleri için geliştirilmeye başlanan “Mark VIII Airborne Interception Radar Gunsighting” projesi kapsamında uçuşla ilgili radar, irtifa ve hız gibi çeşitli bilgileri pilotun görüşünü engellemeden uçağın ön camında yer almasını sağlayan bir sistem geliştirilmesiyle başlamıştır (Vaughan-Nichols, 2009). Temelde saydam bir ekran vasıtasıyla elde edilen bu ilkel arttırılmış gerçeklik uygulamasının dışında HMD kullanımı ise 1960’lı yıllarda Ivan Sutherland ve öğrencileri tarafından gerçekleştirilmiştir (Poupyrev ve diğerleri, 2002). Devam eden süreçte arttırılmış gerçeklik kullanımı, havacılık endüstrisi için vazgeçilmez bir uygulama haline gelmiş 1970 ve 1980’li yıllarda ABD Hava Kuvvetleri ve NASA gibi kurumlarda geliştirilmeye devam edilmiştir (Demirezen, 2019). Günümüzde habercilik, harita ve konum, eğitim, sağlık, pazarlama ve hatta dijital ticaret için bile AR teknolojisi ve uygulamaları kullanılmaktadır.

2.6.3. Sanal Gerçeklik (Virtual Reality)

Sanal gerçeklik teknolojisi (VR) de arttırılmış gerçekliğe (AR) benzer bir şekilde HMD ve “DataGlove” veya “Wired Glove” adı verilen bir eldiven donanımından meydana

gelmektedir. Sanal gerçeklik, ivme ölçerler ve jiroskoplarla donatılmış başa takılan bir ekrana, dahili veya kablo vasıtasıyla bağlanmış harici bir bilgisayar tarafından oluşturulan üç boyutlu sanal görüntülerin aktarılmasıyla oluşmaktadır. Kullanıcı, yine ivme ölçer ve jiroskoplarla donatılmış Wired Glove ve HMD ile sağlanan üç boyutlu bir ortama dalış gerçekleştirerek sanal gerçekliği deneyimleyebilmektedir (Green, 1990:50). Herhangi bir sanal gerçeklik (VR) teknolojisinin temel amacı, kullanıcısının yer aldığı sanal çevreyi mümkün olduğunca gerçekliğe yakın ve doğal kontrol etmesini sağlamaktır (Ghazisaedy ve diğerleri, 1995:181). Bu açıdan sanal gerçeklikte yer alan görsel imgelemdeki değişimler, katılımcının gerçek dünyadaki eylemlerine karşılık olarak ortaya çıkar. Bu tür fiziksel tabanlı gerçekçi geri bildirimler, kullanıcıların bilgisayar oluşturmaya sanal dünyada yer alırken gerçeklikle bağlantısını soluklaştırmaya ve aradaki farkı yitirmesini sağlar (Mabrook ve Singer, 2019)

Sanal gerçeklik teknolojilerinin tarihsel serüvenine bakıldığında ilk kilometre taşı, 1838 yılında Charles Wheaton'un icadı olan stereoskoptur (Demirezen, 2019). Stereoskop, hafif farklılıklara sahip ancak özdeş gibi görünen iki fotoğraf kullanarak derinlik hissi oluşturulmuş bir yanılsama gerçekleştirmektedir. Bu icat, günümüzde yer alan üç boyutlu filmler ve grafikler gibi öğelerin öncülü sayılmaktadır (Demirezen, 2019). Ivan Sutherland ve David Evans ise tarihte ilk HMD ekran olan “Damocles Sword” geliştirmiştir. Günümüze kadar ki süreçte birçok teknolojiyle birlikte gelişen sanal gerçeklik, 2018 yılı itibarı ile teknolojik karmaşıklığa ve sağladığı daldırma seviyesine paralel olarak mobil ve profesyonel olarak iki ana başlıkta ele alınmaktadır (Dönmez ve Erkılıç, 2018). Mobil sanal gerçeklik teknolojileri, daha çok giriş seviyesi, daha az maliyetli ve kullanımı daha kolay olan “Google Cardboard”, “Google Daydream” ve “Gear VR” gibi dahili bilgisayar, jiroskop veya ivmeölçer yerine akıllı cep telefonlarının belirli bir çerçeveye entegre edilmesiyle çalışan modellerden oluşmaktadır. Mobil sanal gerçeklik teknolojilerinde HMD yalnızca optik lensler ve kulaklıklar vasıtasıyla telefon ekranından gelen görüntüleri stereoskopik olarak göstermektedir. Oculus Rift veya Windows Mixed Reality gibi profesyonel sanal gerçeklik teknolojileri ise dahili veya harici bir yüksek donanımlı bilgisayara ihtiyaç duymakta ve birçok karmaşık sensörü bünyesinde bulundurmaktadır.

Sanal gerçeklik için kullanılan teknolojinin teknik kapasitesi temel olarak bireylere gerçek ve sanal dünya arasındaki farkı neredeyse tamamen ortadan kaldıracak kadar yoğun ve etkileyici deneyimler sunabilmekle ilişkilidir (Dönmez ve Erkılıç, 2018). Bu durum sanal gerçekliğin en önemli faktörü olan “batırılmış hissetmek” veya “daldırma” kavramını ön plana çıkarmaktadır.

2.6.3.1. Daldırma (Immersion)

Sanal gerçeklikte daldırma (immersion), kullanıcıların kendilerini üç boyutlu dijital bir ortamda gerçekten bulunuyormuş gibi hissetmelerini sağlayan bir deneyimdir (Craig ve diğerleri, 2009). Bu his, bilgisayarla oluşturulan alanda olmayan, ancak mümkün olduğu kadar gerçek algılanması gereken sanal bir ortamda kullanıcıların duyularını (dokunma, dengede durma, görme ve duyma vb.) manipüle ederek sağlanmaktadır (Jenny, 2017:7). Daldırma, sanal gerçeklik deneyimlerinin temel hedeflerinden biridir ve aşağıda belirtilen temel bileşenlerle sağlanmaktadır:

- Görsel Daldırma
- İşitsel Daldırma
- Haptik Daldırma
- Hareket ve Konum Takibi
- Anlatı ve Etkileşim

Görsel daldırma, sanal gerçeklikte yer alan en yaygın ve önemli unsurlardan birisidir. Görsel daldırma, sanal gerçeklik sistemlerinde kullanılan yüksek çözünürlüklü ekranlar ve bu ekranlarda gösterilmek üzere hazırlanmış içeriklerde yer alan geniş görüş alanı (Field of View, FOV), hızlı yenileme hızı (refresh rate) ve düşük gecikme süresi (latency) gibi parametrelerle sağlanmaktadır. Kullanıcıların gördüğü içeriklerin baş hareketleriyle senkronize ve yüksek çözünürlükte hazırlanması için maliyet ekseninde yüksek grafik kartları veya işlemci gibi donanımlara ihtiyaç duyulmaktadır.

İşitsel daldırma, mekânsal stereo ses teknolojileri kullanılarak elde edilmektedir. Kullanıcıların çevresindeki sesleri duyabilmesi, yönlerini algılayabilmesi ve seslerin mesafesini tahmin edebilmesi için yüksek kaliteli 3D ses sistemleri kullanılması gerekmektedir.

Haptik daldırma, dokunma ve geri bildirim hissi sağlayarak kullanıcıların sanal ortamla fiziksel olarak etkileşim kurmasını sağlanmaktadır. Haptik geri bildirimde sahip araçlar ve eldivenler, sanal gerçeklikte yer alan nesnelerin dokusunu ve direncini simüle ederek haptik daldırmayı gerçekleştirmektedir.

Hareket ve konum takibi, kullanıcıların sanal dünyada fiziksel eylemleriyle birlikte doğal hareket etme imkânı sağlamaktadır (Slater ve Sanchez-Vives, 2016). Kullanıcıların baş, el ve vücut hareketlerini algılayan sensörler verileri işleyici donanıma aktarılır. İşlenen hareketler sanal dünyada gerçek zamanlı olarak kullanıcıya yansıtılır ve bu şekilde sanal gerçeklikte hareket ve konum takibi gerçekleştirilir.

Daldırmanın belki de en önemli bileşeni anlatı ve hikayedir (De la Peña ve diğerleri, 2010). Teknolojik ekipmanlarla beraber oluşturulan daldırma bileşenleri ve anlatılan hikâyenin

özellikleri kullanıcı üzerinde duygusal bir geri dönüş oluşturmaktadır. Bu geri dönüş temel olarak kullanıcının ortamda duygusal olarak gerçekleştirdiği eylemlerden etkilenmesidir (Mabrook ve Singer, 2019). Örneğin, Los Angeles kentinde evsiz ve aç insanların durumunu göstermek amacıyla gerçekleştirilen sanal gerçeklik haber deneyine katılan kullanıcıların birçoğu, yemek kuyruğunda yere yığılan sanal bir karaktere yardım etmek için fiziksel bir tepki göstermiş, dizlerinin üstüne çökerek "nöbet geçiren kişiyi rahatlatmaya, kulağına bir şeyler fısıldamaya ya da bir şekilde ona yardım etmeye çalışmıştır" (De la Peña, 2015:04:01). Bu bakımdan sanal gerçeklikte yoğun bir deneyim yaşayan kullanıcıların anlatıdan elde ettiği kazanım ve öğrenme daha fazla olmaktadır.

2.6.3.2. Mevcudiyet Hissi

Sanal ortamlardaki daldırma, mevcudiyet hissinin oluşturulmasıyla gerçekleşebilmektedir. Daha açıklayıcı biçimde, “bir mekân veya konumdaymış gibi hissetmek” olarak özetlenebilen mevcudiyet hissinin düzeyi, daldırma yoğunluğu ile doğru orantılı şekilde ortaya çıkmaktadır.

Mevcudiyet kavramı temel olarak bireylerin çevresiyle gerçekleştirdiği etkileşimlere göre çevresel mevcudiyet, sosyal mevcudiyet ve kişisel mevcudiyet şeklinde 3’e ayrılmaktadır (Reis ve Cunha Castro Coelho, 2018). Çevresel mevcudiyet, ikiden fazla insanın bir arada olmasıyla ilişkiliyken sosyal mevcudiyet, bulunduğu mekânda ve konumda oluşan öznel duyguları ve bu duyguları açıklamak amacıyla oluşturduğu gerekçelerle tanımlanır. Mevcudiyet hissi ise bireylerin herhangi bir sanal gerçeklik senaryosuna katılım göstermesiyle gerçek dünyadan bağımsız duygular oluşturan bir hissiyat demetidir (Yetkin, 2022). Bu bakımdan sürükleyici gazetecilik için oluşturulan mevcudiyet hissi sosyal mevcudiyetin herhangi bir senaryoda yeniden üretilmesidir.

Sürükleyici gazetecilikte oluşturulan mevcudiyet hissi, varlık yanılsamaları, olay ve durumların akla yatkınlığı ve gerçek olmayanın sahiplenilmesi (Yetkin, 2022) gibi etmenler sayesinde bireyde gerçek duygular, olaylar, anılar ve ifadeler arasında pekiştireç sağlamakta veya ilişki kurarak bunları çoğaltılabilmektedir (Reis ve Cunha Castro Coelho, 2018).

2.6.3.3. Empati

Empati kavramı, genellikle diğer insanların duygularını algılamakla ve “kişinin yerine kendini koymakla” ilişkilendirilse de bu kavramın kapsamı çok daha geniştir (Yetkin, 2022). Nörobilimsel bir perspektiften empati, bir kişinin başkalarının acılarını şahsen deneyimlemesi ya da görsel araçlar yoluyla gözlemlemesi durumunda beyindeki ağrı matrisiyle bağlantılı alanların aktif hale gelmesine neden olan temel bir unsurdur (Sánchez Laws, 2020).

Sürükleyici gazeteciliğin önemli etkilerinden biri de "başka birinin perspektifini alma yetisi" olarak tanımlanan (Sánchez Laws, 2020) empatiyi teşvik etmesidir. Sanal gerçeklikte temsil edilen hikayeler, birey üzerinde güçlü bir etki bırakmaktadır. Bu hikayeler, karma gerçeklik evreninin katılımcılarının, hikayeyle derinlemesine ilgilenmesini ve empati kurmasını sağlayarak, bir deneyimleme duygusu yaratmaktadır (Yetkin, 2022). Hikâye hem duygusal hem de bilişsel düzeyde işlenmekte ve bu da bireylerin bilinçli kararlar alarak harekete geçmelerine yol açabilmektedir (Kang ve diğerleri, 2019). Bu bağlamda empati kavramı, haberle ilgili olarak yeniden tanımlanarak; empati, ya insanların duygularını simüle etme yoluyla duygusal bir deneyim ya da insanların durumlarını ve hikayelerini anlamaya yönelik bir yaklaşım olarak ele alınabilir (Kang ve diğerleri, 2019; Kukkakorpi ve Pantti, 2021; Sánchez Laws, 2020)

2.6.3.4. AR ve VR Arasındaki Farklar

Artırılmış gerçeklik sistemleri, sanal gerçeklik sistemine benzer bir teknolojik yapıya ve kullanıma sahip olmasına karşın, sanal gerçeklik, gerçek dünyayı titizlikle oluşturulmuş bir temsille kopyalamayı ve değiştirmeyi hedeflerken, artırılmış gerçeklik, gerçek dünyadan elde edilen bildirimleri geliştirmek veya desteklemektedir (Feiner, 2002:50). Sanal gerçeklikte, her şey sanal, dijital veya gerçekliğin bir simülasyonudur. Artırılmış gerçeklik ise gerçekle dijitalin harmanlanmasıdır. Dijital bilgi, kullanıcının deneyimini veya anlayışını arttırmak ve böylece gerçeği faydalı bilgilerle arttırmak için sağlanmıştır (Berryman, 2012:213). Artırılmış gerçeklik teknolojisi gerçek kullanıcının dünya ile ilişkisini kesmezken sanal gerçeklik teknolojisi kullanıcıyı tamamen sanal ortama daldırır ve gerçek dünya ile iletişim geliştirmesini engeller (Kounavis ve diğerleri, 2012:2). Artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik, başa takılan ekranlar ve izleme sistemleri gibi birçok teknolojiyi paylaşır, ancak en ayırt edici özellikleri ise sanal gerçeklik, gerçek dünyayı yapay olarak üretilmiş bir ortamla değiştirirken, artırılmış gerçeklik bir şekilde mevcut dünya algısını geliştirir ya da değiştirir (Střelák, 2016:2). 2015 yılında yapılan bir tahminde, artırılmış ve sanal gerçeklik teknolojisinin, 2020'ye kadar pazar payının 150 milyar dolara ulaşacağı belirtilmektedir (Merel, 2016). Sanal gerçeklik (VR) ve artırılmış gerçeklik (AR) teknolojisi, tıp, eğitim, tasarım, eğitim-öğretim, müze, eğlence, reklamcılık, oyun, pazarlama, çevrimiçi sosyal ağlar, günlük yaşam, robotik, askeri, mimarlık, kültürel miras, gezi ve turizm gibi birçok alanı geliştirmek için kullanılacaktır (Azuma vd., 2001: 42; Bates, 1991: 3; Billinghurst, 2002: 2; Bimber ve Raskar, 2005: 12; Pettine, 2017: 8; Stanney, 1995: 28; Wedyan vd., 2016: 88; Yoshida vd., 1995: 84).

2.7. Sürükleyici Gazetecilik Kavramı ve Tarihsel Süreci

Sürükleyici gazetecilik (Immersive journalism), kullanıcı veya katılımcısının haber hikayesini temsil etmek üzere oluşturulan sanal gerçeklik senaryosu sayesinde haber hikayesini deneyimleyebilmesini sağlayan gazetecilik biçimidir (De la Peña ve diğerleri, 2010; Demir, 2023; Mabrook ve Singer, 2019; Yetkin, 2022). Kavramın orijinalinde bulunan “Immersive” kelimesi Türkçe’de “Sarmalayan, saran, sürükleyici, üç boyutlu” gibi farklı anlamlarda kullanılan bir sözcüktür. Bu sebeple kavram Türkçe literatürde “sarmal gazetecilik” veya “sürükleyici gazetecilik” (Demir, 2023; Doğan, 2023; Kortak, 2023; Yetkin, 2022) gibi üzerinde uzlaşılammış birden fazla biçimde yer almaktadır. Kavramın Türkçe karşılığında birden fazla tanımı bulunması ve literatürde kavramla ilgili üzerinde uzlaşmış bir kullanım biçimi olmayışına rağmen, çalışmada “Sürükleyici” kelimesiyle kullanılmıştır. Genel itibariyle immersive kelimesi yoğun bir orada olma ve deneyimleme hissine karşılık olarak kullanıldığı için sürükleyici gazetecilik şeklinde kullanımı daha uygun bir karşılık olmaktadır.

Gazetecilik mesleğinde immersive teknolojilerin kullanılabilir olup olmadığına yönelik ilk tartışmalar 1995 yılına Biocca ve Levy’e (1995) kadar uzanmaktadır (Demir, 2023). Ancak bu teknolojilerin gazetecilik mesleğinde kullanılmasına yönelik ilk somut adım 2010 yılında Nonny de la Peña tarafından atılmıştır (De la Peña ve diğerleri, 2010). Bu dönemde Güney Kaliforniya Üniversitesi’nde gerçekleştirilen azınlık ve zor durumda olan sosyal grupların sosyo-ekonomik durumlarının tartışıldığı bir konferansa katılan Nonny De la Peña, bu gruplara yönelik empati duygusunun ön plana çıkarıldığı bir hikâye anlatım biçiminin fikrini ortaya koymuştur (Damas ve de Gracia, 2023). Bu tarihten sonra De la Peña ve arkadaşları tarafından 3 üniversitenin karma ve hibrit gerçeklik laboratuvarı kullanılarak “Hunger in Los Angeles” isimli proje hayata geçirilmiştir. Hunger in Los Angeles, kullanıcıların özel olarak geliştirilmiş bir ekipman vasıtasıyla evsiz bir kişinin gıda yardımı almak için beklediği sırada fenalaşmasının konu edildiği bir senaryoya birinci şahıs bakış açısıyla dahil edilmesine olanak sağlayan bir projedir. Projede yer alan kullanıcılar bilgisayar tarafından oluşturulmuş kişilerle fiziksel etkileşime girmeye çalışmış ve ani duygusal tepkiler göstermiştir (De la Peña, 2015).



Görsel 2.2. Hunger in Los Angeles

Nonny de la Pena'nın toplumsal eşitsizliğe ve insan haklara dikkat çekmek amacıyla başlayan fikir zamanla sürükleyici gazetecilik adıyla yeni bir gazetecilik pratiğine dönüşmüştür (Demir, 2023). Özellikle projeye ilgili sonuçların ve uygulamaların Sundance Bağımsız Film Festivali'nde sunulması, büyük haber ajanslarının, medya patronlarının, bilim insanlarının ve gazetecilerin ilgisini çekmiş ve süregelen zamanda sürükleyici gazetecilikle ilgili yönelimin artmasına sebep olmuştur (Damas ve de Gracia, 2023; Demir, 2023; Kortak, 2023). Bununla birlikte sürükleyici teknolojilerdeki gelişim de eş zamanlı şekilde artmaya başlamıştır. 2011 yılında araştırmacı Nonny De la Peña ve Profesör Robert Hernández'in gerçekleştirdiği bir konferans sırasında sürükleyici gazetecilik için geliştirilen ekipmanların hantallığı ve kullanımındaki zorluğu anlatması başa takılabilir ekranların geliştirilmesi için dönüm noktası olmuştur (Damas ve de Gracia, 2023). Bu konferansta yer alan Palmer Luckey adlı bir öğrenci, daha sonralarda Oculus Rift sanal gerçeklik gözlüğü olarak adlandırılacak bir projeye De la Pena'ya yardım etmeyi teklif etmiş ve birlikte çalışmaya başlamışlardır. Tam üç yıl sonra ise yeni kurmuş olduğu Oculus Inc. isimli şirketi iki milyar ABD doları (yaklaşık 1,9 milyar avro) karşılığında Facebook tarafından satın alınmıştır. Bu gelişme, hantal ve taşınması zor olan başlığın daha kompakt ve ileri bir teknolojiyle değiştirilmesi adına önemli bir adım olmasına karşın sürükleyici gazeteciliğin maliyet ekseninde herhangi bir değişikliğe sebep olmamıştır. Bu değişiklik ise Ignacio Ferrando'nun yüksek kalitede küresel video kaydı alabilen kamera üretmek amacıyla GoPro aksiyon kameraları için oluşturduğu yapı ile gerçekleşmiştir. Bu yapı, 360° video kaydetmek için kullanılan ilk teçhizat olurken, o dönemde fotoğraf çekmek için yer alan muadillerinden daha erişilebilir ve daha ucuz bir ekipman olarak piyasada yer almıştır (Damas ve de Gracia, 2023). Sanal gerçeklik gözlükleri ve 360 derece kayıt ekipmanlarının beraber kullanımı ise, 360° video ile gerçek görüntülerden anlatıma olanak tanıyan ve sürükleyici gazeteciliğe dahil edilen yeni bir biçimi ortaya çıkarmıştır (Reyna, 2018).

Sundance sonrası ortaya çıkan sürükleyici gazetecilik iki temel fikir etrafında şekillendirilmiştir. Bu fikirlerden ilki kullanıcıların habere yönelik katılımlarını arttırmak üzerine kurulmuştur (Demir, 2023). Katılımın arttırılması içinse haber ve habere konu olan olayın gerçekliğini aktarmak amacıyla özelleştirilmesi gerekliliği bulunmaktadır. Bu gereklilik, kullanıcıların medya içeriklerinin gerçekliğini hissettiğinde daha fazla katılım sağlayacağı inancından ortaya çıkmaktadır. Hunger in Los Angeles ve Gone Gitmo gibi projelerle bu fikri sınavan de la Pena, sürükleyici gazeteciliğin en dikkat çekici yönlerinden birisini, izleyici/kullanıcıların gerçek olmadıklarını bildikleri halde sanal durum ve olaylara gerçekçi tepkiler verme eğiliminde olduklarını ortaya koymuştur (De la Peña ve diğerleri, 2010). Hatta

bu durumun oluşturulan sanal gerçekliğin, fiziksel gerçekliğe uygunluğu çok büyük ölçüde azaltıldığında bile ortaya çıktığını gözlemlemiştir. Dolayısıyla sürükleyici gazetecilik için kullanılacak sanal gerçeklik uygulamalarındaki modellemelerin, CGI (computer generated images) kullanılarak hazırlanmış sahnelerdeki aydınlatmaların, fizik pratiklerinin ve her şeyden önce NPC (non-playable character) olarak da sayılan sanal insanların temsil biçimlerinin ve davranışlarının gerçekliğe uygun olmasıyla daha fazla katılım sağlamanın mümkün olduğu gösterilmiştir (Sanchez-Vives ve Slater, 2005).

Sürükleyici gazeteciliği şekillendiren ikinci fikir ise sürükleyici teknolojilerin ortaya çıkaracağı duygusal tepkilerle ilgilidir. Bu duygusal tepki, katılımcının fiziksel özelliklerine bağlı olarak oluşturulan ve birinci şahıs bakış açısından görebildiği dijital bir temsille (avatar) ve habere konu olan olayın gerçekleştirildiği yerde olma hissiyle gerçekleşmektedir. Duygusal tepki için ilk koşul kullanıcıların HMD sistemlerin sağladığı hareket takibine bağlı olarak, sanal vücudun hareketlerini kişinin gerçek vücudundaki hareketlerle eşleştirebilen avatarlarını birinci şahıs bakış açısından görmesidir. Birincil şahıs bakış açısı önemlidir çünkü; birinci şahıs bakış açısına sahip olmak, kullanıcının habere konu olan hikâyenin bir parçası olduğu, ya da diğer karakterlerle etkileşime girebildiği, onlarla konuşabildiği esnada kendi avatarını kısmen görebildiği bir senaryo oluşturur ki bu durum sanal gerçeklik uygulamaları için yüksek bir dalma seviyesine ulaşmak demektir (Goutier ve diğerleri, 2021). Öte yandan De la Pena ve arkadaşları (2010), dalma seviyesinin dışındaki avantajlara da değinerek, birincil şahıs bakış açısıyla görülen bir avatarda beden çarpıtmaları, uzuv farklılıkları, ten ve renk değişiklikleri gibi konularda esnek davranılabildiği ve tüm bir sanal bedene sahip olma hissi gibi yanılsamalar yaratmanın zor olmadığını aktarmaktadır (Sanchez-Vives ve Slater, 2005; Slater ve Sanchez-Vives, 2016).

Duygusal tepki için ikinci koşul ise HMD ve “Wired Glove” gibi teknolojiler yardımıyla tasvir edilen mevcudiyet hissiyatıdır. Bu mevcudiyet veya sanal bir yerde olmak hissi aynı zamanda yer yanılsaması için kullanılan “telepresence” kavramıyla açıklanmaktadır (De la Peña, 2015). Mevcudiyet oluşturulması için sanal gerçekliğe aktarılabilecek konumdaki dönüm noktalarının gerçekçi modellenmesi ve ışıkların doğru kullanılması gerekmektedir.

De la Pena ve arkadaşları (2010), sanal gerçeklik sistemi tarafından resmedilen mekanda olmanın sağladığı güçlü hissi bir “qualia” olarak tanımlamıştır. Bu tanımın kullanılmasındaki en temel sebep, kullanıcıların aslında o mekânda olmadığını bilmesine rağmen sanal ortamın oluşturduğu yanılsama sonucu elde ettiği tarif edilmesi mümkün olmayan hislerden kaynaklanmaktadır. Pena (2010) bu durumu şu şekilde açıklamıştır:

“Ne yazık ki bu, fiziksel gerçeklikte sahip olabileceğiniz bir his değildir, çünkü kendinizi bildiğiniz yer ile duyularınızın size orada olduğunuzu söylediği yer arasında bir kopukluk yoktur.

Yer yanılmasına yol açan kritik faktörün, sanal gerçeklik sistemi tarafından fiziksel gerçekliktekine benzer sensorimotor koşullanmaların üretilmesi olduğu ileri sürülmüştür (Slater, 2009). Bu koşullanmalar, algıyı değiştirmek için vücudumuzu nasıl hareket ettireceğimize dair örtük kurallardır- örneğin, bir şeyin altına bakmak için başınızı yukarı doğru döndürürken gövdenizi öne doğru eğmeniz gerektiği bilgisi. Arkamızda ne olduğunu görmek için, görsel girdimizi değiştirmek amacıyla başımızı, omuzlarımızı, gövdemizi ya da tüm vücudumuzu nasıl çevireceğimizi biliriz. Ulaşamayacağımız bir şeyi yakalamak için vücudumuzu nasıl ileri iteceğimizi, elimizi nasıl uzatacağımızı vb. biliriz. Bir sanal gerçeklik sistemi yeterli koşullanmaları sağladığında fiziksel gerçeklikte kullanılanlara benzer şekilde, bu durum sanal ortama yerellik kazandırır” (De la Peña ve diğerleri, 2010).

Sürükleyici gazetecilik, olayların gerçek görüntüler ve mekanlar kullanılarak oluşturulan dijital bir sahnede temsil edilmesiyle ve karakterize edilmiş ve izleyicinin istediği zaman fiziksel hareketleriyle kontrol ettiği ve birinci şahıs perspektifinden eriştiği bir avatarla, habere konu olan olayın gerçekleştiği yerde bulunma hissi veren bir gazetecilik biçimidir (Damas ve de Gracia, 2023). 360 derece video ile gerçekleştirilen sürükleyici gazetecilik, diğer dijital gazetecilik türleri ve diğer anlatı formülleri ile karşılaştırıldığında bir çok avantaj sağlamaktadır (Benítez de Gracia ve Herrera Damas, 2020):

- Pasif okur ve izleyici yerine kullanıcıların olayın içine daldırılması mümkündür. Kafaya takılı ekranlı vizörler sayesinde seyirci gerçek fiziksel ortamdan izole edilerek sadece sürükleyici teknolojiler tarafından yeniden üretilenleri görür, duyar ve deneyimleyebilir.
- 360° video aracılığıyla elde edilen görüntülerin, üç boyutlu sanal bir görünüm ve hiper-gerçekçi bir derinlik seviyesi ile temsil edilmesi mümkündür.
- Bakış açısının ve avatar hareketlerinin izleyici/kullanıcı tarafından kontrol edilmesi mümkündür. İzleyici başını, kollarını ve ellerini hareket ettirerek görüş alanını ve hareketlerini fiziksel görüşe ve hareketlere benzer bir şekilde değiştirebilmektedir.
- İzleyici/kullanıcının uzamsal ses kullanımı mümkündür. Bu teknoloji, izleyicinin sesi üretildiği yönden ve mesafeden geliyormuş gibi algılamasını sağlayabilmektedir.
- İzleyici/kullanıcı ister bir gözlemci ister bir karakter, isterse de temsil edilen eylemin kahramanı olarak veya haber içerisinde talep ettiği daha aktif rol seçerek habere dahil olabilmesi mümkündür.
- İzleyici/kullanıcının varlık yanılmasına tabi olması mümkündür. İzleyici, olayların gerçekleştiği yerde olduğunu algılayıp ve sanki oradaymış gibi hissederek, tepki verebilmektedir. Bu durum geleneksel anlatı biçimlerine göre önemli avantaj sağlamaktadır.

Sürükleyici gazetecilik, inovatif ve ileri görüşlü olarak tanımlandığı serüveninde 2015 yılından sonra medya kuruluşlarının denemeleri ve benimsemeleriyle sektörde yaygınlaşmaya başlamıştır (de Gracia ve Damas, 2018). Ancak 2018 yılında, bu denemeler büyük medya kuruluşları ve dijital yerliler tarafından ilgiyle karşılanmamış ve sürükleyici gazeteciliğin yaygınlaşması yavaşlamıştır (Pérez-Seijo ve diğerleri, 2020). Süregelen zamanda özellikle Covid-19 pandemisinin neden olduğu küresel kriz ve büyük dijital şirketlerin metaverse fikrini askıya alması, sürükleyici gazeteciliğin yaygınlaşmasında ve kullanılmasında aşamalı bir düşüş yaşanmasına sebep olmuştur (Arık, Karaduman, ve diğerleri, 2024; Damas ve de Gracia, 2023). Sürükleyici gazetecilik için bu düşüşün diğer bir sebebi ise maliyetli teknolojilere ve zahmetli hazırlık ve uygulama aşamalarına sahip olmasıdır.

2.7.1. Sürükleyici Gazetecilikte Kullanıcının Roller

Sürükleyici gazetecilik, gazetecilerin haber hikayelerini duygusal bir boyutta ele alarak anlatım tarzlarını ona göre biçimlendirdiği, kullanıcısının ise dahil edildiği temsili hikâye ve mekân hakkında empati oluşturmaya yöneltildiği bir üretim sürecine dayanmaktadır (Sánchez Laws, 2020). Bu bakımdan sürükleyici gazetecilik, dijitalleşme sonrasında ortaya çıkan etkileşim tabanlı kişiselleştirilmiş gazetecilik biçimlerinin arasında duygu odaklı gazeteciliğe yönelik "duygusal dönüşün" parçasıdır (Peters, 2011; Wahl-Jorgensen, 2016).

Etkileşim temelli anlatı biçimleri, geleneksel haber tüketicilerin izleyici/okur gibi pasif rollerini değiştirerek katılımcı/kullanıcı gibi daha aktif ve deneyim odaklı rolleri ortaya çıkarmıştır. Bu rol değişimi büyük ölçüde, sürükleyici gazeteciliğin yaygınlaşmasından kaynaklanmaktadır (De Bruin ve ark. 2020).

Sürükleyici gazetecilikte katılımcılar, haber hikayesine yönelik temsili oluşturan gazetecilerin belirlediği rollerde anlatıyı deneyimleyebilmektedir. Bu roller, farklı bakış açılarından hikâyenin anlatılmasına olanak sağlamaktadır. Örneğin katılımcılar sanal gerçekliğe kendisi olarak, hikâyenin geçtiği yerin sanal bir versiyonuna ilk elden erişim sağlayan bir ziyaretçi olarak ya da haber hikayesinde resmedilen bir karakterin perspektifinden dahil olabilmektedir.

İzleyici (Spectator): İzleyiciler, geleneksel medyaya benzer bir biçimde haber içeriğini tüketenlerdir. Bu rolde izleyiciler pasif bir şekilde, çoğunlukla 360 derece videoları herhangi bir HMD veya platform aracılığıyla izlemektedir. Buna karşın izleyici, geleneksel bir haber içeriğinden kapsamlı bir bakış açısına sahip olmaktadır. İzleyiciler, pasif katılım gerçekleştirirken olayları gözlemlemekle yetinirler ve doğrudan etkileşime girmezler.

İzleyicilerde duygusal tepki, kullanılan zengin görsel ve işitsel içeriklerle gerçekleştirilmektedir.



Görsel 2.3. BBC tarafından yayınlanan ve Calais’de yer alan göçmen kampında yaşamayı anlatan izleyici rollü sürükleyici video

Katılımcı (Participant): Katılımcılar, izleyicilerin aksine deneyim ve katılım odaklı haber tüketimi gerçekleştirmektedir. Katılımcı rolü, sürükleyici gazetecilik için temel bir rol olarak tanımlanabilir (De la Peña, 2015). Bu rolde katılımcılar, haber hikayesiyle etkileşime girerek olayların bir parçası haline gelmektedir. Katılımcılar, sürükleyici teknolojilerin ve oluşturulan sanal gerçekliğin özelliklerine bağlı olarak gezinebilmekte, sanal nesnelerle etkileşime girerek manipüle edebilmekte, hikâye gidişatı hakkında belirli kararlar alabilmekte ve olayların sonucunu etkileyebilmektedir. Bu role örnek olarak çok oyunculu bir platformda hazırlanmış sanal bir haber temsiline katılan kullanıcılar örnek gösterilebilir.

Keşifçi (Explorer): Keşifçiler, sanal gerçeklikte yer alan haber hikayesini derinlemesine incelemek, küratörler tarafından yerleştirilen detayları keşfetmek ve haberle ilgili daha fazla bilgi edinmek için etkileşime giren kullanıcılardır. Kâşif veya keşifçiler, bir olay veya durum hakkında araştırmacı bir kimliğe bürünen veya bu kimliğe yönlendirilen kullanıcılardır. Bu yönlendirme çoğu zaman küratörler tarafından sanal gerçeklik oluşturulurken temsili mekâna yerleştirilen detaylarla veya bir anlatıcının yönlendirmesiyle gerçekleştirilmektedir. Keşifçi kullanıcıların deneyimleri olayların arka planını ve bağlamını daha iyi anlamalarını sağlamaktadır (De la Peña ve diğerleri, 2010; Goutier ve diğerleri, 2021). Keşifçi rolü

çoğunlukla belgesel haberlerde, müze, turistik ve kültürel alanlar için oluşturulan sanal gerçeklik temsillerinde bulunmaktadır.

Tanık (Witness): Tanıklar, habere konu olan olayların merkezinde bulunan, bu olayları doğrudan görüp duyarak ve bazen hissederek deneyimleyen, sürükleyici gazeteciliğin sunduğu en güçlü roldür. Bu rolün olayların sıfır merkezinde yer alması daha güçlü dalma etkisi oluşturarak kullanıcıların yoğun bir duygusal tepki ve empati geliştirmesine sebep olmaktadır. Tanık rolüne örnek olarak bir savaş muhabirinin yakında gerçekleşen patlamayı sahip olduğu 360 derece video kayıt ekipmanıyla kaydetmesi ve bu deneyimi sürükleyici gazetecilik aracılığıyla aktarmasıdır.

Sürükleyici gazetecilikte tanıklar, izleyicilere benzer bir biçimde olayları pasif bir şekilde gözlemlemesine karşın olayların merkezinde yer alarak daha yoğun ve duygusal bir deneyim yaşamaktadır. Tanık rolleri çoğunlukla doğal afet, savaş, patlama gibi çarpıcı ve insan üzerinde yoğun etkiler bırakabilecek olaylarda yer almaktadır. Görsel 2.4’te yer alan ve De La Pena tarafından oluşturulan “Project Syria” isimli sürükleyici belgesel-haber örneğinde Halep’te bir caddeye düşen havan mermisinin oluşturduğu çarpıcı duruma yer verilmektedir (De la Peña, 2013). Patlama esnasında veya öncesinde sivillerin ve güvenlik kameralarının gerçekleştirdikleri kayıtlar referans olarak ele alınmış ve sanal bir temsil oluşturulmuştur. Bu örnekte kullanıcılar yaşanan duruma tanık rolüyle katılım sağlamaktadır (Flatlandsmo ve Gynnild, 2021).



Görsel 2.4. Project Syria (altta Referans görüntü) (üstte Sanal temsil)

Sürükleyici gazetecilikte, geleneksel haber tüketimine benzer şekilde pasif ve etkileşim düzeyi az olan roller bulunmasına karşın Tablo 2.7 'de gösterildiği gibi katılımcı ve keşifçi gibi son derece yüksek etkileşim düzeyi bulunan aktif rollerde yer almaktadır (Demir, 2023; Doğan, 2023). Öte yandan sürükleyici gazetecilikte yer alan rollerden elde edilen deneyim daima daha yoğun ve derinlemesinedir. Bu yeni yaklaşımlar, gazeteciliğin evrimini ve kullanıcıların haberlerle daha anlamlı ve etkileyici bir şekilde bağlantı kurmasını temsil etmektedir.

Tablo 2.7. Sürükleyici Gazetecilikte Kullanıcı Roller

Rol	Özelliği	Etkileşim Oranı	Deneyim
İzleyici	Bu rol, geleneksel haber tüketimine benzemesine karşın	(yok) İzleyiciler, olayları	Dışarıdan gözlem yapar ve olaylara

	temel fark, sürükleyici gazetecilikte izleyiciler, 360 derece videolar veya sanal gerçekliğin sağladığı daha geniş ve kapsamlı bakış açısına sahip olmaktadır.	gözlemlemekle yetinirler ve doğrudan etkileşime girmezler.	uzaktan bakar. Sınırlı deneyim söz konusudur.
Katılımcı	Kullanıcı kendisi veya olaya konu olan kişileri temsil eden bir avatarla katılarak etrafta dolaşabilir, sanal karakterlerle veya diğer kullanıcılarla etkileşime girebilmektedir.	(Yüksek) Katılımcı aktif etkileşim ve kontrole sahiptir. Bu sebeple kullanıcılar, olayları şekillendirebilmekte veya sonuçları etkileyebilmektedir.	Katılımcılar, hikâyeye katkıda bulunur ve belirli kararlar alarak etkileşimli ve yönlendirilmiş deneyimler elde ederler.
Keşifçi	Sanal ortamda farklı bölgelere giderek veya karakterler ve proplar gibi unsurlarla etkileşime girerek hikâyeyi daha detaylı öğrenebilmektedirler.	(Yüksek) Keşifçiler, sanal ortamlarda aktif olarak gezerek ve çeşitli bilgileri keşfederek derinlemesine bilgi edinirler.	Keşifçiler, sanal ortamlarda gezerek ve etkileşimde bulunarak daha zengin ve detaylı bir deneyim yaşarlar.
Tanık	Tanıklar, olayları doğrudan görüp duyarak ve bazen hissederek deneyimlerler.	(Düşük) Pasif gözlem. Kullanıcılar, olayları olduğu gibi deneyimler ve genellikle akışı değiştiremezler.	Tanıklar, olayların merkezinde bulunarak güçlü bir duygusal tepki ve empati geliştirebilirler.

2.2.1. Bir Uzmanlık Alanı Olarak Sürükleyici Gazetecilik

Sürükleyici gazetecilik fikir olarak ortaya çıktığı dönemde sanal gerçeklik uygulamalarının hazırlanması karmaşık ve maliyetliydi. Öte yandan bu içerikleri tüketmek için gerekli donanım da pahalı ve kullanım yaygınlığı düşük seviyedeydi (Goutier ve diğerleri, 2021; Slater ve Sanchez-Vives, 2016). Bu durum, yeni habercilik pratiklerine karşı medya kuruluşlarının temkinli davranmasına yol açmıştır.

Sürükleyici gazetecilik ilk olarak 2015 yılından itibaren büyük medya kuruluşları tarafından benimsenmeye başlamış (Mabrook ve Singer, 2019), 2015 ve 2018 yılları arasında ise birçok prestijli medya kuruluşu tarafından uygulanan bir habercilik yöntemi haline gelmiştir. İlk olarak Nisan 2015 yılında, 360 derece görüntülenen fotoğraf ve videolarla hazırlanan ve New York şehrindeki konumları, sokakları ve mekanların aktarıldığı “Walking New York” başlıklı haberiyle The New York Times gazetesi tarafından gerçekleştirmiştir. (Mabrook ve Singer, 2019; TNYT, 2015). Bu haberin oluşturduğu etki yüzünden Discovery, USA Today, Associated Press, The Washington Post, ABC News, The Wall Street Journal ve Vice News gibi Amerika menşei medya kuruluşları ve Euronews, BBC, RTVE veya RT gibi Avrupa medyası sürükleyici gazetecilik yöntemini uygulamaya başlamıştır (Goutier ve diğerleri, 2021; Mabrook ve Singer, 2019). Ancak bu yükseliş özellikle Covid 19 pandemisiyle beraber oluşan küresel kriz ortamında durma noktasına gelmiş, günümüzde ise yapay zeka gibi araçların trend olmasıyla beraber düşüşe geçmiştir (Arık, Karaduman, ve diğerleri, 2024). Özellikle duraksama döneminde sürükleyici gazetecilik de kendi içinde dönüşüme başlamış, projeleri daha uygulanabilir hale getirebilmek adına sanal gerçeklik kavramının sınırlarını genişletmeye başlamıştır.

2.8. Sürükleyici Gazeteciliğin Anlatı Yapıları ve Uygulama Alanları

Genel itibariyle sürükleyici kavramı orada olma hissini yaratan bir duyguyu tanımlamaktadır. Bu duygu odaklı habercilik uygulamalarının da bireyler üzerinde duygusal bir tepki oluşturabilecek sarsıcı ve yoğun deneyimler üzerinden gerçekleştirilmesi gerekmektedir (Van Damme ve diğerleri, 2019). Öte yandan yeni hikâye anlatım yollarına dair durmaksızın devam eden arayış, sürükleyici gazetecilik mesleğinin doğuşuna yol açtığı gibi bu pratik içinde de farklı anlatı yapılarının gelişmesine de sebep olmuştur. Bu farklı anlatı biçimleri, sürükleyici habercilik için gerekli olan daldırma seviyesini farklı biçimlerde etkiler.

Sürükleyici gazeteciliğin uygulama alanları hem haber hikayesinin konusuna ve sağladığı duygusal tepkinin yoğunluğuna hem de belirli anlatı biçimlerine göre şekillenmektedir. Bu doğrultuda sürükleyici gazeteciliğin uygulama alanlarına göz atmadan önce kullanılan anlatı biçimlerini incelemek gerekmektedir.

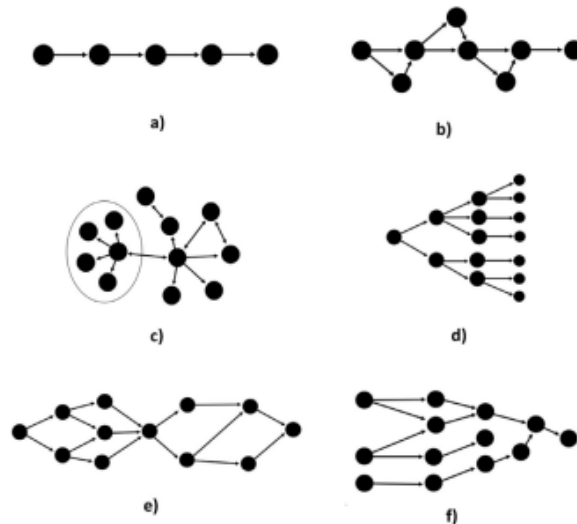
2.8.1. Anlatı Biçimleri ve Yapıları

Sürükleyici gazetecilikte mekân, olgusal ve hipermetin bir kavram olarak anlatıda yer alan anlamların çerçevelenmesi ve oluşturulması açısından önem taşımaktadır (Yetkin, 2022). Özellikle daldırma gerçekleştirilen sanal temsilde kullanıcı ile mekân arasında yoğun bir bağlantı oluşmaktadır (Slater ve Sanchez-Vives, 2016). Bu bağlantı, sanal gerçekliğin sağladığı

teknolojik olasılıkların yanı sıra anlatıda yer alan etkileşimli unsurlarla ve anlatım biçiminin sahip olduğu niteliklerce biçimlenmektedir (Kukkakorpi ve Pantti, 2021). Örneğin, kullanıcılar sanal gerçeklikte oluşturulmuş yeni bir sahnede yer alırken anlatının seyri için temsil edilen alanı keşfetmeleri ve nerede olduklarını anlamaları gerekmektedir. Bu doğrultuda, kullanıcının dikkatini çekerek bulunduğu çevreyi anlaması amacıyla oluşturulan mekânsal ipuçları, anlatım biçiminin sahip olduğu nitelikleri gösteren net bir desen oluşturmaktadır.

Sürükleyici gazetecilikte -özellikle 360 derece kamera kullanılarak oluşturulan video haberlerde- odak bakımından iki ayrı anlatım bulunmaktadır. Bu anlatım biçimlerinden ilki muhabirin bir anlatıcı olarak veya doğrudan katılımıyla kullanıcının nereye bakacağını gösterdiği ve hikâyeyi yönlendirdiği anlatılardır. İkinci anlatı biçimi ise daha 360 derece kamera taşıyan bir muhabirin gözünden veya farklı tanıkların kendi hikâyelerini aktardığı karakter odaklı anlatımlardır (Jones, 2017:178). Her iki anlatım biçimi de birçok farklı hikâye kurgusu oluşturulmaya olanak sağlamaktadır.

Sürükleyici gazetecilik gibi etkileşimli medya biçimlerinde içeriğin planlanması sürecinde anlatıya farklı işlevlerde düğümler eklenerek iç içe geçmiş karmaşık bir yapı oluşturulabilmektedir (Yetkin, 2022). Oluşturulan yapı, kullanıcıların tanıma ve aşına olma, korkma, meydan okuma ve tehlike gibi duyguların oluşmasını veya tepkilerin bu yönde yönlendirilmesini etkileyebilecek potansiyeli taşımaktadır (Brannon ve diğerleri, 2024). Bu doğrultuda oluşturulan anlatının kurgulanması için farklı düzlemleri ve farklı düğümleri birbiriyle ilişkilendirilerek hikâyeyi çeşitlendirilebilir ve anlatıyı zenginleştirilebilmektedir.



Şekil 2.2. Örnek anlatı yapıları: a) doğrusal, b) balık kemiği, c) eşmerkezli, d) dallanma, e) paralel anlatı, f) dişli ağ Kaynak: (Brannon vd., 2021, s. 8 akt Yetkin 2022).

Haberin interaktif olması için anlatının farklı düğümlerden oluşması, kullanıcısında tercihte bulunma durumunu oluşturarak hikâye kurgusunda farklı sonlara ulaşılabilen bir

çerçeve oluşturmaktadır. Bu kurgunun oluşturulması sırasında kullanıcıların hikâyeye yönelik kafa karışıklığı yaşamaması veya alımlama düzeylerinde düşüş oluşmaması gözetilmelidir. Bu sorunların üstesinden gelmek için hikâye kurgusu çoğunlukla basitten daha karmaşık yapılara kadar uzanan farklı şablonlar yardımıyla oluşturulabilmektedir (Yetkin, 2022).

2.8.2. Sürükleyici Gazeteciliğin Uygulama alanları ve örnekleri

Sürükleyici gazetecilik kavramının ortaya çıkışındaki temel sebeplerden birisi izleyici ve kullanıcıların habere olan ilgisini arttırmaya yönelik yeni yollar aramaktır (Demir, 2023). Bu bağlamda, sürükleyici gazetecilik pratiğiyle beraber oluşturulması amaçlanan temel etki, ilgisiz ve haber medyasına yönelik güvenini kaybetmiş olduğu düşünülen “izleyiciyle daha yakın duygusal bir bağ kurma ihtiyacını” (Lecheler, 2020:286) gidermektir. Öte yandan sürükleyici gazeteciliğin bünyesinde barındırdığı yapısal özellikleri ve uygulanması için ihtiyaç duyulan karmaşık donanım ve teknik alt yapı sebebiyle çoğunlukla belirli konularda ve uygulama alanlarında gerçekleştirilmektedir.

Sürükleyici gazeteciliğin, kullanıcı üzerinde bilişsel öğrenme ve duygusal tepki oluşturma kapasitesi sebebiyle uygulanması, çoğunlukla duygusal haberciliğe uygun konular üzerinde yoğunlaşmıştır. Bu konular aşağıdaki gibidir:

- **Eğitim-Bilgilendirme ve İnteraktif Deneyim**

Sürükleyici gazetecilik haberleri, kullanıcıların haberlere aktif olarak katılmasını ve etkileşim kurmasına olanak tanıyarak karmaşık konuların daha etkili, anlaşılır ve erişilebilir hale gelmesini sağlamaktadır.

- **Toplumsal Farkındalık Oluşturma, Empati Geliştirme ve Duygusal Bağlantı Kurma**

Sürükleyici gazetecilik, kullanıcılarına hikâye kahramanlarının başından geçen olayları onların gözünden aktarma imkânı tanıyarak başka insanların yaşadığı zorlukları ve acıları anlamalarına yardımcı olmaktadır. Bu durum kullanıcılarda, kahramana yönelik empati geliştirirken haberlerle duygusal bir bağ kurmasını sağlamaktadır. Özellikle sosyal sorunlar, insan hakları ihlalleri, çevresel krizler gibi konularda farkındalık yaratmak, empati oluşturmak için güçlü bir araç olarak öne çıkmaktadır.

Konuları doğrultusunda sürükleyici gazeteciliğin uygulama alanları da şekillenmektedir. Özellikle bireyler üzerinde duygusal tepki oluşturabilecek ve belirli oranda farkındalık ile empati geliştirilmeye teşvik edilen savaş, afet, hak ihlalleri ve çevresel krizler gibi insan ve doğa odaklı trajediler sürükleyici gazeteciliğin öncelikli uygulama alanlarıdır.

2.8.2.1. Savaş ve Çatışma Bölgeleri

Savaşın yıkıcı etkisini gözler önüne sermek, savaş bölgelerindeki hayatın zorluklarını ve çatışmaların insan üzerindeki etkilerinin daha yakından göstermek amacıyla çoğunlukla 360 derece videolar yardımıyla sürükleyici haberler oluşturulmaktadır. Örneğin, 2022 yılında Rusya'nın, Ukrayna'daki Donbas bölgesine yönelik başlattığı operasyon ve devamında yaşanan çatışmaların Ukrayna halkı üzerindeki etkilerini göstermek amacıyla "Undeniable Street View" projesi gerçekleştirilmiştir. Bir araca yerleştirilen 360 derece kameralar yardımıyla Ukrayna'nın sivil bölgelerinin çatışma öncesi ve sonrası görüntülerini yer aldığı bu projede temel amaç, kullanıcıların Ukrayna'da yaşayan insanlarla empati kurmasını sağlamaktır.

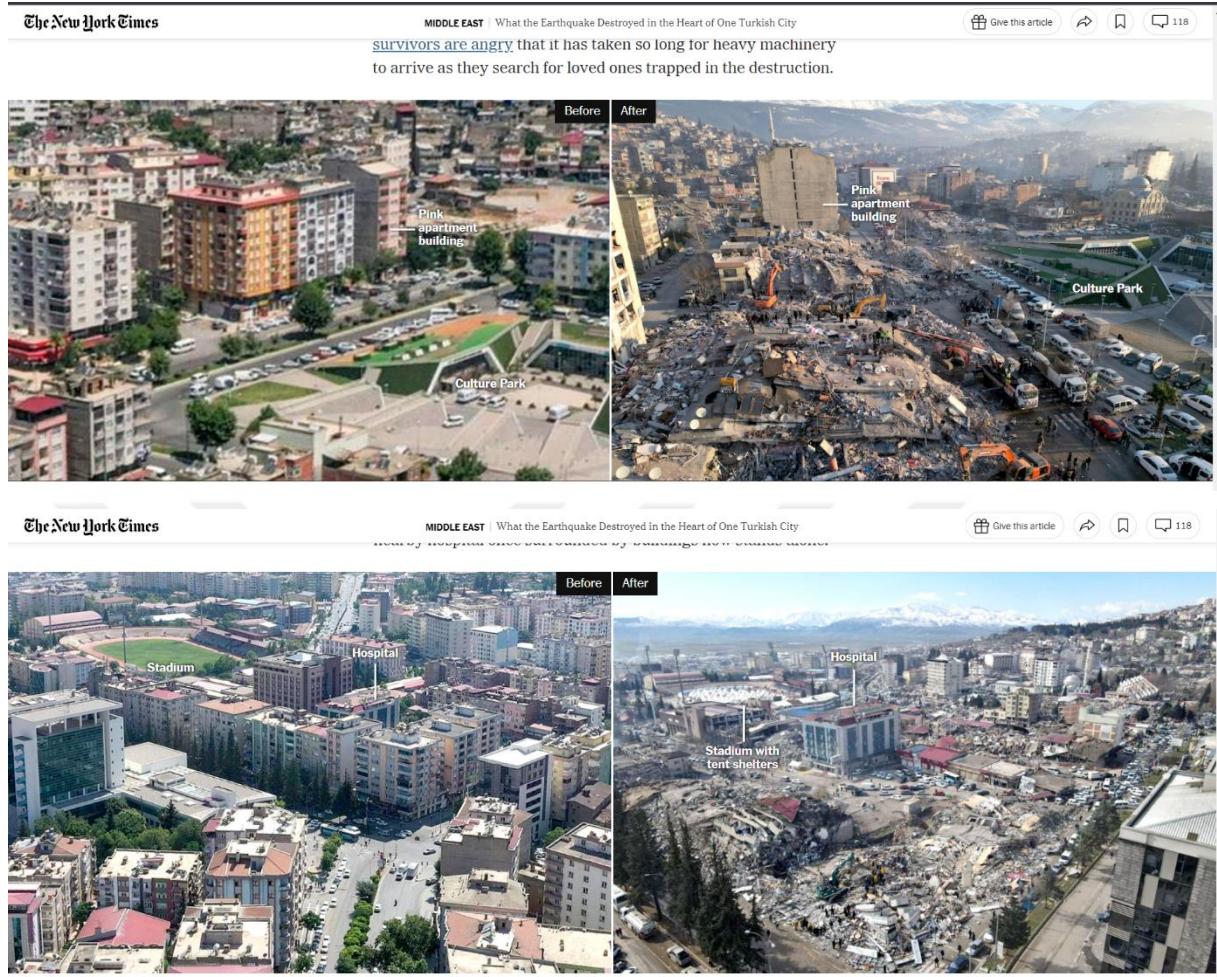


Görsel 2.5. Undeniable Street View

2.8.2.2. Doğal Afetler

Deprem, sel, yangın vb. doğal afetlerin etkilerini birebir hissettirmek ve bu konular hakkında kullanıcılarda empati geliştirmek ve farkındalık oluşturmak amacıyla sürükleyici haberler oluşturulmaktadır. Kullanıcılar, sanal olarak oluşturulmuş temsiller aracılığıyla afetzedelerin yaşadığı benzer durum ve olayları deneyimleyebilmekte veya 360 derece kameralar yardımıyla afet bölgesindeki coğrafi değişimleri ve yıkımları etkileşimli olarak inceleyerek habere yönelik yoğun bir bağ kurabilmektedir. Örneğin, 6 Şubat 2023 yılında gerçekleşen merkez üssü Kahramanmaraş ve Elbistan olan depremlerin sürükleyici haber olarak aktarılması amacıyla California Eyalet Üniversitesi, San Bernardino'daki xREAL Laboratuvarı ve Colorado Üniversitesi Belgesel ve Etnografik Medya için Sürükleyici Medya Laboratuvarı'nda çalışan akademisyenler, öğrenciler ve uzmanlardan oluşan bir ekip 13 Mart 2023 yılında Türkiye'ye gelmiştir. Bu tarihten itibaren bölgede 360 derecelik video ve fotoğraf çekimleri yaparak veya referans görüntüleri toplayarak projeyi ilerletmişlerdir. Öte yandan The

New York Times, BBC, Financial Times gibi büyük gazeteler tarafında interaktif ve sürükleyici haberler (Şekil 8.) gerçekleştirilmiştir.



Görsel 2.6. 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş depremi sonrası haber siteleri

2.8.2.3. İnsan Hakları

Düzensiz göçler, toplumsal hareketler, savaşlar, siyasi ve politik nedenlerle gerçekleşen veya gerçekleşebilecek ya da hali hazırda süregelen mülteci durumu, yoksulluk, ırkçılık gibi insan hakları konularını ve ihlallerini derinlemesine anlatmak için sürükleyici haberler kullanılmaktadır. Kullanıcılar, bu durumları daha yakından ve kişisel bir perspektiften görme fırsatı bularak konu hakkında empati ve farkındalık geliştirmektedir. Bu tür haberlere örnek olarak BBC tarafından hazırlanan ve şekil 4'te yer alan Calais göçmen kampının durumunun aktarıldığı 360 derece videolar gösterilebilir.

İnsan haklarının yanı sıra belirli toplumların kültürel normlarını ve sosyal yapılarını göstermek amacıyla da sürükleyici gazetecilik kullanılmaktadır. Örneğin kullanıcılar, bir gettoda yer alan azınlıkların veya bir Afrika kabilesinin sosyal, ticari ve kültürel ilişkilerini orada zaman geçiren muhabirlerin gözünden deneyimleyerek bu kültürlerle ait gelenekleri veya sosyal sorunları daha derinden anlayabilmektedir.

2.8.2.4. Çevre ve İklim, Sağlık ve Tıp

İklim değişikliği ve çevre sorunlarının etkilerini ortaya koymak amacıyla sürükleyici haberler yapılmaktadır. Özellikle çevresel felaket olarak sınıflandırılan petrol tankerlerinde veya kuyularında gerçekleşecek bir sızıntının olay yerinde bulunan bir muhabirin gözünden görmesi veya bir sanal bir senaryoda deneyimlemesi kullanıcılar üzerinde çevresel sorunlara yönelik daha yoğun bir farkındalık oluşmasını sağlamaktadır. Öte yandan pandemi veya salgın gibi küresel sağlık sorunları veya bireysel sağlık deneyimlerini anlatmak için sürükleyici teknolojiler kullanılabilir. Bu tür projeler, çoğunlukla sağlık çalışanlarının veya hastaların gözünden olayları aktarabilmektedir.

2.8.3. Türkiye’de Sürükleyici Gazetecilik Örnekleri

Türkiye’de sürükleyici gazetecilik henüz başlangıç aşamalarında olsa da Hürriyet veya Anadolu Ajansı gibi bazı medya kuruluşları bu alanda dikkat çekici projeler gerçekleştirmiştir (Yetkin, 2022). Türkiye’deki büyük haber siteleri ve bazı bağımsız medya platformları, sanal gerçeklik (VR) ve 360 derece videolar aracılığıyla toplumsal olayları, siyasi gelişmeleri ve kültürel etkinlikleri izleyicilere daha yakından deneyimletmeyi hedeflemektedir. Özellikle, İstanbul’un tarihi yerleri, mülteci krizi, çevre sorunları gibi konuların izleyiciyi olayların merkezine taşıyan 360 derece video ve artırılmış gerçeklik projeleriyle sunulması, sürükleyici gazeteciliğin yerel örnekleri arasında sayılmaktadır.



Görsel 2.7. Kapadokya’da sürükleyici haber

Türkiye’de sürükleyici haber uygulamaları çok kısıtlı olsa bile birkaç örnek ön plana çıkmaktadır. Örneğin, Anadolu Ajansı, 360 derece video teknolojisini kullanarak çeşitli olayları ve önemli mekanları sanal turlar ile izleyicilere sunmaktadır. Bu içeriklerden bazıları, Kapadokya’nın doğal güzelliklerinden İstanbul’daki Ayasofya Camii’ne kadar uzanan kültürel ve tarihi zenginlikleri daha yakından deneyimleme fırsatı tanımaktadır.



Görsel 2.8. Ayasofya’da sürükleyici haber

Sürükleyici gazeteciliğin uygulama alanları, gelecekte teknolojinin sağladığı imkanlara paralel bir biçimde artacaktır. Uygulama alanlarındaki çeşitlilik, günümüzdeki imkanlarla ele alındığında bile gazetecilik üretim ve tüketim pratiklerinde değişiklikler yaratmaktadır. Bu noktada, bu değişimleri incelemek önem arz etmektedir.

2.9. Üretim ve Tüketim Pratiklerinde Oluşturduğu Değişimler

Sürükleyici gazetecilik, dijital dönüşümün geleneksel gazetecilik mesleğinde değiştirdiği birçok pratiğe ve özelliğe sahiptir. Bu bakımdan, içeriklerin etkileşim odaklı ve sayısal tabanlı olması, kullanıcılarının aktif ve katılımcı rollerde yer alması gibi yeni medyanın temel özelliklerinin yanı sıra içerik üretim ve tüketim aşamalarında yer alan sanal gerçeklik, 360 derece görüntüleme gibi farklı yöntemleri ve HMD gibi teknolojileri bünyesinde bulundurmaktadır (Dowling, 2016).

Günümüzde sürükleyici gazeteciliğin temelinde yer alan sanal gerçeklik söz konusu olduğunda geleneksel gazetecilik mesleği için yeni sayılabilecek bazı terimler bulunmaktadır. Bunlar, mekânsal yanılsamanın oluşturulması ve daldırma seviyesinin belirlenmesi için gerekli

olan terimlerdir. Örneğin insan veya hayvanların hareketlerinin sanal ortama gerçekçi bir biçimde aktarılması için “Motion Capture” (Hareket yakalama) ve benzeri teknolojiler kullanılmaktadır. Bu terim, kişilerin üzerine giydiği özel kıyafetlerdeki referans noktalarını takip ederek hareketlerin doğal akışını sanal ortama aktaran bir yöntemi nitelemektedir. Öte yandan yine benzer amaçlarla “3D Scanning” (3 boyutlu tarama) veya “3D Capture” (3 boyutlu yakalama) gibi terimler de yer almaktadır. Etkileşimli objelerin veya sanal gerçeklik için temsil bütünüünün oluşturulması için kullanılan CGI (computer generated images) yani bilgisayar ortamında hazırlanan görüntüler ve küresel görüş sağlayan 360 derece video gibi terimler sanal gerçeklikle ilişkili terimlerdir.

Kabul görmüş tanımı ele alındığında, belirli lensler veya kameralar yardımıyla küresel ya da 360 derece görüntülenen fotoğraflar veya videolar tek başına bir sanal gerçeklik oluşturmamaktadır (Dönmez ve Erkılıç, 2018). Buna karşın, kadraj yerine kullanıcının kafa hareketlerine bağımlı HMD başlıkları kullanılarak gerçekçi video ve fotoğrafların izlemesi belirli bir düzeyde daldırma ve kullanıcı üzerinde katılım duygusu oluşturmaktadır (Mabrook ve Singer, 2019; Pérez-Seijo ve diğerleri, 2020; Sanchez-Vives ve Slater, 2005). Bu yüzden 360 derece videolar çoğunlukla sanal gerçeklik videoları olarak adlandırılmaktadır (Fonseca, 2016). Sürükleyici gazeteciliğin ortaya çıkış fikrinden farklılaşan ve sanal gerçeklik sınırlarının genişletildiği nokta da tam olarak burasıdır. 360 derece video, daha az etkileşimli ve özellikle de HMD dışında bir akıllı cihazda izlendiğinde çok daha az sürükleyici (Steed ve diğerleri, 2018) bir teknolojidir. Ancak bu olumsuz özelliklerine karşın daha kolay ve daha az maliyetle üretilmekte ve tüketilmektedir. Bu sebeple sürükleyici haber içeriği üretmek isteyen haber kuruluşları, her geçen gün 360 derece video kullanımına yönelmekte ve çok geniş kapsamlı ve uzmanlaşmış bir ekip yardımıyla gazetecilerini bu alanda eğitmektedir (Steed ve diğerleri, 2018).

Günümüzde çok az haber kuruluşu kendi imkanlarını kullanarak üst düzey sanal gerçeklik gazeteciliği gerçekleştirebilmektedir (Mabrook ve Singer, 2019). Bu durumun en temel sebebi sürecin maliyetinin yanı sıra, gazeteciler, programcılar, diğer teknik uzmanlar, sanatçılar ve hareketli grafik tasarımcılarını içeren multidisipliner bir işbirliğini gerektirmesidir (Aronson-Rath ve diğerleri, 2015). Bunun yerine sanal gerçeklik projeleri gerçekleştiren uzman stüdyolardan donanım ve prodüksiyon yardımı almakta veya teknoloji şirketleriyle ticari ortaklık kurmaktadır (Fonseca, 2016; Steed ve diğerleri, 2018).

Sürükleyici gazeteciliğin farklı üretim ve tüketim pratiklerinin yanı sıra gazetecilere attığı yeni roller, görevler ve sorumluluklar da bulunmaktadır. Bu noktada sürükleyici

projelerin üretim sürecine dahil olan gazetecilerin ve profesyonellerin rollerini ve sorumluluklarını ortaya koymak çalışma için önem arz etmektedir.

2.9.1. Sürükleyici Gazetecilikte Üretim Roller

Sürükleyici gazetecilikle ilgili projelerin tasarlanması, üretilmesi ve geliştirilmesi aşamalarında rol oynayan uzman ve profesyoneller Tablo 2.8’de gösterildiği gibi iki gruba ayrılmaktadır. Bu gruplardan ilki, sürükleyici gazetecilik pratiklerine uyarlanabilecek hikayeleri bulan, haber değeri taşıyan hikayeler hakkında görsel ve işitsel verileri toplayan ve verileri analiz ederek hangilerinin hazırlanacak temsilde kullanılacağını belirleyen gazeteciler, kameramanlar, editörler ve veri analizcilerinden oluşmaktadır. Bu grupta yer alan rollerin büyük bir bölümü geleneksel haber üretim pratiklerinde de bulunmaktadır.

Tablo 2.8. Sürükleyici gazetecilikte üretici rolleri

Haber ve Hikâye	Teknik Donanım ve Yazılım
Gazeteciler ve Muhabirler	VR/AR Uzmanları
Video ve Fotoğraf Çekim Ekibi	Ses Tasarımcıları
Editörler ve Kuratörler (Curator)	Grafik ve Animasyon Tasarımcıları
Araştırma ve Veri Analistleri	Yazılımcılar ve Geliştiriciler
Anlatıcı (Narrator)	Kullanıcı Deneyimi (UX) Tasarımcıları

2.9.1.1. Gazeteciler ve Muhabirler

Gazeteciler ve muhabirler, haber değeri taşıyan ve sürükleyici bir gazetecilik projesine uygulanabilirliği bulunan hikayeleri bularak haberlerin temelini oluşturan bilgileri, olayları ve verileri toplamakla görevlidir. Geleneksel gazetecilik pratiklerine benzer şekilde olay yerinde tanıklarla, uzmanlarla ve diğer ilgili kişilerle röportaj yaparak detaylı bilgi toplar ve haberin akışını yapılandırır.

2.9.1.2. Video ve Fotoğraf Çekim Ekibi

Sürükleyici gazetecilik projeleri için belirlenen hikâyenin geçtiği konuma veya hikâyede yer alan kişilere ait gerçek referans görüntülere ihtiyaç duyulmaktadır. Sivillerin ve güvenlik kameralarının kaydettiği görüntüler sanal gerçeklik temsili için gerekli materyali karşılayamazsa uzman bir ekip tarafından fotoğraf ve video çekimi gerekmektedir. Bu videoların ve fotoğrafların çekimi çoğunlukla 360 derece kamera ve drone kullanabilen muhabir ve gazeteciler tarafından gerçekleştirilmektedir. Personeli gerekli teknolojik okuryazarlığa sahip olmayan haber kuruluşları ise uzman stüdyolarla anlaşarak bu açığı

kapatabilmektedir. Bazı durumlarda çekilen ham görüntülerin montaj ve düzenlemesini de bu ekip gerçekleştirmektedir.

2.9.1.3. Editörler ve Küratörler

Editörler veya sürükleyici gazetecilik projelerindeki diğer bir adıyla küratörler, geleneksel gazetecilikteki editör rolüne benzer bir biçimde haber içeriğini düzenler ve doğruluğunu kontrol eder. Haber içeriğinin düzenlenmesi, kullanıcıda en yüksek duygusal tepkiyi oluşturacak ilgi çekici ve önemli görüntülerin seçilmesi ve bağlam eklenmesiyle ilişkilidir. Sürükleyici gazetecilik deneyimini belirleyen önemli rollerden birisidir.

2.9.1.4. Araştırma ve Veri Analistleri

Araştırma ve veri analistleri, sürükleyici haber için gerekli olan verilerden anlamlı iç görüler çıkararak hikâye aktarımına katkıda bulunur. Örneğin haber konusuyla ilgili sosyal medya platformlarında veri toplama ve veri analizi gerçekleştirerek toplumun konuya dair refleksleri ve görüşlerini ortaya koyarlar. Bu görüşler ve refleksler, sürükleyici gazetecilik kullanıcılarının duygusal tepkilerine dair genel bir öngörü oluşturmaktadır. Öte yandan editör dışında haberde kullanılacak verilerin teyidini gerçekleştirirler.

2.9.1.5. Anlatıcı (Narrator)

Anlatıcılar, sürükleyici gazetecilik deneyimlerinde hikâyenin etkisini arttırmak amacıyla sanal gerçeklikte yer alan ve kullanıcıları yönlendiren katılımcılardır. Çoğunlukla kullanıcı deneyimini yoğunlaştırmak amacıyla hikâyenin arka planına dair bilgilerin aktarılması görevini üstlenirler. Gazeteciler, sanatçılar veya internet fenomenleri anlatıcı olabilmektedir.

Sürükleyici haberlerin üretilmesinde yer alan ikinci grup ise geleneksel haberlerin üretiminde yer almayan, sürükleyici haber üretimi için gerekli donanımların ve yazılımların kullanım becerisine ve okur-yazarlığına sahip uzmanlardan oluşmaktadır. Bu grup teknik donanım ve yazılım ekibidir.

2.9.1.6. Sanal Gerçeklik ve Arttırılmış Gerçeklik Uzmanları

Bu uzman grubu, sanal ve arttırılmış gerçeklik deneyimlerini oluşturmak için gerekli yazılım ve donanım araçlarını kullanabilen kişilerden oluşmaktadır. Öte yandan haberde kullanılacak uygun VR/AR teknolojilerini seçerler ve farklı teknolojik bileşenlerin entegrasyonunu sağlarlar. Haberde 360 derece görüntüleme veya bilgisayar destekli görüntülerle oluşturulmuş sanal gerçeklik gibi uygulamalardan hangisinin kullanılacağı sanal gerçeklik ve arttırılmış gerçeklik uzmanları tarafından belirlenir.

2.9.1.7. Ses Tasarımcıları

Ses tasarımcıları, işitsel daldırma oluşturmak için haberin geçtiği mekânda yer alan gerçek seslerin sanal gerçekliğe aktarılmasıyla ilgilenen uzmanlardır. Sanal gerçeklikte kullanılan seslerin kullanıcı deneyimini doğrudan etkileyen bir etmen olması bu alanda titiz ve profesyonel bir çalışma disiplini gerektirmektedir. Özellikle referans alınan ses efektlerinin mekânsal stereo oluşturmak adına düzenlenmesi için yüksek kaliteli 3D ses sistemleri kullanılmasını gerektirmektedir. Bu sebepten karmaşık ses sistemleri ve düzenlemeleri için uzman desteği zorunludur.

2.9.1.8. Grafik ve Animasyon Tasarımcıları

Grafik ve animasyon tasarımcıları, üst düzey sanal gerçeklik uygulamalarının hazırlanması için gerekli olan bilgisayar üretimi görsellerin tasarlanmasıyla ilgilenen uzmanlardır. Kullanılan sanal grafiklerin, efektlerin ve animasyonların kalitesi, kullanıcı deneyimi ve duygusal tepki oranı ile doğrudan ilişkilidir. Bu sebepten dolayı görsel daldırma, sürükleyici haberlerin en önemli özelliği olarak kabul edilmektedir. Bu yüzden grafik ve animasyonların yalnızca uzman kişiler tarafından oluşturulması gerekmektedir.

2.9.1.9. Yazılımcılar ve Geliştiriciler

Yazılım ve geliştiriciler, kullanıcıların haber deneyimi esnasında etkileşime girmesini sağlayacak interaktif unsurların ve sürükleyici haberin yer alacağı dijital platformun geliştirilmesiyle ilgilenen uzmanlardır. Öte yandan haberin oluşturulması sürecinde yaşanan teknik sorunların çözülmesinde veya üretim sürecini kısaltacak pratik çözümlerin ve araçların geliştirilmesinde rol oynamaktadırlar.

Sürükleyici haberlerde, mekânsal yanılsamanın oluşturulması için detaylı bir gerçek dünya temsiline ihtiyaç duyulmaktadır. Bu temsil, sanal gerçeklikte yer alan etkileşimli öğelerin akıcı ve gerçekçi olması ile sağlanmaktadır. Bu yüzden interaktif öğelerin yalnızca uzman kişiler tarafından oluşturulması gerekmektedir.

2.9.1.10. Kullanıcı Deneyimi (UX) Tasarımcıları

Sürükleyici haberde, kullanıcıların en iyi deneyimi yaşaması için arayüz ve etkileşim tasarımı yapan uzmanlardır. Sürükleyici haber tasarımını iyileştirmek adına haberi defalarca kez deneyimleyerek geri bildirim toplarlar. Öte yandan prototip içinde yer alan ve “bug” adı verilen sanal hataları raporlayarak haberin kullanıcı dostu olmasını da sağlamaktadırlar.

Duygusal bir tepki ve empati oluşturmak üzere kurgulanan sürükleyici haberlerin, hukuki düzenlemelere ve genel kabul edilen etik kurallara uygun olması

gerekmektedir. Bu sebepten çoğunlukla, sürükleyici haber projelerini oluşturan ekibin içerisinde hukuk danışmanları da yer almaktadır.

2.10. Sürükleyici Gazeteciliğin Sorunları

Sürükleyici gazetecilik, yeni bir hikâye anlatım türü olarak gazetecilik pratiklerinde gelişim vaat eden inovatif bir biçim olsa bile çeşitli sınırlamalar, sorunlar ve etik problemleri de ortaya çıkarmıştır. Bu sınırlılıklar ve sorunlar, sürükleyici gazeteciliğin doğasında bulunan teknolojik araçlardan ve duygu tabanlı empatik yapısından kaynaklanmaktadır. Bu bakımdan teknolojik erişim, sayısal uçurum veya dijital bölünme gibi teknolojik gerekliliğin oluşturduğu kavramlara, kullanıcı üzerinde bıraktığı fiziksel ve zihinsel etkilere ve gazetecilik mesleğinde oluşturduğu etik ihlallere göz atmak gerekmektedir.

2.10.1.1. Teknoloji Temelli Sorunlar

Sürükleyici gazetecilikte kullanılan sanal gerçekliği oluşturmak için gereken teknolojik donanım ve yazılım, maliyetli ve karmaşıktır. Ancak buna karşın sürükleyici içeriklerin üretimi ve tüketimi için ileri düzey teknoloji bir gerekliliktir ve bu yüzden sanal gerçeklik üreticilerinin ve kullanıcılarının kayda değer oranda uzmanlığa ve gerekli donanımlara sahip olması gerekmektedir (Mabrook ve Singer, 2019). Bu bakımdan sürükleyici gazetecilik pratikleri teknolojiye bağımlı durumdadır.

Teknolojik bağımlılık, sürdürülebilir bir habercilik pratiği açısından sürükleyici gazeteciliği sorgulanabilir bir konuma sokmaktadır. Teknolojinin hızla değişen doğası, içerik üreticilerini sürekli güncellemeye zorlar ve bu durum hem üretim maliyetlerini arttırmakta hem de uzmanlaşma süreçlerini zorlaştırmaktadır (Ruggiero, 2000).

Sürükleyici haberlerin hazırlanmasında 360 derece video çekimi, VR/AR içerik geliştirme ve post-produksiyon gibi pahalı ve zaman alıcı süreçler bulunmaktadır. Bu bağlamda, sürükleyici gazetecilik projeleri geleneksel haberlere nazaran yüksek üretim maliyeti olan ürünler olarak sınıflandırılmaktadır. Üretim maliyetlerindeki artış, ekonomik sınırlılıkları bulunan küçük medya kuruluşlarının sürükleyici haberler oluşturmalarını yüksek üretim maliyetleri, sadece büyük medya kuruluşlarının bu tür projelere yatırım yapabilmesini sebep olmaktadır. Bu durum, küçük medya kuruluşları veya bağımsız gazetecilerin sürükleyici gazetecilik projelerine erişimi zorlaştırır, üretimi kısıtlar ve habercilik alanında ekonomik eşitsizlikleri artırır (Picard, 2004). Bağımsız gazetecilerin ve küçük medya kuruluşlarının haber üretim sürecinde yer almaması içeriklerin tek tipleşmesine, muhalif ve azınlık görüşlerin temsilinin azalmasına sebep olabilmektedir. Öte yandan soyut veya karmaşık haber hikayelerinin VR/AR gibi formatlara uyarlanmasındaki zorluk, sürükleyici gazetecilik

içeriklerinin belirli konularda sınırlandırılmasına neden olmaktadır. Sürükleyici formatların sınırları, haber konusunun doğası ile ilgili olabilmektedir. Kapsamlı veri gerektiren araştırma haberciliği veya çok katmanlı sosyal meseleler, bu formatlarda tam olarak yansıtılamamaktadır (De la Peña ve diğerleri, 2010; Neuman ve diğerleri, 1992). Bu durum, içerik üretiminde yaratıcı kısıtlamalar oluşturarak sürükleyici gazeteciliğin yaygınlaşmasındaki temel sorunlardan birisini oluşturmaktadır.

Sürükleyici gazetecilik, sanal gerçeklik (VR), artırılmış gerçeklik (AR) ve 360 derece video gibi daldırma oluşturan karmaşık yüksek teknoloji donanımlara ve yazılımlara bağımlı olması içerik üretimi dışında tüketimi içinde sınırlılıklar ve sorunlar oluşturmaktadır. Bu teknolojilere erişimin yüksek maliyeti sebebiyle sınırlı olmasının yanı sıra kullanımı için belirli düzeyde teknik yeterliliğe ihtiyaç gerektirmektedir. Eğer kullanıcı bu yeterliliğe sahip değilse haberi alımlama düzeyi düşük olacak veya haberde aktarılan unsurları eksik veya yanlış yorumlayacaktır. Bu durum “sayısal uçurum” veya diğer bir adıyla “dijital bölünme” kavramının sürükleyici gazetecilik için önemli bir sorun haline gelmesine neden olmaktadır.

Dijital bölünme kavramı, temel olarak gelişmiş teknolojilere erişimde ve kullanımdaki eşitsizlikleri belirtmektedir. Bu durum, sürükleyici gazeteciliğin başarısı için kritik bir faktör olan kullanıcı deneyimini etkilemektedir. Kullanıcıların teknik yeterlilikleri, fiziksel ve duygusal tepkilerini ve bu deneyimlerin ne kadar erişilebilir ve sürdürülebilir olduğunu belirleyen önemli bir faktördür (Stanney ve diğerleri, 2002).

Kullanıcı deneyiminin çok önemli olduğu sürükleyici gazetecilik uygulamaları için dijital bölünme, kullanıcıların benzer sürükleyici içeriklere tekrardan yönelmesini engelleyebilir veya bu içeriklere yönelik olumsuz bir ön yargı oluşmasına neden olabilir. Öte yandan gelişmiş ülkelerde bu teknolojilere erişim daha yaygınken, gelişmekte olan ülkelere erişim sınırlıdır (Selwyn, 2004). Bu sınırlılık, küresel bilgiye erişimde dengesizlik yaratır ve habercilikteki dijital bölünmeyi derinleştirir. Öte yandan dijital bölünme, gazetecilik mesleğinde yer alan “haber herkes tarafından ulaşılabilir olması”, “haber nesnel ve anlaşılabilir olması” gibi temel normların uygulanmasını engellemektedir. Bu bakımdan sürükleyici haberler, gazetecilik etiği için tartışmalı uygulamalar olmaktadır.

2.10.1.2. İnsan Sağlığı Üzerindeki Etkileri

Sanal gerçeklik kullanımının sağlığa etkileri hem olumlu hem de olumsuz şekilde ele alınmaktadır. Tıp literatüründe, sanal gerçeklik teknolojilerinin belirli rahatsızlıkları tedavi etmek amacıyla kullanılmasına yönelik çalışmalar yer almaktadır (Uskali ve Ikonen, 2021). Bu çalışmalar, sanal gerçeklik teknolojilerinin yükseklik, kapalı alan veya dişçi korkusu gibi

fobilerin (Parsons, 2015; Temming, 2018) ve uzuv kaybı veya sinir rahatsızlığı kaynaklı kronik ağrıların (Hoffman ve diğerleri, 2004; Malloy ve Milling, 2010) azaltılması ve tedavi edilmesi amacıyla kullanıldığını göstermektedir. Öte yandan anksiyete bozuklukları, Alzheimer ve şizofreni (Mckie, 2018; Uskali ve Ikonen, 2021) gibi nörolojik rahatsızlıkların tespiti ve erken teşhisi için de sanal gerçeklik uygulamalarına baş vurulmaktadır.

Sanal gerçeklik teknolojilerinin tedavi ve teşhis amacıyla kullanılması insan sağlığı açısından faydalı yönlerini göstermektedir. Öte yandan bu teknolojilerin kullanımına bağlı olarak “motion sickness” (sürekli ve kısıtlanmış hareketlerden kaynaklanan baş dönmesi ve mide bulantısı), mekânsal farkındalık kaybı, baş dönmesi ve yönelim bozukluğu, nöbetler, mide bulantısı, “eye strain” (göz gerginliği ve kuruluğu) (Jerald, 2015:165), göz ağrısı, odaklanma sorunu ve hareket veya simülatör hastalığı gibi insan sağlığı için olumsuz etkileri olan rahatsızlıkların oluştuğu kanıtlanmıştır (Bailenson, 2018; Fagan, 2018). Bu rahatsızlıklar arasında özellikle “Siber hastalık (Cybersickness)” terimi sürükleyici gazetecilikle ilgili olarak kullanılmıştır (Hardee ve McMahan, 2017; LaViola Jr, 2000).

Siber hastalık, sürükleyici teknolojilerin kullanımı sonucu elde edilen, sanal gerçeklik için belirtilen rahatsızlıkların birçoğunun bir araya gelmesiyle oluşan tıbbi olumsuzluk halini vurgulamak için kullanılmaktadır (LaViola Jr, 2000). Hardee ve McMahan (2017), sanal gerçeklik deneyimlerinde siber hastalığı neden olan faktörleri incelemiş ve bunların neler olduğuna dair üç ana teori sunmuştur. Bu teorilerden ilki sürükleyici deneyimler esnasında vücudun elde ettiği yanılsama ve uyaranları belirli bir zehir ve toksik madde kaynaklı olarak algılaması ve karşı tepki vermesidir. Bu teorinin dayanak noktası ise gerçek dünyada belirli bir toksik maddeye maruz kaldığında vücudun bu maddenin oluşturduğu yanıltıcı sinyallere tepki verme doğasıdır. İkinci teori ise uzun süre boyunca ayakta hatalı durmanın veya diğer adıyla postüral dengesizliğin hareket hastalığı (motion sickness) semptomlarına yol açtığını belirtmektedir. Bu teorinin dayanak noktası ise insanların postüral dengeyi korumaya yönelik hareket düzenlemesi gerçekleştirmesi ve sanal gerçeklikte uzun süreli duruş yanılsamalarının gerçek hayattaki hareket düzenlemelerine tabi tutmaya çalışmasıdır. Üçüncü teori ise zihnin, sürükleyici deneyim esnasında vücudun hareketi ve yönelimi hakkındaki sinyalleri nasıl ele alacağını bilmediği ve bunları karışık veya tutarsızlık olarak varsaydığına dayanan duyusal çatışma teorisidir (Hardee ve McMahan, 2017).

Sanal gerçeklik ve sürükleyici teknolojilerin fiziksel etkileri kadar psikolojik sağlığa yönelik etkileri de bulunmaktadır (Bailenson, 2018). Bu etkiler hem olumlu hem de olumsuz yönde olduğu gibi temel olarak benliğe veya başkalarına ilişkin algının oluşmasına yönelik rol oynamaktadır.

Sürükleyici deneyimler, çoğunlukla farkındalık oluşturma, bakış açısını çeşitlendirme veya başkasının yerine geçme gibi empatik anlayışı teşvik etmektedir. Kullanıcılar, özellikle yoğun daldırmaya maruz kaldığında, gerçek dünyadan ve fiziksel bedenlerinden uzaklaşarak dikkatlerini tam olarak sanal temsile kaptırmaktadır (Steed ve diğerleri, 2018). Bu gerçeklikten kopuş hali, sanal gerçekliğin fiziksel ağrılarının tedavisinde kullanılmasına yol açtığı gibi kullanıcılar üzerinde kaygı, kâbus ve hatta tükenmişliği tetikleyerek “merhamet yorgunluğuna” neden olmaktadır (Uskali ve Ikonen, 2021). Merhamet yorgunluğu, karşısındaki kişiye ilgi veya bakım vermesi beklenen bireylerin, başkalarına karşı empati kurma veya ilgilenme isteğinde, becerisinde ve enerjisinde yaygın azalmaya neden olan ve devamında birey üzerinde fiziksel, duygusal, sosyal ve ruhsal anlamda etkili olan tükenme durumunu tanımlamaktadır (Dikmen ve Aydın, 2016). Merhamet yorgunluğu, sürükleyici gazetecilikte farkındalık oluşturulmaya çalışılan olaylara veya empati oluşturulması istenen kişilere yönelik gerçekleştirilerek kullanıcılarda, hem bu olay ve kişilere yönelik nötr veya olumsuz tutum oluşmasına hem de kullanıcı üzerinde fiziksel, duygusal ve sosyal açıdan sorunlara yol açabilmektedir (Uskali ve Ikonen, 2021).

Sürükleyici gazetecilik pratiklerinde yer alan teknoloji kaynaklı sorunların ve insan sağlığı üzerine oluşturduğu olumsuz etkilerin ortaya çıkardığı etik problemler bulunmaktadır. Bu doğrultuda gazetecilik mesleğinde etik ihlalleri irdelemek gerekmektedir.

2.11. Gazetecilik Etiğine Yönelik Sorunlar

Gazetecilik etiğini temel olarak tanımlamak gerekirse “Gazetecilikte doğru eylem nedir?” sorusuna yönelik oluşturulmuş ve sorumlu tarafları gazeteciler ve haber üretim ile dağıtım sürecinde yer alan kişiler olan norm ve kurallardır. Daha detaylı bir tanımlamayla gazetecilik etiği, “yayınlama özgürlüğünün özverili bir şekilde kullanılması; sorumlu ve kamu odaklı gazeteciliğe rehberlik etmesi gereken normların incelenmesi, oluşturulması ve uygulanması” dır (Ward, 2018).

Özelikle yeni medya teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla birlikte gazetecilik pratiklerini değişmeye başlamış ve bu değişim mesleki etiğe yönelik tartışmaları gündeme taşımıştır. Gazetecilik etiğine yönelik tartışmalar hem akademik hem de mesleki alanlarda devam ederken bu tartışmaların nesnesi çoğunlukla haber üretiminden sorumlu gazeteciler ve haberin içeriğini oluşturmada gerekli öğeler olmaktadır. Sürükleyici gazetecilikte bu etik tartışmaların konusu olmuş hem sağladığı imkanlar açısından mevcut etik normların ve kodların kaldırılması veya güncellenmesine yönelik hem de sürükleyici gazetecilik pratiklerinin mevcut norm ve kodlara uyarlanmasına yönelik iki ayrı görüş oluşturmuştur.

Sürükleyici gazeteciliğin yüksek maliyeti ve teknolojik uzmanlık gibi gereksinimleri sebebiyle uygulama alanları ve konuları kısıtlıdır. Öte yandan doğası gereği empatik ve duygu odaklı bir medya olan sürükleyici gazetecilik içeriklerini çoğunlukla kriz haberciliğine uygun konulardan ve olaylardan belirlemektedir. Kriz gazeteciliği gerçekleştiren habercilerin öngörülemeyen ve tehlikeli çalışma ortamlarında, savaş, çatışma ve afet bölgelerinde bulunması veya yolsuzluk ve diğer suçlar gibi hassas konular üzerinde çalışması gazeteci sağlığı açısından tehlikeli durumlar oluşturmaktadır (Carlsson ve Pöyhtäri, 2017). Bu durum sürükleyici gazetecilik için de geçerli olmakta ve başlı başına gazeteci sağlığı açısından etik bir tartışmaya neden olmaktadır. Buna karşın sürükleyici gazeteciliğe yönelik etik tartışmalar daha çok kullanılan içeriğin konusu, haberin hazırlanması için kullanılan materyallerin seçimi ve haberin kullanıcı üzerinde bıraktığı etkiler üzerine gerçekleşmektedir. Örneğin sürükleyici haberler için materyal toplayan foto muhabirlerinin veya uzmanların, duygusal etkiyi arttırmak amacıyla çoğunlukla cinsellik, şiddet ve ölüm içeren materyalleri kullanmaya yönelmektedir. Bu materyallerin kullanılması hem maruz kalan kullanıcı açısından hem de gazeteci açısından psikolojik sorunların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir.

2.11.1.1. İçerik Manipülasyonu ve Duygusal Manipülasyon

Sürükleyici gazetecilik, izleyiciyi temsili oluşturulan hikâyenin içine çekmek amacıyla yoğunlukla görsel ve işitsel öğeleri kullanan bir gazetecilik biçimidir. Bu durumu gerçekleştirmek amacıyla üretilen içeriklerin, gazetecilik etiğinde yer aldığı şekilde “okuru, izleyici veya kullanıcıyı nesnel bir biçimde bilgilendirmek” (Hirst, 2020) amacıyla oluşturulması gerekmektedir. Bu doğrultuda kullanıcıya sunulan deneyimin sorumluluğu, sürükleyici içerik üreticilerine büyük bir etik yük getirmektedir. Ancak buna karşın kullanıcıların belirli bir durum, olay ve kişi hakkında empati kurmasını ve duygusal bir tepki oluşturmasını sağlamak sürükleyici gazeteciliğin çıkış noktasıdır. Bu durumun oluşması içinse genellikle VR ve AR teknolojilerinin sağladığı görsel ve etkileşimli kurgu öğeleriyle içerik manipülasyonlarına baş vurulmaktadır. Kurgusal unsurlar gerçeklik ve sahte arasındaki çizgiyi bulanıklaştırmaktadır. Habercilikte gerçeklik ve kurgu arasındaki sınırın korunması, güvenilirlik açısından önemlidir. Sürükleyici gazetecilik, kurgusal unsurlar ekleyerek hikâyeyi daha çekici hale getirebilir, ancak bu durum, habercilik ilkelerine zarar verebilmektedir (Zelizer, 2004). Etik açıdan, izleyicilere hangi içeriklerin kurgu, hangilerinin gerçek olduğu net bir şekilde belirtilmelidir. Öte yandan haberdeki öğelerin gerçektekenden abartılı bir biçimde temsil edilmesi, kullanıcıların gerçeklik algılayışını etkileyebilmek aşırı duygusal tepkiler oluşturabilmektedir. Bu doğrultuda sürükleyici gazetecilikteki içerik manipülasyonu,

habercilik etiği açısından ciddi bir sorun teşkil eder. Haberlerin doğru ve tarafsız bir şekilde sunulması gerektiği prensibi, sürükleyici gazetecilikte sorgulanabilir hale gelmektedir (Meyers, 2010; Ward, 2018).

Sürükleyici teknolojilerin sağladığı detaylı karakterleri, mekanları ve deneyim odaklı içerikleri kontrol etme potansiyeli, arkasında ticari, siyasi, dini veya hükümet çıkarları gözetildiğinde hem zihinsel hem de davranışsal manipülasyonun yeni ve özellikle güçlü biçimleri için fırsatlar sunmaktadır. Bu nedenle, sürükleyici gazetecilik uygulamalarında şeffaflığa ve ayrıca sürükleyici teknolojilere uygun oluşturulmuş etik beyanlara ihtiyaç duyulmaktadır.

Gazetecilik mesleğinin temel görevi, insanı doğrudan veya dolaylı bir biçimde etkileyen olaylar, kişiler veya durumlar hakkında bilgilendirme yapmaktır. Ancak sürükleyici gazetecilikte amaçlandığı gibi empati yaratmak sadece bir hikâye veya olay anlatmanın ötesinde farklı bir hedeftir. Bu doğrultuda nihai amacı duygu yaratmak olan bir gazeteci, arzuladığı duygusal etkiyi engelleyebilecek ancak haber etiği için elzem görülen dengeleyici veya uygunsuz bilgileri atlama eğiliminde olabilmektedir. Özellikle kullanıcıların duygularına oynayarak empati yaratmak, gazetecilik amacının dışında kanül edilerek manipülatif içerik üretimi olarak değerlendirilmektedir (Silverstone, 2013). Etik sorumluluk, kullanıcıların bilinçli kararlar almaktan alıkoyan duygu sömürülerine maruz bırakmadan uygun bilgiye erişimlerini sağlamaktır.

Şiddet veya cinsellik içeren sanal gerçeklik hikayelerinin üretim ve aktarım sürecinin dışında izleyicide bıraktığı etkilerle de etik ihlaller oluşturabilmektedir (Kent, 2019'dan aktaran Uskali ve Ikonen, 2021).

2.11.1.2. İzleyici Etkisi ve Psikolojik Yük

Sürükleyici gazetecilik uygulamalarında katılımcı temsil edilen haber hikayesine gazeteci tarafından belirlenmiş rollerde dahil olmaktadır. Katılımcı, sürükleyici haberi ister kendisi olarak ister haberdeki mekânı ilk kez ziyaret eden bir izleyici olarak, isterse de haberin merkezinde yer alan bir karakter olarak deneyimlesin, her halükârda görsellere ve seslere, kurgusal öğelere, mekanlara ve genellikle haberlere eşlik eden his ve duygulara daha önce herhangi bir haber anlatısında görülmemiş yoğunlukta erişim sağlamaktadır (De la Peña ve diğerleri, 2010). Sürükleyici içeriklerin bu güçlü etkisi, izleyicilerde duygusal yük yaratabilmektedir. Bu durumun en temel sebebi ise benzer veya aynı deneyimlerin kişiye ve geçmişine bağlı sağ duyu ve deneyimlere odaklı olarak birçok farklı tepki yaratabilme olasılığıdır (Uskali ve Ikonen, 2021). Dolayısıyla, sürükleyici gazetecilik hikayelerinin kişi

üzerindeki etkisi nesnellikten uzak bir biçimde çok daha karmaşık, nüanslı ve daha öznel bir deneyim olarak ortaya çıkmaktadır (Uskali ve diğerleri, 2019). Bu bakımdan sürükleyici içeriklerin bazı izleyiciler için travmatik veya rahatsız edici olma olasılığı bulunmaktadır.

Duygusal tepki oluşturmak için medya araçlarının kullanılması yeni bir süreç değildir. Daha önceleri televizyonun duygusal tepki oluşturma potansiyeli incelenmiş ve bu konuda görüşler akademik çevrelerde tartışılmıştır. Örneğin televizyon haberciliği ele alındığında Pantti'ye (2010:178) göre en önemli soru “Ne kadar duygu çok fazladır?” olmuştur. Bu durum sürükleyici gazetecilik için de geçerli bir kaygıdır.

Sürükleyici gazetecilik için üretilen haberler genellikle savaş ve afet gibi travmatik olayların yeniden canlandırılmasına dayanmaktadır. Bu durum haberlerin kullanıcı üzerinde yaratacağı psikolojik tepkileri, gazetecinin etik sorumluluğu haline getirmektedir. Özellikle travmatik olayların sanal ortamda canlandırılması ve deneyimletilmesi, kullanıcılarda travma sonrası stres bozukluğu (TSSB) gibi sorunlara yol açabilmektedir (Slater ve diğerleri, 2010). Dolayısıyla kullanıcıların psikolojik sağlığı, sürükleyici gazetecilikte göz önünde bulundurulması gereken kritik bir faktördür. Travmatik içeriklerin sunumu, izleyicilerde kalıcı psikolojik etkiler yaratabilir ve bu durum, sürükleyici medyanın etik sorumluluğunu artırmaktadır (Riva ve diğerleri, 2007; Riva ve diğerleri, 2019).

2.11.1.3. Mahremiyet ve Rıza

Sürükleyici içeriklerin üretiminde yer alan kişilerin mahremiyetine saygı gösterilmesi gerekir. Özellikle sanal gerçeklik oluşturmak için veya uygulama esnasında kullanıcının hareket takibini sağlamak için kamera, sensör ve jiroskoplarla devamlı olarak veri toplanması ve işlenmesi, empatik bir medya olan sürükleyici gazetecilik için önemli bir etik sorumluluk oluşturmaktadır. Öyle ki sürekli olarak gözetlenen duygular ve hareketler makineler tarafından okunabilir ve bu veriler etki ve gözetim için kullanılabilir (Bakir ve McStay, 2020). Bu doğrultuda hem haber üretimi hem de tüketimi sürecinde mahrem verilerin toplanması ve kullanılmasının yasal ve etik sorular ortaya çıkarabilmektedir.

Mahremiyet ve rıza, habercilikte temel etik ilkelerden biridir. Dolayısıyla sürükleyici haberlerin oluşturulması ve paylaşılması sürecinde, haber hikayesine tanık olan veya hikâyenin baş kahramanı olan bireylerin rızasının alınması etik bir zorunluluktur. Ancak 360 derece kayıt alabilen kameralarla elde edilen görüntülerde bilinçli veya bilinçsiz olarak rızası olmadan, kişisel hikayelerin ve görüntülerin kullanımı gerçekleştirilebilmektedir. Bu durum bireylerin mahremiyet haklarını ihlal etmektedir (Solove, 2007).

Sürükleyici gazeteciliğin mevcut gazetecilik etik kuralları çerçevesinde oluşturduğu ihlallere karşın bu ihlallerin ele alınmasında mesleki ve akademik çevrede farklı görüşler bulunmaktadır. Örneğin Ward (2018); Uskali ve Ikonen (2021), gazetecilik etik standartlarının, sürükleyici gazetecilik pratikleri için önemli bir temel sunduğunu lakin bu temelin yeterli gelmediğini, etik kodlarda, ufak güncellemeler veya düzenlemelerin yapılmasının elzem olduğunu aktarmaktadır. Benzer bir şekilde, Culver (2015) mesleki yargıların şekillendirilmesinde geleneksel etik kuralların yardımcı olduğuna ancak sürükleyiciliğin kendisinin gazetecilik mesleği için henüz ele alınmamış sorulara yol açarak etik kuralların dışında tutulması gerektiğini belirtmiştir. Öte yandan Ward (2018) düşüncesini bir adım öteye taşıyarak medyada yaşanan dijitalleşme sebebiyle geleneksel gazetecilik etiğinin “yerle bir edilmesi” gerektiğini vurgulamıştır. Bu doğrultuda Kent (2015 aktaran Uskali ve Ikonen, 2021), sürükleyici gazeteciliğe uygun etik kuralları oluşturmak için kitle kaynaklı bir proje başlatmıştır (Uskali ve Ikonen, 2021). Kent’in oluşturduğu bu projede “gerçekliği yakalamak” ve “gerçekliği yakalamaktan daha fazlasını amaçlamak” şeklindeki iki başlık etik çerçevenin oluşturulmasında ön plana çıkmıştır.

Sürükleyici gazeteciliğin, bir taraftan gazeteciliğin nesnellik ve olgusallık gibi en temel normlarına sadık kalırken diğer taraftan içerik oluşturmada duygusal manipülasyon tekniklerini uygulaması etik tartışmaların temel problemi olmuştur (Beckett ve Deuze, 2016; Glück, 2020; Peters, 2011; Wahl-Jorgensen, 2016). Wahl-Jorgensen (2013) sürükleyici gazeteciliğin sadece “stratejik nesnellik ritüeli” (Tuchman, 1972) kavramının etrafında şekillenmemesi gerektiğine, çünkü bu gazetecilik biçiminin “stratejik bir duygusallık ritüeli” de olduğuna ifade etmiştir. Bu tartışmayı sürükleyici gazetecilik pratiğine uygulayan mevcut literatür yenilikçi teknolojileri kullanarak duygusal bağlılık için yarattığı yeni fırsatları keşfetmeye başlamıştır (Bosworth ve Sarah, 2018; Uskali ve diğerleri, 2021).

Culver'a (2015) göre, mahremiyet ve rıza sürükleyici gazetecilikte “özellikle 360 derece video gibi daldırma teknikleri kullanan gazeteciler için en büyük etik meselelerden birisidir”. Tripodlar, monopodlar hatta gazeteciler de dahil olmak üzere 360 derece kayıt yapan kameralar için kadrada bulunan her şey sahnededir. Bu sebeple sahnede yer alan herhangi bir şeyi veya birisini, post prodüksiyon aşaması dahil, gizlemek zahmetli veya mümkün olmamaktadır. Bu noktada, sürükleyici prodüksiyonlar üreten gazetecilerin, gazetecilik standartlarını korurken aynı zamanda duygusal bağlılık uyandırma zorluğuyla nasıl başa çıktıkları sorusu etik çerçevede ele alındığında tartışmaya açık bir konu olarak görülmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Bu araştırma, değişmekte olan gazetecilik pratikleriyle her geçen gün farklılaşan dijital anlatı biçimleri göz önüne alınarak gelecekte önem kazanacağı kaçınılmaz görünen sürükleyici gazeteciliğin mevcut durumu ve gelecekteki konumu hakkındaki öngörülerini ve örüntülerini ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu bağlamda sürükleyici teknolojiler aracılığıyla haber üretimi ve sunumu gerçekleştirmenin, özellikle deneyimlenebilir ortamların ve giyilebilir teknolojilerin yeni dijital çağın araçları olacağı düşünüldüğünde, bireylerin habere olan ilgisini arttırıp arttırmayacağı, gazetecilik mesleğinde yeni bir uzmanlaşma alanı oluşturup oluşturmayacağı veya bu doğrultuda haber üretim pratiklerini değiştirip değiştirmeyeceğine dair cevaplar aranacaktır.

3.1. Araştırmanın Konusu ve Kapsamı

Çalışmanın konusunu, herhangi bir olay veya durumu, arttırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik veya karma gerçeklik teknolojilerinin yardımıyla deneyimlenebilir bir biçimde kullanıcılarına aktaran sürükleyici gazetecilik uygulamaları oluşturmaktadır. Bu doğrultuda gazetecilik pratiklerinde yer alan sürükleyici teknolojilerin teknik ve teorik özelliklerini incelemek, gazetecilik mesleğinde oluşturduğu veya oluşturabileceği değişimlerle birlikte kullanıcıya yönelik beklenen veya gözlemlenebilen etkilerini ludenik haber okuma ve oyunlaştırma teorileri çerçevesinde ortaya koymak çalışmanın kapsamını oluşturmaktadır.

Bu doğrultuda gazetecilik mesleğini icra eden profesyoneller, gazetecilik eğitimi veren akademisyenler ve internet kullanıcısı olan genç nesil bireyler çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır.

3.2. Araştırmanın Amaç ve Problemi

Çalışmanın problemi, “Dijitalleşme sürecinde, özellikle genç nesillerin haber okumaya yönelik ilgisini arttırmak mümkün mü?” sorusu üzerine şekillendirilmiştir. Bu soru çerçevesinde tüketimin arttırılmasına yönelik bir strateji olarak kabul edilen “oyunlaştırma” kavramının ve günümüz haber metinlerinin büyük bir kısmının yer aldığı “dijital ortamın” özelliklerinden faydalanarak oluşturulan “haberlin sürükleyici bir anlatı hale getirilmesi okurun habere yönelik ilgisini arttırır mı?” sorusu, araştırmanın temel problemidir.

Bu çalışmanın amacı, deneyimlenebilir arttırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik veya karma gerçeklik tabanlı sürükleyici gazetecilik uygulamalarının ve pratiklerinin haber tüketimine

etkisini ve habercilik normları ile mesleki pratikler üzerinde oluşturduğu/oluşturacağı değişiklikleri ortaya koymaktır. Bu bağlamda araştırmanın temel probleminden ve amacından hareketle aşağıdaki sorulara cevap aranmaktadır:

A1: Sürükleyici gazetecilik uygulamaları ve pratikleri, haberin anlaşılabilirliğini kolaylaştırır ve haberin okur/izleyici üzerindeki etkilerini artırır mı?

A2: Sürükleyici gazetecilik uygulamaları ve haber anlatıları bünyesinde bulundurduğu eğlence odaklı özellikleri ve teknik donanımlarıyla genç neslin haber tüketimini artırır mı?

A3: Sürükleyici anlatılar haber üretim pratiklerinde değişime sebep olarak gazetecilik mesleği için sürdürülebilir yeni bir uzmanlaşma alanı oluşturur mu?

3.3. Araştırmanın Önemi

Araştırmanın konusu ve kuramsal çerçevesi bağlamında yapılan literatür taraması sonucunda, sürükleyici gazeteciliğin haber tüketimine etkisini ve habercilik normları ile mesleki pratikler üzerindeki potansiyel veya mevcut değişimlerini ele alan benzer bir çalışma bulunmamıştır. Bu açıdan bakıldığında, bu araştırma, konusu ve yaklaşımı itibarıyla özgün bir nitelik taşımaktadır.

Araştırmanın sonunda, haber tüketimini artırmaya yönelik yenilikçi fikirlerin ortaya konulması ve gazetecilik mesleğinde yüksek teknolojiye dayalı yeni uzmanlık alanlarının oluşmasına katkı sağlayacak bulgular elde edilmesi beklenmektedir.

3.4. Araştırma Evreni ve Örneklemi

Araştırma evrenini, belirli bir medya okuryazarlık oranına sahip gazetecilik bölümünde veya iletişim fakültesinde eğitim gören genç öğrenciler, gazeteciler ve gazetecilik ile ilgili eğitim veren akademisyenler oluşturmaktadır. Yüksek Öğretim Kurumu'nun istatistiklerine göre 2024 yılı itibarıyla toplam 3.740.171 öğrenci devlet üniversitelerinde lisans eğitimi almaktadır. Öte yandan gazetecilik bölümünde okuyan öğrencilerin sayısına yönelik net bir istatistik bulunmamaktadır. Türkiye'de "Gazetecilik", "Gazetecilik ve Habercilik" ve "Yeni Medya ve Gazetecilik" bölümlerinde görev alan toplam 475 akademisyen bulunmaktadır. Türkiye'de yer alan gazetecilerin sayısına yönelik net bir istatistik elde etmek mümkün değildir. Bu durumun en temel sebebi serbest çalışan, bağımsız gazetecilerin ve internet gazetecilerinin de evrene dahil olmasıdır. Ancak, 2023 yılı itibarıyla Türkiye Gazeteciler Sendikası tarafından yayınlanan rapora göre Türkiye'de yaklaşık 10 bin aktif çalışan gazeteci bulunmaktadır. Tam rakamlara erişilmenin mümkün olmaması, evrenin ölçülmesini imkânsız kılmaktadır.

Çalışmanın amacı doğrultusunda elde edilmesi planlanan verilerin niceliğe dayalı olmaması bunun yerine derinlemesine ve detaylı verilere ihtiyaç duyulması sebebiyle

çalışmanın örnekleme, amaçlı örneklem yöntemleri arasından ölçüt örnekleme yöntemi ile görle belirlenmiştir. Ölçüt örnekleme, örneklemin problemle ilgili olarak belirlenen niteliklere sahip kişiler, olaylar, nesneler ya da durumlardan oluşturulmasıdır (Büyüköztürk ve diğlerleri, 2015).

Nitel araştırmalarda örneklem genelde amaçlı bir şekilde araştırma sorularına ve incelenecek olaya uygun olarak seçilmektedir. Bu doğrultuda 1 ve 3 numaralı araştırma sorusu için mesleki yetkinlik ve teknolojiye yatkınlık ölçüt olarak belirlenmiş ve gazetecilik mesleğinde dijital teknolojiler veya dijital gazetecilikle ilgili uzmanlık alanı bulunan ve en az 5 yıl mesleğini idame ettirmiş gazeteciler ve gazetecilikle ilgili lisans düzeyinde en az bir alan dersi veren akademisyenler araştırmanın örnekleminin yarısını oluşturmaktadır. Öte yandan 1 ve 2 numaralı araştırma sorularına yönelik genç haber okuru olan, iletişim fakültesinde gazetecilik eğitimi almakta olan ve aldığı alan dersi durumuyla medya okuryazarlık durumu ölçülebilen öğrenciler araştırmanın örnekleminin diğler yarısını oluşturmaktadır.

Araştırmanın örnekleme amaçlı örneklem biçimleri arasından ölçüt örneklem yöntemi kullanılarak belirlenen belirli düzeyde medya okuryazarlığı bulunan ve haber tüketimi gerçekleştiren genç bireyler, ulusal veya yerel medyada görev yapan deneyim sahibi gazeteciler ve yükseköğretim seviyesinde “Gazetecilik” eğitimi veren akademisyenler oluşturulacaktır.

Derinlemesine görüşmelerde katılımcı sayısından ziyade veri miktarı önemli olduğundan çalışmada veri doygunluğuna ulaşınca görüşmeler tamamlanmıştır. Çalışma grubunun oluşturulmasında, amaçlı örneklem içinde ölçüt örneklem yöntemi kullanılmıştır. Araştırma deseninde nicel bir yöntem bulunmadığı için elde edilecek verilerin yeterli doygunluğa ulaşması, 5 uzman gazeteci ve 5 uzman akademisyenle gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmeler sonunda gerçekleşmiştir. Odak grup içinse 6 iletişim öğrencisiyle tartışma ortamı hazırlanmış ve yeterli doygunlukta bulguya erişilmiştir.

3.5. Araştırma Yöntemi ve Araçları

Çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme (mülakat) ve odak grup uygulamasıyla oluşturulmuş çoklu nitel araştırma deseni kullanılmıştır. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinin uygulanmasının temel nedeni, araştırma soruları hakkında detaylı ve derinlemesine bulguların elde edilme gerekliliğidir.

3.5.1. Yöntem

Araştırmada yer alan A1 ve A3 soruları için, gazetecilik mesleğini icra eden profesyonellerin ve gazetecilik eğitimi veren akademisyenlerin deneyimlerine, tutumlarına, görüşlerine, şikayetlerine, duygularına ve inançlarına ilişkin bilgi toplanması gerekmektedir. Nitel araştırmalar, bir konu veya olay hakkında genel geçer sonuç ve yargılar elde etmekten

ziyade öncelikli olarak süreç ile ilgilenmektedir. Bu bağlamda, nitel araştırmalarda olayın veya konunun anlamı, arka planı ve motivasyonları önem taşımaktadır (Yılmaz ve Altinkurt, 2011). Dolayısıyla bu iki araştırma sorusu göz önüne alınarak, araştırmada kullanılan yöntemlerden ilki nitel veri toplama yöntemlerinden biri olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniğidir. Yıldırım ve Şimşek (2003:18)'e göre yarı yapılandırılmış görüşmeler, yapısı gereği bir olay ve olgu hakkında hem jest ve mimik aracılığıyla verilen anlık tepkileri hem de sözel şekilde derinlemesine ve detaylı bilgileri sağladığı, araştırmacıya esneklik ve ortam üzerinde kontrol sağlamasından dolayı en çok kullanılan veri toplama yöntemlerinden birisidir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Öte yandan seçmeye veya yazmaya dayalı testler ve anketlerde bulunan sınırlılıklara sahip olmadan belirli bir konu hakkında yoğun ve detaylı bilgi edinmeye olanak tanımaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

Araştırmada, A1 ve A2 sorularına yanıt bulmak amacıyla odak grup (focus group) yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem araştırmada kullanılan ikinci nitel araştırma yöntemidir. Odak grup, çoğunlukla ortak ölçüt ve özelliklere sahip 4 ila 12 kişinin bir moderatörün gözetiminde bir araya getirilmesi ve kendi aralarında çok sesli ve şeffaf tartışma ortamının oluşturulmasıyla uygulanan veri toplama yöntemidir (Gülcan, 2021). Şahin, Suher ve Bir'e (2009) göre, odak grup çalışmaları nitel araştırmalarda yaygın olarak tercih edilen tekniklerden biridir. Bu yöntemin temel avantajları, düşük maliyetli olması, verilerin hızlı toplanmasına olanak sağlaması ve uygun koşullar sağlandığında belirli bir topluluk hakkında güvenilir bilgiler sunmasıdır. Bryman (2016), odak grupların en özgün yönünün, belirli bir özelliği ve deneyimi paylaşmış kişilerin oluşturduğu topluluklar olması olduğunu vurgular. Moderatör, katılımcıların verimli ve sağlıklı bir tartışma ortamında derinlemesine bilgi sunmasını sağlayarak, doğru veriye ulaşmayı amaçlamaktadır (Şahin ve diğerleri, 2009). Bu doğrultuda çalışma için belirlenen internet kullanımı yüksek ve medya okuryazarlığına sahip genç bireylerle oluşturulan odak grupta sürükleyici gazetecilik uygulamalarının haber okuma eylemini ilginç ve eğlenceli hale getirip getirmediği, bu uygulamaların haber tüketimini arttırıp arttırmayacağına dair tartışma ortamı oluşturularak gerekli bulgular elde edilmiştir.

3.5.2. Veri Toplama Araçları ve Verilerin Toplanması

Araştırmada, kuramsal çerçeve dikkate alınarak hazırlanan ve 23.07.2024 tarihli Akdeniz Üniversitesi Rektörlüğü Sosyal ve Beşerî Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu kararı ile uygun bulunan yarı yapılandırılmış görüşme ve odak grup soru formları veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Soru formları, sürükleyici gazeteciliğin öğeleri, özellikleri ve pratikleri baz alınarak, araştırmanın kuramsal çerçevesini oluşturan Oyunlaştırma ve

Ludenik haber okuma teorisi doğrultusunda gazetecilik mesleğini idame ettiren uzmanların ve akademisyenlerin sürükleyici gazeteciliğe yönelik görüş ve tutumlarını belirtmek, genç kuşak bireylerin haber tüketimine yönelik mevcut veya olası etkilerini incelemek için hazırlanmıştır. Soru formları hazırlanırken, nitel bir çalışmada yer alabilecek soru sayısının miktarına, anlaşılır olmasına ve yönlendirici olmamasına dikkat edilmiştir.

Görüşmeler, katılımcıların belirlediği tarih ve saatte, mobil cihazlar veya kişisel bilgisayarlar aracılığıyla çevrimiçi görüntülü görüşme gerçekleştirilerek elde edilmiştir. Görüşme soruları her bir katılımcıya kendilerini rahat hissettiklerini beyan ettikleri andan itibaren aynı ses tonu ve aynı anlamı ifade edecek sözcükler seçilerek yönlendirilmiştir. Görüşmeler için Teams ve Zoom platformları kullanılmış ve görüşme esnasında video kaydı gerçekleştirilmiştir. Görüşme öncesinde video kaydı yapılmasına yönelik katılımcıların rızaları sözlü beyanla alınmıştır. Görüşmeler 08.10.2024 ile 20.10.2024 tarihleri arasında gerçekleştirilmiş ve ortalama 20 dakika sürmüştür.

Odak grup uygulaması, herkesin görüntü ve ses aktarımı sağlayarak diğer kullanıcıları takip edilebildiği Teams ve Zoom gibi çevrimiçi görüntülü konuşma platformlarında gerçekleştirilmiştir. Odak gruba katılan kişilerle ön görüşme gerçekleştirilip araştırma hakkında bilgi aktarılmıştır. Odak gruba katılımın gönüllü olduğu, uygulama esnasında video kayıt alınacağı ve istememeleri halinde araştırmadan ayrılacakları katılımcılara aktarılmış ve hem uygulama için hem de video kayıt alınması için sözlü beyanla rızaları alınmıştır. Odak grup uygulaması esnasında moderatör tarafından sorular yöneltilmiş ve rastgele bir sıralamada her katılımcıya en fazla 4 dakikalık konuşma hakkı verilmiştir. Her katılımcı soruya cevap verdikten sonra diğer soruya geçmeden önce serbest konuşma ve tartışma için süre ayrılmıştır. Odak grup çalışması 27.09.2024 tarihinde gerçekleştirilmiştir.

Elde edilen video kayıtlar “Word” programının dikte sekmesinde yer alan döküm oluşturma özelliği kullanılarak metin haline getirilmiş daha sonrasında araştırmacı tarafından kontrol edilerek, dökümlenmiştir. Dökümler tam olarak hazırlandıktan sonra görüşme kayıtları ile karşılaştırılmış ve tekrar incelenerek eksikler giderilmiştir. Dökümlerin incelenmesi iki kodlayıcının kabulü ile (Creswell, 2014) gerçekleştirilmiş ve güvenilirliği değerlendirilen dökümlere son hali verilmiştir.

3.6. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmanın belirli sınırlılıkları bulunmaktadır. İlk sınırlılık maliyet ve zaman kısıtlılığından dolayı ortaya çıkmıştır. Araştırmanın kavramsal çerçevesini oluşturan sürükleyici gazeteciliğin uygulanması veya sürükleyici haber içeriklerine sanal gerçeklik

teknolojileriyle erişim sağlanması, araştırmanın/araştırmacının kısıtlı maddi kaynakları nedeniyle mümkün olmamıştır. Bu durum sürükleyici haber içeriklerinin incelenmesi ve araştırma grubuna aktarılması açısından sınırlılık oluşturmuştur.

Araştırmanın diğer bir sınırlılığı ise çalışma alanının güncelliğinden kaynaklanmaktadır. Araştırmada yer alan sürükleyici gazetecilik henüz çok uygulanan veya çok bilinen bir pratik olmaması sebebiyle örneklem oluşturmada zorluk çekilmiştir. Bununla birlikte araştırma için belirlenen desende kavramsal ve kuramsal çerçeve, mevcut literatüre göre belirlenmiştir. Ancak çalışma, gelecekte bu kavramsal ve kuramsal çerçeveye ilgili ortaya çıkabilecek yeni ya da henüz bilinmeyen terim ve kavramları içermemektedir. Ayrıca, araştırma örneklemini için belirlenen ölçütlerin, günümüz mesleki ve akademik trendlerindeki değişimlere bağlı olarak, konuyla ilgili gelecekte yapılacak çalışmalarda farklılaşması mümkündür.

3.7. Verilerin Analizi

Araştırma verilerinin çözümlemesinde betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem, elde edilen bilgilerin önceden belirlenen temalara ve alt temalara göre sadeleştirilmesi ve bireylerin düşüncelerinin doğrudan alıntılarla desteklenerek nedensel bir bağlamda açıklanmasıyla gerçekleştirilen analiz tekniğidir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Araştırmada betimsel analiz tekniği, verilerin azaltılması, verilerin sunumu ve sonuç çıkarma-doğrulama adımlarının bulunduğu üç etkinlik basamağı kullanılarak gerçekleştirilmiştir (Türnüklü, 2000). Alıntı seçiminde ise uç ve farklı cevaplarla birlikte dikkat çekici ve temaya uygun açıklayıcı yanıtlar tercih edilmiştir (Ünver vd., 2010). Tablo 3.9’da belirtilen temalar ve alt temalar doğrultusunda bulgular sunulmuştur.

Tablo 3.9. Görüşme formunda yer alan sorulara göre oluşturulmuş temalar

1: Sürükleyici Gazeteciliğin Güçlü ve Zayıf Yönleri
1.1.Avantajlı ve Güçlü Yönleri
1.2.Dezavantajlı ve Zayıf Yönleri
1.3.Diğer Gazetecilik Biçimleriyle Kıyaslanması
2: Sürükleyici Gazetecilik İçin En Uygun Uygulama Araçları ve Teknikleri
2.1.En Uygun Uygulama Araçları ve Teknikleri
2.2.Sürükleyici Gazeteciliğin Uygulanmasına Dair Görüşler
3: Sürükleyici Gazetecilikle İlgili Başlıca Zorluklar
3.1.Sürükleyici Gazeteciliğin Sorunları
3.2.Sürükleyici Gazetecilik ve Gazetecilik Etiği
3.3.Sorunlara Çözüm Önerileri

4: Sürükleyici Gazeteciliğin Geleceği

4.1.Sürükleyici Gazeteciliğin Geleceği

4.2.Bir Uzmanlık Alanı Olarak Sürükleyici Gazetecilik

3.8. Bulgular

Araştırmada elde edilmiş bulgular bu bölümde yer almaktadır. Bulgular, birden fazla nitel araştırma yöntemi kullanılarak elde edilmiştir. Bu doğrultuda her yöntem için alt başlık açılarak bulgular aktarılmıştır. Bulguların detaylı analizi, “Değerlendirme” başlığı altında gerçekleştirilmiştir.

3.8.1. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Bulguları

Araştırmaya katılan görüşmecilerin görüşleri, anonimliğin sağlanması ve meslek erbapları ile akademisyenlerin ayrılması amacıyla farklı kodlarla belirtilmektedir. “A” şeklinde kodlanan görüşler akademisyenlerin, “G” şeklinde kodlanan görüşler ise gazetecilerin görüş ve ifadeleridir. Bu doğrultuda bulgular, her katılımcıyı ayrı şekilde belirtmesi için “A1, A2, A3, ...” veya “G1, G2, G3 ...” şeklinde kodlanarak aktarılmıştır.

3.8.1.1. Gazetecilerin Görüşlerine Dair Bulgular

Araştırmada, mesleğini 5 yıldan uzun süredir icra eden gazetecilere Tablo 3.9’da yer alan temalara ayrılmış ve “Ekler” bölümünde detaylı olarak yer alan görüşme soru formundaki sorular yöneltilmiştir. Araştırmaya katılan gazetecilerin demografik özellikleri ve bilgileri Tablo 3.10’da gösterildiği gibidir.

Tablo 3.10. Gazetecilerle ilgili bilgiler

	Yaş	Çalıştığı Kurum	Eğitim Durumu	Görevi	Çalıştığı Yıl
Gazeteci 1 (G1)	27	DHA	Lisans	Polis-Adliye Muhabir	5
Gazeteci 2 (G2)	28	Kanal 3 TV	Lisans	Haber Merkezi Muhabir	6
Gazeteci 3 (G3)	28	Antalya Hürses	Lisans	Saha Muhabir	6
Gazeteci 4 (G4)	41	TRT	Lisans	Haber Muhabir	15

Gazeteci 5 (G5)	36	TRT	Lisans	Haber Muhabir	13
--------------------	----	-----	--------	------------------	----

3.8.1.1.1. Sürükleyici Gazeteciliğin Güçlü ve Zayıf Yönleri

Gazeteciler, sürükleyici gazeteciliğin avantajlı ve güçlü yönleri olarak detaylı, kapsamlı ve deneyimlenebilir- empatik yapısını ön plana çıkarmıştır. Özellikle biçimsel olarak konuyla ilgili farkındalık ve merak olgusu oluşturma potansiyeli ön plana çıkarılarak görüş belirtilmiştir. Öte yandan sürükleyici gazeteciliğin teknolojik olarak eklemenebileceği “blok zinciri” ve “metaverse” gibi kavramlarda sürükleyici gazeteciliğin güçlü yanları olarak değerlendirilmiştir.

G5: “... Sürükleyici gazeteciliğin blok zincirinde gazetecilere sağlayacağı ilk avantaj, kimsenin haberleri silemeyecek, değiştiremeyecek ve sansürleyemeyecek olması... Ayrıca bu platformlarda gazeteciler gerçek kimlikleriyle yazmayı veya tamamen anonim kalmayı seçebilir. Bu da gazetecinin güvenliği açısından oldukça önemli. Özellikle tehdit alan gazeteciler, yazılarını böyle bir ağda (blok zinciri) paylaşarak kendilerini daha güvende hissedebilir. Bu da merkeziyetsiz metaverse platformlarında gazetecilik yapan kişilerin tamamen anonim kalması mümkün olabilir. Bunun yanı sıra blok zinciri tabanlı metaverse platformlarının bel kemiği olan NFT’ler gazeteciler için alternatif bir gelir kaynağı haline de gelebilir. Kendi kitlelerini oluşturup orada para kazanabilirler.”

G4: “... sürükleyici haber, haberi okuyan veya izleyici kişiye olayın içindeymiş hissi verir. Bu da olayın daha iyi idrak edilmesini sağlar.”

G2: “Merak duygusunu ve işe ilgiyi artırır ancak ulaşılan sonuçlar kimi zaman başarıya taşısa da kimi zaman elde edilen sonuç mesleki kariyer açısından olumsuzluklar doğurabilir bana göre...”

G1: “Sürükleyici gazetecilik, sanal gerçekliği kullanarak ilgili kitleyi olayın içine çeker. “Orada olma hissi” yaratan bu kavram, haberin anlatılma yönünü de oldukça güçlendiriyor.”

Gazeteciler, sürükleyici gazeteciliğin dezavantajlarıyla ilgili olaraksa çoğunlukla haberin aktarılması sürecinde gerekli olan yaratıcı faaliyetlerin, kurgu ile gerçek arasındaki çizgiyi kaldırarak haberin gerçekliğinin kaybolacağını dile getirmiştir. Bu noktada gazeteciler tarafından 360 derece kamera ve ham görüntülerle gerçekleştirilen sürükleyici gazetecilik pratikleri göz ardı edilmiştir.

G5: “Bu yeni tür insanlara daha çok izlettirebilmek amacıyla daha hareketli hikayeleştirilmiş halde okuyucuya sunulan haberlerden oluşuyor yani bu gazetecilik

gerçekliğin dışına çıkabilme dezavantajına da sahip. Kitleler daha çok izlesin diye bilgiler teyit edilmeden hızla yayılıyor. Gazeteciliğin temel ilkelerinden olan hakikate riayet etme unsuru göz ardı ediliyor. Bu toplumsal infiale yol açabilir.”

G1: “Görüntüler gerçek, siz haberin tam orta yerinde o anı yaşıyorsunuz ama yalnızca bir video üzerine kurulu. Gazeteciler tarafından servis edilen haberlerin görüntülerinin kurgu olması net yanlış bence öyle şey olur mu? Bu kitleleri yanıltabilir.”

Gazeteciler tarafından aktarılan olumsuzlukların bir diğeri aynı zamanda avantaj olarak da aktarılan sürükleyici teknolojilerin sağladığı deneyim odaklı empatik yapıdır. Bu noktada gazeteciler arasında avantaj ve dezavantajların ne olduğuna dair bir çelişki ortaya çıkmaktadır. Öyle ki deneyim odaklı haberciliğin farkındalık oluşturmadaki gücünün yanı sıra vahşet ve sarsıcı görüntülerin oluşturabileceği psikolojik yük bir olumsuzluk olarak aktarılmıştır. Öte yandan bu psikolojik yük yalnızca çocuklarla sınırlandırılmıştır.

G4: “Her ne kadar haberi okuyan veya izleyen kişiyi olayın içinde olma hissi verse de gerçek dünyanın bazı duygularını hissettiremez.”

G3: “...bazı vahşet dolu haberlerinde görünmemesi ve sadece yetişkinlerin ulaşabilmesi açısından iyi ama, çocuklarında bu haberleri görmesi psikolojik bir tehlike arz etmektedir.”

Sürükleyici gazeteciliğin avantaj ve dezavantajları göz önünde bulundurularak diğer gazetecilik biçimleriyle kıyaslanması istendiğinde gazeteciler, sürükleyici gazeteciliği çok daha etkili bir biçim olarak görmektedir. Özellikle yüksek teknoloji temelli yapısı ve geleneksel dışında yer alan üretim pratiklerinin sürükleyici gazeteciliği etkili bir biçim haline getirmektedir.

G5: “... sürükleyici gazeteciliğin ezici bir üstünlüğü var. Hem medya çalışanları hem de kitleler açısından. Hani yadsınamaz net hızla geleneksel medyanın yerini alacaktır.”

G3: “... şu ofis gazeteciliğinden ve oturduğunuz yerden haber yazmaktan daha iyi daha etkili olarak görüyorum. Net daha önde bence...”

3.8.1.1.2. Sürükleyici Gazetecilik İçin En Uygun Uygulama Araçları ve Teknikleri

Gazetecilere, sürükleyici gazeteciliğe en uygun uygulama alanları sorulduğunda çoğunlukla haber hikayesinin içselleştirilmesine yönelik afet haberleri ve belgesel haberler veya araştırma haberlerinin uygun olabileceğine dair yorumlar yapılmıştır. Öte yandan son

dakika haberleri gibi hızın ön plana çıktığı ve istatistiki verilerin yoğunlukla kullanıldığı haber biçimlerine uygun görüldüğüne dair çarpıcı ve kafa karıştırıcı yorumlarda bulunmaktadır.

G4: *“Belgesel tarzı sanal dünyalar oluşturularak veya afet yerinin aktarılması için falan kullanılabilir çok da uygun olur sanki.”*

G3: *“Orada olma hissi haberi biraz daha içselleştirmemize ve sanki bizim başımıza gelmişçesine tepki göstermek en iyi teknik olduğunu düşünüyorum. Bu bakımdan net olarak böyle savaş gibi bir durumla ilgili bilgiler aktarılabilir.”*

G2: *“Sürükleyici gazetecilik son dakika haberleri son durum haberleri ve araştırma haberlerine kullanıma uygundur yani.”*

G1: *“Veri gazeteciliği ondan sonra sosyal medya analizi, topluluğun sosyal durumu ve katılımı misal çevre raporları sürdürebilir pardon sürükleyici gazetecilik için uygulama araçları olarak sayılabilir.”*

Sürükleyici gazeteciliğin farklı uygulama pratikleri (Tam sanal gerçeklik veya 360 derece kamera kullanımı) arasından hangisinin gazetecilik mesleği için uygun olacağına dair ise bir yorum yapmaktan kaçınmışlar veya net bir şekilde konu dışı yorumlar yapmışlardır.

G1: *“Hani sosyal medyada yapılanları güzel olabilir bence ama farklı biçimde yani misal cep telefonundan çekip haber diye atanlar olursa onların denetimle ilgili sorunları var bence uygun olmaz mesleğe de zarar verir.”*

G5: *“... bence bu noktada sürükleyici gazetecilik için gazetecinin tercihi ön plana çıkabilir hani yani tabi bu konuda pek yorum yapamıyorum.”*

Sürükleyici gazeteciliğin mevcut medyada uygulanmasına dair ise henüz çok yeni ve yaygın olmayan bir pratik olmasından kaynaklı olarak mevcut medya düzeninde uygulanmasının mümkün olamayacağına dair görüşler bildirmişlerdir. Öte yandan manipülasyon ile yönlendirme tekniklerinin haberler üzerinde uygulanmasına olanak sağlayabileceğinden ve geleneksel gazetecilik pratiklerini ortadan kaldırabileceğine veya yerini alabileceğine dair kaygı ve endişeler dile getirilmiştir. Bunun yanında yalnızca bir gazeteci sürükleyici gazetecilik pratiklerinin medya sektörüne “renk” katarak insanların habere yönelik ilgisini arttıracığına dair görüş belirtmiştir.

G5: *“... bu medyada uygulanırsa kitlelerin kolay manipüle edileceğinden ve yanlış bilginin hızla yayılmasından dolayı kontrollü bir şekilde sürecin ilerlemesi gerektiğini düşünüyorum.”*

G4: *“Yani şu an daha yolun başında olduğunu düşünüyorum. Özellikle giyilebilir teknolojilerin yaygınlaşmasıyla ancak daha ön plana çıkan bir noktaya gelebilir.”*

G3: “Ben açıkçası araştırmacı gazeteciliği bitireceğine ve sadece sürükleyici gazetecilik türünün okunmasına sebep olacağı için çok da yaygınlaşmasını istemem.”

G2: “Hata kaldırmayan alanlarda (uygulama alanları hakkında) yapıldığı için oldukça risk de barındırır. Mesela kontrol, gözetim, denetim bir sürü şey var o yüzden sanmıyorum”

G1: “Medya sektöründe sürükleyici gazeteciliğin uygulanması bence sektöre yeni bir renk getirecektir. Yazılı basının giderek popüleritesini kaybettiği bu zamanlarda sürükleyici gazetecilik insanların ilgisini çekecektir.”

Sürükleyici gazetecilik projelerinde yer almak veya üretmekle ilgili görüşler daha çok teknolojik ve teknik gerekliliğin karşılanmasının önemi ve geleneksel haber pratiklerinden bazılarının, sürükleyici gazetecilikte de uygulanmasına yönelik görüş belirtmişlerdir.

G4: “Durağan bir süreçten ziyade aktif bir sürecin takip edilmesi gerekir. Yenilikler her an takip edilmeli ve teknik olarak geliştirilmeli ve bunların gerisinde kalınmaması faydalı olacaktır.”

G3: “... bu gazeteciliğin gelecek için önemi düşünülünce yaptıkları her haberin en ince ayrıntısına kadar öğrenmelerini tavsiye ederdim.”

G1: “Hem gazetecilik yapan kişilerin haberlerine bakıp, hem de sosyal medyadaki haberciliğe bakarak kendilerine bir yol çizebilirler. Normal gazetecilikten kopmadan sürdürebilir (sürükleyici) gazetecilik hem konveksiyonel medyayı hem de yeni medyayı birleştirebilir.”

3.8.1.1.3. Sürükleyici Gazetecilikle İlgili Başlıca Zorluklar

Bu bölümde gazeteciler sürükleyici gazetecilikle ilişkili yorumlarını, gerçeklik ve kurgu arasındaki çizginin kaybolmasının ortaya çıkarabileceği sorunlara ve maddi olarak pahalı olan bu pratiğin bağımsız haberciler veya yerel medya kuruluşları üzerindeki olumsuz etkilerine değinerek aktarmıştır.

G5: “Gerçek dünyayı tamamen simüle edilmiş bir dünyayla değiştiren sanal gerçekliğin aksine artırılmış gerçeklik insanların gerçeklik algısını geliştirmek için tasarlandı. Dolayısıyla gerçeklikten kişileri tamamen koparabilir. Bir diziden, çizgi filminden veya bir filminden hızla etkilenen insanların yaşadığı bu toplumda açıkçası çok daha tehlikeli boyutlara ulaşabileceğini düşünüyorum.”

G3: “sürükleyici gazetecilikle yapılacak kurmaca haberler ile toplum yönlendirebilir, yanlış bilgi yayabilir, halkı yanlış bilgilendirebilir. Kimin elinde olduğu ne yaptığı önemli.”

G1: *Sürükleyici gazeteciliğin etik sorunları olabilir. Ekonomik anlamda bakıldığında ise her medya kuruluşunun özellikle yerel medya kuruluşlarında gazetecilik faaliyetlerini sürdüren kişiler, sürdürebilir gazeteciği yapacak ekipmanlara ulaşmakta zorluk çekebilir.*

Gazetecilere bahsettikleri sorunlara ve zorluklara yönelik çözüm önerisi sunmaları istendiğinde ise sürükleyici gazeteciliğin yaygınlaşmasıyla, ekonomik olarak devlet destekleri ve teşvikleriyle, haberlerin üretim sürecinde editoryal denetime tabii tutulması ve haberin doğru şekilde aktarılmasıyla bu sorunların üstesinden gelineceğine dair görüşler belirtilmiştir.

G4: *“Teknoloji gelişir ve sürükleyici gazetecilik yaygın olmaya başlarsa her sorunu zaman içerisinde çözülecektir.”*

G3: *“Her türlü denetlenmesi ve şeffaflık ilkesi ile bu sorunlardan uzak bir meslek haline gelebilir.”*

G2: *“... olay örgüsünü kaybetmemesi iyi kurgulama ve doğru sıralama ile sunuş ve yapılan ürünlerin uzun soluklularda arşivlenmesiyle çözülür.”*

G1: *“Ülkelerin kendi medya organlarının sürdürülebilir (sürükleyici) gazeteciliği desteklemesi ve bunun yaygınlaşması için bir teşvik yaratması, bunun üstesinden gelebilir.*

Sürükleyici gazetecilik ve gazetecilik etiği hakkında ise çoğunlukla geleneksel etik kurallarının uygulanması gerektiğine ancak sürükleyici gazeteciliği mevcut etik kurallarla uygulanmasının da tam olarak mümkün olmadığına dair görüş belirtmişlerdir. Bu durumun temel sebebi olarak hali hazırda mevcut etik değerlerin göz ardı edilmesi, etik kuralların ise uygulanmadığını düşünmeleridir. Öte yandan sürükleyici teknolojileri yine sosyal medya haberciliğiyle karıştıran tuhaf ve çelişkili yorumlar edilmiştir.

G5: *“İkisi elbette birbiriyle uyumuyor. Şu anda sürükleyici gazetecilik alanında bir etik bir kural elbette yolun çok başında olduğu için yok. Kuralsız bir dünyanın içinde olmak insanları daha çok cezbediyor. Bizlerin temel görevi gerçekleri nesnel bir şekilde çarpıtmadan aktarmaktır. Demokratik değerlere insan haklarına aykırı yayın yapmamak da görevimiz. Asla çıkarlarımız için mesleğimizi kullanmamalıyız. Şiddeti haklı gösteren özendiren yayınlardan da uzak durmamız gerekiyor. Ancak bu kuralsız dünyada bunların hiçbiri hâkim değil. Dolayısıyla çok tehlikeli.”*

G4: *“Diğer medya ve gazetecilik türleri ile benzer etiğe sahip olmalıdır. Bu tüm gazetecilik biçimleri için uygulanabilir bir şey zaten. Herkes için neyse o.”*

G2: *“Etik çoğu zaman vazgeçilen bir olgu olsa da çoğu işin sonunda etik kendi haklılığını ispat eder.”*

G1: “İnsanlar günümüzde sosyal medyada 'etkileşim' almak için telefonlarıyla çekim yapıp, sosyal medya hesaplarına yükleyebiliyor. Sanal ortamda popülerite kazanmak için gazeteciliği kullananlar ortaya çıkacağını düşünürsek, etik anlamda mesleği olumsuz etkileyebilir.”

3.8.1.1.4. Sürükleyici Gazeteciliğin Geleceği

Sürükleyici gazeteciliğin geleceği hakkındaki yorumların tamamı gazetecilik mesleği için farklı ön koşullara dayanan ancak her biri olumlayıcı biçimde gerçekleşmiştir. Örneğin gelecekte “metaverse” in akıbetiyle doğru orantılı olarak sürükleyici gazeteciliğin de o şekilde konumlanacağı veya teknolojik ilerlemelerden dolayı, zamanı geldiğinde kaçınılmaz biçimde geleneksel gazetecilik pratiklerinin yerini alacağına dair görüşler belirtilmiştir.

G5: “Sürükleyici haberler hızla yayılacak ama metaverse ile. Yeni bir gerçeklik inşa ettiği için gerçek hayatta mutlu olamayan herkes o dünyaya geçiş yapmak isteyecek. Dolayısıyla milyonlarca kullanıcıya ulaşacak. Bu da muhtemelen çok uzun bir zamana yayılmayacak.”

G4: “Açıkçası yaygınlaştığı zaman klasik medya uygulamalarının önüne geçebileceğini düşünüyorum. Ama yaygınlaştığı zaman işte...”

G3: “Her geçen gün artan teknolojik gelişmeler ile daha da artabilir. Teknolojiye bağlı bir meslek kolu çünkü. Spekülasyonun fazla olması ile doğrudan ilintili bir alan metaverse mesela. O yüzden illaki geleceği parlak.”

G2: “Doğru bir zeminde yürütülürse gazeteciliğe yeni bir boyut kazandırabilir. Adım adım kendini tamamlayarak kendi boyutunu yaratacaktır”

G1: “Her gün gelişen teknoloji ele alındığında, günümüzde haberciliğin sosyal medyada yapıldığı bir ortam oluşmuş olup, ilerleyen zamanlarda da metaverse dünyasının geleceğini habercilik anlamında parlak görüyorum. İnsanlar artık haber okumak yerine direkt haberin görüntüsünü izliyor. Metaverse sürükleyici gazetecilik için güzel bir araç olarak kullanılabilir. Sanal gerçeklikte haberleri alan insanlar, aynı zamanda haberleri yaşayabilir.”

Katılımcılar tarafından sürükleyici gazeteciliğin geleceğinin yaygın biçimde metaverse ile ilişkilendirilmesi sebebiyle, gazetecilere bu konu hakkındaki görüşlerini detaylandırmaları amacıyla araştırmacı tarafından ek sorular sorulmuştur. Bu noktada, metaverse kavramının bilinirliğinin sürükleyici teknolojilere nazaran çok daha yüksek olduğu net bir şekilde görülmektedir. Öte yandan, metaverse kavramının hayata geçirilmesi için çok uzun bir yol olduğu gazetecilerin ortak kanaatidir.

G5: “Metaverse teknoloji tutkunları için bir cennet. Kendinizi herhangi bir dijital ortama kaptırabileceğiniz ve istediğiniz zaman herhangi bir fiziksel gerçeklikle inşa etkileşime girebileceğiniz hatta fiziksel konumdan yüzlerce kilometre uzakta olsanız bile her şeyi görüp hissedebileceğiniz bir yer. ...Sanal sosyal ve oyun platformlarından NFT'lere yani değiştirilemez token'lara kadar her şeyi içerir. Metaverse uzun zamandır var olan bilimkurgu dünyasının gerçeğe dönüşmesidir. O yüzden ben dört gözle bekliyorum gerçekten istiyorum yani.”

G4: “Metaverse gibi yeni kavramların daha oturması gerekiyor. İleriki dönemde, uygun araçlar kullanılırsa olabileceğini düşünüyorum. Bu gibi çalışmalar daha başlangıç aşamasında. Ancak böyle çalışmaların araştırmalara konu olması önemli. Unutulmaması gereken insan unsurunun hiçbir zaman hafife alınmayıp unutulmaması... yani insan önemli öge teknoloji her şeyi kendi yapamaz.”

Sürükleyici gazeteciliğin, gazetecilik mesleği için kalıcı bir uzmanlık alanı olup olmayacağına dair görüşlerin çoğu, henüz kullanılan teknolojilerin yaygın olmaması sebebiyle günümüzde bunun mümkün olmadığı, ancak gelecekte daha kompakt ve ucuz araçların geliştirilmesiyle yaygınlaşıp uzmanlık alanına dönüşeceği yönündedir. Öte yandan, katılımcı gazetecilerden biri, geleneksel gazetecilik pratiklerinin değişimine karşı duracağını belirterek, sürükleyici gazeteciliğin uzun ömürlü olmayacağına dair görüş bildirmiştir.

G5: “Şu an için değil. Hem maliyetli hem de yani bu işi yapmak tek kişinin harcı değil. Gazeteci birden fazla işi tek başına yapandır. O kadar kişinin işini tek kişi yapacak araç olur teknik olur o zaman uzmanlık da oluşur.”

G3: “Meslek büyüklerimiz bu işin sokakta yapılacağını ve olayın bir şahidi olmadan yazamayacağımızı defaatle anlattılar o yüzden fazla ömrünün olmadığını düşünüyorum sürükleyici gazeteciliğin. Bu meslek sokakta haber peşinde koşmuş olan meslek büyüklerimizin son mirasıdır, o yüzden geleneksel gazeteciliğin hep arkasında olacağım.”

G1: “...ancak bu teknolojinin ilerleyen zamanlarda yaygınlaşmasıyla oluşturabilir. Şimdi çok fazla iş var. Yani kim neyle uğraşacak ne yapacakta bu uzmanlık olacak. Devamlı yeni şey öğreneceksin.”

3.8.1.2. Akademisyenlerin Görüşlerine Dair Bulgular

Araştırmada, en az 1 kere gazetecilik alan dersi veren 5 akademisyene Tablo 3.9’da yer alan temalara ayrılmış ve “Ekler” bölümünde detaylı olarak yer alan görüşme soru formundaki sorular yöneltmiştir. Araştırmaya katılan akademisyenlerin tamamı doktora derecesinde

eğitim görmüş ancak farklı akademik kadro derecelerinde görev almaktadır. A1 ve A2 doktora mezunu öğretim görevlisi, A3 Doçenttir. Son olarak A4 ve A5 görevlendirmeyeyle ders vermiş doktora sonrası araştırmacıdır.

Tablo 3.11. Akademisyenlerle ilgili bilgiler

	Çalıştığı Kurum	Anabilim Dalı	Görevi
Akademisyen 1 (A1)	Akdeniz Üniversitesi	Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü	Öğretim Görevlisi
Akademisyen 2 (A2)	Akdeniz Üniversitesi	Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü	Öğretim Görevlisi
Akademisyen 3 (A3)	Akdeniz Üniversitesi	Gazetecilik	Öğretim Üyesi
Akademisyen 4 (A4)	Akdeniz Üniversitesi	Gazetecilik	Doktora Sonrası Araştırmacı
Akademisyen 5 (A5)	Akdeniz Üniversitesi	Gazetecilik	Doktora Sonrası Araştırmacı

3.8.1.2.1. Sürükleyici Gazeteciliğin Güçlü ve Zayıf Yönleri

Akademisyenlerin sürükleyici gazeteciliğin avantajlı ve güçlü yönlerine yönelik yorumları, sürükleyici gazeteciliğin dikkat çekme, empati yaratma, teknolojinin avantajlarından yararlanma, izleyiciyle doğrudan etkileşim kurma ve karmaşık konuları anlaşılır hale getirme özellikleri üzerine yoğunlaşmıştır. Öte yandan yorumlarda, bu avantajların yanı sıra bazı zorluklarla da karşı karşıya kalabileceği ve mutlak avantajlı bir durumun olmayacağı sonucu ortaya çıkmaktadır.

A5: “Güçlü taraflarının teknolojinin doğru ve güzel yerlerde kullanabilmesine bağlıyorum. ... şu elbette teknoloji işimizi kolaylaştıran yeni medya unsurları işimizi kolaylaştıran bir şey. Özellikle gazetecilik uygulamalarında açıkçası bunun avantajlarını çok görüyoruz ama bir taraftan da bu dezavantaja dönüyor. Çünkü bir kere ulaşım herkesin, eşit ulaşma imkânı olmuyor.”

Sürükleyici gazeteciliğin teknolojinin doğru ve faydalı kullanımıyla ilgili avantajlarına vurgu yapılmıştır. Teknoloji, özellikle gazetecilik uygulamalarında büyük kolaylık sağlar, ancak herkesin bu teknolojilere eşit erişim sağlayamaması bir dezavantaj olarak belirtilmiştir.

A4: “Avantajı ne olur biliyor musunuz? Günümüz insanı bir haber okumaya, izlemeye öyle çok vakit ayırmıyor. Belki ünlü gazetecilerin yorum ve analizlerine vakit ayırıyordur ama normal şeye yok. Mesela televizyon haberi izliyorsa elinde mutlaka telefon olur. Başka şeyle yani ilgilenir. Öte yandan sosyal medya başat haber alma aracı oldu. Buradaki haberlerin çoğu etkileşim amaçlı eksik haberler. Hap haber yani. Çok kötü bir gazetecilik ve haber anlayışı. Bu şeyin gazeteciliğin şöyle bir avantajı var. Vatandaş işin içine girecek ve dikkati dağılmayacak. Sanal gerçeklikle haberi daha farklı algılayacak ve belki daha derinlemesine anlayacak. Orada olma hissi gibi. Haberin içinde olma hissi. Belki birçok haberde tabii şey haberin türüne göre değişir de duygusal bir bağ da olur. Bu ne yapar empati yeteneğini yükseltir. Konuyla ilgili daha duyarlı bir birey olur filan belki. Gazeteci açısından bakınca da açıkçası gazetecinin de yaptığı işe bağlılığı artabilir çünkü hani bu işi yapması için heyecan kazanabilir. Ancak daha çok okuyucuya avantajı vardır. Zaten bu şeyi yaratacak gazeteci de yoktur haberini yazar verir grafik tasarımcılar yapar.”

Dikkat ve empati ön plana çıkarılarak modern insanların haberlere fazla vakit ayırmadığını, ancak sürükleyici gazetecilik sayesinde kullanıcıların dikkatini daha fazla çekebileceğini vurgulamıştır. Ayrıca, sanal gerçeklik kullanımıyla izleyicilerin habere daha derinlemesine odaklanabileceğini ve bu durumun empatiyi artırarak bireyleri daha duyarlı hale getirebileceğini ifade etmiştir. Sürükleyici gazeteciliğin hem izleyici hem de gazeteci açısından bağlılığı artırabileceği sonucu ortaya çıkmıştır.

A3: “Sürükleyici gazetecilik, haberciliğin geleceğinde önemli bir rol oynayarak izleyici ile daha güçlü bir bağ kurma potansiyeline sahip bir yaklaşımdır. Derinlemesine anlatım ve duygusal etkileşim sağlayarak empatiyi artırır, karmaşık konuları daha anlaşılır kılar ve izleyicilerin dikkatini çekerek hafızada kalıcılığı sağlar. Yaratıcılığı teşvik ederken de izleyicilerle daha güçlü bir bağ kurma potansiyeline sahiptir.”

Duygusal etkileşim ve yaratıcılık ön plana çıkarılarak sürükleyici gazeteciliğin, izleyici ile daha güçlü bir bağ kurma ve empati yaratma potansiyeli güçlü yönü olarak aktarılmıştır. Sürükleyici gazetecilik, duygusal etkileşim sağladığı gibi karmaşık konuları daha anlaşılır hale getirir ve izleyicinin ilgisini çekerek hafızada kalıcılık sağlamaktadır. Ayrıca, bu tür gazeteciliğin üretim sürecinde ihtiyaç duyduğu zihinsel ve entelektüel üretim pratikleri yüzünden gazetecileri yaratıcı olmaya teşvik etmesi vurgulanmıştır.

A2: “Sürükleyici gazetecilik en zor karmaşık konuları bile hedef kitlenin anlayacağı şekilde dikkat çekici şekilde ele alması ve hedef kitleyle duygusal bağ

kurması açısından avantajlı olduğunu düşünüyorum. Özellikle dil olarak hikeyeleştirdiği konuların sunumu sıkıcılıktan uzak ilgi çekici olabiliyor. Diğer yandan bu hikayeleştirme bazen konunun odağını dağıtabilir haberin önemini azaltabilir.”

Sürükleyici gazeteciliğin karmaşık konuları daha anlaşılır ve dikkat çekici hale getirebilme gücünü vurgulamıştır. Özellikle hikayeleştirme yöntemiyle haberler sıkıcılıktan uzak ve ilgi çekici hale getirilebileceği ancak, bazen bu hikayeleştirmenin haberin odağını dağıtarak önemini azaltabileceğine dair yorumlar bulunmaktadır.

A1: “... bazı haber alma ve haber verme durumlarında bilgiye, doğrudan ulaşabilme ya da bilgiyi doğrudan ulaştırabilme, geri bildirim alabilme, okuyucuyla doğrudan ilişki ve iletişim kurabilme ve okuyucunun aslında ilgi ve bilgisinin ne doğrultuda olduğunun hızlı bir şekilde analiz edip, ona yönelik birtakım bilgileri öne çıkartma ve uygulamalar çerçevesinde o araçlarla verme konusunda pek çok avantajı olduğunu düşünüyorum.”

Son olarak, sürükleyici gazeteciliğin, bilgiye doğrudan ulaşma, haber alma ve geri bildirim alma konusunda avantajlar sunduğuna dair yorum belirtilmiştir. Bu yorumun temelinde, kullanıcılarla doğrudan ilişki kurabilme, onların ilgi ve ihtiyaçlarına uygun içerikler sunabilme potansiyeline vurgu yapılmıştır.

Akademisyenlerin sürükleyici gazeteciliğin dezavantajlı ve zayıf yönlerine dair görüşleri incelendiğinde, birbirinden farklı ve çok çeşitli sorunlar ön plana çıkmaktadır. İlk olarak, gazeteciliğin hızlı bilgi sağlama amacının, hata yapma ve manipülasyona açık olma risklerini beraberinde getirdiğini ve bu durumun sürükleyici gazetecilik içinde geçerli olabileceğini vurgulamaktadır. Hız sebebiyle veya teknolojinin doğru kullanılmadığı durumlarda, bilgi vermek masum görünse de farkında olmadan mezenformasyona veya misinformasyona yol açabilerek, ortaya çıkabilecek dezavantajlardan ilki olarak yorumlanmıştır.

A5: “... şöyle düşünüyorum çünkü gazeteciliğin önün özünde hızlı olma çabası var. Gazeteciliğin önünün özünde doğru bilgiye ulaştırma var ama bu hızlı olma çabası içerisinde. Dolayısıyla bunun bir handikap olduğunu düşünüyorum. Bu da zaman zaman gazetecileri hataya yanlış istemeden de sürükleyebiliyor. Hatta bunun bir manipülasyon sürecine dönüşme ihtimali üzerinde de durmak istiyorum çünkü. Bilgi verme amacı her ne kadar masum bir şey gibi gözükse de farkında olmadan aslında bir manipülasyon sürecine sokabilir. Bu da büyük dezavantajlarından bir tanesi. Teknolojiyi doğru kullanmayı öğrenmek gerekiyor.”

Sürükleyici gazetecilikte, gazetecilerin prodüksiyon sürecinin yükünü taşımasının büyük bir sıkıntı olduğuna değinilmiş, bu sürecin gazetecilerin emeğine yönelik bir saldırı olarak görülebileceğini belirtilmiştir. Ayrıca, teknolojik ekipmanların yüksek maliyetli olması ve zaman baskısının gazetecilik sürecini zorlaştırdığı, bu tür gazeteciliğin daha çok zengin ve sağlıklı insanlara hitap edebileceği düşüncesini paylaşmıştır. Öte yandan sürükleyici teknolojilerin ortaya çıkarabileceği muhtemel sağlık sorunlarına da değinilmiştir. Bu bağlamda, düşük gelirli ya da teknolojiyi kullanamayan bireylerin sürükleyici gazetecilikten faydalanma olasılığının sınırlı olduğu vurgulanmıştır.

A4: *“Az evvel dedim ya gazeteci yapmayı bilen yok diye. Birinci zayıflık o. Gazeteci tamam fotoğraf çeker, video, kurgu vs. ama gazeteci de insan bu prodüksiyon süreci gerektiren bir şey bir de bunun yükünü yaşarsa çok büyük sıkıntı. Emek sürecine yönelik saldırıları artırır. Bunu daha detaylı da şey yaparız isterseniz. Örneğin zaten iş yeren 3 kuruşa süper insan arıyor bir de bu zaman noktası var. Gazeteci bu işle uğraşırken birçok haberi de atlayabilir. Bir araştırma haber dosyası bile olsa yani bizdeki gibi her gün şu kadar haber yap baskısı yaşamayan batılı bir gazeteci için bile ciddi bir zaman alıcılığı var. Zamandan gitmesi demek maliyetten de gitmesi gerek. Ona göre sen haber odasına cihaz alacaksın. Ki tonla cihaz alacaksın sadece sen değil, vatandaş da alacak ya da vatandaşın evinde gözlük olacak VR. Yani bu gazeteciliğin sınıfsal bir tarafı var. Düşününce. Sizin bu gazeteciliği yapabileceğiniz kitle belli. Asgari ücretliye, çocuklu insana bunu yapamazsınız. Teknolojiye entegre olamamış insanlar var. Anca akıllı telefon. Yaşlılar ha keza. Tut ki tansiyon, kalp gibi hastalığı var insanın. Panik atak ya da neydi o hani bazı yoğun sahnelerde bile kriz geçiriyor insanlar unuttum şimdi de. Mesela bu insanlara yaparsan bu haberi belki ilderde tazminat parası ödersin. O yüzden bu gazetecilik sanki, zengin ve sağlıklı insanlara yapılabilirmiş gibi geliyor bana. “*

Diğer bir görüş ise yeni medya ve sürükleyici gazetecilik ortamında bilgi ve haber kavramlarının karıştırılmasının kafa karışıklığına yol açabileceği gibi neyin haber neyin içerik veya kurgu olduğunun karıştırılabileceği vurgulamış, bu durumun sürükleyici gazeteciliğin dezavantajlarından biri olduğunu dile getirmiştir.

A1: *“Bu yeni medyayla üretilmiş bazı materyallere haberlere ulaşamama konusunda da birtakım handikaplar olduğunu görüyoruz. Bence hem dezavantajı bu ama bir diğer dezavantajı ise hem teknoloji hem yeni medya unsurlarının bir arada olduğu hem de sürükleyici gazeteciliğin içinde bulunduğu bu ortamdaki bir diğer dezavantaj kafa karışıklığını arttırıyor olabilmesidir. Neyin haber olduğu, neyin bilgi*

olduğu bağlamından, biliyorsunuz bilgi ve haber birbirine karıştırılan 2 kavram, çünkü tıpkı bilgi ve enformasyonun birbirine karıştırıldığı 2 kavram gibi.”

Sürükleyici teknolojilerin zayıf ve dezavantajlı olduğuna dair, görüşler teknolojik zorluklar, maliyetler, zaman baskısı, manipülasyon riski ve erişim sınırlamaları gibi konular etrafında toplanmaktadır.

Sürükleyici gazetecilik ile geleneksel gazetecilik arasındaki karşılaştırmaya dair görüşler genel olarak incelendiğinde, her iki türün de belirgin güçlü ve zayıf yönleri olduğunu ve herhangi bir bariz üstünlük görülmemektedir. Örneğin akademisyenlerden ilki, sürükleyici gazeteciliğin teknolojik yenilikler içerse de esasen yalnızca haberi sunma biçimini değiştirdiğini, ancak haberin özünün aynı kaldığını vurgulamaktadır. Bu doğrultuda gazetecinin sorumlulukları ve haberin niteliğini önemli olarak yorumlayıp; sürükleyici gazetecilik diğer gazetecilik türlerini tamamen geride bırakmayacağı, sadece onları destekleyici bir unsur olabileceğine dair yorum yapılmıştır. Öte yandan yüksek maliyetler, teknolojik erişim ve teknik sınırlamalar da sürükleyici gazeteciliği zorlaştıran faktörlerdir. Bu tür gazetecilik, özellikle gençlere ulaşmada fayda sağlarken, diğer gazetecilik türlerinin yerini tamamen alacak bir potansiyele sahip olmadığı bildirilmiştir.

A4: *“Geleneksel ya da yeni gibi kategorilere çok inanmıyorum açıkçası. Gazetecinin bir kimliği ve sorumluluğu olur. Onu yerine getirme ölçütü onu iyi ve kötü gazeteci yapar. Haberi sunma biçimi değişmiştir sadece. Ama haber haberdur. Kamuyu ilgilendirir, güçsüzden, dezavantajlıdan yana olur, barışı savunur, hak odaklı olur gibi parametreler benim haberimi şekillendirir. Bunu yapan insan bunu taşta da yazsa okurum, kulama fısıldasa dinlerim. VR mı şey yapmış bakarım. Haberin haber niteliği taşıması önemli. Şimdi tabii bakınca bu gazetecilik yani sürükleyici gazetecilik öncelikle insanların yeni dediği kategoride burada neler var. Drone var mı? Var. Sonra robot var mı? Var ki belki en yakın robotadır bu tür. Yeni bir gazetecilik türü. Bu bağlamda daha deneme emekleme aşamasında. Sürükleyici gazetecilikte hikâye güzelleşiyor tabii her şeyden öte canlılık geliyor ama bunu Yaşar Kemal, Suat Derviş, Fikret Otyam gibi isimler de kalemiyle çok rahat yapabiliyordu. Okuma oranları düştü tabii tüm dünyada her şey görsel, hareketli görüntü bu bağlamda bu gazetecilik bir cazibe merkezi olabilir. Ama dediğim gibi bunu her yerde her zaman nasıl uygularsın orayı bilmiyorum. Gençlere ulaşmaya katkı sağlayabilir. Ancak başka maliyet, erişim ve teknik sınırlamaları göz önünde alınca diğer gazetecilik türlerini geride bırakacağını filan hiçbir şekilde söyleyemeyiz. En fazla onları destekler nitelikte olur. Nasıl söyleyeyim mi? HaberTürk zamanında kuşe kâğıda çıkıyordu ve birçok haberin yanında QR kod*

koyuyordu. Burada da şu olur bir haberi yazarsınız, bu haberin bir video görüntüsü de olur, oraya eklenen şeyle isteyen VR gözlüğüyle deneyimlesin dersin. Başka türlü zor yani çok zor. Araştırmacı gazeteciliğe bir katkısı olur mu diye düşünüyorum da en fazla dediğim gibi birden fazla şekilde paylaşımda olur. Siz gittiniz bir haber yaptınız bunu sadece bu şekilde sunarsanız geçmiş olsun hiçbir işe yaramaz. Bilgisayar oyunu üretmiş olursunuz.”

Sürükleyici gazeteciliğin derinlemesine anlatım ve empati yaratma açısından önemli avantajlar sunduğu, karmaşık konuların daha kolay anlaşılmasını sağladığı belirtilmiştir. Ancak bu gazetecilik türünün yüksek maliyeti ve teknolojik zorlukları, geniş kitlelere erişim konusunda sınırlayıcı olduğu, geleneksel gazeteciliğin ise düşük maliyet ve geniş erişim açısından daha avantajlı olduğuna dair görüş belirtilmiştir. Öte yandan sürükleyici gazetecilik daha derinlemesine deneyimler sunduğu da aktarılmıştır. Bu doğrultuda genel görüş, maliyetli yapısının ve erişim zorluklarının, sürükleyici gazeteciliği sınırlandıran temel öğeler olduğudur.

A3: *“Sürükleyici gazetecilik; derinlemesine anlatım, duygusal bağ kurma ve empati yaratma açısından diğer gazetecilik türlerine kıyasla önemli avantajlar sunar. Özellikle VR ve AR gibi teknolojilerle karmaşık konuların anlaşılmasını kolaylaştırarak izleyiciyi daha etkili bir şekilde haberin içine çekebilir. Ancak, yüksek maliyet, teknolojik erişim zorlukları ve haberin tarafsızlığını zedeleme riski gibi dezavantajları, geleneksel ve yeni medya gazeteciliği karşısında sınırlayıcıdır. Geleneksel gazetecilik, geniş erişilebilirlik, hız ve düşük maliyet avantajlarına sahipken sürükleyici gazetecilik daha derinlemesine deneyimler sunar.”*

Son olarak, sürükleyici gazeteciliğin, hızla akan bir dünyada insanların dikkatini çekme ve onları içine alma noktasında başarılı olduğuna dair görüş belirtilmiştir. Görüş belirten akademisyen, sürükleyici gazetecilik türünün, özellikle uzun vadede de ilgi çekeceğini ve insanların dikkatini yüksek seviyede tutacağını düşünmektedir.

A1: *“Hiçbir şeye çok uzun zaman harcamak istemiyorlar ve her şeyden böyle belli önemli noktalarını alıp günü kapatmaya çalışıyorlar yani. Buna kimine rafine hayatlar diyor ama bence rafine değil tam tersi ama her şeyin. Bize yetecek kadar olan kısmıyla ilgilenip kalanın dışarıda bırakmayı tercih ediyoruz. Böyle bir süreçteyiz işte bu hızlı akan dönem içerisinde. Sürükleyici gazeteciliğin ben çok iyi bir noktada çok başarılı bir noktada ve insanların bu bahsettiğim ihtiyaçlarına da direkt olarak karşılık gelen bir içerik sunduğuna hizmet sunduğuna inanıyorum. Öyle olduğunu düşünüyorum. Bu yüzden de bugün rağbet gördüğüm biçimde uzun zamanda rağbet*

göreceğini ve insanların ilgisini ve dikkatini hep aynı seviyede tutacağını düşünüyorum.”

Genel olarak, akademisyenler sürükleyici gazeteciliğin etkileyici deneyimler sunduğunu kabul etmekle birlikte, yüksek maliyet ve teknolojik erişim sorunlarının bu gazetecilik türünü sınırlayabileceğini ve geleneksel gazeteciliğin geniş kitlelere erişim açısından hala avantajlı olduğunu belirtmektedirler.

3.8.1.2.2. Sürükleyici Gazetecilik İçin En Uygun Uygulama Araçları ve Teknikleri

Sürükleyici gazetecilikte kullanılan araçlar ve teknikler üzerine görüşler incelendiğinde, teknolojik yeniliklere dayandığı ve okuyucuya benzersiz bir deneyim sunduğuna dair yorumlar ön plana çıkmaktadır. Genel olarak akademisyenler arasında teknik bilgi eksikliği nedeniyle sürükleyici gazeteciliğin uygulama biçimleri ve araçları hakkında doğrudan veya detaylı bir yorum yapılmasa da sürükleyici gazeteciliğin haber odasında bilgisayar mühendisleri ve grafik tasarımcılar gibi teknik uzmanların varlığını gerektirdiği akademisyenler tarafından belirtilmiştir.

A3: *“Sürükleyici gazetecilik için en uygun araçlar VR, AR, 360° video, drone’lar, interaktif web uygulamaları ve veri görselleştirme teknikleridir.”*

A4: *“Araç ve teknik konusunda bir şey söylemem doğru olmaz çünkü temel bilgisayar ve teknoloji bilgim buna yetmez. Ancak tabii kesinlikle bilgisayar mühendisleri, grafikerler vs. haber odasına girer. Teknik olarak bunu söyleyebilirim.”*

Sürükleyici gazeteciliğin teknolojiyi güçlü anlatı teknikleriyle birleştirerek okuyuculara yalnızca bilgi sunmakla kalmayıp, etkileşimli ve duygusal bir deneyim sunduğunu, bu nedenle etkileşimli araçların bu gazeteciliği diğer türlerden ayıran en önemli unsur olduğunu vurgulamıştır. Öte yandan, sanal gerçeklik gözlüklerinin (VR gözlükleri) sürükleyici gazeteciliğin olmazsa olmazlarından olduğunu, bu teknolojinin okuyuculara deneyimlenebilir bir alan sunduğunu ve bu tür gazeteciliğin temel taşıını oluşturduğunu dile getirmiştir.

A2: *“Sürükleyici gazetecilik, teknolojiyi ve güçlü anlatı tekniklerini bir araya getirerek okuyuculara sadece bilgi değil, duygusal ve etkileşimli bir deneyim sunar. Bu nedenle etkileşimli araçlar, bu tür gazeteciliği diğerlerinden ayıran en önemli özelliklerdir.”*

A1: *“Bir defa olmazsa olmaz bence bu arttırılmış gerçekliği sağlayan gözlükler o VR gözlükleri. Çünkü hakikaten deneyimlenebilir bir şey sunuyor. O okuyucuya bir alan sunuyor, bir hizmet sunuyor. Bu olmazsa eğer hani sürükleyici gazetecilikten*

bahsetmiş olmayız bence. Onun dışında da açıkçası yani yeni medyanın pek çok tabii imkanından faydalanyor ama bu kadar ileri düzeyde bir hizmet...”

Sonuç olarak, akademisyenlerin görüşleri, sürükleyici gazeteciliğin ileri düzeyde teknolojik araçlara dayandığını ve bu araçların, okuyuculara daha etkileşimli ve derinlemesine bir haber deneyimi sunmada kilit rol oynadığını göstermektedir. Ancak bu yüzeysel görüşün ilerisinde sürükleyici gazeteciliğin teknik gerekliliği, farklı uygulama biçimleriyle gerçekleştirilebilmesi (sanal gerçeklik gözlüğü olmadan vb.) veya kullanılan araçların farklılaştığı gibi bilgilere sahip olmadığı görülmektedir.

Sürükleyici gazeteciliğin gazetecilik lisans eğitim müfredatına dahil edilmesi üzerine yapılan akademisyen görüşlerinde, bu tür gazeteciliğin müfredata eklenmesinin hem olumlu yönde katkılar ve fırsatlar doğuracağı hem de beraberinde zorluklar ve mevcut sorunları karmaşıklatacağı belirtilmiştir. Görüşler arasında en öne çıkanı, Türkiye'deki gazetecilik eğitiminin mevcut durumunu eleştirerek, müfredatın eksikliklerine dikkat çeken yorum olmuştur. Gazetecilik bölümlerinde teorinin zayıf, uygulamanın yetersiz olduğunu ve iletişim fakültelerinin olası bir sürükleyici gazetecilik eğitiminde başarılı olamayacağını savunarak, gazetecilere yönelik profesyonel eğitimlerin daha faydalı olacağını dile getirmiştir. Öte yandan bir başka akademisyen, sürükleyici gazeteciliğin müfredata dahil edilmesinin öğrencilere modern teknolojileri kullanma, medya okuryazarlığını geliştirme ve karmaşık konuları derinlemesine anlama fırsatı sunacağını vurgulamıştır. Bu tür gazeteciliğin, eleştirel düşünme yetilerini güçlendireceği ve öğrencileri geleceğin gazetecilik trendlerine hazırlayacağı görüşündedir.

A4: *“Eğitim müfredatında buna gelene kadar her şeyin değişmesi gerekir. Gazetecilik bölümlerinin hali içler acısı, yeni medya bölümleri de pek yeni gibi durmuyor. Evet gazetecilik türlerine değiniliyor ama oradan çıkan öğrenci kavram olarak görmüş, gelmiş. Teori de sakat. ... Bu işin iletişim fakülteleri özelinde yapılabileceğini de sanmam net söyleyeyim. Dışarıdan hoca gelir. TGS ve Gazeteciler Cemiyeti'nin eğitimleri daha faydalı olur. Çünkü oraya işte başka konularda makale yazıp, orada boşluk var diye oraya gelenler değil de işin uzmanı geliyor.”*

A3: *“Eğitim müfredatında sürükleyici gazeteciliğin yer alması, öğrencilerin medya okuryazarlığını artırma, dijital becerileri geliştirme ve eleştirel düşünme yetilerini güçlendirme açısından son derece faydalı olabilir. Bu yaklaşım, öğrencilere modern teknolojilerin kullanımıyla karmaşık meseleleri daha derinlemesine anlama fırsatı sunar ve yaratıcı anlatım teknikleriyle etik sorumluluklar hakkında bilinç kazandırır.”*

A1: “Sürükleyici gazetecilik gibi tüm gazetecilik türleri yani daha ileri düzeydeki dijital yayıncılığı içeren tüm gazetecilik türlerinde de aslında anlatılması detaylarıyla öğrencilere anlatılması gerektiğini düşünüyorum. Çünkü sadece gözlemlediğim kadarıyla yeni medya anlatılıyor, yeni medya dersleri var ama yeni medya gazeteciliğinin içerisinde ağırlıklı olarak internet haberciliği ve sosyal medya anlatılıyor. Fakat bizim bugün burada konuştuğumuz şey sürükleyici gazeteciliğin içerisinde çok ileri boyutlu teknolojinin sahip olduğu araçlarla aslında gerçekleştirilen haberler var. Dolayısıyla bunların kullanabileceğine olan inançlarının artması, yeni habercilik türlerini ortaya çıktığını bilmesi, gözlem yeteneğini geliştirebilmesi, hatta kendini keşfedip neye yeteneği olduğunu anlayabilmesi açısından da öğrencilere bunlara aktarılma aktarmak gerekiyor. Bir diğer de öğrencilerimiz mesleğe yönelik son derece karamsarlık bir noktadalar, mesleğe çok karamsar bakıyorlar fakat şunun farkında olmaları gerekiyor. Teknoloji geliştikçe haber değişmiyor ama haber üretim süreçleri kısmen de olsa değişiyor ama haberi ulaştırdığımız araçlar değişiyor ve bu araçların neler olduğunu bilip ve kendilerinde de buna göre entegre ederek hayatlarını devam ettirebileceklerine olan inançlarını artırabilirsek mesleğe olan inanç da artar. Yani gazetecilik mesleğine olan inanç da artar çünkü böyle karamsar bir bakış böyle karamsar bir tablo içerisinde öğrenci yetiştirmek, yeni gazeteciler yetiştirmek oldukça zorlaşıyor. Oysaki yeni alanların bu şekilde var olduğu bilinciyle Öğrencilerinin bunu fark edip daha üniversite sıralarında kendilerini, mesela bu 3 boyutlu gözlüklerle gerçekleştirilmiş haberlere ya da işte belki hani sizin de alanınız olabilir “Haber oyun kavramı mesela işte news gaming dediğimiz şey ki ben bazen derslerde anlatıyorum. News gaming dediğimiz şey aslında haberin okumak değil ama artık oynanan bir şey olduğuna inanarak kendilerini buna entegre edip bunun yollarını aramaya başlarsa mesleğe olan inancın da artacağını düşünüyorum. Hatta iddia ediyorum. İddia ediyorum ki sürükleyici gazetecilik bu şekilde öğrencileri geliştirir.”

Son olarak dikkat çeken diğer bir görüş ise, yeni medya ve sürükleyici gazetecilik türlerinin öğrencilere aktarılmasının özellikle önemli olduğuna dair olan yorumdur. Akademisyen, öğrencilerin teknolojiyle birlikte değişen gazetecilik süreçlerine uyum sağlama yeteneğini geliştirmeleri gerektiğini vurgulamış ve mesleğe olan inançlarının artırılmasının önemine değinmiştir. Teknolojik gelişmelerin farkında olan öğrencilerin, mesleğe daha umutlu bakacaklarını ve bu yeni alanlarda kendilerini keşfetme fırsatı bulacaklarını savunmuştur. Özetle, sürükleyici gazeteciliğin müfredata eklenmesinin, teknolojik bilgi eksikliği, mevcut

eğitim sisteminin yetersizliği gibi engellerle karşı karşıya olduğu, ancak öğrencilere sunduğu fırsatlar açısından büyük bir potansiyel taşıdığı dile getirilmiştir.

Sürükleyici haber üretim projelerinde öğrencilerin veya gazetecilerin yer almasına yönelik akademisyenlerin görüşleri, çoğunlukla bu tür projelerin eğitim sürecine entegrasyonu ve gazetecilerin gelişimi açısından ne tür adımlar atmaları gerektiğine dair ön görüşlerden oluşmaktadır. En dikkat çeken görüş, dijital becerilerin önemini vurgularken, gazeteciliğin sadece teknolojiyi kullanmak değil, aynı zamanda güçlü bir habercilik bilgisi ve etik farkındalık gerektirdiğini belirten yorumdur. Dijital araçların etkin kullanımının yanı sıra, habercilik pratiği ve görgüsünün de olmazsa olmaz olduğunu ifade etmiştir.

A5: *“Dijitale çok iyi hâkim olmalılar. İşin kısa yollarını öğrenmeliler ama tabii haber nedir bilmeli de. Bilgisayar oyunu yapmak isteyen onu yapsın. Haber çok farklı bir şey. Gazetecilik sadece grafik yapmayı değil, görgü de ister. Çift yönlü bir gelişimle daha başarılı olurlar.”*

A3: *“Sürükleyici gazetecilik projeleri için öğrenciler, hedef kitleyi iyi analiz ederek güçlü bir hikâye oluşturmali, uygun teknolojileri kullanmalı ve izleyiciyle etkileşim sağlayan içerikler yaratmalıdır. Ayrıca etik sorumluluklara dikkat etmeli, projelerini test edip geri bildirimlerle geliştirmelidirler.”*

A2: *“... öğrencilere, derinlemesine araştırma yapmalarını ve hikâyeyi multimedya ile zenginleştirerek güçlü bir anlatı oluşturmalarını tavsiye ederim.”*

Sürükleyici gazetecilik projelerinde, öğrencilerin hedef kitleyi iyi analiz etmeleri ve güçlü bir hikâye oluşturmalarının önemli olduğunu vurgulamış, teknolojik araçlarla birlikte etik sorumluluklara da dikkat edilmesi gerektiğinin altını çizmiştir. Ayrıca, projelerin izleyiciyle etkileşim sağlaması ve geri bildirimlerle geliştirilmesi gerektiğini belirtmiştir. Öte yandan diğer bir öne çıkan görüş ise sürükleyici gazeteciliği öğrencilerin mutlaka deneyimlemesine yönelik olmuştur. Bu tür projelerin gelecekte yaygınlaşacağını ve sürükleyici haber projelerinin maliyetli olmasına rağmen bir süre sonra daha erişilebilir hale geleceğine inandığını dile getirmiştir. Tüm akademisyenler, öğrencilerin teknolojik araçları etkin kullanarak haber üretme süreçlerinde yer almasının hem mesleki gelişimleri hem de haberciliğin geleceği açısından kritik bir adım olduğunu düşünmektedir.

A1: *“Bir defa kesinlikle sürükleyici gazetecilik öğrencilerime önerirdim ve bu kullanılan araçları da deneyimlemelerini isterdim. Açıkçası haber konusu olarak da ki ben zaten bir okul gazetesinin çıkaran bir atölyenin bir haber atölyesinin koordinatörüyüm ki biz de orada yeni medya ve dijital habercilikle ilgili birtakım şeyler gerçekleştiriyoruz ama onların en büyük önerim mesela o atölyede bir projeye bunun*

dönüşmesi ve işte VR gözlüklerle aracılanmış bir haberin tüm gazeteci adayları tarafından ve diğer bölümler tarafından da deneyimlenmesini isterdim aslında böyle bir proje geliştirmelerini isterdim. Ama belki de ileride olabilir. Neden olmasın? Biraz pahalı bir şey olmakla birlikte pahalı bir sistem, ciddi bir altyapı gerektiren bir sistem olmakla birlikte bir süre sonra onun da herhalde herkes tarafından ulaşılabilir bir noktaya geleceğine olan inancımız tam.”

3.8.1.2.3. Sürükleyici Gazetecilikle İlgili Başlıca Zorluklar

Akademisyenlerin sürükleyici gazetecilikle ilgili görüşlerinde yaygın olarak, bu yeni medya türünün pahalı teknoloji ve altyapı gereksinimleri ve zaman kısıtlaması nedeniyle üretim ve tüketim aşamalarında ciddi sorunlar doğurabileceği aktarılmıştır.

Akademisyenler, sürükleyici gazeteciliğin yüksek maliyetler, duygusal etkiler, objektiflik riskleri, teknik ve etkileşim sorunları gibi spesifik zorluklar barındırdığını ifade ederek, teknolojinin etik ve etkin kullanımının zorlaştığına dikkat çekmektedir. Öte yandan, okuyucu pratikleri, zaman ve maliyet gibi başlıca sorunlara işaret ederek; bu tür içeriklerin talep görmeyebileceğini, teknolojiye erişim kısıtlılıkları ve okuyucu alışkanlıklarının sürükleyici gazeteciliğe olan ilgiyi sınırlayabileceğini belirtmektedirler.

A4: “Maliyet, zaman ve okuyucu pratikleri başat sorunlar. Türkiye’de Aposto gibi vb. kurumlar gazeteciliğe ciddi yatırımlar yapıyorlar. Bunların sayısı umarım artar ama okuyucu desteği olmadan zor. Ben açıkçası okuyucunun da sürükleyici gazetecilik olsun hayatımda diyeceğini sanmam. Böyle bir talep olmaz. ... şimdi kimse yola biz sadece VR gözlükle takip edilen haber yapacağız diye çıkmaz. Zaten bir haber kurumudur. Onun içinde bir departman oluşturulur. Ancak öyle. Bakarsın bir de ülke hazır mı? Hangi evde kaç VR gözlüğü var. Ya da başka teknolojiler. Tüm bunların raporlanması lazım. Sonra zaman noktası. Gazeteci zamanla yarışır. Haberi önce vermek ve tabii doğru vermek en önemli şeydir. En çok ve en doğru kaynaklara ulaşabiliyor olmakta. Sizin elinizde bunlar var diyelim bir haber yapıyorsunuz. Yaptınız bi’ de onun bu formata uygulanması var. Zaman kaybı çok fazla. Okuyucu pratikleri noktasında. İnsanlar her gün böyle bir şekilde haber içeriği almak istemeyebilir. Sürekli içerik üretmediğiniz zaman bir süre sonra uzaklaşıp bırakabilir. Yeni içerik her zaman çok önemli. Ayıracak vakti olmayabilir.”

A3: “Sürükleyici gazetecilik, yüksek maliyetler, duygusal etkiler, objektiflik riskleri, teknik ve etkileşim sorunları gibi spesifik sorunlar barındırır. Bu sorunlar, teknolojinin ve içeriğin etkin ve etik kullanımını zorlaştırabilir.”

Sürükleyici gazeteciliğin dramatizasyon ve hikâye anlatımı sırasında gerçeklerden sapma riski diğer bir sorun olarak görünmektedir. Bu durum haberin doğruluk ve objektifliğine zarar verebileceği ve bu tür haberlerin dramatize edilmesinin ters tepkilere yol açabileceği, özellikle hassas konularda hak odaklı gazetecilikten sapmalar olabileceğine yönelik endişeler dile getirilmiştir.

A2: “Sürükleyici gazeteciliğin en büyük sorunu, gerçeklerden sapma riskinin olması ve hikâye anlatımında dramatizasyonun gerçeği gölgede bırakabilmesidir.”

A4: “Yukarıda da bahsettim para konusu, yaş, sağlık vs. konular da var. Öte yandan şimdi İsrail’in Filistin ve Lübnan’a saldırılarını düşünün. Burada VR işi olur, anlatı açısından belki bir tepki yaratır ama ya öte yandan olayı filmleştirip, oyunlaştırırsa. Bakın ters tepki. Herkes haberi aynı şekilde alımlamıyor. Ya kendini İsrail askeri olarak konumlandırır. Siz hak odaklı haberciliği uygulayabilecek misiniz bu şeyle, cihazla işte. Zaten insanların gerçek algısı şaşmış. Şimdi bu haber mi daha iyi yoksa İsrail’in saldırdığı alanlara dair içerikler sunan yıllar boyunca yaptığı saldırılarla ilgili tarihsel perspektifi sunduğunuz bir haber mi?”

Sürükleyici gazetecilik hem akademik hem de pratik olarak yaygın bir alan olmamasından kaynaklanan bilgi eksikliğiyle birlikte, pahalı teknoloji ve altyapı gereksinimleri nedeniyle üretim ve tüketim aşamalarında ciddi sorunlar doğurabileceğine dair görüşlerde öne çıkmaktadır.

A1: “Biz akademisyenler için belki çok bilinen bir alan olmaması sebebiyle aslında sürükleyici gazetecinin çok bilinen bir alan olmaması bir hakikaten bir sorun. İkincisi pahalı bir teknoloji, pahalı bir altyapı gerektiriyor. Yani bence hem üretimde hem de tüketimde ciddi problemlere yol açacak bir durum çünkü mademki sürükleyici gazetecilik adı üzerinde okuru çekmek okurun ilgisini çekebilmek okura daha farklı bir deneyim sunmak gibi bir iddiası varsa bunu gerçekleştirebilmesi için de her 2 tarafında eşit şartlara sahip olması gerekiyor.”

Sorunlarla ilgili görüşlerin genel olarak, sürükleyici gazeteciliğin hem üretim hem de tüketim süreçlerinde karşılaşılan zorlukların, maliyet, teknolojiye erişim, etik sorumluluklar ve okuyucu alışkanlıkları çerçevesinde şekillendiği ortaya konmuştur. Bu bağlamda, akademisyenlere sürükleyici gazetecilikle ilgili sorunlara dair çözüm önerileri de sorulmuştur. Akademisyenler genel olarak, teknolojik zorlukların, etik meselelerin ve medya şirketleri arasındaki güç dengesizliklerinin nasıl aşılabileceğine dair çözüm önerileri sunulmuştur.

Çözüm önerileri için öne çıkan yaygın görüş, sürükleyici gazeteciliğin bilinirlik ve yaygınlaşmanın önemine dikkat çekerek, teknolojinin pahalı olmasının çözümün imkânsız

olduğu anlamına gelmediğini ve bu alana yatırım yapacak vizyon sahibi kişilerin varlığının, bu sorunların üstesinden gelinebileceğine yönelik olmuştur. Öte yandan, medya şirketleri ve teknoloji şirketleri arasındaki iş birliklerinin sorun yaratabileceği, büyük medya gruplarının küçük medya kuruluşlarını baskılayabileceği, ancak sağlıklı bir medya atmosferi oluşturarak tüm gazetecilik türleri için medya okuryazarlığının artırılmasının en garanti çözüm olduğu da diğer görüş olarak öne çıkmaktadır.

A4: “Medya şirketleri teknoloji şirketleriyle ortaklaşa iş yürütürse belki. Ya da küçük bir haber merkezi büyük olanla iş birliği yaparsa. Ama burada bakın başka bir sorun ortaya çıkıyor. O teknoloji şirketinin VR gözlüğü patladı bir kişiyi kör etti hadi haber yapın. Yapamazsınız. Ki o şirketin sahibi kesin onun da sahibidir. Küçük medya grubu, büyükle iş birliği yapsa. Büyük onu anında yer. O da zor. Medya okur yazarlığı bir yerde en garantisi de onu sadece sürdürülebilir gazetecilik için değil tüm gazetecilik türleri için yapmak lazım. Her şeyden önce sağlıklı bir medya atmosferi lazım.”

A1: Yani nasıl bir çözüm olabilir? Şimdi tabii bu teknolojilerin hani bir defa pahalı olması aslında çözümsüz olduğu anlamına gelmiyor. Yani bu alana gönül veren gazetecilik konusunda hakikaten vizyonunu geliştirmiş ve bu alana yatırım yapan pek çok kişi var ve bunların yatırımlarıyla çok kolay bir biçimde çözülebilir ama ilk bahsettiğim sorun herkes tarafından bilinen bir alan değil. Önce bilinmesi gerekiyor. Yani sorunun çözülebilmesi için önce bilmek gerekiyor. O yüzden yaygınlaşması, bilinmesi böyle bir alanda habercilik yapılabileceği üzerinde de kurulması gerekiyor. Bilinmesi gerekiyor. Ondan sonra da ben yatırımların yapılacağını düşünüyorum şimdi bundan 20 yıl önce bir cep telefonuyla şöyle bir ortamda birbirinizle anında görüşebileceğimize olan inancımız yoktu.”

Gazetecilerin etik ilkeler doğrultusunda doğruluk ve tarafsızlığa öncelik vermesi gerektiğini, bu şekilde içeriklerinin güvenilir kalabileceğini yönelik yorumlar en yaygın görüşü oluşturmaktadır. Etik endişelerden arındırmak için teknoloji okur yazarlığına sahip olmanın, maliyet sorunlarının, açık kaynaklı araçlar ve uygun bütçeli teknolojiler kullanılarak alımlama sorunlarının hafifletilmesinin önemi aktarılmaktadır.

A3: Bu sorunların üstesinden gelmek için, uygun bütçeli teknolojiler ve açık kaynaklı araçlar kullanılarak maliyetler azaltılabilir, izleyici geri bildirimleri dikkatlice işlenerek deneyimlerin etkileri yönetilebilir ve etik standartlara sıkı sıkıya uyularak objektiflik korunabilir.

A2: “Bu sorunun üstesinden gelmek için gazeteciler, etik ilkeler doğrultusunda doğruluk ve tarafsızlığı her zaman ön planda tutarak hikayelerini yapılandırmalıdır.”

Genel olarak akademisyenler, sürükleyici gazeteciliğin sorunlarının çözümünde teknolojik yatırımlar, etik ilkelerin gözetilmesi, açık kaynak çözümlerinin kullanılması ve medya okuryazarlığının artırılması gibi yaklaşımlar üzerinde durmaktadır.

Sürükleyici gazetecilik ve gazetecilik etiğiyle ilgili görüşleri istendiğinde ise akademisyenler, bu tür haberciliğin etik sorunlar doğurabileceği ve dikkatli bir denge gerektirdiğine yönelik yorumlarda bulunmuştur.

Öne çıkan yorumlardan ilki, etik ilkelerin sürükleyici gazetecilikte de aynı şekilde geçerli olduğunu, gazetecilikteki tüm etik süreçlerin bu tür habercilik için de uygulanması gerektiğidir. Görüşlerde, sürükleyici gazeteciliğin izleyiciyi derin bir şekilde etkileyebileceği, ancak bunun etik açıdan dikkatli yönetilmesi gerektiği ve gazetecilik etiğinde yer alan objektiflik, doğruluk ve şeffaflık gibi temel ilkelerin korunmasının zorunlu olduğunu dile getirilmektedir. Öte yandan, sürükleyici gazeteciliğin yalnızca gazetecilik etiğine uygun olduğu sürece okuyuculara hem bilgi verme hem de duygusal bağ kurma potansiyeline sahip olduğu da belirtilmektedir.

A3: *“Sürükleyici gazetecilik, izleyiciyi derinlemesine etkileme potansiyeline sahipken, gazetecilik etiği açısından dikkatli bir denge gerektirir. Objektiflik, doğruluk ve şeffaflık gibi temel ilkeler korunmalı ve izleyicinin duygusal etkilenimi dikkatle yönetilmelidir.”*

A2: *“Sürükleyici gazetecilik, gazetecilik etiğine uygun olduğu sürece okuyucuyu bilgilendirmenin yanı sıra, onları daha derin bir duygusal bağla habere çekebilir.1*

A1: *“Ya şimdi aslında etik etikdir. Yani değişen bir şey yok. Haber üretim aşamasındaki her basamak aslında yeni veya gelenekselde de var. Yeni medyada da var. Dijital medyada da var. Sürükleyici gazetecilikte de var yani. ... Etik haber üretiminde gerçekleştirdiğimiz ya da öngördüğümüz olması gereken tüm etik süreçler sürükleyici gazetecilik için de geçerli. Sonuçta haberi yapan kişi bir okuyan kişi, bir aynı ve bir insan işin içerisinde.”*

Öte yandan öne çıkan ve en geniş kapsamlı görüş, sürükleyici haberciliğin etik açıdan riskler barındırdığını ve izleyiciyi duygusal olarak derinden etkileyen içeriklerin, özellikle savaş ya da terör olaylarında, tarafsızlığı zedeleyebileceğini ifade etmektedir. Ayrıca, travmatik olayları seyirlik bir deneyim haline getirmenin mağdurlara saygısızlık olduğunu, bunun yerine haberin doğruluk ve şeffaflık ilkesine dayalı şekilde verilmesinin daha değerli olduğunu vurgulamaktadır.

A4: *“Etik şeyine aslında yukarda değindim. İsrail savaşıyla. O etik bir sorun mesela. Haberin neresine konumlanacak kişi. Bir de olay savaş pornografisine de*

dönebilir. Irak Savaşı'nın sunumuyla ilgili kitapları, analizleri bilirsiniz. Ki bakın televizyonda bunu yapıyorlar mesela büyük bir haber kanalının özel haberler şefi var. Her yerde her haberde ağlar sızlar. Bilhassa dardaymış, sıkıntıdaymış gibi davranır. Gazetecilikten uzak. VR işiyle bu durum kişiye kalır ama öncesinde hazırlanıp sunulduğu için bir tehdit. Okuyucuları olayın içine de bu kadar derinden çekmek, objektifliği ve tarafsızlığı korumayı zorlaştırabilir. Terör olayı mesela bazı kullanıcılar için travmatik olabilir. Yine olay dikkat çeksin diye duygusal boyutunu artırmak tarafsız habercilik ilkesini zedeler. Yine depresim aynı şekilde travma dolu bir şey. Sen insana yıkılmış evini seyirlik bir deneyim gibi sunarsan, mağdurların hakkını yersin, canını yakarsın, her şeyden öte insan onuruna saygı göstermezsin. Depremzedeye depremden sonra yardım gitti mi? Gittiyse ne kadar ulaştı, çadırı var mı, evi tahsis edildi mi? Bunları sorgulayan tek cümlelik bir haber yapman daha kıymetli olur.”

3.8.1.2.4. Sürükleyici Gazeteciliğin Geleceği

Akademisyenlerin, sürükleyici gazeteciliğin geleceği ve bu alanın bir uzmanlık dalı olup olamayacağına dair görüşleri, teknolojik gelişmeler, etik zorluklar ve toplumsal etkiler gibi ön koşullara bağlı olarak değişmektedir. Bu bağlamda, herhangi bir görüş birliği oluşmamasına rağmen çoğunluk görüş, sürükleyici gazeteciliğin belirli koşulların oluşması veya iyileştirilmesi sonrasında uzmanlık alanı olabileceği üzerinedir.

Öne çıkan görüşlerden ilki, sürükleyici gazeteciliğin deneyimlenebilir bir habercilik türü olarak, yeni medyada yer alan diğer gazetecilik türleri gibi zamanla kabul göreceğini ve oyunlaştırılmış haberin bu süreçte önemli bir rol oynayacağını belirtmektedir. Özellikle oyunlaştırılmış haberlerin ve metaverse gibi platformların bu tür gazeteciliği daha ilgi çekici hale getireceği ve hızlıca yaygınlaşacağını düşünmektedir. Uzmanlık alanı olacağına dair bir diğer görüş ise dijital teknolojilerin gelişimiyle birlikte sürükleyici gazeteciliğin daha etkileşimli, görsel ve kişiselleştirilmiş bir hikâye anlatımı sunarak büyüyeceğini ve gelecekte daha geniş çapta kabul göreceğini vurgulamaktadır.

A1: *“Ben oluşturur diyeyim (uzmanlık alanı) çünkü ciddi bir alternatif olacak. Yeni medya da artık gelenekselleşti. Yani yeni medya yani internetle aracılanmış habercilik de artık geleneksel hale geldi yani. Artık bilgisayar üzerinden haber okuma işi de geleneksel bir yönteme dönüştü. Az önce de bahsettiğim deneyimlenebilir bir habercilik yani aslında sürükleyici gazetecilik bunun önemli ayağı ve haber oyun mesela bunun en önemli ayağı seviyoruz. Haber oyun dünyada çok yaygın. Ülkemizde henüz o kadar yaygın değil ama oyun oynayarak haber öğrenme işini seviyoruz. Yani oyun zaten*

alandaki eğitimin içeriğinde de var yani. Oyun oynatarak eğitmek gibi bir gerçek var. Biz hatta artık haberi okunan değil, oynanan bir şey olduğunu biliyoruz bu noktada da iyi bir alternatif olacağını düşünüyorum. Metaverse dünyasında da yine kişiye deneyimlenebilir ve oynanabilir bir seçenek sunduğu için insanların ilgisini çekeceğini ve kolay ve hızlı bir biçimde de yaygınlaşacağını düşünüyorum. Başarılı ve diğer yeni medya unsurlarını içeren diğer tüm gazetecilik türlerinden daha hızlı kabullenileceğini ve daha aslında başarılı olacağını düşünüyorum.”

A2: “Sürükleyici gazeteciliğin geleceğini, dijital teknolojilerin gelişimiyle birlikte daha interaktif, görsel ve kişiselleştirilmiş hikâye anlatımının yaygınlaştığı bir alan olarak büyümeye devam edeceğini düşünüyorum.”

Sürükleyici gazeteciliğin teknolojik ilerlemelerle daha erişilebilir hale geleceğini, ancak bu sürecin etik standartların korunması ve teknolojik eşitsizliklerin giderilmesi sonucunda gerçekleşeceğini belirten görüşlerde bulunmaktadır. Ayrıca, metaverse gibi yeni platformların sunduğu fırsatlar ve beraberinde getirdiği veri güvenliği ve erişim sorunlarının da dikkate alınması gerektiğini eklemektedir. Bu doğrultuda ön koşullar tamamlanınca sürükleyici gazeteciliğin uzmanlık alanı oluşturacağı ve gelecekte daha önemli bir gazetecilik türüne dönüşeceğine dair ön görüşler de bulunmaktadır.

A3: “Sürükleyici gazeteciliğin geleceği, teknolojik ilerlemelerle daha erişilebilir ve etkili hale gelerek izleyicilere daha derinlemesine ve etkileşimli deneyimler sunma potansiyeline sahip. Ancak, bu gelecekte etik standartlar ve teknolojik eşitsizlikler gibi zorlukların da dikkate alınması gerekecektir. Metaverse, sürükleyici gazetecilik için yenilikçi bir platform sunarak, kullanıcıların daha derin ve etkileşimli deneyimler yaşamasına olanak tanır, ancak bu, veri güvenliği, erişim eşitsizliği ve etik sorunlar gibi yeni zorlukları da beraberinde getirebilir. Metaverse, gazeteciliğin geleceğinde önemli bir rol oynayabilir, ancak bu teknolojinin sorumlu bir şekilde kullanılması gerekir. Sürükleyici gazetecilik, gazetecilik mesleğinde kabul görebilecek ve uzmanlık alanı oluşturabilecek bir alan olabilir. Çünkü teknolojinin hızla gelişmesiyle birlikte etkileyici ve etkileşimli içerik talebi artmaktadır. Ancak, bu alanın geniş çapta kabul görmesi için teknik beceriler, etik standartlar ve erişilebilirlik sorunlarına yönelik çözüm geliştirilmesi gerekecektir.”

Sürükleyici gazeteciliğin bir uzmanlık alanına oluşturmayacağına dair görüşler de bulunmaktadır. Öne çıkan olumsuz görüşler, mevcut teknolojik erişim ve yaygınlıktan kaynaklanan endişeler çevresinde oluşmaktadır. Olumsuz görüşlerden ilki, bu tür haberciliğin gelişmesinin önündeki en büyük engelin altyapı eksiklikleri ve teknolojik eşitsizlikler olduğunu

vurgulamaktadır. Türkiye özelinde, büyük şehirlerde bile internet altyapısının yetersiz olduğunu ve birçok kurumun bu tür teknolojiye yatırım yapamayacağını belirtmektedir. Ayrıca, sürükleyici deneyimlerin bir süre sonra etkisini kaybedeceğini ve bu tür gazeteciliğin sürdürülebilir bir model olmasının zor olduğunu dile getirmektedir.

İkinci olumsuz görüş ise, sürükleyici gazeteciliğin bağımsız bir uzmanlık alanı olmayacağını, bunun daha çok grafik tasarımcılar, bilişim uzmanları veya yapay zekâ uzmanlarının yöneteceği bir alan olacağını ifade etmektedir. Muhabirlerin haberlerini bu uzmanlara aktarıp sonrasında sürecin takipçisi olacağını belirtmektedir. Bu tür gazeteciliğin medya dünyasına sadece çeşitlilik katacağını, ancak ana akım gazeteciliğin temel bir parçası olmayacağını düşünmektedir.

A5: “Sürükleyici gazeteci diye bir gazeteci kimliği olmaz onu soruyorsanız. Mesela ekonomi muhabiri, spor muhabiri var ya öyle bir şey olmaz burada tabii şöyle bu uzmanlık alanları da kalktı da. Ne olur biliyor musunuz, gazetelerin grafik tasarım bölümlerinde bir alan olur sadece buna bakan iki üç kişi bunlar gazeteci olmaz. Bilişimci, yapay zekâ uzmanı gibi çalışanlar olur onlar bakar. Muhabir gelir haberini onlara aktarır. Belki bir sinemacı gibi sinopsis çıkartır, verir. Sonra takibini yapar. Aslında bu tür gazeteciliğin üzerine bir güneş gibi doğup aydınlatmaz sadece çeşitlilik katar. Ki bu da ciddi şekilde tartışılmalı.”

A4: “Burada nereden baktığın önemli. Buradan bakınca çok göremiyorum. Dünya özelinde kuşkusuz büyük atılımlar vardır. Her şeyden öte çok fazla kurumun buna yatırım yapabileceğini sanmıyorum bu birinci faktör. Eğitim müfredatı demiştiniz ya işte fotoğraf makinesi olmayan iletişim fakülteleri var. Bir bilgisayara 3 kişi oturan öğrenciler var. Bu şekilde gelişmez bu iş. Sonra okuyucuların ilgisini çekmek için sanal gerçekliği veya artırılmış gerçekliği kullandın. İyi, hoş. Herkesin rahatça erişemez veya kullanamaz. Bakın büyükşehirlerde fiber internet altyapısı yok. İnternet hızı belli zaten. Şimdi konuşurken aklıma geldi bir konu da var. Tüketim toplumundayız. Günümüz insanını tanımlarken kullanılan çok sayıda da terim var kavram var. Bunları göz önüne almak lazım. Şimdi hız çağı, görünürlük çağı. İnsanlar bir deneyim ağına takılmış çırpıp duruyorlar. Siz insanlara bu yolla heyecanı, adrenalini yüklediniz bir süre sonra bu insan bunu kaybedecek. Çünkü hep daha fazlasını isteyecek ya da başka bir tüketim nesnesi bulacak. Sonuç olarak sürükleyici deneyimlerin ya sınırlı kalacak ya da tamamen bitecek. Gerçeklik böyleyken sürükleyici gazetecilik, sürdürülebilir bir model olacak demek çok ama çok zor. Bir dönem popüler olup kalma ihtimali yüksek. Yani gazeteciliği sadece teknolojik yenilikler üzerinden değerlendirmek çok eksik kalır.

Sosyolojiyle, psikolojiyle, siyaset bilimiyle destekleyecek analizler bir ipucu verecektir. Şiddete meyilli bir toplumda savaş haberini VR gözlükle vermenin etkileri araştırılmalı gibi düşünün bunu.”

Genel olarak, akademisyenler sürükleyici gazeteciliğin teknolojik gelişmelerle daha erişilebilir hale gelebileceğini ve yaygın bir gazetecilik türü olacağını aktarmakta, ancak bu durumun geniş çapta kabul görmesi ve sürdürülebilir olması için etik sorunların, teknolojik altyapı eksikliklerinin ve toplumsal etkilerin gözetilerek aşılmasıyla gerçekleştirilebileceğini vurgulamaktadırlar. Bu tür gazeteciliğin bir uzmanlık dalı olarak gelişmesi ise, daha çok teknolojik becerilere sahip profesyonellerin katkısıyla ve yine aynı şekilde teknolojinin yaygınlaşması ve kullanımın kolaylaşmasıyla mümkün olabilecektir.

3.8.2. Odak Grup Görüşmesi

Odak grup görüşmesi esnasında katılımcılara sürükleyici gazeteciliğin, teknik ve teknolojik yapısı, geleneksel gazeteciliğe nazaran avantajlı ve dezavantajlı yönleri ile haber tüketimi üzerindeki mevcut veya olası etkileri hakkında sorular yöneltilmiştir. Katılımcıların tamamı iletişim fakültesindeki lisans programlarında eğitimine devam eden ve kendileri tarafından haber tüketiminin yoğun olduğu beyan edilmiş genç nesil bireylerdir. Katılımcıların medya okur yazarlık seviyeleri eğitim gördükleri programda geçirdikleri dönem sayısına eş kabul edilmiştir. Katılımcıların görüşleri, anonimliğin sağlanması amacıyla “K” şeklinde ve her katılımcı için ayrı şekilde “K1, K2, K3, K4, K5, K6...” biçiminde kodlanarak aktarılmıştır. Katılımcılara dair bilgiler Tablo 3.12 ‘de aktarılmıştır.

Tablo 3.12. Odak grup katılımcı bilgileri

Katılımcı Kodu	Yaş	Bölüm/Program	Dönemi/Sınıfı
Katılımcı 1	22	Gazetecilik Bölümü/Lisans	5. Dönem/ 3.Sınıf
Katılımcı 2	22	Gazetecilik Bölümü/Lisans	5. Dönem/ 3.Sınıf
Katılımcı 3	22	Gazetecilik Bölümü/Lisans	5. Dönem/ 3.Sınıf
Katılımcı 4	21	Reklamcılık Bölümü/Lisans	3.Dönem/ 2.Sınıf
Katılımcı 5	19	Reklamcılık Bölümü/Lisans	3. Dönem/ 1.Sınıf

Katılımcı 6	23	Gazetecilik Bölümü/Lisans	7. Dönem/4.Sınıf
-------------	----	------------------------------	------------------

Odak grup görüşmesine başlamadan önce katılımcıların tamamına sürükleyici gazeteciliğe yönelik bilgi durumları sorulmuş ve her öğrencinin kavramdan haberdar olduğu teyit edilmiştir.

3.8.2.1. Sürükleyici gazeteciliği, geleneksel gazetecilikle kıyasla güçlü/zayıf yönü veya avantajlı/dezavantajlı durumu

Gruptaki katılımcıların tamamı düzenli olarak basılı ve internet ortamından gazete okumaktadırlar ancak sürükleyici haber tüketimleri düşük seviyededir. Katılımcılar sürükleyici gazeteciliği, geleneksel gazetecilikle kıyasladıklarında genel olarak deneyim odaklı empatik yapısını ön plana çıkararak avantajlı bulmaktadır. Bu temada dikkat çeken nokta, katılımcılardan K3 ve K1'in sürükleyici gazeteciliğin avantajlı ya da güçlü yönlerini ifade etmeye başladıklarında geleneksel gazetecilik pratiklerinin dijitalleşme hareketiyle noksan kalan kısımlarını ön plana çıkararak yorum yapmasıdır. Bu durum K2'nin K3'ün cevabına desteklemek amacıyla sürükleyici gazeteciliğin internet gazeteciliğiyle kıyaslandığında da aynı etkiye sahip olduğunu aktarmasıyla değişmiştir. "K2'nin görüşlerinden sonra grup genelinde uzlaşma ortamı sağlanmış, sürükleyici gazeteciliğin en güçlü ve avantajlı taraflarının, deneyimlenebilirliği ve farkındalık ve empati yaratmadaki üstünlüğü olduğu vurgulanmıştır.

K3: "...yeni tür gazetecilik dediğimiz şey zaten bu tür bu tarz gazetecilik olduğu için geleneksel gazetecilik artık zaten günümüzde de ne farkındalık konusunda ne olayı betimleme konusunda hiçbir türlü yarar sağlamadığı için bu teknolojinin çok daha iyi olduğunu düşünüyorum."

K4: "sürükleyici gazetecilik geleneksel gazetecilikten çok daha yararlı. Çünkü insanların duygularına direk etki ediyor. Geleneksel gazetecilikte sadece bilgilendirme varken sürükleyecek aslında insanların duygularını etkileyebiliyorsun, insanları hissettirebiliyorsun o olayı."

Gruba sürükleyici gazeteciliğin zayıf veya dezavantajlı yönleri sorulduğunda ise belirli bir uzlaşmadan ziyade birçok farklı görüş ortaya atılmıştır. En yaygın görüş, sürükleyici gazeteciliğin teknik ve teknolojik gereksinimlerinin fazla olması ya da yalnızca belirli haber hikayelerine uygun olması nedeniyle uygulanabilirliğinin sınırlı olduğudur. Öte yandan sürükleyici haberlerin sebep olabileceği psikolojik yük ve VR setlerin oluşturabileceği sağlık sorunları da gündeme getirilmiştir.

K6: “En ama en büyük dezavantajı zaten net bir şekilde uygulanabilirliği ve bunun her şeye uygulanamaması yani en iyi avantajı en kötü avantajı da olabilir.”

K4: “Ben “K6” arkadaşına katılıyorum. Çünkü dezavantajı olarak da hem uygulanabilirliği zor olması hem de insanların travmalarını tetikleyebilecek olması ya da geçmişten gelen bir olayın mesela tekrar hatırlanabiliyor olması ve bu insanları daha kötü etkilemesi olabilir.”

Grup, konuyla ilgili görüş belirtmeye devam ettikçe katılımcılar, onaylama ve destekleme süreci yerine ön plana çıkarak grubu etkilemek için farklı bir dezavantaj veya eksik yön aktarma çabasına yönelmiştir. Bu durum gözlemlenebilir bir rekabet döngüsünün aksine herhangi bir görüşe karşı çıkılmaması ve her görüşün “aa evet” veya “gerçekten öyle” gibi belirgin onaylar alması sebebiyle fikir birliğinde kümülatif bir bilgi aktarımına dönüşmüştür. Bu süreç içerisinde sürükleyici gazeteciliğin yüksek maliyetli ve etik ihlallere açık yapısı, dezavantajlı ve zayıf yönü olarak aktarılmıştır.

K1: “... sürükleyici gazetecinin benim için de eksik yönlerinden hatta en büyük eksik yönü şu, geleneksel medyaya nazaran bir maliyetleri çok yüksek. Geleneksel medyanın nazaran işgücü için arkada çalışacak ekibin çok büyük olması gerekiyor ve ama bana göre en büyük dezavantajı kullanacak kişilerin buna olan duyarlılıkları anksiyete sahip olabilir. Bundan dolayı anksiyete edinebilir. Fiziksel rahatsızlıklarını tetikleyebilir, kulak ağrısı olabilir, göz ağrısı olabilir. Mesela epilepsi hastaları bunu hiçbir zaman kullanamayacak. Benzer örnekler benim için en büyük dezavantajı bu.”

K2: “... bir de şu an aklıma gelen gördüğüm kadarıyla özel hayatın ihlalinde oldukça taciz ediyor. Bu noktada örneğin yaşanan bir olayı daha sonra canlandırılması ki kişinin rızasıyla mı? Etraftakilerin rızasıyla mı? Bunlarda bence önemli bir nokta da benim gördüğüm kadarıyla toplumun yalnızca “niş” belli bir kısmı bu teknolojiyi kullanabilecek, yaratabilecek ve ardından yine belli birçok küçük bir kısmı bundan faydalanabilecek. Faydalanan halka indirgediğimiz zamanda manipüle edilmeye çok açık gözüküyor. Bu sayede sermaye sahipleri algı yönetimi yapabilir.”

3.8.2.2. Sürükleyici gazeteciliğin İlginç ve Etkileyici Yönü

Gruba, sürükleyici gazetecilik projelerinin farklı ve ilgi çekici yönleri sorulduğunda, yüksek teknolojiye dayanan, empati oluşturan ve belirli duyguları öne çıkaran yapısı ile haber üretim sürecinde kullanılan sanatsal ve yaratıcı pratikler öne çıkan görüşler olmuştur.

K1: “Sürükleyici gazeteciliğin yapımında en çok ilgimi çeken kısım artık yeni medyada gazeteciliğin evrimi sürecinde teknolojiye daha bağlı olmak gerekiyor. Çünkü teknolojiyi artık günümüzün bir gerçeği ve bunu kabul etmemiz gerekiyor. Geleneksel medya git gide ölmeye başladı ve bu yüzden teknolojiyle içli dışlı olması ve teknolojinin nimetlerinden daha çok faydalanması en çok hoşuma giden kısım teknolojiyle içli dışlı olması.”

K2: “benim nezdimde anı yaşayabilmek, empati kurabilmek oldukça önemli bir duygu. Bir de bunun yanına gazetecilik öğrencisi olduğum için ve mesleğimin yavaş yavaş yapay zekaya veya işte otonom botlara evriliyor olması noktasından sonra (sürükleyici gazetecilik) mesleği canlandırabilir. Yerinden, gerçekten muhabirleri spikerlerin anı yaşayarak, yaşadığı şeyi tamamıyla aktarabilme düşüncesi beni heyecanlandırıyor.”

K4: “Açıkçası en çok ilgimi çeken şey arka plandaki kısmı (üretim süreci). Çünkü tekrardan birilerini yaratmanız gerekiyor. Tekrardan metin yazmanız gerekiyor. Bununla uğraşırken daha farklı, bir gazete iken biraz daha farklı bir yere kayıyor olay, o yüzden benim için ilgi çekici kısım oraya kayıyor biraz...”

Öte yandan “K5” tarafından “sürükleyici gazeteciliğin her olaya uygulanabilirliğine” dair aktarılan görüş üzerine grup içerisinde fikir ayrılıkları oluşmaya başlamış ve konu üzerinde tartışma yaşanmıştır. Bu durum, gurubun sürükleyici gazeteciliği dezavantajları için uzlaşma gösterdiği “uygulanabilirlik” konusuyla çelişmesine sebep olmuştur.

K5: “Ben sürükleyici gazeteciliğin en çok şaşırdığım nokta, bak nokta yani her olayın canlandırılabilir olması. Bu beni çok heyecanlandırıyor...”

K2: “Ben K5’e katılmıyorum. Her olaya uygun değil ki nasıl her haber sürükleyici olsun? Ben katılmıyorum.”

K3: “Ben K2’ye katılmıyorum, K5’e katılıyorum. Her olayı canlandırabilir ama arka plandaki kişiler farklılaştırılabilir. Her olay farklı bir şekilde ele alınabilir. Sadece haberin genel mantığını, genel farkındalığını aşmadan.”

K6: “Ben K2’ye katılıyorum, çünkü bir olayın sürüklenebilir gazeteciliğe çevrilebilmesi için ortada bir hikâye olması lazım. Her haberin bir hikâye olmak zorunda olduğunu düşünmüyorum. O yüzden her haberinde sürüklenebilir gazeteciliğe çevirebileceğini düşünmüyorum.”

3.8.2.3. Sürükleyici gazetecilik için gerekli teknolojik donanımlara ve tekniklere yönelik görüşler

Grup, sürükleyici gazeteciliğin teknik ve teknolojik yapısıyla ilgili görüş bildirirken sürükleyici gazeteciliğin avantajları ve dezavantajlarıyla ilişkili yaptıkları yorumlarla uyumlu cevaplar vermişlerdir. Yüksek teknoloji ürünler olarak kabul edilen sürükleyici teknolojiler, kullanım bakımından bilgisayarlar ve akıllı telefonlar kadar yaygınlaşmamıştır. Bu durumun oluşturduğu sayısal uçurumun hem medya sektöründe hem de haber tüketicileri arasında eşitsizliğe ve bölünmeye yol açacağı düşüncesi, grup içindeki yaygın görüştür. Öte yandan sanal gerçekliğin oluşturduğu “merhamet yorgunluğu” ve “siber hastalık” gibi sorunlar dolaylı olarak dile getirilmiştir. Grup, bu başlık altındaki sorulara, herhangi bir tartışmadan ziyade birbirlerinin fikirlerini onaylama ve geliştirme çabasıyla görüş belirtmiştir.

K2: “... evet, şu an teknolojileri aslında sahibiz ama bu teknolojiler dediğim gibi halkın belli nadir kesimde bulunuyor. Tüm halkı indirgenmesi, oraya gelmesi için daha erken ve bir de şöyle ki, bu deneyimlerin yaşanılması durumundaki kullanım süresi kısa. Bence 12 saatlik kullanımdan sonra günümüz VR setlerinin mesela baş ağrısı, baş dönmesi gibi sorunlar yarattığı daha önce çağdaş arkadaşlığı söylemişti. Bence bu durum böyle şu an için erken.”

K6: “(Sürükleyici gazetecilik) sadece belli bir kesime inebiliyor çünkü pahalı şeyler bunlar. O yüzden ben hem arka planda bunun çok fazla ilerlemeyeceğini düşünüyorum. Çünkü belli başlı masraflar var ve buna kim sponsor olacak kadar büyük bütçeye sahip hem de bunun halka inmesi de çok uzun zaman alabilir.”

K4: “K6’ya katılıyorum ve anı yaşayacağız diye kullandığımız bu teknolojinin yani duyguyu tekrar yaşayabilirim diye kullanacağımız teknolojinin zamanla insanlardaki duygu refleksini tamamen etkileyeceğini düşünüyorum. Kaldıracağını düşünüyorum.”

K3: “... bu teknoloji için şu an daha yetersiz görüyorum hem sektörü hem teknolojimizi. Çünkü 1. maliyetleri çok yüksek. 2. herkese erişemez. 3. teknoloji açısından hala teknoloji çok yeni emekleme aşamasında ve ilk başta bu işte, sanal gerçeklik adına konuşuyorum şu an arttırılmış gerçeklik değil. 3D kameralarda bence şu an iyiyiz ve çok kullanılabilir ama en büyük sorumuz dediğimiz gibi maliyet ve çoğu insanın buna (teknolojiye) hassas olması. Bunun daha iyileştirilmesi gerekiyor ve teknolojinin daha geliştirilerek de son kullanıcıya ulaşması gerekiyor. Şu an için deneyimlenebildiği son kullanıcı nazarında oran olarak çok az bence.”

K1: “K6 arkadaşımızın dediğine de katılıyorum. Bu teknoloji birçok haber kanalı açısından da sektörde rekabetsizlik yaratacak. Çünkü bunu deneyimleyebilecek bütçeye sahip medya kuruluşları çok daha sınırlı sayıda (anlaşılmayan kelime) ve daha büyük bütçelerle yeni sektöre girmek isteyen eğer bu sektör ilerde daha çok büyürse önlerini kapatabileceğini ve tekelleşebileceğini düşünüyorum.”

3.8.2.4. Sürükleyici gazeteciliğin haber tüketimine etkisi

Grup, araştırma sorusuyla doğrudan ilişkili olarak, sürükleyici gazeteciliğin genç bireylerin haber tüketimine etkisi konusunda farklı ve çelişkili görüşler belirtmiştir. İlk olarak grup, sürükleyici gazeteciliğin haber tüketimine etkisinin olumlu ya da etkisiz (nötr) olacağına yönelik iki farklı görüş belirtmiştir. Bu görüşler detaylandırıldığında, teknoloji kullanım kabiliyeti, haberlere yönelik hassasiyet durumu, okunulan haberlerin ilgi çekiciliği ve sürükleyici gazeteciliğin uygulama alanlarına yönelik okurun ilgi seviyesi öne çıkan görüşlerdir. Bu doğrultuda sürükleyici haberlerin etkisinin katılımcıların haber tüketim alışkanlıklarıyla doğrudan ilişkili olduğu görülmektedir.

K3: “... sürükleyici gazetecilik ben, benim hiçbir konuda hassaslığım olmadığı için benim için çok iyi bir teknoloji olur. Ben her olayın farkındalık yaratması için insanlarla da paylaşılmasını düşünüyorum. Yani hassas olan kişilerin uzak durması gerekiyor. Evet ama benim tarzımda düşünen insanların bu teknolojiyle çok daha fazla bazı şeylerin farkında olacağını düşünüyorum. Hem bu teknoloji dediğimiz şey her türlü gelebilecek bir şey. Bundan bir şekilde kaçamayız yani bu. Dediğim şey istesek de istemesek de olacak bir şey. Yani böyle düşünüyorum. Umarım daha da ilerlemesi gerektiğini istiyorum. Benim haber tüketime bu yüzden tabii ki olumlu etkisi olur benim 10 kata çıkartır.”

K1 “... bu teknolojiyi benim gündelik haber ihtiyacımı çok kolay karşılayabileceğini düşünüyorum. Çünkü dediğimiz gibi bu teknolojiyle yazılan haberlerin çok nadir olaylarda kullanabileceğini düşünüyorum ama. ... Şu an günümüzde bütün haberlerin çoğu hızlı yazılıyor. Her an gündem değişiyor, farklı gündem geliyor. Daha bir haberin üstünde okuyamadan etkisini anlayamadan göremeden haber gündemi değişiyor ve bu benim kendimce şu an canımı sıkıyor. Ben daha çok yavaş gazetecilik taraftarıyım ve bir haberin daha özenli hazırlanmasına üstüne daha çok durulmasını, bu tarz haberler hoşuma gidiyor ve bu teknolojinin bunu daha da pekiştirebileceğini düşünüyorum. Bu yüzden de bu teknoloji benim haberi okumama şevk verir.”

K2: “... benim gündelik haber tüketimimde gerçekten hiçbir etkisi olmaz. Çünkü çok dediği gibi K1’in, nadir konular spesifik konular üzerine oluyor. Belki de ayda bir kere veya yılda 5 kere kullanacağım bir teknoloji olacak. Şu an görebildiğim kadarıyla ve bir de bence de bu insanlarda duygusuzlaştırmaya bir noktadan sonra yol açacağı için iki kere düşünürüm. Ama evet kullanırım. Güzel deneyim ama bir sınırı olur. Bunun belki benim için yılda birkaç kere deneyimlerim. Eğer imkânım olursa daha fazlası benim nezdime zarar.”

Bu noktadan sonra odak grup içerisinde tartışma ortamı alevlenmiş ve sürükleyici teknolojilerin temelde sanal gerçeklik teknolojilerinin dışında 360 kamera ile gerçekleştirilebilir olması ve sunduğu eğlence üzerine görüşler yoğunlaşmıştır. Öte yandan katılımcılarda iletişim öğrencisi olmalarından dolayı sahip oldukları potansiyel haber üreticisi kimliği ve haber tüketicisi kimliği çatışmaya başlamış ve sürükleyici gazeteciliğin habercilik mesleği üzerindeki etkileri de tartışmada gündeme getirilmiştir. Bu durum, özellikle okulda daha fazla zaman geçirmiş katılımcılarda refleks olarak ortaya çıkmaktadır.

K6: “... yalnız şimdi son dakika haber diye bir gerçek de var, onu da çok fazla değiştirebileceğini düşünmüyorum sürükleyici gazeteciliğin son dakika haberlerin önemini yitireceğini düşünmüyorum. O yüzden çok az etkisi olacağını düşünmüyorum açıkçası.”

K3: “Sürdürülebilir (sürükleyici) gazeteciliği VR ile bağdaştırmak lazım. Daha iyi bir şekilde ele alınması gerekiyor. VR ile sadece bu işleri oyunlaştırabiliriz, eğlenceli hale getirebiliriz. Bir haberin olumsuz bir haber de eğlenceli bir haber hale getirmenin hiçbir şekilde insan üzerinde etkisi olmaz. Daha çok, daha çok kötü manada etkisi olur halka indirgemenin de. Şahsen mantıklı olan herhalde bu olayı televizyon üzerinden bir şeyler yaparak ele almaktır. Sürükleyici gazeteciliği televizyonu indirgemek olabilir çünkü en çok kesimimiz televizyondan haber takip ediyor. Belli bir yaş üstü, belli bir yaşın altı için veya uygun olabilir...”

K2: “...bir artıdan gördüğüm kadarıyla bahsetmek istiyorum. Örneğin bir muhabir kafasında 360 derece bir kamerayla bir olayı yaşadı ve bunu hem sürükleyici gazetecilik hem de normal gazeteci olarak yapması lazım. Mesleği gereği yani. Bunu izleyen bir başka gazeteci daha belki ileride başka bir iş potansiyeli de olabilir. Yakaladığı detaylar var farklı haberi başka bir yere çekebilir, daha detaylandırabilir.

Bir haberi birden fazla kişinin ağzından daha farklı duyabiliriz. Belki yeni iş kol oluşturabilir. Bu açıdan avantajlı görüyorum. Bunu söyleyebilirim.”

360 kamera, oyunlaştırma ve eğlence kavramlarıyla ilgili yorumlar katılımcıların daha önceki görüşleriyle çelişen ifadelerin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Çünkü odak grup çalışması sırasında bir araya gelme süreci, bireylerin kendilerini başkalarının perspektifinden görmelerine ve diğerlerinin değerlendirmesiyle şekillenen bir algı oluşturmalarına olanak tanımaktadır. Bu doğrultuda, oyunlaştırmanın ve eğlencenin haber üzerine olumlu etkisi olacağını belirten katılımcılar grubun geriye kalanında da bu düşüncenin ön kabulüne sebep olmuştur. Ancak grup bu sefer de tekrardan haber üreticisi kimliği ve haber tüketicisi kimliği arasında çatışmaya başlamış ve oyunlaştırılan haberin içeriğinin ön koşuluna bağlı olarak haber tüketimine olumlu etki sağlayacağına dair uzlaşa sağlamışlardır. Bu doğrultuda, sürükleyici gazeteciliğin haber tüketimine olumlu katkısı, katılımcıların haber tüketim alışkanlıklarına ve habere konu olan olayın içeriğine bağlı olarak değişmektedir.

K6: “Bu noktada diğer arkadaşlarıma katılmıyorum. Bence zaten bu konseptin bütün amacı haberin oyunlaştırılması, bu olmadığı takdirde yapılan deneyimin bir anlamlı görmüyorum. (360 derece kamera hakkında) Yani oyun dediğimiz şey zaten içinde olup, anı bizim deneyimleyebilmemiz, öbür türlü bilmiyorum. Herhangi bir şeyi 3 boyutlu ortama aktarıp izleyebiliriz.”

K3: “...haberın oyunlaştırılması haber çeşitliliğini arttırır. Her türlü bence daha iyi teknolojiye açılmamız olumlu bir şeydir. Sonuç olarak yani ne kadar seçeneğimiz varsa bu seçeneklerin hepsini kullanmamız bence haber açısından daha iyidir. Tüketimini arttırır o kadar. Tabii ki kesinlikle tüketimi de arttırır ve çeşitlilik sağlar. Bu da haberin değerini arttırıyor.”

K4: “Oyun, oyunlaştırdığımız gazetecilikte belli açılardan ele alırsak ve bu gerçekten oyunlaştırılmaya uygun bir şeyse bir gazeteci denetiminde bunlar yapılabilir. Her türlü dediğim gibi tekrardan etki sağlayabilir, çok iyi yerleriyle çıkabilir. Bunu çeşitlendirebilir. Birkaç tane açıdan ele alırsak haber oyun daha çok silahı barındırmayan aile içi şiddetleri ele alan. Yani bu konuda farkındalık yaratan belli. Belki de bazı ailelerinin sorunlarını bile çözebilecek kadar derin manalar içerebilen oyunları çevrilebilir. Aileler bu oyunları oynayarak böyle insanların ne gibi sıkıntılara tabi olduğunu ne gibi durumlar yaşadığını öğrenebilirler. Yani bunlar oyunlar, oyunlaştırdığını şeyler katkı sağlayabilecek çoğu şeye, insanların hayatlarına kadar.”

K2: “ben de arkadaşıma katılıyorum ve keza o şekilde yapıldığı zaman veya bence denetime tabir tutulduğu zaman haberde çağ atlatacağını tüketimi arttıracağını

düşünüyorum. Dolayısıyla yapılacaksa da her şey tamamen halka açık ve şeffaf olmalı.”

K1: “... benim nezdinde bu iş yapılacaksa eğer her şeyin otomasyon şeklinde olması lazım. Ne kadar fazla insan, o kadar fazla fikir manipülasyonu gibi görüyorum. Eğer yaşanılacaksa her şey bir kamera kayıt altına alacak ve yine her şey otomatik olarak 3 boyutlu ortam aktarılmalı ve zaten durum yaşadığımız için bir birisinin şura şöyle olmalı, bura böyle olmalı gibi bir görüşüne gerek olmadığını düşünüyorum ben. Böyle olursa sallar geçer haberciliği”

DEĞERLENDİRME

Yarı yapılandırılmış görüşmeler sonucu elde edilen ve bulgular bölümünde yer alan veriler, gazeteciler ve akademisyenler olarak iki alt başlıkta aktarılmıştır. Bu bölümde ise gazeteci ve akademisyen görüşleri ayrı alt başlıklarda değerlendirilmiştir.

3.9. Gazeteci Görüşlerinin Değerlendirilmesi

Gazetecilerin sürükleyici gazeteciliğin güçlü ve avantajlı yönlerine dair yorumları incelenmiştir. Bu başlık altında, hikâye anlatımı diğer biçimlere göre daha detaylı ve kapsamlı olan sürükleyici gazeteciliğin, empati uyandıran deneyimlenebilir yapısının öne çıkarıldığı görülmektedir. Özellikle sürükleyici haberlerin biçimsel olarak herhangi bir konuyla ilgili farkındalık ve merak olgusu oluşturma potansiyeli ön plana çıkarılarak görüş belirtilmiştir. Öte yandan sürükleyici gazeteciliğin teknolojik olarak eklemlenebileceği “blok zinciri” ve “metaverse” gibi kavramlarda sürükleyici gazeteciliğin güçlü yanları olarak değerlendirilmiştir. Bu durum ilginçtir çünkü, sürükleyici teknolojilerin şimdiye kadar teknik yönden veya uygulama aşamasında metaverse ile veya blok zinciri teknolojisiyle doğrudan bir bağı olmamıştır. Buna karşın gazeteciler tarafından bu teknolojik yapılarla ilişkilendirilmiştir. Bu durumun en temel sebebi, sürükleyici gazeteciliğin ve metaverse’ün birbirine entegre olabilecek yüksek teknoloji kavramlar olmasıdır. Metaverse, "meta" (öte, anlam ötesi) ve “universe” (evren) kelimelerinin birleşiminden türetilen bir terimdir. İlk olarak Neal Stephenson’un “Kış çöküşü” romanında ortaya atılan metaverse, günümüzde bir kavram olarak, yakın gelecekte sanal gerçeklik vasıtasıyla algılanan bir yapay evrene bağlı 3 boyutlu kişisel ve ortak dijital alanlardan oluşan web 3.0 tabanlı internet versiyonunu tanımlamak için kullanılır. Metaverse günümüzde mevcut olan “sanal gerçeklik” tabanlı bir kavram olarak geleceğin deneyimlenebilir gerçeklik ortamlarını nitelemektedir. Bu bağlamda gazeteciler için,

metaverse’de gerçekleştirilecek gazetecilik faaliyetlerinin “sürükleyici gazetecilik” ile benzer veya aynı olmasını beklenmektedir. Bu durum katılımcı gazetecilerin, sürükleyici teknolojilerden haberdar olduğunun en keskin kanıtıdır.

Özetle, gazetecilerin gözünden sürükleyici gazetecilik, empati yaratma kapasitesi ve izleyiciyi olayın içine çekme gücüyle öne çıkmaktadır. Gazeteciler, bunun özellikle farkındalık yaratmada etkili olduğunu ve karmaşık meselelerin anlaşılmasına katkı sağladığını belirtmiştir. Öte yandan, blok zinciri ve metaverse gibi yeniliklerle birlikte, gazetecilerin içeriklerinin sansürlenemeyeceği ve güvenli bir ortamda çalışabilecekleri ifade edilmiştir. Anonimlik sağlama ve alternatif gelir kaynakları oluşturma (NFT kullanımı gibi) da bu teknolojilerin sunduğu fırsatlar olarak sürükleyici gazetecilikle ilişkilendirilmiştir.

Gazeteciler, sürükleyici gazeteciliğin dezavantajlarına ilişkin olarak, haberin aktarımı sürecinde gerekli olan yaratıcı faaliyetlerin kurgu ile gerçek arasındaki çizgiyi bulanıklaştırarak haberin gerçekliğini yitirmesine yol açabileceğini belirtmişlerdir. Bununla birlikte, televizyonlarda görsel öğelerin kullanımının toplum üzerindeki mevcut etkisini vurgulayarak sürükleyici gazeteciliğin kurgu temsillerle oluşturabileceği potansiyel manipülasyon faaliyetleri hakkında yorum yapılması bu duruma örnek olarak gösterilebilir. Ancak bu noktada gazeteciler, temsil dışında 360 derece kamera ve ham görüntülerle gerçekleştirilen sürükleyici gazetecilik pratiklerini göz ardı etmiştir. Bu durum gazetecilerin sürükleyici gazetecilikle ilgili bilgi seviyesinin sınırlı olduğuna dair ise ilk önemli bulgudur.

Gazeteciler tarafından dile getirilen bir diğer olumsuzluk ise, daha önce avantaj olarak da aktarılan, sürükleyici teknolojilerin sağladığı deneyim odaklı empatik yapıdır. Bu noktada gazeteciler arasında avantaj ve dezavantajların ne olduğuna dair bir çelişki ortaya çıkmaktadır. Deneyim odaklı haberciliğin farkındalık oluşturmadaki gücünün yanı sıra vahşet ve sarsıcı görüntülerin oluşturabileceği psikolojik yük bir olumsuzluk olarak aktarılmıştır. Öte yandan bu psikolojik yük yalnızca çocuklarla sınırlandırılmıştır. Bu durum kısmen doğru olsa bile, bir yarışma veya spor müsabakasında elde edilmiş başarıyla ilgili bir sürükleyici haberin, olumlayıcı bir motivasyon aracı olarak da kullanılabilmesi de mümkündür. Bu bakımdan gazeteciler, sürükleyici gazeteciliğin uygulama biçimlerinin çeşitliliğini göz ardı ederken, deneyimlenebilir haberi, konusu ve içeriğine göre yorumlamaktadır. Bu sebeple hem avantaj hem de dezavantaj olarak çelişkili bir durum ortaya çıkmaktadır.

Sürükleyici gazeteciliğin avantaj ve dezavantajları göz önünde bulundurularak diğer gazetecilik biçimleriyle kıyaslanması istendiğinde gazeteciler, sürükleyici gazeteciliği çok daha etkili bir biçim olarak görmektedir. Özellikle geleneksel gazetecilik ile kıyaslamalarda yüksek teknoloji temelli yapısı ve geleneksel dışında yer alan üretim pratiklerinin sürükleyici

gazeteciliği etkili bir biçim haline getirmektedir. Bu noktada geleneksel haber üretim pratiklerindeki gazeteci rollerinin değişme ihtimali, bazı gazetecileri heyecanlandırmaktadır. Öte yandan kullanıcı/okur üzerindeki etkileri de kıyaslanarak sürükleyici gazeteciliğin daha büyük bir etkiye sahip olacağı ve bu yüzden mevcut gazetecilik biçimlerinin yerini alacağına dair yorumlar bulunmaktadır. Bu durum, çalışmanın araştırma sorusu olan “A1” için de önemli bir bulgudur.

Gazetecilere, sürükleyici gazeteciliğe en uygun uygulama araçları ve teknikleri sorulduğunda çoğunlukla haber hikayesinin içselleştirilmesine yönelik afet haberleri ve belgesel haberler veya araştırma haberlerinin uygun olabileceğine yönelik görüşler aktarılmıştır. Bu noktada sürükleyici gazeteciliği uygulama teknikleri veya üretimde kullanılabilecek teknolojik araçlardan ziyade uygulama alanlarına dair yorumlar yapıldığı görülmektedir. Öte yandan son dakika haberleri gibi hızın ön plana çıktığı ve istatistiki verilerin yoğunlukla kullanıldığı haber biçimlerine uygun görüldüğüne dair çarpıcı ve kafa karıştırıcı yorumlarda bulunmaktadır. Sürükleyici gazeteciliğin farklı uygulama pratikleri (Tam sanal gerçeklik veya 360 derece kamera kullanımı) arasından hangisinin gazetecilik mesleği için uygun olacağına dair ise bir yorum yapmaktan kaçınmışlar veya net bir şekilde konu dışı yorumlar yapmışlardır. Bu noktada sürükleyici gazeteciliğin teknik kısımlarıyla ilgili olarak bazı gazetecilerin sınırlı veya kısıtlı bir bilgi birikimine sahip olduğu görülmektedir.

Gazeteciler, sürükleyici gazeteciliğin temel sorunlarının gerçeklik ve kurgu arasındaki çizginin kaybolmasının ortaya çıkarabileceği sorunlara ve maddi olarak pahalı olan bu pratiğin bağımsız haberciler veya yerel medya kuruluşları üzerindeki olumsuz etkilerine değinerek aktarmıştır. Özellikle “... bir diziden, çizgi filmde veya bir filmde hızla etkilenen insanların yaşadığı bu toplumda açıkçası çok daha tehlikeli boyutlara ulaşabileceğini düşünüyorum.” şeklinde yapılan yorum, sürükleyici gazeteciliğin kullanıcı/izleyici üzerindeki etkilerinin daha fazla olduğuna ve etkilerin manipülasyon için kullanıldığında daha yıkıcı etkilerin olabileceğine dair endişeleri taşımaktadır. Sürükleyici gazeteciliğin izleyici üzerindeki etkisi bakımından değerlendirildiğinde bu yorum, araştırma sorusu “A1” için önemli bir gösterge olmaktadır.

Sürükleyici gazetecilik için gerekli teknolojik altyapı ve ekipmanların pahalı olması, yerel ve bağımsız medya kuruluşları için büyük bir zorluk oluşturacağı da diğer bir görüştür. Bu görüşler doğrultusunda gazetecilere, bahsettikleri sorunlara ve zorluklara yönelik çözüm önerisi sunmaları istenmiştir. Sürükleyici gazeteciliğin yaygınlaşmasıyla, ekonomik olarak devlet destekleri ve teşvikleriyle, haberlerin üretim sürecinde editöryal denetime tabii tutulması

ve haberin doğru şekilde aktarılmasıyla bu sorunların üstesinden gelineceğine dair görüşler belirtilmiştir.

Gazeteciler, sürükleyici gazetecilik ve gazetecilik etiği hakkında ise çoğunlukla geleneksel etik kurallarının uygulanması gerektiğine ancak sürükleyici gazeteciliği mevcut etik kurallarla gerçekleştirmenin de tam olarak mümkün olmadığına dair görüş belirtmişlerdir. Bu durumun temel sebebi olarak hali hazırda mevcut etik değerlerin göz ardı edilmesi, etik kuralların ise uygulanmadığını düşünmeleridir. Bu durum başlı başına endişe kaynağıdır çünkü, uzun yıllar içerisinde meslek içerisinde oluşmuş etik normların, geleneksel gazetecilik pratiklerinde bile tam olarak uygulanmaması, mevcut etik normlarla çelişebilen pratikleri bünyesinde bulunduran ve henüz yeni bir gazetecilik türü sayılan sürükleyici gazetecilik için hali hazırda tartışmalı bir konudur. Tecrübeli gazeteciler tarafından bu konunun fark edilemediği görülmekte ve sürükleyici gazetecilik ve etik konusunda büyük bir bilgi eksikliğinin bulunduğu söylenebilmektedir. Öte yandan etik hakkındaki görüşler aktarılırken sürükleyici teknolojileri yine sosyal medya haberciliğiyle karıştıran tuhaf ve çelişkili yorumlar edilmiştir. Bu durum, bazı gazetecilerin sürükleyici teknolojiler hakkında sınırlı veya kısıtlı bir bilgi birikimine sahip oldukları çıkarımını pekiştirmektedir.

Sürükleyici gazeteciliğin geleceği hakkındaki yorumların tamamı gazetecilik mesleği için farklı ön koşullara dayanan ancak her biri olumlayıcı biçimde gerçekleşmiştir. Örneğin gelecekte “metaverse” in akıbetiyle doğru orantılı olarak sürükleyici gazeteciliğin de o şekilde konumlanacağı veya teknolojik ilerlemelerden dolayı, zamanı geldiğinde kaçınılmaz biçimde geleneksel gazetecilik pratiklerinin yerini alacağına dair görüşler belirtilmiştir. Katılımcılar tarafından sürükleyici gazeteciliğin avantajları ve geleceğinin metaverse ile ilişkilendirilmesi yaygın olarak dile getirildiğinden, araştırmacı gazetecilere bu konudaki görüşlerini detaylandırmaları için ek sorular yöneltilmiştir. Gazeteciler, metaverse kavramıyla ilgili kapsamlı ve detaylı bilgi aktarımı gerçekleştirmişlerdir. Bu durum, metaverse’ün bilinirliğinin sürükleyici teknolojilere nazaran çok daha yüksek olduğu net bir şekilde görülmektedir. Öte yandan, metaverse kavramının hayata geçirilmesi için çok uzun bir yol olduğu gazetecilerin ortak kanaatidir.

Gazeteciler, sürükleyici gazeteciliğin kalıcı bir uzmanlık alanı haline gelmeyeceğine ilişkin olarak, günümüzde kullanılan sürükleyici teknolojilerin yaygın olmaması nedeniyle bunun şu an için mümkün olmadığını; ancak gelecekte daha kompakt ve uygun maliyetli araçların geliştirilmesiyle bu alanın yaygınlaşıp uzmanlık haline dönüşebileceğini belirtmişlerdir. Katılımcı gazetecilerden biri ise, geleneksel gazetecilik pratiklerinin değişimine direneceğini belirterek sürükleyici gazeteciliğin uzun ömürlü

olmayacağı görüşünü savunmuştur. Bu bulgu ilginçtir çünkü iletişim araçlarındaki teknolojik yeniliklere hızla uyum sağlamayı gerektiren bir meslek olan gazeteciliği muhafazakâr bir yaklaşımla sürdürmek oldukça zor bir eylemdir. Bu görüşünün gerekçesi sorulduğunda ise katılımcı, değişimlerin beraberinde getireceği pratiklerin (teknik ve uygulama açısından) daha fazla yükümlülük oluşturacağını ve bu durumun, halihazırda düşük maaş ve yoğun iş gücü ile sürdürdüğü meslekte karşılanmasının mümkün olmadığını ifade etmiştir. Bu durum gazetecilerin olası bir teknolojik dönüşümde veya trend olan bir pratik karşısında değişime direnç gösterebileceğini ortaya koymaktadır. Sürükleyici gazeteciliğin mevcut medyada uygulanmasına yönelik, henüz çok yeni ve yaygın olmayan bir pratik olmasından kaynaklı olarak mevcut medya düzeninde uygulanmasının mümkün olamayacağına dair görüşler de bildirmişlerdir. Öte yandan manipülasyon ile yönlendirme tekniklerinin haberler üzerinde uygulanmasına olanak sağlayabileceğinden ve geleneksel gazetecilik pratiklerini ortadan kaldıracığına veya yerini alabileceğine dair kaygı ve endişeler dile getirilmiştir. Bu yorum, çalışmanın araştırma sorusu olan “A3” için de önemli bir bulgudur. Öte yandan bu durum ilginçtir çünkü, geleneksel medyada çalışan gazetecilerin sürükleyici gazetecilikle birlikte yeni istihdam alanı açılmayacağını veya kendilerinin yerine bu yeni alanda uzmanlaşmış gazetecilerin iş bulabileceğine dair endişelerinin bulunduğunu göstermektedir. Sürükleyici gazetecilikle ilgili uzmanlaşma alanı oluşturmanın veya konuyla ilgili eğitimler gerçekleştirerek gazetecileri gelecekte önemli bir pratik olacağı beklenen sürükleyici gazeteciliğe hazırlamanın önemini ortaya koymaktadır. Bunun yanında yalnızca bir gazeteci sürükleyici gazetecilik pratiklerinin medya sektörüne “renk” katarak insanların habere yönelik ilgisini arttıracığına dair görüş belirtmiştir. Bu durum, çalışmanın araştırma sorusu olan “A1” için de önemli bir bulgudur.

Gazetecilerde yaygın görüş olarak, sürükleyici gazeteciliğin ileri düzeyde teknolojik araçlara dayandığını ve bu araçların, okuyuculara daha etkileşimli ve derinlemesine bir haber deneyimi sunmada kilit rol oynadığı bulunmaktadır. Bununla birlikte teknolojik ilerlemelerin günümüze kadarki süreçte medyayı ve iletişimi nasıl değiştirdiği bilindiği için ön görülebilen teknolojik gelişmelerin de gelecekte bu pratiklere bağlı olacağına dair yorumlar bulunmaktadır. Ancak gazetecilerin, sürükleyici gazetecilikle ilgili genel ve yüzeysel bilgi aktarmaya çalıştığı gözlemlenmiştir. Özellikle sürükleyici gazeteciliğin teknik gerekliliği, farklı uygulama biçimleriyle gerçekleştirilebilmesi (sanal gerçeklik gözlüğü olmadan vb.) veya kullanılan araçların farklılaştığı gibi bilgilere sahip olmadığı görülmektedir.

3.10. Akademisyen Görüşlerinin Değerlendirilmesi

Akademisyenler, sürükleyici gazeteciliğin dikkat çekme, empati yaratma, teknolojik avantajlardan yararlanma, izleyiciyle doğrudan etkileşim kurma ve karmaşık konuları anlaşılır hale getirme gibi özelliklerini güçlü ve avantajlı bulmuştur. Dikkat çekme ve empati kurma özelliklerinin ön planda olduğu vurgulanarak, modern bireylerin haberlere fazla vakit ayırmadığı, ancak sürükleyici gazetecilikle kullanıcıların dikkatinin haberlere daha fazla çekilebileceği belirtilmiştir. Sanal gerçeklik ile izleyicilerin habere daha derin odaklanabileceği, bu odaklanmanın empatiyi artırarak bireyleri daha duyarlı hale getirebileceği ifade edilmiştir. Bu görüşler, çalışmanın "A1" araştırma sorusu açısından da önemli bir bulgudur. Öte yandan, sürükleyici gazeteciliğin izleyici ve gazeteci bağlılığını artırma potansiyeli taşıdığı, ayrıca üretim sürecinde ihtiyaç duyduğu zihinsel ve entelektüel katkılarla gazetecileri yaratıcı olmaya teşvik ettiği de vurgulanmıştır. Bu noktada akademisyenler daha geniş bir perspektiften ve gazetecilere nazaran daha yoğun bir bilgi birikimiyle konuyu ele almaktadır.

Akademisyenler, sürükleyici gazeteciliğin dezavantajları ve zayıf yönlerine dair çok çeşitli sorunları vurgulamaktadır. İlk olarak, gazeteciliğin hızlı bilgi sunma amacının hata yapma ve manipülasyona açık hale geldiğini, bunun sürükleyici gazetecilik için de geçerli olduğunu belirtmişlerdir. Hız ya da teknolojinin yanlış kullanımı, farkında olmadan dezenformasyon veya yanlış bilgi yayılmasına yol açabilecektir. Ancak sürükleyici haber üretmek, geleneksel haber üretimine nazaran yüksek teknik bilgi ve teknoloji okur yazarlığı gerektiren, karmaşık, pahalı ve uzun süren bir süreçtir. Bu nedenle, hız kaynaklı yanlış bilgi yayılması sürükleyici gazetecilik için makul bir kaygı olarak görülmemektedir. Hatta sürükleyici gazeteciliğin hız ögesine sahip olmaması, çalışmanın diğer bir veri toplama yöntemi olan odak grup çalışmasında dezavantaj olarak gösterilmiştir. Bununla birlikte akademisyenler, sürükleyici gazeteciliğin prodüksiyon yükünü gazetecilere yüklemesinin, bu mesleğe emek verenler için bir baskı unsuru olarak görülebileceği ifade edilmiştir. Gazeteciler tarafından bu durum, sürükleyici teknolojilerin oluşturacağı iş yükü artışı sebebiyle gelecekte bu pratiğin yaygınlaşmamasını isteyen gazeteci görüşleriyle de doğrulanmıştır. Öte yandan yüksek maliyetli ekipmanlar ve zaman baskısının süreci zorlaştırdığı, bu tür içeriklerin daha çok varlıklı ve sağlıklı bireylere hitap edebileceği kaydedilmiştir. Ayrıca, bu teknolojilerin sağlık sorunlarına yol açabileceği ve düşük gelirli ya da teknolojiye erişimi olmayan bireylerin sürükleyici gazetecilikten yararlanmasının sınırlı olduğu vurgulanmıştır. Diğer bir eleştiri, sürükleyici ortamda bilgi ve haber kavramlarının birbirine karışması, hatta içerik ve kurgunun

ayırt edilemez hale gelmesi ihtimalidir. Bu durumun, sürükleyici gazeteciliğin önemli bir dezavantajı olduğu ifade edilmiştir.

Özetle, sürükleyici gazeteciliğin dezavantajlı ve zayıf yönleri, gerçeklik ile kurgu arasındaki çizgiyi bulanık hale getirerek gazetecilikte etik sorunlara yol açabileceğidir. Ayrıca, şiddet içerikli haberlerin izleyiciler üzerinde olumsuz psikolojik etkiler yaratabileceği, özellikle gazeteciler içinse çocuklar açısından tehlike oluşturabileceği konusunda endişeler aktarılmıştır. Akademisyenler içinse gazetecilerden ayrılan nokta, gazetecilerin iş yükünün artması ve sürdürülebilir bir pratik olmaktan uzak olmasıdır.

Akademisyenler sürükleyici gazeteciliğin etkileyici deneyimler sunduğunu kabul etmekle birlikte, yüksek maliyet ve teknolojik erişim sorunlarının bu gazetecilik türünü sınırlayabileceğini ve geleneksel gazeteciliğin geniş kitlelere erişim açısından hala avantajlı olduğunu belirtmektedirler. Katılımcı bir akademisyen, sürükleyici gazeteciliğin haberin sunumunu değiştirdiğini ancak özünü etkilemediğini, dolayısıyla diğer türleri geride bırakmaktan ziyade tamamlayıcı bir rol üstlendiğini belirtmektedir. Yüksek maliyet, erişim ve teknik sınırlamalar bu tür gazeteciliği zorlaştırırken, sürükleyici gazetecilik özellikle gençlere ulaşmada etkili bir araç olarak görülmektedir. Bu durum çalışmanın araştırma soruları arasında yer alan “A2” için önemli bir bulgudur. Öte yandan derinlemesine anlatım, empati yaratma ve karmaşık konuları daha anlaşılır kılma gibi avantajları nedeniyle dikkat çekici bir potansiyele sahip olsa da geniş kitlelere ulaşmada geleneksel gazeteciliğin düşük maliyetli ve erişilebilir yapısı daha avantajlıdır. Sürükleyici gazeteciliğin maliyet ve erişim zorlukları, uzun vadeli geniş kitlelere ulaşmasını sınırlayan temel faktörler olarak öne çıkmaktadır. Özetle, akademisyenlere göre sürükleyici gazeteciliğin etki potansiyeli yüksektir ancak olgunlaşmamış faktörler yüzünden bu potansiyelini kullanamamaktadır. Bu durum, çalışmanın araştırma sorusu olan “A1” için önemli bir bulgudur.

Akademisyenlerin sürükleyici gazetecilikte kullanılan araç ve tekniklere dair yorumlarında, bu türün teknolojik yeniliklere dayanarak okuyucuya benzersiz bir deneyim sunduğu görüşü öne çıkmaktadır. Gazetecilere benzer şekilde bazı akademisyenler de teknik bilgi eksikliği nedeniyle araçlar üzerine doğrudan yorum yapamamaları da sürükleyici gazeteciliğin haber odasında bilgisayar mühendisleri ve grafik tasarımcılar gibi teknik uzmanlara ihtiyaç duyduğunu vurgulamaktadır. Bu durum sürükleyici gazeteciliğin üretim pratiklerinde oluşturabileceği teknik değişikliklerden ziyade haber odası üzerinde oluşturabileceği rol ve sorumluluk değişikliklerine önem verdiğini ortaya koymaktadır. Öte yandan katılımcı akademisyenlerden birisi, sanal gerçeklik gözlüklerinin (VR gözlükleri) sürükleyici gazeteciliğin olmazsa olmazlarından olduğunu, bu teknolojinin okuyuculara

deneyimlenebilir bir alan sunduğunu ve bu tür gazeteciliğin temel taşı oluşturduğunu dile getirmiştir. Tam olarak doğru sayılmayan bu önerme, belirli akademisyenlerin sürükleyici teknolojilerin sanal gerçeklik gözlüğü olmadan gerçekleştirilebilen uygulamalarını, bu alanın kapsamına dahil etmediğini göstermektedir.

Akademisyenler, sürükleyici gazeteciliğin gazetecilik lisans eğitimi müfredatına eklenmesinin hem fırsatlar yaratacağını hem de mevcut sorunları karmaşıklştırabileceğini belirtmiştir. Görüşlerin çoğu, Türkiye'deki gazetecilik eğitimine yönelik eleştirilerle, teorik bilgi ve uygulamanın yetersizliğine odaklanmıştır. Bazı akademisyenler, sürükleyici gazeteciliğin müfredata eklenmesinin öğrencilerin medya okuryazarlığını artırıp karmaşık konuları anlamalarını sağlayacağını; eleştirel düşünme becerilerini ve yeni teknolojilere uyum kapasitelerini geliştireceğini vurgulamıştır. Diğer görüşlerde ise öğrencilerin teknolojik yeniliklere uyum sağlamasının, mesleğe olan inançlarını güçlendireceği ve yeni alanlarda kendilerini keşfetmelerine olanak tanıyacağı belirtilmiştir. Genel olarak, sürükleyici gazeteciliğin müfredata eklenmesi eğitim sistemindeki yetersizlikler ve teknik bilgi eksikliği gibi engellerle karşı karşıya olsa da öğrencilere sunduğu gelişim fırsatları açısından büyük bir potansiyel taşıdığı ifade edilmiştir. Bununla birlikte akademisyenler, sürükleyici haber üretim projelerine öğrencilerin veya gazetecilerin katılımını hem eğitim süreçlerine entegrasyon hem de mesleki gelişim açısından önemli bir adım olarak değerlendirmektedir. Dijital becerilerin önemini vurgulayan akademisyenler, gazetecilikte yalnızca teknolojiyi kullanmanın yeterli olmadığını, aynı zamanda güçlü bir habercilik bilgisi ve etik farkındalığın da gerekliliğini vurgulamaktadır. Ayrıca, öğrencilerin hedef kitle analizi yaparak etkileyici hikayeler oluşturmaları, teknolojik araçları etik sorumluluklarla birlikte kullanmaları ve projelerin izleyici geri bildirimleriyle geliştirilmesinin kritik olduğu belirtilmiştir. Sürükleyici gazeteciliğin öğrenciler tarafından deneyimlenmesi gerektiğini belirten görüşler, bu projelerin gelecekte daha erişilebilir hale geleceğine dair bir inançla desteklenmiştir. Sonuç olarak, teknolojiyi etkin kullanarak habercilik süreçlerine dahil olmaları, öğrencilerin mesleki gelişimi ve gazeteciliğin geleceği açısından kritik bir değer taşımaktadır. Bu bulgu, araştırmanın “A3” ve “A1” numaralı araştırma soruları için dolaylı cevaplar sağlamaktadır.

Akademisyenler, sürükleyici gazeteciliğin temel sorunlarını aktarırken, yüksek maliyetli teknolojik altyapı ve zaman kısıtlamaları nedeniyle üretim ve tüketim aşamalarında çeşitli sorunlar yaratabileceğini belirtmektedir. Bu yeni medya türünün, duygusal etkiler, objektiflik kaygıları, teknik ve etkileşimsel sınırlamalar gibi zorluklarla karşı karşıya olduğu ve etik kullanımın zorlaştığı ifade edilmiştir. Akademisyenler ayrıca, okur alışkanlıkları ve erişim kısıtları nedeniyle bu içeriklerin yeterince talep görmeyebileceğini ve dramatik anlatımın

gerçeklerden saparak objektifliği zedeleyebileceğini vurgulamaktadır. Özellikle hassas konularda, dramatize edilmiş içeriklerin ters tepkilere yol açabileceği yönünde endişeler dile getirilmiştir. Sürükleyici gazeteciliğin yaygın bir alan olmaması ve bilgi eksiklikleri de bu zorlukları artırmaktadır.

Bu bağlamda, akademisyenlere sürükleyici gazetecilikle ilgili sorunlara dair çözüm önerileri de sorulmuştur. Genel olarak, teknolojik zorlukların, etik meselelerin ve medya şirketleri arasındaki güç dengesizliklerinin nasıl aşılabileceğine dair çözüm önerileri sunulmuştur. Çözüm önerileri için öne çıkan yaygın görüş, sürükleyici gazeteciliğin bilinirlik ve yaygınlaşmanın önemine dikkat çekerek, teknolojinin pahalı olmasının çözümün imkânsız olduğu anlamına gelmediğini ve bu alana yatırım yapacak vizyon sahibi kişilerin varlığının, bu sorunların üstesinden gelinebileceğine yönelik olmuştur. Öte yandan, medya şirketleri ve teknoloji şirketleri arasındaki iş birliklerinin sorun yaratabileceği, büyük medya gruplarının küçük medya kuruluşlarını baskılayabileceği, ancak sağlıklı bir medya atmosferi oluşturarak tüm gazetecilik türleri için medya okuryazarlığının artırılmasının en garanti çözüm olduğu da diğer görüş olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda, teknolojiye ve medya yapılarına yönelik doğru ekonomik yatırımlar ve düzenlemelerle sürükleyici gazeteciliğin mevcut sorunlarının aşılabileceği öngörülmektedir.

Akademisyenler de sürükleyici gazeteciliğin etik açıdan dikkatle ele alınması gerektiğini vurgulamaktadır. Temel etik ilkeler olan objektiflik, doğruluk ve şeffaflığın bu tür habercilikte de titizlikle korunması gerektiğini belirtirken, bu ilkelerin izleyiciyle duygusal bağ kurma potansiyeliyle dengelenmesi gerektiğine işaret etmektedirler. Özellikle savaş ve terör gibi hassas konularda izleyiciyi derinden etkileyen içeriklerin tarafsızlığı zedeleyebileceği ve mağdurlara saygısızlık olabileceği kaygısı dile getirilmiştir. Doğru ve şeffaf bilgilendirmenin etik açıdan daha değerli olduğu düşünülmektedir. Akademisyenler konuyla ilgili yorum yaparken, gazetecilere nazaran daha kapsamlı ve detaylı olarak etiği ele almış ve görüş bildirmiştir.

Akademisyenlerin, sürükleyici gazeteciliğin geleceği ve bu alanın bir uzmanlık dalı olup olamayacağına dair görüşleri, teknolojik gelişmeler, etik zorluklar ve toplumsal etkiler gibi ön koşullara bağlı olarak değişmektedir. Bu bağlamda, herhangi bir görüş birliği oluşmamasına rağmen çoğunluk görüş, sürükleyici gazeteciliğin belirli koşulların oluşması veya iyileştirilmesi sonrasında uzmanlık alanı olabileceği üzerinedir. Öne çıkan görüşlerden ilki, sürükleyici gazeteciliğin deneyimlenebilir bir habercilik türü olarak, yeni medyada yer alan diğer gazetecilik türleri gibi zamanla kabul göreceğini ve oyunlaştırılmış haberin bu süreçte önemli bir rol oynayacağını belirtmektedir. Özellikle oyunlaştırılmış haberlerin ve metaverse

gibi platformların bu tür gazeteciliği daha ilgi çekici hale getireceği ve hızlıca yaygınlaşacağını düşünülmektedir. Metaverse, gazeteciler tarafından da değinilen bir konuyken, haber oyun ve oyunlaştırma kavramları yalnızca akademisyenler tarafından sürükleyici gazetecilikle ilişkilendirilmiştir. Bu durum, akademisyenlerin farklı gazetecilik biçimlerine yönelik daha gelişmiş bir farkındalığa sahip olduğuyla açıklanabilmektedir. Öte yandan, araştırmanın kuramsal çerçevesini oluşturan ludenik haber okuma ve oyunlaştırma konularına dair ilk değerlendirmeler akademisyenler tarafından yapılmıştır. Detaylı yorumlamalarda, oyunlaştırmanın haber etkisine yönelik bir pekiştirici olmasının, yalnızca yüksek medya okuryazarlığına sahip uzmanlar tarafından fark edildiği gözlemlenmiştir. Ancak daha yüzeysel bir değerlendirmeyle bakıldığında, sürükleyici gazetecilikteki mevcut sorunlar ve engeller göz önüne alındığında, oyunlaştırmanın gündeme alınması için henüz erken bir aşamada olduğu ortaya çıkmaktadır. Sürükleyici gazeteciliğin, uzmanlık alanı olacağına dair bir diğer görüş ise dijital teknolojilerin gelişimiyle birlikte sürükleyici gazeteciliğin daha etkileşimli, görsel ve kişiselleştirilmiş bir hikâye anlatımı sunarak büyüyeceğini ve gelecekte daha geniş çapta kabul göreceğini vurgulamaktadır. Bu doğrultuda “A3” ve “A1” araştırma sorusu hem gazeteciler hem de akademisyenler tarafından cevaplanmıştır. Uygulama sürecindeki maliyetlerin düşürülmesi ve teknolojilerin yaygınlaşması gibi koşulların tamamlanmasıyla sürükleyici gazeteciliğin, sürdürülebilir bir uzmanlık alanı olacağı görülmektedir. Bununla birlikte mevcut durumuyla bile hem yüksek teknoloji kapasitesi hem de hikâye anlatıcılığı için taşıdığı ileri seviye potansiyel sebebiyle daha etkili ve anlaşılır haber içerikleri sağlamaktadır. Ancak burada dikkat edilmesi gereken unsur teknolojiye erişim ve kullanım becerileridir ki bu duruma çözüm olarak VR gibi teknolojilerin ucuzlaması ve yaygınlaşması gösterilmektedir.

3.11. Odak Grup Görüşlerinin Değerlendirilmesi

Odak grup görüşmesinde, şeffaf bir tartışma alanı oluşturulmuş ve yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen bulgular için pekiştirici görüşler elde edilmiş, araştırma sorusu “A2” içinse doğrudan bir cevap elde edilmiştir.

Odak grup katılımcıları, sürükleyici gazeteciliğin deneyim odaklı ve empatiyi artırıcı yapısını avantajlı ve güçlü bulmaktadır. Katılımcılardan bazıları, geleneksel gazetecilik pratiklerinin dijitalleşme ile eksik kalan yönlerine dikkat çekmiş, bir grup katılımcı ise bu görüşü internet gazeteciliğiyle kıyaslayarak desteklemiştir. Bu tartışmanın ardından grup genelinde uzlaşa sağlanmış; sürükleyici gazeteciliğin en güçlü yönünün, deneyimlenebilirlik ve farkındalık ile empati yaratma konusundaki üstünlüğü olduğu vurgulanmıştır.

Katılımcılar, sürükleyici gazeteciliğin dezavantajları konusunda çeşitli görüşler dile getirmiştir. Yaygın olarak, bu tür gazeteciliğin yüksek teknik ve teknolojik gereksinimleri ve yalnızca belirli hikayelere uygun oluşu nedeniyle sınırlı uygulanabilirliği vurgulanmıştır. Ayrıca, sürükleyici içeriklerin psikolojik yük yaratabilmesi ve VR setlerin sağlık sorunlarına yol açabilmesi de dile getirilmiştir. Görüşler ifade edilirken üyeler bir tartışma veya daha çok görüş belirtme gibi bir rekabetten ziyade, birbirlerinin yorumlarını "gerçekten öyle" gibi ifadelerle desteklemiş, bu süreçte sürükleyici gazeteciliğin yüksek maliyetli ve etik risklere açık yapısı ortak bir dezavantaj olarak öne çıkmıştır.

Katılımcılar, sürükleyici gazeteciliğin yüksek teknoloji, empati oluşturma ve yaratıcı pratikler içeren yönlerini ilgi çekici bulmuştur. Bu durum “A2” ve “A1” araştırma soruları için önemli bir bulgudur. Bununla birlikte, "K5" tarafından sürükleyici gazeteciliğin "her olaya uygulanabilirliği" konusunda yapılan yorum, grupta fikir ayrılıklarına yol açmış ve tartışmaya neden olmuştur. Bu durum, grubun daha önce uygulama sınırlılıkları konusunda vardığı uzlaşıyla çelişmiştir. Tartışma sonucunda herhangi bir görüş değişimi yaşamamış ve katılımcılar karşıt görüşleri sürdürmüştür.

Katılımcılar, sürükleyici gazeteciliğin teknik gereksinimlerine dair yorumlarında avantaj ve dezavantajlarla uyumlu bir yaklaşım sergilemiştir. Yüksek teknolojiye dayalı bu araçların bilgisayar ve akıllı telefonlar kadar yaygınlaşmaması nedeniyle medya sektöründe ve haber tüketicileri arasında sayısal uçuruma yol açabileceği konusunda hemfikir olmuşlardır. Ayrıca, sanal gerçekliğin “merhamet yorgunluğu” ve “siber hastalık” gibi olası etkileri dolaylı olarak dile getirilmiş ve grup bu konuları tartışmaktan ziyade karşılıklı onaylama yoluyla değerlendirmiştir. Bu noktada tartışma ortamından elde edilen yorumlar önemlidir çünkü ne gazeteciler ne de akademisyenler, sürükleyici gazeteciliğin kullanıcılar üzerinde oluşturabileceği psikolojik veya fiziksel rahatsızlıklardan bu denli spesifik ve açık şekilde bahsetmemiştir. Bu durumun, katılımcıların sanal gerçeklik teknolojilerine daha yakın olması ve daha önce deneyimleme fırsatı bulmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Grup, araştırma sorusu “A2” ile doğrudan ilişkili olarak, sürükleyici gazeteciliğin genç bireylerin haber tüketimine etkisi konusunda farklı ve çelişkili görüşler belirtmiştir. İlk olarak grup, sürükleyici gazeteciliğin haber tüketimine etkisinin olumlu ya da herhangi bir etkisinin (nötr) olmayacağına yönelik iki farklı görüş belirtmiştir. Bu görüşler detaylandırıldığında, teknoloji kullanım kabiliyeti, haberlere yönelik hassasiyet durumu, okunulan haberlerin ilgi çekiciliği ve sürükleyici gazeteciliğin uygulama alanlarına yönelik okurun ilgi seviyesi öne çıkan görüşlerdir. Bu doğrultuda sürükleyici haberlerin etkisinin katılımcıların haber tüketim alışkanlıklarıyla doğrudan ilişkili olduğu görülmektedir.

Katılımcılar görüşlerini sırayla belirttikten sonra odak grup içerisinde tartışma ortamı alevlenmiş ve sürükleyici teknolojilerin temelde sanal gerçeklik teknolojilerinin dışında 360 kamera ile gerçekleştirilebilir olması ve sunduğu eğlence odaklı yapılar üzerine görüşler yoğunlaşmıştır. Öte yandan katılımcılarda iletişim öğrencisi olmalarından dolayı sahip oldukları potansiyel haber üreticisi kimliği ve haber tüketicisi kimliği çatışmaya başlamış ve sürükleyici gazeteciliğin habercilik mesleği üzerindeki etkileri de tartışmada gündeme getirilmiştir. Bu durum, özellikle okulda daha fazla zaman geçirmiş katılımcılarda daha yoğun ortaya çıktığı gözlemlenmiştir. Katılımcıların, sürükleyici gazeteciliğin yalnızca tam sanal gerçeklik teknolojileriyle değil, aynı zamanda 360 derece kameralarla da uygulanabileceğini ve oyunlaştırma odaklı yapıların bu yolla kullanılabileceğini vurgulamaları, genç kuşağın yeni ve ileri teknolojilere yatkınlığından kaynaklanabilir. Bu durum, katılımcıların gazetecilere kıyasla konuya dair daha fazla farkındalık ve bilgi birikimine sahip olduklarını göstermektedir.

360 kamera, oyunlaştırma ve eğlence kavramlarıyla ilgili yorumlar katılımcıların daha önceki görüşleriyle çelişen ifadelerin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Çünkü odak grup çalışması sırasında bir araya gelme süreci, bireylerin kendilerini başkalarının perspektifinden görmelerine ve diğerlerinin değerlendirmesiyle şekillenen bir algı oluşturmalarına olanak tanımaktadır. Bu doğrultuda, oyunlaştırmanın ve eğlencenin haber üzerine olumlu etkisi olacağını belirten katılımcılar, sürükleyici haberlerin haber tüketiminde herhangi bir etkisi olmayacağı görüşünü savunan katılımcılar üzerinde, kendi düşüncelerinin kabulüne (ikna) sebep olmuştur. Ancak grup süreç içerisinde tekrardan haber üreticisi kimliği ve haber tüketicisi kimliği arasında çatışmaya başlamış ve oyunlaştırılan haberin içeriğinin ne olduğu koşuluna bağlı olarak haber tüketimine olumlu etki sağlayacağına dair uzlaşa sağlamışlardır. Bu doğrultuda, sürükleyici gazeteciliğin haber tüketimine olumlu katkısı, katılımcıların haber tüketim alışkanlıklarına ve habere konu olan olayın içeriğine bağlı olarak değişmektedir. Bu bulgu, araştırma sorusu “A2” için doğrudan bir cevap sağlamakta ve önemli bir veri sağlamaktadır.

SONUÇ

Bu çalışmada, “dijitalleşme sürecinde, özellikle genç nesillerin haber okumaya yönelik ilgisini artırmak mümkün mü?” sorusuna cevap aranmıştır. Bu soru çerçevesinde tüketimin arttırılmasına yönelik bir strateji olarak kabul edilen “oyunlaştırma” kavramının ve günümüz haber metinlerinin büyük bir kısmının yer aldığı “dijital ortamın” özelliklerinden faydalanarak “haber in sürükleyici bir anlatı hale getirilmesi okurun habere yönelik ilgisini arttırır mı?” sorusu, araştırmanın kuramsal ve kavramsal çerçevelerini oluşturmada kılavuz

kabul edilmiştir. Öte yandan bu araştırma çerçevesinde bir desen oluşturulmuş ve 3 adet araştırma sorusuna cevap aranmıştır.

Araştırmanın kavramsal çerçevesi, yeni bir gazetecilik biçimi olması, oyunlaştırma ve eğlence öğelerini taşıma potansiyeli, gelecekte gazeteciliğin dönüşümüne dair akademik ön görümlere uygunluğu, sahip olduğu deneyim odaklı ve ileri teknoloji temelli yapısı yüzünden sürükleyici gazetecilik etrafında şekillenmiştir. Günümüz dijital çağında, teknolojik gelişmeler medya ve gazetecilikte köklü değişimlere yol açmakta ve bu değişimin yüksek potansiyele sahip aktörlerinden birisi de sürükleyici gazetecilik olmaktadır. Sürükleyici gazetecilik, 360 derece görüntüleme, artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) gibi araçlar ile teknik ve karmaşık üretim pratikleriyle okuyucuya olayların merkezindeymiş hissi vermeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda, haberin daha derin ve etkileşimli bir deneyim sunmasını sağlarken, izleyiciyi pasif bir tüketiciden hikâye içerisinde etkileşime girebilen veya kararlar alabilen, aktif bir katılımcıya dönüştürmektedir.

Araştırmanın kuramsal çerçevesi, oyunlaştırma kavramı ve Ludenik Haber Okuma Teorisi üzerine şekillendirilmiştir. Oyunlaştırma, kullanıcıların dikkatini çekmek, katılımı artırmak ve motivasyonu güçlendirmek amacıyla oyun mekanikleri, estetiği ve düşünce yapısı gibi oyun özelliklerinin ve bileşenlerinin oyun dışında kullanılmasıdır. Oyunlaştırma ile herhangi bir sorun veya olayla ilgili hikâyenin aktarımında oyuna benzer bir deneyim sunmak mümkün hale gelmektedir. Ludenik Haber Okuma Teorisi ise haber okuma eyleminin sadece bilgilendirme amacı taşımadığını, aynı zamanda kendi başına bir keyif ve eğlence kaynağı olduğunu öne sürmektedir. 1964'te William Stephenson'ın geliştirdiği bu teori, haber tüketim sürecine odaklanarak, okurların kötü haberlerden bile keyif alabileceğini ve bu sürecin oyun benzeri bir yapıya sahip olduğunu savunmaktadır. Stephenson, gazete okuma eyleminin o dönemde yetersiz açıklanan teorik yönlerini ele alarak, okuma eyleminin yarattığı tatmin duygusunun oyun oynama eylemine benzer bir tatmin sunduğunu belirtir. Teoriye göre okurlar, haber içeriği kadar okuma eyleminin kendisinden de haz duyarlar; bu haz, oyunların sağladığı duygusal tatminle paralel bir şekilde yaşanmaktadır.

Araştırmanın ilk sorusu, sürükleyici gazetecilik uygulamalarının haberin anlaşılabilirliği ve okur/izleyici üzerindeki etkileriyle ilgilidir. Bu etkilerin ölçülmesi, haber tüketimi üzerindeki etkiyle doğrudan ilişkilidir. Bu doğrultuda, uzmanların sürükleyici gazeteciliğin kullanıcı üzerindeki etkileri başta olmak üzere, güçlü ve zayıf yönleri gibi birçok özelliği hakkındaki görüşlerine başvurulmuştur.

Sürükleyici gazetecilikle ilgili çeşitli başlıklar altında gruplandırılacak konular hakkında haber içeriğini üreten gazeteciler ve gazetecilik eğitimi veren akademisyenlerin

görüşlerine baş vurulmuştur. Sonuçlar ele alındığında iki grup arasında çok az fikir farklılığı bulunduğu görülmektedir. Özellikle, sürükleyici gazeteciliğin avantajlı ve dezavantajlı yönleri hakkında güçlü bir fikir birliği bulunmaktadır. Güçlü yönleri hakkında, gazeteciliğin izleyiciyi erişimi zor ve uzak yerlere götürerek onları olayların merkezinde hissettiren deneyimlenebilir yapısının önemi konusunda görüş birliği vardır. Bu durum konuyla ilgili daha önce gerçekleştirilen çalışmalarda (Damas ve de Gracia, 2023; Steed ve diğerleri, 2018) bulgularla benzeşmektedir. Akademisyenler, sanal gerçeklik ile izleyicilerin habere daha derin odaklanabileceği, bu odaklanmanın empatiyi artırarak bireyleri daha duyarlı hale getirebileceğini ifade etmiştir. Gazeteciler, sürükleyici haberlerin kullanıcı/okur üzerindeki etkilerini geleneksel gazetecilikle kıyaslayarak, sürükleyici gazeteciliğin daha büyük bir etkiye sahip olacağı ve bu yüzden mevcut gazetecilik biçimlerinin yerini alacağına dair yorumlarda bulunmuştur. Bu durum sürükleyici gazeteciliğin haberin okur/izleyici üzerindeki etkilerini kesinlikle arttıracığına dair net görüşlerdir. Ancak, madalyonun diğer yüzünde gazeteciler ve akademisyenler, yaygın olmayan cihazlara duyulan ihtiyaç ve teknolojik ekipmanın özellikle gelişmekte olan ülkelerdeki sürekli yüksek maliyetinden kaynaklanan daha büyük riskler ve zayıflıklar barındırdığı konusunda hemfikirdir. Sürükleyici gazeteciliğin maliyet ve erişim zorlukları, uzun vadeli geniş kitlelere ulaşmasını sınırlayan temel faktörler olarak öne çıkmaktadır (Mabrook ve Singer, 2019; Uskali ve Ikonen, 2021). Hem gazetecilere hem de akademisyenlere göre sürükleyici gazeteciliğin etki potansiyeli yüksektir ancak olgunlaşmamış faktörler yüzünden bu potansiyelini kullanamamaktadır. Bu durum, sürükleyici gazetecilikle ilgili akademik çalışmalara da yansımış, çoğunlukla ekonomik olarak daha iyi durumda olan ülkelerde sürükleyici gazetecilikle ilgili akademik çalışmaların gerçekleştirildiği görülmüştür (Arık, Karaduman, ve diğerleri, 2024).

Uzmanlar, bu teknolojinin gücüyle daha da kötüleşen etik meseleler gibi diğer zayıflıklara da atıfta bulunmaktadır. Benzer çalışmalar ele alındığında etik konusu sürükleyici gazeteciliğin temel sorunlarından ve sınırlamalarından bir diğeridir (Damas ve de Gracia, 2023; Goutier ve diğerleri, 2021; Uskali ve diğerleri, 2021). Gazeteciler, sürükleyici gazeteciliğin kullanıcı/izleyici üzerindeki etkilerinin daha fazla olduğuna işaret ederken bu yüksek etkinin manipülasyon için kullanıldığında daha yıkıcı etkilerin olabileceğine dair endişeleri aktarmıştır. Bu durum akademisyenler tarafından da kabul edilen ancak gerekli eğitim veya kullanım becerileri kazandırıldığında her gazetecinin aşabileceği bir durum olarak gösterilmektedir. Akademisyenler, etkin teknoloji kullanımının, habercilik süreçlerine dahil olmasını, öğrencilerin mesleki gelişimi ve gazeteciliğin geleceği açısından kritik bir değer taşıdığını aktarmıştır. Bu bulguların yanı sıra, sürükleyici gazeteciliğe olumsuz bakan gazeteciler

arasında bile bu pratiğin, medya sektörüne “renk” katarak insanların habere yönelik ilgisini arttıracığına dair görüşler bulunmaktadır.

Sürükleyici gazeteciliğin, haberin anlaşılabilirliğine katkısı ele alındığında ise karmaşık sonuçlar elde edilmiştir. Öncelikle bulgular ele alındığında, sürükleyici haber kurgusu, sahip olduğu deneyimlenebilir özellikler sebebiyle geleneksel haberciliğe nazaran daha detaylı bilgi aktarımına müsaittir. Öte yandan her izleyicinin/okurun, aktarılan haberi temel düzeyde ve aynı şekilde alımlaması gazeteciliğin değişmez kurallarından birisidir. Ancak sürükleyici gazetecilikte alımlama, kullanıcının sürükleyici teknolojileri kullanma becerisiyle doğru orantılıdır. Bu durum haberin anlaşılabilirliği için ciddi bir kısıtlılık oluşturmaktadır çünkü, sürükleyici teknolojiler yaygın veya kullanımı kolay teknolojiler değildir. Bununla birlikte sürükleyici teknolojilerin kullanıcı üzerindeki fiziksel etkileri, uzun ve sık tekrarlanan kullanımlara uygun olmamasına yol açmakta, haberlere erişime veya kullanımın yaygınlaşmasına sekte vurmaktadır. Dolayısıyla sürükleyici gazetecilik haberin anlaşılabilirliğine olumlu olarak katkı sağlamamaktadır. Ancak gelişen teknolojiyle birlikte bu durumun değişebileceğine dair gazeteci ve akademisyen görüşleri bulunmaktadır.

Sonuç olarak, ister haber öğelerini pekiştiren bir unsur olarak isterse de kendi başına geleneksel gazeteciliğin yerini alacak bir biçim olarak ele alınırsa alınsın, sürükleyici gazetecilik, haberin izleyici üzerindeki etkisini arttırmaktadır. Haberin anlaşılabilirliğini arttırmak ise kullanıcıların teknoloji kullanımıyla doğru orantılı olarak ele alınmış ve günümüzde pek mümkün olmayan bir durum olarak sonuçlanmıştır.

Araştırmanın ikinci sorusu, sürükleyici gazetecilik uygulamaları ve haber anlatıları bünyesinde bulundurduğu eğlence odaklı özellikleri ve teknik donanımlarıyla genç neslin haber tüketimini arttırıp arttırmayacağı üzerinedir. Bu doğrultuda odak grup görüşmesi düzenlenmiş ve gerekli bulgular elde edilmiştir. Ancak odak grup dışında yarı yapılandırılmış görüşmeyle çalışmaya katılan akademisyenler de bu konuda yorumlarda bulunmuş, yüksek maliyet, erişim ve teknik sınırlamaları dışarda tuttuğumuzda, sürükleyici gazeteciliğin özellikle gençlere ulaşmada etkili bir araç olduğunu aktarmıştır.

Odak grup, sürükleyici gazeteciliğin genç bireylerin haber tüketimine etkisi konusunda olumlu görüşler belirtmiştir. Ancak bu görüşler, odak grup süresince farklılaşmış ve odak grubun sonuna doğru temel düzeyde bir fikir birliği sağlanmıştır. İlk olarak grup, sürükleyici gazeteciliğin haber tüketimine etkisinin olumlu ya da herhangi bir etkisinin olmayacağına (nötr) yönelik iki farklı görüş belirtmiştir. Nötr olacağına dair görüşler detaylandırıldığında, bu tür bir haberin tüketilmesinin, teknolojinin yaygın olmaması ve kullanım bilgisinin eksikliği sebebiyle tercih edilmeyeceği yönündedir. Bu tür bir mekânsal anlatının, karmaşık yapısı sebebiyle çok

fazla üretilmeyeceği ve üretilen içeriklerin ise 'niş' bir kitle tarafından erişilebileceği aktarılmıştır. Bu bağlamda katılımcılar, kendilerini bu niş grup içerisinde konumlandırmamaktadır. Nötr etki yaratacağına dair görüşlerde öne çıkan bir diğer etmense, kullanıcıların, sürükleyici haberlere konu olan olaylara yönelik sahip olduğu hassasiyet düzeyidir. Katılımcılar, özellikle haber hikayelerinin deneyimlenmesinin geçmiş travmaları tetikleyebileceğini veya yeni travmalar oluşturabileceğini öne sürmektedir. Bu durum benzer çalışmalarda (Goutier ve diğerleri, 2021) elde edilen bulgularla örtüşmektedir. Öte yandan katılımcılar, kullanıcıların cinayet veya savaş gibi habere konu olabilecek olayları deneyimlemek istemeyeceğini belirtmiştir. Sürükleyici gazeteciliğin uygulama alanlarına yönelik kullanıcının ilgi seviyesi de haber tüketim seviyesine etki eden diğer bir değişken olarak öne çıkmaktadır. Bu noktada sürükleyici haber içeriklerinin sınırlı bir biçimde ele alındığı görülmektedir.

Odak grupta, sürükleyici gazeteciliğin oyunlaştırılmış ve eğlence odaklı yapısı tartışmanın doğal seyrinde gündeme gelmiştir. Bu durum ilginçtir çünkü, yarı yapılandırılmış görüşmeler esnasında uzmanlar oyunlaştırma ve eğlence odaklı yapıdan çok az bahsetmiştir. Bu süreç içerisinde katılımcılar birçok kez potansiyel haber üreticisi kimliği ve mevcut haber tüketicisi kimliği arasında çatışma yaşayarak konuyu ele almıştır. Bu çatışmaların araştırmaya olumlu ve olumsuz etkileri ele alındığında, benzer çalışmalar da göstermektedir ki (Mabrook ve Singer, 2019; Uskali ve diğerleri, 2019) katılımcıların belirli düzeyde medya okur yazarlığına sahip olmasının, sürükleyici gazeteciliğin oyunlaştırmaya veya eğlenceye müsait yapısının algılamak için gerekli olduğunu ortaya koymaktadır.

Odak grup, sürükleyici haberlerde oyun mekaniklerinin ve özelliklerinin yer almasının, haber tüketimini arttırabilecek bir etmen olduğunu aktarmıştır. Bu noktada haber hikayesinin bu özellikleri kendi başına taşıması gerektiğini de vurgulamışlardır. Özellikle habere konu olan olayın ilgi çekici ve kapsayıcı olması, eğlence ve oyunlaştırma öğelerini bünyesinde taşıması veya sürükleyici gazeteciliğe uygulanabilir olması gerektiğini aktarmıştır. Bununla birlikte bu olayı nasıl ele alındığı ve ne şekilde aktarıldığı da önemlidir. Bu noktada sürükleyici teknolojilerle oluşturulacak farklı daldırma seviyelerinin haber tüketimine yönelik ilgiyi değiştirebileceği ortaya çıkmaktadır. Bu bulgu benzer çalışmalardan (Brannon ve diğerleri, 2024; De la Peña ve diğerleri, 2010; Slater ve Sanchez-Vives, 2016; Stanney ve diğerleri, 2002) elde edilen bulgularla örtüşmektedir. Örneğin bir olayın 360 derece kamera kullanılarak ele alınması ve aktarılmasıyla, teknik anlamada kısıtlı bir sanallaştırmayla temsil edilmesi arasında çok büyük fark olduğu ve gerçekçiliğin haberden keyif ve eğlence alınması için önemli olduğu görülmektedir. Bununla birlikte kullanıcıların önceki haber tüketim alışkanlıklarının da önemli

bir faktör olduğu çalışmada bulgulanmıştır. Örneğin katılımcılardan birisi yalnızca son dakika haberlerini okuduğun ve sürükleyici gazeteciliğin son dakika haberlerine uygulanamayacağı için kullanımı üzerinde herhangi bir etki yaratmayacağını aktarmıştır.

Sürükleyici teknolojileri kullanmak başlı başına eğlenceli bir deneyim olduğu ancak bu teknolojilerin kullanımı için teknik bilgi ve yeterliliğe ihtiyaç duyması, mekânsal ve fiziksel olarak belirli bir ön hazırlık gerektirmesi ve uzun süre kullanılmasının mümkün olmaması (Brannon ve diğerleri, 2024; Slater ve Sanchez-Vives, 2016; Stanney ve diğerleri, 2002) sebebiyle bu eğlencenin çok kısıtlı kaldığı görülmektedir. Odak grup görüşmesinde, sürükleyici teknolojilerin kullanımı sonucu ortaya çıkabilecek fiziksel rahatsızlıkların ve deneyimleme sonucu oluşabilecek psikolojik yükün, haber okuma eyleminin verdiği haz ve eğlence duygusunu azaltabileceği veya ortadan kaldırabileceğine dair bulgular elde edilmiştir. Bu doğrultuda, ancak sürükleyici teknolojilerde yaşanacak inovatif gelişmeler sonucu hareket hastalığı ortadan kaldırılırsa veya her haber için psikolojik yük oluşturmayacak kadar daldırma etkisi optimize edilebilirse, sürükleyici haber okuma eylemi kendi başına eğlence ve haz veren bir etkinlik haline gelebilecektir.

Sonuç olarak, sürükleyici haberler arasında oyunlaştırılan içeriğin ne olduğu, nasıl ele alındığı ve ne şekilde aktarıldığı gibi koşullara bağlı olarak haber tüketimine olumlu etki sağladığı ortaya çıkmaktadır. Bu doğrultuda, sürükleyici gazeteciliğin haber tüketimine olumlu katkı düzeyi, katılımcıların haber tüketim alışkanlıklarına ve habere konu olan olayın içeriğine bağlı olarak değişmektedir.

Araştırmanın üçüncü ve son sorusu, sürükleyici anlatıların haber üretim pratiklerinde değişime sebep olarak gazetecilik mesleği için sürdürülebilir yeni bir uzmanlaşma alanı oluşturup oluşturmayacağı ile ilgilidir. Bu doğrultuda uzmanlardan, sürükleyici gazeteciliğin geleceği hakkındaki düşünceleri ve uzmanlaşma konusu hakkındaki görüşleri alınmıştır.

Sürükleyici gazeteciliğin geleceğiyle ilgili, uzmanlar ve gazeteciler benzer yorumlar gerçekleştirmiştir. Her iki grup da sürükleyici gazeteciliğin henüz çok erken aşamada olduğunu ve mevcut haliyle gazetecilik mesleğinde bir paradigma değişimi yaratmayacağını öne sürmektedir. Buna karşın, önümüzdeki yıllarda beklenen teknolojik iyileştirmeler ve geliştirmelerin, sürükleyici gazeteciliğe yönelik iyimser bir tavır içinde olmalarına, hatta sürükleyici gazeteciliğin büyük ölçüde hâkim medya türü olacağına dair yorumlar yapmaktadır.

Bulgular içerisinde öne çıkan, çarpıcı görüşler bulunmaktadır. İlk olarak gazeteciler, sürükleyici gazeteciliğin, geleneksel gazetecilik pratiklerini ortadan kaldırabileceğine veya yerini alabileceğine dair kaygı ve endişeler dile getirilmiştir. Bu durum, gazetecilerin sürükleyici gazeteciliğin gelecekte veya günümüzde mesleki sınırları zorlayabileceğini

öngördüklerini, ancak geleneksel mesleki standartları korumak amacıyla bu değişime karşı durmaya çalıştıklarını göstermektedir. Öncelikle, gazeteciler genellikle kontrol sahibi oldukları ve aşına oldukları pratikler ile teknolojileri kullanmayı tercih etmektedir. Gelişmiş teknolojiler daha fazla duygusal etkileşim yaratma potansiyeline sahip olsa bile, gazeteciler çoğunlukla metin, video veya ses gibi geleneksel gazetecilik uygulamalarına daha yakın teknolojilere yönelmektedir. Bu durum benzer çalışmalardan (Damas ve de Gracia, 2023) elde edilen bulgularla örtüşmektedir.

İkinci olarak, akademisyenler arasında sürükleyici teknolojilerde gelişme, iyileştirme ve yaygınlaşma yaşandığı takdirde sürükleyici gazeteciliğin bir uzmanlık alanı olacağına dair fikir çoğunluğu bulunmaktadır. Buna karşın akademisyenler, teknolojik gelişmelerle ilgili olumsuz görüş sunarken daha keskin ve çarpıcı ifadeler kullanmaktadır. Öne çıkan olumsuz görüşlerden ilki, bu tür haberciliğin gelişmesinin önündeki en büyük engelin altyapı eksiklikleri ve teknolojik eşitsizlikler olduğunu ve bu durumun Türkiye özelinde daha derin bir sorun olduğunu aktarmıştır. Büyük şehirlerde bile temel bir iletişim ağı olan internet altyapısının yetersiz olduğunu bunun yanında birçok kurumun bu tür teknolojiye yatırım yapmaktan kaçınacağı belirtilmektedir. Bu kaçınmanın temel sebebi ise yatırımdan geri dönüşünün garanti olmamasıdır. Türkiye’de medyanın yeni veya deneysel biçimlerden uzak duracağına dair görüşler, medya vasıtasıyla gelir elde etmenin ve ekonomik yapılanmanın bir sorun olmaya devam ettiği anlamına gelmektedir. Diğer olumsuz görüşün ise haber üreticilerinin rolleriyle ilişkili soru işaretlerinden kaynaklandığı görülmektedir. Sürükleyici gazeteciliğin bağımsız bir uzmanlık alanı olması yerine daha çok grafik tasarımcılar, bilişim uzmanları veya yapay zekâ uzmanlarının yöneteceği bir alan olacağına dair endişeler, gelecekte gazetecilerin mesleki kontrolü ya da özerkliklerini kaybetmekten korkmasıyla ilişkilendirilebilir. Bu doğrultuda mesleki endişelerin hem akademisyenlerde hem de gazetecilerde olduğu çarpıcı bir bulgudur. Ancak teknolojik gelişmenin amacını dışarda bırakarak yapılan bu yorumlar yersizdir çünkü inovasyon, bir işi daha kolay, ucuz, hızlı ve konforlu yapmak amacıyla gerçekleşir ve teknolojik gelişmelerin temelinde bu vardır. Bu durum teknolojik ilerlemenin sunduğu potansiyel ile ele alındığında gazetecilerin günümüzdeki kadar karmaşık veya teknik bilgi gerektirmeyen sürükleyici teknolojilere sahip olabileceği düşünülmektedir.

Sonuç olarak, uygulama sürecindeki maliyetlerin düşürülmesi, teknolojilerin yaygınlaşması ve daha kullanılabilir hale getirilmesi gibi koşulların tamamlanmasıyla sürükleyici gazeteciliğin, sürdürülebilir bir uzmanlık alanı olacağı görülmektedir. Bununla birlikte sürükleyici gazetecilik, mevcut durumuyla bile hem görsel, işitsel ve etkileşim temelli yüksek teknoloji kapasitesi hem de hikâye anlatıcılığı için taşıdığı ileri seviye potansiyel

sebebiyle dikkat çeken bir alan olmaktadır. Ancak burada dikkat edilmesi gereken unsur teknolojiye erişim ve kullanım becerileridir ki bu duruma çözüm olarak VR gibi teknolojilerin ucuzlaması ve yaygınlaşması gösterilmektedir.

Günümüzdeki biçimiyle ele alındığında uzmanların neredeyse tamamı, üretim süreciyle ilgili olan birkaç konuya değinmektedir. İlk olarak, geleneksel görsel-ışitsel yapı geride bırakılarak herhangi bir olası paradigma değişikliğinde sürecin çok mütevazı olması gerektiğini işaret etmektedirler. Birçok uzman tarafından sürükleyici gazetecilik, izleyiciye bir deneyim sunmanın ve mevcut olma duygusunu geliştirmenin önemi üzerinden değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme, insani krizler, spor etkinlikleri, protestolar, savaşlar, çarpıcı olaylar ve tarihi mekanları ele alırken, insani hikayeleri veya sosyal arka planları temsil etmeyi kapsayacak şekilde genişletilebilir. Örneğin teknolojinin elverdiği durumlarda sürükleyici teknolojiler yardımıyla canlı yayın gerçekleştirmek mümkün olabilmektedir. Bu potansiyel, sürükleyici haberlerin içerik sınırlamalarının ortadan kaldırarak kapsamlı bir gazetecilik biçimi haline gelmesini sağlayabilir. Ancak elde edilen bulgulara bu potansiyellerin veya kapsamların devamlı ıskalandığı görülmüştür. Bu durum sürükleyici gazetecilik gibi yüksek potansiyele sahip ve geleceğin gazeteciliği olabilecek biçimlere karşı “ilk aşamada” eğitim ve okur yazarlığın arttırılması gerektiğini ortaya koymaktadır. Çünkü bu teknolojilerin, genç neslin haber tüketimi üzerindeki potansiyeliyle birlikte 'psikolojik etki' bakımından sahip olduğu güçlü etkiler dikkate alındığında, tüm etik sonuçları gözetererek fiziksel ve psikolojik sorun oluşturmada içerik üretmeyi öğrenmek önemlidir. Öte yandan eğitim ve okur yazarlık edinmek yalnızca “ilk aşamadır” ve başlı başına çözüm olmayacaktır çünkü; medya sektöründe yer alan bazı haber merkezi yöneticilerinin inovasyon kültürüne yeterince açık olmaması; bugüne kadar edinilen bilgilerin bu tür içeriklerin bir sonraki gelişim aşamasına aktarılmasının güçlüğü; üretim görevini göğüsleyen gazetecilerin bu tarz pratiklere uyum göstermede yaşadığı zorluk; gazeteciliğin toplumsal işlevini bu teknolojilere entegre etmenin yollarını bulma gerekliliği; ve medya çıkarlarının farkına vararak hareket etme zorunluluğu gibi sorunlar da sürükleyici gazeteciliğin önündeki engellerdir. Bu sorunların tamamına çözüm bulunması, sürükleyici gazetecilik için çok uzun bir yol katedilmesi gerektiği anlamına gelmektedir.

Sürükleyici gazeteciliğin, özellikle genç nesil bireylerin haber tüketimini arttırabileceği ancak bu durumun yalnızca teknolojideki yaygınlaşma ve ilerleme sonucu yaşanabileceği çalışmada ortaya konulmuştur. Sürükleyici teknolojilerin kullanımına veya sürükleyici gazeteciliği tercih edilmesine engel olan bu temel sorunlar, eğlence odaklı oyunsal yapısının etkisini de azaltmakta veya ortadan kaldırmaktadır. Bu temel sorunlar günümüz gündelik pratiklerinde yer alan her türlü teknolojik araç için de geçerli olmuş ve üstesinden gelinmiş

engellerdir. Sürükleyici teknolojilerin yakın geçmişı incelendiğinde bu sorunların çözülmesi için hali hazırda adımlar atıldığı da görölmektedir (cihazların ağırlığının azalması, ucuzlaması ve yaygınlaşması). Bu doğrultuda elde edilecek kazanımın haber tüketiminin artması olduğu düşünöldüğünde sürükleyici gazeteciliğin, gazetecilik mesleğini icra eden profesyonellerin veya bu alanda araştırma yapan akademisyenlerin ıskalamaması gereken bir konu olduğunu söylemek mümkündür. Hem sürekli olarak gelişen güncel bir teknoloji olmasını hem de bu alanın sahip olduğu ve kimsenin yadsımadığı potansiyelini göz önüne alarak bir ön görüş gerçekleştirirsek, şu an Türkiye’de emekleyen ancak gelişmiş ölkelerde yaygın bir biçimde desteklenerek koşmaya başlayan bu gazetecilik biçiminin, meslekte olası bir paradigma değişimine gebe olduğu kesindir. Bu alanda gerçekleştirilecek teknolojik ilerlemelerde öncöl bir rol oynamak veya bu teknolojileri hızlı bir biçimde medyaya entegre edilmesini sağlamak, şu an için uzak görünen ama her halükârda olması beklenen “mesleğin yapay zekâ uygulamalarına kaybedilmesi” riskini bertaraf edebilir ve gazetecilik mesleğine yeni bir sayfa açabilir.

KAYNAKÇA

- Aktaş, C. (2014). QR Kodlar ve İletişim Teknolojisinin Hibritleşmesi. *Kalkedon Yayınları, İstanbul*.
- Aldağ, H. ve Sezgin, M. E. (2002). Multimedya Uygulamalarında İkili Kodlama Kuramı. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 15(15), 29-44.
- Allcott, H. ve Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in The 2016 Election. *Journal Of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.
- Alver, F. (2004). Neil Postman'ın Çocukluğun Yok Oluş Sürecinde İletişim Teknolojisi Eleştirisinin Eleştirisi. *İletişim Araştırmaları*, 2(2), 129-141.
- Arık, M. A. (2020). *Twitch Platformu Kullanım Motivasyonu: Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinde Bir Araştırma* [Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi]. [Http://Acikerisim.Akdeniz.Edu.Tr/Xmlui/Handle/123456789/6060](http://Acikerisim.Akdeniz.Edu.Tr/Xmlui/Handle/123456789/6060)
- Arık, M. A., Karaduman, M., Karaduman, S., Karakaya, Ç., Sümer, F. E. ve Demir, Z. G. (2024). An Examination of Immersive Journalism by Bibliometric Analysis From 1999 To 2023. *Heliyon*. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.E34263>
- Arık, M. A., Kayakuş, M., Güdekli, A. ve Çizmeli, D. (2024). Yeni Medyanın Sürdürülebilirlik Bakış Açısına Göre İncelenmesi: Bibliyometrik Analiz. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(1), 208-232.
- Aronson-Rath, R., Milward, J., Owen, T. ve Pitt, F. (2015). Virtual Reality Journalism. Towcenter for Digital Journalism. *Columbia Journalism Review*. Retrieved From www.cjr.org/Tow_Center_Reports/Virtual_Reality_Journalism.Php.
- Aydoğan, D. (2013). İletişim ve Tarih. Y. Aktaş ve K. Kılıç (Editörler). *Bir Bakışta İletişim. Edirne: Paradigma Akademi Yayınları*, 83-124.
- Azuma, R. T. (1997). A Survey Of Augmented Reality. *Presence: Teleoperators & Virtual Environments*, 6(4), 355-385.
- Bailenson, J. (2018). *Experience On Demand: What Virtual Reality Is, How It Works, and What It Can Do*. WW Norton & Company.
- Bakir, V., Ve Mcstay, A. (2020). Empathic Media, Emotional AI, and The Optimization of Disinformation. in *Affective Politics Of Digital Media* (Pp. 263-279). Routledge.

- Bazaco, Á., Redondo, M. ve Sánchez-García, P. (2019). Clickbait as A Strategy Of Viral Journalism: Conceptualisation and Methods. *Revista Latina De Comunicación Social*(74), 94.
- Beckett, C., Ve Deuze, M. (2016). On The Role Of Emotion in The Future Of Journalism. *Social Media+ Society*, 2(3), 2056305116662395.
- Benítez De Gracia, M. J. ve Herrera Damas, S. (2020). Cómo Producir Reportajes Inmersivos Con Vídeo En 360°.
- Benkler, Y., Faris, R. ve Roberts, H. (2018). *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, And Radicalization In American Politics*. Oxford University Press.
- Berry, R. (2016). Podcasting: Considering The Evolution Of The Medium And Its Association With The Word ‘Radio’. *The Radio Journal–International Studies In Broadcast & Audio Media*, 14(1), 7-22.
- Binark, F. (2007). *Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu*. Dipnot.
- Biocca, F., Kim, T. ve Levy, M. R. (1995). The Vision of Virtual Reality. *Communication In The Age Of Virtual Reality*, 3-14.
- Bogost, I. (2010). *Persuasive Games: The Expressive Power of Videogames*. Mit Press.
- Bosworth, M. ve Sarah, L. (2018). *Crafting Stories for Virtual Reality*. Routledge.
- Bourse, M., Yücel, H., ve Kırgezen, S. (2012). *İletişim Bilimlerinin Serüveni*. Ayrıntı Yayınları.
- Brannon, L., Gold, L., Magee, J. ve Walton, G. (2024). The Potential Of Interactivity and Gamification Within Immersive Journalism & Interactive Documentary (I-Docs) To Explore Climate Change Literacy and Inoculate Against Misinformation. In *Journalism And Reporting Synergistic Effects Of Climate Change* (Pp. 98-128). Routledge.
- Bruns, A., ve Highfield, T. (2015). Is Habermas On Twitter?: Social Media And The Public Sphere. In *The Routledge Companion To Social Media And Politics* (Pp. 56-73). Routledge.
- Bryman, A. (2016). *Social Research Methods*. Oxford University Press.
- Büyüköztürk, Ş., Akgün, Ö. E., Demirel, F., Karadeniz, Ş., Ve Çakmak, E. K. (2015). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*.
- Can, S., Koz, K. A., ve Işık, U. (2018). Use Of Infographics In Data Journalism. *Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 156-171.
- Carey, J. (1989). Interactive Media. *International Encyclopedia Of Communications*, 2.
- Carlsson, U., ve Pöyhtäri, R. (2017). The Assault On Journalism: Building Knowledge To Protect Freedom Of Expression.

- Castells, M. (2000). Toward A Sociology Of The Network Society. *Contemporary Sociology*, 29(5), 693-699.
- Castells, M. (2005). Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, Ağ Toplumunun Yükselişi. *İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları*.
- Cengiz, V. ve Kaya, S. (2022). Haber Oyunları: Deneyimlenebilir Gerçeklik, Ludenik Haber Okuma, Amaç ve Normların Çatışması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(48), 429-445.
- Chenrai, P., ve Jitmahantakul, S. (2019). Applying Virtual Reality Technology To Geoscience Classrooms. *Review of International Geographical Education Online*, 9(3), 577-590.
- Clerwall, C. (2014). Enter The Robot Journalist. *J Pract* 8 (5): 519–531. In.
- Conill, R. F. ve Karlsson, M. (2016). The Gamification of Journalism. In *Emerging Research and Trends In Gamification* (Pp. 356-383). IGI Global.
- Corbillon, X., De Simone, F. ve Simon, G. (2017). 360-Degree Video Head Movement Dataset. *Proceedings Of The 8th ACM On Multimedia Systems Conference*,
- Corbillon, X., Simon, G., Devlic, A. ve Chakareski, J. (2017). Viewport-Adaptive Navigable 360-Degree Video Delivery. *2017 IEEE International Conference On Communications (ICC)*,
- Corcoran, M. (2014). Drone Journalism: Newsgathering Applications of Unmanned Aerial Vehicles (Uavs) In Covering Conflict, Civil Unrest And Disaster. *Flinders Univ. Adelaide*, 201, 202014.
- Craig, A. B., Sherman, W. R. ve Will, J. D. (2009). *Developing Virtual Reality Applications: Foundations of Effective Design*. Morgan Kaufmann.
- Creech, B. ve Mendelson, A. L. (2015). Imagining The Journalist Of The Future: Technological Visions of Journalism Education and Newswork. *The Communication Review*, 18(2), 142-165.
- Creswell, J. (2014). Nitel, Nicel Araştırma Deseni ve Karma Yöntem Yaklaşımları (Çev. Ed. SB Demir). *Ankara: Eğiten Kitap*.
- Crowley, D. ve Heyer, P. (2011). Basım Devrimi. *D. Crowley ve P. Heyer (Editörler.), İletişim Tarihi: Teknoloji-Kültür-Toplum*, 127-131.
- Culver, K. B. (2015). Immersive Approaches Pose New Questions.
- Damas, S. H., Ve De Gracia, M. J. B. (2023). A Prospective Analysis of Immersive Journalism From The Perspective Of Experts 1, 2. In *Insights on Immersive Journalism* (Pp. 17-45). Routledge.

- Datereportal. (2024). *Digital In Turkey*. Retrieved 18.05.2024 From <https://Datereportal.Com/Data-Sources>
- De Gracia, M. J. B. ve Damas, S. H. (2018). Los Primeros Pasos Del Reportaje Inmersivo A Través De Vídeos En 360°. *Historia Y Comunicación Social*, 23(2), 547.
- De La Peña, N. (2013). *Project Syria*. In (Version Sürükleyici Gazetecilik)
- De La Peña, N. (2015). The Future Of News? Virtual Reality. *TED Talk: https://www.ted.com/talks/Nonny_De_La_Pena_The_Future_Of_News_Virtual_Reality*.
- De La Peña, N., Weil, P., Llobera, J., Spanlang, B., Friedman, D., Sanchez-Vives, M. V. ve Slater, M. (2010). Immersive Journalism: Immersive Virtual Reality For The First-Person Experience of News. *Presence*, 19(4), 291-301.
- Demir, Z. (2023). Sürükleyici Gazetecilik: Değişen Roller, Değerler ve Normlar. *Erciyes İletişim Dergisi*, 10(2), 963-980.
- Demire, S. D. (2018). Dijital Medyada Haber Üretim Sürecinde Okuyucu Odaklılık. *Journal Of International Social Research*, 11(55).
- Demirezen, B. (2019). Artırılmış Gerçeklik ve Sanal Gerçeklik Teknolojisinin Turizm Sektöründe Kullanılabilirliği Üzerine Bir Literatür Taraması. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 1-26.
- Deniz, Ş., Ve Özel, E. K. (2018). Google Gazeteciliği: Dijital Çağda Bir ‘Gerekli Kötü’ olarak SEO Haberleri ve Haberin ‘Tık’uğruna Deformasyonu. *Connectist: Istanbul University Journal Of Communication Sciences*(55), 77-112.
- Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., ve Nacke, L. (2011). From Game Design Elements To Gamefulness: Defining" Gamification". *Proceedings Of The 15th International Academic Mindtrek Conference: Envisioning Future Media Environments*,
- Deterding, S., Sicart, M., Nacke, L., O'Hara, K. ve Dixon, D. (2011). Gamification. Using Game-Design Elements In Non-Gaming Contexts. In *CHI'11 Extended Abstracts On Human Factors In Computing Systems* (Pp. 2425-2428).
- Dikmen, Y., Ve Aydın, Y. (2016). Hemşirelerde Merhamet Yorgunluğu: Ne? Nasıl? Ne Yapmalı? *Journal Of Human Rhythm*, 2(1).
- Doğan, E. (2023). İmersif Teknolojilerin Gazetecilikle Buluşması: The Guardian ve Bbc News Labs’in İçeriklerinin Karşılaştırılması. *Eurasian Journal Of Media Communication and Culture Studies*, 1(1), 43-59.
- Dowling, D. O. (2016). Place-Based Journalism, Aesthetics, And Branding. *Immersive Journalism As Storytelling: Ethics, Production, And Design*; Uskali, T., Gynnild, A., Jones, S., Sirkkunen, E., Eds, 99-111.

- Dönmez, İ. (2010). İnternet Haberciliğinde Tıklanma Kaygısı ve Kapan Manşetler. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 14, 105-127. *Yeni Medya Gazeteciliğinde Etik Bir Paradigma Belirlemenin Kapsamı ve Sınırları, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi-Sayı*, 36, 27-43.
- Dönmez, S. C., Ve Erkıılıç, H. (2018). 360 Derece Sanal Gerçeklik Uygulamalarını Sinema Kuramı Üzerinden Okumak Mümkün Mü? *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(1), 40-56.
- Elinich, K. J. (2011). *Augmented Hands-On: An Evaluation Of The Impact Of Augmented Reality Technology on Informal Science Learning Behavior*. Pepperdine University.
- Evans, G., Hoover, M. ve Winer, E. (2020). Development Of A 3D Conceptual Design Environment Using A Head Mounted Display Virtual Reality System. *Journal Of Software Engineering And Applications*, 13(10), 258-277.
- Fagan, K. (2018). Here's What Happens To Your Body When You've Been In Virtual Reality For Too Long. *Business Insider*, 9, 2021.
- Ferrer-Conill, R., Foxman, M., Jones, J., Sihvonen, T. ve Siitonen, M. (2020). Playful Approaches To News Engagement. *Convergence*, 26(3), 457-469.
- Fischer, D. A. (2019). Dron't Stop Me Now: Prioritizing Drone Journalism In Commercial Drone Regulation. *Colum. JL & Arts*, 43, 107.
- Flatlandsmo, S. ve Gynnild, A. (2021). Project Syria: Accuracy In Immersive Journalism. In *Immersive Journalism As Storytelling* (Pp. 60-70). Routledge.
- Fonseca, D. (2016). *Effect Of Immersive (360°) Video On Attitude And Behavior Change* [Master Thesis, Aalborg University, Denmark].
- Foxman, M. (2015). *Play The News: Fun And Games In Digital Journalism*.
- Fuchs, C. (2021). *Social Media: A Critical Introduction*.
- Geray, H. (2003). *İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. Ütopya Yayınevi.
- Ghazisaedy, M., Adamczyk, D., Sandin, D. J., Kenyon, R. V. ve Defanti, T. A. (1995). Ultrasonic Calibration Of A Magnetic Tracker In A Virtual Reality Space. *Proceedings Virtual Reality Annual International Symposium'95*,
- Gillmor, D. (2006). *We The Media: Grassroots Journalism By The People, For The People*. "O'Reilly Media, Inc."
- Glasser, T. L. (2000). Play and The Power of News. *Journalism*, 1(1), 23-29.

- Glück, A. (2020). What Makes A Good Journalist?: Empathy As A Central Resource In Journalistic Work Practice. In *The Future of Journalism: Risks, Threats And Opportunities* (Pp. 371-381). Routledge.
- Goutier, N., De Haan, Y., De Bruin, K., Lecheler, S. ve Kruikemeier, S. (2021). From “Cool Observer” To “Emotional Participant”: The Practice of Immersive Journalism. *Journalism Studies*, 22(12), 1648-1664.
- Gray, J., Bounegru, L. ve Chambers, L. (2012). The Data Journalism Handbook. O'Reilly And Associate Series. In: O'Reilly Media.
- Green, M. (1990). Virtual Reality User Interface: Tools and Techniques. CG International'90: Computer Graphics Around The World,
- Gülcan, C. (2021). Nitel Bir Veri Toplama Aracı: Odak (Focus) Grup Tekniğinin Uygulanışı ve Geçerliliği Üzerine Bir Çalışma. *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(2), 94-109.
- Gürcan, H. İ. (1998). *Sanal Gazete ve Gazetecilik*. Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Gürses, F. (2015). Dijital Oyunlarda Hegemonyanın İnşası ve Kültür Endüstrisi. International Trends & Media Conference ITICAM,
- Habermas, J. (1991). *The Structural Transformation of The Public Sphere: An Inquiry Into A Category Of Bourgeois Society*. MIT Press.
- Hamari, J., Koivisto, J. ve Sarsa, H. (2014). Does Gamification Work?--A Literature Review of Empirical Studies on Gamification. 2014 47th Hawaii International Conference on System Sciences,
- Hanhart, P., He, Y., Ye, Y., Boyce, J., Deng, Z. ve Xu, L. (2018). 360-Degree Video Quality Evaluation. 2018 Picture Coding Symposium (PCS),
- Hardee, G. M. ve McMahan, R. P. (2017). FIJI: A Framework For The Immersion-Journalism Intersection. *Frontiers In ICT*, 4, 21.
- Hermida, A. (2013). Twittering The News: The Emergence Of Ambient Journalism. In *The Future Of Journalism* (Pp. 213-224). Routledge.
- Hirst, M. (2020). *News 2.0: Can Journalism Survive The Internet?* Routledge.
- Hoffman, H. G., Richards, T. L., Coda, B., Bills, A. R., Blough, D., Richards, A. L., ve Sharar, S. R. (2004). Modulation Of Thermal Pain-Related Brain Activity With Virtual Reality: Evidence From Fmri. *Neuroreport*, 15(8), 1245-1248.
- Holton, A. E., Lawson, S. ve Love, C. (2015). Unmanned Aerial Vehicles: Opportunities, Barriers, and The Future Of “Drone Journalism”. *Journalism Practice*, 9(5), 634-650.
- Huizinga, J. (1938). *Homo Ludens: A Study of The Play-Element In Culture*. Beacon Press.

- Huizinga, J. (2014). *Homo Ludens* 86. Routledge.
- İlgaz, C. ve Abay, İ. (2020). Türkiye’de Yeni Medya Ortamı ve Dijital Oyun Olgusu. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 4(1), 1-9.
- Innis, H. A., Godfery, D. ve Törenli, N. (2006). *İmparatorluk Ve İletişim Araçları*. Ütopya.
- İspir, B., Birsen, H., Binark, F. M., Özata, F. Z., Bayraktutan, G., Öztürk, M. C. ve Ayman, M. (2013). Dijital İletişim ve Yeni Medya. *Web-Ofset. Eskişehir*.
- Jacobson, S. (2012). Transcoding The News: An Investigation Into Multimedia Journalism Published on Nytimes. Com 2000–2008. *New Media & Society*, 14(5), 867-885.
- Jamil, S. ve Appiah-Adjei, G. (2019). Journalism In The Era of Mobile Technology: The Changing Pattern of News Production And The Thriving Culture Of Fake News In Pakistan and Ghana. *World of Media. Journal Of Russian Media And Journalism Studies*(3), 42-64.
- Jarvis, J. C., Ve Babcock, W. (2014). The Ethical Debate of Drone Journalism: Flying Into The Future Of Reporting. *Research Papers*(475).
- Jenkins, H. (2006). Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press. 336 Pp. . *Social Science Computer Review*, 26, 252-254.
- Jenny, S. (2017). Enhancing Tourism With Augmented And Virtual Reality.
- Jerald, J. (2015). *The VR Book: Human-Centered Design For Virtual Reality*. Morgan & Claypool.
- Jones, S. (2017). Disrupting The Narrative: Immersive Journalism In Virtual Reality. *Journal Of Media Practice*, 18(2-3), 171-185.
- Kang, S., O’Brien, E., Villarreal, A., Lee, W. ve Mahood, C. (2019). Immersive Journalism and Telepresence: Does Virtual Reality News Use Affect News Credibility? *Digital Journalism*, 7(2), 294-313.
- Kapp, K. (2012). *The Gamification of Learning and Instruction: Game-Based Methods and Strategies For Training and Education*. Pfeiffer.
- Karaduman, M. (2002). Değişen İletişim Ortamı, Yeni Medya ve İnternet Gazeteciliği. *Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, İzmir*.
- Karataş, E. O. (2015). Geleneksel Gazetecilikten Dijital Gazeteciliğe Dönüşüm: Radikal Gazetesi Örneği.
- Kavaklı, N. (2018). Drone’ların Gazetecilikte Kullanımı: Drone Haberciliğinin Olanakları, Zorlukları ve Sınırları. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(3), 160-172.
- Kayakuş, M. ve Açıkgöz, F. Y. (2023). Twitter’da Makine Öğrenmesi Yöntemleriyle Sahte Haber Tespiti. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(2), 1017-1027.

- Kesim, M. (1979). Televizyonun Tarihi. *Kurgu*, 2(1), 205-225.
- Kırık, A. M., ve Orkan, S. (2016). Değişen İletişim Pratikleri Çerçevesinde Sosyal Medyada Sanal Dedikodu Etkisi. *Gözlenen Toplumdan Gözlenen Bireye Sosyal Medya Araştırmaları*, 3, 17-42.
- Kirk, A. (2012). *Data Visualization: A Successful Design Process*. Packt Publishing LTD.
- Kırksekiz, A. (2021). 360 Derece Videolar ile Oluşturulmuş Sanal Müze Uygulamasının Sosyal Bilgiler Dersinde Kullanımının Öğrencilerin Akademik Başarı Ve Tutumlarına Etkisi= The Effect Of Using Virtual Museum Application Created With 360-Degree Videos In Social Studies Course On Academic Success And Attitudes.
- Kongar, E. (1995). *Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği*. Remzi Kitabevi.
- Kortak, İ. Y. (2023). Euronews ve The New York Times Örnekleri Üzerinden Sürükleyici (Immersive) Gazeteciliğin Analizi. *Trt Akademi*, 8(17), 396-415.
- Kovach, B., Rosenstiel, T., ve Göktaş, S. (2007). *Gazeteciliğin Esasları*. ODTU Yayıncılık.
- Kukkakorpi, M. ve Pantti, M. (2021). A Sense of Place: VR Journalism and Emotional Engagement. *Journalism Practice*, 15(6), 785-802.
- Kuyucu, M. (2013). Yeni İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya ve Sosyal Ağlar Üzerine Bir Güncelleme. *Yeni İletişim Teknolojileri Ve Yeni Medya*, 114-151.
- Kwak, H., Lee, C., Park, H., Ve Moon, S. (2010). What Is Twitter, A Social Network Or A News Media? Proceedings Of The 19th International Conference On World Wide Web,
- Laviola Jr, J. J. (2000). A Discussion Of Cybersickness In Virtual Environments. *ACM Sigchi Bulletin*, 32(1), 47-56.
- Lear, B. A. (2008). Encyclopedia Of Children, Adolescents, and The Media. *Reference & User Services Quarterly*, 47(3), 286.
- Lecheler, S. (2020). The Emotional Turn In Journalism Needs To Be About Audience Perceptions: Commentary-Virtual Special Issue on The Emotional Turn. *Digital Journalism*, 8(2), 287-291.
- Leignel, J.-L., Ungaro, T. ve Staar, A. (2016). *Digital Transformation: Information System Governance*. John Wiley & Sons.
- Lindgren, M. (2016). Personal Narrative Journalism and Podcasting. *The Radio Journal-International Studies In Broadcast & Audio Media*, 14(1), 23-41.
- Lister, R., Gregory, B. D., Ve Ecker, J. R. (2009). Next Is Now: New Technologies For Sequencing Of Genomes, Transcriptomes, and Beyond. *Current Opinion In Plant Biology*, 12(2), 107-118.

- Llinares, D., Fox, N. ve Berry, R. (2018). *Podcasting: New Aural Cultures And Digital Media*. Springer.
- López-García, X., Silva-Rodríguez, A., Vizoso-García, Á.-A., Westlund, O. ve Canavilhas, J. (2019). Periodismo Móvil: Revisión Sistemática De La Producción Científica. *Comunicar*, 27(59), 9-18.
- Mabrook, R. ve Singer, J. B. (2019). Virtual Reality, 360 Video, and Journalism Studies: Conceptual Approaches To Immersive Technologies. *Journalism Studies*, 20(14), 2096-2112.
- Madsen, J. B. (2016). Aspects of User Experience In Augmented Reality.
- Malaga, R. A. (2008). Worst Practices in Search Engine Optimization. *Communications Of The ACM*, 51(12), 147-150.
- Malloy, K. M. ve Milling, L. S. (2010). The Effectiveness of Virtual Reality Distraction For Pain Reduction: A Systematic Review. *Clinical Psychology Review*, 30(8), 1011-1018.
- Manovich, L. (2001). What Is New Media. *The Language Of New Media*, 6, 1-15.
- Markman, K. M. (2012). Doing Radio, Making Friends, And Having Fun: Exploring The Motivations Of Independent Audio Podcasters. *New Media & Society*, 14(4), 547-565.
- Mcclung, S. ve Johnson, K. (2010). Examining The Motives Of Podcast Users. *Journal Of Radio & Audio Media*, 17(1), 82-95.
- Mckie, R. (2018). Virtual Reality To Help Detect Early Risk Of Alzheimer's: Navigation Skills Tested Through Headsets May Identify Patients Far Earlier. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/society/2018/dec/16/alzheimers-dementia-cure-virtual-reality-navigation-skills>
- Mcluhan, E. ve Zingrone, F. (1997). *Essential Mcluhan*. Routledge.
- Mcluhan, M. ve Povers, B. (2001). Global Koy (BO Duzgoren, Cev.). *Istanbul, Turkey: Scala Yayincilik*.
- Meyers, C. (2010). *Journalism Ethics: A Philosophical Approach*. Oxford University Press.
- Michael, D. R. ve Chen, S. L. (2005). *Serious Games: Games That Educate, Train, And Inform*. Muska & Lipman/Premier-Trade.
- Milgram, P., Takemura, H., Utsumi, A. ve Kishino, F. (1995). Augmented Reality: A Class of Displays on The Reality-Virtuality Continuum. *Telemanipulator and Telepresence Technologies*,
- Molyneux, L. ve Coddington, M. (2020). Aggregation, Clickbait and Their Effect On Perceptions Of Journalistic Credibility and Quality. *Journalism Practice*, 14(4), 429-446.

- Murat, K. (2020). Protestan Reformunun Almanya’da Ortaya Çikiş Süreci. *Anasay*(11), 171-188.
- Narin, B. (2017). Uzman Görüşleri Bağlamında Haber Üretiminde Otomatikleşme: Robot Gazetecilik. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*(27), 79-108.
- Nedelcheva, I. (2016). Analysis Of Transmedia Storytelling In Pokémon GO. *International Journal Of Humanities And Social Sciences*, 10(11), 3744-3752.
- Nelson, T. (2016). Impact of Virtual and Augmented Reality On Theme Parks. *Master Degree Paper, Ryerson University*, 3.
- Neuman, W. R., Just, M. R., Ve Crigler, A. N. (1992). *Common Knowledge: News And The Construction Of Political Meaning*. University Of Chicago Press.
- Öksüz, O. (2007). Kamuoyu Oluşum Sürecinde Basın-Siyaset Etkileşiminin Etik Açısından Değerlendirilmesi:“Kıbrıs Müzakerelerinin Hürriyet Gazetesinde Sunumu”. *Selçuk İletişim*, 5(1), 66-81.
- Özcan, A. ve Tugen, B. (2014). Geleneksel Medya Olarak Gazete ve Radyoda Yeni İletişim Uygulamaları. *Bildiriler Kitabı-III*, 259.
- Özçağlayan, M. (2008). Gazetelerin Gelişimi ve Gazeteciliğin Geleceği (Yeni Teknolojiler Ve Medya Ekonomisi Açısından Genel Bir Değerlendirme). *Marmara İletişim Dergisi*, 13(13), 131-159.
- Öztürk, G. (2017). Sözlü İletişimden Matbaaya: İletişim Devrimleri ve Toplum. *Turkish Online Journal Of Design, Art & Communication*, 7(2).
- Özyal, B. (2016). Tık Odaklı Habercilik: Tık Odaklı Haberciliğin Türk Dijital Gazetelerindeki Kullanım Biçimleri. *Global Media Journal: Turkish Edition*, 6(12).
- Pantti, M. (2010). The Value Of Emotion: An Examination of Television Journalists’ Notions On Emotionality. *European Journal of Communication*, 25(2), 168-181.
- Papacharissi, Z. (2002). The Virtual Sphere: The Internet As A Public Sphere. *New Media & Society*, 4(1), 9-27.
- Parlak, M. O. (2018). Yeni Medya ve Haberciliğin Dönüşümü. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(14), 59-82.
- Parsons, T. D. (2015). Virtual Reality Exposure Therapy For Anxiety And Specific Phobias. In *Encyclopedia Of Information Science And Technology, Third Edition* (Pp. 6475-6483). IGI Global.
- Pavlik, J. V. (1996). New Media Technology: Cultural And Commercial Perspectives. (No Title).

- Pérez-Seijo, S., Gutiérrez-Caneda, B. ve López-García, X. (2020). Periodismo Digital Y Alta Tecnología: De La Consolidación A Los Renovados Desafíos.
- Peters, C. (2011). Emotion Aside Or Emotional Side? Crafting An ‘Experience Of Involvement’ in The News. *Journalism*, 12(3), 297-316.
- Picard, R. G. (2004). Commercialism And Newspaper Quality. *Newspaper Research Journal*, 25(1), 54-65.
- Postman, N. (1995). Çocukluğun Yokoluşu, Çev. Kemal İnal, *İmge Kitabevi*, Ankara (S 102).
- Poupyrev, I., Tan, D. S., Billinghurst, M., Kato, H., Regenbrecht, H. ve Tetsutani, N. (2002). Developing A Generic Augmented-Reality Interface. *Computer*, 35(3), 44-50.
- Poynter, N. P. (1942). The Economic Problems Of The Press And The Changing Newspaper. *The Annals of The American Academy Of Political And Social Science*, 219(1), 82-85.
- Reeves, B. ve Read, J. L. (2009). *Total Engagement: How Games And Virtual Worlds Are Changing The Way People Work And Businesses Compete*. Harvard Business Press.
- Reis, A. B. ve Cunha Castro Coelho, A. F. V. (2018). Virtual Reality and Journalism A Gateway To Conceptualizing Immersive Journalism. *Digital Journalism*, 6(8), 1090-1100.
- Reyna, J. (2018). The Potential Of 360-Degree Videos For Teaching, Learning and Research. INTED2018 Proceedings,
- Riva, G., Mantovani, F., Capideville, C. S., Preziosa, A., Morganti, F., Villani, D., Gaggioli, A., Botella, C. ve Alcañiz, M. (2007). Affective Interactions Using Virtual Reality: The Link Between Presence And Emotions. *Cyberpsychology & Behavior*, 10(1), 45-56.
- Riva, G., Wiederhold, B. K. ve Mantovani, F. (2019). Neuroscience Of Virtual Reality: From Virtual Exposure To Embodied Medicine. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking*, 22(1), 82-96.
- Rogers, C. (1988). Play In The Lives Of Children. *National Association For The Education Of Young Children*.
- Rogers, E. M. (1986). *Communication Technology*. Simon And Schuster.
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses And Gratifications Theory In The 21st Century. *Mass Communication & Society*, 3(1), 3-37.
- Ruiz, S. (2006). *Darfur Is Dying*. In
- Sanchez-Vives, M. V. ve Slater, M. (2005). From Presence To Consciousness Through Virtual Reality. *Nature Reviews Neuroscience*, 6(4), 332-339.
- Sánchez Laws, A. L. (2020). Can Immersive Journalism Enhance Empathy? *Digital Journalism*, 8(2), 213-228.

- Savaş, S., Topaloğlu, N., Ve Yılmaz, M. (2012). Veri Madenciliği Ve Türkiye’deki Uygulama Örnekleri. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 11(21), 1-23.
- Seibert-Johnston, R. (2014). *History In Your Hand: A Case Study Of Digital History And Augmented Reality Using Mound 72*. Southern Illinois University At Edwardsville.
- Selvi-Bener, S. (2013). *Antikçağda Oyun Ve Oyuncaklar*. Kitap Yayınevi.
- Selwyn, N. (2004). Reconsidering Political And Popular Understandings Of The Digital Divide. *New Media & Society*, 6(3), 341-362.
- Sevim, C. ve Gönül, E. (2012). Tarihsel Süreç İçerisinde Oyunağın Gelişimi Ve Seramik Oyuncaklar. *Sanat Ve Tasarım Dergisi*, 2(2), 23-40.
- Sicart, M. (2009). Newsgames: Theory And Design. Entertainment Computing-ICEC 2008: 7th International Conference, Pittsburgh, PA, USA, September 25-27, 2008. Proceedings 7,
- Silverstone, R. (2013). *Media And Morality: On The Rise Of The Mediapolis*. John Wiley & Sons.
- Slater, D. (2016). Research Results Part 1: Defining Data Literacy. *School Of Data*.
- Slater, M. ve Sanchez-Vives, M. V. (2016). Enhancing Our Lives With Immersive Virtual Reality. *Frontiers In Robotics And AI*, 3, 74.
- Slater, M., Spanlang, B., Sanchez-Vives, M. V. ve Blanke, O. (2010). First Person Experience Of Body Transfer In Virtual Reality. *Plos One*, 5(5), E10564.
- Smith, R. (2013). What Is Digital Media?. *The Centre For Digital Media*.
- Solove, D. J. (2007). *The Future of Reputation: Gossip, Rumor, And Privacy On The Internet*. Yale University Press.
- Stanney, K. M., Kingdon, K. S., Graeber, D. ve Kennedy, R. S. (2002). Human Performance In Immersive Virtual Environments: Effects Of Exposure Duration, User Control and Scene Complexity. *Human Performance*, 15(4), 339-366.
- Steed, A., Pan, Y., Watson, Z., Ve Slater, M. (2018). “We Wait”—The Impact of Character Responsiveness and Self Embodiment on Presence and Interest In An Immersive News Experience. *Frontiers In Robotics And AI*, 5, 112.
- Stephenson, W. (1964). The Ludenic Theory of Newsreading. *Journalism Quarterly*, 41(3), 367-374.
- Stephenson, W. (1967). The Play Theory of Mass Communication. *The University of Chicago*.
- Stephenson, W. (2020). Ludic News Reading: Enhancing Engagement Through Gamification. *Journal of Digital Media & Policy*, 11(2), 123-139.
- Stevenson, N. (2008). *Medya Kültürleri* (G. O. V. B. E. Aksoy, Trans.). Ütopya Yayınları.

- Sunstein, C. R. (2014). *On Rumors: How Falsehoods Spread, Why We Believe Them, And What Can Be Done*. Princeton University Press.
- Şahin, A. G. Ş., Suher, H. K. ve Bir, A. A. (2009). Odak Grup Yönetimi: Uygulamacılar Açısından Bir Değerlendirme. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*(11), 51-74.
- Şeker, N. T. (2016). Türkiye’de Televizyon Yayıncılığında Eğlencenin Egemenliği. *Trt Akademi*, 1(1), 32-49.
- Taş, O. (2012). Gazetecilik Etiğinin Mesleki Sınırları. *İstanbul: İletişim Yayınları*.
- Taşın, Y. ve Özsoy, S. (2021). Dijital Dönüşümden Veri Gazeteciliğine Dijital Gazetelerde İnfografik Haberlerin İncelenmesi. *Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi*, 3(2), 130-163.
- Temming, M. (2018). Are You Scared of Heights? Virtual Reality Could Help. In A Therapy App, An Avatar Coaches People Through Sky-High Situations. *Sciencenewsforstudents. Org*.
- Teymurova, G. (2003). *Televizyon Haberciliği ve Küreselleşmede Televizyon* Marmara Üniversitesi (Turkey)].
- Thomas, P. C. ve David, W. (1992). Augmented Reality: An Application Of Heads-Up Display Technology To Manual Manufacturing Processes. Hawaii International Conference On System Sciences,
- Thurman, N., Dörr, K. ve Kunert, J. (2017). When Reporters Get Hands-On With Robo-Writing: Professionals Consider Automated Journalism’s Capabilities And Consequences. *Digital Journalism*, 5(10), 1240-1259.
- Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri Ve Demokrasi*. Dost Kitabevi.
- TNYT. (2015). Walking New York. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/interactive/2015/04/22/magazine/new-york-city-walks.html>
- Toffler, A. (1980). The Third Wave. William Morrow And Company. Inc., New York, 120-144.
- Tokgöz, C. ve Polat, B. (2018). Transmedya, Kolektif Anlatı ve Kent: Pokémon Go Örneği. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*(9), 114-129.
- Tokgöz, O. (2000). *Temel Gazetecilik* (Vol. 6). İmge.
- Toruk, İ. (2008). *Gutenberg’den Dijital Çağa Gazetecilik: Türkiye’de Haber Siteleri*. . Literatürk.
- Tuchman, G. (1972). Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions Of Objectivity. *American Journal Of Sociology*, 77(4), 660-679.

- Tufekci, Z. (2017). *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility Of Networked Protest*. Yale University Press.
- Uskali, T., Gynnild, A., Jones, S. ve Sirkkunen, E. (2021). *Immersive Journalism As Storytelling: Ethics, Production, And Design*. Taylor & Francis.
- Uskali, T., Ve Ikonen, P. (2021). The Impact Of Emotions in Immersive Journalism. In *Immersive Journalism As Storytelling* (Pp. 49-59). Routledge.
- Uskali, T., Sirkkunen, E., Kelling, C., Ikonen, P. ve Vääätäjä, H. (2019). Testing Immersive Journalism Experiences: Emotions and Ethics. Future Of Journalism Conference, Cardiff University,
- Üngör, Ç. (2015). *Siyaset. İletişim Yayınları*.
- Van Damme, K., All, A., De Marez, L. ve Van Leuven, S. (2019). 360 Video Journalism: Experimental Study on The Effect of Immersion on News Experience and Distant Suffering. *Journalism Studies*, 20(14), 2053-2076.
- Varol, E., Ve Varol, M. Ç. (2019). Kavram ve Kuramlarıyla Marshall McLuhan'a Bakış: Günümüzün Egemen Medya Araçları Ekseninde Bir Değerlendirme. *Uluslararası Kültürel Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(1), 137-158.
- Vaughan-Nichols, S. J. (2009). Augmented Reality: No Longer A Novelty? *Computer*, 42(12), 19-22.
- Verdú, F. J. M., ve Ruiz, M. J. U. (2019). Mapa De Riesgos Del Periodismo Hi-Tech. *Hipertext. Net*(18), 47-55.
- Vis, F. (2013). Twitter as a Reporting Tool For Breaking News: Journalists Tweeting The 2011 UK Riots. *Digital Journalism*, 1(1), 27-47.
- Wahl-Jorgensen, K. (2013). Subjectivity and Story-Telling in Journalism: Examining Expressions of Affect, Judgement and Appreciation in Pulitzer Prize-Winning Stories. *Journalism Studies*, 14(3), 305-320.
- Wahl-Jorgensen, K. (2016). Emotion and Journalism. *The SAGE Handbook of Digital Journalism*, 128-143.
- Ward, S. J. (2018). *Disrupting Journalism Ethics: Radical Change on The Frontier of Digital Media*. Routledge.
- Werbach, K., Ve Hunter, D. (2015). *The Gamification Toolkit: Dynamics, Mechanics, and Components for The Win*. University Of Pennsylvania Press.
- Williams, D. (2003). The Video Game Lightning Rod. *Information Communication & Society*, 6(4), 523-550.

- Xie, L., Xu, Z., Ban, Y., Zhang, X., Ve Guo, Z. (2017). 360probdash: Improving Qoe Of 360 Video Streaming Using Tile-Based HTTP Adaptive Streaming. *Proceedings of The 25th ACM International Conference On Multimedia*,
- Yankın, F. B. (2019). Dijital Dönüşüm Sürecinde Çalışma Yaşamı. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergi*, 7(2), 1-38.
- Yeğen, C. (2018). Bir Dijital Gazetecilik Biçimi: Robot Gazetecilik. *International Symposium on Communication in the Digital Age*, Mersin
- Yetkin, B. (2022). Yeni Bir Tür Olarak Sürükleyici Gazetecilik: Metaverse Gazeteciliğine Doğru. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(38), 105-125.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri.(9. Genişletilmiş Baskı) Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Yılmaz, K. ve Altinkurt, Y. (2011). Göreve Yeni Başlayan Özel Dershane Öğretmenlerinin Kurumlarındaki Çalışma Koşullarına İlişkin Görüşleri. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri Dergisi*, 11(2), 635-650.
- Yurdigül, Y. ve Yüksel, H. (2012). Gazeteciliğin Dönüşümü: Yeni Medyaya Entegrasyon Sürecinde Değişen Habercilik Pratikleri. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(18), 140-161.
- Zelizer, B. (2004). *Taking Journalism Seriously: News And The Academy*. Sage Publications.
- Zhang, Y., Zhao, P., Bian, K., Liu, Y., Song, L. ve Li, X. (2019). DRL360: 360-Degree Video Streaming With Deep Reinforcement Learning. *IEEE INFOCOM 2019-IEEE Conference On Computer Communications*,
- Zhou, Y. (2017). Clickbait Detection In Tweets Using Self-Attentive Network. *Arxiv Preprint Arxiv:1710.05364*.
- Zilincan, J. (2015). Search Engine Optimization. *CBU International Conference Proceedings*

EK 1 SORU FORMLARI

YARI YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞME SORULARI:

Tema 1: Sürükleyici Gazeteciliğin Güçlü ve Zayıf Yönleri

S1: Sizce Sürükleyici gazeteciliğin başlıca zayıflıkları ya da dezavantajları nelerdir?

S2: Sürükleyici gazeteciliğin ne gibi güçlü yönleri veya avantajları bulunmaktadır?

S3: Avantaj ve dezavantajlar, güçlü ve zayıf yönler bakımından Sürükleyici gazeteciliği diğer gazetecilik türleriyle kıyasladığınızda nasıl görüyorsunuz?

Tema 2: Sürükleyici Gazetecilik İçin En Uygun Uygulama Araçları ve Teknikleri

S4: Sürükleyici gazetecilik için en uygun uygulama araçları ve teknikleri nelerdir?

S5: Medya sektöründe/ eğitim müfredatında sürükleyici gazeteciliğin uygulanmasına/yer almasına yönelik görüşleriniz nelerdir?

S6: Sürükleyici bir gazetecilik projesi üstlenmek isteyenlere ne tavsiye edersiniz?

Tema 3: Sürükleyici Gazetecilikle İlgili Başlıca Zorlukları

S6: Sizin bakış açınızdan, sürükleyici gazeteciliğin hangi spesifik sorunları olduğunu düşünüyorsunuz?

S7: Sizin bakış açınıza göre bu sorunların üstesinden nasıl gelinebilir?

S8: Sürükleyici gazetecilik ve gazetecilik etiği konusunda ne düşünüyorsunuz?

Tema 4: Uzmanların ve Gazetecilerin, Metaverse'in Geçirebileceği Evrimle De İlişkili Olarak, Sürükleyici Gazeteciliğin Geleceği Hakkındaki Düşünceleri

S8: Sürükleyici gazeteciliğin geleceğini nasıl görüyorsunuz?

S9: Sürükleyici gazetecilikle ilişkili olarak metaverse hakkında ne düşünüyorsunuz?

S10: Sürükleyici gazetecilik, gazetecilik mesleği için devamlılığı olan herkes için kabul görmüş bir uzmanlık alanı oluşturur mu?

11. Sorular dışında eklemek istediğiniz herhangi bir ek nokta, yorum veya kişisel değerlendirmede bulunabilirsiniz.

ODAK GRUP SORULARI

1. Daha önce sürükleyici gazetecilik hakkında bilginiz var mıydı? Bu bilgiyi nereden edindiniz?

2. Sürükleyici gazeteciliği, geleneksel gazetecilikle kıyasladığınızda herhangi bir güçlü yönü veya avantajı olduğu düşünüyor musunuz? Bunlar nelerdir?

3. Aynı şekilde başlıca zayıflıkları veya dezavantajları nelerdir?

4. Sürükleyici gazetecilik projelerinde en çok ilginizi çeken şey nedir?

5. Uygulaması için gerekli teknolojik donanımlara ve tekniklere yönelik düşünceleriniz nelerdir?

6. Gazete okumanıza veya haber tüketiminize olumlu veya olumsuz etkisi olur mu?



ÖZGEÇMİŞ

Adı ve SOYADI	MEHMET ARİF ARIK
EĞİTİM DURUMU	
Lisans	Karadeniz Teknik Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik, 2011-2016
Yüksek Lisans	Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik, 2017-2020
Tez Konusu	Twitch Platformu Kullanım Motivasyonu: Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinde Bir Araştırma.
Doktora	Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik, 2020
Tez Konusu	Sürükleyici Gazetecilik Uygulamaları, Oyunlaştırma ve Ludenik Haber Okuma Üzerine Bir Araştırma
Yabancı Dil / Diller	İngilizce ve Almanca
İŞ DENEYİMİ	
2022-2024	Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi, New Media Lab, Koordinatör, Antalya
YAYINLAR	
Arik, M. A., Karaduman, M., Karaduman, S., Karakaya, Ç., Sümer, F. E., & Demir, Z. G. (2024). An examination of immersive journalism by bibliometric analysis from 1999 to 2023. <i>Heliyon</i> , 10(14).	
Arik, M. A., Kayakuş, M., Güdekli, A., & Çizmeli, D. (2024). Yeni Medyanın Sürdürülebilirlik Bakış Açısına Göre İncelenmesi: Bibliyometrik Analiz. <i>Abant Sosyal Bilimler Dergisi</i> , 24(1), 208-232.	
Yalman, A., Arik, M. A., & Çelik, H. C., (2023). Dijital Hastalıklar Üzerine Yapılan Akademik Araştırmalar ile İlgili Bibliyometrik Bir Analiz. <i>İletişim Bilimleri Alanında Uluslararası Teori Araştırma ve Derlemeler</i> (pp.191-209), Ankara: Serüven.	
MA. Arik M.Karaduman (2022) New Media and Digital Capitalism 4th International Media Studies Symposium, Antalya, Türkiye (IMS 2022), e-ISBN: 978-605-4483-57-0, pages:978-605-4483-57-0	
Yiğit Açıkgöz, F., Kayakuş, M., Çizmeli, D., Güdekli, İ. A., & Arik, M. A., (2024). <i>The Economic Effects of Technological Developments on the New Media Sector: A Bibliometric Analysis</i> . 5. Uluslararası Medya Çalışmaları Sempozyumu, Antalya, Turkey	

