

YENİ BİR HABER SUNUM PRATIĞİ OLARAK SANAL GERÇEKLIK TEKNOLOJİSİNİN KULLANIMI

Bünyamin UZUN
Bağımsız Araştırmacı
uzunbnyamin17@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-5697-5080>

Gözde YARDIM
Bağımsız Araştırmacı
yardimgozde@hotmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-6457-6904>

<i>Atf</i>	Uzan, B. & Yardım, G. (2024). Yeni Bir Haber Sunum Pratiği Olarak Sanal Gerçeklik Teknolojisinin Kullanımı. Journal of Communication Science Researches, 4 (1), 1-16.
------------	---

ÖZ

Kitle iletişim teknolojileri hızla gelişmekte ve bu da iletişim ağlarını değiştirmektedir. Özellikle dijital teknolojilerde yaşanan gelişmeler gazetecilik pratiklerinde değişimlere yol açmıştır. İnternet teknolojisinin ortaya çıkardığı geniş olanaklar günümüzde okuyucuları haberi alan kişiler olmaktan haberi deneyimleyen kişiler haline getirmiştir. Sanal gerçeklik teknolojisinin ortaya çıkmasıyla birlikte haber ya da bir belgesel olayı kullanıcılar tarafından deneyimlenebilmektedir. Burada yaratılan sanal bir dünya kullanılmakta ve özel başlık ya da gözlükler aracılığıyla kullanıcılar orada olma hissini yaşamaktadır. Öte yandan Artırılmış Gerçeklik ile de haber olayının özneleri sanal olarak üretilerek izleyicilere gösterilmekte ve gerçeklik algıları artırılmaktadır. Dünyanın önde gelen medya kuruluşları hem sanal gerçeklik hem de artırılmış gerçeklik teknolojilerini kullanarak içerikler üretmektedir. Böylece kullanıcıların haber olayını deneyimlemesi mümkün olmakta ve okuyucu ya da izleyicilerin daha fazla medya araçlarında zaman geçirmesi sağlanmaktadır. Çalışma, sanal gerçeklik teknolojisi ve sanal gerçeklik gazeteciliğinin gelişimini saptamayı amaçlamaktadır. Bu anlamda çalışmada literatür taraması gerçekleştirilerek sanal gerçeklik gazeteciliği ve sanal gerçeklik gazeteciliği türleri incelenmiştir. Çalışmada VR gazetecilik türleri farklı VR haber sunum örnekleri ile desteklenmiştir. Başta ABD medyası olmak üzere çeşitli ülkelerin medya kurumları VR haber sunumuna yatırım yaptığı görülmüştür. Ancak Türk medyasında sanal gerçeklik kullanılarak üretilen bir içerik görülmezken artırılmış gerçeklik ile içerikler üretilmiştir. Bu anlamda Türkiye’de medya kuruluşlarının yeni teknolojileri takip etmesi biraz yavaş olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sanal Gerçeklik, Artırılmış Gerçeklik, Habercilik, Yeni Medya.

USING VIRTUAL REALITY TECHNOLOGY AS A NEW NEWS PRESENTATION PRACTICE

ABSTRACT

Mass communication technologies are developing rapidly and this is changing communication networks. Especially developments in digital technologies have led to changes in journalistic practices. The wide possibilities created by the Internet technology have transformed the readers from the people who receive the news to the people who experience the news. With the emergence of virtual reality technology, news or a documentary event can be experienced by users. A virtual world created here is

used and users experience the feeling of being there through special headgear or glasses. On the other hand, with Augmented Reality, the subjects of the news event are produced virtually and shown to the audience and their perception of reality is increased. The world's leading media organizations produce content using both virtual reality and augmented reality technologies. Thus, it is possible for users to experience the news event and it is ensured that readers or viewers spend more time in media tools. The study aims to identify the development of virtual reality technology and virtual reality journalism. In this sense, virtual reality journalism and types of virtual reality journalism were examined by conducting a literature review in the study. In the study, VR journalism types were supported with different VR news presentation examples. It has been observed that media institutions of various countries, especially the US media, are investing in VR news presentation. However, while there is no content produced using virtual reality in the Turkish media, content was produced with augmented reality. In this sense, it has been a bit slow for media organizations in Turkey to follow new technologies.

Keywords: *Virtual Reality, Augmented Reality, Journalism, New Media.*

GİRİŞ

Medya, ilk ortaya çıkışından günümüze değin teknolojik gelişmelerle birlikte oluşmuş, gelişmiş ve değişmiştir. Özellikle internet teknolojisinin yaygınlaşmaya başlamasıyla birlikte oldukça hızlı bir gelişim ve değişim yaşanmaya başlanmıştır. Söz konusu değişimin temelinde dijitalleşme ve medya içeriklerinin sunduğu olanakların köklü değişimi yatmaktadır. Özellikle son 10-15 yılda yaşanan gelişmeler hem medya içeriklerini hem de medya kullanıcılarının konumlarını değiştirmiştir. Bu anlamda en önemli örneği ise Sanal Gerçeklik (VR) teknolojisi oluşturmaktadır. VR teknolojisinin medyada özellikle de habercilik alanında kullanılmaya başlanması farklı bir habercilik pratiği ortaya çıkarmıştır. Bu anlamda VR haberciliğinin incelenmesi önemlidir.

Gazetecilik sektörü, geleneksel medyadan dijitalle geçişte kaybettiği, artık enformasyonu sosyal ağlar aracılığıyla tüketen izleyici kitlesini geri kazanmak için dijital teknolojilere daha uyumlu hale gelmeyi hedeflemektedir. Dijital hikâye anlatıcılığına geçişte VR teknolojisi heyecanlandırıcı özellikleri ile gazeteciliğin kendisini yeniden keşfetmesi, kaybettiği izleyicilerle yeniden bağlantı ve yakın bir şekilde etkileşim kurması için harika bir fırsat sunmaktadır. Sürükleyici teknoloji, hikâye anlatımını ve haber sunumunu yeniden şekillendirme yeteneğine sahiptir. Bu yeni teknoloji, insanları anlatılan konuların merkezine koyarak haberi deneyimleme fırsatı verir, hikâyeyi geleneksel olandan daha etkili ve akılda kalıcı bir şekilde sürdürmektedir. İzleyicilerle daha güçlü bağlar kurma olanağı sunan VR teknolojisi gazeteciliğin geleceğini şekillendirecektir. Öyle ki 360° video kullanan New York Times ve The Guardian gibi medya devleri hikâye anlatıcılığında bu teknolojiye kaymaya başlamıştır. Bunun yanı sıra VR teknolojisiyle benzer yönleri bulunan ve çalışmada da yer verilen Artırılmış Gerçeklik (AR) teknolojisinden yararlanan haber sunumları da gerçekleştirilmektedir.

VR teknolojisinin habercilikte kullanımı son 10 yılda ortaya çıkmış ve yaygınlaşmıştır. Ancak ülkemizde VR teknolojisine dayanan haber sunumu neredeyse hiç olmamıştır. Buna karşın AR teknolojilerinden yararlanan haber sunumları gerçekleştirilmiştir. Özellikle televizyon haberlerinde birçok haberde AR kullanılarak izleyicilerin haber hikâyesini daha iyi anlamaları ve gerçeklik algılarını etkilemeleri amaçlanmıştır. Bu anlamda Türk medyasının VR teknolojisini kullanarak haber sunumuna hemen geçmemekle birlikte kademeli olarak geçişin sağlanacağı öngörülmektedir. Ancak bu çalışmada VR teknolojisi temelli haber sunumları ile sınırlı olması nedeniyle Türkiye'den bir haber örneği çalışmada bulunmamaktadır.

Dünyanın çeşitli ülkelerinde uluslararası medya kuruluşları VR haber sunumuna başlamasıyla birlikte önemli bir alan ortaya çıkmıştır. Bu alanın medyaya etkileri ve kullanıcı deneyimleri çeşitli akademik çalışmalara da konu olmaktadır. Medyanın içerik üretme pratikleri ve kullanıcıların haberlerle olan etkileşimi VR haberciliğinde farklı bir bağlamda olmaktadır. Hem medya alanında ortaya çıkan yeni durum hem de kullanıcıların deneyimleri iletişim alanı için önemlidir. Bu çalışmada VR haberciliğinin

gelişimi ve dünyada yapılan önemli VR haberlerinden örnekler yer almaktadır. Bu anlamda çalışma, literatür taramasına dayalı olarak durum tespitini amaçlamaktadır. Bu doğrultuda öncelikle VR ve AR teknolojilerinin gelişimi ve medya ile ilişkisi ele alınmış ve daha sonra bu teknolojilerle ortaya çıkan yeni gazetecilik ya da haber sunum türü kısaca anlatılmıştır. Son olarak da dünyada ses getiren çeşitli VR haber deneyimlerinden örnekler çalışmada yer almıştır. Çalışmada incelenen VR temelli haberler doküman analizi tekniğiyle toplanmış ve çalışmanın amacı ile sınırlılıkları çerçevesinde seçilerek kullanılmıştır. Bu anlamda çalışmanın evrenini dünya basınında yer alan VR haberleri oluştururken çalışmada amaçlı örnekleme tekniği ile literatürde saptanan sanal gerçeklik gazeteciliği türlerine uygun olarak seçilen haberler örnekleme oluşturmuştur. Literatürde yer alan VR teknolojilerine dayalı haber sunum türlerine ilişkin örnekler çalışmaya dahil edilmiştir. Çalışmada VR haberlerinin uluslararası medyada hızla arttığı saptanmıştır. Başta ABD olmak üzere ekonomik anlamda gelişmiş ülkelerin medya kurumlarının VR teknolojilerine ve VR haber deneyimlerine yatırım yaptığı ve yeni bir gazetecilik deneyiminin ortaya çıktığı görülmüştür.

SANAL GERÇEKLIK VE ARTIRILMIŞ GERÇEKLIK

Sanal gerçeklik (VR), gerçek dünyada hiç kimsenin görmediği ve gerçek dünyada var olmayan dijital bir dünyayı deneyimleme şeklidir. Sanal gerçeklik uygulamasında bir cihaz aracılığıyla bir konser ya da bir filmin içerisinde olma deneyimi sunulmaktadır. Bu bağlamda sanal gerçeklik, gerçek dünyayı ya da gerçeklik algısını tamamen değiştiren ve bir süreliğine gerçekliği ele alan yapay bir dijital ortamdır. Sanal gerçeklik ile deneyimlenen dünya bilgisayar altyapısıyla oluşturulmuş gerçek dünyanın bir simülasyonudur. Birey o simülasyonda gerçekte gitmediği bir yeri ya da yapmadığı farklı bir şeyi deneyimleyebilmektedir (Gürcan, 2018: 127).

Sanal gerçeklik, kullanıcıların dijital ortamda oluşturulan bir dünyada aktif katılımcı haline geldiği, etkileşimli ve bilgisayar tabanlı multimedya olarak tanımlanabilir. Geniş açılardan yapılan çekimlerle bir dünya yaratılmaktadır ve bu dünya ya da simülasyon gerçek bir yerin ses ve görüntü olarak deneyimi olabileceği gibi hayali bir yerin deneyimi de olabilmektedir. Söz konusu simülasyonda etkileşim yazılıma göre değişiklik göstermekle birlikte deneyimi gerçekleştiren kişinin baş ve el hareketleriyle sanal dünyada da bir hareket olması temeline dayanmaktadır (Ünalın, 2020: 421).

VR teknolojisinin temelleri yaklaşık yarım yüzyıla dayanmaktadır ancak bugün kullanılan anlamıyla VR, son 10 yılda yaşanan teknolojik gelişmelerle şekillenmiştir. Bu anlamda ticari görselleştirme cihazlarında yaşanan artış ve 360 derece çekim yapabilen kamera teknolojilerinde yaşanan gelişmeler etkili olmuştur. Çekimi yapılan şeyin her yönüyle kaydedilmesi ve elde edilen ürünün üç boyutlu olması medya sektöründe yeni bir alan açmıştır. Medya şirketlerinin dijitaldeki konumlarını güçlendirme isteği ile VR teknolojisi medya alanında etkili bir yer edinmeye başlamıştır. Bu teknolojik gelişmeler ve medyada kullanımları Sanal Gerçeklik Gazeteciliği ve Artırılmış Gerçeklik Gazeteciliği olarak tabir edilen alanı ortaya çıkarmıştır (Erken, 2019: 14; Ünalın, 2020: 417).

VR teknolojisi, insanlara dijital aygıtlarla oluşturulan yüksek kaliteli görüntülerin gösterilmesi ve onlarla etkileşim halinde olma sistemidir. Bireyin içine girdiği dünya bilgisayar ortamında oluşturulan yapay bir ortamdır ancak birey buraya girdikten sonra bunu gerçek olarak algılamaktadır. Söz konusu sanal ortamda gerçek dünyada var olan kişi ya da nesnelere etkileşimde olunabileceği gibi gerçeklikle ilgisi olmayan ya da geçmişte kalanlar dahil geniş bir yelpazeye etkileşimde bulunma olanağı olmaktadır (Mandal, 2013). Burada VR teknolojisinin insanların gerçeklik algısını manipüle etmesi olasılığı ortaya çıkmaktadır. VR deneyimini yaşayan bireylerin söz konusu sanal gerçekliği var olan gerçekliğin önüne geçebilir ve burada bireyin gerçeklik algısının sorunlu hale gelebileceği unutulmamalıdır.

Sanal gerçeklikte kullanıcının gerçek ya da hayali bir dünyaya girerek orada etkileşime girmesi ve bunun gerçekliği hissini yaşaması için iki temel nokta bulunmaktadır. Bunlardan ilki söz konusu sanal dünyanın üretilmesidir. Bu sanal dünyanın üretilmesi 360 derece çekim yapabilen kameralarla yapılarak

videonun oluşturulması ve simülasyonun oluşturulmasına dayanmaktadır. İkincisi ise üretilen sanal dünyaya giriş ve deneyimin sağlanacağı teknolojik cihazın bulunmasıdır. Bu anlamda ilk olarak özel olarak tasarlanmış sanal gerçeklik odalarıdır. Bunun yanı sıra başa takılan bir görüntüleme cihazı da yaygın olarak kullanılmaktadır. Sanal gerçekliğin kullanımını yaygınlaşmasıyla birlikte sanal gerçeklik deneyimi sunan cihazların üretimi de hızla artmaktadır (Owen vd. 2015).

Sanal gerçekliğin temel kullanım amacı deneyimdir. İnsanlar yeni bir dünyayı deneyimleyebilmekte ve bundan bir tatmin duymaktadır. Bu deneyim ve tatmin ise bilgisayar tabanlı yazılımlarla mümkün olmaktadır. İdeal bir sanal gerçeklik simülasyonu içine girilen dünyanın gerçekmiş gibi gezilebilmesi ve o dünyadaki nesnelere dokunabilme olanağının olmasıdır. Bir anlamda söz konusu dünya ile etkileşim deneyiminin kalitesini ve tatmini sağlama noktasında oldukça önemlidir (Ünalın, 2020: 422). Burada medya açısından deneyime bakıldığında bir haber olayının fiziki olarak içinde yer alınmaktadır. İzleyici haber olayını hem fiziki olarak deneyimlemekte hem de zihinsel olarak deneyimlemektedir. Haberi bir aracının aktarımında çıkartarak deneyimlenen bir konuma getirmektedir. Başka bir deyişle VR temelli haberlerde haberi üreten muhabir arka plana itilerek teknolojik olanaklarla haber deneyimlenmektedir.

VR teknolojisi üzerine yapılan çalışmaların yalnızca VR temelli olması eksik olacaktır. Bu anlamda artırılmış gerçeklik (AR) kavramını da incelemekte yarar vardır. Çünkü bu iki teknoloji iç içe geçmiş ve birbirini tamamlayan konumdadır. AR, sanal gerçeklikten farklı bir temele dayanmaktadır. AR uygulamalarında gerçek dünya ile sanal nesnelere iç içe geçtiği gerçek ve sanal nesnelere bütününden oluşmaktadır. AR teknolojisi insanların herhangi bir olayı daha iyi anlamasına yardımcı olmaktadır (Yöndem ve Karadağ, 2019: 23). Bir anlamda AR, gerçeklikten kopmadan sanal dünyayı deneyimleyebilme olanağı sunmaktadır.

AR teknolojisi temelinde sanal gerçekliğin farklı bir şeklidir. AR gerçeklikte dijital ortamda üretilmiş sanal nesnelere gerçek zamanlı olarak gerçek dünyaya monte edilmekte ve deneyimleyen kişi bunları gerçek zamanlı olarak görebilmektedir (Azuma, 1997: 355). Burada AR oluşturulurken üç boyutlu olarak oluşturulan nesnelere gerçek dünyaya etkileşimli bir şekilde dahil edilmesi söz konusudur. Bu anlamda kullanıcıların gerçek dünya ile olan etkileşimi devam etmekte ancak sanal dünyada olan nesnelere etkileşimi de devam etmektedir. Böylece kullanıcıların gerçeklik algısı artmakta ve olayları daha geniş perspektiften görme olasılığı artmaktadır. Daha önce de değinildiği gibi VR ise gerçek dünyanın dışında bir gerçeklik sunması bakımından AR ile ayrılmaktadır.

AR ve VR sistemlerinin sağladığı gerçeklik bakımından farklılaşmasına karşın benzer hatta aynı dijital donanımları kullanılmaktadır. Ancak VR gerçek dünyayı kasıtlı olarak değiştirmeyi amaçlarken AR gerçek dünyayı tamamlayarak gerçeklik algısını artırmaktadır. AR teknolojisinde Optik ve Video teknolojileri kullanılmaktadır. Her iki teknoloji de başa takılabilen teknolojik cihazlarla sanal ve gerçek dünyadaki nesnelere gerçek zamanlı olarak deneyimleme olanağı sunmaktadır (Azuma, 1997: 365). AR teknolojisinde kullanıcı gerçek dünyadan çıkmadan aslında gerçek dünyada olmayan gerçekleri yani sanal gerçekleri de görerek dünya algısındaki gerçekliği daha yoğun bir şekilde deneyimlemektedir. Anlatılmak istenen bir haber, bir belgesel ya da tanıtılmak istenen bir ürünün bütün yönleri AR ile kullanıcının önüne konulmakta ve onunla ilgili daha ayrıntılı bilgi edinmesi sağlanmaktadır.

Sanal gerçekliğin yaratılmasında ve kullanıcıların deneyim sağlamasında temel olan beş ayrı teknoloji bulunmaktadır. Bunlar: 360 derece videolar, Bilgisayar Grafik Tabanlı Mobil Sanal Gerçeklik (Computer Graphic Based Mobile VR), Oda Ölçeğinde Sanal Gerçeklik (Room-Scale VR), Elde Tutulabilir Artırılmış Gerçeklik (Handheld Augmented Reality) ve Başa Takılabilir Artırılmış Gerçeklik (Head-Worn AR) şeklindedir (Hardee & McMahan, 2017, 7-9). 360 derecelik videolar bir nesnenin bütün açılarıyla tek bir görüntüye alınması temeline dayanmaktadır. Bu görüntülerin kullanımı mobil cihazlar ve görüntüleme teknolojileriyle sağlanabilmektedir ve bu nedenle çok yaygındır. Bilgisayar Grafik Tabanlı Mobil Sanal Gerçeklik ise, telefonlar, mobil başa giyilebilir görüntüleyiciler ve diğer

bütün bilgisayar tabanlı simülasyonları kapsamaktadır. Burada VR özellikleri daha belirgindir. Oda Ölçeğinde Sanal Gerçeklik, özel tasarımı bir sanal gerçeklik ortamıdır ve burada daha fazla etkileşime dayalı deneyim olanağı vardır. Söz konusu sanal gerçeklik deneyimi oldukça üst düzeyde bir gerçeklik hissi vermekte ve kullanıcılar bu deneyimde bu hissi yaşamaktadır. Elde Tutulabilir Artırılmış Gerçeklik daha önce hazırlanmış AR içeriklerinin telefon ya da tablet gibi cihazlarla deneyimlenmesi mantığına dayanmaktadır. Başa Takılabilir AR ise telefon ve tablet gibi cihazlarla yaşanan deneyimin başa takılan bir cihazla bu deneyimin yaşanmasıdır. Başa takılan cihazın AR uygulamalarında varlık duygusunu artıran bir özelliği olduğu ya da telefon ve tablet üzerinden olan deneyimlere göre daha fazla varlık duygusu verdiği düşünülmektedir (Ünalın, 2020).

AR teknolojisi VR teknolojisine göre daha eski ve gelişim süreci daha uzun bir döneme dayanan bir sistemdir. İlk olarak 1960'lı yıllarda başlayan çalışmalar 1990'lı yıllara kadar yavaş ve kullanımı yaygın olmayan bir görüntüde kalmıştır. Ancak 2000'li yılların başlarında hızla artan teknolojik gelişmeler bu alanı başat konuma getirmeye başlamıştır. Son yıllarda özellikle oyun teknolojisinde yaşanan gelişmeler AR teknolojisini daha yaygın hale getirmiştir. Bu anlamda Pokemon Go gibi oyunlar oldukça etkili bir AR deneyimi sunmuştur (Erken, 2019). Bu teknolojilerin gelişmesi ve ortaya çıkardığı olanaklar birçok alanda olduğu gibi medya alanına da önemli katkılar sunmuştur. Medya alanında öncelikle haber, belgesel ya da reklam gibi ürünleri izleyicilerin deneyimleme olanağı ortaya çıkmış ve izleyicilerin medya kullanımında konumu değişmiştir. Bir anlamda izleyiciler gerçek ya da sanal dünyayı dijital ortamda deneyimlerken gazetecilik uygulamalarını da deneyimlemektedir. Bu kapsamda VR ve AR teknolojilerinin gazetecilik alanına etkilerini incelemek önemlidir.

Gazetecilikte Sanal Gerçeklik Kullanımı

Dijital etkileşimli gazetecilik haberden eğlenceye birçok alanı kapsamaktadır. Bir anlamda medyanın pek çok alanında dijital etkileşimli gazetecilik örnekleri görülmektedir. Bu anlamda günümüzde en belirgin dijital etkileşimli gazetecilik örneği VR ya da AR gazeteciliğidir. VR veya AR gazeteciliği sanal bir dünyanın deneyimi ile ortaya çıkmaktadır. Bu bakımdan ilk örneklerinin dijital tabanlı haber oyunları olduğunu söylemek mümkündür. 2000'li yılların başlarında haber olayının yüklendiği bir simülasyonda oyuncular söz konusu olayla ilgili gerçeklere ulaşmaya çalışan oyunlar oynamıştır. Bu oyunlarda haber konusunun gerçek delillerine ulaşma dahil yüksek oranlı bir gerçeklik ilişkisi bulunmaktadır (Micheal & Chen, 2005). Burada belirtilen haber oyunları bugün bildiğimiz anlamda VR veya AR gazeteciliği olmamakla birlikte onun öncüllerinden biri olmuştur. Söz konusu oyunların ardından yeni teknolojilerle birlikte 2010 sonrası bugün kullanılan VR ortaya çıkmaya başlamıştır.

Sanal gerçeklik gazeteciliği, temelde haberlerin okuyucuları tarafından haberde anlatılan olay veya olgu hakkında birincil kişi deneyimi edinmeleri şeklinde üretilmesine dayanmaktadır (De la Pena vd. 2010: 291). Bir anlamda izleyiciler haberin hikâyesine tanıklık ederek gerçekten oradaymış hissini yaşayabilmektedirler. Elbette bu his, video teknolojileri, yüksek görüntü kalitesi ve web tabanlı dağıtım platformları ile olmaktadır. Yüksek kalitede 360 derecelik çekimlerin yapılmasıyla söz konusu sanal dünya yaratılabilmekte ve haberler ya da medya içerikleri böylece alıcılara deneyimletilmektedir. Bu durum izleyiciye medya içeriği karşısında aktif bir konum vermekte ve haberi deneyimleyerek onu özümseme olanağı sağlamaktadır. Bunun yanı sıra gazetecilerin de haber aktarmadaki etkin gücünü artırarak tüketicilerle daha iyi bir bağ kurmalarını mümkün hale getirmektedir (Erken, 2019: 15; Erken & Birsen, 2021).

Sanal gerçeklik ortamlarının en dikkat çekici özelliklerinden biri, kullanan insanların gerçek olmadığını bilmesine karşın sanal olaylara ve olgulara gerçek gibi tepki vermeleridir. Sanal gerçekliğe dayanan habercilik, mekân yanılması, akla yakınlık ve sanal beden sahipliği temeline dayanmaktadır. Mekân yanılması, bireyin orada olmadığını bilmesi ancak sanal olarak yaratılmış yerde olduğu düşüncesini yaşamasıdır. Akla yakınlık ise bireyin içinde bulunduğu sanal ortamı tutarlı ve olağan hayatın akışına uygun olarak görmesidir. Bir anlamda sanal ortamın gerçekliğini kabullenme sürecidir. Mekân yanılması ve akla yakınlık sanal gerçekliğin kabul edilmesi ve deneyimin sürdürülmesi için

önemlidir. Bu süreç üç boyutlu görüntülerle oluşturulan sanal beden sahipliği ile tamamlanarak sanal gerçeklik deneyimi ve bunun yanılması sağlanmaktadır. Bireylerin sanal avatarlarını gerçek olarak kabul etme oranının oldukça yüksek olduğu bilinmektedir (Slater, Perez-Marcos, Ehrsson, & Sanchez-Vives, 2009'dan akt. De la Pena 2010: 294).

Sanal gerçeklik gazeteciliği son yıllarda ciddi anlamda bir sıçrama yapmıştır. Özellikle ABD Başkanlık seçimi için yürütülen yayınlarda The Washington Post gazetesi sanal gerçeklik temelli grafikler, videolar ve görüntülerle dikkat çekmiştir. Bunun yanı sıra 2016 yılına başta Avrupa ülkeleri olmak üzere çeşitli ülkelerde gazeteler fotoğraf ve infografik görüntülerle sanal gerçeklik temelli habercilik yapmaya başlamışlardır. Böylece VR ve AR temelli gazetecilik çalışmaları daha önemli hale gelmiştir (Longhi, 2017: 16).

Sanal gerçeklik gazeteciliği, kendini var eden teknolojik gelişmelerin yanı sıra kullanıcıların haberi izlemek yerine haberi yaşayarak öğrenme arzusuna da dayanmaktadır. Çeşitli artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik denemelerinin medya içeriklerindeki başarısı ve kullanıcılar tarafından ilgi görmesi nedeniyle başta gazete ve televizyonlar olmak üzere medya kuruluşlarının ilgisini bu alana çekmiştir. Gazetecilik uygulamalarında ses, video, grafik vb. çeşitli animasyonlarla kullanıcılar medya içeriğine dair ortamı deneyimleme olanağı yakalamaktadır. Özellikle artırılmış gerçeklik teknolojisi bu anlamda çok daha fazla tercih edilmektedir (Yöndem ve Karadağ, 2019: 30).

De la Peña, Henry Jenkins'e (2010) verdiği bir röportajda Sanal Gerçeklik Gazeteciliğini (Immersive Gazetecilik), şöyle tanımlamıştır:

Immersive gazetecilik, oyun platformlarını ve sanal ortamları kullanarak haber, belgesel ve kurgusal olmayan hikâyeleri aktarmanın yeni bir yoludur. Bu hikâyeler, İkinci Hayat gibi çevrimiçi sanal dünyalarda oluşturulabilir ya da bireyi sanal bir vücuda veya beden izlemeye dayalı bir sanal gerçeklik arayüzüne (CAVE) koyan, kafa hareketlerini izlemeye dayalı bir Başa Takılabilir Görüntüleyici (Head-Mounted Display/HMD) kullanılarak üretilir. İyi yapılmış sanal gerçeklik senaryolarıyla birlikte varlık duygusundan (presence) yararlanan bu platformlar, haberin eşlik ettiği duygulara eş benzeri görülmemiş bir erişim sağlayan kapsamlı bir deneyim sunar. Katılımcılar, dijital bir avatar olarak öykünün içinde dolaşırken, gerçek dünyadan gelen görsel ve işitsel birincil kaynak materyal hikâyenin gerçekliğini güçlendirir.

Sanal gerçeklik gazeteciliği Çaba'ya (2018: 699) göre, temelde "immersion" ve varlık duygusu" olmak üzere iki ana kavrama dayanmaktadır. Burada kullanıcı sanal bir gerçekliğin içine girmekte ve içine girdiği gerçekliği unutarak orada var olduğunu düşünmektedir. Bu anlamda sanal gerçekliğe giren kullanıcı içinde olduğu sanal ortama duygusal olarak tepki verme durumuna girmesi ise simülasyonun tamamlanması anlamına gelmektedir.

VR gazeteciliği Hardee ve McMahan'a (2017) göre etkileşimli gazeteciliktir. Haberlerde etkileşim oyunlardan etkileşimli haritalara ya da grafiklere kadar geniş bir yelpazede olmaktadır. Bu anlamda VR gazeteciliği temelde etkileşimli habercilik olanağı sunmaktadır. Çaba'ya (2018) göre etkileşimli habercilik ise, kullanıcıların haber olayına klasik bir bilgisayar arayüzüyle girdiği ve söz konusu haberin çeşitli boyutlarını deneyimleyebildiği ya da haber olayının içerisinde gezebildiği bir formattır. Ancak De la Pena ve arkadaşları etkileşimli haberciliği "düşük seviyeli immersive gazetecilik" ve "derin immersive gazetecilik" olarak ikiye ayırmaktadır. Burada etkileşimli gazetecilik olarak bahsedilen nokta düşük seviyeli immersive gazeteciliğe denk gelmektedir. Derin immersive gazetecilikte ise kullanıcı VR aracılığıyla haber olayının konumuna giderek gerçeklik algısını söz konusu haber olayına kaydırmaktadır. Başka bir deyimle kullanıcı haber olayının merkezine oturmaktadır (De la Pena vd., 2010: 293).

Sanal gerçekliğin gazetecilikte kullanılması geleneksel gazetecilikte kullanılan haber ve haber olaylarının hikâyesinin anlatımında değişimlere yol açmaktadır. Geleneksel gazetecilik anlayışında

gazeteci haber olayını aktararak okuyucu ya da izleyicilerin kafasında bir taslak oluşturmaktadır. Televizyonda yer alan bir haberin görüntülerini izleyici izlemekte ancak buna dahil olamamaktadır. Sanal gerçeklikte ise 360 derecelik çekimlerle birlikte izleyici haberi yalnızca takip etmemekte bunu deneyimlemektedir. Bu anlamda gazetecilik pratiklerinde ve izleyicilerin bunu kullanma pratiklerine önemli bir değişim yaratmıştır (Ünal, 2020: 418).

Sanal gerçeklik teknolojisinin gazetecilikte yarattığı değişimler, geleneksel medya formatlarından farklı bir deneyim sunmaktadır. Bu teknoloji, kullanıcılara etkileşimli ve derinlemesine deneyimler sunarak haberleri, hikâyeleri ve bilgiyi farklı bir şekilde iletebilme imkânı sağlar. Teknolojinin toplumsal yapıları ve süreçleri nasıl etkilediğini ve dönüştürdüğünü vurgulayan teknolojik belirlenimcilik kuramı ile gazetecilikte sanal gerçeklik kullanımı, teknolojinin medya içeriklerini nasıl belirlediği ve gazeteciliği nasıl dönüştürdüğüne odaklanılmaktadır. Teknoloji ve insan ilişkileri incelemelerinde sıklıkla değerlendirilen teknolojik belirlenimcilik yaklaşımının önde gelen isimlerinden McLuhan, teknolojik araçların insanları değiştirdiğinden söz ederek artık teknolojinin gelişmesiyle biçimin içerik üzerindeki üstünlüğünü savunmaktadır (Artut, 2014: 41-49). McLuhan, teknolojik determinizmin etkilerini, medyanın ve iletişim teknolojilerinin insanlar ve toplum üzerindeki dönüştürücü etkileri üzerine derinlemesine inceleyerek teknolojinin sadece bilgiyi iletmekle kalmadığını, aynı zamanda toplumun yapılarını, değerlerini ve algılarını da şekillendirdiğini savunmuştur. McLuhan, teknolojinin iletişim üzerindeki etkilerini irdelerken; medyanın biçimine, yarattığı duygusal algıya, toplumsal ve kültürel değişimlere etkisine odaklanır. McLuhan, "The Medium is the Message" (ortam mesajdır) tezini öne sürmüştür. Bu tez, bir medya türünün sadece taşıdığı bilgileri değil, aynı zamanda kullanılan medya biçiminin kendisinin de bir mesaj taşıdığını ifade eder. Başka bir deyişle, bir kitap, televizyon programı veya internet sitesi gibi farklı medya biçimleri, içerdikleri bilgilerin algılanma şeklini ve toplum üzerindeki etkileri değiştirebilmektedir. McLuhan, farklı medya türlerinin insanların duyuşsal algısını nasıl etkilediğini inceler. Örneğin, televizyon gibi görsel medya, özellikle ses ve görüntü kombinasyonu sayesinde, insanların algısını daha etkili bir şekilde etkileyebilir. Bu, medyanın insanların algısına doğrudan müdahale ettiği bir örnektir. McLuhan, medyanın sadece bireysel algıyı değil, aynı zamanda toplumsal yapıları, değerleri ve kültürleri de nasıl etkilediğini ele alır. Medya türleri, toplumsal ilişkileri, ekonomiyi, politikayı ve kültürel değerleri şekillendirebilir ve dönüştürebilir (McLuhan, 1964). Gazetecilik, sanal teknolojilerin hızla gelişmesiyle büyük bir dönüşüm yaşamaktadır. Teknolojik determinizm açısından bakıldığında, teknolojinin gazeteciliği nasıl şekillendirdiği ve dönüştürdüğüne dair önemli bir perspektif sunmaktadır. Sanal teknolojiler, gazeteciliği daha zengin ve etkileşimli hale getirmektedir. Haberler artık metinlerden daha fazlasını içererek; fotoğraf, video, interaktif grafikler ve sanal gerçeklik gibi öğelerle zenginleştirilmiş içerikler sunabilir. Bu, okuyucuların daha derinlemesine ve katılımcı bir şekilde habere dâhil olmasını sağlamaktadır. Teknoloji, gazeteciliği şekillendirir ve bu dönüşüm hem haber üretimini hem de tüketimini büyük ölçüde etkiler. Bu durum, teknolojinin gazeteciliğin doğasını ve işleyişini nasıl değiştirdiğini anlamak için teknolojik determinizmin önemli bir ilkesini oluşturmaktadır.

Sanal gerçeklik teknolojisi anlatılırken de değinildiği gibi VR deneyimi sanal bir dünyaya girme ve orada var olma duygularına dayanmaktadır. Bu teknolojinin bir sonucu olan VR gazeteciliği de bu iki temel üzerine kurulmuştur. Bireyler önceden oluşturulan bir haber hikâyesinin sanal dünyasına girmekte ve orada olan sanal beden sahipliği ile bunu deneyimlemektedir. Sanal varlık duygusu ile kullanıcı haber olayına birebir tanıklık etmektedir. Gazetecilikte bu durum kullanıcılara haberin aktarılmasından ziyade haberin bir parçası olma fırsatının verilmesi anlamına gelmektedir. Bu durum kullanıcıların daha kolay ikna olması ve medyaya daha fazla güvenmesini de beraberinde getirecektir.

VR gazeteciliği, gazeteciliğin farklı türlerinde kullanılmaktadır. Gazetecilik türlerinin kendine özgü yapıları ve VR teknolojisinin getirileri düşünüldüğünde VR gazeteciliğinin de farklı haber türlerinde kullanımı için uygun türler ortaya çıkardığı düşünülmektedir. Bu anlamda Hardee ve McMahan (2017: 12-13) 4 ayrı VR gazeteciliği türü ortaya atmışlardır. Onlara göre bu ayrım hikâye türleri ve bu hikâyelerin hangi VR teknolojisine uygun olduğu üzerinden yapılmalıdır. Bu çerçevede onlara göre, VR

gazeteciliği türleri: 360 derece son dakika haber videoları, Mobil immersive kamu hizmeti, Bilgisayar grafik tabanlı immersive araştırmalar ve immersive açıklayıcı habercilik ęeklinindedir.

360 Derece Son Dakika Haber Videoları: Habercilikte temel nokta haber olayının hikâyesini anlatmaktır. Eğer son dakika ortaya çıkan bir haber olayını anlatmak için elde yeterli kaynak ya da görsel yoksa burada üç boyutlu videolar etkili olacaktır. Haberi hızlı bir ęekilde vermek için gerçek kaynakları beklemek yerine bilgisayar ortamında oluşturulmuş sanal kaynakların kullanılması haberi hem daha hızlı bir ęekilde sunma olanağı sağlayacak hem de gerçekliği daha güçlü kılacaktır. Günümüzde herhangi bir VR cihazı yani başa takılan cihazlara gerek olmadan mobil cihazlarla bu görüntüler deneyimlenebilmektedir. Bu nedenle birçok medya kuruluşu son dakika haberlerini 360 derece videolarla vermektedir (Hardee ve McMahan, 2017: 12).

Mobil Immersive Kamu Hizmeti: Kamu hizmeti haberleri toplumun genelini ilgilendiren haber olaylarından olmaktadır ve bu doğrultuda geniş kitleleri ilgilendiren haberlerin ayrıntılı bir ęekilde verilmesi gerekmektedir. Geniş kitlelere sanal gerçeklik haberciliğinin ulaşımı da son dakika haberlerinde olduğu gibi 360 derecelik videolarla ve AR teknolojisiyle olmaktadır. nkn başa takılan VR cihazları ve oda leğinde VR deneyimi gibi seçeneklerin hem geniş kitlelere ulaşamayacağı hem de ayrıca zaman ayırma gerektirdikleri düşünülmektedir. Mobil immersive kamu hizmeti içerikli haberler özellikle 2017 sonrasında başta Amerikan medyasında olmak üzere dünyanın çeşitli yerlerinde görülmeye başlanmıştır (Hardee & McMahan, 2017: 12-13).

Bilgisayar Grafik Tabanlı Immersive Araştırmalar: Bilgisayar grafik tabanlı sanal gerçeklik birçok habercilik türünde kullanılmaktadır. Özellikle araştırmacı habercilikte gerçek mekân ve olaylara erişmek için sanal gerçeklikten yararlanılmaktadır. Bu anlamda özellikle bilgisayar grafik tabanlı sanal gerçeklik ve oda ölçeğinde sanal gerçeklik teknolojileri yaygın olarak kullanılmaktadır. VR teknolojileri aracılığıyla araştırmacı habercilik öğeleri yalnızca haberi yapanların kontrolünde olmamakta ve kullanıcıları da içine çekerek geniş kitlelerin kullanabildiği bir yapıya dönüşmektedir (Hardee & McMahan, 2017: 13). Çalışmanın ilerleyen kısımlarında da görüleceği gibi özellikle araştırma haberlerinde Bilgisayar Grafik Tabanlı Immersive gazetecilik örnekleri ortaya konmuştur.

Immersive Açıklayıcı Habercilik: Açıklayıcı haberler temelde geniş bir bağlamı olan ve derinliği olan konuların anlatılmasına dayanmaktadır. Burada karmaşık bir konunun açıklanması söz konusu olacağından teknolojik olanaklardan yararlanarak daha net bir anlatım isteği vardır. VR ve AR teknolojileri karmaşık konuları basite indirgeyerek anlatmayı sağlamaktadır (Hardee & McMahan, 2017: 13). Ayrıntılı ve derinliği olan bir olayın teknoloji yardımıyla anlatılması son sanal gerçeklik gazeteciliği türü olarak açıklanmıştır.

Yeni Bir Hikâye Anlatıcılığı Olarak Sanal Gazetecilik rnekleri

Yeni iletişim teknolojileri ve internetin gazetecilik alanına girmesiyle birlikte web 2.0 internet haberciliği, bloglar, sosyal medya haberciliği, veri gazeteciliği, robot gazetecilik, yapay zeka uygulamaları gibi örneklerle ek olarak gazetecilikteki son dijital gelişme sanal gerçeklik olmuştur. İnternet teknolojileri ile birlikte interaktif yn kazanan haber deneyimi sanal gerçeklik ile birlikte kullanıcının aktif rol aldığı bir dünyayı inşa etmektedir.

VR teknolojisinin gazetecilik alanına kayması ve bu alanda keşfedilmesi ilk olarak Nonny de la Peņa tarafından 2010 yılında gerçekleştirilmiştir. Bunun ardından New York Times VR uygulaması kullanmaya başlayan ilk büyük medya şirketi olmuştur. Böylece gazetecilik alanına giren VR teknolojisi kullanıcılara haber değeri olan yerlerde olma ve olayların içinde bulunma duygusunu sunmaya başlamıştır (Tribusean, 2020: 227-228).



Şekil 1: Nonny de la Peña tarafından yaratılan “Los Angeles'ta Açlık”, bir kilisede yer alan Los Angeles gıda bankasının dışındaki bir sahnenin 3 boyutlu yeniden anlatımıdır (de la Pena, 2022).

Yukarıdaki görselde görünen, Nonny de la Peña tarafından 2012'de yaratılan ve Sundance Film Festivali'nde sunulan “Los Angeles'ta Açlık”, sanal gerçeklik kullanılarak gazetecilik hikâye anlatımının ilk örneğidir. Basit bir gözlük seti, bir çift kulaklık ve bir cep telefonu ile, bir ABD kentindeki gıda bankasından gerçek bir sahneyi sanal ortamda yeniden yaratmıştır. Görüntüler her gün gazetelerde okuduğumuz türden bir sahnedir ancak sanal görsel ve işitsel teknoloji, kullanıcıyı haber dünyasının içine sokmaktadır. Kullanıcıların oldukça ilgisini çeken bu ilk haber deneyimi habere konu olan insanlarla empati kurulması açısından önemli olmuştur.



Şekil 2: New York Times'ın yayınladığı The Displaced Adlı 360 Derecelik Haber Sunumu (New York Times, 2022).

New York Times, VR teknolojisi ile gazeteciliği etkileşimli ve sürükleyici bir boyuta taşıyarak The Daily 360 adında bir haber kanalı oluşturmuştur (Hardee vd., 2017: 2). New York Times 2015 yılında, bir basın bildirisi sunarak sanal gerçeklik haberciliğine geçtiğini duyurmuştur. 2012 yılında uzun biçimli multimedya hikâyesi Snowfall yayınlandıktan sonra sanal gerçeklik olarak düzenlenmiş ve birçok ödül almıştır. 2015 yılında, New York Times Gazetesi Ukrayna, Güney Sudan ve Suriye'deki evlerinden kaçan üç çocuğun hikayelerini anlatan “The Displaced” adlı 360 derecelik haber sunumunu

yayınlamıştır. Gazetenin genel yayın yönetmeni Jake Silverstein'in bu duyurusu ile haber kuruluşları için haber pratiklerini değiştirecek yeni bir başarı olmuştur (Palmer, 2020: 1).

Jake Silverstein, The Displaced'dan bir sanal gerçeklik deneyi olarak söz etmektedir. Sanal gazetecilik denemeleriyle birlikte Silverstein, VR izleyicisinin hikâyelerde yer alan kişilerin hayatlarında 'mevcut' hissetmelerine ve böylece mevcudiyet duygusunun yaratacağı empati ile kişiler arasında daha büyük ilişkilere ve iletişime yol açacağını düşünmektedir (Palmer, 2020:2).

New York Times'ın 360 derecelik haber videolarını inceleyen bir çalışmada, VR videolarında kullanıcıların sürükleyici içeriğe mevcudiyet duygusunun yaratılmasında görsel geleneklerin yanında işitsel geleneklerden de yararlandığına dikkat çekilmektedir. VR video izleyicilerinin kulaklık takarak fiziksel dünyadaki seslerden çok, aracılı ortamın seslerine odaklanması işitsel derinlik sağlaması ve olay yerinde daha mevcut hissetmeleri önemli olmaktadır. Ancak incelenen 360 derecelik videolarda bazı eksik yönleri ortaya koyan çalışma; videolarda izleyicilerin aracılı ortam içeriğini değiştirme seçeneğinin olmaması, izleyicilerin sesin geldiği yöne doğru dönüp bakmaya karar verse de vermese de içeriğin hazır bir şekilde ortamda bulunması yalnızca temel bir etkileşim deneyimi sunmakta olduğuna vurgu yapmaktadır. Bu sebeple bu videoların çok etkileşimli olmadığı, haber sunumunda gazetecilik otoritesinin sürdüğü, ayrıca ekonomik ve etik bakımlardan sıkıntılı yönlerinin görmezden gelinemeyeceği belirtilmektedir (Palmer, 2020: 11-12).

Sanal gerçeklik haber sunumlarında özellikle üst düzey VR deneyimlerinde haberleri haber odasından çıkarmak kritik bir önem arz etmektedir. Öyle ki The Guardian Gazetesi'nin bir hapisane hücreesindeki mahkûmun deneyimlerini paylaştığı sanal gerçeklik videosu olan "6x9" isimli sunumunda kullanıcıları gerçek deneyime daha da yakınlaştırmak için hücre odası merkeze alınarak hikâyeye sunulmuştur.



Şekil 3: 6x9: The Guardian Gazetesi'nin bir hapisane hücreesindeki mahkûmun deneyimlerini paylaştığı sanal gerçeklik ortamı (The Guardian, 2022).

The Guardian'ın yukarıda bahsedilen bu 360 derecelik videosu yayımlandıktan sonra oldukça ses getirmiş, birçok festivalde ve hak savunuculuğu yapan kampanyacılar tarafından kullanılmıştır. Videoyu deneyimlemesi için siyasetçiler Beyaz Saray'a davet edilmiş ve deneyimleyenlerden videonun gerçek bir etki potansiyeline sahip olduğuna dair olumlu yorumlar alınmıştır (Kangasniemi, 2021: 23).

Bir başka örnekte ise, Nonny de la Pena'nın Suriye'deki iç savaşa dikkat çekmek ve savaştaki duyguları aktarmak için oluşturduğu "Syrian Project" isimli VR videosu savaş alanını izleyicilere gerçekçi bir şekilde sunmaktadır. Suriye Projesi, gerçekte sürükleyici gazetecilik olarak adlandırılan şey için bir

atılımı temsil eden, bilgisayar tarafından üretilen bir VR prodüksiyonudur. De la Pena, YouTube kanalında Suriye Projesi hakkında konuşurken "sürükleyici gazetecilik" terimini kullanmıştır.



Şekil 4: Syrian Project VR videosundan patlama görüntüsü (Syrian Project, 2022).

Suriye Projesi VR videosu, VR teknolojisinin hikâye anlatımında kullanımının en iyi örneklerinden biridir. Proje, VR kullanıcılarına iki senaryo sunmaktadır. Birincisi Halep'te işlek bir caddede patlayan bomba, ikincisi ise mülteci kampıdır. Her vakada Suriye Projesi'nin arkasındaki ekip, hikâyeyi en doğru biçimde verebilmek için geniş çaplı araştırmalar yapmıştır. Ekip, bomba senaryosunda gerçek olayı mümkün olduğunca kopyalamaya yaklaşmak için patlamanın ardından çekilen çeşitli video görüntülerini analiz etmiştir. Deneyimin ortak yapımcısı Vangelis Lympouridis, "Google Çeviri ile Arapça arama yaparak, patlamanın iki el kamera videosunu bulmayı başardık ve tam olarak nerede ve ne zaman olduğunu bulmak için konumu izledik" demiştir. Buna ek olarak; "Videolardan hareketsiz kareler çıkardık, panoramik çekimler yaptık ve bunları patlamanın vurduğu Halep mahallesini inşa etmek için kullandık. Mülteci kampı için ise, durumu kaydetmesi için kampa bir ekip gönderdik. Sesler tamamen gerçektir. Bu gerçekten bir mevcudiyet duygusu yaratıyor" diye açıklama yapan Lympouridis, VR videoları ile haber deneyiminin nasıl üst noktalara çıkabileceğinden söz etmektedir (Lympouridis, 2022)

Türkiye'de sanal gerçeklik gazeteciliği ile ilgili yapılmış çalışmalar oldukça sınırlıdır. Türkiye'de daha çok reklamcılık ve eğitim alanında kullanım denemeleri yapılan sanal gerçeklik ile ilgili deneme çalışmaları sürmektedir. Literatür incelendiğinde ise sanal gerçekliğin kullanıcılar üzerinde etkisi odaklı tez çalışmaları bulunmaktadır. 2019'da yapılan bir tez çalışmasında Z kuşağı özelinde belirlenen kullanıcılar üzerinden AR, VR ve TV haber formatı olmak üzere üç ayrı formatta 3'er dakika uzunluğunda haber videoları izlettirilerek görüşmecilere videoların hangi kategoriye ait olduğu hakkında herhangi bir bilgilendirmede bulunulmadan haber videolarının etki gücü ölçülmüştür. Sonuçta araştırmadaki katılımcıların VR ve AR videolarını geleneksel TV haber videolarına göre daha etkileyici bulduğu ortaya koyulmuştur (Çelik, 2019). Türkiye'de yapılan bir başka sanal gerçeklik ve habercilik ile ilgili tez çalışması; VR gazeteciliğinin ortaya çıkışını ve medya psikolojisi bağlamında VR haberciliğinin hatırlama ve anlama üzerine etkisini ortaya koymaktadır. Araştırmada VR haberciliğinin ilk uygulamalarını yapan; New York Times, BBC, CNN, Euronews ve Guardian gazetelerinin VR

haberlerine içerik analizi uygulanarak haberlerin teknik özellikleri betimlenmiştir. Araştırmanın uygulama aşamasında 30 katılımcıdan oluşan deney grubuna seçilen VR ve online haberler izletilmiştir. Sonuç olarak, VR haberler ile online haberler karşılaştırıldığında, VR haberlerin daha iyi hatırlandığı ve anlaşıldığı saptanmıştır (Erken, 2019).

Sanal gerçekliğin gazetecilik alanında kullanılmasını yavaşlatan bir takım etmenler bulunmaktadır. Öncelikle sanal gerçeklik teknolojilerinin maliyetleri açısından geleneksel haber sunumlarına oranla oldukça yüksek olması bu etmenlerin başında gelmektedir. Maliyetlerin yanı sıra geleneksel haber kültürü içinde yetişmiş medya patronlarının inovasyon kültürünün bu yeni teknolojilere ne derece ulaşabileceği de bir başka soru işaretidir. Var olan öğrenilmiş gazetecilik bilgilerinin bu tür yeni ortamlara taşınması ve bu ortamlarda uygulanması kolay görülmemektedir. Ayrıca gazeteciliğin sivil rolünün bu teknolojilere entegre edilmesi, kullanıcıların VR ortamında neyi tüketmek istediğini doğru algılamak ve o yönde içerikler üretmek de başlı başına incelenmesi gereken ve bu teknolojide başarılı olmayı zorlaştıran önemli konulardır (Damas ve Garcia, 2022: 343).

Gazeteciliğin en önemli sorunlarından olan etik ve gizlilik ihlalleri dijitalleşme ile birlikte artarak devam etmektedir. Gazeteciliğin entegre olduğu her yeni dijital ortamda ortamın da özellikleri ile birlikte etik çerçeve yeniden belirlenmektedir. Bu bağlamda, VR teknolojileri ile birlikte bu ortamın gerektirdiği şekilde kullanıcılar ve haberciler için yeni etik kurallar belirlenmesi gerekmektedir. VR videolarda kullanıcının haber ortamını gerçekçi bir şekilde yaşaması, ortamda bulunma hissi ile haberin sunumu etik açıdan daha önem kazanmaktadır. VR ile gerçekçi haber sunumu izleyici üzerinde daha fazla manipülatif, rahatsız edici, ürkütücü, psikolojik yıkım yaratıcı etkide olabilir. Bu gibi durumlar için kullanıcıyı bilgilendirmek, editoryal standartları belirlemek gerekmektedir (Erken, 2019: 24).

Maliyet ve etik sorunların yanı sıra kullanıcıların geleneksel haber izleme alışkanlıklarını VR video izleme alışkanlığına dönüştürmenin zor olacağı düşünülmektedir. VR teknolojisini kullanabilmek için ekstra ekipmanlara ihtiyaç duyulması ve bu araçlara adapte olmanın belli bir dijital eğitim gerektirmesi nedeniyle sanal gerçeklik teknolojilerinin kullanım oranlarının kuşaklar arası farklılıklara daha çok sebep olacağı olasıdır. Zorluklarının yanı sıra medya alanındaki her yeni teknoloji, beraberinde birçok avantajı da getirmektedir. Sürükleyici gazetecilik ile birlikte; hikâyenin deneyimlenebiliyor oluşu, hikâyelerin daha etkili ve akılda kalıcı hale getirilmesi, daha büyük bir doğruluk ve şeffaflık duygusu verilmesi, habere yeni bir değer kazandırılması gibi olumlu özellikler de ortaya çıkmıştır. Sanal gerçeklik haber sunumunun avantajları şu maddeler ile özetlenebilir:

1. İzleyicinin olayın içine dalması: vizörü takarak izleyici gerçek fiziksel ortamdaki izlenimden izole edilir ve böylece yalnızca vizör aracılığıyla yeniden üretileni görür ve duyar.
2. Küresel bir sahnenin 360° video ile üç boyutlu bir görünüm ve belirli bir derinlik seviyesi ile temsil edilmesi.
3. Bakış açısının izleyici tarafından kontrolünün olması. İzleyici başını hareket ettirerek görüş alanını insan bakışına benzer bir şekilde değiştirebilir.
4. Uzamsal ses kullanımı. Bu teknoloji, izleyicinin sesi üretildiği yönden geldiğini algılamasını sağlamak için gereklidir.
5. Seyircinin, temsil edilen eylemin bir gözlemcisi, bir karakteri veya hatta başkahramanı olarak olay içindeki daha aktif rolü.
6. Mevcudiyet duygusu. Seyircinin olayların geçtiği yerde olduğunu algılayıp oradaymış gibi tepki vermesi anlaşılabilirliği gibi geleneksel anlatıya göre önemli avantajlar sağlamaktadır (Benítez & Herrera 2020'den akt. Damas & Gracia, 2022: 332).

SONUÇ

İnsan bedeninin fiziksel ve duyuşal sistemlerini kullanarak daha gerçekçi görsel içerik sunmayı vaat eden sanal gerçeklik teknolojisinin medya alanında kullanılmaya başlanması, gazeteciliğe ve habere yeni bir boyut kazandırmıştır. Bu teknoloji; medya içeriklerini, izleyiciler açısından daha sürükleyici,

ilgi çekici ve devamlılığı olan bir noktaya taşımaya başlamıştır. Sanal ortamda bu sürükleyici içeriği yaratmak için doğrudan haber deneyimini aktaracak yüksek bir teknolojiye sahip olmak her zaman yeterli olmamaktadır. Sahip olunan teknolojinin yanı sıra sanal gerçeklik kullanıcısının duyu ve fiziksel etkileşimine koordineli bir şekilde yanıt verecek uyaranları barındıran ilgi çekici hikâye anlatımı sunması çok önemlidir (Simpson, 2020: 218). Etkileşimin medya endüstrisinin en heyecan verici özelliklerinden biri olması nedeniyle VR teknolojilerinin bu anlamda gazeteciliğin geleceğine damga vuracağı düşünülmektedir.

VR, 360° video ve sanal gerçeklik teknolojileri şimdiden gazetecilik pratiğinin bir parçası olmaya başlamıştır. Hızlı teknolojik gelişmelerle birlikte yakın zamanda üretim zorluklarıyla da başa çıkılması ve maliyetlerin düşürülerek bu teknolojinin daha da yaygınlaşması beklenmektedir. Bu yeni teknolojinin habercilik alanında kullanılma zorluklarının yanı sıra vaat ettiği heyecan verici özellikler işlerinde VR kullanan gazetecilerin umutlarını ve beklentilerini desteklemektedir. Ancak bu beklentileri daha iyi anlamak için daha fazla sistematik araştırmanın gerekli olduğu bir gerçektir. Kullanıcı deneyimine yönelik araştırmalar artırılmalı, teori oluşturma çalışmaları, yeni kavramlar, modeller veya çerçeveler önerilmelidir. Haberde VR hikâye anlatıcılığının diğer medyalara göre belirli avantajları olduğu açıktır, ancak izleyici üzerindeki etkilerini daha derinlemesine anlamak için daha fazla teorik ve ampirik araştırmaya ihtiyaç vardır. Ayrıca gazeteciler, bu yeni teknolojinin ortaya çıkardığı etik ve gizlilik gibi zorlukların çözümü için bu teknoloji ile uyumlu yeni etik ilkeler oluşturmalıdır. Gelecekte araştırmacıların ve uygulayıcıların ortak çabalarıyla, gazetecilikte VR kullanımından en iyi şekilde yararlanmanın mümkün olacağı düşünülmektedir (Tribusean, 2020: 235-236).

Çalışmada örnekleri sunulan VR haber deneyimleri başta ABD olmak üzere Avrupa ülkelerinin basın kuruluşları tarafından üretilen haberlerdir. VR teknolojisinin gelişimi ve haber sunumunda kullanılması bakımından ABD medyasının ya da ABD merkezli uluslararası medyanın öncü olduğu görülmektedir. Yapılan araştırmalarda VR temelli haber sunumunun ülkemizde henüz denenmediği görülmektedir. Ülkemizdeki medya kuruluşları VR haberciliği deneyimini kullanmamakla birlikte deneme amaçlı bir reklam VR deneyimi de sunulmuştur. Bu durum teknolojinin hızla geliştiği ve dünyaya çok hızlı bir şekilde yayıldığı günümüzde Türk medyasının bu anlamda geri kaldığını göstermektedir. Öte yandan ülkemizde AR temelli haber sunumları gerçekleştirilmektedir. Çalışmada yalnızca VR haber sunumları incelemeye alındığı için bu haber örneklerine yer verilmemiştir.

Teknolojik Belirlenimcilik Kuramı, teknolojinin toplumsal yapıları, kültürü, ekonomiyi ve medyayı nasıl etkilediğini vurgular. Bu kurama göre, teknoloji toplumda ve medyada meydana gelen değişimleri belirler ve şekillendirir. Teknolojinin medya alanında nasıl bir etki yarattığını ve gazeteciliği nasıl dönüştürdüğünü daha derinlemesine incelemek için önemli bir çerçeve sunan kuram ile sanal gazetecilik ve çalışmada yer alınan örnekler değerlendirildiğinde elde edilen sonuçlar bu şu şekilde açıklanabilir:

- Sanal gazetecilik, yeni teknolojilerin, özellikle sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik ve diğer sürükleyici teknolojilerin gazetecilik pratiğine entegre edilmesiyle doğmaktadır. Bu teknolojiler, haberleri daha etkileşimli, görsel olarak zengin ve katılımcı hale getirir. Bu anlamda teknolojinin yaratıcı gücü sanal gerçeklik teknolojisinde kendini göstererek teknolojik determinizmin dönüştürücü etkisi gazetecilik alanında da oldukça hissedilmektedir.
- Sanal gerçeklik, geleneksel gazetecilik pratiklerini dönüştürür. Haberleri, olayları ve hikâyeleri yeni bir şekilde anlatma kapasitesine sahiptir. Sanal gazetecilik, okuyuculara sadece haberleri okuma veya izleme deneyiminden ziyade, olayların içinde bir parça olma deneyimini sunar. Bu açıdan medyada yeni bir deneyim alanının oluşması ile McLuhan'ın "araç mesajdır" görüşü ön plana çıkmaktadır. Sanal gerçeklik teknolojisinde kullanılan araçlar sadece mesajı taşımakla kalmaz, aynı zamanda mesajın içeriğini ve nasıl algılandığını da şekillendirir. Verilen örneklerde bu durum incelendiğinde, iletişim aracının

haberinin biçimini ve görsel unsurlarını da içerdiği için mesajın anlaşılma şeklini etkileyebileceği görülmektedir. Ayrıca sanal gazetecilik, kullanıcılara daha etkileşimli ve katılımcı bir deneyim sunar. Okuyucular, haberlere yorum yapabilir, içerikleri paylaşabilir ve hatta bazı sanal gerçeklik uygulamalarında olayların içindeymiş gibi hissedebilir. Bu etkileşimli deneyimler, haberin algılanma şeklini belirler ve haberin iletişim aracı olan teknoloji, kullanıcıların bu deneyimi nasıl yaşadığını etkileyebilir.

- Teknolojik Belirlenimcilik Kuramı, teknolojinin kabulünü ve toplumsal etkilerini de ele alır. Sanal gazetecilik, toplumda nasıl kabul gördüğüne ve insanların haberleri nasıl tükettiğine dair önemli bilgiler sunar. Bu teknolojinin toplumsal etkileri, haber algısını ve kamuoyunu şekillendirebilir. Sanal gazetecilik, haberleri hızlı bir şekilde yayma ve anında erişim sağlama imkânı sunar. Bu, güncel olaylara hızlı bir şekilde tepki verme ve haberleri anında paylaşma kabiliyeti sunar. İnternet ve sosyal medya platformları, haberin hızlı bir şekilde yayılmasını sağlar ve bu da haberin toplumda nasıl algılandığını etkileyebilir.
- Medya kuruluşları, rekabet avantajı elde etmek ve okuyucuları çekmek için sanal gerçeklik teknolojisini kullanabilirler. Bu da teknolojik belirlenimcilik ilkesine dayanır; teknoloji, medya kuruluşlarının ve gazetecilerin uygulamalarını ve içeriklerini şekillendirir.
- Sanal gerçeklik, haber üretim süreçlerini değiştirir. Örneğin, saha muhabirleri olayları sanal gerçeklik ortamında kaydedebilir ve izleyicilere gerçek zamanlı olarak iletebilir. Bu, haber üretim süreçlerinde teknolojinin doğrudan etkilerini göstermektedir. Ayrıca sanal teknolojiler, yeni medya modellerinin oluşmasını mümkün kılar. Bağımsız gazetecilik, podcast'ler, video bloglar ve çevrim içi haber platformları gibi yeni medya modelleri, teknolojinin gazetecilik pratiğini nasıl dönüştürdüğünü göstermektedir.

Ülkemizdeki medya kuruluşlarının VR haber sunumun gerçekleştirme için yatırımlar yapması ve bu anlamda içerikler üretmesi hem ülke içindeki medya rekabeti ve Türk medyasının içinde olduğu bunalıma bir nefes olacağı hem de uluslararası standartlarda yayıncılık ve rekabete katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu anlamda daha küçük ve teknolojik olarak daha ucuz olan VR cihazları ile yapılacak deneyimlerin öncelikli olarak tercih edilmesi ülkemizde VR haber sunumunun gelişimine önemli bir katkı sunacaktır. VR haberciliği elbette yalnızca anaakımda yer alan medya kuruluşları tarafından yapılmayacaktır. Teknolojinin doğası gereği bir gazete ya da televizyon ile bağı olmayan bir dijital platform da VR temelli haber sunuculuğu gerçekleştirebilir. Bu anlamda medya kurumları dışından girişimcilerin de VR haber sunumuna yönelmesi rekabeti ve medya ortamının atmosferini hareketlendireceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Artut, S. (2014). Teknoloji -insan birlikteliği. Ayrıntı Yayınları.

Azuma, R. T. (1997). A Survey of augmented reality, *Presence*, 6(4), 355-385.

Çaba, D. (2018). Dijital çağda değişen haber sunumu: Gazetecilikte sanal gerçeklik uygulamaları. *e-GİFDER*, 6(1), 691-724.

Çelik, İ. (2019). Gelecek gazeteciliği örneği olarak sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik uygulamaları. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi.

Damas, S. & Garcia, M. (2022). Immersive journalism: Advantages, disadvantages and challenges from the perspective of experts. *Journalism and Media*, 3, 330-347.

- De la Pena, N., Weil, P., Llobera, J., Giannopoulos, E., Pom S, A., Spanlang, B., Friedman, D., Sanchez-Vives, M. V. & Slater, M. (2010). Immersive journalism: Immersive virtual reality for the first-person experience of news. *Presence*, 19(4), 291-301.
- De la Pena, N. (2022, 07, Aralık). Los Angeles'ta Açlık, <https://journalists.org/2012/02/15/how-they-did-it-hunger-in-los-angeles/>.
- Erken, F. (2019). Sanal gerçeklik teknolojileri ile izlenen haberlerin bellek ve anlama üzerine etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Anadolu Üniversitesi.
- Erken, F. & Birsen, H. (2021). Cognitive differences between online and virtual reality news in the context of recall and comprehension. *Yeni Medya*, 10, 1-24.
- Hardee, G. M. & McMahan, R. P. (2017, Temmuz 31). FIJI: A framework for the immersion journalism intersection. *Hypothesis and Theory*, 4(21), 1-16.
- Jenkins, H. (2022, 02 Aralık). Designing the Future of Journalism: An Interview with USC's Nonny de la Pena. http://henryjenkins.org/blog/2010/06/two_scenarios_for_the_future_o.html.
- Kangasniemi, J. (2021). From empty hype to a crucial tool: Pushing the boundaries of immersive journalism. University of Oxford.
- Longdi, R. R. (2017). Immersive narratives in web journalism. between interfaces and virtual reality. *Estudos em Comunicacao*, 25(1), 13-22.
- Lympouridis, M. (2022, 08 Aralık). VR Videoları, <https://www.vice.com/en/article/jp5jx3/virtual-reality-is-bringing-the-syrian-war-to-life>.
- Mandal, S. (2013). Brief introduction of virtual reality & its challenges, *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 4(4), 304-309.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. Routledge.
- Michael, D. & Chen, S. (2005). *Serious games: Games that educate, train and inform*. Muska & Lipman/Premier-Trade.
- New York Times. (2022, 07 Aralık). The Displaced, <https://www.nytimes.com/video/magazine/100000005005806/the-displaced.html>.
- Owen, T., Pitt, F., Aronson-Rath, R. & Misward J. (2022, 03 Aralık). Virtual Reality Journalism, A Research Project by The Tow Center for Digital Journalism at Columbia University, https://www.cjr.org/tow_center_reports/virtual_reality_journalism.php.
- Palmer, L. (2020). "Breaking free" from the frame: International human rights and the NewYorkTimes' 360-Degree Video Journalism, *Digital Journalism*, 8(3), 386-403.
- Simpson, J. (2020). Humanising AR in design: Introducing digital and physical people to an augmented reality design visualisation process for theatre. eds. Jung T. Tom Dieck M.C. & Rauschnabel P.A. *Augmented Reality and Virtual Reality: Changing Realities in a Dynamic World*, Springer Nature, s: 215-226.

Syrian Project. (2022, 04 Aralık). Syrian Project VR,
<https://www.youtube.com/watch?v=v2KG0QM9wP8>.

The Guardian. (2022, 04 Aralık). Hapishane Hücresinde Mahkûm Deneyimi,
<https://www.theguardian.com/world/ng-interactive/2016/apr/27/6x9-a-virtual-experience-of-solitary-confinement>.

Tribusean, I. (2020). The use of VR in journalism: Current research and future opportunities. eds. Jung T. tom Dieck M.C. & Rauschnabel P.A. Augmented Reality and Virtual Reality: Changing Realities in a Dynamic World, Springer Nature, s: 227-239.

Ünalın, D. (2020). Gazetecilikte sanal gerçeklik uygulamaları: Immersive gazetecilik. eds Gezgin S. & Çiftçi H. İletişimde Seçme Konular 1, İKSAD Yayınevi, s: 415-456.

Yöndem, T. & Karadağ, G. H. (2019). Artırılmış gerçeklikle değişen haber sunumu. Yeni Medya Elektronik Dergi – eJNM, 3(1), 22-44.