

Habercilikte Sınırları Aşmak: Sanal Gerçeklikte Mesaja Dönüşen Zaman, Mekân, Birey

Crossing the Borders in Journalism: Time, Space, Individual Transformed into a Message
in Virtual Reality

Barış YETKİN*

Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Received: 05.07.2022 ■ Kabul Accepted: 17.02.2023

ÖZ

Teknoloji insana dair her şeyi dramatik biçimde etkilemektedir. Yaşam biçimi, kültür ve toplumsal birimlerle olan ilişkiler neredeyse tamamen teknolojinin dayattığı değerler üzerine biçimlendirilmektedir. Bugün 21. yüzyılın ilk çeyreğinde teknolojik gelişmelerin insan algısını değiştirdiği kabul edilen bir olgudur. Okuyucu, dinleyici ya da izleyici yerine kullanıcı olarak adlandırılan medya içerik tüketicisi birey, toplumsal ağ içinde önemli bağlantı ya da düğüm haline gelir. Durum böyle olunca gazetecilik pratiklerinde bu yeni tip bireylere ulaşmak için teknolojik gelişmelerin takip edilmesi, kullanılması ve dijital iletişim sürecine dâhil olma gündeme gelir.

Bu araştırmada teknolojik gelişmeler aracılığıyla yeni gazetecilik anlayışı olan sanal gerçeklik (VR) haberleri üreten “sürükleyici gazetecilik”, örnek olay yöntemiyle ele alınmaktadır. Görsel iletişimin çok daha geçerli olduğu gazetecilik pratikleri içinde daldırma tekniği ile haber hikâyesinin geçtiği fiziksel mekânın mesaj olarak kullanıldığını öne sürülmektedir. Bu doğrultuda Marshall McLuhan’ın “araç mesajdır” düşüncesinden yararlanılmaktadır. Asya, Avrupa ve Kuzey Amerika’daki kimi medya kuruluşları haberlerde mekân hissi yaratarak mesajın gücünü artırma amacıyla “sürükleyici gazetecilik” adı altında yeni bir gazetecilik biçimine yönelebilmektedirler. Bu türdeki haberlere yönelik yapılan haber analizlerinde mekânın araç olarak kullanıldığı; mekânın da zamanı ve bireyi mesaja dönüştürüldüğü bulgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Teknoloji, Dijital İletişim, Sanal Gerçeklik, Yeni Gazetecilik Yönelimleri, Sürükleyici Gazetecilik.

ABSTRACT

Technology has a dramatic impact on everything human. Relationships with lifestyle, culture and social units are formed almost entirely on the values imposed by technology. Today, in the first quarter of the 21st century, it is a phenomenon that is accepted that technological developments have changed human perception. The individual, the media content consumer, who is called the user instead of the reader, listener or viewer, becomes an important connection node in the social network. When this is the case, following and using technological developments and being involved in the digital communication process come to the fore in order to reach these new types of individuals in journalism practices.

In this research, “immersive journalism”, which produces virtual reality (VR) news, which is a new journalism understanding, is discussed with the case study method. It is claimed that the physical space where the news story takes place is used as a message with the immersion technique in journalism practices where visual communication is much more valid. In this direction, Marshall McLuhan’s idea of “the tool is the message” is used. Some media organizations in Asia, Europe and North America may turn to a new form of journalism called “immersive journalism” in order to increase the power of the message by creating a sense of place in the news. In the news analyzes made for this type of news, it has been found that the space is used as a tool and the space is transformed into a message for the time and the individual.

Keywords: Technology, Digital Communication, Virtual Reality, New Journalism Trends, Immersive Journalism.

Giriş

Sürükleyici (immersive) anlatımlara 21. yüzyılda birçok alanda başvurulabilmektedir. Fransa cumhurbaşkanlığı seçimlerinde adaylardan Jean-Luc Melenchon, kampanyası içinde farklı siyasal iletişim teknikleri kullanmıştır. Örneğin, Nisan ayında yapılacak seçimlere yönelik, Ocak 2022 tarihinde çevresi altı metre yüksekliğindeki ekranlarla çevrilmiş bir sergi salonunda beş bin kişinin katıldığı seslerin ve kokuların desteklediği 360° videolar ile sürükleyici bir miting (videosu için bkz. Mélenchon, 2022a) düzenlemiştir (Euro News, 2022). Mart ayında yaptığı ikinci sürükleyici mitingin ardından Nisan 2022'de bu kez hologram teknolojisi ile yedi aynı konumda multi-miting (videosu için bkz. Mélenchon, 2022b) düzenlemiştir (Delafontaine, 2022). Siyasette olduğu gibi sergilerde^{1,2}, fuarlarda ve hatta gazetecilik alanında da benzer anlatımların kullanımı yaygınlaşmaktadır.

Bu çalışmada, Marshall McLuhan'ın "araç mesajdır" düşüncesi temel olarak kullanılmaktadır. Ancak indirgemecilik anlayışının cazibesine kapılmadan teknolojinin ve özellikle de iletişim teknolojilerinin nimetlerinden yararlanan haber medyasındaki üretimsel ve ürünsel gelişmeleri incelemektedir. Teknolojik gelişmeler aracılığıyla yeni gazetecilik anlayışı olan "sürükleyici gazetecilik" (immersive journalism), örnek olay yöntemiyle ele alınmaktadır. Görsel iletişimin çok daha geçerli olduğu gazetecilik pratikleri içinde daldırma tekniğiyle haber hikâyesinin geçtiği fiziksel mekânın, mesaj olarak kullanıldığını öne sürmektedir.

Avrupa ve Kuzey Amerika'daki gibi Asya'daki kimi medya kuruluşlarının³ sürükleyici haberlerde mekân hissi yaratarak mesajı daha güçlü duruma

getirmeyi amaçlayabilmektedirler. Bu türdeki haberlere yönelik yapılan analizde araç olarak kullanılan mekânın, mesajın kendisine dönüştüğü; mekânın da zamanı ve bireyi araç haline getirdiği bulgulanmaktadır. Böylece, sürükleyici gazeteciliğe yönelen medya kuruluşlarının amaçları ile ilgili belirlenim doğrulanmaktadır.

Teknoloji, Yaylagül'ün (2006) de dikkat çektiği gibi, bağımsız değişken olarak kabul eden ve onu gizemleştiren belirlenimcilik anlayışından farklı ele alınmalıdır. Bu çalışma da aynı anlayışı benimseyerek teknolojiyi ve ürünlerini neden-sonuç ilişkisi çerçevesinde haberleri incelemektedir. Diğer taraftan teknoloji, 21. yüzyılda her zamankinden daha yoğun biçimde toplumlara değiştirmekte ve dolayısıyla kültürü de her zamankinden daha çok etkilemektedir ancak onun tarafsız olmadığı, egemen güçlere hizmet ettiği de akılda tutulmalıdır.

Kuramsal Çerçeve

Teknolojik belirleyicilik medya teknolojilerine odaklanır. Teknolojik araçların sosyolojisinde bireylerin nasıl düşüneceğini, hissedeceğini, harekete geçeceğini ya da toplumun biçimini ve çalışmasını nasıl biçimlendirdiğini merkeze alır (Erdoğan ve Alemdar, 2010).

Teknolojik yaklaşımlar içinde yer alan Innis'e göre, farklı dönemlerde geçerli olan farklı iletişim teknolojileri söz konusudur. Zamana ve uzama bağlı değişen iletişim teknolojileri, içinde buldukları bireysel ve toplumsal boyutları denetim altına alırlar. Teknoloji aracılığıyla oluşturulan içerik aracılığıyla bilgi iktidarının dağılımı belirlenirken eş zamanlı olarak güç ilişkileri ortaya çıkar (Yaylagül, 2006: 60-61).

1 Paris'te bulunan Ulusal Doğa Tarihi Müzesi'nde (bkz. (Museum d'Histoire Naturelle, 2022) ve L'Atelier des Lumières'te (bkz. L'Atelier des Lumières, 2022) düzenlenen sürükleyici sergiler, gerek benzer etkinliklere ve diğer alanlara ilham vermektedir.

2 Okyanus ve İklim Platformu (OCP) tarafından okyanus, iklim ve biyolojik çeşitlilik arasındaki etkileşime ilişkin bilimsel bulguların siyasi karar vericiler ve genel halk arasındaki anlayışı artırmak ve farkındalığı artırmak için sürükleyici sergi düzenlemiştir (French Presidency of The Council of The European Union, 2022).

3 BBC, The Guardian, USA Today, The New York Times gibi Avrupa ve ABD merkezli olanların yanı sıra Asya'daki kimi medya kuruluşu multimedya ve sürükleyici nitelikli haberler yayımlamaktadır (örn bkz. Singapur merkezli The Straits Times adlı gazete).

Yine aynı yaklaşım içinde yer alan McLuhan'a (1994: 7-9) göre; giysi, silah, para, saat, ev, yol, araba, teker, bisiklet, uçak, konuşulan ve yazılı sözcük, fotoğraf, telgraf, daktilo, basın, telefon, sinema, radyo, televizyon gibi diğer tüm araçlar insanların vücutlarının uzantısıdır. Her biri aslında iletidir:

Elektrik ışığının mesajı, endüstrideki elektrik gücünün mesajı gibidir, tamamen radikal, yaygın ve merkezi olmayan. Çünkü elektrik ışığı ve güç, kullanımlarından ayırılır, ancak radyo, telgraf, telefon ve TV'de olduğu gibi insan birlikteliğinde zaman ve mekân faktörlerini ortadan kaldırarak derinlemesine bir katılım yaratır (McLuhan, 1994: 9).

İletişim teknolojileri kişilerin duyularını dönüştürme yeteneğine sahiptirler. Innis ve McLuhan iletişim teknolojilerinin toplumsal yapıda merkezi olduğu görüşünde birleşmelerine karşın etki konusunda ayrılırlar. Innis, teknolojinin toplumsal örgütlenmeye ve kültüre etki ettiğini, bunları değiştirdiğini ve biçimlendirdiği görüşündeyken McLuhan ise bu etkinin öncelikle duyular üzerinde olduğunu savunur ve dolayısıyla algısal psikoloji temeline oturtur. Ona göre iletilerin üretimi ve alımı için insana ait biyolojik varoluşa ilişkin görme, dokunma, tatma, işitme ve koku gibi biçimler gereklidir. Dolayısıyla bir biçimin kapasitesinin değişmesi, duyular arası tüm ilişkileri değiştirir. Çünkü aynı zamanda kişinin deneyimlerini ve algılarını düzenleme yolları da değişir. İletişim (teknolojik) araçları yalnızca fiziksel dünyaya açılan kapılar değildirler. Aynı zamanda kullanılan duyu organını değiştirerek bireylerin karakterlerini de değiştirir; onların ne düşüneceğini olmasa da nasıl düşüneceğini belirler (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 147). Bu durum kaçınılmaz olarak McLuhan için "kullanıcının içeriğin ta kendisi" olduğu düşüncesine ulaştırır (Altay, 2005).

Her iletişim aracı belli oranda ve göreceli olarak kullanıcıya içeriğe dâhil olmayı sağlama yeteneğine sahiptir. Söz edilen yetenek, McLuhan (1994) tarafından, matbaa ile gelen basılı materyallerin bir önceki dönemin yazmalarına göre sıcak olması gibi, kulağa ve göze yönelen kitle

iletişim araçları da bir önceki dönemin araçlarına göre sıcak olarak nitelendirilir. Sıcak araçlar soğuk olanlara göre daha az katılım olanağı sunarlar. Diğer taraftan, bu soğuk araçlardan elde edilen katılım ve enformasyon her zaman daha çoktur (22-23). Bu durum, tek duyu organından çoklu duyu organına yönelim olduğu ölçüde medyanın soğuduğu anlamına gelir.

Sineztezi kavramı bu durumu anlamlı kılar. İzlenimlerin bir duygu tarzından ötekine sıçraması olarak açıklanan bu olgu, görüntüden sese ve sestten görüntüye işler.

Biz yüksek renklerden ya da parlak seslerden söz ederiz ve herkes ne demek istediğimizi anlar. Kulak ile göz, tek bir ortak merkez çerçevesinde birbirine yakınlaşan yegâne iki duyu organı da değildir. Kadife ses ve soğuk ışık gibi terimlerde dokunma duygusu, renklerin ve seslerin tatlı ahengi gibi terimlerde ise tat alma duygusu işin içine girer ... (Gombrich, 1961, aktaran McLuhan ve Powers, 2020)

Gelinen noktada, heyecan, rahatlama ya da endişe gibi farklı duygular ortaya çıkarabilen, terapötik⁴ ve sosyal davranışları teşvik etme etkisi yüksek bir ortamlar olan sanal gerçeklikte (Steinfeld, 2019: 244) kullanıcıların haber öyküsüne dâhil olmasını sağlanması *daldırma* kavramıyla açıklanmaktadır. Mekânsal ve duygusal biçimlerde gerçekleşen *daldırma* (Kukkakorpi & Pantti, 2021), bilgisayarlı bir sistemin kullanıcıya, büyük boşluk içinde kuşatan, "sanal gerçeklik teorileri tarafından objektif olarak sağlanan alternatif bir gerçekliği deneyimleme hissi" içine alan hayat dolu gerçeklik yanılısamasının sunumu olarak kabul edilebilir (Baía Reis vd., 2018: 1093). "Kullanıcıların sanal gerçek olarak deneyimlemesi için kullanılan gerçek ortamın yerine geçen sanal, sürükleyici, simüle edilmiş bir ortam oluşturan gelişmiş arayüzler olarak" tanımlanan sanal gerçeklik teknolojileri ve benzer nitelikli teknolojilerin kullanıcıları, sanal bir deneyim yaşadıklarının farkında olmalarına karşın bilinçli ya da bilinçsiz biçimde sanal simülasyona tamamen dalarak "orada olma" duygusuna kapılarak fiziksel ve gerçekçi *var olma* tepkisi verirler (Steinfeld, 2019: 243).

4 Tıp alanında tedavi edici anlamında kullanılabilen bu kavram, bireyin kendini huzursuz hissetmediği ortamın hazırlanmasıdır (Milliyet, 2021).

Bu teknolojilerin yukarıda değinilen avantajları nedeniyle emlak, sanat, bilim alanlarının yanı sıra medyada da kullanımına rastlanabilmektedir. Gazetecilik, kamuoyunu bilgilendirme görevini yerine getirirken gerçeklere dayanan güvenin var olduğu durumlarda okuyucu ya da izleyicilerle aralarında zımni bir sözleşmeye dayanır. Medya kuruluşları *sürükleyici gazetecilik* içinde yer alan haberlerde güvene dayanan bu üstü örtük sözleşmeye aykırı davranması durumunda izleyiciler nezdinde olumsuz kabul görmesi olasıdır. Bu aşamada etik ile ilgili sorgulamalar devreye girer. Sorgulamalarda, (1) şeffaflık, (2) gerçekliğe yakınlık, (3) doğrulanabilirlik, (4) güvenilirlik temel nitelikler olarak görülebilir (Sánchez Laws, 2017: 224). Oysa, geleneksel kitle iletişim araçları ile insanlara ulaştırılan haberlerde her zaman mesafe söz konusudur. Hiçbir zaman tam olarak kapanmayan söz konusu mesafe, Kukkakorpi ve Pantti'ye (2021: 786) göre, yalnızca coğrafik ya da sosyal olarak değil aynı zamanda karakter ve durumlardan kaynaklanır. Böylece, güvensizlik ve duygusal bağ eksikliği oluşur. Söz konusu eksiklikler, özellikle, "sanal ortamların ve sanal gerçeklikekranlarının teknolojik geliştirmelerinden yararlanmaya çalışan yeni bir habercilik biçimi" olarak tanımlanan *sürükleyici gazetecilik* pratikleri yoluyla giderilebilmektedir (Hardee & McMahan, 2017).

Sürükleyici gazetecilik pratikleri bireyi izleyici olmaktan farklı bir konuma oturtur. Baía Reis ve Coelho'ya (2018:1098) göre, geleneksel gazetecilikte aracın mesaj olarak kabul edilmesi durumunda, *sürükleyici gazetecilikte* izleyicinin mutlaka mesaj olması gerektiği söylenebilir. Dolayısıyla, bu düşünce çerçevesinde *sürükleyici gazetecilik*, izleyiciyle iletişim kurmak için kullandığı medyayla olan ilişkisinden çok, özünde gazetecilik ve izleyicisi arasındaki ilişkiyle tanımlanan bir olgu olarak düşünülebileceğini ileri sürmektedirler..

Bu gazetecilik biçimi içinde mesafelerin ortadan kalkması, güvenin yeniden inşa edilmesini daha olanaklı duruma getirmektedir. Sahip olduğu daldırma, varlık hissinin yaratılması,

anlatı yapılarının çeşitliliği, kullanıcı ile hikâye ve içinde geçen kişilerle empati kurulmasını sağlayabilmektedir. Çünkü kullanıcılar uzayda gerçekleşen olayları doğrudan yaşadıkları algısını sağlayan teknolojilerin daha az farkında olurlar. Böylece, gündelik hayattakine benzer biçimde uzayı deneyimlenmesiyle hem öznel hem de nesnel boyutlarda oluşan varlık hissi, *sürükleyici haberlerdeki* olayların daha filtresiz olduğu yanılması nedeniyle olabilmektedir. Varlıkla ilgili bilişsel etmen olan orada olma, etkileşim, gerçekçilik düzeyi, kullanıcının algılarını ve duygusal etkileşimini etkiler: Sanal gerçeklik ortamının kullanıcı hareketlerine yanıt verme hızı ve deneyim sırasında gerçekleşen sosyal etkileşim, varlığı yoğunlaştırabilmektedir (Kukkakorpi & Pantti, 2021: 787). Kullanıcıyı meşgul ettiği ve orada olma hissi yaratabildiği ölçüde *sürükleyicilik* oluşur. Böylece, Sánchez Laws'a (2017: 225) göre, *sürükleyici gazetecilik* haberlerinde izleyicilerin güvenliği ve refahı dikkate alınmalıdır: "İzleyicileri haberin merkezine yerleştirerek, empatiyi geliştirme arayışındaki gazetecilerin, *sürükleyici* projelerine giren izleyicilerin bunu her şeyden önce dramatik ya da en kötü durumda travmatik bir deneyim değil, olgusal bir deneyim bekleyeceklerini hatırlamaları gerektiği anlamına gelebilir."

Amaç ve Yöntem

Teknolojinin gelişmesine paralel olarak, bir dönüşüm içerisinde kendisine yeni uygulama alanları bulmaya başlayan gazetecilik, akademik çalışmaların ilgisini az ya da çok çekebilmektedir. Yenilikçi teknolojilerin gazetecilik pratiklerine olan etkisini çeşitli yöntemlerle inceleyen araştırmalar mevcuttur. Reis ve Coelho'ya (2018) göre, bu konudaki çalışmalar, dijital medya içinde yeni gerçekliğin gazetecilik çalışmalarıyla örtüşmesini incelemeleri bakımından önemli keşif potansiyeli sunarlar.

Bu çerçeve içerisine giren akademik çalışmalar; (1) *sürükleyici gazeteciliği* kavramsallaştıran, belirli içerik üretimi ve alımını inceleyen çalışmalar (örn. bkz. de la Peña, Llobera, Giannopoulos, Pomés,

Spanlang & Slater, 2010; Hardee & McMahan, 2017) ve (2) yeni gerçekliğin gazetecilik alanının ürünlerinin alımlanmasındaki etkilerini inceleyen çalışmalar (örn. bkz. Jones, 2017; Kukkakorpi & Pantti, 2021; Sánchez Laws, 2017; Goutier, de Haan, de Bruin, Lecheler, & Kurikemeier, 2021) olarak sınıflandırılabilir.

Sürükleyici gazeteciliğin kavramsallaştırmasını yapan ve niteliklerini belirlemeyi amaçlayan ilk grup dışında kalan diğer araştırmalar etkilere odaklanmaktadır. *Guardian*, *ABC News*, *Al Jazeera*, *Independet*, Alman kamu kuruluşları olan *WDR*, *NTR* vb. yayın kuruluşunda sürükleyici hikayeler üreten gazetecilerin hem motivasyonlarını hem de geleneksel gazetecilik normlarını ve duygusallıklarını nasıl dengelediklerini inceleyen bir çalışmada (Goutier, de Haan, de Bruin, Lecheler, & Kurikemeier, 2021), bu kişilerin gazetecilik üretimleriyle yani duygularının gerçeklerle uyumlu olabilmesini sağlayabildikleri ama mesleki denetimler ve özerkliklerdeki rolleriyle ilgili kendilerini sorguladıkları bulgulanmıştır.

Diğer taraftan, az etkileşimli 360 videoları incelerken sanal gerçeklik başını kurmayı amaçlayan ve sürükleyici gazetecilik pratikleriyle oluşturulmuş ürünlerin kullanıcılar üzerindeki etkilerini sorgulayan ampirik çalışmalar da bulunmaktadır. Yerleştirilen yön ipuçlarının kullanıcıların anlatsal ulaşımını, mekânsal varlık duygularını ya da 360 haber hikayesine karşı tutumlarını etkilemediği ama sayısal bilgilerden daha çok sözel bilgileri daha iyi hatırlayabildiklerini; dolayısıyla da bilgi geri çağırmaı desteklediğini (Pjesivac, Wojdyski, Binford, (Jay) Kim, & Herdon, 2021); yüksek uyarılma ve varlığın olmasına karşın daha düşük odaklanma, tanıma ve bilginin hatırlanmasına neden olduğunu (Barreda-Ángeles, Aleix-Guillaume, & Pereda-Baños, 2021) bulgulayan çalışmalar dikkat çekmektedir. Ek olarak, bir başka çalışmada (Brannon, Gold, Magee, & Walton, 2021) ise, interaktif gazetecilik biçimlerinde kullanılan teknolojilerin dijital oyunlara giderek daha çok benzeşerek içeriği değiştirdiği ve izleyicilerin sürükleyici medya ile olan ilişkisini biçimlendirdiği ortaya konmaktadır.

Sürükleyici gazetecilik konusunda -genel alanyazının aksine- Türkiye'de henüz yeterli araştırma bulunmamaktadır. Yeni bir gazetecilik türü olan *sürükleyici gazetecilik* çerçevesinde üç çalışma bulunmaktadır: (1) VR Haberciliğin hatırlama ve anlama üzerine etkisini ortaya koymayı amaçlayan doktora tez çalışması (Erken, 2019), (2) aynı araştırmacının da yer aldığı bu türü tanımlayan, ürün olarak haberlerin hatırlatma ve anlama üzerine etkisini medya psikolojisi bağlamında analiz eden alımlama çalışması (Erken ve Birsen, 2021) ile (3) *sürükleyici gazetecilik* ile ilgili derleme bir çalışma (Çaba, 2018) bulunmaktadır. Bu nedenle, keşfedici bir niteliğe sahip bu araştırma, böylesi bir boşluğu doldurma işlevi göreceği düşünülmektedir.

Bu doğrultuda, örnek olay yönteminin çalışmanın amacına hizmet edeceği düşünülmektedir. Sürükleyici gazeteciliğin ne olduğu, niye ortaya çıktığı, nasıl uygulandığı biçimindeki araştırma soruları üzerinden yeni bir düzlemde gerçekleştirilebilecek habercilik pratiklerinin projeksiyonunu sunmak amaçlanmaktadır. Sürükleyici gazetecilik sınıflandırması olarak (a) 360° videolar, (b) illüstrasyonlar, (c) artırılmış gerçeklik (AR) uygulamaları kategorilerindeki haberler çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Her bir kategoriye temsil edecek örneklerin analizi, Kukkakorpi ve Pantti'nin (2021) sürükleyici gazetecilik konusunda kendi araştırmalarında kullandıkları yakın okuma tekniği ile gerçekleştirilmektedir. Görsel ve işitsel medya formatını kapsamlı biçimde analiz edebilmek için haberlerin genel tasarımında deneyimlemeyi ve duyguyu etkileyen bir dizi özelliklerin toplamı olan estetik unsurlar ve sembolik nitelikler birlikte değerlendirilmiştir (Tablo 1).

Sürükleyici gazetecilikte haber hikâyesi, kullanıcıyı anlatıya dâhil etmeyi amaçlar. Anlatı alanının tasarımına katkıda bulunan bir dizi stilistik seçimler olan estetik unsurlar (Kukkakorpi & Pantti, 2021), hikâyenin deneyimlenmesinde ortam oluşturur ve duyguları aktarır.

Tablo 1 Yakın okuma tekniği içinde yer alan estetik unsurlar ve sembolik nitelikler

Yakın Okuma	
Estetik unsurlar	Sembolik nitelikler
Sinematografi - Açılar - Aydınlatma - Mesafe - Çerçeveleme	Hikâyenin konusu / olay örgüsü (plot)
Düzenleme - Zamansallık	Karakterler (casting)
Ses - Diegetik ses (hikâye dünyasının bir parçası olan) - Diegetik olmayan ses (post-produksiyona eklenen)	Mizasen (mise en scene)

Uyarılama: Kukkakorpi & Pantti, 2021.

İnsan hareketlerini mekaniksel olarak taklit edebilen kamera, Erdoğan'ın (1996) belirttiği gibi, öznenin algısını simüle eder. *Tripod, şaryo, jimmy jip* gibi araçlardan yararlanılarak oluşturulan ileri-geri gitme (dolly), sağ-sol çevirme (pan), yukarı-aşağı çevirme (tilt), sağ-sol yatırma (roll), izleme yapma (truck), aşağı-yukarı kaydırma (pedestal) gibi kamera hareketleri insan bedenini yeniden üretir.

Görüntüler karşısında özne, kendi algısını simüle eden ama o an orada bulunmayan kamerayı zihninde aşkın bir özne olarak kurar ve onun bakışıyla özdeşleşir. Kameranın çevrimesiyle, kendi kafasını çevirmeden çevirme hareketini tecrübe eder. (...) film karakteriyle özdeşleşme, özne ve karakter arasındaki farklılığın yadsınması (ya da bastırılması) ve kabulü arasında gidip gelir, başka bir deyişle, özne kendisini bir karakterin yerine koyar, sonra belli nedenlerle ondan kopar ve ardından yine bir karakterle özdeşleşir. (...) Özne, 'kamera' ile özdeşleştiği için, perdedeki görüntülerin kaynağının kendisi olduğunu sanır. Artık perde, ona kendisini yansıtan bir ayna olmuştur (Erdoğan, 1996: 246).

Farklı türler, sürükleyici hikâye anlatıcılığına dâhil olmakta ve zaman içinde birbirilerine yakınsayabilmektedirler:

İnteraktif gazetecilik formatlarının sömürdüğü yapılar, estetik ve teknoloji giderek sanallaştıkça, bilgisayar tarafından üretilen ve oyun benzeri hale geldikçe, oyun mekânı ile interaktif gazetecilik arasında daha fazla entegrasyon öngörülebilir hale gelmektedir. (Brannon et al., 2021: 10)

Sembolik nitelikler ise daha derin sosyal, politik ve kültürel anlamlar⁵ oluşturur. Sembolik nitelikler, genellikle bunları gerçekleştirmek ve yorumlamak için kullanıcıların etkinliğine muhtaçtırlar. Daldırma yapılan olgusal ve metinlerarasılıkla ilgili olan dijital mekânda kullanıcı ile sanal ortam arasında derin bağlantı oluşur. Bu bağlantı, sanal gerçeklik teknolojisinin yanı sıra hikâye dünyasındaki anlatı ve etkileşimli niteliklerce biçimlenir (Kukkakorpi & Pantti, 2021). Bir hikâyenin ana odağı olmaktan sembolik anlamı somutlaştırmaya ve duyguları

Tablo 2 Mekân hissinin duygusal etkileşimi çağırdığı üç düzey

I – karakterlerin duygusal gerçekliğini simüle eden uzay	- uzayın duyguları doğrudan simüle etmesi - kişisel alan - fiziksel yakınlık - duygusal algı
II – anlatı stratejileri olarak mekânlar	- gazetecilik seçimleri ile yer belirlenimi ve yerin - duygusal yakınlık yaratma yeteneğinin artması - kimlik kaynağı olarak mekân - karakter olarak mekân - yaşamın/tarihin olduğu mekân
III – uzay ile diyalog	- mekânsal olanın biçimsel unsurlarla sunumu/gösterimi

Uyarılama: Kukkakorpi & Pantti, 2021.

5 Stuart Hall (1994: 75) ideolojiyi *anlamlandırma* olarak tanımlar. Bu tanımlama, medyanın ideolojik bir aygıt olduğu ve her medya metninin sembolik biçimde ideolojik anlamlar ürettiği sonucuna ulaştırır.

pekiştirmeye kadar birçok işleve hizmet eden mekân, üç düzeyde mesaj haline gelmektedir (Tablo 2).

Söz konusu düzeylerde *yakın okuma tekniği* ile analiz edilmek üzere amaç yönelimli olarak aşağıdaki üç haber örneklem olarak alınmaktadır:

ÖH-1 BBC televizyon kuruluşu tarafından yapımıcılığı üstlenilen, Roma'nın Görünmez Kenti VR (Rome's Invisible City VR) başlıklı haber, Roma şehrinin Panteon yer altı maden ocağını konu etmektedir. 3B(oyutlu) tarama teknolojisi yardımıyla maden ocağının modellenmesi gerçekleştirilmiştir. Böylece sanal gerçeklikte bu mekânların keşfedilebilmesi amaçlanmaktadır (BBC Taster, 2017).

Görsel 1 Roma'nın Görünmez Kenti VR (Rome's Invisible City VR) adlı haberin (ÖH-1) başlangıç sahnesi



(ÖH-2) National Geographic dergisinin Tüm Gözler Mars'ta (All Eyes on Mars) başlıklı 9 Şubat 2021 tarihli çalışma, Mars adlı gezegene gönderilen Perseverance adlı gezgin robotu konu etmektedir. Haber, Perseverance'ın 1 Mars yılı (687 dünya günü) boyunca gezegende oksijen üretmeye çalışmaktan geçmiş yaşamın kanıtlarını aramaya kadar değişen görevleri simüle etmektedir (Canales et al., 2021).

(ÖH-3) USA Today gazetesinin artırılmış gerçeklik haberi olan, Sanık: Elwood Jones'un Yaklaşan İnfazı (Accused: The Impending Execution of Elwood Jones) başlıklı haberde, Elwood Jones'un cinayet nedeniyle ölüm cezasından idam edilmeyi beklerken suçlandığı cinayet 2022 yılının başında

Görsel 2 Tüm Gözler Mars'ta (All Eyes on Mars) adlı haberin (ÖH-2) başlangıç sahnesi



haber olarak yeniden gündeme gelmiştir. Ohio kasabasına seyahat eden 67 yaşındaki Rhoda Nathan'ın bir otel odasında öldürülmesi ile ilgili olarak otelde çalışan Elwood Jones, polis ve savcıların adli test sonuçlarını alınmasından bir yıl sonra tutuklanmış ve cinayet ile suçlanmıştır. Adli testler yapılırken ilk sonuçların hiçbiri Jones'u Nathan'ın katili olarak göstermemesine karşın savcıların daha sonra duruşmada yeni kanıtlar sunmuşlardır. Sundukları kanıtlar, cinayetten sonraki iki hafta içinde keşfedilmiştir. Bu durum dava sonucu ile ilgili, "Jones'a karşı bu kanıt bu kadar güçlüyse, suçlamalarda bulunmak neden bir yıl sürdü" biçiminde şüpheleri ortaya çıkarmıştır. Enquirer gazetesi muhabirleri, davadaki polis davranışları ve siyahi (Afroamerikan) insanları önemli ölçüde (beyazlara göre) daha ağır cezalara mahkûm etme biçimindeki adaletsiz uygulamaları iki yıl boyunca araştırmışlardır. Olay yerini ve kanıtları yeniden inceleyen bu soruşturmacı gazetecilik haberi, USA Today gazetesi aracılığıyla artırılmış gerçeklik biçiminde yayımlanmaktadır (Gannett, 2022).

Görsel 3 Sanık: Elwood Jones'un Yaklaşan İnfazı (Accused: The Impending Execution of Elwood Jones) adlı haberin (ÖH-3) artırılmış gerçeklik uygulama sahneleri



Bulgular

Daldırma işlemi yoluyla kullanıcı mekân hissini duygusal etkileşime yol açması üç seviyede gerçekleşmektedir. Bu nedenle, örneklem olarak belirlenen haberlerdeki mekân, benzer biçimde, üç düzeyde incelenmektedir.

Düzye I - Karakterlerin Duygusal Gerçekliğini Simüle Eden Uzay

Mekânsal anlatı, her türlü sanal gerçeklik türünün olmazsa olmazıdır. Mekânsal anlatı yoluyla, kullanıcılarda fiziksel yakınlık hissi oluşturulabilmekte, böylece duygusal algılar oluşturulabilmekte ve karakterlerin deneyimlerini yaşamaları sağlanabilmektedir (Kukkakorpi & Pantti, 2021: 795). Koşul, sanal gerçeklik içinde düşünülen sürükleyici gazetecilik için de geçerlidir. Mekânsal anlatının oluşturduğu kişisel alan, sanal

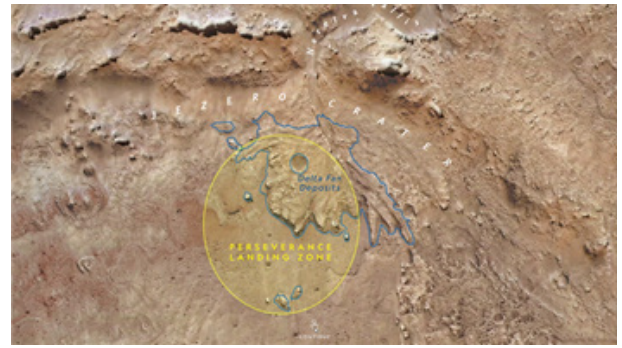
gerçeklik ortamında kişisel alan fiziksel dünyadaki gibi mevcut olmamasına karşın, sahnelerde nesnelere, konumlarına da eylemleri yeni pozisyon alınmasına yol açabilmektedir. Örneğin ÖH-1'de kullanıcılar, oyun mekânına benzer biçimde bir aksiyon oyunundaymış gibi çevreyi keşfederken aniden çıkan kazma vuruşlarını mahzen duvarında görmeleri ve çıkan sesleri duymaları duygusal tepkiyi harekete geçirebilmektedir. Ya da ÖH-2'de ise simülasyon oyun mekânı ile uzay mekânının Mars gezegenine yaklaşması ve yüzeye iniş yapması yine benzer tepkileri ortaya çıkabilecek niteliktedir. ÖH-3'te ise yine oyun türleri içinde yine strateji oyun mekânı içinde kullanıcının kendi istediği yere (herhangi bir odada istediği bir masa, zemin vb. noktaya) haberi olduğu gibi yerleştirebilmesi söz konusudur.

Görsel 4 Roma'nın Görünmez Kenti VR (Rome's Invisible City VR) adlı haberin (ÖH-1) mekânın simüle edildiği sahnelerden bazıları



Yakınlık duygusunu sağlayan ve güçlendiren *fiziksel yakınlık*, ÖH-1'de Roma sokağında iken 360° etrafı keşfederken bir mazgaldan yer altına inilebilmesi ve maden içinde kullanıcıların kendi özgür seçimleriyle galeriler boyunca keşif yapabilmeleri duyguları güçlendirmeyi başarabilecek niteliktedir. ÖH-2'de Mars'a iniş yapma duygusunun kullanıcılara Perseverance ile yakınlık duygusu verilebilirken eşzamanlı onunla ilgili hareketli animasyonlar (karakteriksel anlatı) aracılığıyla teknik bilgilerin verilmesi tanışık olma duygusunu güçlendirebilmektedir. ÖH-3'te ise cinayetin işlendiği otelin kuşbakışı projesinde odadan odaya gezinebilme ve cinayet mahalline fiziksel olarak yaklaşılabilme durumu, trajik geçmişe kullanıcıları gönderebilmektedir. Bu durum olayı inceleyen bir cinayet masası dedektifi gözüyle cinayet silahlarını, cesedin bulunduğu yer ile katil zanlısının kaçabileceği çıkışların belirlenmesi, olay yeri inceleme fotoğraflarına eşzamanlı inceleyebilme gibi olanaklar söz konusudur.

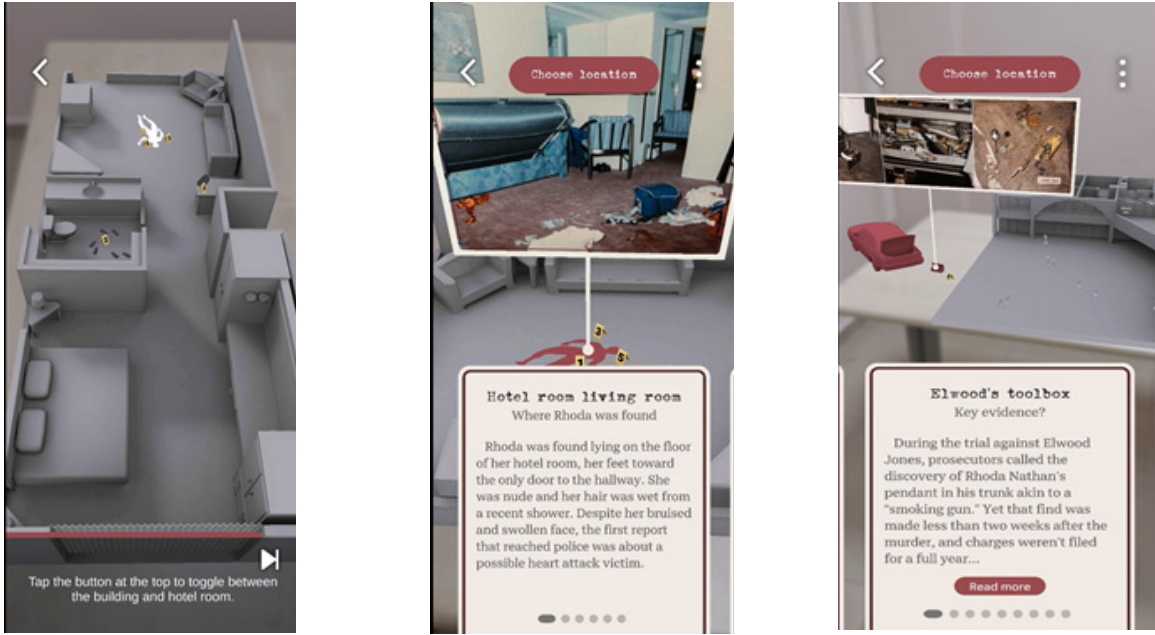
Görsel 5 Tüm Gözler Mars'ta (All Eyes on Mars) adlı haberde (ÖH-2) uzay yolculuğu ve gezegene iniş



Varlık duygusunu vurgulayarak karakterin bakış açısını zenginleştiren duyguları gösteren ve geliştiren mekânsal anlatı, ÖH-1'de ve ÖH-3'te gerek kullanılan haber üretim tekniğinin gerekse kurgusunun farklı olmasına karşın, hikâyelerdeki karakterler ile kullanıcıların empati kurabilmeleri sağlanabilmektedir. Örneğin, ÖH-1'de 360o video çekim tekniği aracılığıyla kullanıcıların herhangi bir şey yapmadan geçiş noktalarına bakması serbest gezinmeyi olanaklı hale getirmesi durumu varlık duygusunu oluşturduğu gibi karakterin yerine geçebilmeyi ve de dış ses olarak hikâye anlatımının yönlendirmesi özdeşleşmeyi sağlayabilmektedir. ÖH-3'te de benzer biçimde dış ses anlatıcısı

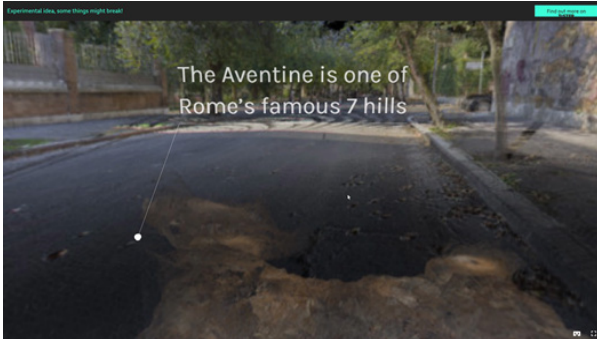
792). Tasvir yoluyla kamusal alanın keşfedilmesini sağlayan kimlik kaynağı olarak mekân, ÖH-1'de haber hikâyesinin 21. yüzyıl Roma'sının bir sokağında başlamaktadır. Ardından bir mazgaldan geçmişe bir yolculuk duygusu ile yer altına geçiş yapabilmeleri, sembolik anlam üretilmesini sağlamaktadır: Gariplik, aşinalık yoluyla tanıtılmakta ve geçmişteki olaylarla etkileşime girebilmesinin yolu açılmaktadır. Benzer durum, ÖH-3 de söz konusudur. Kullanıcılar, kendi evlerinde istedikleri yere haberdeki cinayet yerini yerleştirebilmektedir. Bu durum, cinayetin her an her yerde olabileceğinin zımni anlatımıdır. Diğer taraftan ÖH-2'deki simülasyonlar, kullanıcılara

Görsel 6 Sanık: Elwood Jones'un Yaklaşan İnfazı (Accused: The Impending Execution of Elwood Jones) adlı haberde (ÖH-3) kullanıcıların cinayet ile ilgili olarak anlatım ve dramatik müzik eşliğinde olay yerinin incelenmesi



güvenlik kamerası ve bilgisayar aracılığıyla uzaktan erişim sağlayan bir mühendis ya da bir operatör olma duygusu sağlamaktadır.

Görsel 7 Roma'nın Görünmez Kenti VR (Rome's Invisible City VR) adlı haberin (ÖH-1) daldırma yapıldığı ve kullanıcıların fiziksel yakınlık ve duygusal algı oluşturduğu ilk sahne



Hikâyedeki konulardan biri haline gelmiş olan karakter olarak mekân göz önüne alındığında, üç örnek haberin ortak noktası aslında mekânın hikâyedeki konulardan birisi haline getirilmiş olmasıdır. Her üç haberde de mekân yalnızca fiziksel bir konu olarak işlenmemektedir. İdeolojik olarak; ÖH-1'de dönemin üretim ilişkileri, ÖH-2'de insanlığın devamlılığı için bilim ve ÖH-3'de gerçeğin ortaya çıkması ve adaletin yerine gelmesi gibi anlamlar üretilmektedir.

Karakterin hikâyelerini bağlamsallaştıran ve ek ayrıntılar sağlayan yaşamın/tarihin olduğu

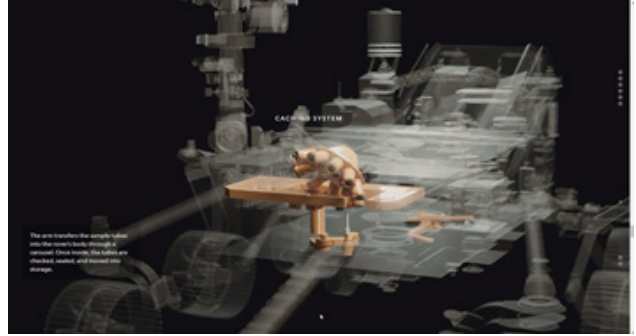
mekânda kullanıcılar -haberler kurgusunda var ise- geçmişe dönüş (flashback) biçiminde başka zamansallığa geçiş yapmaları olanaklıdır. ÖH-1'de ve ÖH-3'te mekân aracılığıyla şimdiki zamandan geçmiş zamana geçiş yapılabilmektedir. ÖH-2'de ise, anlık olarak gezgin robot Perseverance ile birlikte yeni bir mekânda yeni bir tarih yazabilmek olanaklıdır.

Düzyer III - Uzay ile Diyalog

Kullanıcıların hikâyeyi, olayları ve yaşananları anlayabilmeleri için etkileşim yoluyla uyumlaştırılmaları gerekmektedir. Etkileşimin sağlanabilmesi, mekân-kullanıcı diyalogundan geçmektedir (Kukkakorpi & Pantti, 2021: 790-791). Karakterler için anlamlı yerlerin yakalandığı iki ya da daha çok çekim/sahne arasında anlam üreten montajların sağladığı mekânlar arası geçiş, ÖH-1'de kararma (fade-in) ve aydınlanma (fade-out) biçiminde olurken aslında zamansal ve mekânsal ışınlanma etkisi oluşturmaktadır. ÖH-2'de ise zamansal ve mekânsal geçiş bir kamera görüş açısıyla tamamen kullanıcının denetiminde olması, anlamlı hikâye aşamalarının yakalanmasını sağlamaktadır. Benzer durum ÖH-3'te de söz konusu iken en büyük farklılık olay yerinin dış ses anlatımına bağlı olmadan olay yerinin ayrıntılı incelenebilmesidir.

Mekânsal anlatı yoluyla kullanıcının çevreden bilgi alıp yorumlar üretmesi biçimindeki *öznel yorumlama*, her üç örnek haberde de belirli düzeylerde çevreden bilgi edinip yorumlar üretmesini sağlamaktadır. ÖH-2'de haber hikâyesinin gezegene inişine kadar uzay yolculuğu ve Mars gezegenine inişi (mekânsal anlatı) varken geri kalan bölümünde Perseverance'ın gezegen yüzeyinde ilerlemesi sırasında gerçekleştirdiği incelemeleri infografik animasyonlarla (karakteriksel anlatı) gösterilmektedir. ÖH-1 ve ÖH-2'de ise sahne çekimleri arasında anlam oluşturan montajlar anlamlı ve ilgi çekici yerlerin yakalanmasına olanak verirken dış ses anlatımı kullanıcıyı bakacakları noktalara yönlendirmektedir. Tüm bunlar gerçeklik duygusunu geliştirdiği gibi mekânsal derinlik de sağlarken daldırma yoluyla oluşan varlık hissinin derecesini artırmaktadır.

Görsel 8 Tüm Gözler Mars'ta (All Eyes on Mars) adlı haberde (ÖH-2) teknik inceleme bakış açısı



Sanal gerçeklik haberleri birden çok bakış açısını barındırabilme yeteneğine sahiptirler (Kukkakorpi & Pantti, 2021: 792). Kullanıcılara anlatıdaki rollerini tanımlayarak; onların seçimlerini yönlendiren, deneyim yaşama hissini güçlendiren, iktidar/güç ve dikkat pozisyonu öneren *bakış açısı*, tüm haberler, kullanıcılara gözlemci pozisyonu sağlarken aktif/pasif beceri atfetmektedir. ÖH-1'de ve ÖH-3'te kullanıcılar mekânın içinde olan ana karakterin bakış açısına sahip olabilirlerken ÖH-2 ise Perseverance'ın işlevini yerine getirip getirmediğini denetleyen bir mühendis, operatör ya da gözlemci rolüne uygun bakış açısına sahip olmasına karşın kullanıcı denetimi oldukça sınırlı düzeydedir. Diğerlerinden farklı olarak ÖH-3, kullanıcılara tüm

kamera hareketlerini sağlayabilmektedir. Bu yolla, beden hareketlerini taklit edecek düzeyde olay yeri inceleme yapan cinayet masası dedektiflerinin ya da gazetecilerin algısını simüle edebilmeyi olanaklı hale getirmektedir.

Sonuç

Bu araştırma, teknolojinin ve iletişim teknolojilerini kullanan haber medyasının yenilikçi üretim tekniklerini ve araçlarını ele almaktadır. Araştırma, yeni habercilik anlayışı olarak *sürükleyici gazetecilik* örnek olay yöntemiyle (a) 360° video, (b) illüstrasyon, (c) artırılmış gerçeklik uygulaması örnekleri üzerine yakın okuma yaparak incelemektedir. Böylece, teknolojinin gelişmesinin bir sonucu olarak hikâye anlatıcılığında kullanılan daldırma tekniği ile fiziksel mekânın mesaj olarak kullanıldığını öne sürmektedir.

Her üç farklı haber üretim uygulamalarının, ortak nitelikleri olduğu kadar farklıları da bulunmaktadır. Her biri kendi hikâyesinde kullanıcıyı mekâna daldırırken 360° video ve artırılmış gerçeklik uygulamasının göreceli olarak etkili oldukları bulgulanmıştır. Mekân duygusunun oluşturulması hem habere olan güvenirliliği artırabilmekte hem kullanıcı ile haberdeki karakter arasında empatik bağların kurulmasını destekleyebilmekte hem de verilmek istenen enformasyonun daha kolay anlaşılmasını ve yorumlanmasını sağlayabilmektedir.

Üç örnek haber, hikâyelerinin geçtiği haberi simüle ederlerken mekânsal anlatılar oluşturmaktadırlar.

Her bir mekânda farklı yaşamların ve dolayısıyla tarihlerin meydana gelmesi, her birinin kendine özgü bir karakter oluşturur. Kullanıcılar haber hikâyesinin geçtiği mekâna dalarak aslında hem fiziksel yakınlık oluştururlarken hem de kendilerine mekânlar dolayısıyla bir biçimde kimlik elde ederler. Yeni kimlik, kullanıcılara farklı bakış açıları ile yeni öznel yorumlamaya ulaşabilmelerini sağlamaktadır. Araştırma sonucunda; sürükleyici haberlerde mekânın mesaj olarak kullanılmakta olduğu; daldırma yapılan kullanıcıların da araştırmaları sonucunda haberin zamansallığı ve uzamsallığı ile bütünleştirilebildikleri ölçüde mesajın kendisi haline geldikleri bulgulanmıştır. Bu durum, okuyucu/izleyici/ kullanıcı olan bireyin; zaman ve mekân ile birlikte haber üretim sürecine sokulmasıyla haber unsuru haline getirilerek kullanıldığını ve kaçınılmaz biçimde, âdeta bilişimsel kapitalizmin üretim aracı olarak sömürmelerinin olanaklı hale getirildiğini göstermektedir.

21. yüzyılda yeni donanım, yazılım ve bilgi üretimi içindeki bilgi ve teknoloji endüstrisinin yanı sıra deneysel arayışlarla bunları destekleyen medya endüstrisinin eşgüdümlü biçimde yeni pazarlar yaratma eğiliminde oldukları kabul edilir. Dijital ortamda zamanın ve uzayın kuralları kendi geçerliliği içinde oluşmaktadır. McLuhan (2020:210-227) elektronik medya araçlarında Öklid (doğrusal) uzayı yerine Einstein (bükümsel/göreceli) uzayı geçerli hale geleceğini belirtmektedir. Söz konusu belirlenim, fiber kablolar aracılığıyla terminallerin düğümleri oluşturmasıyla birbirine bağlanmasını sağlayan bir altyapı olarak icat edilen internet için de geçerli hale gelmektedir. İnternet, yalnızca terminaller ve onların kullanıcılarını ağda birbirilerine bağlamaz. Aynı zamanda nesnelere gibi mekân ile diyaloga giren, onu kimlik kaynağı haline getiren, onun karakterine bürünen ve dip toplamda mesajın kendisine dönüşen bireyler, bu ağın bizzat düğümleri haline gelmektedirler. Bu eğilimle birlikte kaçınılmaz olarak, özellikle yakın geçekte Web 3.0 ve blokzincir teknolojisi ile Metaverse uzayında gazeteciliğin daha sürükleyici niteliğe sahip olabileceği öngörülebilir.

Kaynaklar

- Altay, D. (2005). Küresel köyün medyatik mimarı Marshall McLuhan. İçinde N. Rigel (Editör), *Kadife karanlık: 21. yüzyıl iletişim çağını aydınlatan kuramcılar* (ss. 9-74). Su Yayınevi.
- BBC Taster. (2017, Oct 1). *Rome's Invisible City VR*. <https://www.bbc.co.uk/taster/pilots/romes-invisible-city-vr>
- Baía Reis, A., & Coelho, A. (2018). Virtual reality and journalism. *Digital Journalism*, 6(8), 1090-1100. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1502046>
- Barreda-Ángeles, M., Aleix-Guillaume, S. & Pereda-Baños, A. (2021). Virtual reality storytelling as a double-edged sword: Immersive presentation of nonfiction 360°-video is associated with impaired cognitive information processing. *Communication Monographs*, 88(2), 154-173. <https://doi.org/10.1080/03637751.2020.1803496>
- Brannon, L., Gold, L., Magee, J., & Walton, G. (2021). The potential of interactivity and gamification within immersive journalism & interactive documentary (I-Docs) to explore climate change literacy and inoculate against misinformation. *Journalism*, 16(2-3), 334-364. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1991439>
- Canales, M., Serrano, M. ve Healy, P. (2021, Feb 9). *All eyes on Mars*. National Geographic. <https://www.nationalgeographic.com/magazine/graphics/see-how-nasas-new-mars-rover-will-explore-the-red-planet-feature>
- Çaba, D. (2018). Dijital çağda değişen haber sunumu: Gazetecilikte sanal gerçeklik uygulamaları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(1), 691-723. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.377120>
- de la Peña, N., P., W., Llobera, J., Giannopoulos, E., Pomés, A., Spanlang, B., Slater, M. (2010). Immersive Journalism: Immersive Virtual Reality for the First-Person Experience of News. *Presence*, 19(4), 291-301.

- Delafontaine, A. (2022, Apr 5). *Jean-Luc Mélenchon in multi-meeting today thanks to his holograms*. World Today News. <https://www.world-today-news.com/jean-luc-melenchon-in-multi-meeting-today-thanks-to-his-holograms/>
- Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2010). *Öteki kuram* (3. bs.). Erk Yayınları.
- Erdoğan, N. (1996). Sinema ve psikanaliz. *Toplum ve Bilim*, (70), 241-249.
- Erken, F. (2019). Sanal gerçeklik teknolojileri ile izlenen haberlerin bellek ve algılama üzerindeki etkisi [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erken, F., & Birsen, H. (2021). Cognitive differences between online and virtual reality news in the context of recall and comprehension. *Yeni Medya*, 2021(10), 1-24.
- Euro News. (2022, Feb 23). *Videos, sounds and smells: French far-left candidate's unusual rally to reinvigorate campaign*. <https://www.euronews.com/2022/01/16/videos-sounds-and-smells-french-far-left-candidate-s-unusual-rally-to-reinvigorate-campaign>
- French Presidency of The Council of The European Union. (2022, Jun 21). *Immersive exhibition "Ocean": A 360° dive into the heart of blue Europe, from 30 April to 22 May 2022 in Lisbon*. <https://presidence-francaise.consilium.europa.eu/en/news/immersive-exhibition-ocean-a-360-dive-into-the-heart-of-blue-europe-from-5-to-20-february-2022-in-la-rochelle/>
- Gannett (2022, Jan 25). *Accused Season 4: 'The impending execution of Elwood Jones' podcast is now available for USA TODAY subscribers*. <https://www.gannett.com/pr/accused-season-4-the-impending-execution-of-elwood-jones-podcast-is-now-available-for-usa-today-subscribers/>
- Goutier, N., de Haan, Y., de Bruin, K., Lecheler, S., & Kurikemeier, S. (2021). Cool Observer" to "Emotional Participant": The Practice of Immersive Journalism. *Journalism Studies*, 22(12), 1648-1664. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1956364>
- Hall, S. (1994). İdeolojinin yeniden keşfi: Medya çalışmalarında baskı altında tutulanın geri dönüşü. İçinde M. Küçük (Editör), *Medya, İktidar ve İdeoloji*. (ss. 57-103). Ark Yayınevi.
- Hardee, G. M., & McMahan, R. P. (2017). FIJI: A framework for the immersion-journalism intersection. *Front. ICT* 4. <https://doi.org/10.3389/fict.2017.00021>
- Jones, S. (2017). Disturbing the Narrative Journalism in Virtual Reality. *Journal of Media Practice*, 18(2-3), s. 171-185. <https://doi.org/10.1080/14682753.2017.1374677>
- Kukkakorpi, M., & Pantti, M. (2021). A Sense of Place: VR Journalism and Emotional Engagement. *Journalism Practice*, 15(6), 785-802. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1799237>
- L'Atelier des Lumières. (2022). *L'Atelier des Lumières*. <https://www.atelier-lumieres.com>
- McLuhan, M. (1994). *Understanding media: The extensions of man*. The MIT Press.
- McLuhan, M. ve Powers, B. R. (2020). *Global köy: 21. yüzyılda yeryüzü yaşamında ve medyada gelecek dönüşümler*. (B. Düzgören Öcal, Çev.) SCala Yayıncılık. (Orijinal basım tarihi 1989).
- Mélenchon, J.-L. (2022a, Jan 16). Meeting immersif de Jean-Luc Mélenchon à Nantes [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=vdxHe12IUml&t=4477s>
- Mélenchon, J.-L. (2022b, Apr 5). Multi-meeting hologramme de Jean-Luc Mélenchon [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=H5ABEnpqccQ>

Milliyet. (2021, Mart 3). *Terapötik ne demek? Tıp dilinde terapötik kelimesi hangi anlamda kullanılır?* <https://www.milliyet.com.tr/egitim/terapotik-ne-demek-tip-dilinde-terapotik-kelimesi-hangi-anlamda-kullanilir-6445675>

Museum d'Histoire Naturelle. (2022). Museum d'Histoire Naturelle. <https://www.mnhn.fr/fr>

Pjesivac, I., Wojdyski, B. W., Binford, M. T., (Jay) Kim, J., & Herdon, K. L. (2021). Using Directional Cues in Immersive Journalism: The Impact on Information Processing, Narrative Transportation, Presence, News Attitudes, and Credibility. *Digital Journalism*. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1897473>

Sánchez Laws, A. L. (2017). Can immersive journalism enhance empathy? *Digital Journalism*, 8(2), 213-228. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1389286>

Steinfeld, N. (2019). To be there when it happened: Immersive journalism, empathy, and opinion on sexual harassment. *Journalism Practice*, 14(2), 240-258. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1704842>

TheStraitTimes. (2022). Thestraittimesinternational edition. <https://www.straitstimes.com/global>

Yaylagül, L. (2006). *Kitle iletişim kuramları*. Dipnot Yayınları.

Crossing the Borders in Journalism: Now Everywhere is Message

Extended Abstract

Purpose

The aim of this study is to determine what immersive journalism is, why it emerged and how it is applied, and to try to present the projection of journalism practices that can be realized on a new level.

Scope

This research; (a) 360° video, (b) illustration, (c) augmented reality application examples are analyzed by close reading. Thus, the research suggests that physical space is used as a message with the immersion technique used in storytelling as a result of the development of technology.

Theoretical Framework

The theoretical framework of this study is not technological reductionism, but the dominance and decisiveness of technology over the individual and society. In this paradigm, the thoughts of H. A. Innis and Marshall McLuhan, who are among the technological approaches, are taken into consideration.

According to H. A. Innis, technology is at the center of the social structure. While technology influences and shapes social organization and culture, they determine the power of knowledge based on space and time; they simultaneously reveal power relations.

According to Marshall McLuhan (1994, pp. 7-9), clothes, weapons, money, watches, houses, roads, cars, wheels, bicycles, airplanes, spoken and written words, photographs, telegraphs, typewriters, press, telephone, cinema, radio, television etc. all tools are extensions of people's bodies, each of which is actually a message. Thanks to this feature, these tools eliminate time and space factors and lead to deep participation. Messages received through the senses change the personalities of individuals by changing organs and determine how they think. Thus, the user becomes the content itself.

This determination in McLuhan's thought is valid for the technological tools used in the media as well as the real estate, art and science fields. It corresponds to the concept of immersion in immersive journalism as well as in various field practices. Immersion, which is limited in traditional and electronic media tools, is possible more intensely in virtual reality technologies. In

this way, individuals can experience an alternative reality while immersing themselves in a sense of spatial and emotional presence.

Baía Reis and Coelho (2018, p. 1098) state that if the medium is accepted as the message in traditional journalism, it can be said that the audience must be the message in immersive journalism. Therefore, within the framework of this thought, they argue that immersive journalism can be considered as a phenomenon that is essentially defined by the relationship between journalism and its audience, rather than its relationship with the media it uses to communicate with the audience.

Method

The case study method was adopted in this study. News in the categories of (a) 360° videos, (b) illustrations, (c) augmented reality (AR) applications constitute the universe of the study as an immersive journalism classification. Purpose-oriented, three news items were taken as samples and analyzed by close reading technique at the mentioned levels.

As an example;

(a) Virtual reality news titled Rome's Invisible City VR, prepared by the ÖH-1 BBC television organization, in which the Pantheon underground mine of the city of Rome can be visited 360 degrees (BBC Taster, 2017).

(b) (ÖH-2) National Geographic magazine's study titled *All Eyes on Mars*, dated February 9, 2021, simulation news about the rover named Perseverance sent to the planet Mars (Canales, Serrano, Healy, 2021).

(c) (ÖH-3) Investigative journalism news titled *Accused: The Impending Execution of Elwood Jones*, created with augmented reality that re-examines the crime scene and evidence from USA Today (Gannett, 2022).

The close reading technique used by Mariia Kukkakorpi and Mervi Pantti (2021) in their research on immersive journalism was adopted.

In order to analyze the audio-visual media format comprehensively, aesthetic elements and symbolic qualities, which are the sum of a series of features that affect experience and emotion, were evaluated together in the general design of the news.

Findings

It has been found that 360° video and augmented reality applications are relatively effective, while each of them immerses the user in their own story. Creating a sense of place can both increase the reliability of the news and support the establishment of empathic ties between the user and the character in the news, as well as make the information to be given easier to understand and interpret.

Three sample news stories create spatial narratives while simulating the news in which their story takes place. The occurrence of different lives and therefore histories in each place causes each to have its own unique character. By immersing themselves in the place where the news story takes place, users both create physical intimacy and provide themselves with an identity through places. The new identity obtained can reach users with different perspectives and a new subjective interpretation. As a result of the research, it has been found that the space has become a message.

Results

In the 21st century, it is accepted that the information and technology industry in the production of new hardware, software and information, as well as the media industry that supports them with experimental searches, tend to create new markets in a coordinated manner. As a result of the research; It has been found that space is used as a message in immersive news and as a result of the instrumentalization of immersed users, they become the message itself to the extent that they can be integrated with the temporality and spatiality of the news. This situation uses the individual, who is a reader / viewer / user, by putting them into the news production process together with time and space,

making them a news element and inevitably shows that computational capitalism makes it possible to exploit as a production tool.

In the digital environment, the rules of time and space are formed within their own validity. McLuhan (2020, p. 210-227) states that Einstein (twist/relative) space will become valid instead of Euclidean (linear) space in electronic media tools. This determination also applies to the internet, which was invented as an infrastructure that enables terminals to be connected to each other by forming nodes via fiber cables. The Internet connects not only terminals and their users, but also objects. At the same time, individuals who, like objects, enter into a dialogue with the space, make it a source of identity, take on its character and transform into the message itself, become the nodes of this network. Considering this process, it can be predicted that journalism in the Metaverse space will inevitably have a more immersive feature, especially in the near future with Web 3.0 and blockchain technology.

Yazar Bilgileri

Author details

*Doç. Dr., Giresun Üniversitesi Tirebolu İletişim Fakültesi.
baris.yetkin@giresun.edu.tr, Orcid: 0000-0003-0577-3363

Destekleyen Kurum/Kuruluşlar

Supporting-Sponsor Institutions or Organizations:

Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır. None

Çıkar Çatışması

Conflict of Interest

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır. None

Kaynak Göstermek İçin

To Cite This Article

Yetkin, B. (2023). Habercilikte Sınırları Aşmak: Sanal Gerçeklikte Mesaja Dönüşen Zaman, Mekân, Birey. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (61), 118-133. <https://doi.org/10.47998/ikad.1140652>.