



**ULUSLARARASI BEŞERİ VE SOSYAL
BİLİMLER İNCELEME DERGİSİ (UBSBİD)**
**INTERNATIONAL HUMANITIES AND SOCIAL
SCIENCE REVIEW (IHSSR)**

Volume:7 Issue: 2 Year: 2023

**METaverse: META MEDYA KAVRAMI ÜZERİNDEN SÜRÜKLEYİCİ
GAZETECİLİK ÜZERİNE BİR İNCELEME**

Hülya SEMİZ TÜRKÖĞLU*

MAKALE BİLGİSİ

Makale Tarihiçesi:
Başvuru:01.12.2023
Revizyon : 22.12.2023
Kabul : 29.12.2023
Orcid Numarası :
0000-0002-7177-1959

Anahtar Kelimeler:
Metaverse, Metamedya,
Sürükleyici Gazetecilik,
Sanal Gerçeklik.

ÖZ

Metaverse, sanal ve artırılmış gerçeklik teknolojilerinin entegrasyonu ile oluşan geniş ve etkileşimli bir dijital evreni ifade ederken, Meta Medya ise iletişimi çoklu ortamlarda ve etkileşimli bir şekilde paylaşma anlamı taşımaktadır. Bu kavramlar, sürükleyici gazeteciliği doğurarak, haberleşme deneyimini daha etkileşimli, katılımcı ve duygusal hale getirmektedir.

Sürükleyici gazetecilik, olayları sadece izleyicilere aktarmak yerine, onları olayın içine çekmeyi amaçlamaktadır. Sanal gerçeklik röportajları, artırılmış gerçeklik hikâyeleri ve 360 derece video raporlar gibi yöntemler, haberciliğin sınırlarını genişleterek kullanıcıların olayları daha derinlemesine anlamalarını sağlamaktadır. Bu yeni habercilik deneyimi, kullanıcı katılımını ve etkileşimini artırmaktadır. Metaverse ve Meta Medya, kullanıcılara olaylara daha yakından katılma şansı verir, içeriklerin kişiselleşmesine olanak tanır ve hatta kendi hikâyelerini oluşturabilmelerine izin vermektedir. Ancak bu yeni dönemde, etik ve güvenilirlik meseleleri de ön plana çıkmaktadır. Sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik içeriklerinin doğruluğu, gizlilik konuları ve içeriğin güvenilirliği, haber kuruluşlarının dikkate alması gereken önemli unsurlardır. Metaverse ve Meta Medya ile sürükleyici gazetecilik, haberleşme dünyasını baştan sona değiştirirken, aynı zamanda haber üreticilerine yeni sorumluluklar ve fırsatlar sunmaktadır. Bu teknolojiler, geleneksel gazetecilik anlayışını, daha kişisel, etkileşimli ve katılımcı bir geleceğe taşımak adına önemli bir adımdır.

**METaverse: A STUDY ON IMMERSIVE JOURNALISM THROUGH THE CONCEPT
OF META MEDIA**

ARTICLE INFO

Article History:
Received: 01.12.2023
Revised : 22.12.2023
Accepted : 29.12.2023
Orcid Number:
0000-0002-7177-1959
Keywords:
Metaverse, Metamedia,
Immersive Journalism, Virtual
Reality

ABSTRACT

Metaverse refers to a vast and interactive digital universe created by the integration of virtual and augmented reality technologies, while Meta Media means sharing communication in multiple environments and interactively. These concepts give rise to immersive journalism, making the communication experience more interactive, participatory and emotional.

Immersive journalism aims to immerse audiences in the events rather than simply relaying them to them. Methods such as virtual reality interviews, augmented reality stories and 360-degree video reports expand the boundaries of journalism, allowing users to gain a deeper understanding of events. This new reporting experience increases user engagement and interaction. The Metaverse and Meta Media give users the chance to participate more closely in events, allowing them to personalize content and even create their own stories. However, in this new era, issues of ethics and credibility also come to the fore. The accuracy of virtual reality and augmented reality content, privacy issues and the credibility of the content are important elements that news organizations need to consider. The Metaverse, Meta Media and immersive journalism are transforming the world of communication, while at the same time offering new responsibilities and opportunities to news producers. These technologies are an important step in moving traditional journalism towards a more personal, interactive and participatory future.

* Doç.Dr. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, hulyasemiz@istanbul.edu.tr

GİRİŞ

Geleneksel medya ve gazetecilik, teknolojinin hızlı evrimiyle birlikte Metaverse ve Meta Medya kavramlarının etkisi altında yeni bir döneme girmiştir. Metaverse, geleneksel gerçeklikle sanal gerçeklik arasındaki sınırları aşan, dijital bir evreni ifade eden bir terimdir. Metaverse, insanların etkileşimde bulunabileceği, sanal dünyalar ve üç boyutlu animasyonları içermektedir. Genellikle artırılmış gerçeklik (AR), sanal gerçeklik (VR) ve diğer benzer teknolojilerle ilişkilidir. Facebook'un sahibi olduğu şirket, "Meta" adını alarak bu konsepti vurgulamıştır.

Matthew Ball, metaverse konseptinin ilk savunucularından biridir. Amerikalı bir girişimci, stratejist ve melek yatırımcı olarak, dijital dünyanın geleceği hakkında önemli görüşlere sahiptir. Ball, metaverse kavramının giderek önem kazanacağını ve dijital dünyanın sadece bir eğlence alanı olmanın ötesine geçerek bir yaşam tarzı, ekonomi ve kültür haline geleceğini savunmuştur. Ball'ın metaverse hakkındaki görüşleri, dijital varlıkların, sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik ve çevrimiçi etkileşimlerin, insanların dijital ortamda daha derin ve anlamlı bir deneyim yaşamasına yol açacağına dair öngörülere dayanmaktadır. Ayrıca, bu dijital dünyanın, eğlence sektöründen iş dünyasına, eğitimden sosyal etkileşimlere kadar bir dizi alanda etkili olacağına düşünmektedir (Kim, 2021, s.141-144).

Meta CEO'su Mark Zuckerberg ise metaverse kavramını, dijital dünyada geniş kapsamlı bir etki yaratmayı hedeflemiştir. Zuckerberg, metaverse'i bir dizi faaliyet için bir platform olarak hayal etmiştir. Metaverse, arkadaşlarla ve aileyle buluşma, haberleşme, çalışma, öğrenme, oyun oynama, ticaret, alışveriş yapma ve yaratma gibi çeşitli faaliyetleri içeren bir dijital ortam olarak tasarlanmıştır. Bu, metaverse'in sadece eğlence değil, aynı zamanda iş, eğitim ve sosyal etkileşim alanlarında da kullanılacağı anlamına gelmektedir (Meta, 2021).

Medya günümüzde metaverse iletişime giriş yapmıştır. Metaverse, iletişimin hâkim olduğu bir dönemde sürekli olarak medya biçimleri üretmiş ve değiştirmiştir. Medyanın insan yaşamına her yönüyle gömüldüğü için insan toplumu yüz yüze iletişim ve sanal dünya olmak üzere iki aşamayı tecrübe etmiştir.

Çalışmamızın ana hattı olan Metaverse ve gazetecilik arasındaki ilişkiyi incelediğimizde, sanal ve artırılmış gerçeklik teknolojilerinin haberleşme ve medya sektörlerini nasıl etkileyebileceği üzerine bir dizi potansiyel etkileşimi içermektedir. Metaverse içinde sanal gerçeklik kullanılarak, haber tüketenlerin olaylara daha yakın bir deneyim yaşamaları mümkün olmaktadır. Örneğin, sanal ortamlarda gerçekleşen olaylar, okuyuculara veya izleyicilere olay yerindeymiş gibi bir duygu verebilmektedir. Artırılmış Gerçeklik (AR) teknolojisi, basılı veya dijital gazetelerdeki fotoğrafları veya grafikleri canlandırabilmektedir. Bir kullanıcı, bir haber fotoğrafını tarattığında, video veya interaktif içeriklere erişebilir ve bu haberin daha etkileşimli, anlamlı hale gelmesine olanak tanımaktadır. Gazeteciler ve medya kuruluşları, metaverse içinde sanal basın konferansları veya röportajlar düzenleyerek, katılımcılara daha etkileşimli bir ortamda haber sunabilirler. Bu, dünyanın dört bir yanındaki kişilerin bir araya gelmesini sağlamaktadır.

Metaverse, haber dağıtımı için yeni modellerin gelişmesine olanak tanımaktadır. Sanal dünyalarda haber içeriğini paylaşmak ve tüketmek için özel platformlar veya dijital alanlar oluşturulabilmektedir. Metaverse içinde topluluklar, belirli konular veya olaylarla ilgili haberleri tartışabilir ve paylaşabilmektedir. Bu, gazetecilerin ve okuyucuların bir araya gelerek daha geniş bir haber ağı oluşturmalarına olanak tanımaktadır.

Gelişen teknoloji, medya ve gazetecilik pratiklerini sürekli olarak dönüştürmekte ve yeni olanaklar yaratmaktadır. Bu değişimlerin merkezinde ise Metaverse ve Meta Medya kavramları, sürükleyici gazetecilikle birleşerek habercilikte yeni bir döneme işaret etmektedir.

Bu makalede, Metaverse ve Meta Medya kavramlarının, sürükleyici gazetecilik üzerindeki etkileri ele alınacak, bu yeni paradigmanın gazetecilik uygulamalarını nasıl şekillendirdiği ve haberleşme biçiminin nasıl değiştirdiği incelenecektir.

Metaverse ile çalışmamızda odaklandığımız yeni bir gazetecilik türü olan sürükleyici gazetecilik ise olayları ayıran, paylaşımlı bir şekilde sunan bir gazetecilik anlayışıdır. Sürükleyici gazetecilik, geleneksel medya formatlarından farklı olarak, izleyiciyi olayı içine doğrudan dâhil etmeyi

amaçlamaktadır. Metaverse ile sürükleyici gazetecilik arasında bir veri aktarımı, haber ve bilgi sunumunu daha iyi etkileşimli ve çoğaltılabilir hale getirebilmektedir. Metaverse ortamlarında, olayları daha yakından deneyimleme ve anlama olanağı sunmaktadır. Ancak bu tür teknolojik gelişmelerin etik, güvenlik ve mahremiyet yöntemlerinde dikkatli ele alınmasının unutulmaması önemlidir.

Bu makale, sürükleyici gazetecilik kavramına yönelik bir tanımlama ve bu tür gazeteciliğe odaklanan bir inceleme çalışmasıdır. Ayrıca, sürükleyici gazeteciliğin ortaya çıkış kaynakları ele alarak, bu gazetecilik keşfettiği Metaverse gibi yeni mecralara uyum sağlayıp sağlayamayacağı yer almaktadır.

Makale, sürükleyici gazeteciliğin özelliklerini belirleyerek, gazetecilik türündeki bu gelişmeler değerlendirilecektir. Ayrıca, bu çalışmanın gelecekteki araştırmalara yönelik bir temel oluşturabileceği ve sürükleyici gazeteciliğin gelişimiyle ilgili daha fazla bilgi sağlayabilecektir.

1. Metaverse ve Meta Medya: Haberciliğe Yeni Bir Bakış Açısı

Metaverse, dijital devrimin uzun tarihinde yeni bir dönem olan teknolojik yenilik ve ağ entegrasyonunu haber vermektedir. Bu, sadece internet endüstrisini değiştirmekle kalmayacak, aynı zamanda iletişim alanını yeniden şekillendirecektir. "Metamedya" kavramı Metaverse'den önce gelir, ancak dijital çağda yeni medya ile eski medya arasındaki diyalektik ilişkiyi doğru bir şekilde öngörür; bu ilişki her zaman birbirini oluşturan, şekillendiren ve birbirine bağlı olan bir ilişkidir.

Metaverse, sanal ve artırılmış gerçeklik teknolojilerinin birleşiminden doğan geniş ve etkileşimli bir dijital evrendir. Sanal ve artırılmış gerçekliğin bir kombinasyonu olarak, metaverse, "sanal evren ile fiziksel dünya arasında bir birleşim" haline gelmesi beklenmektedir (Riva and Wiederhold, 2022, s.355).

Sanal ortamlar ve sürükleyici oyunlar (Second Life, Fortnite, Roblox ve VRChat gibi) meta veri tabanının öncülleri olarak tanımlanmakta ve tamamen işlevsel, kalıcı bir platformlar arası meta veri tabanının potansiyel sosyo-ekonomik etkisine dair bazı bilgiler sunmaktadır (Dwivedi, 2022).

Metaverse, çeşitli yeni teknolojileri entegre eden bir internet uygulaması ve sosyal form türüdür, meta evren anlamına gelmektedir. Bu, artırılmış gerçeklik teknolojisiyle deneyimler, dijital ikiz teknolojisiyle gerçek dünyanın ayna görüntüsü, blokzincir teknolojisiyle desteklenen bir ekonomik sistem ve gerçek dünya ile sanal dünyanın sıkı bir entegrasyonunu içermektedir. Ayrıca, her kullanıcının içerik üretmek için dünyayı düzenlemesine izin veren bir kimlik sistemi bulunmaktadır (Ning, vd., 2021, s.1).

Metaverse, artırılmış ve sanal gerçeklik teknolojilerini kullanarak fiziksel dünyayı genişletme potansiyeline sahip olup, kullanıcıların avatarlar ve hologramlar kullanarak gerçek ve simüle edilmiş ortamlarda sorunsuz bir şekilde etkileşime girmesine olanak tanımaktadır. Bu evrende, kullanıcılar gerçek dünya sınırlarını aşarak birbirleriyle etkileşimde bulunabilirler.

Metaverse, kullanıcıların sanal ortamlarda etkileşime girebilecekleri, içerik oluşturabilecekleri ve türlü deneyimler yaşayabilecekleri bir alanı temsil eder. Bu, üç boyutlu grafikler, sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik, sosyal medya ve diğer dijital medya öğelerinin birleşimiyle ortaya çıkan bir kavramdır.

Metaverse kavramı aslında "meta medya" özelliği taşımaktadır. Meta medya ifadesi, metaverse'in temel özelliklerini anlatmak için kullanılabilir. Çünkü metaverse, geleneksel medya türlerini aşan, interaktif, çok boyutlu bir deneyim sunan bir ortamı ifade etmektedir. Kullanıcılar, metaverse içinde yaratıcı içerikleri paylaşabilir, sosyal etkileşimlerde bulunabilir ve sanal dünyada farklı deneyimlere katılabilirler (Saka, 2022, s.3).

Metaverse gazeteciliği, dijital dünyanın yükselişiyle ortaya çıkan yeni bir gazetecilik türüdür. Geleneksel gazetecilik ile sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik ve karma gerçeklik gibi teknolojilerin birleşimini içeren bu yeni yaklaşım, haberlerin ve hikâyelerin interaktif, çok boyutlu ve daha etkileşimli bir şekilde sunulmasını sağlamaktadır.

Metaverse gazeteciliği, okuyucuları olayların içine çeken ve onları deneyimlemeye teşvik eden bir yaklaşım benimsemektedir. Bu tür gazetecilikte, okuyucular sanal dünyalara veya dijital mekânlara giriş yaparak haberleri, röportajları veya belgeselleri interaktif olarak keşfedebilirler. Örneğin, bir haberde anlatılan bir olayı sanal gerçeklik gözlüğüyle deneyimleyebilir veya bir belgeselde yer alan bir mekânı artırılmış gerçeklikle keşfedebilirler.

Metaverse gazeteciliği, haberleri daha etkileyici hale getirerek okuyucuların daha fazla bağlantı kurmasını ve daha derinlemesine anlamasını sağlamaktadır. Ayrıca, bu yeni tür gazetecilik, verilerin ve istatistiklerin görsel olarak daha iyi anlaşılmasını sağlar ve karmaşık konuları daha erişilebilir hale getirmektedir.

Gelecekte, metaverse gazeteciliğinin daha da yaygınlaşması ve geleneksel gazetecilikle birlikte var olması beklenmektedir. Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte, haberlerin ve hikâyelerin dijital dünyada daha zengin, etkileşimli ve katılımcı bir şekilde sunulması, okuyucuların habere erişim ve katılım biçimlerini değiştirecektir.

Web3 ve Metaverse, daha önceki medya platformlarına kıyasla daha karmaşık bir ortam sunmaktadır. Bu nedenle, dezenformasyon ve nefret söylemiyle mücadelede yeni stratejiler geliştirme ihtiyacı doğmaktadır. Dağıtık defter teknolojisi gibi Web3 özellikleri, içeriğin kaynağını takip etme ve doğrulama konusunda yeni imkânlar sunmaktadır (Saka, 2022, s.3).

Gazetecilik, geleneksel reklam modellerinin değişmesi ve gelir kaynaklarının çeşitlenmesiyle karşı karşıya kalmıştır. NFT'ler (Non-Fungible Token) gibi Web3 öğeleri, içerik üreticilere benzersiz dijital varlıklar oluşturarak bu alanda yeni gelir kaynakları yaratma fırsatı sunmaktadır. Türkçe literatüre 'Nitelikli Fikri Tapu' olarak geçen, Non-Fungible Token (NFT), dijital varlıkları benzersiz bir şekilde temsil eden ve blok zinciri teknolojisi kullanılarak oluşturulan bir tür dijital varlık standardını ifade eder. Her NFT, kendine özgü bir dijital işaret içerir ve bu, varlığın benzersizliğini ve sahipliğini garanti eder (Rehm, vd. 2015, s.4).

Metaverse, haberleşmeyi daha etkileşimli hale getirmektedir. Sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik kullanarak, okuyucuların haberlere daha derinlemesine ve etkileşimli bir şekilde katılmasını sağlamak mümkün olmaktadır.

Web3 teknolojilerinin medya sektörü üzerindeki etkileri, gelecekte önemli değişikliklere yol açabilecek potansiyeller barındırmaktadır. Web3 teknolojileri medya endüstrisine dönüşebilmekte ve yeni fırsatlar yaratmaktadır. Ancak, bu teknolojilerin benimsenmesi ve etkileşimleri konusunda sektördeki değişimleri yakından takip etmek önemlidir (Eilemberg, 2021).

Web3 ve Metaverse, geleneksel medya kuruluşlarına ek olarak bireysel gazeteciler, içerik üreticileri ve diğer yeni aktörleri de içermektedir. Bu durum, profesyonel standartların ve etik kuralların yeniden değerlendirilmesine ve güncellenmesine yol açmaktadır. Web3'ün bir parçası olan blockchain teknolojisi, haberlerin kaynağını izleme, içeriğin doğruluğunu kontrol etme ve güvenilirliği artırma konularında gazetecilere yardımcı olabilmektedir.

Metaverse, sanal ve artırılmış gerçeklik teknolojilerini içeren geniş bir dijital evrendir. Meta Medya, iletişimi bir adım öteye taşımaktadır. Haberlerin sadece bir platformda değil, çoklu ortamlarda ve etkileşimli bir şekilde paylaşılmasını içermektedir. Kullanıcılar, haberle etkileşime girdikçe, içerik daha zenginleşmekte ve kişiselleştirmektedir.

Meta Medya dijital evrende gerçekleşen iletişimi ve bilgi alışverişini kapsar. Bu iki kavram, haberleşme pratiğini daha etkileşimli ve katılımcı hale getirerek sürükleyici gazeteciliğin temellerini atmaktadır.

Gazetecilik, bu teknolojik dönüşümlere uyum sağlamak ve kalite standartlarını korumak adına sürekli olarak adapte olmalıdır. Yeni teknolojilerin getirdiği olanakları ve zorlukları anlamak, gazetecilik pratiğini güçlendirebilir ve habercilik alanında inovasyonu teşvik edebilmektedir.

2. Sürükleyici Gazetecilik: Haberleşme Deneyiminde Devrim

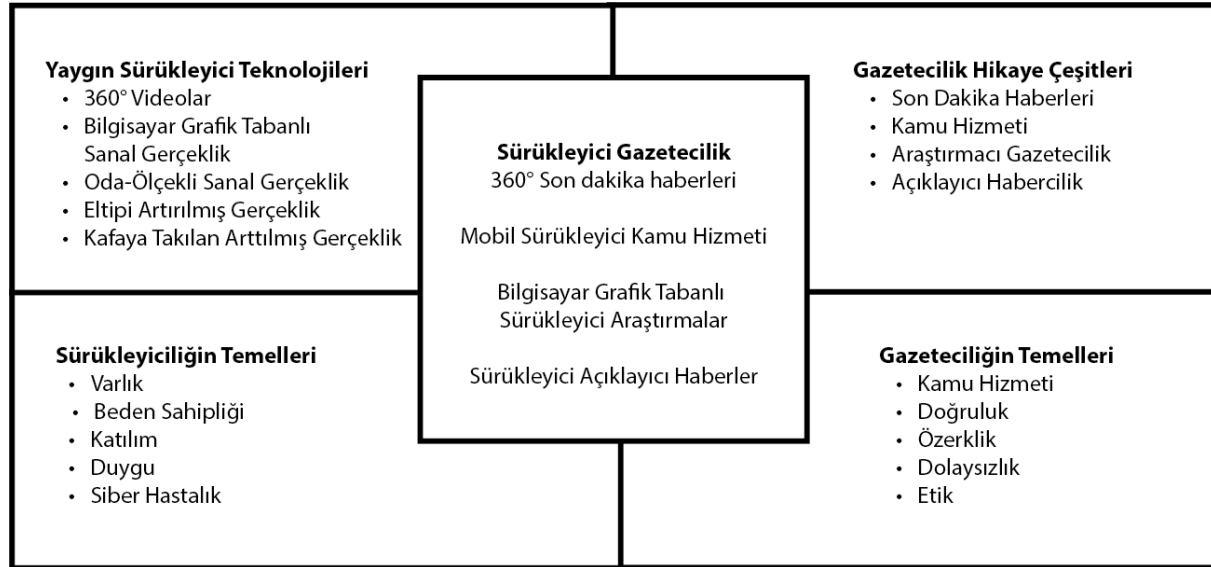
Gazetecilik sürekli olarak hızlı sosyal, kültürel ve teknolojik değişim koşullarına uyum sağlamak zorunda kalmıştır (Lewis ve Usher, 2016). Ekonomik istikrarsızlık, sektörü giderek daha rekabetçi hale gelen dijital medya ve bilgi ortamında hayatta kalmanın bir yolu olarak teknolojik yeniliği benimsemeye zorlamıştır. Yapay zekâ teknolojileri bu bağlamda gazetecilik pratiğine nüfuz ederek gazetecilik çıktılarının üretimini, dağıtımını ve tüketimini değiştirmiştir.

Yapay zekâ algoritmaları, gazeteciliğe ileriki zamanlarda pek çok değişim ve dönüşümü beraberinde getirecektir. Yapay zekânın haberleri üretebilmesi ile haber yazım sürecini hızlandıracaktır. Haber

dağıtım konusunda da yapay zekâ, kişiselleştirilmiş haber akışları oluşturarak kullanıcılara daha özelleştirilmiş bilgiler sunabilecektir. Yapay zekâ, büyük veri analizi yaparak, karmaşık konularda derinlemesine araştırmalar gerçekleştirebilecektir. Bu, gazetecilere daha kapsamlı ve bilgi odaklı hikâyeler üretme imkanı sağlayacaktır.

Yapay zeka, farklı dillerdeki haberleri hızlı bir şekilde çevirebilir, bu da uluslararası haberlerin daha hızlı ve etkili bir şekilde paylaşılmasını sağlayacaktır. Metin madenciliği ve anlam işleme yetenekleri, haberlerdeki ana temaları ve duygusal tonları anlama konusunda yardımcı olacaktır. Yapay zeka destekli chatbot'lar ve diğer interaktif özellikler, okuyucularla etkileşimi artırarak, haber sitelerinde kullanıcı deneyimini geliştirmek için kişiselleştirilmiş önerilerde bulunabilecektir. Ayrıca, yapay zeka sahte haberlerle mücadelede, haber kaynaklarını değerlendirme ve gerçekleri kontrol etme konusunda önemli bir rol oynayacaktır. Ancak, bu değişimlerin yanı sıra, etik sorunlar insanların yerini alması endişeleri ve bilgi güvenliği gibi zorluklar da ortaya çıkacaktır.

Yapay zekâ teknolojisiyle karşımıza çıkan sürükleyici gazetecilik, okuyucunun ilgisini çekmeyi, haberi daha etkileyici hale getirmeyi sağlayacak bir yaklaşımdır. Bu yaklaşımın bütünlüğü, hikâye anlatımı ve etkileşimli bir ilerleme yer almaktadır. Yapay zekâ bilgisayar verilerinin insan benzeri zekâ yeteneğiyle donatılması anlamına gelmektedir. Sürükleyici gazetecilik ve yapay zekâ bir araya geldiğinde, haber deneyimi daha etkileyici hale getirmenin yanı sıra, haberlerin daha hızlı ve doğru bir şekilde seçeneklerine olanak sağlayan gelişmiş bir alternatif ortaya çıkmaktadır.



Şekil 1. Sürükleyici Gazetecilik Tablosu

Kaynak: (Hardee & McMahan, 2017, s.2)

Sürükleyici teknolojiler arasında 360° videolar, bilgisayar grafik tabanlı mobil sanal gerçeklik, oda ölçeğinde sanal gerçeklik, elde taşınabilir artırılmış gerçeklik ve başa giyilebilir artırılmış gerçeklik bulunmaktadır. Dört bilgi alanını entegre eder ve bunlar, sürükleyici gazetecilik türlerinin gereksinimlerini oluşturmak ve tanımlamak için kesişimlerine dayanarak önemli olan dört alandır. Yüzeyle veya derin düzeyde olsun, sürükleyici gazeteciliğin her durumda ortak teknolojilere ve sürükleyici çabalarla yapılan yaygın çeşitleri şunlardır: (1) 360° son dakika haberleri, (2) mobil sürükleyici kamu hizmeti, (3) bilgisayar grafik tabanlı sürükleyici araştırmalar ve (4) sürükleyici açıklayıcı raporlar (Hardee & McMahan, 2017, s.2).

Haber odalarında teknolojinin kullanımına ilişkin tartışmalar, gazeteciliğin rolü ve etkinliği hakkındaki daha geniş konuşmaların içinde yer almaktadır. Dolayısıyla, teknolojik araçlara yönelik iyimserlik ve eleştiri, gazeteciliğin sınırları ve sınır nesnelere hakkındaki daha geniş tartışmalarda yer almaktadır

Sürükleyici gazeteciliğin kökleri Nonny de la Peña ve USC Annenberg İletişim ve Gazetecilik Okulu'ndaki meslektaşlarına dayanmaktadır. 2010 yılında yayımlanan öncü bir makalede, de la Peña, sürükleyici gazetecilik kavramını tanıtmış ve bu alandaki düşüncelerini geliştirmiştir. Bu çalışmalar, haber iletişimde varlığın rolü ve haber olaylarının gerçekleştiği yerlere birinci şahıs katılımcılar olarak sanal bir ortama taşınmasının avantajları dâhil olmak üzere çeşitli konuları kapsamaktadır (De la Peña v.d. 2010, s.s. 291-301).

De la Peña ve arkadaşlarına göre (2010), sürükleyici gazetecilik "insanların haber öykülerinde anlatılan olay veya durumlara ilişkin birinci şahıs deneyimlerini edinebilecekleri bir biçimde haber üretimidir." Bu anlamda sürükleyici gazetecilik, haber hikâyelerinin yeniden yaratıldığı sanal bir dünyaya etkili bir şekilde girerek kullanıcılarına somut bir deneyim sunmaktadır.

Sürükleyici gazeteciliğin temel fikri, katılımcının haber öyküsünü temsil eden sanal olarak yeniden oluşturulmuş bir senaryoya gerçekten girmesine izin vermektir. Katılımcı genellikle dijital bir avatar (katılımcının animasyonlu 3 boyutlu dijital temsili) biçiminde temsil edilecek ve dünyayı bu avatarın birinci şahıs bakış açısıyla görecektir (De la Peña v.d.2010).

Ayrıca De la Peña ve ark. (2010), sürükleyici gazeteciliğin temel hedeflerinden birinin, giderek daha sürükleyici hale gelme yeteneği olması gerektiğini savunur; kendisinin "derin sürükleyici gazetecilik" olarak tanımladığı bir şey, yani kullanıcılara giderek daha yüksek düzeyde ilgi ve varlık sağlayan sürükleyici gazetecilik deneyimleridir. Bu bağlamda, derinlemesine kapsayıcı gazetecilik, sanal dünyada yeniden yaratılan haberleri "deneyimlerken" bize daha büyük ve daha geniş bir bedensel, mekânsal ve zamansal katılım sağlamaktadır.

Sürükleyici gazetecilik, izleyiciyi gazetecilik anlatısının merkezine yerleştiren, sanal gerçeklik teknolojileri ve 360 derece video kullanarak birinci şahıs deneyimleri yaratan bir uygulamadır. Sürükleyici gazetecilik, okuyucuların veya izleyicilerin ilgisini çekmek ve onları içeriğe dâhil etmek amacıyla çeşitli görsel, hikâye anlatımı ve teknolojik unsurları kullanarak bilgi iletişimini geliştiren bir gazetecilik yaklaşımını ifade etmektedir. Bu tür gazetecilik, sadece haberleri sunmakla kalmaz, aynı zamanda olayları ve konuları daha etkileyici, ilgi çekici ve anlaşılır bir şekilde aktarmaya odaklanmaktadır.

Sürükleyici gazetecilik, hikâye anlatımında yaratıcı tekniklerin yanı sıra görsel unsurları da kullanarak izleyicilerin duygusal bağ kurmalarını, konuları daha derinlemesine anlamalarını ve bilgiyi daha etkili bir şekilde özümsemelerini hedeflemektedir. Bu yaklaşım, geleneksel gazetecilik anlayışının ötesine geçerek dijital medya, interaktif öğeler ve yeni teknolojileri entegre etmektedir.

Sürükleyici gazetecilikte, öyküleme becerileri, görsel unsurlar, interaktivite ve katılımcılık gibi faktörler ön plandadır. Bu sayede, okuyucular daha fazla bağ kurabilir, bilgiyi daha iyi anlayabilir ve haberlerle etkileşime geçebilirler. Sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik ve interaktif içerik kullanılarak, haber deneyimini daha zengin ve etkileyici hale getirmektedir.

Metaverse ve Meta Medya'nın birleşimi, sürükleyici gazeteciliğin önünü açmıştır. Haberleri sadece izlemek veya okumak yerine, kullanıcıları olayın içine çekerek deneyimi daha etkileyici hale getirmiştir. Sanal gerçeklik röportajları, artırılmış gerçeklik hikâyeleri ve 360 derece video raporlar gibi örneklerle, sürükleyici gazetecilik haberciliğe yeni bir boyut kazandırmıştır.

3. Meta Medya ve Sanal Gerçeklikte Haberleşme Pratiği

Meta Medya ve Haberleşme, günümüzde gelişen medya ve iletişim anlayışının ötesine geçen, genellikle dijital teknoloji, sosyal medya, sanal gerçeklik gibi yeni medya formlarıyla ilişkilendirilen bir kavramdır. Meta terimi, genellikle bir şeyin ötesine geçmeyi, derinleşmeyi ve daha karmaşık bir düzeyde anlamayı ifade etmektedir.

Meta Medya ve Haberleşme kavramı, geleneksel medya ve iletişimden daha fazla etkileşim, katılım ve derinlemesine anlam içermeyi hedeflemektedir. Bu, kullanıcıların pasif izleyici olmaktan ziyade içeriği

şekillendirmelerine, paylaşımlarına ve etkilemelerine olanak tanıyan bir yaklaşımı içermektedir. Toplumun ve bireylerin gerçeklik arayışları ile medyanın gerçeklik algısı üzerindeki etkileşim, Jean Baudrillard tarafından detaylı bir şekilde ele alınmıştır; bu çerçevede ayrıca modernizmin etkisi üzerinde vurgu yapılmıştır. Baudrillard'a göre simülasyon "Bir araç, bir makine, bir sistem ya da bir olgunun işleyiş biçiminin incelenmesi, gösterilmesi ya da açıklanması amacıyla bir maket ya da bir bilgisayar programı aracılığıyla yapay bir şekilde yeniden üretilmesidir." (Baudrillard, 2021).

Sosyal medyanın yükselişi, kullanıcıların içerik üretmelerini, paylaşımlarını ve birbirleriyle etkileşimde bulunmalarını sağlayarak Meta Medya ve Haberleşme konseptini güçlendirmiştir. Ayrıca, sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik gibi teknolojiler de bu kavramın bir parçası olarak düşünülebilir, çünkü bu teknolojilerle kullanıcılar gerçek dünyayla etkileşime girmenin ötesine geçebilmektedir. Günümüzdeki birçok sanal gerçeklik tartışmasının, genel anlamda Metaverse kavramı etrafında şekillendiğini ifade etmek doğru olacaktır.

Medyada ve haber üretim süreçlerinde kullanılan bir teknoloji olan sanal gerçeklik, bilgisayar simülasyonu tarafından oluşturulan ve haber sunumlarında kullanılan gerçekçi üç boyutlu bir sanal sistemdir. Sanal gerçeklik haberleri, üç farklı formda sunulmaktadır: panoramik video, panoramik fotoğraf ve kulaklık-sanal gerçeklik gözlüğü tabanlı haberler (Yan vd., 2022, s.122).

Drone'lar, haber içeriklerinde üç boyutlu haber üretiminin gelişiminde artan şekilde önemli bir rol oynamıştır, bu da sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik ve karma gerçekliğin ilerlemesini içermektedir (Pavlik, 2020, s. 137). Üç boyutlu sanal ortamların dikkat çeken özelliklerinden biri, insanların bu ortamların gerçek olmadığını bilmesine rağmen, sanal durumlar ve olaylar için gerçekçi tepkiler verme eğilimindedir. Üç boyutlu sanal gerçeklik haber kavramının haber medyası alanında öne çıktığını, ancak geleneksel video haberlerine kıyasla üç boyutlu sanal gerçeklik haberlerinin kullanıcı deneyimi ve medya etkisinin henüz doğrulanmadığını ifade edilmiştir (Wu, vd., 2021).

Metaverse'ün sağladığı sanal gerçeklik deneyimi, medya sektörünün dikkatini çekmiş ve sürükleyici (immersive) gazetecilik türünün gelişmesine katkıda bulunmuştur. Metaverse'te kullanılan son teknoloji XR gözlükleri, olay yerinde bulunma hissiyatını uyandırarak gazetecilik mesleğini yeni bir döneme taşımıştır (Uskali, vd. 2021).

Meta Medya kavramı ile iletişimin daha geniş bir perspektiften anlaşılmasını sağlamaktadır. Haberlerin sadece bir platformda değil, çoklu ortamlarda ve etkileşimli bir şekilde paylaşılmasını içermektedir.

Yeni teknolojilerin haberleşme pratiğine entegrasyonu, etik ve güvenilirlik konularını da beraberinde getirmiştir. Metaverse içindeki haberlerin doğruluğu, içeriğin güvenilirliği ve kullanıcı gizliliği gibi konuların dikkatle ele alınması gerekmektedir.

Bu yeni habercilik paradigmasının getirdiği yeniliklerle birlikte, etik ve güvenilirlik konuları da önem kazanmıştır. Sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklikteki içeriklerin doğruluğu, kullanıcı gizliliği ve içeriğin güvenilirliği gibi konular, haber kuruluşları için dikkat edilmesi gereken unsurlardır.

SONUÇ

Meta evrenin teknolojik, sosyal ve ekonomik yönlerini kapsayan geniş bir dönüşümü temsil etmektedir. Bu dönüşüm, dijital dünya ile gerçek dünya arasındaki sınırları giderek daha da bulanıklaştırarak, kullanıcıların deneyimlerini daha zengin ve etkileşimli hale getirmiştir.

Metaverse ve Meta Medya kavramları, sürükleyici gazeteciliği güçlendiren ve haberleşme deneyimini baştan sona değiştiren yeni bir çağı temsil etmektedir. Bu teknolojik gelişmeler, gazetecilerin ve medya kuruluşlarının, kullanıcılarla daha yakın ve etkileşimli bir ilişki kurmalarına olanak tanımaktadır. Ancak, bu dönüşümde etik ve güvenilirlik prensiplerini gözetmek, haberleşme dünyasındaki dengeleri korumak açısından kritik bir öneme sahiptir.

Metaverse ve Meta Medya, habercilik pratiğini baştan sona değiştiren ve kullanıcıları olayların içine çeken yeni bir dönem başlatmaktadır. Bu teknolojiler, haberleşme deneyimini daha kişisel, etkileşimli ve katılımcı hale getirirken, aynı zamanda haber üreticilerine yeni sorumluluklar ve fırsatlar sunmaktadır. Meta evren, her kullanıcının içerik üretmek için dijital dünyayı şekillendirmesine olanak tanımaktadır. Kullanıcılar, kendi dijital varlıklarını oluşturabilir, paylaşabilir ve diğer kullanıcılarla

etkileşimde bulunabilir. Geleneksel gazetecilik anlayışı, bu dijital dönüşüme ayak uydurmak için yeni stratejiler geliştirmeye zorlanmaktadır.

Metaverse, sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik ve diğer dijital teknolojilerle entegre edilen geniş, etkileşimli bir sanal ortam sunmaktadır. Bu ortam, gazetecilerin hikayelerini daha etkileyici bir şekilde anlatmalarını, okuyucuların içeriğe daha fazla katılım sağlamalarını ve bilgiye daha derinlemesine dalmalarını mümkün kılmaktadır.

Medyanın evrimi ve teknolojik değişimle birlikte, haberleşme biçimleri de önemli ölçüde değiştirmiştir. Meta Medya, bu değişimin bir yansıması olarak ortaya çıkmakta ve medyanın anlamını genişleterek, kullanıcıların içeriği şekillendirmesine ve etkileşimde bulunmasına olanak tanımaktadır.

Sürükleyici gazetecilik ise okuyuculara daha etkileyici, katılımcı ve derinlemesine bir haber deneyimi sunmayı hedeflemektedir. Metaverse'in üç boyutlu sanal dünyası ve Meta Medya'nın medya anlayışındaki genişleme, gazetecilerin ve okuyucuların haberle etkileşimini yeni bir seviyeye taşımaktadır. Gelecekte, bu kavramların gazetecilik pratiği üzerindeki etkisinin daha da artması beklenmektedir. Daha detaylı mikro çalışmaların yapılmasıyla, bu kavramın uzun yıllar boyunca konuşulup tartışılacağı öngörülmektedir.

Sonuç olarak metaverse, zamanla yeni bir dünya yaratarak insanların üretkenliğini, yaşamlarını ve sosyal ilişkilerini temelden yeniden şekillendirmeye devam edecektir.

KAYNAKÇA

Baudrillard, J. (2021). Simülakrlar ve Simülasyon. Ankara: Doğu Batı.

De la Peña, Nonny, Peggy Weil, Joan Llobera, Elias Giannopoulos, Ausia's Pomé's, BernhardSpanlang, Doron Friedman, Maria V. Sanchez-Vives, and Mel Slater.2010. "ImmersiveJournalism: Immersive Virtual Reality for the First-Person Experience of News."Pres-ence: Teleoperators and Virtual Environments19 (4): 291-301. doi:10.1162/PRES_a_00005.

Dwivedi, Y.K., Hughes, L., Abdullah, M., Baabdullah, Ribeiro-Navarrete, N., Giannakis, M., Al-Debei, M.M., Dennehy, D., Metri, B., Buhalis, D., Christy, M.K., Cheung, Conboy, K., Doyle, R., Dubey, R., Dutot, V., Felix, R., Gustafsson, A., Hinsch, C., . . . Wamba, S.F. (2022). Metaverse beyond the hype: Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy. International Journal of Information Management, Vol 66. Retrieved December 02, 2022, from

<https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0268401222000767?token=89A2F053A559FA74EA4FF1B1DD45B16DC5A251C6A3DD96318D0212FFFA4C8DEFE1387785B22C4D2154D8DE0E1046158F&originRegion=eu-west-1&originCreation=20221201180722>.

Eilemberg, Danie (2021). Journalism goes Web3. Nieman Lab. <https://www.niemanlab.org/2021/12/journalism-goes-web3/>

Hardee, G. M. & McMahan, R. P. (2017). FIJI: A Framework for the Immersion-Journalism Intersection. Frontiers in ICT, 4(21), 1-18. <https://doi.org/10.3389/fict.2017.00021>

Kim, Jooyoung (2021). Advertising in the metaverse: Research agenda. Journal of Interactive Advertising, 21(3), 141-144.

Lewis, Seth C., and Usher. Nikki (2016). "Trading Zones, Boundary Objects, and the Pursuit of News Innovation: A Case Study of Journalists and Programmers." *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 22 (5): 543-560.

Meta. (2021). The Metaverse and How We'll build it together - Connect 2021. Youtube, 28 October. https://www.youtube.com/watch?v=Uvufun6xer8&ab_channel=Meta (Erişim: 11.10.2023)

Ning, H., Wang, H., Lin, H.W., Wang, W., Dhelim, S., Farha, F., Ding, J., & Daneshmand, M. (2021). A Survey on Metaverse: the State-of-the-art, Technologies, Applications, and Challenges. Erişim tarihi, 12.11.2023: https://www.researchgate.net/publication/356375388_A_Survey_on_Metaverse_the_State-of-the-art_Technologies_Applications_and_Challenges

Pavlik, J. (2020). Drones, Augmented Reality And Virtual Reality Journalism: Mapping Their Role in Immersive News Content. Media and Communication, 8(3), 137- 146. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i3.3031>.

Rehm, Sven-Volker, Goel, Lakshmi., & Crespi, Mattia (2015). The metaverse as mediator Between Technology, Trends, And The Digital Transformation Of Society And Business. Journal For Virtual Worlds Research, 8(2).

Riva, Giuseppe & Wiederhold, Brenda K. (2022). What the metaverse is (really) and why we need to know about it. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking 25(6). 355-359. <https://doi.org/10.1089/cyber.2022.0124>

Saka, Erkan (2022) Metaverse ve Gazetecilik, <https://www.newslabturkey.org/wp-content/uploads/2022/12/rh-20-erkan-saka.pdf> s.3.

Uskali, T., Gynnild, A., Jones S., Sirkkunen, E., (2021). Immersive Journalism as Storytelling

Uluslararası Beşeri ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi,
International Humanities and Social Science Review (IHSSR),

Volume: 7 Issue: 2 Year: 2023

Ethics, Production, and Design, 13 January 2021, Imprint Routledge, London,
<https://doi.org/10.4324/9780429437748>

Wu, H., Cai, T., Luo, D., Liu, Y., and Zhang, Z. (2021). Immersive Virtual Reality News: A Study of User Experience and Media Effects. *International Journal of Human-Computer Studies*, 147, 102576

Yan, L., Jin, X. and Zhang, Y. (2022). Effects of Virtual Reality Technology in Disaster News Coverage based on MAIN Model. In *International Conference on Human-Computer Interaction* (p. 122-129). Springer, Cham.