

Derleme Makale | Review Article

Sürükleyici Gazetecilik: Değişen Roller, Değerler ve Normlar Immersive Journalism: Changing Roles, Values and Norms

Zuhal DEMİR (Lect. Dr.)
Trakya University
Edirne/Türkiye
zuhaldemir@trakya.edu.tr

Başvuru Tarihi | Date Received: 29.03.2023
Yayına Kabul Tarihi | Date Accepted: 2.06.2023
Yayınlanma Tarihi | Date Published: 30.07.2023

Demir, Z. (2023). Sürükleyici Gazetecilik: Değişen Roller, Değerler ve Normlar. *Erciyes İletişim Dergisi*, 10(2), 963-980 <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1273437>

Öz

Habere olan güvenini ve ilgisini yitirmiş okurlar için haberleri tekrar ilgi çekici hale getirmek amacıyla ortaya konulan sürükleyici gazetecilik, sanal gerçeklik teknolojilerinden yararlanan duygu odaklı bir habercilik alanıdır. Ürettiği içeriklerle empati oluşturmaya ve bireylerin olayları 'oradaymış gibi' deneyimlemesine olanak tanıyan sürükleyici gazetecilikte bir mevcudiyet hissi yaşatmak hedeflenmekte ve böylece izleyici katılımının artırılabilirliği ileri sürülmektedir. Sürükleyici gazetecilik türünün temel özellikleri, gazetecilerin değişen rolü ve etik normları konu edinen bu çalışmanın amacı, sürükleyici gazetecilik hakkında bilgi vermek ve konuyla ilgili yapılacak gelecek araştırmalar için teorik bir alt yapı oluşturmaktır. Literatür taraması ile elde edilen sonuçlar, sürükleyici gazetecilikte gazetecilik rollerinin yayıcı model ve bilgi-eğlence haberciliği çerçevesinde gerçekleştiğini, haber değerlerinin ise dramatik konulara ağırlık veren az sayıda değerle sınırlandığını göstermektedir. Çalışma kapsamında elde edilen bir diğer dikkat çekici sonuç ise sürükleyici gazetecilik yapan gazetecilerin niyetleriyle ilgili olmuştur. Bu yeni gazetecilik türünde içerik oluşturanların niyeti oldukça önem taşımaktadır. Belirtilenler doğrultusunda sürükleyici gazeteciliğin sağlıklı bir şekilde anlaşılabilmesi ve bu gazetecilik türünün yaşadığı/yaşayacağı olumsuz yönleri en düşük seviyede tutabilmek için duygusal okuryazarlık kavramına önem verilmesi gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sürükleyici Gazetecilik, Sanal Gerçeklik, Gazetecilik Roller, Haber Değerleri, Empati.

Abstract

Immersive journalism, which was introduced to make the news interesting again for readers who have lost their trust and interest in the news, is an emotion-oriented journalism field that makes use of virtual reality technology. It is aimed to create a sense of presence in immersive journalism, which allows individuals to create empathy with the content they produce and to experience events 'as if they were there', and it is claimed that audience participation can be increased. The aim of this study, which deals with the basic features of the immersive journalism genre, the changing role of journalists and ethical norms, is to provide information about immersive journalism and to create a theoretical background for future research on the subject. The results obtained from the literature review show that journalistic roles in immersive journalism are realized within the framework of the diffusion model and infotainment journalism, while news values are limited to a few values that focus on dramatic issues. Another remarkable result obtained within the scope of the study was related to the intentions of journalists engaged in immersive journalism. In this new type of journalism, the intention of the content creators is very important. In line with what has been stated, it is necessary to give importance to the concept of emotional literacy in order to understand immersive journalism in a healthy way and to keep the negative aspects that this type of journalism has experienced or will experience at a minimum level.

Keywords: Immersive Journalism, Virtual Reality, Journalistic Roles, News Values, Empathy.



Giriş

Son yıllarda bireylerin haberlere olan güvenlerinin ve ilgilerinin azalması, gazetecilik konusunda çalışan araştırmacıları yeni arayışlara sürüklemiştir. Sürükleyici gazetecilik hem bu sorunlara bir çözüm üretme amacıyla izleyiciyle 'duygusal buluşma' sağlama hem de bireylere sanal gerçeklik¹ (virtual reality/VR) aracılığıyla yaşatacağı deneyimlerle 'empati yaratma' iddiası (Sánchez Laws, 2020) ile sunulmuştur.

Gazetecilikte duyguların tartışılması yeni değildir. Ancak insanlarla daha duygusal bir iletişim kurma sosyal medya ve internetin yükselişi ile yaygınlık kazanmıştır. Bununla birlikte cep telefonları aracılığı ile gerçek zamanlı mesajlaşmaların gerçekleşmesi ve bu mesajlara eşlik eden duygu ikonları da dijital iletişimde duyguların kullanımının başlangıcı olmuştur. Aynı zamanda kriz gazeteciliği gibi olağanüstü durumlara ilişkin haberlerde duyguların işlenişi ve bu haberlere yönelik izleyicilerin hisleri birçok çalışmada ele alınmıştır (Uskali & Ikonen, 2021). Fakat 2010 yılında ilk örneği sunulan sürükleyici gazetecilik, önceki duygu çalışmalarına kıyasla sanal gerçeklik teknolojisini barındıran ve bu teknoloji sayesinde izleyicilere bir olayı 'sanki oradaymış' gibi deneyimleme fırsatı sunan bir tür olarak farklı özelliklere sahip olduğunu ortaya koymuştur.

İzleyicinin hem bir olayı kendisi yaşıyormuş gibi hissetmesini sağlayan ve böylece bir mevcudiyet hissi yaratan hem de bireyin empati geliştirmesine olanak tanıyan bu teknoloji, elbette ki, duygu yaşatmanın risklerini de barındırmaktadır. Olumlu duyguların yaşanması olumlu sonuçlar doğurabilmekteyken olumsuz duyguların deneyimlenmesinin bireyler üzerinde ne tür etkiler bırakacağı hem iletişim akademisyenleri hem de psikoloji ve sosyoloji alanında çalışan akademisyenlerce sorgulanmaktadır. Diğer yandan gazetecilik mesleğine yönelik bir takım endişelerden söz etmek de gerekir. Gazetecilikte duyguların önemini ele alan Pantti, duygusallığın mesleğin temel standartlarına zarar verdiğini belirterek, gazetecilikte duyguların kullanımını ciddiyyetten uzak, eğlence ve sansasyonellikle ilgili olarak değerlendirmektedir (Uskali & Ikonen, 2021). Bu, üzerinde durulması gereken bir husustur. Diğer yandan henüz dar bir kitleye hitap eden ve emekleme aşamasında kabul edilebilecek sürükleyici gazeteciliğin, gazetecilerin ve izleyicilerin değişen rolleri ve etik değerler bakımından da incelenmeye ihtiyaç duyduğu kesindir.

Bu çalışmanın amacı, sürükleyici gazetecilik türünün temel özellikleri, gazetecilerin değişen rolü ve etik normları hakkında bilgi vermek ve konuyla ilgili yapılacak araştırmalar için teorik bir zemin oluşturmaktır. Sürükleyici gazeteciliğin yakın bir geçmişe dayanan temellerinin olması ve uygulanmasında teknolojik yeterliliği gerektirmesi nedeniyle örneklerine hala çok yaygın olarak rastlanmamaktadır. Bununla birlikte sürükleyici gazeteciliğin günümüzde geniş bir izleyici kitesinden yoksun olması nedeniyle konuyla ilgili olarak izleyici üzerinde yapılan akademik araştırmaların sayısı da azdır. Bu çalışmanın söz konusu sınırlı sayıdaki ampirik araştırmaya dayanarak gerçekleştirilmesi çalışmamızın sınırlılığını ortaya koymaktadır. Ancak bu durum bir yandan da henüz yeni bir uygulamanın başlangıcındayken bilinmeyenlerin araştırılmasını, gazetecilik mesleği ve izleyiciler açısından olası sorunların ortaya konulmasını daha ihtiyaç duyulur hale getirmektedir. Çalışma, sürükleyici gazeteciliğin gazetecilik mesleğine getirdiği yenilikleri ortaya koyması ve literatüre katkı sunması bakımından önem taşımaktadır.

Çalışma kapsamında öncelikle sürükleyici gazeteciliğin ortaya çıkışı ve empati yaratma potansiyeli üzerinde durulacaktır. Ardından sürükleyici gazetecilikte gazetecilik rolleri,

haber değerleri ve etik normlara değinilecek; daha sonra literatür taraması sonucu elde edilen sonuçlar tartışılacaktır.

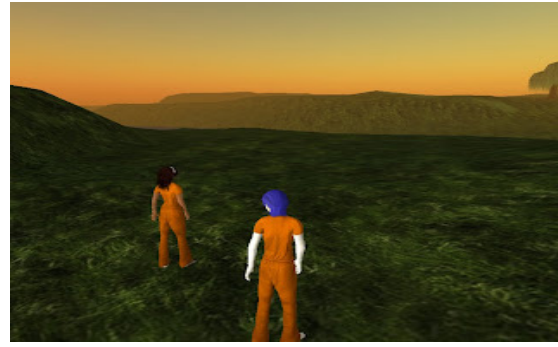
Sürükleyici Gazetecilik

Gazetecilikte sürükleyici teknolojilerin kullanılabilirliğine yönelik ilk tartışmalar Biocca ve Levy (1995) tarafından başlatılmış olmasına rağmen bu teknolojilerin bir ürünü olan sürükleyici gazeteciliğin ilk örneği 2010'da Nonny de la Pena tarafından sunulmuştur. Sürükleyici gazetecilik kavramı ve pratiğinin ortaya çıkışındaki itici güçlerden biri izleyicilerin habere olan ilgisizliğini gidermek için bir çözüm yolu aramak olmuştur. Bu bağlamda, sürükleyici gazetecilik ile amaçlanan, parçalanmış ve haber medyasına yönelik güvenini yitirmiş olduğu düşünülen "izleyiciyle daha yakın duygusal bir bağ kurma ihtiyacı" (Lecheler, 2020, s. 287) karşılamak ve gazeteci ile izleyici arasındaki boşluğu doldurmaktır (Greber vd., 2023). Bu nedenle bu yeni tür gazetecilik, izleyicilerin güncel olaylara duygusal katılımını sağlamak, "izleyicileriyle daha derin bir etkileşim ve empati yaratmak için sanal gerçeklik ve 360 derece video kullanmayı" tercih etmiştir (Sánchez Laws, 2020, s. 213; Uskali & Ikonen, 2021).

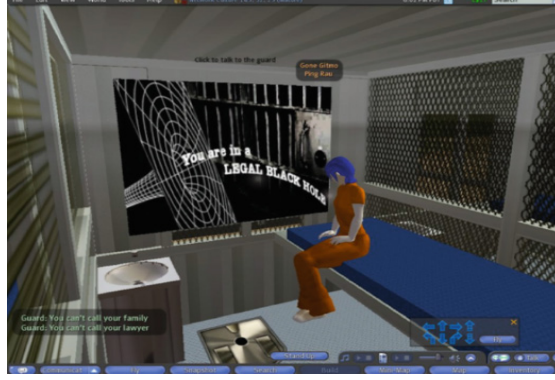
Katılımın artırılması için medya içeriklerinin özelleştirilmesi gerektiği anlayışına sahip olan sürükleyici gazetecilik (Jones, 2017) projesinin Nonny de la Pena ve arkadaşlarına göre iki temel fikri vardır. Bunlardan ilki izleyicilerin katılımını artırmaya odaklanan bir yaklaşımdır. Bireylerin bir haber ve habere konu olan olayın gerçekliğini hissettiklerinde daha fazla katılım gösterecekleri inancı bulunmaktadır. Bu fikri sınavan de la Pena, sürükleyici gazeteciliğin daha fazla katılım sağlama potansiyelinin bulunduğunu göstermiştir. İkinci fikir ise sürükleyici gazeteciliğin daha derin duygusal bir tepkiye yol açacağı ile ilgilidir. Duygusal tepki izleyicilerin, birinci şahıs bakış açısına sahip olmaları ile gerçekleşecektir (Sánchez Laws, 2020). Birinci şahıs bakış açısına sahip olmak, haber kullanıcısının hikâyenin bir parçası olduğu, kendi sanal bedenini görebildiği ya da diğer karakterler tarafından tanındığı, onlarla konuşabildiği yüksek bir dalma seviyesine sahip olmak anlamına gelmektedir (Goutier vd., 2021). Birinci şahıs bakış açısını yerleştirme çabasıyla de la Pena ve arkadaşlarının ortaya koyduğu ilk çalışma Gone Gitmo'dur. Bu çalışma mevcudiyet hissini sürükleyici gazetecilikteki önemini açığa vurmaktadır (Hardee & McMahan, 2017).



Şekil 1. Gone Gitmo

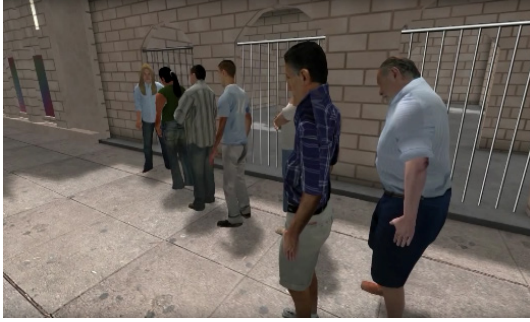


Şekil 2. Gone Gitmo



Şekil 3. Gone Gitmo

de la Pena'nın ikinci çalışması ise 2012 yılında Sundance Film Festivali'nde sunulan gazetecilik ürünü Los Angeles'ta Açlık (Hunger in Los Angeles)'tır. İçeriğin etkileyciliğini onu izleyen birçok izleyicinin gösterimin gerçekleştiği salondan ağlayarak çıkmasından anlamak mümkündür (Kavner, 2012).



Şekil 4. Hunger in Los Angeles



Şekil 5. Hunger in Los Angeles



Şekil 6. Hunger in Los Angeles

Sürükleyici gazeteciliğin ilk örnekleri birer sanal gerçeklik deneyimine dayanmaktadır. de la Pena ve arkadaşları bu ilk çalışmaların ardından 2014 ve 2016 yıllarında da sürükleyici hikâyeler hazırlamıştır. Sonraki çalışmaları da ilk iki örnekteki gibi gerçek hayattaki olayların aslını bozmadan oluşturulan birer taklidinden ibarettir (Hardee & McMahan, 2017).

Kullanıcıların sunulan ortamda diğerleri ile etkileşime girmesine izin veren sanal gerçeklik, bireylerin bu ortamda var olduklarına inanmalarını sağlamaktadır. Sanal gerçeklik deneyimi oluşturmak için öncelikle "video çekimi yoluyla gerçek dünya sahnesini kaydetmek veya bilgisayar ürünü görüntüler ile bir sanal dünya üretmek" ve kullanıcıların bu sanal ortama girebilmelerine olanak tanıyan sanal gerçeklik cihazlarına

ulaşmalarını sağlamayı gerektirmektedir (Çaba, 2018, ss. 694-695). Ancak sürükleyici gazeteciliği yalnızca VR ya da 360 derece videoya özgü bir gazetecilik olarak düşünmek yanılıya düşülmesine neden olmaktadır.

Sürükleyici gazetecilik, VR ve 360 derece video ile verilen ilk örneklerinin ardından artırılmış gerçeklik (AR)² ve karma gerçeklik (MR)³ teknolojileriyle oluşturulan içerikleri de kapsayacak şekilde genişletilmiştir. Her ne kadar “*Günümüzde sürükleyici hikâyelerin çoğu 360 derece video çekimleri ve tamamen bilgisayarda oluşturulmuş sanal ortamlardan sahneler içermekteyse*” de diğer yandan artırılmış gerçeklik uygulamalarının yaygınlaşmaya başladığına da tanık olunmaktadır. *The New York Times*’ın 2020’de özellikle covid-19 pandemisiyle ilgili ürettiği hikâyelerde bunun örneklerine rastlanmaktadır (Wu, 2022, ss. 2-3). Bugün sürükleyici gazetecilik, *The New York Times* ve *The Guardian* başta olmak üzere *Al Jazeera* ve *Euronews* gibi medya kuruluşları tarafından kullanılan bir tür olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sürükleyici gazetecilik diğer teknoloji destekli gazetecilik türlerine nazaran farklı bir hedef kitleye hitap etmektedir. Söz konusu kitle, “haber değerleri konusunda daha esnek, hareketli ve muhtemelen daha katılımcı bir anlayışa sahip” bir hedef kitledir (Jones, 2017, s. 171). Ancak ekonomik açıdan ayakta kalabilmeyi sağlamak amacıyla daha çok gençlere hitap ettiği görülmektedir (Greber vd., 2023). Gazetecilik alanında araştırma yürüten akademisyenler, “duygu odaklı gazeteciliğin, kesinliğe, bağlantıya ve anlamlandırmaya ihtiyaç duyan ve bilgi açısından zengin ve teknolojik olarak gelişmiş bir toplumun karakteristiği” olduğunu düşünmektedirler (Lecheler, 2020, s. 288). Aynı zamanda bu yeni tür, izleyiciye muhabir olma ve gördükleri/duydıkları ile ilgili karar verebilme olanağı tanımakta, böylece bireylere kendi haber hikâyelerinde özgünlük ve özgürlüğü yaşatmaktadır. İzleyiciye istediği yere bakma fırsatı veren özelliği nedeniyle sürükleyici gazetecilik, izleyicinin, izlediği hareketleri kendi bakış açısına dönüştürmesine olanak tanımakta (Jones, 2017) ve habere katılım göstermesini sağlamaktadır.

Bununla birlikte henüz kitlesel düzeyde kullanımı olmayan sürükleyici gazeteciliğin izleyici kitlesini artırmasının önünde bazı engeller bulunduğunu belirtmek gerekmektedir. Bunlar, bu gazetecilik türünde haber üretme sürecinin geleneksel yöntemlere kıyasla daha fazla zamana ihtiyaç duyması, kullanılan teknolojinin karmaşıklığı (Goutier vd., 2021), sürükleyici gazeteciliğin ‘empati yaratma’ iddiası ile ortaya çıkması ve diğer konulara ilk etapta yeterince değinmemesi ve izleyicilerin mevcut alışkanlıklarını değiştirmelerinin zorluğu olarak gösterilebilir. Bunun dışında değinilmesi gereken en önemli engellerden biri de yüksek maliyettir. VR içeriklerinin üretimi gibi VR kulaklıkların ücretinin de yüksek olması bu teknolojiye erişimi kısıtlamaktadır. Ancak, kulaklığa sahip olduğu takdirde daha fazla kişinin sürükleyici gazeteciliğe ilgi gösterdiğine tanık olunmuştur. Daha düşük maliyetli “Google Cardboard”ların üretilmesinin ardından *The New York Times*’ın müşterilerine ücretsiz olarak bu kulaklıkları dağıtması, teknolojiye sahip olduğunda sürükleyici gazeteciliğe artan ilginin bir göstergesidir (Jones, 2017). İçerik oluşturmada da sürükleyici gazeteciliğin azalan potansiyel erişimi VR teknolojisi yerine 360 derece kameraların kullanımını teşvik etmektedir ki; bu da tam anlamıyla sürükleyici bir deneyimin yaşanmasına engel olmaktadır. Söz konusu durum, etki ve erişim arasındaki mücadeleyi birlikte getirmekte ve teknolojiye bağlı olarak etkinin artırılmasının erişim zorluğunu da artırdığına işaret etmektedir. Diğer bir deyişle, daha gelişmiş teknoloji duygu yaşatmada daha başarıyla, gelişmiş teknolojiye bireylerin erişiminin daha güç olduğu görülmektedir.

Gazetecilikte Duygusal Dönüş

Geçmişten günümüze dek birçok gazetecilik türünde duygular yer almıştır; kimi zaman bir insan hikâyesinde ya da bir belgeselde, kimi zaman da bir fotoğraf ya da film aracılığıyla izleyicilere, örtük veya açık bir biçimde duygusal bir deneyim sunulmuştur. Kimi zaman ise duygularını yansıtmaktan endişe duyan gazeteciler tarafından duygular gizlenmeye çalışılmış ya da gazeteciliğin objektiflik konusundaki ısrarına rağmen duygular haberin üretimi ve tüketiminde bir dönüm noktası olarak görülmüştür. Günümüzde gazetecilikte duyguların kullanımıyla ilgili olarak ortaya çıkan değişiklik, duyguyu yansıtma biçimlerindeki çeşitlilik, izleyicinin gazeteci adına katılımının kabul edilebilirliği ve izleyiciyi dahil etme yönündeki çabaların daha görünür kılınması olmuştur (Beckett & Deuze, 2016; Parks, 2021; Peters, 2011; Wahl-Jorgensen, 2019).

Bu bağlamda, sürükleyici gazetecilikte duygulara verilen önemin, “gazetecilikte duygusal dönüş”⁴ şeklinde ifade edildiğine rastlanmaktadır. Duyguları, sürükleyici gazeteciliği başarıya ulaştıracak bir faktör olarak gören araştırmacılar bu düşüncelerini psikoloji alanındaki çalışmalara dayandırmaktadırlar. Çünkü bireyler sosyal dünyayı anlamak için bilişsel tepkilerin yanı sıra duygusal tepkilerden edindikleri bilgilere de ihtiyaç duyarlar. İnsanlar, duygu yüklü içerikleri daha iyi hatırlar; yeni tutum ve fikirleri şekillendirmek için bu tür içeriklerden esinlenirler (Greber vd., 2023). Bu bağlamda duyguların birey üzerinde bıraktığı etkilerin gücü nedeniyle duygulardan faydalanan sürükleyici gazeteciliğin izleyiciyle duygusal buluşmayı gerçekleştirebilmesi teknolojinin kullanımı ile yakından ilişkilidir.

Sürükleyici gazetecilikte kullanılan teknolojiler, “fiziksel gerçekliği ne ölçüde çoğalttığı ve dışarıda bıraktığı anlamına gelen dahil etme düzeyine göre farklılık gösterir. Bu aynı zamanda bir teknolojinin sürükleyiciliğinin göstergesidir.” Örneğin 360 derece videoların sanal gerçeklik deneyiminden daha az kapsayıcı ve sürükleyici olması gibi (Goutier vd., 2021, s. 1652). Bununla beraber stereoskobun, kullanıcıların öznel katılım derecesini artırdığı bilinmektedir (McMahan vd., 2012). İzleyiciyi bir hikâyeye duygusal açıdan çekmek için teknolojinin yanı sıra etkileşim ve anlatı özellikleri de önemli rol oynamaktadır (Goutier vd., 2021). Sürükleyici gazetecilikte anlatılar izleyiciyi merkeze alan ve izleyiciye aktif rol sunan bir yapıda olmalıdır. Buradaki amaç, izleyicinin olayı kendi başına gelmiş gibi deneyimlemesine olanak tanıyan birinci şahıs bakış açısını oluşturabilmektir. Etkileşim ise izleyicinin hikâyede istediği yere bakabilmesi anlamına gelmektedir ki bu durum, diğer iki unsurla beraber sürükleyici gazeteciliğin gerçekleşebilmesi için gereklilik arz etmektedir. Söz konusu üç unsur aynı zamanda izleyicilerde bir mevcudiyet hissine yol açabilmektedir (Goutier vd., 2021, s. 1652). Mevcudiyet ya da varlık bir bilinç durumudur.

“Optimum iletişim durumunda mevcudiyet, yer yanılısamasının ve akla yatkınlığın bir ürünüdür. Yer yanılması, VR deneyimine sanal olarak somutlaştırılmış bir dönüşüm hissidir; akla yatkınlık yanılması ise kullanıcının olayların gerçek olmadığını bilmesine rağmen olayların gerçekten gerçekleştiğine olan inancıdır. ... Yer yanılması ve inandırıcılık yanılması yoluyla VR, gazetecinin izleyiciyi gerçek dünyadan haber-öykü dünyasına taşıma hayalini gerçekleştirme olasılığını sunar” (Hardee & McMahan, 2017, s. 5).

“Dalma seviyesi arttıkça mevcudiyet duygusu da artar. Sıklıkla, daha yüksek düzeyde dalma doğrudan hem öznel (örneğin empati), davranışsal (örneğin ağlamak) hem de psikolojik bir tepkiyi (örneğin terleme) içeren duygusal bağlılığın artmasına neden olabilir.” (Goutier vd., 2021, s. 1652). Wu (2022), davranışsal değişikliklerin yanı sıra bireylerde toplumsal

sorunları çözmeye odaklanan hareketliliğe de sürükleyici gazeteciliğin yol açabileceğini ifade etmektedir. Bu konuyla ilgili diğer bir çalışma Greber ve arkadaşlarına (2023) aittir. Teknolojinin izleyicilere duygusal bir deneyim yaşatmasının tek başına yeterli olmadığını gösteren araştırmacılar, aynı zamanda kapsama düzeyinin mevcudiyet hissi ve empati yaratma dışındaki diğer duygusal tepkileri uyandırmada çok önemli bir rol oynamadığını ve birinci şahıs bakış açısının olumsuz duyguların artmasına yol açtığını açığa çıkarmışlar; bu nedenle birinci şahıs bakış açısını göreceli bir öneme sahip olarak tanımlamışlardır. Ayrıca sürükleyici gazetecilikte duygu yaşatmanın biçime bağlı olmadığını, hikâye anlatımı ile bağlantılı olduğunu ifade etmişlerdir.

Lecheler (2020), duygusallığın bağlantı kurmaya yaradığını kabul etmenin yanı sıra bunu izleyicinin gerçekten isteyip istemediğini sorgulamakta ve duygu odaklı gazeteciliğin geliştirilmesinin izleyici algularını ölçen çalışmaların yapılmasına bağlamaktadır. Zira bireylerin haberi yalnızca okumaları ile VR haberlerini izlemeleri arasındaki fark bireylerin algularıyla ilgilidir. İzleyiciler, VR haberlerini daha gerçek algılayabilirler ki, bu da izleyici ile haber arasındaki mesafeyi azaltarak, onların haber kullanıcıları olma yerine haberi deneyimleyen birer tanığa dönüşmelerine sebep olmaktadır. Sürükleyici gazetecilikte deneyimlemenin, izleyicinin empati geliştirmesine yol açacağı inancı mevcuttur.

Sürükleyici Gazetecilikte Empati Kavramı

Empati, kişinin kendisini bir başkasının yerine koyarak onu doğru bir şekilde anlamasıdır. Varma'ya (2019, s. 108) göre, empati şefkatli acımaya yol açmaktadır. Empati yaratmada sürükleyici sanal gerçeklik gazeteciliğinin rolü büyük ilgi görmektedir (Orgeret, 2020). de la Pena ve arkadaşlarının ilk çalışmalarında sürükleyici gazeteciliği sadece "haberleri daha derin bir şekilde anlamanın yolunu sunabilecek bir haber üretim tarzı" olarak tanımlamaları ve empatiyi artırmak şeklinde hiçbir amaca değinmedikleri görülmesine rağmen daha sonraki çalışmalarında pek çok akademisyen gibi onların da fikirlerinin değiştiğine rastlanmakta, hatta sürükleyici gazetecilik ve sanal gerçekliği "empati makineleri" olarak adlandırdıklarına tanık olunmaktadır. Sürükleyici gazeteciliğin kullandığı teknikler aracılığıyla izleyicileri haberin içine yerleştirme becerisinin, bireylerin duygusal tepkilerini ve empatilerini geliştirebileceğinin, çok sayıda araştırmacının savunduğu bir görüş olmaya başlaması yeni örneklerin ortaya çıkmasına yol açmıştır. *The New York Times* tarafından 2015 yılında yayımlanmaya başlayan "The Displaced" ve *The Guardian*'ın 2016'da bir sanal gerçeklik deneyimi olarak sunduğu "6x9" bu örneklerdendir (Sánchez Laws, 2020). Günümüzde de pek çok araştırmacı "tarafsız kalmanın, cinsiyetçilik, ırkçılık veya iklim değişikliği gibi zorluklara karşı yetersiz bir yanıt olduğunu" savunmaktadır (Orgeret, 2020, s. 295). Diğer yandan sürükleyici hikâyeler yoluyla empati yaratmanın izleyicilerin kişilik özellikleri ile bağlantılı olarak ortaya çıkacağına dair bulgular tespit edilmiş yine de tam anlamıyla empati yaratılmasa bile sürükleyici hikâyelerin duygusal tepkiyi yumuşatacağı sonucuna ulaşılmıştır (Greber vd., 2023).

Gazetecilikte empati yaratma ile ilgili bazı endişeler mevcuttur. Bunlardan ilki izleyiciler üzerinde empatinin etkisinin ne kadar süreceği ile ilgilidir. Jones (2021), geleneksel yöntemlere nazaran VR deneyimi yaşayanların daha uzun süre etki altında kaldıklarını göstermiştir. İkinci olarak, haberde tarafsızlık nasıl sağlanacaktır? Haberin tüm taraflarına yer verilmesi tarafsızlığın sağlanması için bir adım olarak görülebilir fakat bu durumda da haberin taraflarının hangi konumda hangi işlevi yerine getiriyor oldukları önem taşıyacaktır. Zira bireyler her olayı deneyimlemek istemezler. Üçüncüsü, sürükleyici

gazeteciliğin içerik üretimi ile ilgilidir. Empati odaklı gazetecilik içerik üretimini sınırlandıracak ve böylece izleyicinin de sürekli mutsuz ve üzücü haberlere maruz kalmasına neden olarak beklentilerine tam anlamıyla yanıt vermekten uzaklaşacaktır.

Sanchez Laws (2020), sürükleyici gazeteciliğin empatiyi geliştirme potansiyelini sorguladığı çalışmada de la Pena ve arkadaşlarının projelerine yönelik iki farklı çıkarımda bulunmaktadır. Buna göre, araştırmacıların ilk projelerinde sürükleyici senaryoların empati geliştirmeye daha az odaklanmış ve daha çok bilinçsiz, benmerkezci duygusal tepkiyi kışkırtma olasılıklarını test etmeye odaklı çalışmalar olduklarını ifade etmiştir. Diğer yandan “Los Angeles’ta Açlık” isimli senaryoda, empati kurmada önemli görülen yüz tanımanın bulunduğu, katılımcıların senaryoda açıkça kendileri olmalarından dolayı diyabetik kriz geçiren adamın duygularını anlayabildikleri; aynı zamanda kendi duygularından ayırt edebildiklerini dile getiren de la Pena ve arkadaşları, arka plan bilgisine yer verilen bu projede katılımcıların durumu anlayabildiklerini ve gerçek anlamda empati kurabildiklerini vurgulamaktadırlar. Bu araştırmalara bağlı olarak Sanchez Laws’ın, sürükleyici gazetecilik uygulamalarının kimilerinin empatiyi geliştirebilecek potansiyele sahip olmalarının yanı sıra kimilerinin ise bu potansiyelden yoksun olduğu sonucuna ulaştığı görülmektedir.

Sürükleyici gazetecilikte empati yaratma ideali, gazetecilik rolleri ve geleneksel haber değerleri açısından da tartışılmakta, bu bağlamda, gazetecinin tarafsızlığı ve haberin nesnellğine atıfta bulunmaktadır.

Gazetecilik Roller ve Haber Değerleri

1900’lü yıllarda profesyonelleştirme ve meşrulaştırma amacıyla harcanan çabalar sonucu gazetecilik, üniversitelerde eğitimi verilen bir mesleğe dönüşmüştür. Gazetecilik eğitimi mesleğin teknik yönlerini içermenin yanı sıra mesleği icra edecek öğrencilere mesleğin etik kurallarını, gazetecilerin görev ve sorumluluklarını da öğretmektedir. Bu gelişmeleri mesleğe ait etik yönergelerin ve haber değerleri gibi “*profesyonel normlar*”ın oluşturulduğu bir süreç izlemekte ve buna bağlı olarak gazeteciliğin “*kamu hizmeti yönelimli*” roller geliştirdiğine tanık olunmaktadır (Wu, 2022, s. 4).

Mellado (akt. Mellado & Van Dalen, 2014, s. 861), “yayıcı-müdahaleci model, sadık-kolaylaştırıcı model, bekçi köpeği modeli, sivil gazetecilik modeli, hizmet gazeteciliği modeli ve bilgi-eğlence modeli” olmak üzere gazeteciliğin rol performansının 6 boyutundan söz etmektedir. Buna göre;

“Yayıcı-müdahaleci modelde ... bir haber, gazetecinin fikirlerine, değer yargılarına, yorumlarına, önerilerine, sıfatlara ve birinci şahıs kullanımına ne kadar az yer verirse, haberciliğin yayıcı modeline o kadar yakındır. Buna karşılık, bir haber bu özellikleri ne kadar çok içeriyorsa, o kadar müdahaleci olarak değerlendirilebilir. ... Bekçi köpeği modelinin performansı, iktidardakilere yönelik sorgulama, eleştiri ve/veya suçlamaları, gazeteciler ve iktidardakiler arasındaki çatışmayı, yargılama ve süreçlerin haberleştirilmesini ve resmi konularda araştırmacı haberciliğin veya harici araştırmaların kapsamlı şekilde yer almasını içerir. ... Sadık-kolaylaştırıcı model iki şekilde gerçekleşir. İlk varyantında gazetecilik, iktidardakilerle işbirliği yapar ve statükoyu korur. Bu şekilde, haberler kurumsal faaliyetleri destekler, ulusal politikaları teşvik eder ve olumlu bir siyasi güç imajı sağlar. İkinci varyantında, odağı fiili güçlerden ulus-devlet birimine kaydırarak kişinin ülkesine ait olma duygusunu teşvik eder ve ulusal prestiji güçlendirir. ... Hizmet gazeteciliği modeli, halka müşteri olarak yaklaşarak onlar için en ilginç olan bilgileri sağlama işlevine benzer. Bu gazetecilik modelinin performansı, belirli gerçeklerin veya olayların bireylerin günlük yaşamı üzerindeki etkisine odaklanmayı, sorunları yönetmek için ipuçlarının ve tavsiyelerin varlığını ve ayrıca tüketici tavsiyelerinin bir haber hikâyesine dahil edilmesini içerir. ... Bilgi-eğlence haberciliği modeli, halka izleyici olarak

hitap eden eğlence rolüyle bağlantılıdır. Bu model varken haber ürününde kişiselleştirme, özel hayat, skandallar, sansasyonellik, duygular ve hastalıklılık unsurları mevcuttur. Son olarak, sivil gazetecilik modeli, sıradan vatandaşı karmaşık ve tartışmalı konularda eğitmekle, halkı kamusal tartışmalara katılmaya ve sosyal, politik ve kültürel faaliyetlere katılmaya teşvik etmekle ilgilenir” (akt. Mellado & Van Dalen, 2014, s. 862).

Gazetecilik, Schudson (Schudson, 2003, s. 11) tarafından “*genel kamu yararına ve önemine sahip güncel olaylar hakkında bilgi üretme ve yayma işi veya uygulaması*” olarak tanımlanırken; bu tanımla ilişkili olarak haber, (Tandoc Jr. & Oh, 2017, s. 999) tarafından “*genel kamu yararına ve önemine sahip güncel olaylar hakkındaki bilgilere atıfta bulunmak*” şeklinde ifade edilmiştir. Gazetecilik eğitimi kapsamında ise gazetecilik pratiğindeki haber değerlerine odaklanıldığı görülmektedir. Asıl önemli olan haber değerlerinin bir olayın sadece haber yapılıp yapılmayacağına karar verilmesi aşamasında göz önünde bulundurulması değil, aynı zamanda haberlerin ele alınışından sunumuna kadar haber odası kararlarının tümünde etkili olmasıdır.

Haberciliğin temel ilkelerini oluşturan haber değerlerinin tanımlanması konusunda kritik öneme sahip olan Harcup ve O’Neill (2017, s. 1471) söz konusu değerleri, iktidar seçkinleri, ünlüler, eğlence, sürpriz, kötü haber, iyi haber, büyüklük, alaka düzeyi, takipler ve gazete gündemi olarak belirlemiştir. Daha sonraki zamanlarda haber değerlerinin tespitine yönelik yapılan araştırmaların Harcup ve O’Neill (2017) tarafından ortaya konan haber değerlerine yenilerini ekleyen, var olanları yeniden düzenleyen ya da farklı adlandırmalar kullanarak aynı değerleri tekrar sunan çalışmalar olduğu gözlenmektedir (Parks, 2021, ss. 822-823). Tokgöz (2012, ss. 244-251) ise haber değerlerini “zamanlılık, yakınlık, önemlilik, sonuç ve bireyin ilgisini çekme” olarak beş kümede toplamaktadır. Zamanlılık, haberi diğer tüm bilgi türlerinden ayıran bir değer olmakla beraber haberin öğrenildiği anda gösterilmesi anlamına gelmektedir. Bir haberin zamanlılık değerine sahip olup olmadığını gösteren üç bileşen bulunmaktadır. Bunlar, “yenilik, anılık ve geçerlilik”tir. Yakınlık, nerede sorusunun yanıtıdır. Sonuç, haberin konusunu oluşturan olaylar ve sorunlardan çıkanların değerlendirilmesi ile ilgilidir ve bu değerlendirme sonucun önemini ve büyüklüğünü belirlemektedir. Önemlilik, “önemli kişiler, sayılar, garip olaylar ve zıtlıklar” gibi etkenlerden oluşmaktadır. İnsanın ilgisini çekme değeri ise kadın-erkek ilişkileri, “olağandışı, macera, serüven, heyecan ve görülmeye değer şeyler” olarak sıralanmaktadır.

Gazetecilik pratiklerinin tekrarlanan bir biçimde uygulanması gazetecilik rutinlerini oluşturmaktadır. Gazetecilerin herhangi bir olay ya da bilgiyi bireylerin dikkatini çekecek, akılda kalıcı ve hatırlanabilir bir hale getirebilmesi anlamına gelen çerçeveleme, gazeteciliğin önemli bir rutini (Wu, 2022, s. 5).

Sürükleyici gazetecilikte çerçeveleme duygularla ilgilidir. Duygular bireylerin özel yanlarını oluşturduğu için yıllarca kamusal tartışmanın zeminini oluşturan gazeteciliğin dışında tutulmasına gayret gösterilmiştir. Duygular, bireyleri harekete geçirme, gazeteciler ile izleyiciler arasında ilişki geliştirme, bilgiye erişimle birlikte izleyicinin karar vermesine katkıda bulunma ve davranışsal niyetleri ortaya çıkarmaya yarayabilmekte (Greber vd., 2023); “her izleyicinin bir haberi nasıl anladığını etkilemektedir” (Hardee & McMahan, 2017, s. 7). Bazı çalışmalar sanal gerçekliğin olumsuz duygulanım deneyimini artırdığını gözler önüne sermektedir (Bujic vd., 2021). Olumsuz haberler, izleyicilerde depresyon, stres ve endişe gibi psikolojik sorunlara neden olabilmektedir (Baden vd., 2019, s. 1942).

Olumsuz haberlerin izleyici üzerinde bıraktığı sorunların sebeplerinden biri de onun izleyiciyle buluşma şekline bağlıdır. Olumsuz haberleri okumak/izlemek maalesef ki; izleyicilerin özgür tercihine bağlı değildir; izleyici olumsuz habere maruz kalmaktadır. Bu karşı karşıya kalış ruh sağlığının yanı sıra insan davranışlarını da etkisi altına alabilmektedir. Sosyal psikoloji alanında yapılan çalışmalar, olumsuz ruh haline sahip bireyin davranışlarının da bir o kadar olumsuz olduğunu kanıtlamaktadır. “Yıkıcı çerçeveleme, özellikle güçsüzleştirici olma eğilimindedir, ilgisizliğe, inkâra ve/veya kaderciliğe yol açar; bu duygular, bireylerin konuyu ele almak için olumlu eylemde bulunma olasılığını azaltır” (Baden vd., 2019, s. 1943). Ancak haberin çerçevesinin bireyler üzerinde nasıl bir etki bırakacağı muhabirin seçimi ile ilişkilidir.

Sürükleyici gazetecilikte bir haberin izlenmesi, bizzat izleyici tarafından belirlenen bir eylemdir. İzleyici haberde hangi yöne bakacağına ve haberin hangi yönüne odaklanacağına kendisi karar verir. Ancak anlatı, geleneksel gazetecilikte olduğu gibi muhabir tarafından yönetilir ve çerçeve buna göre yorumlanabilir. Sürükleyici gazetecilikte haberin anlatımı için muhabir tarafından seçilen görüntüler ve sesli anlatılar etik normlar açısından bir sorun olarak görülmektedir (Jones, 2017). Haberlerde şiddet içeren görüntülerin kullanılması, özgünlük, doğruluk, gizlilik gibi ilkelere ilişkin sorunlar sürükleyici gazetecilik için de birer etik kaygı olmaya devam etmektedir. Bununla birlikte sürükleyici gazetecilikte tüm vücudun sanal gerçeklik aracılığıyla bir deneyim yaşamasının bireyin kararları ve tepkileri üzerinde ne tür etkiye sebep olacağı da merak konusudur. Çünkü manipülatif sanal dünyalar gizli çıkarılara hizmet etme riskini barındırmaktadır (Orgeret, 2020; Sánchez Laws, 2020; Uskali & Ikonen, 2021). Diğer yandan o anda olmasa bile teknolojinin izin verdiği yüz kodlama, ses analitiği ya da sanal ve artırılmış gerçeklik yoluyla bireylerin duygularıyla ilgili verilerin toplanması ve bu verilerin daha sonraki zamanlarda onları etkilemek veya gözetlemek için kullanılması ihtimali gerçekten ürkütücüdür. Gözetlenmeye dair kaygıların önüne geçebilmek adına içeriklerin post-produksiyonda gizlenmesi ya da düzenlenmesi bir çözüm olarak düşünülebilir fakat bu da özgünlükle ilgili yeni sorunları gündeme getirir (Uskali & Ikonen, 2021).

Gazeteciler haber yapma süreci boyunca siyasal seçkinler, iş insanları, medya patronları ve haber kaynakları ile gazeteciye rehberlik eden haber değerleri ve etik normlar gibi çeşitli güçler ve kurallarla karşı karşıya kalmaktadırlar (Tandoc Jr. & Oh, 2017). İnsanların gazeteciliğe duydukları güven, gazeteciliğin doğruluk, özerklik, nesnellik ve şeffaflık gibi gazeteciliğin normatif ilkelerinden kaynaklanmaktadır. Ancak görsel unsurların baskın olduğu gazetecilik türlerine tarih boyunca bu ilkeler çerçevesinde şüpheli bir yaklaşımın olduğu görülmektedir (Aitamurto, 2019). Görsel unsurların baskın olduğu bir gazetecilik türü olarak sürükleyici gazeteciliğin de mesleğin normatif ilkeleri açısından değerlendirilmesinde şüpheli yaklaşımın ilgi alanı içerisinde yer aldığına tanık olunmaktadır.

Sürükleyici Gazetecilikte Etik Normlar

Gazetecilikte ağırlığı hissedilen etik normlardan biri nesnelliktir. “Nesnellik, kişisel değerleri gerçeklerden ayırmayı ve ‘yalnızca gerçekleri’ bildirmeyi ifade etmekte” ve gazetecilik pratiğinde düz ve duygusal olmayan üslupla yazmak ve tek taraflılıktan kaçınmak anlamına gelmektedir (Tandoc Jr. & Oh, 2017, s. 1001). Geleneksel gazetecilikte gerçekler görüşlerden ayrılır. Dengeli habercilik yapmaya özen gösterilir, alıntılar kullanılır ve görgü tanıklarına atıf yapılır. Ancak sürükleyici gazetecilikte içeriği ilgi çekici hale getirmek için birinci şahıs bakış açısı kullanılır ki bu da sürükleyici gazeteciliğin öznel doğasını ortaya koyar (Mabrook, 2021).

Geleneksel gazeteciliğe göre haber olgusal ve nesnel olmalıdır ve gazetecilikte duygusal katılıma yer yoktur. Buna karşın sürükleyici gazetecilikte etki ve özneliliğin önemli bir hikâyeye anlatma aracı olduğu görülür. Gazeteciyi ve izleyiciyi hikâyenin bir parçası yapma amacı taşıyan sürükleyici gazetecilik doğası gereği nesnellikten uzaktır. Bu nedenle manipülasyonu önleyebilmek için içerik oluşturucuların etik kurallara riayet etmeyle beraber kendi niyetlerini de ölçmeleri gerekmektedir (Jones, 2017; Mabrook, 2021).

Gerçekler, her zaman yurttaşlar tarafından görülemeyebilir ya da duyulamayabilirler. Bunun nedeni, fiziksel imkânsızlıklar olabileceği gibi gerçeklerin üzerinin örtülmüş olması da olabilir. “Gazetecinin ve gazeteciliğin amacı ve görevi, doğrunun ve gerçeklerin aranıp bulunacağı bir alanı yaratmak ve korumaktır” (Tokgöz, 2012, s. 147). Geleneksel anlayışla benzer şekilde sürükleyici gazetecilikte de doğruluk merkezi bir kuraldır (Mabrook, 2021) ve güvenilirlikle yakından ilişkilidir. Kang ve arkadaşları (2019), telebulunmanın (telepresence) haberlerin güvenilirliğini etkileyip etkilemediğini araştırdıkları çalışmalarında, kullanıcıların “orada olma” duygularının artmasının, memnuniyet ve anlama düzeylerini de olumlu bir şekilde etkilediğini belirtmişlerdir. Onlara göre, VR haberlerindeki medya zenginliği, canlılık ve etkileşim, telebulunma hissini ve bireylerin habere yönelik güvenilirlik değerlendirmelerini olumlu yönde etkilemektedir. Diğer bir deyişle VR haberleri, haberlerin güvenilirliğini artırma potansiyeline sahiptir. Ancak bu etkinin görülebilmesi, haber kuruluşlarının da bazı yükümlülüklerini yerine getirmesi ile mümkündür. Bu yükümlülükler, haberlerin haber değeri taşıması, iyi bir çözünürlükle sunulması, kulaklıklara ve videolara erişimin kolay sağlanması ve izleyicileri etkileme gücüne sahip iyi organize edilmiş hikâyelerin varlığı olarak sıralanmaktadır. Bu konudaki bir başka çalışma da ise sürükleyici hikâyelerin izleyici deneyimini iyileştirdiği, izleyicilerin bu hikâyeleri güvenilir olarak algıladıkları ve bununla birlikte haberlerden keyif aldıkları tespit edilmiştir (Wu, 2022).

Bir gazeteci tarafından haberin nasıl yapıldığının kamuoyuna açıklanması ya da yurttaşları haber üretim sürecine dahil etme şeklinde yorumlanan şeffaflık, gazetecilikte bir yandan hesap verebilirlik diğer yandan da yine doğruyu söyleme ve güvenilirlik ile bağlantılı bir normdur (Karlsson & Clerwall, 2018; Tandoc Jr. & Oh, 2017). Şeffaflık, mesajların net ve anlaşılır bir biçimde sunulmasını gerektirir. Bu nedenle karmaşık olmayan, doğru içeriklerin oluşturulmasına özen gösterilmelidir. Sürükleyici gazetecilikte şeffaflık ilkesinin uygulanmasının bireylerin algıları üzerinde de etkili olduğu görülmektedir.

Bu durum en iyi şekilde de la Pena ve arkadaşlarının projeleri ile onlardan sonra üretilen senaryoların kıyaslanması sonucu ortaya konulabilmektedir. Örneğin, *The New York Times*'ın “The Displaced” adlı VR deneyiminde vücudun kullanımının düzeyi yalnızca 360 derecelik bir videonun kullanımına bağlı olarak gerçekleşmektedir. Bu nedenle bu örnekte bedenlenme hissini sınırlı olduğu görülmektedir. Kullanılan müzikler bireye “sanki oradaymış gibi” hissinden öte daha derin duygular yaşatmaktadır. Aynı zamanda de la Pena'nın yaptığı aksine bu projede yazarın sesine ve çocukların görüntülerine yer verildiği görülmekte; böylece söz konusu uygulamanın de la Pena'nın yazarın varlığını gizleyerek teknolojiyi şeffaflaştırmaya çalışmasına ters düştüğüne tanık olunmaktadır (Sanchez-Laws, 2020, s. 221).

VR haberleri bireylerin haberi daha gerçek algılayabilmelerine yol açabildiği gibi, diğer yandan aldatıcı ve kusurlu içeriklerle bireyleri aşırı tepki vermeye yönlendirebilir. Örneğin izleyiciler savaş gibi çatışma dönemlerinde gerçek sahnelerle karşı karşıya kalırken, sanal gerçeklik haberleri yalanla çerçevelenmiş haberleri izleyicilere sunabilmektedir

(Kang vd., 2019). Ayrıca fazla detay içeren karmaşık hikâyeler, sürükleyici gazetecilikte izleyenleri bunaltabileceği için içerik oluşturanlar basit içerikler oluşturmaya özen göstermektedirler. Basitlik arayışı, önemli gerçeklerin görmezden gelinmesine böylece hikâyenin çarpıtılmasına neden olabilmekte (Mabrook, 2021), dezenformasyon ya da misenformasyona neden olabilmektedir.

Tartışma ve Sonuç

Teknolojinin gazetecilik mesleğine getirdiği yeniliklerden biri olan sürükleyici gazetecilik, son yıllarda araştırmacıların üzerinde durduğu konulardan biridir. Sürükleyici gazeteciliğin bireyler üzerinde bırakacağı etkiler ve geleneksel uygulamalar ile arasındaki farklılıklar merak uyandırmaktadır. Gazeteciliğin geleneksel tanımı ile karşılaştırıldığında, mevcut tanımı ve amacıyla sürükleyici gazeteciliğin, gazetecilik mesleğinin geleneksel değerlerine karşı adeta bir meydan okuma olduğu ifade edilebilir.

Yapılan araştırmalar (Kang vd., 2019), sürükleyici hikâyelerin bireyler tarafından gerçek olarak algılandığını, gerçekliğin daha fazla hissedilmesinin habere olan güveni ve ilgiyi artırdığını ortaya koymaktadır. Bu sonuçlar sürükleyici gazeteciliğin ortaya çıkış amacına ulaşabilme potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda teknolojinin kullanımı ve haber yazımı gibi teknik gerekliliklerin uygun bir biçimde yerine getirilmesi durumunda empati yaratma potansiyeline sahip olduğu da görülmektedir. Burada yanıtlanması gereken en hayati soru; “Gazeteciliğin amacı empati yaratmak mıdır?” ya da “Amacı empati yaratmak olan bir sürükleyici hikâye anlatma biçimi gazetecilik olarak adlandırılabilir mi?” olmalıdır. Bu bağlamda, sürükleyici gazeteciliğin öncelikle amaçları bakımından geleneksel gazetecilikten ayrıldığını söylemek mümkündür.

Sürükleyici gazetecilik, gerek amaçlarıyla gerekse uygulanma biçimiyle farklı bir türdür. Geleneksel gazeteciliğe özgü kriterlerle kıyaslanması bu türün daha iyi tanınmasına imkân tanıyacağı gibi karşılaşılabilecek çeşitli sorunların/zorlukların neler olabileceği konusunda da fikir vermektedir.

Bu çerçevede değerlendirildiğinde çalışmada ele alınan literatür yol göstericidir. Sürükleyici gazetecilikte haber üretimine değinen Wu (2022, s. 1), “sürükleyici gazeteciliğin haberin üretim ve tüketiminin doğasını temelden değiştirdiğini” ifade etmektedir. Öncelikle haber değerleri açısından baktığımızda, empati yaratma amacıyla daha çok dramatik, insanlara mutsuzluk veren konulara odaklanan örnekler, sürükleyici gazetecilikte haber değerlerinde ve haber çeşitliliğinde bir azalma olduğunu göstermektedir. Oysa gazetecilik, kamu yararına olabilecek her tür konuya yer verebilme gayretinde olmalıdır. Sürükleyici gazeteciliğin izleyiciye sunduğu olayları deneyimleme olanağı, olumsuz olayların deneyimlenmesinin izleyiciler üzerinde bırakacağı etkilerin travmatik sonuçlarının olabileceğini düşündürmektedir. Ayrıca bu tür içeriklere maruz kalan bireylerin olaylara nasıl tepki verecekleri, empatinin yaşamlarını nasıl etkileyeceği bilinmemektedir. Sürükleyici deneyimlerin diğer medyadan öğrenilenlere kıyasla daha uzun süre kalıcı etkiye sahip olduğunun bilinmesi ise daha endişe vericidir.

Sürükleyici gazetecilik içerikleri, günümüzde daha çok sanatla uğraşan kişiler tarafından üretilmektedir (Goutier vd., 2021, s. 1659). Sürükleyici teknolojilerin kullanımı ve sürükleyici içerikleri oluşturma konusunda yeterince bilgi sahibi olmayan gazetecilerin, haber üretim sürecinin dışında kalması gazetecilik değerleri ve normlarının gözden kaçırılmasına, haber aktarımında daha çok görselliğin ön plana çıkmasına neden olabilecektir.

Sürükleyici gazeteciliğin, izleyiciye sunduğu 'birinci şahıs bakış' açısına bağlı 'öznellik'ten dolayı Mellado (akt. Mellado & Van Dalen, 2014)'nin ortaya koyduğu şekliyle yayıcı model ve bilgi-eğlence modeli ile uyumlu olduğu görülmektedir. Fakat sürükleyici içeriklerin üretiminin tamamen içerik oluşturucuların kontrolünde olması yayıcı model yerine örtük bir 'müdahaleci' modelden söz edilebileceğini düşündürmekte; aynı zamanda bu durum sürükleyici gazeteciliğin kötü niyetli kişilerce manipülasyon aracı olarak kullanılabileceğini de akıllara getirmektedir.

Bugüne dek yapılan ampirik çalışmalar (Jones, 2017; Kang vd., 2019; Sánchez Laws, 2020; Wu, 2022) sürükleyici gazeteciliğin insanlar üzerinde çok daha fazla etki yarattığını ortaya koymaktadır. Bu nedenle gazetecilik adı altında hayata geçirilen her uygulamanın, kullanılan her teknolojinin kamu yararına hizmet anlayışıyla uygulanmasına özen gösterilmelidir. Zira sürükleyici gazetecilik çıktıları her ne kadar yeni bir teknoloji ürünü olsa da, geleneksel etik değerlere sahip olmadığı sürece kamu yararına hizmet anlayışından uzaklaşma potansiyeli taşıyacaktır.

Sürükleyici gazetecilik gerek izleyici üzerindeki etkileri gerekse haber değerleri ve etik normları bakımından geleneksel gazetecilikten farklılık göstermektedir. İyi amaçlar doğrultusunda kullanıldığında insanlar üzerinde olumlu etkilerinin olacağı düşünülen sürükleyici gazeteciliğin aynı zamanda görünmeyen pek çok tehlikeyi barındırdığı düşünülmektedir. Burada sürükleyici teknolojiyi kullananların niyetleri önem arz etmektedir. Haber değerleri açısından bakıldığında sürükleyici gazeteciliğin diğer gazetecilik türlerine nazaran farklı haber değerlerine sahip olması kabul edilebilir. Burada üzerinde durulması gereken en önemli noktalar nesnellik, doğruluk, güvenilirlik ve şeffaflık gibi etik normlardır. Sürükleyici gazeteciliğin öznel doğası, doğru olmayı teknolojik güç vasıtasıyla doğru gibi göstererek güven inşa edebilir ve insanları olumsuz yönde etkileyebilir. Bu nedenle duygu odaklı bir tür olan sürükleyici gazeteciliğin olumsuz etkilerinden korunabilmek için duygusal okuryazarlığın bir başlangıç olabileceği düşünülmektedir.

Yukarıda cevaplanması gerektiği düşünülen soruya geri dönülecek olursa, amacı empati yaratmak olan bir gazetecilik türünün olduğunun pek çok akademisyen tarafından kabul edildiği görülmektedir. Ancak bu türün doğasına zarar vermeyecek bir biçimde, ona özgü haber değerleri ve etik normların oluşturulması hem kavramın açıklanması hem de sürükleyici gazetecilik ile ortaya çıkması muhtemel olumsuzlukların hafifletilmesi bakımından kolaylık sağlayabilir.

Notlar

¹ Sanal gerçeklik (VR), deneyimlenen sürükleyici ve etkileşimli simüle edilmiş bir ortamdır. Dijital olarak oluşturulmuş bu yapay ortam, kullanıcıya güçlü bir mevcudiyet duygusu sağlamaktadır (Okkay, 2023, s. 12).

² Artırılmış gerçeklik (AR), gerçek dünyaya uzamsal olarak kaydedilen birinci kişide deneyimlenen sürükleyici ve sanal içeriktir (Okkay, 2023, s. 12).

³ Karma gerçeklik (MR), dijital ve gerçek dünya nesnelere bir arada ve gerçek zamanlı olarak etkileşime girebildiği bir ortamdır (Okkay, 2023, s. 12).

⁴ Bu ifade, Pantti (2010) tarafından kullanılmıştır.

Kaynakça

- Aitamurto, T. (2019). Normative paradoxes in 360 journalism: Contested accuracy and objectivity. *New Media & Society*, 21(1), 3-19. <https://doi.org/10.1177/1461444818785153>
- Baden, D., McIntyre, K., & Homberg, F. (2019). The impact of constructive news on affective and behavioural responses. *Journalism studies*, 20(13), 1940-1959. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1545599>
- Beckett, C., & Deuze, M. (2016). On the role of emotion in the future of journalism. *Social Media+ Society*, 2(3), 2056305116662395. <https://doi.org/10.1177/2056305116662395>
- Biocca, F., Kim, T., & Levy, M. R. (1995). The vision of virtual reality. F. Biocca & M. Levy (Eds.). *İçinde Communication in the age of virtual reality* (ss. 3-14).
- Bujic, M., Salminen, M., & Hamari, J. (2021). Effects of immersive media on emotion and memory: An experiment comparing article, 360-video, and virtual reality. *Preprint*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/rtmcw>
- 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>
- Goutier, N., De Haan, Y., De Bruin, K., Lecheler, S., & Kruikemeier, S. (2021). From “cool observer” to “emotional participant”: The practice of immersive journalism. *Journalism Studies*, 22(12), 1648-1664. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1956364>
- Greber, H., Lecheler, S., Aaldering, L., De Haan, Y., Kruikemeier, S., Goutier, N., & De Bruin, K. (2023). Feeling the news? The differential effects of immersive journalism on emotional response. *Digital journalism*, 11(1), 39-60. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2155205>
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is news? News values revisited (again). *Journalism Studies*, 18(12), 1470-1488. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>
- Hardee, G. M., & McMahan, R. P. (2017). FIJI: A framework for the immersion-journalism intersection. *Frontiers in ICT*, 4, 21.
- Jones, S. (2017). Disrupting the narrative: Immersive journalism in virtual reality. *Journal of Media Practice*, 18(2-3), 171-185. <https://doi.org/10.1080/14682753.2017.1374677>
- Jones, S. (2021). It's not just about empathy: Going beyond the empathy machine in immersive journalism. T. Uskali, A. Gynnild, S. Jones, & E. Sirkkunen (Eds.). *İçinde Immersive journalism as storytelling ethics, production, and design* (ss. 82-95). Routledge.
- Kang, S., O'Brien, E., Villarreal, A., Lee, W., & Mahood, C. (2019). Immersive journalism and telepresence: Does virtual reality news use affect news credibility? *Digital Journalism*, 7(2), 294-313. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1504624>
- Karlsson, M., & Clerwall, C. (2018). Transparency to the rescue? Evaluating citizens' views on transparency tools in journalism. *Journalism Studies*, 19(13), 1923-1933. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1492882>

- Kavner, L. (2012). Hunger In Los Angeles': Virtual reality makes journalism immersive, pixelated. *The Huffington Post*. https://www.huffingtonpost.com/entry/hunger-in-los-angeles_n_1241468.html, 9.
- Lecheler, S. (2020). The emotional turn in journalism needs to be about audience perceptions: Commentary-virtual special issue on the emotional turn. *Digital Journalism*, 8(2), 287-291. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1708766>
- Mabrook, R. (2021). Between journalist authorship and user agency: Exploring the concept of objectivity in vr journalism. *Journalism Studies*, 22(2), 209-224. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1813619>
- McMahan, R. P., Bowman, D. A., Zielinski, D. J., & Brady, R. B. (2012). Evaluating display fidelity and interaction fidelity in a virtual reality game. *IEEE Transactions on Visualization and Computer Graphics*, 18(4), 626-633. <https://doi.org/10.1109/TVCG.2012.43>
- Mellado, C., & Van Dalen, A. (2014). Between rhetoric and practice: Explaining the gap between role conception and performance in journalism. *Journalism Studies*, 15(6), 859-878. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2013.838046>
- Okay, İ. (2023). İletişim kuramları bağlamında metaverse. *TRT Akademi*, 8(17), 8-37. <https://doi.org/10.37679/trta.1198114>
- Orgeret, K. S. (2020). Discussing emotions in digital journalism. *Digital Journalism*, 8(2), 292-297. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1727347>
- Parks, P. (2021). Joy is a news value. *Journalism Studies*, 22(6), 820-838. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1807395>
- Peters, C. (2011). Emotion aside or emotional side? Crafting an 'experience of involvement' in the news. *Journalism*, 12(3), 297-316. <https://doi.org/10.1177/1464884910388224>
- Sánchez Laws, A. L. (2020). Can immersive journalism enhance empathy? *Digital Journalism*, 8(2), 213-228. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1389286>
- Schudson, M. (2003). The sociology of news. J. Alexander (Ed.). İçinde *Contemporary societies series*. W.W. Norton & Company.
- Tandoc Jr., E. C., & Oh, S.-K. (2017). Small departures, big continuities? Norms, values, and routines in The Guardian's big data journalism. *Journalism Studies*, 18(8), 997-1015. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1104260>
- Tokgöz, O. (2012). *Temel Gazetecilik*. İmge Yayınları.
- Uskali, T., & Ikonen, P. (2021). The impact of emotions in immersive journalism. T. Uskali, A. Gynnild, S. Jones, & E. Sirkkunen (Eds.). İçinde *Immersive journalism as storytelling* (ss. 49-59). Routledge Yayınları.
- Varma, A. (2019). When empathy is not enough: The possibilities for solidarity in the San Francisco homeless project. *Journalism Practice*, 13(1), 105-121.
- Wahl-Jorgensen, K. (2019). *Emotions, media and politics*. John Wiley & Sons Yayınları.
- Wu, S. (2022). Journalism's immersive shift: Uncovering immersive journalism's adherence to traditional news values, norms, routines and roles. *Journalism Practice*, 0(0), 1-16. <https://doi.org/10.1080/17512786.2022.2133779>

Immersive Journalism: Changing Roles, Values and Norms

Zuhal DEMİR (Lect. Dr.)

Extended Abstract

The decrease in individuals' interest in news in recent years has led to the emergence of new types of journalism based on the use of developing technology in order to close the gap between the audience and the journalists. One such genre is immersive journalism, which promises an 'emotional encounter' with audiences.

Immersive journalism was first introduced in 2010 by Nonny de la Pena et al. Accordingly, immersive journalism will induce a deeper emotional response by placing the first-person perspective in the audience. Secondly, individuals will participate more when they feel the reality of a news and the event that is the subject of the news. In immersive journalism, which prefers to use virtual reality (VR) and 360-degree video for this, it is aimed to make people believe that they exist in this environment and thus experience a sense of presence. In order to create a virtual reality experience, first of all, it is necessary to "record the real world scene through video capture or produce a virtual world with computer-generated images" and provide users with access to virtual reality devices that allow them to enter this virtual environment (Çaba, 2018, ss. 694-695).

One of the sensitive issues in immersive journalism is its potential to generate empathy. Although it was seen that de la Pena et al. defined immersive journalism only as "a news production style that can offer a way to understand the news in a deeper way" in their early studies and did not touch on any purpose such as increasing empathy, in their subsequent studies, it is seen that their ideas have changed, like many academics, and even immersive journalism. It is witnessed that they call journalism and virtual reality "empathy machines" (Sánchez Laws, 2020, s. 215).

The aim of this study, which is based on a literature review, is to review the effects of immersive journalism on the audience, the changing roles of journalists and the possible consequences in terms of traditional values and ethical norms of journalism. The examples of immersive journalism are still not very common due to the fact that it has a recent foundation and requires technological competence in its implementation. As a consequence, the fact that the application lacks an audience at the level of the masses reveals the limitation of this study, which is based on research conducted on a smaller number of samples.

Therefore, it is crucial to review some of the studies in literature in immersive journalism on news values, and the most widely accepted study on news values is by Harcup and O'Neill (2017, s. 1471). According to them, news values are "power elite, celebrities, entertainment, surprise, bad news, good news, size, relevance, followings and newspaper agenda". It has been observed that the researches carried out to determine the news values in later times are studies that add new ones to the news values put forward by Harcup and O'Neill, rearrange the existing ones or present the same values again by using different names (Parks, 2021, ss. 822-823). As immersive journalism is an empathy-focused genre, it includes dramatic stories, and this shows that there is a limitation in news values. At the same time, such a narrow framing is incompatible with the function of informing the public, which is one of the main functions of journalism.

Since being empathic means that some facts necessary for public discussion are ignored by the journalist. One of the points that should be mentioned about news values in immersive journalism is negative framing. The opportunity to experience the events that immersive journalism presents to the audience indicates that the effects of experiencing negative events on the audience can have traumatic consequences on the audience (Wu, 2022, s. 1).

Due to the 'subjectivity' feature of immersive journalism in terms of journalistic roles, it seems to be compatible with the disseminator model and infotainment journalism models as presented by Mellado (akt. Mellado & Van Dalen, 2014). The vast majority of content creators in immersive journalism do not have a journalistic background. For this reason, visuality is of great significance in the content produced by those who deal with the arts. In addition, it is seen that those who are engaged in the profession of journalism lack the knowledge to produce virtual reality content (Goutier vd., 2021, s. 1659).

According to traditional journalism, news should be factual and objective, and there is no room for emotional involvement in journalism. On the other hand, influence and subjectivity are seen as important storytelling tools in immersive journalism. Hence, immersive journalism, which aims to make the journalist and the audience part of the story, is inherently unobjective (Jones, 2017; Mabrook, 2021). However, accuracy is a central value in immersive journalism as it is in traditional journalism. Owing to the fact that the more the audience believes that a story they have experienced is true, the more they trust the news. Transparency, on the other hand, is interpreted as explaining how the news is reported by a journalist to the public or involving citizens in the news production process. Some researchers, stating that transparency is related to reliability, emphasize that in immersive journalism, the viewer's feeling of embodiedness increases transparency and thus credibility.

In conclusion, immersive journalism differs from traditional journalism in terms of its impacts on the audience as well as its news values and ethical norms. Immersive journalism, which is thought to have positive effects on people when used for good purposes, is also considered to contain many invisible dangers. Here, the intentions of those who use immersive technology are regarded to be noteworthy. In terms of news values, it is acceptable for a different type of journalism to have distinct news values compared to other types of journalism, despite its limitations. Perhaps the most substantial point to be emphasized here is the issue of ethical norms such as objectivity, accuracy, reliability and transparency. The subjective nature of immersive journalism can build trust and negatively affect people negatively by making the untrue seem true through technological power. For this reason, it is thought that emotional literacy can be a start in order to be protected from the negative effects of immersive journalism, which is an emotion-focused genre.

Keywords: Immersive Journalism, Virtual Reality, Journalistic Roles, News Values, Empathy.

Bu makale **intihal tespit yazılımlarıyla** taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by **plagiarism detection softwares**. No plagiarism detected.

Bu çalışmada “**Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi**” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the “**Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive**” were followed.

Araştırma tek bir yazar tarafından yürütülmüştür.

The research was conducted by a single author.

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile **çıkar çatışması** bulunmamaktadır.

There is no **conflict of interest** with any institution or person within the scope of the study.