

Editör: Doç. Dr. Mete Kazaz

Gazetecilik ve Medya Çalışmaları

Alanında Uluslararası
Araştırmalar-VI

International Research in the Field
of Journalism and Media Studies

EĞİTİM
yayınevi

**Gazetecilik ve Medya Çalışmaları Alanında Uluslararası Araştırmalar-VI
(International Research in the Field of Journalism and Media Studies)**

Editör: Doç. Dr. Mete Kazaz

Yayınevi Grubu Genel Başkanı: Yusuf Ziya Aydoğan (yza@egitimyayinevi.com)

Genel Yayın Yönetmeni: Yusuf Yavuz (yusufyavuz@egitimyayinevi.com)

Sayfa Tasarımı: Kübra Konca Nam

Kapak Tasarımı: Eğitim Yayınevi Grafik Birimi

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

Yayıncı Sertifika No: 76780

ISBN: 978-625-385-869-8

1. Baskı, Mart 2026

Baskı Cilt: Vadi Grafik Tasarım ve Reklamcılık Ltd. Şti.

İvedik Org. San.1420. Cad. No: 58/1 Yenimahalle/Ankara

Matbaa Sertifika No: 47479

Kütüphane Kimlik Kartı

**Gazetecilik ve Medya Çalışmaları Alanında Uluslararası Araştırmalar-VI
(International Research in the Field of Journalism and Media Studies)**

Editör: Doç. Dr. Mete Kazaz

VI+92 s., 135x215 mm

Kaynakça var, dizin yok.

ISBN: 978-625-385-869-8

Copyright © Bu kitabın Türkiye'deki her türlü yayın hakkı Eğitim Yayınevi'ne aittir. Bütün hakları saklıdır. Kitabın tamamı veya bir kısmı 5846 sayılı yasanın hükümlerine göre kitabı yayımlayan firmanın ve yazarlarının önceden izni olmadan elektronik/mekanik yolla, fotokopi yoluyla ya da herhangi bir kayıt sistemi ile çoğaltılamaz, yayımlanamaz.

EĞİTİM
YAYINEVİ

Yayınevi Türkiye Ofis:

Konya: Eğitim Yayınevi Tic. Ltd. Şti., Fevzi Çakmak Mah. 10721 Sok. B Blok, No: 16/B, Safakent, Karatay, Konya, Türkiye

İstanbul: Salon Yayınları, Atakent mah. Yasemen sok. No: 4/B, Ümraniye, İstanbul, Türkiye

Santral: +90 332 351 92 85

Editör hatları: +90 533 151 50 42, +90 507 151 50 43

bilgi@egitimyayinevi.com

Yayınevi Amerika Ofis: New York: Egitim Publishing Group, Inc.

P.O. Box 768/Armonk, New York, 10504-0768, United States of America

americaoffice@egitimyayinevi.com

Lojistik ve Sevkiyat Merkezi: Kitapmatik Lojistik ve Sevkiyat Merkezi, Fevzi Çakmak Mah. 10721 Sok. B Blok, No: 16/B, Safakent, Karatay, Konya, Türkiye

İnternet Satış: www.kitapmatik.com.tr

Whatsapp hattı: +90 553 950 50 37

bilgi@kitapmatik.com.tr

Kitabevi Şubesi: Eğitim Kitabevi, Şükran mah. Rampalı 121, Meram, Konya, Türkiye

Whatsapp hattı: +90 501 651 92 85

bilgi@egitimkitabevi.com

EĞİTİM YAYINEVİ
GRUBU

EĞİTİM
YAYINEVİ

SALON
YAYINLARI

Kitapmatik
Lojistik ve Sevkiyat

Kitapmatik
Pazarlama ve Satış

EĞİTİM
Kitabevi

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ V

**DİJİTAL ÇAĞDA IMMERSIVE HABERCİLİĞİN ETİK
SINIRLARI: EMPATİ MAKİNESİ Mİ, UYGUNSUZ MESAFE
Mİ? 1**

Oğuz Gülleb

**CRIME IN CLASSICAL AND EPIC RADIO DRAMAS: CRIME
THEORIES AND MONROE'S MOTIVATED SEQUENCE 33**

Serhat Toptaş

**SOSYAL MEDYA İLE ŞEKİLLENEN GAZETECİLİK: SOSYAL
GAZETECİLİK..... 51**

İkram Alpsoy

YEREL MEDYADA İKLİM HABERCİLİĞİ: YOZGAT ÖRNEĞİ 61

Kurbani Geyik

ÖNSÖZ

İletişim dünyası, yalnızca teknolojik bir dönüşümün değil, aynı zamanda toplumsal, hukuki ve etik boyutlarıyla köklü bir değişim yaşadığı günlerden geçiyor. Bu dünyanın önemli bir parçası olan gazetecilik ise dijital haberciliğe geçişi, sadece format olarak değil; aynı zamanda bilginin üretimi, yayılımı ve denetimi açısından da yeni sorular ile karşılıyor. Elinizdeki bu kitap, bu alandaki sorgulamasını sürdüren serinin 6.sı olarak dijital çağın getirdiği karmaşık yapıyı çok boyutlu bir şekilde tartışmaya devam ediyor.

Kitapta yer alan çalışmalar bu kez; sosyal medyadan klasik ve epik radyo dramlarına ve yerel medyadan “sürükleyici gazeteciliğin” sırlarına uzanan bir yelpazede karşınıza çıkıyor.

Bu çeşitlilik hem akademik derinlik hem de alana yönelik güncel okuma önerileri açısından önemli bir kaynak sunma iddiasını taşıyor. Dijital çağın gazeteciliğe kazandırdığı imkânlar kadar, beraberinde getirdiği sorumlulukları da göz ardı edemeyiz. Haberin hızla yayılma gücü, aynı hızda yayılan yanlış bilgilerin yaratabileceği toplumsal tahribatı da beraberinde getiriyor. Bu nedenle medya üreticilerinin yanı sıra akademisyenlerin, araştırmacıların ve politika yapıcıların da yeni medya düzenine dair ortak bir sorumluluk bilinci geliştirmesi kritik hale gelmekte.

Bu kitap, hem gazetecilik eğitimi alan genç araştırmacılar için bir başvuru kaynağı hem de medya çalışmalarına ilgi duyan geniş bir akademik çevre için tartışma zemini sunmayı amaçlıyor. Katkı sunan tüm yazarlar, medya araştırmalarına farklı yönlerden bakarak disiplinler arası bir çerçeve ortaya koyuyor. Böylece medya alanında eleştirel

düşünmenin, değişen bilgi ekosistemine ayak uydurmak kadar önemli olduğu bir kez daha hatırlatılıyor.

“Gazetecilik ve Medya Çalışmaları Alanında Uluslararası Araştırmalar-VI” isimli bu eserde bize bu önemli hatırlatmaları yapan, farklı bakış açılarıyla özgün çalışmalar sunan ve esere katkı sağlayan değerli araştırmacılar; Oğuz GÜLLEB, Serhat TOPTAŞ, İkrım ALPSOY ve Kurbanı GEYİK ile kitabın basımında özverili bir biçimde her türlü katkıyı sağlayan Eğitim Yayınevi çalışanlarına teşekkür ederim. Eserin iletişim ve medya alanında okuyan, yazan tüm araştırmacılar ve bu alana ilgi duyan herkes için faydalı olmasını ümit ederim.

Editör

Doç. Dr. Mete KAZAZ

DİJİTAL ÇAĞDA IMMERSIVE HABERCİLİĞİN ETİK SINIRLARI: EMPATİ MAKİNESİ Mİ, UYGUNSUZ MESAFE Mİ?*

Oğuz Gülleb**

GİRİŞ

Geleneksel gazetecilik, tarihsel olarak olayları “anlatma” ve “gösterme” ekseninde şekillenen, doğrusal ve dolayimli bir temsil anlayışına dayanmaktadır. Klasik habercilik pratiği, Narmanlıoğlu'nun (2022) altını çizdiği üzere, olayın tespitiyle başlayan, muhabirden editöre uzanan çok aktörlü ve kolektif bir üretim sürecidir. Bu süreç, enformasyonun doğrulanmasından reklam unsurlarının ayıklanmasına kadar katı bir editoryal ve etik denetimi zorunlu kılar; dolayısıyla haber, salt bir bilgi aktarımı değil, toplumsal güven inşa eden normatif bir üründür. Ancak dijital teknolojilerin evrimi, özellikle 2010'lu yılların başından itibaren bu rejimi köklü bir dönüşüme uğratarak, haberciliği “deneyimletme” eksenine taşımaktadır. Literatürde “sürükleyici gazetecilik” (immersive journalism) olarak kavramsallaştırılan bu yeni alan, kullanıcının haber olayına dışarıdan bakan mesafeli bir gözlemci olmaktan çıkıp, olayın dijital olarak inşa edilmiş mekânsal gerçekliği içinde birinci şahıs perspektifiyle konumlandığı bir üretim biçimini ifade

* Bu çalışma Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde gerçekleştirilen “Immersive Teknolojiler Çağında Haber Üretimi: Gazeteciler Üzerine Bir Araştırma” başlıklı doktora tezi esas alınarak yazılmıştır.

** Arş. Gör., Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, İstanbul, oguz.gulleb@marmara.edu.tr, ORCID: orcid.org/0000-0001-6793-106X

etmektedir (De La Peña vd., 2010, s. 292; Gülleb, 2022, s. 201). Literatürde “üç boyutlu gazetecilik”, “sanal gerçeklik gazeteciliği”, “sürükleyici gazetecilik” olarak da adlandırılan immersive gazeteciliğin temelinde sürüklenme/çevrenleme “immersion” ile varlık duygusu/bulunma hissi “presence” kavramları bulunmaktadır. Özkan'a (2020, s. 152) göre, bu teknolojilerin temelinde yatan sürüklenme (immersion) ve bulunma hissi (presence), haber anlatımının ontolojik sınırlarını yeniden belirlemektedir. Aslan'ın (2022, s. 88) da vurguladığı gibi, dijitalleşmenin en belirgin etkinlik alanlarından biri, sürükleyici haber deneyimlerinin de temelini oluşturan dijital iletişimdir. Yazar, sosyal medya, internet haber siteleri ve mobil uygulamalar gibi etkileşimli iletişim kanallarını kapsayan bu alanın, haberin üretim ve tüketim biçimini kökten dönüştürdüğünü belirtmektedir.

Pavlik (2019, s. 15) bu dönüşümü “deneyimsel haber” kavramıyla tartışmakta; sanal gerçeklik (VR) ve 360 derece video gibi araçların haberi salt bilişsel bir enformasyon paketi olmaktan çıkarıp, kullanıcının bedenini, duyularını ve duygulanımsal kapasitesini içine alan bütüncül bir fenomene dönüştürdüğünü vurgulamaktadır. Geleneksel haber anlatısında izleyici, olayı bir muhabirin süzgecinden geçmiş, çerçevelenmiş ve tamamlanmış bir ürün olarak tüketirken; sürükleyici gazetecilikte izleyici, olayın geçtiği sanal mekâna veya kaydedilmiş videoyu deneyimleyerek bilgiyi mekânsal keşif yoluyla bizzat inşa etmektedir. Jones'a (2017, s. 175) göre haber, "okunan" veya "izlenen" bir metin olmaktan çıkıp, "içinde bulunulan" bir ortama dönüşmektedir. Yazar, gazetecilik özü itibarıyla bir "hikâye anlatıcılığı" (storytelling) sanatı iken, sürükleyici teknolojiler bu denkleme bozarak "hikâye yaşama"

(storyliving) olarak adlandırılan yeni bir anlatı modunu ortaya çıktığını savunmaktadır.

Özellikle savaş, çatışma ve kriz bölgelerinde çekilen 360 derece videolar, tamamen bilgisayar üretimi olan sanal ortamlardan farklı olarak, fiziksel gerçekliğin fotografik kaydına dayandığı için habercilikte kritik bir eşiği temsil etmektedir. Bu yapımlar, bir yandan haberi üreten gazetecinin epistemolojik tanıklık rolünü ve sahadaki varoluş biçimini dönüştürürken, diğer yandan deneyimleyen son kullanıcının olayla kurduğu empatik bağı maksimize etmektedir (Erdoğan, 2024, s. 115). Uluslararası medya kuruluşlarının son yıllarda hayata geçirdiği projeler, bu teknolojinin haber anlatısındaki potansiyelini gözler önüne sermektedir. *The New York Times*'ın mülteci çocukların yaşamlarını aktardığı "*The Displaced*" (2015) projesi ve sonrasında günlük haber rutinine entegre ettiği "*The Daily 360*" (2016) serisi, haber tüketiminde mekânsal gerçekliği standartlaştırma adımları olduğu söylenebilir. Benzer şekilde, Birleşmiş Milletler'in Ürdün'deki Zaatarı Mülteci Kampı'nı anlatan "*Clouds Over Sidra*" (2016) belgeseli ile Türkiye'de TRT World'ün Gazze'deki savaşın yıkıcı koşullarını 360 derece ses ve görüntüyle yaşattığı "*Daily Struggle in Gaza*" (2025) isimli 360°/VR deneyimi, izleyiciyi krizin tam ortasına yerleştirerek uluslararası diplomaside dahi yankı uyandırmaktadır.

Sürükleyici haber anlatıları sektörel düzeyde çoğunlukla "empati makinesi" söylemiyle pazarlanmaktadır ve izleyicinin kendisini savaş, afet ya da göç gibi kriz ortamlarında "orada" hissetmesinin daha güçlü bir ahlaki farkındalık yaratacağı iddia edilmektedir (Çaba, 2018; De La Peña vd., 2010; Gülleb, 2022). Ancak bu teknolojik

iyimlerliğin ötesinde, sürükleyici habercilik derin etik ikilemleri beraberinde getirmektedir. İzleyicinin tehlikeli veya travmatik bir ortamı deneyimlerken aslında gerçek bir fiziksel risk altında olmaması, tanıklığı bir tür adrenalin turizmine dönüştürme riski taşımaktadır. Nash'in (2018, s. 121) vurguladığı gibi, gerçek mağdurların acısının seyirlik bir deneyim olarak tüketilme tehlikesi, habercilikte "uygunsuz mesafe" (improper distance) sorununu doğurmaktadır. Dahası, VR donanımlarının kullanıcının bakış hareketleri, kalp atım hızı ve deri hassasiyeti gibi son derece hassas biyometrik verileri toplayabilme kapasitesi (Madary ve Metzinger, 2016) yeni nesil bir veri mahremiyeti krizini işaret etmektedir.

Sürükleyici gazetecilik, hakikat arayışını ortadan kaldırmamakta, aksine gazeteciyi yeni etik sorumluluklarla karşı karşıya bırakarak, duygusal yoğunluk ile olgusal bağlam arasında denge kuracak yeni normatif mekanizmalara ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir. Bu çalışma, sürükleyici gazeteciliğin vaat ettiği empati ve "orada olma" hissinin ardında yatan küresel etik sorunları tartışmayı amaçlamaktadır. Çalışma kapsamında hikâye anlatıcılığından hikâye yaşamaya geçişin ontolojik sonuçları, kriz ve savaş bölgelerindeki 360 derece video üretimlerinin yarattığı "uygunsuz mesafe" riskleri, duygusal manipülasyon ve psikolojik bütünlüğe müdahale ile biyo-adaptif medya sistemlerinin tetiklediği veri sömürgeciliği tehlikeleri ele alınmaktadır.

Uygunsuz mesafe ve travmanın seyirlik tüketimi

Sürükleyici gazeteciliğin teknolojik ve söylemsel temel vaadi, izleyiciyi fiziksel ve duygusal olarak haber olayının merkezine yerleştirerek, geleneksel medyanın başaramadığı iddia edilen derinlikte bir empati ve bağ

kurma hissi yaratmaktadır (De La Peña vd., 2010, s. 295). Geleneksel habercilik formatları olan gazete metinleri, televizyon bültenleri veya web haberleri, izleyici ile olay arasında yapısal bir bariyer, diğer bir deyişle bir "ekran" veya "sayfa" sınırı çizmektedir. Bu sınır, izleyicinin olaylara dışarıdan, güvenli ve mesafeli bir konumdan bakmasını sağlamaktadır. Ancak sanal gerçeklik (VR) başlıkları ve 360 derece video teknolojileri, bu çerçeveyi ortadan kaldırarak izleyiciyi temsil edilen mekânın içine dâhil edebilmektedir. İzleyici artık başkalarının acısına veya kriz anlarına "bakan" bir özne değil, o anın içinde sanal olarak "bulunan" ve çevresini kendi baş hareketleriyle keşfeden aktif bir katılımcı konumuna yükseltilmektedir (Gülle, 2022; Pavlik, 2019). Ne var ki, empati makinesi olarak sunulan bu aşırı yakınlaşma ve duygusal yoğunluk üretimi, haber etiği bağlamında gazeteciliğin ahlaki temellerini sarsan yepyeni kırılma noktaları barındırmaktadır.

Bu bağlamda iletişim etiği literatüründe öne çıkan en kritik tartışmalardan biri "mesafe" kavramı üzerinden şekillenmektedir. Roger Silverstone (2007, s. 47) medyanın "ahlaki tanıklık" işlevini yerine getirebilmesi için "doğru mesafe" (proper distance) kavramını öne sürer. Yazara göre doğru mesafe, ötekini ne tamamen kendimizmiş gibi asimile edecek kadar tehlikeli bir yakınlık ne de onun acılarına tamamen yabancılaşacak kadar soğuk bir uzaklıktır. Ahlaki sorumluluk, ötekinin farklılığını ve kendi gerçekliğini kabul eden, onu anlamaya çalışan ama onun acısına el koymayan saygılı bir mesafede durmayı gerektirir. Sürükleyici haber deneyimlerinde ise bu ontolojik denge bozulmaktadır. Teknolojinin izleyiciyi mağdurun tam yerine (örneğin bir mülteci kampının ortasına veya bombalanan bir sokağa) yerleştirme iddiası,

Silverstone'un savunduğu "ötekinin biricikliğine" yönelik saygıyı ihlal etme potansiyeli taşımaktadır.

Nash (2018, s. 122) de benzer bir yaklaşımla, sanal gerçeklik belgesellerinin ve 360 derece haber videolarının bedensel ve duygusal tanıklık biçimlerinin bu bağlamda "uygunsuz mesafe" (improper distance) riskini doğurduğunu vurgulamaktadır. Bu riske göre, kullanıcı, tanıklık ettiği özneye ve olaya teknolojik bir illüzyon aracılığıyla o kadar fazla yakınlaştırılır ki, olayları tarihsel, sosyolojik ve politik bağlamıyla değerlendirmesi için elzem olan eleştirel mesafesini bütünüyle yitirmektedir. Kukkakorpi ve Pantti'nin de (2021, s. 793) belirttiğı üzere, bu risk özellikle mekânın anlatıda bir "karakter" olarak konumlandırıldığı yapımlarda daha da belirginleşmektedir. Yazarlara göre, savaş alanları, sınır duvarları veya yıkılmış kentler gibi mekânlar, yalnızca olayın geçtiğı yerler olmanın ötesine geçerek anlatının öznesi haline gelmekte ve izleyicinin duygusal katılımını doğrudan yönlendirmektedir.

Bu durumun en çarpıcı örneklerinden biri, The New York Times tarafından yapılan "*The Fight for Fallujah*" (2016b) adlı 360 derece VR filmidir. DEAŞ'den geri alınmaya çalışılan Irak'ın Falluce kentinde geçen bu yapımda, yıkıma uğramış şehir yalnızca bir fon değil, adeta kurban edilmiş bir karakter olarak resmedilmektedir. İzleyici, yıkılan binaların ve sokak çatışmalarının tam ortasına konumlandırılarak, şehrin kendisinin de savaşın bir mağduru olduğu hissine kapılmaktadır. Benzer bir mekânsal odaklanma, yine The New York Times yapımı olan "*10 Shots Across the Border*" (2016a) adlı VR belgeselinde de görülmektedir. ABD Sınır Devriyesi tarafından öldürülen Meksikalı bir gencin hikâyesini

anlatan bu yapımda, ABD-Meksika sınırını ayıran duvar neredeyse her sahnede görünür kılınarak politik bir simgeye dönüştürülmekte ve iki ülke arasındaki derin ayrımın sürekli bir hatırlatıcısı olarak işlev görmektedir. Kukkakorpi ve Pantti'nin (Kukkakorpi ve Pantti, 2021) analiz ettiği bu tür bir mekânsal odaklanma, izleyicinin dikkatini olayın tarihsel ve politik bağlamından uzaklaştırarak onu salt duygusal ve mekânsal bir deneyime hapsedebilmektedir. Kamusal mekânların (sokaklar, pazarlar) tanıdıklığı, izleyicinin özdeşim kurmasını kolaylaştırır da, aynı zamanda bu mekânların yıkımını daha travmatik hâle getirerek eleştirel mesafenin daha da azalmasına yol açabilmektedir. Sürükleyici bir haberde Suriyeli bir mülteci çocuğun gözünden dünyayı deneyimlediğini sanan izleyici, aslında sadece teknolojik bir simülasyonun içinde birkaç dakikalık bir duygu yoğunluğu yaşamaktadır. Bu durum, empati kurmaktan ziyade, ayrıcalıklı bir öznenin ötekinin travmasını anlık olarak tüketip sonra güvenli hayatına geri dönmesi anlamına gelmektedir.

Bu "güvenli tehlike" hissi, 360 derece kameralarla çekilen savaş ve kriz bölgesi haberlerinde çok daha belirgin bir etik soruna dönüşmektedir. Örneğin, uluslararası ajansların veya TRT World, The New York Times gibi kuruluşların Gazze, Suriye veya Ukrayna gibi çatışma bölgelerinde ürettiği 360 derece haber içeriklerinde, izleyici yıkılmış binaların, ağlayan insanların veya patlama seslerinin tam ortasına yerleştirilmektedir. Başını sağa sola çevirerek enkazı, yaralıları ve panik anını mekânsal bir bütünlük içinde deneyimleyebilmektedir. Ancak izleyici bu ortamı deneyimlerken gerçekte hiçbir fiziksel risk altında değil, oturduğu güvenli koltuktan sanal bir savaşın içine bakmaktadır. Bu asimetrik ilişki, gerçek mağdurların

yaşadığı geri döndürülemez yıkımı ve travmayı, etik bir tanıklıktan ziyade bir tür adrenalin turizmine veya literatürdeki kavramsal karşılığıyla "karanlık turizm" (dark tourism) (Lennon ve Foley, 2000) yaklaştırmaktadır. En temel tanımıyla ölüm, felaket, yıkım ve insanlık trajedilerinin yaşandığı mekânların turistik bir cazibe veya merak merkezine dönüşmesini ifade eden karanlık turizm olgusu, sürükleyici habercilik bağlamında okurun/izleyicinin başkasının acısını güvenli bir mesafeden seyirlik bir şov olarak tüketmesi anlamına gelmektedir. Savaşın yıkıcılığı, kullanıcının teknolojik donanımının gücünü test ettiği veya anlık bir heyecan hissettiği seyirlik bir deneyim nesnesine indirgenme tehlikesiyle karşı karşıyadır.

Benzer bir yaklaşım sunan Sontag (2004), felaket ve savaş fotoğraflarına bakmanın tarafsız bir eylem olmadığını, ahlaki bir konumlanmayı ve eyleme geçme sorumluluğunu gerektirdiğini belirtmektedir. Sontag'a göre, modern toplumda acı çeken bedenlerin imgeleri o kadar çoğalmaktadır ki, bu imgeler bir süre sonra duyarlılık yaratmak yerine bir şok tüketimine, bir röntgencilğe dönüşmektedir. Sürükleyici teknolojiler, izleyiciyi bu acının "karşısından" alıp bizzat "içine" sokarak gerçeği daha çıplak gösterdiği yanılsamasını yaratsa da, bu durum her zaman ahlaki bir uyanışla sonuçlanmamaktadır. Aksine, acının mekânsallaşması ve 360 derecelik bir deneyime dönüşmesi, Sontag'ın uyardığı seyirlik tüketimi en üst seviyeye taşıma potansiyeline sahiptir. Travma, artık sadece bakılan bir imge değildir, içine girilen, etrafında dolaşılan, hatta kimi zaman etkileşime geçilen sanal bir eğlence parkı motivasyonuna hizmet etme riski taşımaktadır.

Fransız düşünür Guy Debord'un (1996, ss. 14-15) "Gösteri Toplumu" kavramı üzerinden okunduğunda, sürükleyici gazeteciliğin travmayı nasıl bir meta hâline getirdiği daha net anlaşılmaktadır. Debord, modern toplumlarda doğrudan yaşanmış olan her şeyin uzaklaşarak bir temsile, devasa bir gösteri birikimine dönüştüğünü savunur. Düşünüre göre gösteri, yalnızca görsel imgelerden oluşan bir yığın veya basit bir kitle iletişim aracı manipülasyonu değil aksine, imajların dolayımından geçen bir toplumsal ilişkidir. Kapitalist üretim ilişkilerinin bu ileri aşamasında, insanların doğrudan deneyimledikleri, hissettikleri ve parçası oldukları sahici yaşam onlardan koparılır ve özerk bir tüketim alanına hapsedilir. Bu sistemde gerçeklik görüntüye, görüntü ise somut bir gerçekliğe dönüşmektedir. Toplumsal olaylar, savaşlar ve hatta insanlık trajedileri tarihsel bağlamından koparılarak pasif bir şekilde tüketilecek imaj paketlerine indirgenmektedir. İzleyici, gösterinin parlaklığı karşısında hipnotize edilmiş, eyleme geçme yeteneği elinden alınmış edilgen bir seyirciye dönüşür.

Tam da bu noktada sürükleyici gazetecilik, kaybettiğimiz doğrudan yaşantıyı bize geri getirmeyi vaat ederken, aslında gösteriyi kullanıcının en derin duyuşsal algısına kadar genişletmektedir. Bir deprem enkazının veya bir bombardıman sonrasının 360 derece videosu, habercilik adına kamuoyunu bilgilendirme amacı taşısa da, platform algoritmalarının ve cihazların tasarımı gereği, kullanıcının "wow" (şaşkınlık) efekti yaşamasını hedefleyen bir teknolojik şovun parçasına dönüşebilmektedir. Sürükleyici teknoloji, başkalarının acısını ahlaki bir uyanış vesilesi olmaktan çıkarp, onu yüksek çözünürlüklü ve mekânsal bir eğlence nesnesi hâline getirir. Dolayısıyla deneyim sonlandığında izleyicinin hissettiği birincil duygu,

mağdurlara yönelik sahici bir dayanışmadan ziyade, cihazın veya teknolojinin ne kadar gerçekçi olduğuna dair hissettiği hayranlık olabilmektedir.

Bu durumun izleyicide yarattığı uzun vadeli etki ise Lilie Chouliaraki'nin (2013) "ironik seyirci/izleyici" (ironic spectator) ve "şefkat/merhamet yorgunluğu" (compassion fatigue) kavramlarıyla açıklanabilir. Yazar, dijital çağda insani krizlerin medya içeriklerine dönüştürülmelerinin, izleyiciyi eyleme geçiren ahlaki bir öznenen ziyade, sadece kendi duygusal tatminini önemseyen narsistik bir seyirciye dönüştürdüğünü iddia eder. Sürükleyici haberlerde savaş, yıkım ve şiddet sahnelerine yüksek yoğunluklu (immersive) formatta sürekli maruz kalan izleyici, bir süre sonra duygusal bir aşırı yüklenme yaşayabilir. Bu aşırı yüklenme, zamanla empati eşiğinin yükselmesine ve daha az yoğunluktaki geleneksel haberlere karşı tamamen duyarsızlaşmaya yol açma potansiyeli taşımaktadır. Dahası, 360 derece videonun sağladığı o yoğun duygusal boşalma anı, izleyicide "bu acıya tanık oldum ve ahlaki görevimi yerine getirdim" şeklinde sahte bir tatmin hissi yaratarak, gerçek dünyada politik veya sosyal bir eyleme geçme motivasyonunu pasifize edebilir.

Sonuç olarak, sürükleyici gazeteciliğin "uygunsuz mesafe" üzerinden ürettiği bu yeni tanıklık biçimi, travmanın haberleştirilmesinde ciddi editoryal krizler yaratmaktadır. 360 derece teknolojilerin haberin empatik ve atmosferik yoğunluğunu artırması, gazeteciliğin ihtiyaç duyduğunu nesnel anlatı bağlamını, haberin kim, ne, nerede, ne zaman, neden ve nasıl (5N1K) unsurlarını silikleştirme potansiyeli taşır. İzleyicinin olayın sadece duygusal ve mekânsal yüzeyinde sörf yapmasını engellemek ve travmanın seyirlik bir metaya dönüşmesinin

önüne geçmek için, gazetecilerin duygusal yakınlık ile rasyonel/eleştirel uzaklık arasındaki hassas dengeyi kuracak anlatısal tasarım kararlarını merkeze almaları elzemdir. Habercinin görevi izleyiciyi mağdurun yerine geçirmek gibi imkânsız ve kibirli bir illüzyon yaratmak değil; izleyiciye olayın bağlamını, mağdurun gerçekliğini ve failin sorumluluğunu 360 derecelik bir vizyonla, ancak ahlaki bir "doğru mesafe" içinde aktarabilmektir. Aksi takdirde, en ileri teknolojiyle üretilen haberler dahi, insan acısının dijital kapitalizm içerisindeki sıradan bir tüketim malzemesi olmaktan öteye geçemeyecektir.

Psikolojik bütünlük ve "zihinselleşme" (enbrainment) tehlikesi

Sürükleyici gazeteciliğin yarattığı ahlaki ikilemler, yalnızca izleyicinin bedensel ve mekânsal olarak bir haber olayının içine yerleştirilmesiyle sınırlı kalmamakta; aynı zamanda zihinsel ve bilişsel deneyimlerin teknolojik olarak simüle edilmesiyle yepyeni bir ontolojik boyuta taşınmaktadır. Geleneksel medya araçları, izleyicinin bilişsel filtrelerinden geçerek anlamlandırılan, rasyonel bir mesafe barındıran sembolik temsiller (metin, fotoğraf, iki boyutlu video) sunar. Buna karşın sanal gerçeklik (VR) ve 360 derece video ortamları, insan beyninin mekânsal algı mekanizmalarını manipüle ederek doğrudan duyu-motor sistemine hitap eder (Slater ve Wilbur, 1997). Bu durum, kullanıcının deneyimini fiziksel bir mekânda var olma hissini tanımlayan "bedenleşme" (embodiment) kavramının ötesine geçirerek, onu doğrudan "zihinselleşme" (enbrainment) durumuyla karşı karşıya bırakma potansiyeli taşımaktadır. Vindenes ve Nyre (2021, s. 185) göre sanal gerçeklikteki bazı anlatılar, fiziksel bir bedenselleşmeden (embodiment) ziyade, kullanıcının fiziksel bedeni yerine

öznel zihinsel fenomenlerin içine yerleştirildiği bir tür "zihinselleşme" (enbrainment) durumu inşa etmektedir. Sürükleyici gazetecilik bağlamında bu izleyicinin yalnızca bir mülteci kampını veya savaş alanını görmesi değil, o travmayı yaşayan kişinin zihinsel karmaşasını, klostrofobisini, anksiyetesini veya yönelim bozukluğunu nörolojik düzeyde deneyimlemeye zorlanması anlamına gelmektedir. Gazetecilik etiği açısından bu durum, benzersiz bir kriz alanı yaratmaktadır. Çünkü bir başkasının zihinsel veya psikolojik buhranının kurgusal bir simülasyon üzerinden izleyiciye aktarılması, kâğıt üzerinde derin bir empati yaratma vaadi taşısa da pratikte izleyicinin psikolojik sınırlarını ihlal eden saldırgan bir formata dönüşebilmektedir.

Bu tartışmayı somutlaştıran en çarpıcı editoryal örneklerden biri, *The Guardian* gazetesi tarafından hayata geçirilen "6x9: A Virtual Experience of Solitary Confinement" (6x9: Tek Kişilik Hücre Cezasının Sanal Deneyimi) adlı VR projesidir (The Guardian, 2016). Bu sürükleyici haber deneyiminde kullanıcı, Amerika Birleşik Devletleri'ndeki hapisanelerde uygulanan tek kişilik hücre cezasının psikolojik yıkıcılığına dikkat çekmek amacıyla, 6x9 ft (yaklaşık 5m²) boyutlarında sanal bir hücreye kapatılmaktadır. Başlangıçta salt mekânsal bir bilgilendirme gibi görünen bu deneyim, dakikalar ilerledikçe gazeteciliğin geleneksel gösterme sınırlarını aşarak doğrudan zihinsel bir müdahaleye dönüşmektedir. İzleyicinin görüşü bulanıklaşmaya başlar, ortamda sınırlar ve halüsinasyonlar belirir, duvarlardan fısıltılar yükselir ve kullanıcının zaman algısı kasıtlı olarak bozulur. Proje, tecrit edilen mahkûmların yaşadığı psikotik kırılmaları izleyicinin bizzat yaşamasını hedeflemektedir.

Bu noktada sorulması gereken temel ahlaki soru şudur: Bir konuya dikkat çekmek veya kamuoyunu bilgilendirmek amacıyla, izleyicinin zihinsel bütünlüğüne saldıran, onda yapay bir anksiyete veya klostrofobi tetikleyen bir habercilik pratiği etik olarak ne kadar meşrudur? Geleneksel gazetecilik etiği, temel ilkelerinden biri olan "zarar vermeme" kuralını genellikle haberin öznesi olan kişileri (mağdurları, çocukları, travmatize olmuş bireyleri) korumak üzerine inşa etmektedir. Ancak Yöndem ve Karadağ'ın (2019, s. 30) artırılmış ve sanal gerçeklikle değişen haber sunumu üzerine yaptıkları değerlendirmelerin de işaret ettiği gibi, yeni medya teknolojileri haberin sunum biçimini değiştirdiğinde, izleyicinin üzerindeki bilişsel ve psikolojik yük de dramatik bir biçimde artmaktadır. Sürükleyici haberlerde "zarar vermeme" ilkesi, artık sadece haberin öznesini değil, o yoğun psikolojik simülasyona maruz kalan izleyiciyi de (kullanıcıyı) kapsayacak şekilde genişletilmesi gerekmektedir.

Sürükleyici ortamlardaki hiper-gerçekçilik, insan beyninin bilgi işleme süreçlerini manipüle ederek benzersiz bir etki yaratabilmektedir. Nöro-bilişsel çalışmalara göre, kullanıcı bir sanal gerçeklik (VR) donanımı kullandığında, beynin mantıksal kararlar alan ve olayları bağlamına oturtan ön bölgesi izlenilen şeyin bir kurgu olduğunu bilir. Slater'a (2009) göre, sanal gerçeklik deneyimi sırasında katılımcıların zihinsel olarak olayların gerçek olmadığını bilmeleri ile bedensel ve duygusal tepkileri arasında bir ayrışma meydana gelmektedir. Bilinçli farkındalık düzeyinde yaşananların bir kurgu olduğu açıkça ayırt edilse de, görme ve duyma gibi duyulara hitap eden uyaranlar karşısında verilen içgüdüsel tepkiler çoğu zaman bu bilginin önüne geçmektedir. Bu durum, bireyin mantıksal

olarak “gerçek değil” dediği bir olaya karşı, vücudunun ve duygularının “gerçekmiş gibi” yanıt vermesine yol açabilmektedir. Nitekim Diemer ve diğerleri (2015), sanal ortamda bir tehdit algılandığında beynin bu tehdiye verdiği tepkinin, mantıksal düşünme süreçlerini devre dışı bırakarak doğrudan savaş ya da kaç şeklinde tanımlanan otomatik savunma mekanizmasını harekete geçirebildiğini ifade etmektedir. Rizzo ve Shilling’in (2017) de, bu yoğun fizyolojik uyarılma, gerçek bir tehlike atlatılmışçasına ikincil travmatik stres belirtileri, yüksek kaygı düzeyi ve kalıcı uyku sorunları gibi klinik rahatsızlıkların ortaya çıkma riskini artırabildiğini vurgulamaktadırlar. Nitekim bir patlama anında sanal şarapnel parçalarının üzerine geldiğini hissetmek ya da kapalı bir alanda boğulma hissini duysal girdiler yoluyla birebir deneyimlemek, gazeteciliğin temel ilkelerinden olan kamu yararı anlayışıyla açıklanamayacak ölçüde derin bir zihinsel etkileşimi beraberinde getirmektedir.

Tam da bu noktada, sürükleyici teknolojilerin gazetecilikte kullanımı, felsefi ve hukuki bir alan olan nöro-etik tartışmalarıyla doğrudan kesişmektedir. Madary ve Metzinger’in (2016) makalesinde “zihinsel öz belirleme” (mental self-determination) kavramı, bireyin kendi zihinsel durumları ve bilişsel süreçleri üzerindeki egemenliğini ifade etmektedir. Yazarlara göre bu kavram, liberal demokrasilerin temelini oluşturan bireysel özerklik ilkesinin zihinsel boyutunu vurgulamakta ve kişinin dışarıdan gelen manipülatif müdahalelere karşı psikolojik bütünlüğünü koruma hakkını güvence altına almaktadır. Zihinsel öz belirleme hakkı, bireyin yalnızca fiziksel mahremiyetini değil, aynı zamanda duygusal ve bilişsel bağımsızlığını da kapsayan geniş bir özerklik anlayışına dayanmaktadır. Aslan (2022, s. 199) ise bu durumu, dijital

etik bağlamında "özerklik" (autonomy) ana değeri ve onun alt normları olan "veri mülkiyeti haklarını desteklemek", "mahremiyet" ve "etkinlik" kavramlarıyla ilişkilendirir. Yazara göre, bireyin kendisi hakkında üretilen veriler üzerindeki kontrolü (veri mülkiyeti) ve özel hayatının sınırlarını belirleme kapasitesi (mahremiyet), onun dijital ortamdaki özerkliğinin temel göstergeleridir. Bu hakların ihlali, bireyi karar alma süreçlerinde edilgen bir konuma iterek etkinliğini zedelemektedir.

Sürükleyici gazetecilik bağlamında bu hak, izleyicinin rızası dışında duygusal ve zihinsel durumuna müdahale edilmesini engellemeyi amaçlamaktadır. Zira sanal gerçeklik teknolojileri, kullanıcının kalp atış hızı, göz hareketleri ve deri iletkenliği gibi bilinçdışı fizyolojik tepkilerini kaydederek, onun habere verdiği duygusal tepkileri anlık olarak ölçebilmekte ve bu veriler doğrultusunda içeriği yeniden şekillendirebilmektedir (Madary ve Metzinger, 2016, s. 5). Bu durum, bireyin habere ilişkin özgür ve bağımsız bir yargı geliştirme kapasitesini zayıflatarak, onu farkında olmadığı bir duygusal manipülasyonun nesnesi haline getirebilmektedir. Dolayısıyla sürükleyici gazetecilik, izleyicinin zihinsel öz belirleme hakkını ihlal etme potansiyeli taşımaktadır. Gazetecinin görevi, olgusal gerçekliği aktarırken izleyicinin sinir sistemine doğrudan müdahale ederek travmatik tepkiler üretmek yerine, izleyicinin eleştirel muhakeme yetisini koruyacak bir mesafeyi gözetmek olmalıdır.

Zihinselleşme tehlikesi, empati kavramının içinin boşaltılarak araçsallaştırılmasına da zemin hazırlamaktadır. Empati, doğası gereği gönüllü, rasyonel bir kavrayışı ve ahlaki bir hayal gücünü gerektirir. Oysa sürükleyici

teknolojilerin izleyiciye dayattığı şey, çoğu zaman felsefi anlamda bir empati değildir. Bu durum, Hatfield vd. (1994) tarafından kavramsallaştırılan nörolojik bir "duygusal bulaşma" veya zorunlu bir "sempatik reaksiyon"dur. Yazarlar duygusal bulaşmayı; bir bireyin diğerinin yüz ifadelerini, ses tonunu, duruşunu ve bedensel hareketlerini otomatik olarak taklit edip eşzamanlı hâle gelmesi ve bunun sonucunda onunla aynı duygusal durumu yaşamayı (yakınsaması) olarak tanımlar. Bu süreç, kişinin karşısındakinin trajedisini bilişsel ve ahlaki olarak değerlendirdiği bilinçli bir empati kurma eyleminden ziyade, ayna nöronlar ve otonom sinir sistemi aracılığıyla başkasının uyarılmışlığını adeta refleksif bir şekilde kopyaladığı ilkel ve biyolojik bir bulaşmadır. Dolayısıyla izleyici, hücre hapsindeki bir mahkûmun veya bombardıman altındaki bir sivilin yaşadıklarını zihinsel olarak anladığı için değil, bedeni ve beyni o anki hipergerçekçi simülasyona biyolojik bir hayatta kalma tepkisi (sempatik reaksiyon) verdiği için korku duymaktadır. Bu tepkisel korku hâli, haberin bağlamının anlaşılmasından ziyade, izleyicinin kendi psikolojik güvenliğine odaklanmasıyla sonuçlanır ve olayın ardındaki sosyopolitik gerçekliklerin sorgulanmasını engelleme tehlikesi yaratmaktadır (Kukkakorpi ve Pantti, 2021; Nash, 2018).

Sonuç olarak, hikâye anlatıcılığımdan "hikâye yaşamaya" (storyliving) doğru evrilen sürükleyici gazetecilik, insan zihninin kırılganlıklarını sömüren bir "empati mühendisliğine" dönüşme tehlikesiyle karşı karşıya olduğu söylenebilir. Psikolojik bütünlüğün korunması, haber odaları için artık harici bir konu değil, editoryal sürecin tam merkezinde yer alması gerektiği görülmektedir. İçeriğin izleyicide yaratacağı zihinsel sarsıntının ölçülmesi, travma tetikleyici unsurların deneyim

öncesinde net bir şekilde belirtilmesi ve kullanıcının sanal deneyimden anında ve güvenli bir şekilde çıkabilmesini sağlayan kaçış mekanizmalarının tasarlanması, sürükleyici haberciliğin zorunlu etik standartları hâline gelmelidir. Aksi takdirde, aydınlanma ve hakikati arama çabası olarak doğan gazetecilik, dijital çağda bireyin zihinsel mahremiyetine ve psikolojik sağlığına kasteden distopik bir araca dönüşme potansiyeline sahip olduğu görülmektedir.

Biyo-adaptif medya ve veri sömürgeciliği

Sürükleyici gazetecilikte etik tartışmaların en çarpıcı ve belki de en az görünür olan boyutlarından biri, bu teknolojilerin donanımsal altyapılarının ürettiği benzersiz veri türleri ve bu verilerin mülkiyeti ile ilgilidir. Geleneksel dijital gazetecilikte kullanıcı verisi; tıklama oranları, sayfada kalma süresi, kaydırma hareketleri veya coğrafi konum gibi yüzeysel metriklerle sınırlıdır. Ancak sanal gerçeklik (VR), artırılmış gerçeklik (AR) ve karma gerçeklik (MR) başlıklarının kullanımıyla birlikte medya tüketimi, doğrudan bedensel ve nörolojik bir veri üretim sürecine dönüşmektedir. Güncel başa takılan ekranlar (Head-Mounted Displays - HMD) ve entegre sensör teknolojileri, kullanıcının yalnızca baş ve beden pozisyonunu değil, bakış yönünü (eye-tracking), göz bebeği genişlemesini (pupillometri), kalp atım hızını, terleme nedeniyle değişen deri iletkenliğini (galvanik deri tepkisi) ve hatta elektroensefalografi (EEG) arayüzleriyle beyin dalgaları gibi son derece hassas biyometrik ve fizyolojik verilerini toplayabilme kapasitesine ulaşmaktadır (Bailenson, 2018).

Bu çoğullaşan ekosistemde, yakın gelecekte kullanıcının fizyolojik, bilişsel ve duygulanımsal durumunu gerçek zamanlı algılayıp içeriğin yoğunluğunu,

ritmini veya modunu sürekli biyo-geribildirim üzerinden dinamik biçimde uyarlayabilen biyo-adaptif medya biçimlerinin gündeme gelebileceği daha belirgin hâle gelmektedir. Bu ufku kuramsal olarak temellendiren daha köklü bir hat ise duygulanımın makine-okunur girdilere dönüştürülmesini tartışan “duyuşsal bilişim” (affective computing) yaklaşımıdır. Picard (Picard, 2000), kameralardan, mikrofonlardan ve fiziksel temas gerektirmeyen sensörlerden elde edilebilen kas tepkileri, kan basıncı, kalp ritmi ve solunum gibi fizyolojik sinyallerin örüntülerinin, duygulanımsal ifadeyi tanımada ve bir duygulanımsal durumu karakterize etmede kullanılabileceğini belirtmektedir. Ayrıca bu tür sinyallerin kullanıcıların hayal kırıklığı veya sıkıntı gibi tepkilerini yakalamaya dönük uygulamalara temel olabileceğini vurgulamaktadır.

Bu teknolojinin mantıksal bir uzantısı olarak, kullanıcının anlık biyolojik tepkilerine göre içeriğin yeniden şekillendirildiği biyo-adaptif medya sistemleri tasarlanabilir. Örneğin, bir habercilik uygulamasında sistem, kullanıcının göz bebeklerinin büyümesinden veya kalp atışının hızlanmasından onun korktuğunu tespit ederek, ortam seslerini, ışığı veya görsel odak noktalarını algoritmik olarak değiştirebilir. Bu tür uygulamalar, Picard'ın öngördüğü duygu-bilgisayar etkileşiminin ileri bir aşamasını temsil etmektedir. Nitekim Bujić vd. (2025), biyo-adaptif medyayı kullanıcıların fizyolojik, bilişsel, duygulanımsal durumlarına anlık tepki veren ve içeriği sürekli uyarlayan; kalp atım değişkenliği, deri iletkenliği, beyin dalgaları ve bakış örüntüleri gibi biyo-sinyallerin yorumlanmasıyla yinelenen bir algısal döngü kuran sistemler olarak tanımlamaktadır.

İleri düzey sürükleyici sistemlerde haber üretim ve tüketim süreci, içerik ile kullanıcı durumu arasında kurulan ve giderek derinleşen karşılıklı bir döngüye dönüşmektedir. Literatürde bu durum “Yinelenen Algısal Döngü” (Recursive Perceptual Loop) olarak kavramsallaştırılmaktadır (Bujic ve Hamari, 2020, s. 8). Bu döngüsel mimaride sistem, kullanıcının korku, heyecan, şefkat veya şaşkınlık gibi en mahrem fizyolojik tepkilerini mikro saniyeler içinde algılamakta, haber anlatısının akışını veya çevresel koşullarını buna göre güncellemekte, kullanıcı güncellenen yeni içeriğe yeni bir biyolojik tepki vermekte ve sistem bu geri besleme döngüsünü deneyim boyunca sürdürmektedir.

İnsan öznelliğinin ve duygulanımsal tepkilerinin bu denli operasyonel, ölçülebilir ve yönlendirilebilir hâle gelmesi, gazeteciliğin "kamu yararı" ilkesi ile dijital kapitalizmin "veri madenciliği" mantığı arasında yapısal ve derin bir çatışma doğurmaktadır. Couldry ve Mejias'ın (2019, s. 16) işaret ettiği "verileştirme" (datafication) süreci, insan deneyiminin, sosyal ilişkilerin ve hatta içsel duyguların her yönünün sayısallaştırılarak ticari değere sahip veri noktalarına dönüştürülmesini ifade etmektedir. Nitekim Aslan'ın (2022, s. 114) dijital etik bağlamında veri mülkiyeti haklarını tartışırken vurguladığı gibi, veri ajanlarının çalışarak sürekli bir dijitalleşme oluşturması, bireylerin kendileri hakkında bildiklerinden bile daha fazla bilgiye sahip olan sistemlerin varlığına zemin hazırlamaktadır. Sürükleyici habercilik bağlamında bu verileştirme süreci, "iyilik için veri" (data for good), "toplumsal empati geliştirme" veya "farkındalık yaratma" gibi ulvi gazetecilik söylemlerinin ardına gizlenmiş yeni bir veri sömürcülüğünü normalleştirme riski taşımaktadır (Couldry ve Mejias, 2019, s. 17). Bu distopik ekosistemde,

VR ortamında yeniden inşa edilmiş yıkık bir deprem bölgesi veya savaşın ortasındaki bir sokak, yalnızca temsil edilen bir trajedi mekânı değildir, aynı zamanda teknoloji şirketleri için kullanıcının en mahrem duygusal reaksiyonlarının, zayıflıklarının ve empati kapasitesinin hasat edildiği devasa bir "veri madeni" işlevi görmektedir.

Sürükleyici gazetecilik uygulamalarının büyük çoğunluğunun Meta, Apple, HTC gibi teknoloji devlerinin donanımları ve yazılım ekosistemleri üzerinden dağıtıldığı düşünüldüğünde, etik kriz daha da karmaşık bir boyut kazanmaktadır. Haber kurumları, kendi izleyicilerine derinlikli bir hikâye sunmak amacıyla bu platformları kullanırken, aslında okurlarının en mahrem biyometrik verilerini bu devasa veri tekellere gönüllü olarak teslim eden aracı kurumlara dönüşmektedirler (Erdoğan, 2024, s. 122). Kullanıcının hangi acı karşısında ne kadar terlediği, hangi şiddet görüntüsü karşısında gözlerini kaçırdığı veya hangi politik figüre bakarken kalp atışının değiştiği gibi veriler, gazetecilik faaliyeti sonlandıktan sonra ticari profillemeye, davranışsal reklamcılık ve hatta politik mikro-hedefleme amacıyla kullanılmak üzere sunuculara kaydedilmektedir. Bu durum, gazeteciliğin toplumu aydınlatma misyonunun, gözetim kapitalizminin çıkarlarına araçsallaştırılması problemini ortaya çıkarmaktadır.

Kullanıcının mahrem düşünce ve duygularını, hatta henüz kendisinin bile bilişsel düzeyde farkında olmadığı bilinçdışı tepkilerini yansıtan bu bedensel sinyallerin toplanması, sürükleyici haberciliği klasik bilgi güvenliği veya kişisel verilerin korunması tartışmalarının ötesine taşımaktadır. Bu radikal ihlal potansiyeli, konuyu tıp ve teknoloji felsefesinin güncel alanlarından biri olan nöro-

etik tartışmalarının tam merkezine oturtmaktadır. Ienca ve Andorno (2017, s. 8), gelişen nöroteknolojiler karşısında bireylerin bilişsel özgürlüğünü, zihinsel mahremiyetini ve psikolojik bütünlüğünü korumak için yeni insan hakları tanımlamalarına ihtiyaç olduğunu savunur. Duygusal profil çıkarma süreçlerinin, şeffaf olmayan kara kutu platform algoritmalarıyla birleşmesi, duygusal mahremiyetin açıkça ihlaline yol açmaktadır. Bu bağlamda gazetecilik etiği; haber alma hakkı ve ifade özgürlüğü gibi geleneksel hakların yanı sıra, okurun zihinsel bütünlük, bilişsel özgürlük ve nörolojik mahremiyet gibi yeni nesil dijital haklarını da koruma kapsamına alacak şekilde çalışmalarla güncellenmesi gerektiği görülmektedir.

Post-truth çağda duygusal çerçeveleme ve manipülasyon

Hakikat sonrası (post-truth) çağ, nesnel hakikatlerin ve olgusal gerçekliklerin, kamuoyu kanaatini belirlemede kişisel inançlar ve duygusal tepkiler kadar etkili olamadığı bir dönemi tanımlamaktadır (McIntyre, 2018). İletişim çalışmaları literatüründe bu kriz, uzun süredir çevrim içi enformasyon ekosistemindeki kişiselleştirilmiş akışların ve platform mimarilerinin yarattığı yankı odaları (echo chambers), filtre balonları (filter bubbles) ve algoritmik kutuplaşma gibi dinamikler üzerinden tartışılmaktadır (Ertürk, 2022; Ienca ve Andorno, 2017; Kitchens vd., 2020; Ünalın, 2022; Williams, 2025). Geleneksel dijital medyada dezenformasyon ve manipülasyon (Bayrakçı ve Sever, 2025; Wardle ve Derakhshan, 2017), yalan haber metinleri, bağlamından koparılmış fotoğraflar veya deepfake videolar aracılığıyla, yani bilişsel bir eksen üzerinde yürütülmektedir (Aslan ve Albayrak, 2024; Güran Yiğitbaşı, 2025). Yaşanan bu sorunların temelinde,

dijitalleşmenin sağladığı dünya çapındaki etkili iletişim ağının ve bilginin genel olarak görsel biçim almasından kaynaklanan "bağımsızlık yanılması" yatmaktadır (Aslan, 2022: 125). Ancak sürükleyici teknolojilerin (VR, AR, 360° video) haberciliğe entegrasyonu, bu hakikat sonrası krizini bilişsel düzeyden çıkarıp tamamen bedensel ve "duygusal/duyusal" (affective/sensory) bir boyuta taşımaktadır. Zira sanal gerçeklik ortamlarında mesele yalnızca "hangi bilginin kime gösterileceği" değildir. O bilginin hangi mekânsal düzenleme, bakış yönlendirme ve bedensel illüzyon üzerinden deneyimletileceğidir.

Geleneksel iletişim kuramlarından Çerçeveleme Kuramı, medyanın bir gerçekliğin bazı yönlerini seçip öne çıkarırken diğerlerini kasıtlı olarak görünmez kıldığını savunmaktadır. Entman (1993, s. 52), çerçevelemeyi bir olayın belirli bölümlerini belirginleştirmek olarak tanımlar. Televizyon veya gazete haberciliğinde çerçeveleme; kameranın açısı, fotoğrafın kadraji, haber metnindeki kelime seçimi veya montaj masasında atılan sahnelerle yapılmaktadır. İzleyici, ekrana veya kâğıda baktığında bu çerçevenin sınırlarını fiziksel olarak görebilir ve dolayısıyla bir kurgu ile karşı karşıya olduğunun bilincindedir. Oysa sanal gerçeklik teknolojileri, doğası gereği küresel, çerçevesiz veya sınırsız bir ortam yanılması sunmaktadır. Lombard ve Ditton (1997), bu durumu ortamın (medium) görünmezleşmesi veya şeffaflaşması olarak açıklamaktadır. İzleyici, gözlüğü taktığı anda çevresini 360 derece saran hiper-gerçekçi bir mekâna girer ve bir çerçevenin dışından baktığını unutarak, "kendi gözlerimle gördüm" yanılgısına düşebilmektedir. Sürükleyici gazetecilikte çerçeveleme bitmemiş, aksine mekânsal çerçeveleme adını alarak görünmez veya sürükleyici bir forma bürünmektedir. Bir 360 derece savaş

haberinde gazeteci kamerayı nereye koyduysa, izleyicinin ontolojik evreni o noktanın izin verdiği kadardır. Ancak izleyici başını özgürce çevirebildiği için kendi gerçekliğini bağımsızca inşa ettiği yanılsamasını yaşayabilmektedir (Gülle, 2022).

Bu yanılsama, arayüz tasarımı ve tüketici davranışları literatüründe "karanlık tasarımlar" (dark patterns) olarak bilinen manipülatif mimarilerin haberciliğe sızmasına zemin hazırlamaktadır. İlk kez Brignull (2011) tarafından kavramsallaştırılan karanlık tasarımlar, kullanıcıları kendi aleyhlerine veya belirli bir ticari amaca yönelik seçimlere fark ettirmeden yönlendiren aldatıcı arayüz unsurlarını ifade etmektedir. Geleneksel web sitelerinde yanıltıcı onay kutuları veya iptal edilmesi zor abonelik butonları olarak beliren bu tasarımlar, sürükleyici gazetecilikte çok daha psikolojik ve bedensel formlar kazanmaktadır. Sürükleyici haber anlatılarında izleyicinin dikkatini belirli bir noktaya çekmek için kullanılan zorunlu bakış yönlendirmeleri, kullanıcının kaçamayacağı şekilde tasarlanmış travmatik sahneler, anlık şok taktikleri, 3 boyutlu uzamsal ses ile yaratılan yapay anksiyete ortamları veya izleyiciyi sürekli en yıkıcı açığa bakmaya mecbur bırakan sanal kamera rotaları, habercilikteki yeni karanlık tasarımlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu tür tasarımlar, izleyiciyi özgür bir gözlemci olmaktan çıkarıp, duygusal reaksiyonları algoritmik olarak yönetilen bir piyon hâline getirmektedir.

Manipülatif karanlık tasarımların sürükleyici habercilikte kullanımı, Zizi Papacharissi'nin (2014, s. 62) duygusal kamuoyu (affective publics) kavramıyla da ilişkilendirilebilir. Papacharissi, dijital çağda siyasal ve toplumsal katılımın rasyonel argümanlardan ziyade, paylaşılan duygulanımlar (öfke, hüzn, coşku) üzerinden

şekillendiğini vurgulamaktadır. Sürükleyici habercilik, izleyicinin rasyonel değerlendirme kapasitesini bilinçli olarak askıya alabilme ve doğrudan onun duygulanımsal sistemine beklenmedik etkiler uygulama potansiyeline sahiptir. Haber anlatısı, izleyicinin hakikati çok boyutlu bir şekilde kavramasından ziyade, onu belirli bir duygusal yoğunlukta tutmayı hedefleyen teknik bir mühendislik problemine indirgenmektedir. Özellikle biyo-adaptif medya sistemlerinde, kullanıcının o anki stres seviyesine göre haberin akışının anlık olarak değiştirilmesi, algı yönetimini rafine bir hâle getirmektedir. İzleyicinin yeterince üzülmeyişi veya korkmadığı sensörlerce tespit edildiğinde, sistemin dramatik müziği artırması veya bir patlama sesini daha yakından verebilmesi, haberin nesnel gerçekliğine yapılabilecek potansiyel müdahaleler olarak görülmektedir.

Bu durum, gazeteciliğin toplumsal meşruiyetini sağlayan en temel kavram olan "hakikat" iddiasının altını derinden sarsmaktadır. Hakikat sonrası çağda sürükleyici teknolojiler üzerinden inşa edilen tehlike, yalnızca yalan haberlerin üç boyutlu ortamda sunulması (örneğin sahte bir savaş sahnesinin CGI ile yaratılıp haber gibi sunulması) değildir. Asıl tehlike, gerçeğin bizzat kendisinin parçalanarak, izleyicide sahte bir duygu yaratmak üzere manipüle edilmesidir. John Durham Peters'in (2001, s. 709) tanıklık kuramında belirttiği gibi, şahit olmak eyleminin iki boyutu vardır: Bir olayı pasif olarak "görmek" ve o olayın ahlaki yükünü üstlenerek gerçeği "söylemek". Ancak duysal girdilerin ve çevresel faktörlerin karanlık tasarımlarla manipüle edildiği bir VR deneyiminde izleyici, gerçekten gördüğü şeye güvenebilir mi? İzleyicinin deneyimlediği şey, o olayın nesnel gerçekliği mi, yoksa "deneyim mimarı" rolüne bürünen gazetecinin kendi

ideolojik veya ticari kaygılarıyla tasarladığı "duygusal bir tiyatro" mudur?

Sonuç olarak izleyici, sürükleyici teknolojilerin yarattığı hiper-gerçekçi ortamlarda bir olaya kendi rasyonel iradesiyle tanıklık eden özerk ve ahlaki bir özne olmaktan çıkmaktadır. Bunun yerine, duygusal değişkenleri anlık olarak ölçülen, korku veya empati gibi reaksiyonları algoritmik olarak optimize edilen ve nihayetinde hakikatle olan bağı deneyim illüzyonu aracılığıyla koparılan bir deneğe dönüşmektedir. Duygusal çerçevelemenin ve manipülasyonun bu denli görünmez, ölçülebilir ve operasyonel hâle gelmesi, gazeteciliğin normatif dayanaklarını tehdit etmektedir. Sürükleyici gazetecilikte "kendi gözlerimle gördüm" argümanı artık gerçeğin nihai kanıtı olamaz; çünkü hakikat sonrası çağda gözlerin ne göreceği, nereye bakacağı ve bakarken ne hissedeceği dijital bir kod dizisi tarafından önceden belirlenebilmektedir. Gazeteciliğin bu yeni gerçeklikte hayatta kalabilmesi, deneyim üretiminde karanlık tasarımlardan arındırılmış, şeffaf ve rasyonel bağlamı koruyan yeni bir editoryal dil inşa etmesine bağlıdır.

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Sürükleyici teknolojilerin gazetecilik pratiğine entegrasyonu, haber üretim süreçlerini ontolojik bir dönüşüme zorlayarak, izleyiciyi olayların dışındaki mesafeli bir gözlemciden, krizin veya olayın merkezindeki sanal bir katılımcıya dönüştürmektedir. Bu çalışma boyunca detaylı bir biçimde tartışıldığı üzere, sanal gerçeklik (VR) ve 360 derece video formatlarının sunduğu "orada olma" (presence) hissi ve empati potansiyeli, beraberinde travmanın seyirlik bir tüketim nesnesine dönüşmesi, uygunsuz mesafe riskinin ortaya çıkması,

psikolojik bütünlüğün ihlali ve yeni nesil biyometrik veri sömürgeciliği gibi derin etik krizleri getirmektedir. Nash (Nash, 2018, s. 125), teknolojik iyimserliğin öne sürdüğü empati makinesi argümanının, çoğu zaman izleyicinin rasyonel kavrayışını zayıflatan, ahlaki bir uyanıştan ziyade izleyicinin kendi duygusal deneyimini merkeze alan narsistik bir dönüşe yol açma riski taşıdığını vurgulamaktadır. Yazar, Chouliaraki'nin (2011, s. 368) narsistik öz-iletişim (narcis-sistic self-communication) tartışmasından hareketle vurguladığı üzere, bu durum ironik bir ahlak anlayışını beslemektedir. Ötekinin acısı, onun bağlamından koparılarak izleyicinin kendi öznel gerçekliğinin bir yansımasına dönüşmektedir.

Bu dijital ekosistemde gazetecilik, toplumu aydınlatma ve hakikati arama misyonunu kaybetmemektedir. Aksine, bu misyonun taşıdığı ahlaki yükü çok daha karmaşık ve bedensel bir zemine taşımaktadır. Narmanlıoğlu (2016), internetin yaygınlaşmasıyla birlikte gazetecilerin fiziksel sahadan koparak dijital derlemelere yöneldiği "masa başı habercilik" ve "kopyala-yapıştır" pratiklerinin yükselişine dikkat çekmektedir. Sürükleyici teknolojiler ise bu masa başı izolasyonunu paradoksal bir biçimde kırarak gazeteciyi yeniden, ancak bu kez sanal aygıtlarla sahanın içine hiper-gerçekçi bir biçimde yerleştirmektedir. Geleneksel haber üretimindeki klasik eşik bekleliği rollerinin ötesine geçen ve olay yerini dijital olarak yeniden inşa eden gazeteci, artık salt bir metin yazarı veya enformasyon aktarıcısı değildir. Olay yerinden koparak masa başına geçen, ancak sanal araçlarla sahanın içine hiper-gerçekçi bir biçimde yeniden giren gazeteci, artık salt bir metin yazarı veya enformasyon aktarıcısı değildir. Gazeteci, okuru/izleyiciyi felaketin, savaşın veya krizin ortasına davet eden, onun mekânsal algısını ve duygusal

girdilerini yöneten bir deneyim mimarına dönüşmektedir. Bir deneyim mimarı olarak gazetecinin temel sorumluluğu ise izleyiciyi salt bir adrenalin turizmine mahkûm etmemek, haberin üretim aşamasındaki o geleneksel etik denetimi ve hesap verebilirliği sanal ortama taşıyarak duygusal yakınlık ile eleştirel uzaklık arasındaki o hassas dengeyi (doğru mesafeyi) editoryal kararlarla inşa etmektir.

Sürükleyici gazeteciliğin toplumsal meşruiyetini koruyabilmesi ve hakikat sonrası çağın manipülatif girdabına kapılmaması için, haber odalarının klasik etik kodları aşan yepyeni normatif mekanizmalar geliştirmesi elzemdir. Bu bağlamda, hem izleyicinin psikolojik bütünlüğünü hem de veri mahremiyetini güvence altına alacak üç düzeyli bir etik koruma önerilmektedir:

Veri minimizasyonu ve amaca bağlılık: Biyo-adaptif medya sistemlerinin ve başa takılan ekranların (HMD) doğası gereği topladığı devasa biyometrik veriler sıkı bir denetime tabi tutulmalıdır. Haberin aktarımı ve deneyimin çalışabilmesi için mutlak surette zorunlu olmayan hiçbir fizyolojik veya nörolojik veri (nabız, göz bebeği hareketleri, deri iletkenliği vb.) toplanmamalıdır. Gazetecilik, veri madenciliğinin bir uzantısı olmaktan çıkarılarak "veri minimizasyonu" ilkesine bağlanmalıdır.

Şeffaf ve özgür onam (zihinsel öz-belirleme): Geleneksel medyadaki içerik uyarıları (akıllı işaretler), sürükleyici medyada yetersiz kalmaktadır. İzleyiciye, sanal ortama girmeden önce hangi psikolojik tetikleyicilerle (klostrofobi, şiddet, anksiyete vb.) karşılaşacağı ve hangi bedensel verilerinin ne süreyle işleneceği şeffaf, anlaşılır ve onaylanabilir bir arayüzle sunulmalıdır. Bireyin yeni teknolojilere yönelik güvenlik ve mahremiyet kaygılarının azaltılabilmesi ancak tasarımdan, bireysel ve toplumsal

kullanıma kadar bütün aşamalarda böylesi şeffaf ve anlaşılabilir bir politikanın izlenmesiyle mümkündür (Aslan, 2022, s. 118). Bu bağlamda deneyim sırasında kullanıcının psikolojik sınırlarının aşıldığını hissettiği anda sistemi anında durdurabileceği "güvenli çıkış" (opt-out) tasarımları habere zorunlu olarak entegre edilmeli, bireyin zihinsel öz-belirleme hakkı korunmalıdır.

Ticari ve politik sömürüye karşı editoryal güvence:

Habercilik faaliyeti sırasında elde edilen ve izleyicinin en derin duygusal reaksiyonlarını haritalandıran bu hassas veriler, teknoloji şirketleri, reklam verenler veya siyasi aktörlerle paylaşılmamalıdır. Verilerin davranışsal reklamcılık veya politik mikro-hedefleme gibi gazetecilik dışı manipülatif amaçlarla kullanılmasını engelleyecek katı kurumsal gizlilik sözleşmeleri benimsenmelidir.

Nihayetinde gazeteciliğin dijital geleceği, haber odalarına dâhil edilen son teknoloji XR başlıklarının donanımsal gücüyle değil, bu aygıtların sunduğu sürükleyici tanıklık potansiyelinin insan onurunu, zihinsel mahremiyeti ve nesnel hakikati merkeze alan güçlü bir ahlaki süzgeçten geçirilmesiyle şekillenecektir.

KAYNAKÇA

- Aslan, A. (2022). *Dijital Etik*. Akıl Fikir Yayınları.
- Aslan, A., ve Albayrak, M. A. (2024). Digital Ethics: Human Dignity vs Artificial Intelligence. İçinde S. N. Mustafa, A. Aslan, S. G. Aktaş, ve A. Göktepe (Ed.), *Proceedings of the 16th Annual Conference of Global Communication Association*. Kriter Yayınevi.
- Bailenson, J. (2018). *Experience on Demand: What Virtual Reality Is, How It Works, and What It Can Do* (1st ed). W. W. Norton ve Company, Incorporated.
- Bayrakçı, S., ve Sever, S. (2025). Enformasyon Düzensizlikleri: Dijital Çağın Toplumu Yanıltan Yüzü. İçinde *Dijitalleşme ve Toplum:Medya, Kültür ve Etik* (ss. 67-92). Çizgi Kitabevi.
- Brignull, H. (2011, Kasım 1). *Dark Patterns: Deception vs. Honesty in UI Design*. A List Apart. <https://alistapart.com/article/dark-patterns-deception-vs-honesty-in-ui-design/>
- Bujic, M., ve Hamari, J. (2020). Satisfaction and willingness to consume immersive journalism: Experiment of differences between VR, 360 video, and article. *Proceedings of the 23rd International Conference on Academic Mindtrek*, 120-125. <https://doi.org/10.1145/3377290.3377310>
- Bujic, M., Thibault, M., ve Hamari, J. (2025). Adaptive Media That Feels: A Futures Workshop Exploring Implications of Immersive Systems That Sense, Respond To, and Co-construct Perception. *Proceedings of the 28th International Academic Mindtrek*, 428-431. <https://doi.org/10.1145/3757980.3758122>
- Chouliaraki, L. (2011). 'Improper distance': Towards a critical account of solidarity as irony. *International Journal of Cultural Studies*, 14(4), 363-381. <https://doi.org/10.1177/1367877911403247>
- Chouliaraki, L. (2013). *The Ironic Spectator: Solidarity in the Age of Post-Humanitarianism*. Polity Press.
- Couldry, N., ve Mejias, U. A. (2019). *The costs of connection: How data is colonizing human life and appropriating it for capitalism*. Stanford University Press.
- Çaba, D. (2018). Dijital Çağda Değişen Haber Sunumu: Gazetecilikte Sanal Gerçeklik Uygulamaları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(1), 691-723. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.377120>
- De La Peña, N., Weil, P., Llobera, J., Spanlang, B., Friedman, D., Sanchez-Vives, M. V., ve Slater, M. (2010). Immersive Journalism: Immersive Virtual Reality for the First-Person Experience of News. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 19(4), 291-301. https://doi.org/10.1162/PRES_a_00005

- Debord, G. (1996). *Gösteri Toplumu* (A. Ekmekçi ve O. Taşkent, Çev.; 1. Basım). Ayrıntı Yayınları.
- Diemer, J., Alpers, G. W., Peperkorn, H. M., Shibani, Y., ve Mühlberger, A. (2015). The impact of perception and presence on emotional reactions: A review of research in virtual reality. *Frontiers in Psychology*, 6. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.00026>
- Ertman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Erdoğan, İ. (2024). 360 Derece Video Gazeteciliği: Yeni Bir Haber Deneyimine Genel Bir Bakış. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (Cumhuriyetin 100. Yılında Geleceğin İletişimi Özel Sayısı), 108-127. <https://doi.org/10.17829/turcom.1359801>
- Ertürk, H. A. (2022). *Yeni Medya Ekseninde İdeolojiyi Anlamak: Fitre Balonları ve Yankı Odaları*. 1(2), 137-159.
- Gülle, O. (2022). Metaverse’de Habercilik: Metamedya. İçinde S. Bayrakçı ve S. Özay (Ed.), *Dijital Çağda Uzman Gazetecilik II* (C. 2, ss. 201-222). Çizgi Kitabevi Yayınları. <https://avesis.marmara.edu.tr/yayin/ebda4779-fb6f-418d-b81c-49a6ac2c00be/dijital-cagda-uzman-gazetecilik-2>
- Güran Yiğitbaşı, K. (2025). Dijital Dünyada Mahremiyet, Güvenlik ve Etik Sorunlar. İçinde A. Aslan ve M. A. Albayrak (Ed.), *Dijitalleşme ve Toplum: Medya, Kültür ve Etik* (ss. 13-40). Çizgi Kitabevi.
- Hatfield, E., Cacioppo, J. T., ve Rapson, R. L. (1994). *Emotional Contagion*. Cambridge university press Ed. de la Maison des sciences de l’Homme.
- Ienca, M., ve Andorno, R. (2017). Towards new human rights in the age of neuroscience and neurotechnology. *Life Sciences, Society and Policy*, 13(1), 5. <https://doi.org/10.1186/s40504-017-0050-1>
- 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>
- Kitchens, B., Johnson, S. L., ve Gray, P. (2020). Understanding Echo Chambers and Filter Bubbles: The Impact of Social Media on Diversification and Partisan Shifts in News Consumption. *MIS Quarterly*, 44(4), 1619-1649. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2020/16371>
- Kukkakorpi, M., ve Pantti, M. (2021). A Sense of Place: VR Journalism and Emotional Engagement. *Journalism Practice*, 15(6), 785-802. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1799237>
- Lennon, J. J., ve Foley, M. (2000). *Dark tourism*. Cengage Learning EMEA.
- Lombard, M., ve Ditton, T. (1997). At the Heart of It All: The Concept of Presence. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3(2), 0-0. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.1997.tb00072.x>

- Madary, M., ve Metzinger, T. K. (2016). Real Virtuality: A Code of Ethical Conduct. Recommendations for Good Scientific Practice and the Consumers of VR-Technology. *Frontiers in Robotics and AI*, 3(3). <https://doi.org/10.3389/frobt.2016.00003>
- McIntyre, L. (2018). *Post-Truth*. The MIT Press.
- Narmanlıoğlu, H. (2016). İnternet Haber Sitelerinde Eşik Bekçiliği/Gatekeeping at Online News Sites. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(1), 0-0.
- Narmanlıoğlu, H. (2022). Haber Editörlüğü. İçinde S. Bayrakçı ve S. Özay (Ed.), *Dijital Çağda Uzman Gazetecilik 2* (ss. 15-24). Çizgi Kitabevi.
- Nash, K. (2018). Virtual Reality Witness: Exploring the Ethics of Mediated Presence. *Studies in Documentary Film*, 12(2), 119-131. <https://doi.org/10.1080/17503280.2017.1340796>
- Nyre, L., ve Vindenes, J. (2021). Immersive Journalism as Witnessing 1. İçinde T. Uskali, S. Jones, E. Sirkkunen, ve A. Gynnild (Ed.), *Immersive Journalism as Storytelling* (1. bs, ss. 176-187). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429437748-19>
- NYT. (2016a, Mart 3). *10 Shots Across the Border*. <https://www.nytimes.com/2016/03/06/magazine/10-shots-across-the-border.html>
- NYT. (2016b, Ağustos 19). *The Fight For Falluja*. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/08/14/magazine/fight-for-falluja-vr.html>, <https://www.nytimes.com/interactive/2016/08/14/magazine/fight-for-falluja-vr.html>
- Özkan, Ç. (2020). Yeni Medyada Dijital Hikâye Anlatısına Yeni Bir Yaklaşım: Haber Oyunları. *Etkileşim*, (6), 146-167. <https://doi.org/10.32739/etkilesim.2020.6.79>
- Papacharissi, Z. (2014). *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199999736.001.0001>
- Pavlik, J. V. (2019). *Journalism in the Age of Virtual Reality: How Experiential Media Are Transforming News*. Columbia University Press.
- Peters, J. D. (2001). Witnessing. *Media, Culture ve Society*, 23(6), 707-723. <https://doi.org/10.1177/016344301023006002>
- Picard, R. W. (2000). *Affective computing* (1. paperback ed). MIT Press.
- Rizzo, A. "Skip", ve Shilling, R. (2017). Clinical Virtual Reality tools to advance the prevention, assessment, and treatment of PTSD. *European Journal of Psychotraumatology*, 8(sup5), 1414560. <https://doi.org/10.1080/20008198.2017.1414560>
- Silverstone, R. (2007). *Media and Morality: On the Rise of the Mediapolis* (1st Edition). Polity Press.

- Slater, M. (2009). Place illusion and plausibility can lead to realistic behaviour in immersive virtual environments. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 364(1535), 3549-3557. <https://doi.org/10.1098/rstb.2009.0138>
- Slater, M., ve Wilbur, S. (1997). A Framework for Immersive Virtual Environments (FIVE): Speculations on the Role of Presence in Virtual Environments. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 6(6), 603-616. <https://doi.org/10.1162/pres.1997.6.6.603>
- Sontag, S. (2004). *Başkalarının Acısına Bakmak* (O. Akinhay, Çev.). Agora Kitaplığı.
- The Guardian. (2016). *6×9: A Virtual Experience of Solitary Confinement*. <https://www.theguardian.com/world/ng-interactive/2016/apr/27/6x9-a-virtual-experience-of-solitary-confinement>
- The New York Times. (2016, Ekim 3). *The Daily 360—The New York Times*. <https://www.nytimes.com/video/the-daily-360>
- The New York Times Magazine. (2015, Kasım 12). *More Virtual Reality Videos to Watch*. More Virtual Reality Videos to Watch. <https://www.nytimes.com/2015/11/12/magazine/more-virtual-reality-videos-to-watch.html>
- TRT World. (2025). *Daily Struggle in Gaza*. https://www.linkedin.com/posts/trtworld_turkish-tech-giant-baykars-selcuk-bayraktar-activity-737476770648952832-IAAnn/
- UN News. (2016, Mayıs 19). *FEATURE: UN uses virtual reality to inspire humanitarian empathy* | UN News. <https://news.un.org/en/story/2016/05/529752-feature-un-uses-virtual-reality-inspire-humanitarian-empathy>
- Ünalın, N. (2022). COVID-19 sonrası Değişen Dijital Alışkanlıklar Normlar ve Yaşanan Küresel Zorluklar. *Yönetim Bilişim Sistemleri Dergisi*, 8(1), 1-11.
- Wardle, C., ve Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making* (No. 162317GBR). Council of Europe. <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>
- Williams, M. (2025). Social Media Democracy: How Algorithms Shape Public Discourse and Marginalise Voices. *Journal of Media and Rights*, 3(1), 20. <https://doi.org/10.4102/jmr.v3i1.20>
- Yöndem, T., ve Karadağ, G. H. (2019). Artırılmış Gerçeklikle Değişen Haber Sunumu. *Yeni Medya Elektronik Dergi - eJNM*, 3(1), 22-44. <https://doi.org/10.17932/IAU.EJNM.25480200.2019.1/1.22-44>