

Yayın Geliş Tarihi: 06.04.2022
Yayına Kabul Tarihi: 27.05.2022
Online Yayın Tarihi: 30.06.2022
http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.1099314

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 24, Sayı: 2, Yıl: 2022, Sayfa: 501-519
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

ULUSAL VE ULUSLARARASI BASINDA METAVERSE TEKNOLOJİSİNİN YER ALDIĞI HABERLERİN İNCELENMESİ

İrem YENİCELER KORTAK*

Öz

Gün geçtikçe ilerleyiş gösteren teknolojik yapılar hem yeni modellerin gelişimini hem de var olana farklı eklemelerin yapılmasını getirmiştir. Bu noktada yeni olarak sayılabilecek olan Metaverse olgusuna ilişkin yaklaşımlar incelenebilmektedir. Topluma birer ayna tutan haberler de içinde yaşanılan döneme ait ipuçları vermekte, bireylerin görüşlerini şekillendirebilmektedir. Çalışma buna istinaden ulusal ve uluslararası haber platformları üzerinden Metaverse olgusunu içerik analizi yöntemiyle incelemeyi amaçlamıştır. Metaverse olgusunun seyrini incelemek ve bölgesel farklılıkları analiz etmesi açısından çalışma önem taşımaktadır. Elde edilen sonuçlar, Metaverse'ün uluslararası basında ağırlıklı olarak teknoloji başlığı altında verilerek yeni bir olgu olarak ele alındığını göstermektedir. Ulusal basında ise bu konu özellikle ekonomik çerçevede ele alınarak bireyler açısından yatırım fırsatı olarak değerlendirildiğini işaret etmiştir. Bölgeler arasında oluşan bu fark, haberlerin ait olduğu bölge insanların yaklaşımlarının çerçevesini çizmekte ve teknolojik gelişmelerin farklı kategoriler altında yer bulmasını getirmektedir.

Anahtar Kelimeler: Metaverse, Haber, Teknoloji, Basın

INVESTIGATION OF THE NEWS FROM THE NATIONAL AND INTERNATIONAL PRESS ABOUT METAVERSE TECHNOLOGY

Abstract

Technological structures that progress day by day have brought both the development of new models and the making of different articulations to the existing ones. At this point, it is important to examine the approaches to the Metaverse phenomenon, which can be considered as new. The news that holds a mirror to the society also gives clues about the period in which it is lived and reflects the views of individuals. At this point, the study aimed to examine the Metaverse phenomenon through content analysis method through national and international news platforms. The study is important in terms of examining the course of the metaverse phenomenon and analyzing regional differences. The results show

* Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Yeniceler Kortak, İ. (2022). Ulusal ve uluslararası basında Metaverse teknolojisinin yer aldığı haberlerin incelenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24 (2), 501-519.

* Arş. Gör. İstanbul Arel Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, ORCID: 0000-0002-5375-8013, iremyeniceler@arel.edu.tr.

that Metaverse has been discussed as a new phenomenon in the international press, mainly under the title of technology. In the national press, it has been shown that this issue is considered as an investment opportunity for individuals, especially in the economic framework. This difference between the regions draws the framework of the approaches of the people of the region to which the news belongs and brings the technological developments under different categories.

Keywords: *Metaverse, News, Technology, Press*

GİRİŞ

Günümüzde teknik bilginin yanı sıra tanımlanan teknoloji bireylerin hayatında büyük oranda yer kaplamaktadır. Kavram etimolojik olarak incelendiğinde sanat anlamına gelen tekhne ve sözcük anlamına gelen logos kelimelerinin birleşimi olduğu görülmektedir. Bu yönüyle teknoloji bir sanat, zanaat ya da bilimsel bilginin öğretisi anlamına gelmektedir. Günümüzde oldukça sık sözü edilen bu kavram, McLuhan tarafından tanımlanan küresel köy tasvirine ilham kaynağı olmuştur. Bu yönüyle teknoloji hem bulunduğu ortamı değiştirmekte hem de bu ortam içinde yaşayan canlıların değişiminde rol oynamaktadır. Teknolojinin durağan bir yapıda olmaması ve sürekli kendini değiştirmesi konuyla ilgili yapılan incelemeleri çeşitlendirmektedir. Sözü edilen incelemeler tarihsel anlamda o teknolojinin ortaya çıktığı dönemi ve geçmişini anlamaktan geçmekte ve bu da teknolojinin tarihinin incelenmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır.

İlk çağlarda icat edilen ya da geliştirilen birçok icat da dönemin teknolojisini oluşturmuştur. Bu yönüyle teknolojinin yeniliğin yaşandığı yerde hep var olduğu söylenebilmektedir. Günümüzde sağlık, eğitim, eğlence, iletişim gibi birçok alanda değişikliği getiren teknolojik hareketlerin geçmişe kıyasla daha hızlı gerçekleştiği görülmektedir. Bu hızın kaynağını ise büyük oranda bilgisayar ve internet oluşturmaktadır. Öyle ki internet temelli olarak gerçekleşen ağ bağlantılılık, bulut teknoloji gibi kavramlar teknolojinin getireceği diğer ortamların da temelini atmaktadır.

Özellikle 2021 yılında konuşulmaya başlanan ve bu alana yönelik birçok inceleme yapılan Metaverse de günümüze gelinen noktada teknolojik birikimin bir sonucudur. Meta evreni olarak da adlandırılan bu düzlem içerisinde hem fiziksel hem de dijital bir dünyanın yaşandığını söylemek mümkündür. Bu evren, bireylerin hologramları aracılığıyla ziyaret edeceği ortamların olduğu bir dünyaya işaret etmektedir. Kavrama dair bugüne kadar herhangi bir örneğin görülmemiş olması onu anlamaya yönelik çeşitli kaynaklara başvurulmasını getirmiştir.

Toplumda bir konuyu açıklığa kavuşturma amacını güden haberler de bu noktada önem kazanmakta ve özellikle bilim – teknoloji haberciliği konuyu araştırma alanı yapmaktadır. Ulusal ve uluslararası haber platformlarında farklı kategoriler altında kendine yer bulan Metaverse, bu yönüyle incelemeye ve değerlendirmeye açık bir duruş sergilemektedir. Bu çalışma da Metaverse konusuna ilişkin genel eğiliminin haber sitelerine ne şekilde yansıdığını ulusal ve uluslararası

basın üzerinden karşılaştırmalı olarak araştırmaktadır. Buna göre Metaverse konusunun hangi başlık altında daha çok verildiğinin ortaya çıkarılması açısından çalışma önem taşımakta ve içerik analizi yapılmaktadır. Konuyla ilişkili literatürde çalışmalar mevcut olmakla birlikte metaverse teknolojisini konu edilen haberler üzerinden bilim - teknoloji haberciliğinin izlenmesi noktasında çalışma önem taşımaktadır.

BİR HABER KATEGORİSİ OLARAK BİLİM - TEKNOLOJİ HABERCİLİĞİ

Toplumda bilgi akışını sağlamak adına önemli rol sahibi olan haberler ele aldıkları konular açısından çeşitli incelemelere tabi tutulmaktadır. Tokgöz (2017, s. 158), haberin niteliklerini doğruluk, gerçeklik, nesnellik, anlamlılık, kesinlik, hızlılık, inanılabilirlik ve tutarlılık olarak belirlemiştir. Haberin sahip olduğu bu nitelikler haberin ortaya konuş biçimini de önemli biçimde etkilemektedir. Ortaya çıktığı mecralardaki politikalar doğrultusunda ele aldığı konu ve konuyu ifade ediş şekli değişerek toplumla buluşan bu metinler toplum üzerinde de bir etki bırakmakta ve ortaya çıkan etki, toplumun geleceğini şekillendirecek nitelikte olmaktadır. Haberlerin ele aldıkları konular bağlamında çeşitli şekilde sınıflandırılması da ayrıca mümkün olmakta ancak haberin sosyal yapısı ve bulunduğu toplumsal ortamın değişmesinin paralelinde sürekli olarak kendini yenilediğinden değişiklik yaşatmaktadır.

Dünyanın gelişmesi ve her bireyin birbirinden haberdar olması gerekliliğinin daha fazla hissedilmesi sonucunda habercilikte de var olan ayırım noktaları derinleşerek hem birçok haber türü ortaya çıkmış hem de var olan türler kendini revize etmiştir. Vural (2013, s. 4), gerek iletişim araçlarının yapısında gerek de literatür içinde çoğunlukla; politika, sağlık, spor, magazin, teknoloji haberciliği gibi isimlerin anılmaya başladığından söz etmiştir. Bu kategoriler içinde uzmanlık alanlarına sahip gazeteciler istihdam edilmekte ve hangi konunun ne şekilde ele alınacağı alanında uzman kişiler tarafından analiz edilmektedir.

Habere konu olan olayların çeşitlilik göstermesiyle birlikte alanında uzman gazetecilerin istihdamına yönelik ihtiyacın ortaya çıkışının yanı sıra günümüzde değişen toplumsal yapı karşısında ekonomik anlamda maliyetlerin yükselmesi, yeni talepler ve özellikle dijitalleşmenin ortaya çıkardığı yeni iş kolları da haberciliği birçok kategoriye ayırmıştır. Girgin, gazeteciliğin temel ilkelerinden söz ettiği kitabında gazetecilik alanlarını toplum, siyaset, ekonomi, sosyal olaylar, kültür sanat, hukuk, eğitim ve bilim, din, turizm ve sansasyon olarak ayırmıştır (akt. Vural, 2013, s. 4). Değişen toplumsal yapıyla birlikte bu kategorilere yeni eklemelerin yapılması da mümkün hale gelmiştir. Özellikle hız kavramına yüklenen önemin zamanla artış göstermesi ve bu hız karşısında en az hata yapacak şekilde hareket edilmesinin beklenmesi gazetecilik alanlarının bölünmesini getirmiştir.

Haberlerde yaşanan kategorizasyon, gazetecilerin de kendi aralarında çeşitli örgütlenmelere gitmeleri durumunu ortaya çıkarmıştır. Magazin Gazetecileri

Derneği, Eğitim ve Sağlık Muhabirleri Derneği gibi çeşitli alanlar çerçevesinde birleşen gazeteciler bu noktada da hem kendi alanlarında yaşanan güncel olaylardan haberdar olmakta hem de uzmanı oldukları alana yönelik çalışmalar yapabilmektedir. Haberin günümüzde kategorize edildiği alanlardan biri de değişen teknolojilerin sonucunda bilim - teknoloji haberciliği olmaktadır.

Tarih içinde dünyada ve Türkiye’de bilim – teknoloji haberciliği alanında birçok örnek verildiği görülmektedir. Örneğin kuruluş yılı 1831 olan Takvim-i Vekayi içinde “Fünun” ismiyle bir başlık bulunmakta ve bilimsel eserler tanıtılmaktadır (Koloğlu, 1997, s. 30). Dünya üzerinde de özellikle bilim dergisi olarak başlayan yayımlar sonrasında gazetelerde yer verilecek haberlerin zeminini oluşturmuştur. Yazılı basında ilk bilim haberi 19. Yüzyılda Victoria döneminde “The Athanaeum” isimli bir genel kültür dergisinde yayımlanmıştır (Arslanoğlu, 2014, s. 21). Bilimin bir gazetecilik pratiği olarak yerleşmesi ve bugün bilinen anlamındaki haline örnek oluşturacak biçime dönüşmesi de yirminci yüzyılda olmuştur.

Literatürde bilim gazeteciliği ile beraber anılan teknoloji gazeteciliği de ağırlıklı olarak yaşanan dünyada gerçekleşen son konulara yer vermekte ve alandaki gelişmeleri derinlemesine analiz etmektedir. İlgili kategori, her ne kadar birçok haber sitesi ve basılı gazetede ayrı bir bölüme sahip olsa da literatürde salt teknoloji gazeteciliği olarak kendine yer edinmemiştir. Bu tarz bir gazetecilik, bilim – teknoloji konularında uzmanlaşmış, gazetecilik üretim sistemindeki güncellik, kamu yararı gibi temel nitelikleri takip eden gazetecilik türüdür (Bueno’dan akt. Küçükvardar, 2020, s. 169). Yapılan çalışmaların birçoğunda teknoloji haberciliğinin bilim haberciliğiyle harmanlandığı ve büyük oranda bilim insanlarının gözünden halka haber yapma işi olarak tanımlandığı görülmektedir.

Nelkin (akt. Becerikli, 2013, s. 4), bilim gazeteciliğini üç özellik üzerinden saptamıştır:

1. Bilim gazeteciliği içinde hayal gücü gerçek içeriğin yerini alarak daha fazla alan kaplamaktadır.
2. Haberlerin okuyucuları sansasyonel ve abartılı haber metinlerine maruz bırakılmaktadır.
3. Bilim insanları, şirketler arasındaki rekabet haberin en temel ögesi olarak yer almaktadır.

Cunningham (2006, s. 203), bilim ve teknoloji gazeteciliğinin çağdaş toplumun eleştirel anlayışına katkıda bulunan profesyonel iletişimcileri içeren çok çeşitli çabaları kapsadığını belirtmiştir. Medya eleştirmenleri de bilimsel ve teknolojik ilerlemelere ilişkin toplumda var olan anlayışın birey, toplum ve ulusun büyümesi ve gelişmesi için önemli olduğunu iddia etmektedir. Bu noktada ilgili konularla ilgili bilgi verme işini gören bilim – teknoloji muhabirlerine toplumun aydınlatılması konusunda birçok görev düşmektedir.

Schäfer (2011, s. 1), bilim gazeteciliğinde muhabirlerin bilimsel araştırma sonuçlarını kamuoyuna iletmenin ve bunu herkesin anlayacağı şekilde sunmanın

amaçlandığını belirtmiştir. Bilim – teknoloji gazeteciliğinin işlediği konular gündelik dile dönüştürülmesi gereken konular halini almıştır. Öyle ki yeni bir teknolojinin kullanılmaya başlamadan önce dikkat edilmesi gereken noktaların neler olduğu, hâlihazırda kullanılmış olandan farkları, teknolojinin yol açacağı muhtemel sorunlar ve çözüm yolları gibi konular okuyucuların öğrenmek istediği noktaları oluşturmaktadır. Küçükvardar (2020, s. 169), bilim gazetecilerinin temelde uzmanlık bulundurmayan ve özel terminolojilere sahip bilimsel bilgileri bireyler için anlaşılır ve erişilebilir hale getirmeyi görev edindiğinden söz etmiştir.

Bilim – teknoloji haberciliğinin temelinde de haberin özünü oluşturan araştırmak ve anlatmak dürtüsü bulunmaktadır. Bu noktada bilim – teknoloji muhabirinin toplum içinde bilimsel gelişmeleri anlayabilecek ve takip edebilecek bilgi birikimine gereksinimi vardır. Joshi (2018, s. 10375), bilim – teknoloji gazetecisine ait gerekli gördüğü konuları aşağıdaki şekilde belirtmiştir.

- Sağlık, çevre ve etik konulardaki bilginin geliştirilmesi
- Bilim ve araştırmanın yeni yönlerine aşinalığı içerecek derecede farkındalık
- Bilime gönüllü katılım ve iletişim yoluyla ilgi
- Daha yüksek kaynak tahsisi için paydaşların görüşleri
- Bilimin içeriğini, sürecini, faktörlerini ve bunların ilişkisini anlamak
- Analitik yaklaşım, mantığın uygulanması ve sorgulayıcı bir yapı
- Rasyonel düşünme ve bilimsel yapı

Bu noktada bilim – teknoloji gazetecisinin de bilinen anlamda gazeteci kimliği ile aynı özelliklere sahip olduğu ve bununla birlikte onlardan farklı olarak daha fazla bilimsel farkındalığa ve bilimsel bilgi okuryazarlığına sahip olmasının beklendiği görülmektedir. İnternet gazeteciliğinde okuyucuların dikkatini çekmek ve daha fazla tıklamak amacıyla sorgulanmadan ve içeriği halk diline dönüştürülmeden haber paylaşımı yapılırsa da bilim – teknoloji habercisi haberin diline müdahale edebilme yeteneğine sahip ve doğru bilgi vermekle yükümlü olmalıdır.

Lublinski vd. 67 bilim gazetecisi ve 40 şef editörler yaptıkları araştırma kapsamında bilim – teknoloji gazetecileri için en önemli sorunları aşağıdaki şekilde tabloştırmıştır (Tablo 1).

Tablo 1: Bilim – Teknoloji Gazeteciliğinin Sorunları

Bilim Gazetecileri Tarafından Söz Edilen Sorunlar	Şef Editör Tarafından Söz Edilen Sorunlar
1. Haber odasında mali ve organizasyonel kaynakların eksikliği 2. Haber odasındaki bilim gazetecilerine destek ve teşvik eksikliği 3. Bilim adamlarına, uzmanlara, hükümet yetkililerine ulaşmak ve bilgi edinmek 4. Eğitim ve kurs ihtiyacı	1. Bilim adamlarına, uzmanlara, hükümet yetkililerine ulaşmak ve bilgi edinmek 2. Bilim gazetecilerinin yetersizliği, bilimle ilgili haber yapan gazetecilerin becerileri ile ilgili sorunlar 3. Haber odalarında finansal kaynakların eksikliği

Kaynak: Lublinski vd., 2014, s. 7

İlgili tabloya istinaden haber kaynağına erişmenin ve finansal kaynak yetersizliğinin bilim – teknoloji haberciliği için önemli bir sorun haline geldiği

görülmektedir. Teknoloji haberlerinin doğası gereği kimi zaman teknolojik cihazı kullanmak ve kullanım deneyimini haberleştirmek önem kazandığından bu alana yapılan yatırımlar bir noktada haberin niteliğini de etkiler nitelikte olmaktadır. Lublinski vd. (2014, s. 4), konuyla ilgili olarak toplumların teknolojik gelişmelerden faydalanmaları için bu konuda rapor verebilecek uzman gazetecilere ihtiyaç duyulduğunu belirtmiştir.

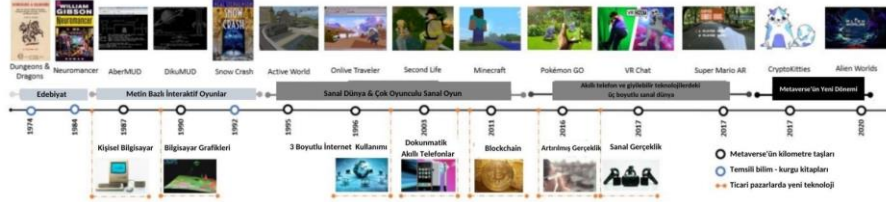
METAVERSE TEKNOLOJİSİ

Metaverse kavramına ait yaygın olarak kabul edilen tek bir tanım olmaması dolayısıyla alanı açıklamaya yönelik dile getirilen görüşler çeşitlilik göstermektedir. Kurgusal olarak tasarlanmış olan bir evren profili çizen Metaverse; kullanıcılar, içerik üreticileri, şirketler açısından farklı şekillerde tanımlanabilmektedir. Günümüzde Metaverse kavramı sadece kullanıcıların birbirleriyle etkileşime girdiği ortamları ifade etmemekte; alışveriş yapabildiği, eğitim alabildiği, çalışabildiği alanlara da imkân tanımaktadır. Kelime olarak incelendiğinde “meta” ve “verse” olarak ayrı ayrı değerlendirmek gerekliliği görülmektedir. Buna göre ötesi anlamına gelen meta ve evren anlamına gelen verse eklerinin birleşimi fiziksel dünyanın ötesinde bir evrene vurgu yapmaktadır (Diosinio vd., 2013, s. 6). Bu sebeple sanal evren, meta evreni, üç boyutlu evren olarak da kullanılabilir.

Birbirinden farklı birçok tanımlama için şemsiye görevi gören Metaverse, yeni bir kavram olmamakla birlikte içinde bulunduğumuz dönem içinde oldukça sık karşılaşılan bir hal almıştır. Lee (2021, s. 72) her on yılda bir bilgi ve iletişim teknolojilerinde bir paradigma değişimi yaşandığını; 1990’larda bilgisayar ile iletişim, 2000’lerde web, 2010’larda mobilin değişim geçirdiğini ve 2020’lerin paradigmasının anahtar kelimesinin Metaverse olduğunu dile getirmektedir.

Günümüzün anahtar kelimesi olarak tanımlanan Metaverse kavramına yönelik tarihsel anlamda inceleme yapıldığında ilk olarak kendini bilim kurgu romanlarında gösterdiği görülmektedir. 1992 yılında Neal Stephenson tarafından yazılan “Snow Crash” isimli romanda Metaverse kavramı ilk kez kullanılmış ve bir sanal gerçeklik tanımlaması yapılmıştır (Diosinio vd., 2013, s. 4). Buna göre bireyler avatar kullanarak, ışıklı ve geniş bir cadde görüntüsünü çağrıştıran sürükleyici bir dünya içerisinde etkileşim kurmuşlardır. Bu yönüyle kullanılan Metaverse kavramı, gerçek dünyaya oldukça benzer ve yoğun katılımlı bir sanal dünyaya atıfta bulunmaktadır. Snow Crash romanının ardından gerçekleşen teknolojik gelişmeler Metaverse kavramının içeriğinin zenginleşmesini ve yayılım alanlarının genişlemesini getirmiştir. Lee vd. (2021, s. 5). Metaverse kavramının 1974-2020 yılları arasındaki dönüşümünü aşağıdaki şekilde grafiklemiştir.

Görsel 1: Metaverse Teknolojisinin Zaman Çizelgesi



Kaynak: Lee vd., 2021, s. 5

Görselde Metaverse kavramına ait kullanımların Snow Crash romanından önce de kullanıldığı görülmektedir. İlgili romandan önceki eserlerde bu kavram, sanal alem anlamında kullanılmaktadır. Kavramın bilinen anlamında kullanımı ise 1992 sonrasında artarak devam etmiştir. İlk aşamada Metaverse gerçek kişilerin sanal ortamda sahip oldukları görselleri kullanmasıyla oluşturulmuş bir evreni tasavvur etse de sonrasında üç boyutlu teknolojilerin gelişimi, dijital oyunların ortaya çıkışı, akıllı telefon ve bilgisayarların kullanımı ile birlikte hem kapsamını hem de etki alanını genişletmiştir.

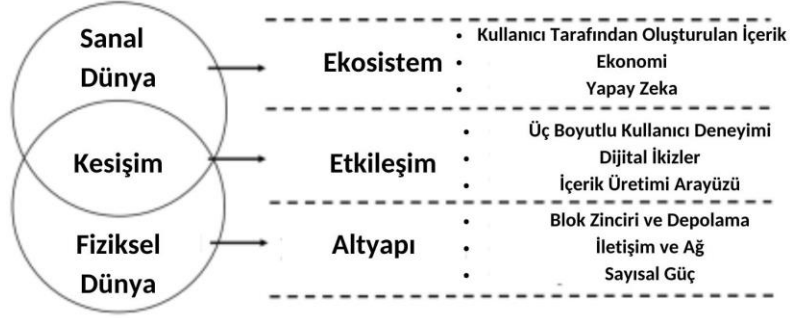
Metaverse kavramının günümüzde sahip olduğu alanın genişlemesiyle birlikte “meta evreni” olarak da kullanıldığı görülmektedir. Meta evreni olarak da adlandırılan bu kavramın içindeki evren kelimesi de geniş bir alanı işaret eder niteliktedir. Bilinen anlamda evren nasıl ki içine birçok gezegeni, yıldızı dahil ediyorsa meta evreni de içerisinde kişilerin gündelik hayat pratiklerinin neredeyse büyük bir kısmını barındırmaktadır. Arvas (2022, s. 65), günümüzde meta evreni projesi olarak kendini gösteren uygulamaların sadece bu evrenin içinde kendine yer bulmak için çalışan denemeler olduğunu belirtmiştir.

Metaverse evreninin amacı, kullanıcılara açık, bağımsız ve üç boyutlu bir çevre sağlamaktır (Jaynes vd., 2003, s. 116). Meta evreni, günümüzde içine sanal gerçeklik teknolojilerini dahil etmektedir. Arvas, bu evrene geçmişte Grand Theft Auto III (2001), Second Life (2003) ve Call of Duty (2003) gibi 3 boyutlu (3D) ya da sanal gerçeklik (Virtual Reality, VR) araçlarının ilham olduğunu belirtmiştir.

Metaverse kavramı içine dahil edilen ve sayısı giderek artan birçok olgu, kavramı anlamaya yönelik çeşitli kavramsallaştırmaları da ortaya çıkarmıştır. Buna örnek olacak şekilde Ball (2021), meta evrenine yönelik olarak sekiz adet bileşen önermektedir. Bu bileşenleri; donanım, hesaplama (compute), ağ kurma, sanal platformlar, değişim araçları/standartları, ödemeler, içerik, hizmetler ve değerler, kullanıcı davranışı olarak sıralamak mümkündür. Bir diğer örnek ise Lee vd. (2021, s. 44) tarafından Metaverse teknolojisine olanak tanıyacak sekiz adet noktanın belirlenmesi üzerinden yapılmaktadır. Bu noktaları bilgisayar ağı, bulut sistemi, yapay zeka, bilgisayar görüntüsü, blockchain, robotik, kullanıcı etkileşimi, genişletilmiş gerçeklik olarak saymak mümkündür. Bu noktada teknolojinin dijitalleşme beraberinde gerçekleşen dönüşümünün Metaverse evreninin oluşumunda pozitif bir etki yarattığı görülmektedir. Dijitalleşme neticesinde ortaya

çıkaran ağ sistemi, bulut yapıları meta evrenini oluşturmada önemli noktada yer almaktadır. Duan vd. ise (2021, s. 155) meta evreninin mimarisini anlamaya yönelik üç adet katman belirlemiştir.

Şekil 1: Metaverse Mimarisi



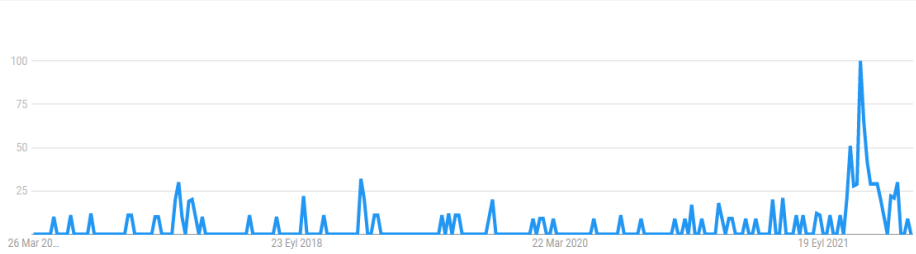
Kaynak: Duan vd., 2021, s. 155

Şekil incelendiğinde Metaverse'ün gerçek dünya ile sanal dünyanın kesişim noktasında konumlandırıldığı görülmektedir. Buna göre Metaverse, gerçek dünyada var olan objelerin kurgulanarak dijital ortamda da varlığını sürdürmesini göstermektedir. Gerçek dünya içinde bulunan insanlar meta evreninde avaturlarıyla var olmakta ve gerçek dünyada yaptığı gibi birçok faaliyette bulunabilmektedir.

Lee vd. aynı zamanda (2021, s. 44) gerçek ve sanal dünyanın kesişim noktasında bulunan Metaverse evreninin altı adet dayanak noktasını belirlemiştir. Bunlar;

- Kullanıcıların avaturları
- İçerik Üretimi
- Sanal Ekonomi
- Sosyal Kabul Edilirlik
- Güvenlik & Gizlilik
- Güven & Hesap Verilebilirlik olarak açıklanmıştır.

Kullanıcıların avaturlarıyla içerik üretimi sağladığı Metaverse evreninde özellikle 2020 yılının başlarında tüm dünyaya yayılarak pandemi olarak ilan edilen COVID-19 hastalığının ardından hız kazandığını belirten görüşler bulunmaktadır. Bunun bir nedenini pandemi sebebiyle bireylerin evlerde daha fazla vakit geçirmesi ve dolayısıyla dijital dünyanın gerçek hayatla daha fazla entegre olması oluşturabilmektedir. Konuya örnek oluşturacak şekilde Kuş (2021, s. 248), Metaverse kavramının popüleritesinin pandeminin başlangıç tarihinden itibaren bir yıl sonra artış göstererek 2021'in Nisan ayında yükseldiğini belirtmiştir. Google Trends üzerinden Metaverse kelimesi aratılarak incelendiğinde dünya genelinde konuya ilişkin aramaların seyri aşağıdaki gibidir;

Görsel 2: Metaverse Kelimesinin Google Trends Üzerinden Analizi

Kaynak: Google, 2022

Buna göre kavram 2017-2018 yılları arasında çok az sayıda da olsa araştırılan bir konuyken 2021 yılında yükselişe geçmiştir. Sözü edildiği üzere Metaverse pandemi döneminde daha çok sayıda inceleme altına alınmış ve konuyla ilgili çalışmalar yapılmıştır. Kavramın sunduğu sanal evren, kişilerin özellikle pandemi döneminde ev içine geçmeleri sonucunda farklı bir alternatif dünya olarak sunulmuştur. Bu evren, kendinden önceki teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak da değerlendirilebilmektedir. Meta evreni; sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik, bulut sistemi gibi teknolojilerinin birleşimi neticesinde oluşmuştur. Lee vd. (2021, s. 5), bu teknolojilerin meta evrenine uzanan bir dijital büyük patlama yarattığını belirtmiştir.

Nesnelerin, tasarımların üç boyutlu şekilde kopyalanıp kullanılmasıyla oluşturulan ve sanal dünyada kullanıcılara sunduğu üç boyutlu bir ekran sayesinde dijital büyük patlama olarak tanımlanabilecek bir farklılığı ortaya çıkaran Metaverse, kullanıcılarına aynı zamanda farklı bir görsel deneyim sunulmaktadır. Öyle ki ileri teknolojinin kullanıldığı sanal ortamlarda kullanıcılar beş duyu organına birden hitap edecek şekilde uyarılmakta ve ortama aidiyetleri artırılmaktadır. Kullanıcılar bu ortamlarda, simüle edilmiş olanla etkileşimini kolaylaştırmak amacıyla kimi zaman giyilebilen teknolojileri kullanmakta ve gerçeğin dışına çıkarak bir hipergerçeklik dünyasına kendini konumlandırmaktadır. Sanal gerçeklik; zaman ve mekan duygusunu manipüle etme yeteneği, etkileşim gibi onu gerçekten benzersiz bir ortam haline getirmek için bir araya getiren birçok özelliğe sahiptir (Sherman & Craig, 2003, s. 50).

Kullanıcıların çeşitli yazılım uygulamalarıyla birlikte üç boyutlu sanal ortamda etkileşim kurmasına olanak tanıyan bu yapılar, gerçek hayattaki pratiklerin büyük bir bölümünü de kullanıcı deneyimine sunmaktadır. Çelikkol (2022, s. 73), Metaverse dünyasında alışveriş, konser, eğitim, toplantı, gezi ve zamanda yolculuk gibi aktivitelerin bulunduğunu belirtmiştir. Bu gibi aktivitelerin yapılmasına olanak tanıyan teknolojiler ise artırılmış gerçeklik ya da sanal gerçeklik uygulamaları olmaktadır. Bu noktada kullanıcılar açısından düşünüldüğünde gerçek dünyanın




birebir kopyası olan ikinci bir dünyanın oluştuğu görülmektedir. Kavram, günümüzde ikiz bir yaşamın sanal dünyada resmedilebilmesi boyutunu önermektedir (Kalkan, 2021, s. 166). Metaverse evreni aynı zamanda çeşitli oyunlara da kaynaklık etmektedir. Second Life isimli oyun buna örnek oluşturabilmektedir. Bu oyun içindeki galeriler ve müzeler üzerinden sanat eserlerinin alışverişi yapılabilmektedir. Bununla birlikte çeşitli markaların açmış olduğu mağazalar dolaşılabilmekte, market alışverişi de yine aynı evren üzerinden yapılabilmektedir. Bu durum günümüzde birçok şirketin bu alan üzerinde yatırımlarını artırması durumunu da ortaya çıkarmıştır. Geniş katılımcıya sahip büyük bir sosyal medya platformu olan Facebook'un CEO'su Mark Zuckerberg'in 2021 yılının Ekim ayında şirketinin ismini Meta olarak değiştireceğini açıklaması da bu alandaki faaliyetlerin hız kazanmasını beraberinde getirmiştir. Zuckerberg tarafından yapılan açıklamalar Metaverse aracılığıyla günlük hayat pratiklerini gerçekleştirmenin yanı sıra kişilerin hologramlar aracılığıyla ofise gidebileceği, sevdikleriyle buluşabileceği, toplantılar gerçekleştirebileceği bir dünyayı göstermiştir. Metaverse oldukça popüler hale gelerek bu alan üzerindeki kullanıcı faaliyetlerine olanak tanıyan mekanların hızla artmasını sağlamıştır.

Metaverse alanındaki gelişmeler Google ve Apple gibi teknoloji şirketlerini daha öncekilerden farklı projelerin ve planların hazırlığına itmiştir (BBC, Ekim 2021). Bu noktada ilgili konunun haberlerde yer alma şeklini görmek, konuyla ilgili günümüz çerçevesini çizebilmek amacıyla önem taşımaktadır. Kavramın kullanımı tarihsel anlamda çok eskilere dayanıyor olmasına rağmen uygulama noktasında özellikle günümüzde hız kazanmıştır. Gerçekleşen bu hız, günümüz teknolojik yapısı ve kullanıcı isteklerini anlamak adına anahtar haline gelmektedir.

YÖNTEM




Çalışma kapsamında ulusal ve uluslararası basından toplam altı adet haber sitesi ele alınmıştır. Ele alınan haberlerin seçiminde Similarweb sitesi üzerinden yararlanılmıştır. Buna göre dünya genelinde en çok tıklanan haber sitesi "BBC, CNN, New York Times" seçilirken Türkiye genelinde "Sözcü, Hürriyet, Milliyet" gazeteleri seçilmiştir.

Görsel 3: Türkiye Genelinde 7 Mart 2022 Tarihi İtibariyle En Çok Tıklanan Haber Siteleri

Rank	Website	Category
1	 sozcu.com.tr	News and Media
2	 hurriyet.com.tr	News and Media
3	 milliyet.com.tr	News and Media

Kaynak: Similarweb, 2022

Görsel 4: Dünya Genelinde 7 Mart 2022 Tarihi İtibariyle En Çok Tıklanan Haber Siteleri

 bbc.co.uk	News and Media
 cnn.com	News and Media
 nytimes.com	News and Media

Kaynak: Similarweb, 2022

İlgili sitelerin yayınladığı haberler belirlenen tarih aralığına göre tek tek incelenerek kategorize edilmiştir. Kategorize edilen bu içerikler, ait oldukları haber başlıkları altında tablolaştırılmıştır. Araştırma kapsamında 1 Ekim 2021 – 3 Nisan 2022 tarih aralığında teknoloji kategorisinde yayınlanan ve Metaverse konusunu içeren haberler ayrı ayrı seçilerek incelenmiştir. Tarihin başlangıcının belirlenmesinde özellikle Facebook’un isminin “Meta” olarak değiştiğinin açıklandığı gün önemli rol oynamıştır.

Araştırma kapsamında yöntem olarak içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizi özellikle sosyal bilimler alanında fazla şekilde kullanılan bir araştırma yöntemidir. Bu tür analiz yönteminde araştırmak istenen konu hakkında nesnel analizlerin yapılması sağlanmakta ve duruma ilişkin tahminler yapılabilmektedir. Roberts (1997, s. 14), içerik analizinin bir metin ya bir sembole yönelik uygulanan metodolojik ölçme yöntemi olduğunu belirtmiştir.

Bu kapsamda çalışmada haber sitelerinin internet siteleri üzerinde teknoloji haberlerine ait kategorinin olma durumu ve ilgili kategoriye ait sosyal medya durum bilgisi tablolaştırılmıştır. Elde edilen bilgilerin ardından Metaverse konusunu işledikleri haberlerin kategorisi tek tek incelenmiştir. Bu noktada internet sitesi üzerinde Metaverse anahtar kelimesiyle tarama yapılmıştır. Metaverse haberlerinin ardından ilgili sitelerin teknoloji konusunda belirlenen tarih aralığında hangi sıklıkta haber yaptığını ölçmek için teknoloji kategorisi incelenerek toplam haber sayısı bulunmuştur. Toplam haber sayısının beraberinde ilgili kategorideki metaverse haberlerinin sayısı yazılarak teknoloji haberlerinin içindeki metaverse haber yüzdesi saptanmış ve analiz edilmiştir.

Araştırmanın Soruları

H1. Ulusal basında metaverse konulu haberler en çok hangi alanda yazılmaktadır?

H2. Uluslararası basın ve ulusal basının metaverse konusunu ele alma şekli farklılıklar göstermekte midir?

H3. Metaverse haberleri uluslararası basında daha fazla yüzdeye mi sahiptir?

H4. Uluslararası basında yerel haber kategorisi altında paylaşılmış olan metaverse haberleri var mıdır?

Araştırmanın Amacı

Çalışmada ulusal ve uluslararası düzlemde oldukça konuşulan bir gelişme olan Metaverse konusunun bireylere ne şekilde aktarıldığının ve hangi özellikleri üzerinde durulduğunun ölçülmesi amaçlanmaktadır. Çalışmanın ulusal ve uluslararası basın olmak üzere iki farklı düzeyde incelenmesinin nedeni ise bu alanda ortaya konan haberlerin ülkelere göre ne şekilde kategorize edildiğini ölçmektir.

BULGULAR

Çalışmada BBC, CNN ve New York Times sitelerinin teknoloji haberlerini yayınlama durumları incelenmiştir (Tablo 2). Buna göre elde edilen bilgiler aşağıdaki gibidir:

Tablo 2: BBC, CNN ve New York Times Haber Sitelerinin Teknoloji Haberlerini Yayınlama Durumları

Haber Sitelerine Ait Bilgiler	BBC	CNN	New York Times
Gazetelerin Teknoloji Haberlerine Ayrılmış Kategorisi	Var	Yok	Var
Gazetelerin Teknoloji Haberlerinin Yayınlandığı Sosyal Medya Hesabı	Var	Yok	Var

BBC ve New York Times siteleri içerisinde teknolojiye ayrılmış bir kategori ve bu haberlerin ayrıca yayınlandığı bir sosyal medya hesabı bulunmaktadır. Twitter üzerinde BBC, @BBCTech ismini kullanırken New York Times @nytimestech ismiyle teknoloji haberlerini okuyuculara sunmaktadır. BBC Twitter üzerindeki hesabını her gün kullanırken New York Times belirli aralıklarla teknoloji haberlerini tweet atan bir yol izlemiştir. Bu hesapların yanı sıra CNN, Business adını verdiği kategori altında teknoloji haberlerini yayınlamaktadır. CNN Business; medya, finans ve gelecek adına haberleri toplayan genel bir başlığı yansıtmaktadır. Bu başlık altında yeni geliştirilen teknolojiler, mali durum özetleri ve gelecek öngörülerinin paylaşımı yapılmaktadır. Haber sitesinin bu duruma istinaden sahip olduğu sosyal medya hesabı da yine aynı konuları kapsayacak şekilde kullanılmıştır. @CNNBusiness ismiyle okuyucular farklı konulardaki haberleri alabilmektedir. Ekim 2021 itibariyle tweet paylaşımı yapmayan hesabın sosyal medyada kendi internet sitesindeki kadar aktif olmadığı görülmektedir.

Hürriyet, Milliyet ve Sözcü gazetelerine ait elde edilmiş olan bilgiler de aşağıdaki şekilde tablolandırılmıştır (Tablo 3).

Tablo 3: Sözcü, Hürriyet, Milliyet Haber Sitelerinin Teknoloji Haberlerini Yayınlama Durumları

Haber Sitelerine Ait Bilgiler	Sözcü	Hürriyet	Milliyet
Gazetelerin Teknoloji Haberlerine Ayrılmış Kategorisi	Var	Var	Var
Gazetelerin Teknoloji Haberlerinin Yayınlandığı Sosyal Medya Hesabı	Var	Var	Var

Buna göre ele alınan tüm örneklemin kendine ait teknoloji haber kategorisi ve teknoloji haberlerini yayınladığı Twitter hesabı bulunmaktadır. Sözcü gazetesi, @SozcuTeknoloji kullanıcı adını kullanırken Hürriyet gazetesi @HurriyetTekno adını kullanmış ve Milliyet ise @milliyet_tekno ismiyle paylaşım yapmıştır. İlgili sosyal medya hesaplarının aktifliği incelendiğinde Hürriyet ve Milliyet gazetelerinin daha aktif olduğu görülmektedir. Sözcü gazetesi, Nisan 2021 tarihi itibarıyla Twitter hesabında herhangi bir paylaşımında bulunmamış ancak internet sitesi üzerinden teknoloji haberlerinin yayınına devam etmiştir.

Tablo 4: BBC, CNN ve New York Times'ın Teknoloji ve Metaverse Konulu Haberlerinin Analizi

Haber Sitelerinin İsimleri	Toplam Teknoloji Haberlerinin Sayısı	Teknoloji Kategorisindeki Metaverse Haberlerinin Sayısı	Toplam Teknoloji Kategorisi İçinde Metaverse Haberlerinin Yüzdesi
BBC	280	27	%9.64
CNN	259	-	-
New York Times	551	46	%8.34

Tablo 4 incelendiğinde CNN'in teknoloji kategorisi altında yayınladığı Metaverse konulu herhangi bir haberin olmayışı dikkat çekmektedir. Bunun sebebi ilgili haber portalının teknoloji haberlerine tahsis edilen ayrı bir kategorisinin olmayışından gelmektedir. Sitede yayınlanan teknoloji haberleri "Business" kategorisi altında yayınlanmıştır. Bu kategori altında belirlenen tarih aralığında toplam 259 adet teknoloji haberi yayınlanmıştır. Yayınlanan haberler arasında Metaverse konusuna ait haberler bulunsun da ilgili haberlerin ait olduğu kategorinin farklı bir kategori olması sebebiyle herhangi bir yüzde hesaplanamamıştır.

New York Times ilgili örneklem içinde en fazla teknoloji haberi yayınlayan site olmuştur. İlgili süre içinde toplamda 551 adet teknoloji haberi yayınlanmıştır. Aynı zamanda New York Times'ın Metaverse konusuna ağırlık veren haberlerinin de diğerlerine oranla daha fazla olduğu görülmektedir. Bunun aksine yüzdelere bakılacak olduğunda BBC'nin teknoloji haberleri içine Metaverse konusunu daha

fazla dahil ettiği görülmektedir (Tablo 4). İlgili haber sitesi toplam 280 teknoloji haberi içerisinde 27 adet Metaverse haberine yer vermiştir.

Tablo 5: Sözcü, Hürriyet ve Milliyet Gazetelerindeki Teknoloji ve Metaverse Konulu Haberlerinin Analizi

Haber Sitelerinin İsimleri	Toplam Teknoloji Haberlerinin Sayısı	Teknoloji Kategorisindeki Metaverse Haberlerinin Sayısı	Toplam Teknoloji Haberleri İçinde Metaverse Haberlerinin Yüzdesi
Sözcü	528	30	%5.68
Hürriyet	203	10	%4.92
Milliyet	237	4	%1.68

Tablo 5'e göz atıldığında örneklem içine dahil edilen her üç haber sitesinin de teknoloji konusunda haber paylaştığı ve haberlerinde Metaverse'e de yer verdiği görülmektedir. Elde edilen oranların BBC ve New York Times siteleriyle kıyaslanmasının neticesinde az olduğu göze çarpmaktadır. Bu noktada Türkiye'de Metaverse konusuna ait haberlerin teknoloji kategorisi altında uluslararası basındaki haberlere kıyasla daha az yer bulduğunu söylemek mümkündür. Bir diğer göze çarpan kısmı ise teknoloji haberlerinin sayısı oluşturmaktadır. Öyle ki her üç haber portalında da teknoloji kategorisi altında oldukça fazla haber üretimi gerçekleştirilmektedir (Tablo 5). Bu haberlerin konusunu ise ağırlıklı olarak yeni üretilen bir cihaza ait özelliklerin neler olduğu, sosyal medya platformları üzerindeki son gelişmelerde neler yaşandığı, teknoloji şirketlerinin sahiplerinin yaptığı etkinliklerin duyurusu oluşturmaktadır.

Tablo 6: BBC, CNN ve New York Times Üzerinden Yayınlanan Metaverse Haberlerinin Konu Dağılımı

Haberin Kategorisi	BBC	CNN	New York Times
Ekonomi	-	-	-
Teknoloji	27	-	46
Gündem	2	-	20
Dünya	5	-	-
Siyaset	-	-	-
Sağlık	-	-	-
Eğitim	-	-	-
Magazin	-	-	-
Yerel Haber	-	-	-
Kültür Sanat	-	-	7
Fikir Yazısı	-	2	25
Seyahat	-	-	-
Moda	-	3	3
Video Haber	-	-	-
Spor	-	1	-
İş Hayatı	5	25	39
Mimari – Tasarım	-	3	-
Diğer	-	-	-

Tablo 6 incelendiğinde uluslararası basında Metaverse haberlerinin ağırlıklı olarak teknoloji başlığı altında verildiği görülmektedir. Teknoloji başlığı altında

ağırlıklı olarak Metaverse kavramının anlamı, gelecekte vaat ettikleri ve bu alana yapılan yatırımların haberleştirildiği görülmektedir. Bununla birlikte geleceğin modasının Metaverse üzerinde neler olacağı, bu alanda yapılan mimari ve grafiksel tasarımlar da yine konuyla ilintili ancak farklı kategoriler altında yayınlanan haberlere örnek oluşturmaktadır. BBC’de fikir yazısının hiç olmayışına karşılık New York Times üzerinde birçok fikir yazısı bulunmakta ve bu yazılar çeşitli kişilerin konuya dair analizlerini ya da düşüncelerini içermektedir. Bununla birlikte dünya kategorisi üzerinden sadece BBC tarafından haber oluşturulduğu görülmektedir. Benzer şekilde kültür sanat kategorisini de sadece New York Times ele almıştır. Kültür sanat haberleri kapsamında dijital sergi ve dijital eserler konusu işlenerek Metaverse üzerindeki oluşumları incelenmiştir. Her üç haber sitesinin de bu noktada ağırlıklı olarak teknolojik birer gelişme olarak Metaverse haberlerine yer verdiği görülmektedir (Tablo 6). Bu noktada CNN, teknoloji haberlerine ait bir kategori belirlemediği ve haberlerini finans, günlük hayat gibi haberlerin verildiği kategori altında yayınlamıştır.

Tablo 7: Sözcü, Hürriyet ve Milliyet Üzerinden Yayınlanan Metaverse Haberlerinin Konu Dağılımı

Haberin Kategorisi	Sözcü	Hürriyet	Milliyet
Ekonomi	3	26	17
Teknoloji	30	10	4
Gündem	5	6	9
Dünya	-	4	1
Siyaset	-	-	3
Sağlık	-	-	-
Eğitim	-	1	3
Magazin	-	1	1
Yerel Haber	-	10	3
Kültür Sanat	-	-	4
Fikir Yazısı	3	21	-
Seyahat	-	2	-
Moda	-	1	-
Video Haber	-	3	-
Spor	-	1	-
İş Hayatı	-	-	-
Mimari - Tasarım	-	-	-
Diğer	-	-	2

Tablo 7’ye bakıldığında Metaverse konusunun çok farklı konular üzerinden işlendiği görülmektedir. BBC, CNN ve New York Times’in aksine ilgili alandaki haberler çok farklı kategorilere bölünmüş durumdadır. Özellikle Hürriyet gazetesi Metaverse konusuna farklı açılardan bakmış ve çok sayıda haber paylaşmıştır. Örneklem içerisine alınan haber platformları arasında en fazla çeşitliliğe sahip olan bu yönüyle Hürriyet olmuştur. Bir diğer ayırım, ulusal basında Metaverse haberlerinin büyük çoğunlukla ekonomi kategorisi altında verilmesinde olmuştur (Tablo 7). Uluslararası basında ekonomi başlığı altında Metaverse konusuna dair herhangi bir habere rastlanmazken ulusal basında bu durum teknoloji kategorisi altında yayınlanan Metaverse haberlerinin sayısını geçmiştir. Bununla birlikte

seyahat, spor ve yerel haber de oldukça kullanılan kategoriler olmuştur. Milliyet gazetesinin kendi ekinde verdiği Metaverse haberleri ise “Diğer” başlığı altında kategorize edilmiştir. Ekonomi kategorisi altında elde edilen haberler incelendiğinde ağırlıklı olarak bu evren üzerindeki arsa alım – satım işlerine doğru bir haber dilinin geliştirildiği görülmektedir. Bununla birlikte çeşitli mağazaların Metaverse üzerinde açacağı mağazacılık girişimleri de oldukça çok sayıda habere konu olmakta ve bu haberler her bir mağaza için tek tek haberleştirilmektedir. Gündem kategorisinde haber portallarının ağırlıklı olarak kavramın kelime anlamına ve çocuklara / gençlere yönelik uyarılara yer verildiği gözlemlenmektedir. Örneklem içerisinde dahil edilen uluslararası basından farklı olarak ulusal basının Metaverse konusunun siyaset, eğitim, sağlık noktaları üzerine de eğildiği görülmektedir. Bu durum, ilgili konunun içerdiği her noktanın derinlemesine analizini getirmekte ve okuyuculara bilgilendirici bir rehber olmaktadır.

SONUÇ

Teknoloji kelimesi çok geniş bir alanı ifade etmesiyle birlikte yeni olan her şeyi kapsar niteliktedir. Bu durum, alana ilişkin okuma yapılmasını ve bu okuma sonucunda bilgi aktarımının gerçekleşmesi durumunu da beraberinde getirmektedir. Öyle ki teknolojinin kendine has dilinin günlük konuşma dilinden farklı olması konuya ait bir okuryazarlığın gelişmesini de gerekli kılmaktadır. Topluma bilgi verme işiyle yükümlü olan habercilik de bu noktada teknolojik gelişmeleri okuma becerisine sahip, bu alanda bilgili ve elde edilmiş olan bilgileri halkın anlayacağı şekilde düzenleyecek kişilerin varlığına ihtiyaç duymaktadır. Teknolojiye ve bu alanda üretilen haberlere ait ayrı bir kategorinin ortaya çıkmasının da bu ihtiyacın karşılanması adına önemli olduğu görülebilmektedir.

Teknoloji haberciliği günümüzde ağırlıklı olarak bilim – teknoloji haberciliği olarak geçmekte ve yeniye dair içerikleri barındırmaktadır. Bu noktada güncel olanın takibinin yapılması durumu haberciliğin tüm kollarında olduğu gibi burada da önem taşımaktadır. Yeni olan bir gelişme karşısında yetersiz bilgiye sahip olan toplumlar konuyu derinlemesine anlamak için haber kaynaklarına ve dolayısıyla da bilim – teknoloji muhabirlerine başvurmaktadır. Bilim – teknoloji haberciliği kapsamında üretilen haberler, kitlelerin diline uygun olarak yazılmaması durumunda bilgilendirme amacına hizmet etmemekte ve bu durum halk için kafa karıştırıcı olabilmektedir.

Özellikle Ekim 2021 tarihi itibarıyla Facebook’un CEO’su Mark Zuckerberg tarafından şirketinin ismini “Meta” olarak değiştireceğinin açıklamasının yapılmasının beraberinde konuyla ilgili çok sayıda bilgi arayışı gerçekleşmiştir. Meta kavramından hareketle geliştirilen Metaverse kavramı da kişilere fiziksel dünyayla dijital dünyanın birleşimi bir ortam yaratma vadini sunmaktadır. Bu durumun şimdiye kadar görülmemiş olması alanda yapılan haberlerin önem kazanmasını sağlamış ve haber sitelerini başvuru bir kaynak haline getirmiştir. Bu noktada haber sitelerinin ilgili konuya ne şekilde yaklaştığını incelemek toplumun genel eğilimlerini görmek adına önem taşımaktadır.

Ulusal ve uluslararası olarak toplamda altı adet haber sitesinin ele alındığı çalışmanın başında belirlenen dört hipotez içerisinde üç tanesi gerçekleşmiş ve bir tanesi gerçekleşmemiştir. Buna göre ulusal basında Metaverse konulu haberlerin birçoğu ekonomi kategorisi altında oluşturulmuştur. Öyle ki Milliyet ve Hürriyet gazetelerinin internet sitelerinde Metaverse konusu teknoloji başlığından ziyade ekonomi başlığı altında işlenmiştir. Bu durum uluslararası basında tam tersi olarak kendini göstermektedir. Uluslararası basında ağırlıklı olarak teknoloji kategorisi altında incelenen Metaverse, ekonomi başlığı altında hiç incelenmemiştir. Ulusal basında yer alan Metaverse üzerinden arsa alım – satımına yönelik haberlere uluslararası basında neredeyse hiç yer verilmemiştir. Bu durum ülkeden ülkeye Meta evreni içindeki yönelimleri de ortaya koyar niteliktedir. Buna göre kimi bireyler bu alanı salt teknolojik gelişme olarak görüp incelerken kimi bireyler de ekonomik anlamda bir fırsat olarak görebilmekte ve yatırım yapmaktadır.

Ulusal ve uluslararası basının Metaverse konusunu ele alma şekilleri de farklılık göstermektedir. Öyle ki ulusal basında yer alan sağlık, eğitim, siyaset, seyahat, magazin gibi konu başlıkları altında uluslararası basında herhangi bir habere rastlanılmamıştır. Bir başka örnek ise uluslararası basında yer alan iş hayatı ve mimari – tasarım kategorilerinde kendini göstermektedir. Öyle ki özellikle CNN, konuya ilişkin haberlerini iş hayatı adı altında toplarken ve diğer mecralar da benzer şekilde konunun tasarım yönüne değinirken ulusal basında bu şekilde bir habere rastlanılmamaktadır.

Metaverse haberleri uluslararası basında daha fazla sayıda yer almaktadır. İlgili tarih aralığında örnekleme dahil edilen uluslararası basın kuruluşları 213, ulusal basın kuruluşları ise 127 haberin paylaşımını yapmıştır. Bu durum, ulusal ve uluslararası basın kuruluşlarının konuyu ele alma şekillerinin yanı sıra üretilen haberin sayılarında da bir farklılığın yaşandığını göstermektedir. Yerel haber kategorisi altında da uluslararası basının herhangi bir Metaverse haberine yer vermediği ancak ulusal basında bu durumun çok sayıda örneğinin olduğu görülmektedir. Bölgesel anlamda da konuyla ilgili farklılıkların yaşandığı bu çerçevede üzerinden görülebilmektedir.

Ele alınan altı örnekleme içerisinde CNN hariç olmak üzere tümünün teknolojiye dair bir haber kategorisi ve sosyal medya hesabı bulunmaktadır. Bilim – teknoloji haberciliği açısından incelendiğinde bu durum önem kazanmaktadır. Konuya ilişkin muhabirlerin istihdam edilmesi de ilgili kategorinin varlığı durumunda daha bilinçli bir toplumun oluşması yönünde önemli bir adım olmaktadır. Haberlerin konuyu ele alış şeklinin farklılık göstermesinin nedenlerinin ise ağırlıklı olarak toplum beklentisi ve toplumsal hareketler olduğu düşünülmektedir. Öyle ki Türkiye’de Metaverse üzerinden arazi alma işinin yaygın olması durumu ulusal basını bu yönde içerik üretmeye itmiş ve uluslararası basında konunun teknolojik bir yenilik olarak algılanması da teknoloji odaklı bir bakış açısının varlığını getirmiştir.

KAYNAKÇA

Arslanoğlu, O. B. (2014). *Bilimin eşik bekçileri, Türkiye’de gazetecilerin gözünden bilim haberciliği*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Medya ve İletişim Sistemleri Yüksek Lisans Programı. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.

Arvas, İ. S. (2022). Gutenberg galaksisinden meta evrenine: üçüncü kuşak internet, web 3.0. *AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 13(48), 53-70.

Ball, M. (2021). Framework for the metaverse. <https://www.matthewball.vc/all/forwardtothemetaverseprimer>. Erişim tarihi: 08.03.2022

BBC (Ekim 2021). Facebook changes its name to meta in major rebrand. <https://www.bbc.com/news/technology-59083601>. Erişim Tarihi: 25.03.2022.

Becerikli, S. (2013). Türkiye’deki bilim teknoloji yenilik habercilerinin profili ve haber yapma pratikleri üzerine düşünmek. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (45), 1-18.

Cunningham, D. (2006, October). Trends in curricular matters for science and technology journalism. içinde *2006 IEEE International Professional Communication Conference*. 203-213.

Çelikkol, Ş. (2022). Metaverse dünyasının, tüketici satın alma davranışları açısından değerlendirilmesi. *İstanbul Kent Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 3(1), 64-75.

Dionisio, J. D. N., Burns, W. G., & Gilbert, R. (2013). 3D Virtual worlds and the metaverse: current status and future possibilities. *ACM Computing Surveys (CSUR)*, 45(3), 1-38.

Duan, H., Li, J., Fan, S., Lin, Z., Wu, X., & Cai, W. (2021, October). Metaverse for social good: a university campus prototype. içinde *Proceedings of the 29th ACM International Conference on Multimedia*. 153-161.

Google Trends. <https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&q=metaverse>. Erişim Tarihi: 23.03.2022

Jaynes, C., Seales, W. B., Calvert, K., Fei, Z., & Griffioen, J. (2003). The metaverse: a networked collection of inexpensive, self-configuring, immersive environments. içinde *Proceedings Of The Workshop on Virtual Environments*, 115-124.

Joshi, A. (2018). Science journalism and communication in India: Challenges and way forward. *International Journal of Current Advanced Research*, 7(2018), 10374- 10379.

Kalkan, N. (2021). Metaverse evreninde sporun bugünü ve geleceğine yönelik bir derleme. *Ulusal Spor Bilimleri Dergisi*, 5(2), 163-174.

Koloğlu, O. (1997). *Halka doğru bilim*. İstanbul: Türk Bilim Tarihi Kurumu.

Kuş, O. (2021). Metaverse: 'dijital büyük patlamada' fırsatlar ve endişelere yönelik algılar. *Intermedia International e-Journal*, 8(15) 245-266. doi: 10.21645/intermedia.2021.109

Küçükvardar, M. (2020). Bilim gazeteciliği: haber siteleri üzerine bir araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2020(52), 166-186.

Lee, J. Y. (2021). A study on metaverse hype for sustainable growth. *International Journal Of Advanced Smart Convergence*, 10(3), 72-80.

Lee, L. H., Braud, T., Zhou, P., Wang, L., Xu, D., Lin, Z., ... & Hui, P. (2021). All one needs to know about metaverse: a complete survey on technological singularity, virtual ecosystem, and research agenda. *arXiv preprint arXiv:2110.05352*.

Lublinski, J., Reichert, I., Denis, A., Fleury, J. M., Labassi, O., & Spurr, C. (2014). Advances in african and arab science journalism: capacity building and new newsroom structures through digital peer-to-peer support. *ecquid novi. African Journalism Studies*, 35(2), 4-22.

Roberts, C. (1997). *Text analysis for the social sciences*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

Schäfer, M. (2011). Science journalism and fact checking. *Journal of Science Communication*, 10(4), C02.

Sherman, W. R., & Craig, A. B. (2003). *Understanding virtual reality*. San Francisco, CA: Morgan Kaufman.

Similarweb. (2022). <https://www.similarweb.com/top-websites/category/news-and-media/> sitesinden 07.03.2022 tarihinde erişildi.

Similarweb. (2022). <https://www.similarweb.com/top-websites/turkey/category/news-and-media/> sitesinden 07.03.2022 tarihinde erişildi.

Tokgöz, O. (2017). *Temel gazetecilik*, 12. Baskı, Ankara: İmge Kitapevi.

Vural, A. M. (2013). Haberleşmede uzmanlaşma ve tematik ayrımlar. A. M. Vural (Ed.). *Haber Türleri içinde*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Yayınları.