

Üniversite Öğrencilerinin Betimlemeleriyle Sosyal Medyanın Afet Sonrası Farklılaşan İşlevleri¹

Gaye Gökalp Yılmaz²

Melisa Başkuş³

Özet

Bu çalışma, 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş Depremleri sonrası sosyal medya kullanımına çeşitli bir yaklaşımla, Afet sırasında sosyal medya kullanımı ve sosyal medyanın afet sonrası süreçlerde farklılaşan işlevinin analiz edilmiştir. Afet durumlarında dijital ortamın etkili bir iletişim ve yardımlaşma aracı olarak kullanılabilmesi için yapılan paylaşımların içeriği, hangi mecralar üzerinde yayınlandığı, kimler tarafından yayınlandığı gibi etkenlerin araştırılarak önemli veriler elde edilmesi çalışmanın amaçları arasında yer almıştır. Afet zamanında müdahale aşamasında yaşanan toplumsal krizlerin, hangi boyutlarda sosyal medyaya yansıdığının incelenmesi de ayrıca araştırmanın alt amaçlarını oluşturmaktadır. Bu amaçtan hareketle afet sonrası yaşanan kriz ortamında, sırasında ve sonrasında sosyal medyanın işlevselliği Kahramanmaraş depremleri özelinde irdelenmiştir. Kahramanmaraş Depremleri'nin yol açtığı kaygı ve öfke gibi duygular sebebiyle sosyal medya platformlarında toplumsal bir dayanışma ve bütünlük oluşturulduğu görülmüştür. Kolektif travmalar bireysel olduğu kadar toplumsal açıdan da önemli sonuçlara ve sorunlara neden olabilmektedir. 6 Şubat depreminden sonra; afet sonrası müdahale aşamasında, öncelikli olarak bireylerin barınma ve güvenlik ihtiyaçlarının giderilmesi ve deprem bölgesinin yeniden yapılandırılmasına öncelik verilmiştir. Ancak depremin sosyolojik sonuçlarının araştırılması ve yaşanan sosyolojik sorunların çözümlenmesi aşaması bu kadar hızlı

- 1 "Bu çalışma TÜBİTAK 2209 "Üniversite Öğrencileri Araştırma Projesi" olarak 2024 yılında desteklenmiş ve elde edilen verilerle bu metin derlenmiştir".
- 2 Doç. Dr. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, gayegokalp@gmail.com, 0002-6304-3425.
- 3 Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Ana Bilim Dalı, 0009-0000-8768-7420 melisabaskus@gmail.com,

gerçekleşmemiştir. Bu çalışma depremin sosyolojik açıdan analizine bir örnek olarak sosyal medya kullanımı ve deprem sonrası sosyal medyanın farklılaşan işlevlerine odaklanmıştır. Araştırma alanını Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi öğrencilerinin oluşturduğu çalışmada, deprem sonrası alt yapı çalışmalarının, geçici göç sürecinin, depremedelerin yerleştirildikleri 13 ildeki deneyimlerinin ya da deprem sonrası iyileştirme ve yardım faaliyetlerine katılımın dijital medya kanalıyla nasıl işlevselleştirildiği merkeze alınmış olup veriler derinlemesine görüşmelerle ortaya konmaya çalışılmıştır.

Giriş

Afetler, günlük yaşamda beklenmedik anlarda karşılaşılabileceğimiz olaylardır ve ani bir şekilde meydana gelebilirler. Ortaya çıktıklarında fiziksel, çevresel, sosyal ve ekonomik kayıplara yol açtıkları gözlemlenmektedir. Bu bağlamda, afetler bir topluluğun günlük rutinini derinden etkileyerek, şiddetine bağlı olarak bireylerin yaşamlarını kesintiye uğratabilir ve normal akışını durdurabilir. “Afet; insan topluluklarını yaşadıkları yerlerde aniden veya zamanla gerçekleşen gerek doğanın olağan devinimiyle, gerekse de insanın doğrudan ya da dolaylı müdahalesiyle gerçekleşe; fiziksel, ekonomik, psikolojik ve daha birçok yönden büyük hasarlara ve kayıplara neden olan ve etkileri bakımından önemli toplumsal sonuçlar doğuran sosyal bir olgudur” (Can, 2020). Afetin kökenine baktığımızda ise doğal, teknolojik ve insan nedenli olaylara dayanmaktadır. Afetin büyüklüğüne karar verilirken meydana gelen can kayıpları/yaralanmalar, bölgede oluşan hasarlar ve bu hasarların sosyal ve ekonomik kayıplara bakılarak karar verilmektedir (Erkal ve Değerliyurt, 2009). Lindell’e göre ise afet şu şekilde tanımlanmaktadır; “afetlerin klasik, tehlike/afet ve sosyal afet olmak üzere üç farklı kategoride tanımlanmaktadır. Afet zaman ve mekâna bağlı biçimde değişen toplumun ve toplumun alt katmanlarının fiziksel zarar gördüğü üyelerinin bir kısmının kayba uğradığı sosyal karışıklığa yol açan, sosyal yapının zarara uğradığı ve toplumun temel işlevlerini yerine getirmesinde kesinti yaratan olay olarak tanımlanmaktadır” (Lindell, 2013). Bu çalışma kapsamında afet sonrası müdahale ve iyileştirme süreçlerine odaklanılarak sosyal medyanın afetler sonrası “hayati işlevi” betimlenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda, afet sonrası iyileştirme ve müdahale süreçlerinin tanımlanması da ön plana çıkmaktadır. Dünya genelinde afetlerle mücadele, genellikle bir dizi önemli adım içeren bir yapı olarak kabul edilmektedir. Çeşitli modeller ve döngüler geliştirilmiştir. Genelde kabul edilen bu ana döngü, sırasıyla risk ve zarar azaltma, hazırlık, müdahale, iyileştirme ve yeniden yapılanma aşamalarını içermektedir. Uluslararası literatürde, afetlerle mücadele özellikle vurgulanan süreçler arasında genellikle afet sonrası müdahale ve iyileştirme aşamaları öne çıkmaktadır. Afetlere karşı hazırlık, toplulukları etkili bir şekilde afete hazırlayarak, etkili müdahale ve iyileşme süreçlerini destekleyebilir. Bu

çerçeve, planlar oluşturmak, toplulukları ve kuruluşları eğitmek aracılığıyla afetlerin etkilerini azaltmak mümkündür. Bu bağlamda erken uyarı ve iletişim süreçlerini kurmak ve sürdürmek, afetlere karşı hazır olma açısından önemli unsurdur. UNDRR (2021) perspektifine göre, iyileştirme kavramı, bir afetin etkisi altındaki bir topluluğun veya toplumun sadece geçim kaynakları ve sağlığı değil, aynı zamanda ekonomik, fiziksel, sosyal, kültürel ve çevresel varlıkları, sistemleri ve faaliyetlerini eski haline getirme veya geliştirme sürecini içerir. Bu bağlamda iyileştirme, sürdürülebilir bir toparlanma ve dayanıklılığın sağlanması için çok boyutlu bir yaklaşımı ifade etmektedir. (Kahraman, Polat, Korkmazıyürek, 2021). 6 Şubat 2023 tarihinde 04:17'de 7.7 büyüklüğünde ilk deprem meydana gelmiştir. Bu depremin ardından 9 saat sonra ikinci bir deprem yaşanmıştır. Bu depremler aktif fay sistemleri arasında bulunan Doğu Anadolu Fay Zonu üzerinden gerçekleşmiştir (www.afad.gov.tr). Bu fay hattından etkilenen 11 ilimizin listesi şu şekildedir; Kahramanmaraş, Adıyaman, Hatay, Osmaniye, Gaziantep, Kilis, Şanlıurfa, Diyarbakır, Malatya, Adana ve Elazığ'dır. 6 Şubat 2023 tarihinde meydana gelen iki deprem ülkemizdeki en büyük can ve mal kaybı yaşatmıştır. AFAD'ın 25 Şubat 2023 tarihindeki verilere göre; 44 bin 374 kişi hayatını kaybetmiş, 18.200 bina yıkılmış ve 750.000 yapı hasar görmüştür (Şenol, Akbaş, Çalışkan 2023).

Çalışmanın temel odak noktasını oluşturan sosyal medya kavramı, kültür endüstrisi ve medya ilişkisi içerisinde kavramsallaştırılabilir. Kültür endüstrisi kavramı, özellikle kitle iletişim araçları tarafından üretilen kültürel içeriğin standartlaşarak metalaşması ve bu araçların sistemin yeniden üretilmesindeki rolü, Horkheimer ve Adorno'nun perspektifinden ele alındığında, ideoloji sorunsalını ortaya koymak adına önemlidir (Adorno, 2010). Horkheimer ve Adorno'nun düşüncelerine bağlanarak, medya aracılığıyla insanların uyuşturulması ve tek tipleştirilmesi gibi konular, kültür endüstrisinin toplumsal etkileşimleri nasıl etkilediği konusunda derinlemesine bir anlayış sunar. Bu bağlamda, kitle iletişim araçlarının toplumun kültürel dinamiklerini nasıl şekillendirdiği ve bu etkileşimlerin insanların düşünce ve davranışları üzerindeki etkileri daha net bir şekilde anlaşılabilir (Adorno, 2007). Meydana gelen her afetten sonra toplumsal yapıda dağılmalar ve birleşmeler yaşanmaktadır. Sosyal sistem yeniden oluşmuştur (Kolukırkı, Arslan, Gökalp Yılmaz, 2022). Bu sebeple afet sürecinde insanların etkileşimleri, günümüz çağının getirisi olan kitle iletişim araçlarına da yansımıştır. Bu noktada depremin sosyolojik boyutunu ele almak ve depremin sosyal medyadan nasıl alımlandığı incelenmiştir. Çalışmamızın temel perspektifi bu doğrultuda olmuştur.

Sosyal medya günümüz sosyolojik yapısını tanımlamada en önemli unsurlardan biri haline gelmektedir. Sosyal medya, günümüzde sadece insanların haber alma, bilgi paylaşma, iletişim kurma ve dayanışma gösterme

gibi ihtiyaçlarını karşılamakla kalmamakta aynı zamanda deprem gibi afet durumlarında insanların duygu ve düşüncelerini ifade etme, yardım talep etme veya yardım sunma, destek verme veya destek alma gibi eylemlerini gerçekleştirdikleri bir platform haline gelmektedir. Örneğin Kahramanmaraş Depremleri zamanında Twitter ve Instagram gibi sosyal platformlar insanların yardım talep ettikleri, seslerini duyurduğu bir mecra haline geldiği görülmektedir. Çok kısa bir süre içinde çok hızlı bilgi paylaşımına izin veren sosyal medya paylaşımlarının bir kısmı da depremin nedenleri, sonuçları ve önlenmesi ile ilgili bilimsel veya siyasi tartışmaların ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Bu tartışmalar, depremin toplumsal bilinçlenme ve sorumluluk alma açısından önemini vurgulamaktadır. Aynı zamanda asılsız haberler sebebi ile toplumda anomiye sebep olabilmektedir. Bu sebeple sosyal medya bilinçli kullanılması önerilen bir platformdur. Deprem hem doğal afet hem de toplumsal bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Kitle iletişim araçları, insanları toplu harekete geçirmek veya belirli davranış kalıplarını benimsemelerini sağlamak için kullanılabilir. Bu sayede kitlelerin kültür endüstrisinin egemenliği altına girmeleri kolaylaşmaktadır (Erdoğan, Alemdar, 2011).

Adorno ve Horkheimer'in görüşlerine göre, kültür endüstrisi yaşamın her alanını metalaştırırken, bunun sonucunda hâkim ideoloji ekonomik ve ideolojik açıdan kitlelerin bilincinde yeniden üretilir. Kültür endüstrisi paradigmasına göre, kitle kültürü insan bireyselliğini tehdit eder. Adorno ve Horkheimer, medyanın iktidar ilişkileri tarafından korunup çoğaltılarak dağıtılan, yani iktidarın onayladığı ve beslendiği bir endüstri olarak görmektedir (Adorno, 2007). Adorno kültür endüstrisinin kitlelere yönelik bağlamını kötüye kullanarak verimli ve değişmez görünen bir anlayışı artırmaya ve güçlendirmeye çalıştığını ifade etmektedir (Adorno, 2005). Hermida sosyal ağlarda enformasyonun büyük bir hızla dolaşımında olmasını olumlamaktadır fakat doğru haberler kadar yalan haberler de aynı hızla yayılmaktadır. Hermida, gerçeği kurgudan ayırmak için yapılabilecekler üzerine önerilerini paylaşmış ve artık haberin doğruluğunun teminatı, sorumluluğu medyadan çok bireylerin sırtına binmiş olduğunu anlatmaktadır (Erkmen, 2017). Bu noktada Hermida'nın sözünün önemi ortaya çıkmaktadır. İhbarların asılsız olup olmadığının belirlenebilmesi için filtreleme yöntemine başvurulması önemli bir örneği oluşturmaktadır. Dolayısıyla sosyal medyadaki haberlerin doğruluğu medyadan çok bu platformları tüketen bireylere kalmıştır. Sosyal medya, bilgiye her yerden ve her zaman kolay erişim sağlaması, sınırları ortadan yok ederek küresel köy kuramını canlandırması, sosyalleşme imkânı sunması ve birçok yönden olumlu etkilerle almasıyla faydalı bir platform olarak değerlendirilmektedir. Ancak, aynı platformlara farklı perspektiflerle bakan kişiler tarafından olumsuz sonuçlara yol açtığı ve eleştirilere maruz kaldığı

ifade edilmektedir. Sosyal medya, hem sosyal etkileşim için bir araç, toplumsal tepkilerin bulunduğu bir ortam hem de güvenlik açısından potansiyel bir tehdit olabilmektedir (Yıldırım, 2012). Cerrah, sosyal medyaya yönelik eleştirileri şu şekilde sıralamaktadır (Cerrah, 2016); kontrol edilememe özelliği ya da otorite eksikliği, çoklu kimlikler ya da kimliksizlik, mahremiyetin ortadan kalkması ve etik dışı davranışlara ortam hazırlaması, insan psikolojisi üzerindeki olumsuz etkileri, insanları asosyalleştirmesi olarak ifade etmektedir. Kontrol edilememe özelliği ile sosyal medyada herkes çok rahat bir şekilde paylaşım yapabildiği ve belirli bir sınırlama olmadığı için kaynak güvenilirliği tehlikeye düşmektedir. Düzenli bir otorite eksikliği olduğu için büyük bir karmaşa oluşmakta ve insanları yanıltma riski artmaktadır. Örneğin depreme ait birçok görüntünün sansürsüz bir şekilde yayımlanması başta küçük yaşta çocuklar olmak üzere birçok insanın da psikolojisinin olumsuz etkilenmesine sebep olmuştur. Her ne kadar yardım kuruluşları kendi içerisinde filtreleme yöntemi kullansa da asılsız ihbarların tam olarak önüne geçilememiştir (Cerrah, 2016). “Çoklu kimlikler ya da kimliksizlik, sosyal medyanın kimliği gizlemeye veya birden fazla kimlik kullanmaya elverişli olması beraberinde pek çok olumsuzluğu da beraberinde getirmiştir” (Acun, 2011). Buna şu şekilde örnek verebiliriz; örneğin deprem sonrasında yardım toplayan kuruluşlar taklit edilerek asılsız paylaşımlar yapıp insanların zor duruma düşmesine sebep olabilmektedirler (Cerrah, 2016). Mahremiyetin ortadan kalkması ve etik dışı davranışlara ortam hazırlaması; sosyal medya araçlarında kullanıcıların çoğu mahremiyet sınırlarını kaldıran tarzda içerik oluşturduğu ve kişisel bilgilerini paylaştıkları için birbirlerinin özel alanlarına müdahale etmektedirler. Bu müdahale birçok etik dışı davranış da beraberinde getirmiştir (Manavcıoğlu, 2009).

Deprem sonrasında depremzedelere ait görüntülerin izinsiz bir şekilde paylaşılması insanların mahremiyet alanlarına girilmesine sebep olmaktadır. Bu da sosyal yaşamı olumsuz etkilemektedir. İnsan psikolojisi üzerindeki olumsuz etkileri; deprem zamanında çıkan görüntülerin sansürsüz ve sürekli paylaşılması insanlarda korku ve panik yaratmaktadır. Depremi ilk günlerinde insanlar asılsız haberler yüzünden sürekli olarak tetikte ve her an olumsuz bir şey olacakmış kaygısı ile tetikte durmaya başlamışlardır. Afetlerin ardından ortaya çıkan kriz ve kaos ortamları, iletişim sorunlarının belirgin bir şekilde arttığı bir süreçtir. Bu süreç içerisinde, medya önemli bir bilgi kaynağı olarak karşımıza çıkmaktadır. Afet iletişimi açısından geleneksel medyanın kapsamı genellikle tek bir kaynaktan çıkmaktadır. Geniş kitlelere ulaşma özelliği sınırlıdır. Buna bağlı olarak izleyicinin katılımı ve tepkisinde sınırlı kalmaktadır. Sosyal Medya bu yönden önemli bir fark yaratmaktadır. Geleneksel medya, çoğunlukla tek yönlü bir iletişim aracı olarak işlev görmektedir. Ancak sosyal medya platformları, kullanıcıların etkileşimde bulunmasını, geri bildirim vermesini ve bilgi üretip

paylaşmasını sağlamaktadır. Bu durum, afet durumlarında toplumun daha aktif bir rol oynamasına ve kendilerine özgü deneyimlerini paylaşmasına olanak tanımaktadır. Böylelikle afet iletişimi sürecinde daha fazla çeşitlilik ve katılım sağlayarak toplumun ihtiyaçlarını daha etkili bir şekilde karşılayabilmektedir.

Global Digital 2022 Report'a göre, dünya nüfusu Ocak 2022 itibariyle 7,91 milyar kişiye ulaşmıştır. Cep telefonu kullanıcıları dünya nüfusunun %67,1'ini oluşturarak 95 milyon kişi daha artmıştır. 2022'nin başında küresel internet kullanıcıları 4,95 milyara çıkarken, sosyal medya kullanıcıları ise dünya genelinde 4,62 milyarı bulmuştur, ki bu oran dünya nüfusunun %58,4'üne denk gelmektedir. Sosyal medya kullanım oranı her yıl artış göstermekte olup, bu platformların afet ve kriz dönemlerinde geniş kitlelere hızla ulaşma potansiyeli, dünya genelinde ve ülkemizde büyük bir etki yaratmaktadır (Şahin, Demirbilek, 2023). Sosyal medya platformlarının kullanıcı sayısındaki artışla birlikte, normal zamanlarda yeni bağlantılar kurmak için kritik bir iletişim aracı haline gelmiştir. Ancak, afet ve acil durum gibi olağanüstü zamanlarda, sosyal medya platformları olumlu gelişmelerin yanı sıra kamu hukukunu ve özel hukuku kapsayan çeşitli uyuşmazlıklara da yol açabilir (Çakır, 2017). Bu platformlar, afet durumlarında çok seslilik, dayanışma ve bilginin hızla geniş kitlelere ulaşması gibi olumlu etkiler sağlayabilir. Ancak, bu durum aynı zamanda hem kamusal hem de özel hukuku etkileyen çeşitli anlaşmazlıkları beraberinde getirebilir. Özellikle, acil durumlar sırasında sosyal medya üzerinden yayılan bilgilerin doğruluğu, toplumun tepkileri ve afetle ilgili kaynakların yönlendirilmesi gibi konularda hukuki sorumluluklar ve çatışmalar ortaya çıkabilir. Bu bağlamda, sosyal medyanın afet iletişimindeki rolü sadece olumlu etkilerle sınırlı değildir; aynı zamanda hukuki ve etik konularda da dikkatle ele alınması gereken önemli bir faktördür. Bu noktadan hareketle sosyal medyada yer alan depremlerle ilgili paylaşımları (video, içerik, ses kaydı) verdikleri mesajlara göre (depremin neden olduğu can kaybı ile ilgili eleştirel mesajlar, depremin alt yapı sorunları nedeniyle yarattığı maddi kayıplar, resmi ve gönüllü can kurtarma ekiplerinin mücadeleleriyle ilgili paylaşımlar, ajitasyon amaçlı mesajlar, yardım toplama amaçlı mesajlar. Böylece sosyal medya paylaşımlarının ve dijital platformlarda dolaşan (ses, görüntü, yazı vb) içeriklerin deprem sonrası süreçte kullanıcıların yardım faaliyetleri, destek faaliyetleri gibi alanlarda ne şekilde kullanıldığı incelenmiştir. Literatür taramasından hareketle çalışmanın özgün değerini, dijital platformlarda yer alan paylaşımların deprem sonrası müdahale ve iyileştirme süreçlerinde üniversite öğrencileri bağlamında ne tür işlevsellik kazandığı, söz konusu medya araçlarının hangilerinin nasıl kullanıldığı belirlenmeye çalışılmıştır. Yapılan bu çalışmamızın Yüksek öğrenim öğrencileriyle ilgili yürütülen çalışmalarda da altlık bir çalışma oluşturulması beklenmektedir. Özgün Değer Ulusal ve

uluslararası literatürde sosyal medyaya yapılan eleştiriler ve depremin sosyal medyaya yansımaları farklı boyutlardan ele alınıp incelenmiştir.

Bu çalışmada,

- Sosyal medyanın deprem gibi büyük afetlerde üniversite öğrencileri üzerindeki işlevselliği ve bunun farklı yönlerden değerlendirilmesi ilk kez kapsamlı olarak ele alınmıştır.
- Üniversite öğrencilerinin deprem sonrası süreçte sosyal medya kullanımı özgün olarak araştırılmıştır.
- Güvenli veri akışının sağlanmasına yönelik çalışmalar hedef alınarak sistematik bir araştırma sağlanmıştır.
- Ayrıca çalışma üniversite öğrencilerinin deprem sonrası iyileştirme çalışmalarında sosyal medyayı nasıl işlevselleştirdiğinin betimlenme çabası noktasında özgün değer içermektedir.

Dijital platformların, deprem süreci ve sonrasında hayat kurtarıcı bir misyon üstlenerek önemli bir araç olarak öne çıkmaktadır. Bu platformlar, deprem etkisi altındaki bölgelerde iletişim sağlama, acil durum bilgilendirme ve koordinasyon gibi kritik işlevleri yerine getirme kapasitesine sahiptir. Ayrıca, deprem sonrasında bu dijital araçlar, acil yardım çağrıları, kaynak yönetimi, hasar tespiti ve kurtarma operasyonları gibi süreçlerde etkin bir şekilde kullanılarak hızlı müdahale ve iyileşme süreçlerine katkıda bulunmaktadır. Bu nedenle, dijital platformlar, depremle mücadelede ve sonrasındaki aşamalarda stratejik birer aparat olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda elde edilen verilerle afet sürecinde dijital platformların işlevselliği aydınlatılmaya çalışılmıştır.

Elde edilen sonuçlar yeni araştırma yöntemlerinin geliştirilmesi konusunda ara basamak olma niteliği taşımaktadır. Bunun yanında ulusal ve uluslararası kriz durumlarında dijital platformların ne tür bir işlev edindiği konusunda bir alt çalışma olmuştur.

Göç Politikaları Uygulama ve Araştırma Merkezi'nin Deprem Sonrası Göç ve İnsan Hareketlilikleri: Durum Değerlendirme Raporu'na göre; Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarıyla birlikte her türden statüden bölgedeki nüfus değerlendirildiğinde 15.784.390 kişinin depremden etkilendiği söylenebilir. Oransal olarak bu Türkiye'deki bilinen insan mevcudiyetinin %17,51'ine karşılık gelmektedir. 14 Şubat 2023 tarihinde yapılan açıklamada tahliyeler ve kendi imkanlarıyla bölgeden ayrılanların sayısının 2,2 milyon olduğu değerlendirilmiştir. Anadolu Ajansı (AA)'nın bölgedeki resmi makamlardan derlediği verilere göre deprem bölgesinden ayrılan insanlar Türkiye'deki her ile dağılmış vaziyettedir. Depremden bir gün önce 11 ilde sinyal veren 2,5 milyon

cep telefonunun, depremi takip eden günlerde başka bölgelerden sinyal verdiği tespit edilmiş. Bu durum, kısa bir süre içinde geniş bir nüfus kitlesinin bu bölgeleri terk edip göç ettiğini göstermektedir. Aynı şekilde, bölgeden tahliye edilen 500 binden fazla kişi olduğu ve resmi olmayan verilere göre bu 11 ilde milyonları aşan bir nüfusun göç ettiği ortaya çıkmaktadır (Öztürk, Kırca, 2023). Bu veriler, sosyolojik bir bakış açısıyla dijital platformlara yansıdığına, göçün toplumun dokusunu nasıl etkilediğini ve sosyal dinamiklerde nasıl değişikliklere neden olduğunu gösterebilmektedir. Sosyal medya, göç edenlerin deneyimlerini paylaşma, yardım talep etme ve dayanışma oluşturma gibi etkileşimler için bir platform sağlar. Aynı zamanda, göçün toplumsal yapıda yarattığı etkiler, bu platformlarda tartışma ve farkındalık yaratma potansiyeli taşır. Özellikle, bireylerin deprem sonrası yaşadıkları zorlukları paylaşarak toplumsal destek aramaları ve sağlanan yardımları duyurarak dijital platformlarda birbirlerine destek olmaları, sosyal medyanın göç sürecinin sosyal boyutlarını güçlendirebilir. Türkiye’de afet konusundaki sosyal medya kullanımının ilk örneği, 23 Ekim 2011 tarihinde Van Erciş depremiyle yaşanmıştır (Karahisar, 2016). Van’da meydana gelen 7.2 şiddetindeki depremin ardından televizyon programı sunucusu Okan Bayülgen, acil durum bilgilerini Twitter üzerinden paylaşmıştır. Bu bilgiler doğrultusunda AKUT tarafından görevlendirilen ekipler hızla adrese yönlendirilmiş ve kısa bir süre içinde enkaz altında kalan iki kişi kurtarılmıştır (Yazıcı ve Zincir, 2013). Ayrıca, afet sürecinde Twitter’ın kullanımı, kullanıcıların öne çıkarmak istedikleri acil ve hayati kurtarma bilgileri retweetleyerek bilginin daha hızlı bir şekilde yayılmasına da katkı sağlamıştır (Çanakçı vd., 2022). Ancak, sosyal medyanın yaygın kullanımı, afet yönetimi için bazı önemli zorlukları da beraberinde getirmektedir (Argın, 2023). Bu çalışmada 6 Şubat Kahramanmaraş Depremleri sonrasında dijital platform kullanımı ve afet farkındalığı yaratmıştır. Afetlerin yarattığı kriz ortamının sosyal medya platformlarına da yansıdığı görülmektedir ve bu bağlamda, sosyal medya içeriklerinin hızlı, kontrolsüz ve anonim biçimde paylaşılması, sosyal medya kullanımının hayati işlevinin yanında dikkat çeken eleştirel boyutu oluşturmaktadır. Sosyal medyanın kontrolsüz kullanılması kaos ortamı yaratmaktadır.

6 Şubat Kahramanmaraş Depremleri sürecinin dijital platformlara yansması, çoğunlukla depremin bireylere yaşattığı korku, travma, öfke ve kaygı gibi duygularını yansıtmak, yardım talep etmek, bilgi almak veya vermek üzere dayanışma gösteren bir içeriktedir. Deprem bölgesinde olmayan bireylerin sosyal medya kullanımı ise bilgi edinmek ve yardım kampanyalarına katılmak veya depremzedelere yardımda bulunma amaçlı olmaktadır. Sosyal medyada toplumun tepki gösterebileceği içeriklerin paylaşılması bireylerin birbirini etkilediğini göstermektedir. Bu paylaşımların tümüne bakıldığında

depremin toplumsal etkilerini gösteren önemli veriler oluşmaktadır. 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş Depremleri'nin sosyal medyaya yansması hem fiziksel hem de sosyolojik boyutu olan bir örnektir. Deprem sadece doğal bir afet değil, aynı zamanda toplumsal bir sorundur. Bu çalışma, yukarıda sözü edilen bilgiler doğrultusunda yürütülmüştür. Kahramanmaraş Depremleri'nin sosyal medyaya yansması sadece bir sosyal medya içeriğini oluşturmamaktadır. Bu paylaşımlar birer toplumsal sorunla ilişkisel olarak toplumsal hareketliliği, yardım davranışını ya da içerik üretme pratiklerini belirler düzeye gelmektedir. Daha önce sosyal medya ve üniversite öğrencilerinin sosyal medya içeriklerini nasıl işlevselleştirdiklerine dair detaylı bir şekilde incelenmemiş olan bu unsurların açıklığa kavuşturulmasıyla afet sosyolojisine, afet gibi toplumsal krizlerde sosyal medyanın doğru bir şekilde kullanılmasına veya sosyal medyaya eleştirel yaklaşım içerikli çalışmalara bir alt çalışma olmaktadır. Bu çalışmanın benzer içerikli yeni yapılacak olan araştırmalara bir ön çalışma ayağı olmaktadır.

Bu çalışmada Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri'nden biri olan Nitel Araştırma yöntemi kullanılmıştır. Sosyal bilimlerde çok sık kullanılan veri toplama tekniği olarak derinlemesine görüşmelerde, bireylerin içinde bulundukları özel durumlara ait tecrübe, duygu ve düşünceler, görüşülen bireylere birebir kendilerini ifade edebilme imkânı sunarken araştırmacıya da görüşme yaptığı bireylerin dünyalarını anlamayı ve bakış açılarını derinlemesine keşfetme imkânı sunmaktadır (McCracken, 1988). “Görüşme, gözlem ve doküman çözümlemesi gibi nitel veri toplama yolunun kullanılmakta olduğu vakaların, idraklerin ve natürel yaşamda realist ve tümünden bir bakış açısıyla meydana çıkmasına ilişkin nitel hareketler dizisinin takip edildiği bir çalışma” nitel araştırmanın tanımı olarak ifade edilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Disiplinler arası bütüncül bir bakış açısını temel alarak, araştırma sorununu değerlendirici bir şekilde ele alarak incelemeyi kabul eden nitel araştırma yöntemidir (Karataş, 2015). Nitel araştırma yönteminde İnsanların onlara aktarılan olgular açısından, üstünde araştırma yapılmakta olan iş ve vakalar kendi bağlamında ele alınarak yorumlanmaktadır (Altunışık vd., 2010). Nitel araştırma, insanın kendine özgü gizli noktalarını bulmak ve kendi gayretiyle şekillendirdiği, topluma ilişkin sistemlerin derinliklerini keşfetmek üzere geliştirmesine yol açarak bilgi üretme yöntemlerinden birisidir (Özdemir, 2010). Pozitivizmden farklı olarak nitel araştırma, araştırma konusu olan kişilerin Sosyo-kültürel mekanlardaki ilişkilerinin anlaşılmasını sağlamaktadır (Daymond ve Holloway, 2003; Akşit, 1997). En çok rastlanan veri toplama yollarının görüşme ve inceleme olması sebebiyle nitel araştırmada büyük bir örneklem kümesiyle çalışmak hem vakit hem de mali konular açısından mümkün olmamaktadır (Karataş, 2015). Nitel araştırmayı yapacak olan araştırmacı üç ana başlığa dikkat etmelidir (Karataş, 2015). İlk önce çalışma

tabanını oluşturacak teorik sınırların net bir şekilde oluşturulması sağlanmalıdır. İkinci olarak araştırmacı sistemli, esnek ve uygulanabilir bir çalışma stratejisi oluşturmalıdır (Karataş, 2015). Üçüncü önemli olan nokta ise yapılmakta olan çalışmanın, okuyacak bireyin anlayabileceği anlamlı ve tutarlı bir rapora dönüştürülmesinin sağlanmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Niceliksel araştırmadan farklı olarak niteliksel araştırma sosyal olay ve olguların sayısallaştırmasını değil bu durumların anlamlandırılmasını yapmayı amaçlar. Bu amaçla birey ve grupların algı, deneyim ve tecrübelerine odaklanır. Böylece bir olay ya da olgunun anlamlandırılması ve deneyimlenmesinin kişiden kişiye değişen boyutlarını kültürel ve tarihi verilerden hareketle ortaya koyar.

Niteliksel araştırma tekniklerinden olan derinlemesine görüşme çalışmanın saha verilerinin toplanmasında önemli birer araç niteliğindedir. Toplanan veriler deprem sonrası sosyal medyanın nasıl kullanıldığı, sosyal medya ve yardım etme davranışı temaları altında ve betimsel içerik analizine tabi tutulmuştur. Çalışmanın veri toplama sahasını Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi öğrencileri oluşturmuştur. Gönüllülük esasına dayanan çalışmada görüşmeci sayısı belirlenmemiş olup veri zenginliği açısından görüşmecilerin farklı fakültelerden olmasına dikkat edilmiştir. Nitel veri analizinde, veri doyumu gerçekleşene kadar veri toplama işlemine devam edilmiştir. Doyum noktası, yeni katılımcılardan gelen verilerin var olan verileri tekrar etmeye başladığı noktadır. Araştırmacı verilerin kendini tekrar etmeye başladığı durumda görüşmeleri bitirebilir (Tekindal, Uğuz Arsu, 2020). Çalışmada elde edilen veriler transkripsiyon yöntemi ile elde edilmiştir. Uygulamalı söylem analizi transkripsiyon açısından, belli bir konuşma süresi içinde bulunan iletişimsel eylemlerin somutlaştırılıp, incelenmesi anlamına gelmektedir (Erkkoçen, 2008).

Bu bağlamda derinlemesine görüşmelerde nitel veriler toplanarak, deprem sonrası sosyal medya paylaşımlarının paylaşım amaçlarına göre (acil yardım ve kurtarma, yardım toplama, bağış toplama ve organizasyon, kişilerin yakınlarından haber alması gibi) ve sosyal medyada yer alan içeriklerin güvenilir olma durumlarına dayalı olması gibi ölçütler bağlamında incelenmiştir. Derinlemesine mülakatlardan elde edilen verilerin analizi için kategorik içerik analizi yöntemi tercih edilmiştir. Bu yöntemle, verilerin açıklanmasında önemli olan kavram ve kategorilere ulaşılması amacıyla yapılmıştır. Bu doğrultuda, veriler önce kavramsal hale getirilmekte, ardından bu kavramlara dayalı olarak rasyonel bir şekilde organize edilmekte ve nihayetinde veriyi açıklayan ana temalar ve kategoriler belirlenmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2004). Kategorik İçerik Analizi sürecinde, öncelikle araştırma ve verileri tanımlayan ana kategoriler oluşturulmaktadır. Kavramlar ve kategoriler ayrıntılı şekilde tanımlandıktan sonra, ana kategorilerin ve metin, bu kavramlarla ilişkili bir

biçimde gruplanır. Son olarak, oluşturulan kategorilerle ilişkili cümleler, ifadeler ve söz grupları seçilerek, ilgili kategori başlıkları altında incelenir ve bu kategorilerle bağlantılı ifadeler yorumlanır (Gökalp Yılmaz, 2018).

Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinin derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Derinlemesine görüşme tekniği katılımcılarla yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Bu yöntem belirlenmiş olan konu hakkında açık uçlu sorular ve cevaplar biçiminde ilerlemektedir. Hedeflenmiş olan konu hakkında katılımcıların fikirleri, deneyimleri ve alışkanlıkları üzerine ayrıntılı veri toplanmasını amacına ulaşılmıştır. Bu görüşme tekniği, bu çalışmada araştırmacının, üniversite öğrencilerinin verdiği cevapları gruplaştırarak elde edilen verilerin en kapsamlı bir şekilde analiz edilmiştir. Alan çalışması öncesinde araştırmanın temel soruları oluşturulmuş ve soruların araştırma sorunsalına uygun yanıtlar alabilmeye uygun olup olmadığı değerlendirilmiştir. Araştırma süresince, derinlemesine görüşmeler esnasında kullanılan teknik ekipman ses kayıt cihazı olarak kullanılmıştır. Bu bağlamda, projenin araştırma konusu olan sosyal medyanın afet sonrası işlevlerini, üniversite gençlerinin deneyimlerini, sosyal medyayı o süreçte hangi işlev için kullandıklarını deşifre edecek soru kalıpları kullanılarak elde edilen bulguların proje yürütücüsü tarafından yorumlanarak raporlanmıştır. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden derinlemesine mülakat tekniği kullanılarak, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi lisans programında örgün eğitime devam eden 20 öğrenci ile kız- erkek dağılımını dikkate alarak ve depremzede olan ve olmayan ölçütleri ekseninde farklılaşma yaşanıp yaşanmadığı dikkate alınarak örneklem oluşturulmuştur. Bu çalışma için depremzede olmak ve depremi fiilen yaşamamak önemli bir ölçüt olmuştur. Depremzede olan 7 öğrenci (5 kız – 2 erkek) ve depremzede olmayan (8 kız- 2 erkek) örnekleminden derinlemesine görüşme tekniği ve gönüllülük esasına dayalı olarak veri toplanması gerçekleştirilmiştir. Araştırma Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesinden 2024 yılı temmuz ayında alınan Etik Kurul izin belgesi ile etik kurallar, anonimlik, gönüllülük ve verilerin korunması noktasında gerekli özen gösterilerek gerçekleştirilmiştir. Araştırma yürütülen konu üzerinden Mehmet Akif Ersoy üniversitesinin öğrencilerinin deprem sürecinde sosyal medyayı neden kullandıkları, kullanımlarındaki amaçları yorumlanmış ve elde edilen bulgular sonucunda analiz edilip raporlanmıştır. Araştırma grubuna dahil olacak bireylerin verilerini analiz edilirken görüşmecilerin deprem sürecinde nerede oldukları, depremi fiilen yaşamadıysa nasıl öğrendiği ve eğer sosyal medyadan öğrendiyse hangi platformdan öğrendiği, Deprem sürecinde Ana akım medya ve sosyal medya arasındaki farkın ne olduğu bu çalışma için önemli kriterlerden biridir.

Mülakat soruları

- 1) Deprem sırasında neredeydiniz?
- 2) 6 Şubat depremi sürecinde bölgede bulundunuz mu?
- 3) Deprem sürecinde sosyal medyayı kullandınız mı? Kullandıysanız hangi amaçla kullandınız?
- 4) Sosyal medyada yer alan içerikleri hangi amaçla takip ettiniz? Takip ettiyseniz nelere dikkat ettiniz?
- 5) Sosyal medyada yer alan kişileri deprem sonrasında neye göre takip ettiniz?
- 6) Deprem sonrası medya içerikleri hakkında temel düşünceniz nedir?
- 7) Deprem sonrasında duygularınızı ifade etmek için sosyal medya platformlarını kullandınız mı? Kullandıysanız ne tür ifadelerde bulundunuz?
- 8) Deprem sürecinde sosyal medya platformlarını kullanırken toplumsal bir dayanışma veya yardımlaşmaya şahit oldunuz mu?
- 9) Deprem sürecinde sosyal medyanın olumlu ve olumsuz yanları sizin için nelerdir?
- 10) Deprem sürecinde Ana akım medyayı veya yeni medyayı kullanırken nelere dikkat ettiniz? Sizin için aralarındaki kullanım farkı nedir?

Derinlemesine mülakatlarda elde edilen verilerin analiz edilmesinde, kategorik içerik analizi kullanılmıştır. Bu analizle amaçlanan elde edilen verileri açıklayacağı düşünülen kavram ve kategorilere ulaşmaktır. Bu amaç doğrultusunda, toplanan verilerin önce kavramsallaştırılması, daha sonra da ortaya çıkan kavramlara göre rasyonel biçimde organize edilmesi ve buna göre veriyi açıklayan temaların ve kategorilerin saptanması gereklidir (Yıldırım ve Şimşek, 2004). Kategorik İçerik Analizinde, önce araştırmayı ve verileri tanımlayan ana başlıklar ve kategoriler belirlendikten sonra bu başlıkların alt başlıklarını oluşturan kavramlar ve kategoriler belirlenmiştir. Kategorileri destekleyen ifadeler seçilerek, ilgili kategori başlığında analiz edilip yorumlanmıştır.

Afet Sürecinde Sosyal Medya Kullanımı

Sosyal medya kullanıcıların bilgilerini, ideolojilerini, ilgi ve deneyimlerini paylaşarak kullanıcıların birbirleriyle iletişim kurmalarına olanak sağlamaktadır (Sayımer, 2008). Sosyal medya bireylerin bilgilerini, fikirlerini ve gündelik hayattaki deneyimlerini dijital platformlarda paylaşarak, paylaşılmasına imkân

vererek hayatımızda önemli bir alanında yer almaktadır (Weinberg, 2009). Sosyal medyanın, geleneksel medyadan farklılık göstermesinin sebebine baktığımızda karşımıza; içeriklerin analiz edilmesi, popüleriteye göre yeni içerikler üretilebilmesi ve var olan içeriklere katkı sağlanabilmesi açısından farklılık göstermektedir.

Sosyal medya, içeriklerin analiz edilmesi ve yeni içeriklerin üretilebilmesi ve var olan içeriklerin katkı sağlanabilmesi açısından geleneksel medyadan farklılık göstermektedir. Sosyal medya platformlarının geniş kitlelere ulaşabilmesi, zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın iletişimin açık bir şekilde gerçekleşmesi, mesajların hızlı ve etkili bir biçimde alıcılara iletilmesini sağlama yeteneği, bu platformların afet ve kriz durumlarında sıkça tercih edilmesine olanak tanımaktadır (Şahin ve Demirbilek, 2023). Savaşlar, depremler, salgınlar gibi olağanüstü olaylar karşısında sosyal medya, kullanıcıların duygu, düşünce ve taleplerini zaman ve mekân sınırlamalarına takılmadan iletmelerine olanak tanımıştır. Başka bir deyişle, doğal afetler sırasında iletişim altyapısının zarar görmesi nedeniyle geleneksel iletişim yolları aksamakta, ancak sosyal medya bu engelleri aşarak bilgilerin ve haberlerin hızlı bir şekilde geniş kitlelere ulaşmasını sağlamaktadır.

“Evet, çok fazla kullandım yani evde olduğumu söylemiştim zaten. Tatildaydım ve sürekli yeni haberler almak için hiç elimden düşünmüyordum. Zaten yemekti işte gündelik ihtiyaçlarımızı tamamen soyutlamak ve sadece oturup elimizde telefonlarla sürecin nasıl işlediği hakkında bilgiler edinmeye çalıştık. Uzaktaydım ve merak ediyorduk, insanların nasıl hayatlarda yaşam yaşadıklarını o hâlde nasıl bir tepki gösterdiklerini vesaire bunların hepsini merak ediyorduk tabii ki de. Deprem büyüklüğünde o şekilde anladık. (G1)” Sosyal medya, afet anlarında sadece haber yaymakla kalmaz, aynı zamanda bireylerin yardım çağrılarını, dayanışma mesajlarını ve düşüncelerini de paylaşmalarına fırsat verir. Bu özellik, afet durumlarında insanlar arasındaki dayanışmayı güçlendirirken, aynı zamanda yetkililere yönelik eleştirilerin ve gerekli önlemlerin alınıp alınmadığına dair tepkilerin de artmasına neden olmaktadır. Sonuç olarak, deprem, yangın, sel, kuraklık, tsunami ve çığ gibi doğal afetler sonrasında sosyal medya, afetzedelerin yardım taleplerini iletmek, çözüm arayışlarını paylaşmak ve sorumlu mercilere yönelik tepkileri dile getirmek açısından önemli bir rol üstlenmektedir (Argın, 2023). Bu yönüyle sosyal medya, afetlere karşı toplumsal bilinç ve müdahale süreçlerini şekillendiren güçlü bir araç haline gelmiştir.

Sosyal medya platformlarında dezenformasyon ve kriz iletişimi üzerine yapılan literatür taramaları incelendiğinde, bu alanda önemli bir katkı sağlayan araştırmalardan birinin Fallis (2015) tarafından yapıldığı görülmektedir. Fallis, dezenformasyonun bireyler ve topluluklar üzerinde ciddi olumsuz

etkiler yaratabileceğini vurgulamış ve bu fenomenin daha iyi anlaşılabilmesi için kapsamlı bir literatür sunmuştur. Özellikle, dezenformasyonun yanlış bilgi yayma kapasitesinin, toplumsal düzeni ve güveni nasıl zedeleyebileceği konusunda değerli bulgular sunmuş ve bu alandaki literatürün derinlemesine analiz edilmesine katkıda bulunmuştur (Koçyiğit, 2023). Fallis'in çalışmaları, dezenformasyonun yalnızca bireysel değil, aynı zamanda toplumsal düzeyde de yaratabileceği tahribatı gözler önüne sermektedir. Bu tahribatın daha geniş çapta toplumsal güveni ve düzeni tehdit ettiği, dezenformasyonun tekrarı ve yayılması ile birlikte toplumların değerlerinin erozyona uğrayabileceği ifade edilmektedir. Dezenformasyon kavramı, bilinçli bir şekilde yanlış bilgiyi yaymak olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kavram, özellikle dijital platformlarda giderek daha fazla karşılaşılan bir sorun haline gelmiştir. Bununla birlikte, sahte haber terimi de dezenformasyonla sıkça ilişkilendirilen bir kavramdır. Sahte haberler, doğruluğu kanıtlanmış olmayan ve okuyucuları yanıltabilecek şekilde yanlış içerik sunan haber metinleri olarak tanımlanır. Dezenformasyon ve sahte haber terimleri çoğu zaman birbirinin yerine kullanılmaktadır ve her ikisi de toplumsal düzeyde ciddi güven sorunlarına yol açabilmektedir (Koçyiğit, 2023). Sosyal medya üzerinde hızla yayılan yanlış ve yanıltıcı bilgilerin yayılmasında, içeriklerin kontrolsüz üretimi önemli bir rol oynamaktadır. Kullanıcıların herhangi bir doğrulama yapmadan bilgi paylaşma alışkanlıkları, yanıltıcı bilgilerin hızla geniş kitlelere ulaşmasına neden olmaktadır. Bu durum hem kişisel mahremiyetin ihlali hem de nefret söyleminin yayılması gibi olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Sosyal medya, kullanıcıların paylaştıkları içeriklerle internet üzerinden haberleri hızla yaymalarını sağlayarak, bazen yanlış bilgilerin yayılmasına da zemin hazırlamaktadır. Bu tür bilgiler, doğrulanmadan paylaşıldığı için hızlı bir şekilde dolaşıma girer ve toplumda daha büyük yanlış anlamalar ve karışıklıklar yaratabilir (Binark ve Bayraktutan, 2013). Öte yandan, sosyal medya kullanıcıları, yaptıkları paylaşımlar aracılığıyla toplumsal değerlerin yayılmasına da katkıda bulunmaktadır. Paylaşım yaparken içeriklerin doğruluğunun kontrol edilmesi, yanlış bilgilerin yayılmasını engellemek adına kritik bir öneme sahiptir. Sosyal medya, bu kaotik durumun ortaya çıkmasında sorumlu bir platform olarak görülmektedir. Özellikle, ifade özgürlüğü, hoşgörü ve empati gibi değerlerin paylaşılması gerektiği bir ortamda, kullanıcıların doğru bilgileri paylaştığından emin olmaları gerekmektedir (Abuşoğlu, Balcı ve Aydoğan, 2023). Bu nedenle, sosyal medya sadece yanlış bilgilerin yayıldığı bir mecaz olmanın ötesinde, toplumsal bilinç ve sorumluluk bilincinin artırılması için önemli bir araç olabilir. Ancak, bu faydalı yönlerin ön plana çıkabilmesi için içerik doğruluğunun sağlanması hayati öneme sahiptir.

Bulgular

1. Araştırma Verilerinin Analizi

Mülakat görüşmeleri raporlandıktan sonra araştırma kapsamında ilgili yerler defalarca analiz edilmiş ve konuya ilişkin kodlar belirlenerek kategorilere ayrıştırılmıştır.

Kavram ve Kategoriler Listesi

- 1.1. Sosyal medya üzerinden haberleşme
- 1.2. Yardımlaşma
- 1.3. Kişilerin Duygusal ifadeleri
- 1.4. Sosyal medyadaki bilgi kirliliği (dezenformasyon)

Kategori 1.1. Sosyal medya üzerinden haberleşme

Görüşmeci	Cümle/cümleler	Yorum/Açıklama
1 (Kadın, sosyoloji)	"...biz ilk elimize aldığımız şey, uyanır uyanmaz telefon olduğu için telefonu elime aldığım zaman Twitter'a girdim. twitter'da en üsteydi zaten."	Afet anlarında geleneksel haber kaynaklarına kıyasla sosyal medyanın hız ve erişilebilirlik açısından etkili olduğunu göstermektedir.
15 (Erkek, Veteriner Hekimliği)	"Sabah 6 civarı uyku tutmadı Twitter'a girdim tag bölümünde deprem yazısını gördüm Önce ne olduğunu anlayamadım, sonra depremin büyüklüğünü ve yıkımın ne kadar ciddi olduğunu görünce şok oldum ve ilk başta okuduklarımı ve gördüklerimi algılayamadım."	Afet anlarında sosyal medyada sansürsüz içeriklerin bireyler üzerinde travmatik etki yaratabilmektedir. Depremi ilk kez sosyal medyada gören bireylerin yaşadığı şok, kontrolsüz görsellerin ve ani bilgi akışı bireylerde kaygı yaratmaktadır.
2 (Kadın, Sosyal hizmetler)	"... Çünkü hani Hatay'ın bir gerçek hali vardı bir de ana akım medya kanallarında bahsedilen hali vardı. Sosyal medya bunları tüm çıplaklığıyla öne sürdü. Hani sansürsüz bir şekilde."	Birden fazla kullanıcı tarafından paylaşım yapıldığı için deprem bölgesinin her alanından haberdar olunmuştur.
8 (Kadın, Görsel İletişim Tasarım)	"...ne kadar gerçek veya yalandır bilmiyorum ama İnsanlar Twitter'da konum atarak "Buradayım, beni kurtarın" diye yazıyordu, o an gerçekten sosyal medyanın nasıl hayat kurtardığını fark ettim."	Afet anlarında sosyal medyanın acil haberleşme ve kurtarma süreçlerindeki kritik rolünü vurgulamaktadır. Konum paylaşımı hayat kurtarıcı olabilirken, bilgi doğruluğu konusundaki belirsizlikler dezenformasyon riskini de ortaya koymaktadır.

Çalışmamıza katılım sağlayan Görüşmeciler için sosyal medya; Kriz anlarında, bilgi akışı, koordinasyon sağlama ve halkla iletişim gibi temel işlevleriyle acil müdahale ve afet yönetimi süreçlerinin kamuoyu kullanıcıları için vazgeçilmez bir araç haline gelmiştir. Afet durumlarında sosyal medya paylaşımları üzerine yapılan araştırmalar, bu platformların etkinliğini ortaya koymaktadır. Örneğin, Wilson (2011) Japonya’da meydana gelen deprem ve tsunami felaketini ele aldığı vaka incelemesinde, sosyal medyanın bilgi aktarımındaki önemli avantajlarına dikkat çekmiştir (Aşan, 2023). Ayrıca, Ünal ve Sezer (2023) tarafından gerçekleştirilen çalışma, 6 Şubat Kahramanmaraş depreminde afetin ilk 24 saatinde Sağlık Bakanlığı’nın etiketlendiği 8.624 paylaşımı incelemişlerdir. Ünal ve Sezer (2023) Araştırmalarının bulguları, kullanıcıların sosyal medyayı sadece bilgi edinme amacıyla değil, aynı zamanda iletişim ve sorun çözüme aracı olarak da benimsediklerini göstermektedir.

Hakan aşan 2023’de yazdığı yazısında kendisi farklı çalışmalara yer vermiştir, örneğin: *“Argın, Kahramanmaraş depreminden örnekle afet durumunda sosyal medya hangi amaçlarla ve nasıl kullanıldığını belirlemeye yönelik bir çalışma yapmıştır. 6-7 Şubat tarihlerinde yapılan paylaşımlar ele alınarak belirli etiketler üzerinde nitel içerik analizi yapmıştır. Afet anında Twitter’ın; dayanışma ve yardımlaşma çağrısı, enkaz altı bilgisi, haber, bilgi ve duyuru paylaşımı gibi mesajların iletilmesinde ve koordinasyonu sağlama açısından önemli olduğu görülmüştür. Ayrıca birçok kuruma yönelik eleştiri, etik ihlaller ve yalan içeriklere ilişkin paylaşımlar da dikkat çekmiştir (Argın, 2023).”, “Mavi, 2020 yılında 30 Ekim İzmir depreminden hareketle yapmış olduğu çalışmada sosyal medyayı afet yönetimi açısından değerlendirmiştir. Sosyal medyanın birliktelik sağlama, haber, bilgi ve duyuru paylaşımı ve tepkileri gösterme gibi kategorilerde önemli bir araç olduğunu söylemiştir (Mavi, 2020).”* Bireylerin deprem sürecinde sosyal medya kullanmasının sebebine baktığımızda; hızlı bilgi alabilme, görseller ve videolar ile desteklenen bilgiler, istenilen anda güncel bilgiye ulaşmak için tercih edildiğini görmekteyiz.

“anlık haber sitelerini takip edecek işte kaç ölü kaç yaralı kaç enkaz malı bizim bulunduğumuz şehirde hangi binalar yıkılmıştı yakınlarımız var mıydı biz onları birebir takip ettik yerel basınla kendi Diyarbakır haber sitelerinden özellikle yani o şekilde bakabildim (G12).”,

“baya uzun süre sonra oldu bu çünkü o anda biz zaten kendi ağımıza olduğumuz için kendimizi düşünüyoruz işte sokakta kalmışız ne yapacağız ne edeceğiz işte yakınlarımızla ulaşmaya çalışıyoruz bayağı birkaç güne kadar kullanmadım o konu bakımından sadece işte biraz biz sakinlikten sonra barınacak bir yer bulduktan sonra insanlara yardım amaçlı Twitter’da işte şu apartmanda şu dairede şöyle diye Bilgilendirmeler yaptım. (G12)” görüşmecimizin ifadesinde de sosyal medyayı güncel bilgileri öğrenmek ve paylaşmak için kullandığını görmekteyiz.

Kategori 1.2. Yardımlaşma

Görüşmeci	Cümle/Cümleler	Yorum/Açıklama
5 (Erkek sosyoloji)	“Öncelikle yardım amaçlı kullandım. Ben köyde oturduğum için yaklaşık bir 12-13 gün herhangi bir yardım gitmedi, sanırım 12. günde olması gerekiyor, o zaman ilk yardım helikopterlerle gitmişti...”	Sosyal medyanın oynadığı kritik rol, kırsal alanlar gibi merkezi yerlerde olmayan deprem bölgelerinin de yardım çağrısı talebinde bulunup karşılığını almasına olanak sağlamasıdır.
3 (Kadın, Beslenme ve Diyetetik)	“En çok Twitter üzerinden tanımadığım insanlarla bile iletişime geçtim. Yardım ekiplerinin yönlendirdiği hesapları takip ettim. Örneğin, bazı gönüllüler WhatsApp grupları kurdu, ihtiyaç sahiplerini belirleyip yönlendirdi. Bazı insanlar enkaz altındaki yakınlarının konumlarını paylaştı ve bu bilgileri kurtarma ekiplerine ulaştırmaya çalıştık, Oğuzhan uğur haluk levent gibi, AFAD’ı etiketledim. Bende bir noktadan sonra bu tür tweetleri RT yaparak ya da insanlara yönlendirerek elimden gelebildiğince destek olmaya çalıştım.”	Görüşmecinin ifadesinden yola çıkarak; afet anlarında sosyal medyanın bireyler arasındaki dayanışma, koordinasyon ve yardım organizasyonundaki rolünü bizlere göstermektedir. Kullanıcılar tanımadıkları kişilerle bile etkileşime geçerek bilgi paylaşımı yapmış ve yardım çağrılarının yayılmasına katkı sağlamıştır.
4 (Kadın, Tarih)	“Twitter üzerinden birçok insanla iletişime geçtim. Özellikle yardım çağrılarının altına yorum yazarak, seslerini duyurmaya çalışan insanlara destek oldum. Buradan daha kolay geri dönüş aldım o yüzden de bu platformu kullandım.”	Birden fazla kullanıcı yardım çağrılarını görünür kılma amacıyla aslında sosyal medya da kitlesel bir hareket sağlamışlardır.

7 (Erkek, Sosyoloji)	“En çok kayıp yakınlarını arayanların mesajları beni etkiledi. “Bu çocuğu tanıyor musunuz?” Enkazdan çıkarılan şu kişinin ailesine ulaşmaya çalışılıyor gibi paylaşımlar çok fazlaydı veya ölen kişilerin yakınlarla ulaşılabilmek için bilgileri liste halinde yazıyordu. Bu konuda insanların birbirlerini bulmasına yardımcı olduğunu düşünüyorum.”	Kullanıcılar enkaz altından çıkarılan veya kaybolan bireyler hakkında bilgi paylaşımı yapmıştır. Bu durum toplumsal dayanışmayı güçlendirmiş ve arama kurtarma sürecine katkı sağlamıştır. Dijital platformların kriz anlarında yalnızca bilgi yayma değil, aynı zamanda insanları birleştirme işlevi gördüğünü göstermektedir.
1 (Kadın, sosyoloji)	“..evet kullandım Instagram’dan çok fazla yardım çağlıkları yaptım sonra o üzüntüyü dile getiren paylaşımlarda bulundum.”	Görüşmeci sosyal medyanın duygusal ifadeler ve yardım arayışı için bir araç olarak kullanıldığını belirtmektedir.

Aslantaş (2023) çalışmasında; Günümüzde, gazete, radyo, televizyon ve sosyal medya gibi kitle iletişim araçları sayesinde, bireylerin doğrudan deneyimlemediği afet olayları bile artık bireysel ve toplumsal yaşamın içine işlenmiştir. Artık, afet öncesi hazırlık, afet eğitimi; afet anında koordinasyon sağlanması ve afet sonrası arama kurtarma, afet bölgelerinde yaşam koşullarının iyileştirilmesi ile yardım kampanyalarının yerel, bölgesel ya da küresel ölçekte yürütülmesi gibi hayati öneme sahip konularda kitle iletişim araçlarına sıkça başvurulmaktadır (Aslantaş, 2023). 23 Ekim 2011 Van Depremi sırasında, sosyal medyanın etkileşimli yapısı devreye girerek, yardım kampanyaları başta olmak üzere depreme dair bilgi paylaşımında belirgin bir rol oynamıştır. Zincir ve Yazıcı (2013)’da çalışmalarında, kriz yönetimi sürecinde sosyal medyanın oynadığı önemli rolü ele almışlardır. Araştırmada elde edilen sonuçlara göre, pek çok avantajı bünyesinde barındıran sosyal medya, günümüz iletişimini ve modern dünyayı yeniden şekillendirmekte; aynı zamanda kriz ve afet durumlarında kullanımının getirdiği çeşitli kolaylıkları da ortaya koymaktadır (Aslantaş, 2023). Houston ve diğerleri (2008) ise, geleneksel ve yeni medyada yer alan afet haberleri üzerinden, afetlerin gençler üzerindeki etkilerini değerlendirmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, medyada afetlerin geniş yer bulması, afet sonrası yardımların artmasına olanak tanımaktadır (Aslantaş, 2023). Dünya ölçeğinde ilk örneklerden biri olan 2010 Haiti Depremi’nde, Amerika Birleşik Devletleri, Haiti Hükümeti ve Birleşmiş Milletler başta olmak üzere birçok ülke, yardım amacıyla sosyal medyayı ana bilgi paylaşım mekanizması olarak kullanırken (Yates ve Paquette, 2011), ülkemizde sosyal medyanın afetlerde üstlenebileceği büyük görev, 23 Ekim 2011 tarihinde

Van'da meydana gelen depremle kendini göstermiştir (Soydan ve Alpaslan, 2014). Bu ilk uygulamaların ardından, afet ve acil durumlarda kullanımı giderek artan sosyal medya uygulamalarına, kurumlar, kişiler veya topluluklar; afet açısından riskli bölgeler ya da potansiyel tehlikeler konusunda halkı uyarmak, arkadaşlarına ve aile üyelerine güvende olduklarını bildirmek, afet sonrası yerel, bölgesel ya da küresel çapta yardım çağrılarını yapmak ve afetzedelere daha hızlı ulaşmak amacıyla yönelmektedir. Özellikle akıllı telefonlar ve tabletler gibi taşınabilir cihazlar sayesinde sosyal medyanın kullanımı, ücra ve uzak bölgelerde dahi meydana gelen afetlerin hızlıca toplum tarafından öğrenilmesine olanak sağlamaktadır. Bunun nedeni, profesyonel haber ajansları veya muhabirlerin henüz erişemediği yerlerde bile sıradan vatandaşların, sosyal medya aracılığıyla yaşanan olayları kaydedip paylaşabilme imkânına sahip olmalarıdır. Sorokin (1943) yıllar önce, felaketlerin normal zamanlarda gizli kalmış sosyal hayatın birçok yönünü inceleme fırsatı sunduğunu belirtmiş; günümüzde ise sosyal medya, sunduğu diğer avantajların yanı sıra, afet sonrası toplum davranışlarını gözlemlene imkânı da sunarak bu iddiayı doğrular niteliktedir. Kişilerin sosyal hayatlarının ayrılmaz bir parçası haline gelen sosyal medya platformlarında, bir felaket sonrasında rutin paylaşımlarda önemli değişiklikler gözlemlenmektedir; afet yaşandıktan sonra bireyler, eğlence amaçlı video veya fotoğraf paylaşmaktan kaçınarak (Murthy ve Gros, 2016) ya hiç paylaşım yapmamayı tercih etmekte ya da meydana gelen afete ilişkin özgün içerikler üretmektedirler. Örneğin, asrın felaketi olarak nitelendirilen ve 11 ilimizi (Kahramanmaraş, Hatay, Adana, Diyarbakır, Şanlıurfa, Gaziantep, Malatya, Elazığ, Osmaniye, Adıyaman ve Kilis) ve Suriye'yi de kapsayan 6 Şubat Kahramanmaraş Depremleri sonrasında, Facebook, Instagram, WhatsApp ve Twitter gibi en çok kullanılan sosyal medya uygulamalarında günlerce sadece afete ilişkin bilgi alışverişi yapılmış ve depremden dolayı yaşanan acılar dile getirilmiştir (Aslantaş, 2023).

“...yardım ulaştırabilmek amacıyla kullandım ve haber aldım. Şöyle diyeyim, bir sürü farklı yere, bir sürü farklı şeye mesaj attım. Geri dönüşle bilgi aldım ama mesela benim yüksek bir şeyim vardı. Takip isteğim vardı. Mesela bunu açığa alarak herkesin bilgileri görmesini sağladım Bir şey paylaşmak için sürekli giriyordum işte paylaşılan şeyleri paylaşıyordum yani işte yemek dağıtılan yerleri eşya dağıtılan yerleri hani en azından bu şekilde yardımcı olmaya çalıştım (G2)” Çalışmamızdaki Görüşmecilerin ifadelerine bakıldığında; deprem sonrasında sosyal medya kullanımındaki bir diğer önemli bulgularımızdan biri yardımlaşma kategorisi karşımıza çıkmaktadır.

Kategori 1.3. Kişilerin Duygusal ifadeleri

Görüşmeci	Cümle/Cümleler	Yorum/Açıklama
5 (Erkek, Sosyoloji)	“Mesela şöyle bir şey Adıyaman'a gelin dağılır giden dağılır diye bir şey paylaşmıştım. O an mesela birlikte çok gülemediler ama birlikte öldüler diye bir şey paylaşmıştım. Bu ikisi de deprem ağırlıklı yani depremi düşünerek paylaşmış. Sosyal medyada öyle şey yaptım yani Instagram'da da olsun ama öyle paylaşımlarım oldu yani”	Sosyal medya üzerinden yapılan paylaşımlar, travmatik deneyimlerin dışı vurulmasında ve kolektif hafızanın şekillendirilmesinde bir araç olduğunu görmekteyiz. Bireyler afet sonrası duygusal boşalmalarını paylaşarak ortak bir acı üzerinden bir araya gelmektedir.
1 (Kadın, Sosyoloji)	“...Çünkü biz elimizle gidip oradaki insanları alamadığımız, çıkaramadığımız için tanrı yoluyla bir dua iletmeye çalıştım. Bunu da yaymak için sosyal medyayı kullandım.”	Bireyler sosyal medyayı, çaresizlik ve dua gibi manevi bir eylemlerine, destek arayışı için kullandıklarını görmekteyiz. Bu durumun toplumsal dayanışmayı güçlendirmektedir.
6 (kadın, Hemşirelik)	“Twitter üzerinden kullandım. hem çaresizlik vardı hem de kızgınlık vardı yani hem çaresizlikle alakalı işte şunu ulaşabilir miyiz şunu yapabilir miyiz tarzında şeyler paylaştım hem de birazcık bu işin asıl uğraşması gereken kişilere de kızmamı dile getirmiş olabilirim.”	Bireylerin hem duygusal boşalım hem de toplumsal sorumluluk ve öfke ifade etme aracı olarak sosyal medyayı kullandığını görmekteyiz.

Gündelik hayatımızda sosyal medya platformları bilgi paylaşımının ötesine geçmektedir. Bireylerin duygusal deneyimlerini ifade edebildikleri önemli mecralara dönüşmüştür. Afet gibi ani ve yıkıcı olaylar bireylerde oluşan yoğun duygusal tepkilerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu tepkiler de sosyal medya üzerinden kullanıcılara yani geniş kitlelere ulaşabilmektedir.

“...sosyal medyanın buradaki rolü çok büyüktü bir biz çok memnun etti bizim yanımıza bu kadar insanın gerçekten depremin yaşamadan yanımızda hissettirdikleri için sevindirdi bizi yani bir güçlü hissettik kendimizi açıkçası. (G12).” Sosyal medya hem bireysel duygularımızın ifadesi hem de toplumsal dayanışmanın güçlenmesi açısından bir rol oynayabilmektedir. Afet bölgelerinde yaşanan travmatik olayların, filtreleme süreçlerine tabi tutulmadan sosyal medya platformlarında paylaşılması, sadece afeti doğrudan deneyimleyen bireylerin

değil, aynı zamanda bu olaylara tanık olmayan kişilerin de psikolojik sağlığı üzerinde olumsuz etkiler yaratabilmektedir (Usta ve Yükseler, 2021). Bu tür paylaşımlar, özellikle yoğun duygusal içerik taşıyan fotoğraf ve videoların afetzedelerden gerekli izinler alınmaksızın dolaşıma sokulmasıyla, bireylerin özel hayatına müdahale boyutuna ulaşmakta ve travmatik anıların kalıcı dijital izler haline gelmesine neden olmaktadır. Bununla birlikte, afet bölgelerindeki bireylerin, özellikle çocukların, yaşadıkları dramatik deneyimlerin, duygusal müzikler ve etkileyici öyküler eşliğinde sosyal medyada paylaşılması, yalnızca o anın geçici bir ifadesi olmayıp, geleceğe yönelik kalıcı dijital ayak izleri oluşturmaktadır.

“Mesela Antakya’nın eski halini görmek tabii görünce çok hoşuma gidiyor ama her sabah sosyal medyaya girdiğim zaman illaki bir şey karşıma çıkıyor ve eski hali yeni hali olunca güne de kötü başlamış oluyorum. Çünkü üzülüyorum bunları görünce. (G2).”

“Ama mesela çocukların sevinmesi olsun ne bileyim hani yeni yapılan evler olsun ya da yapılacak evler olsun yapılan yardımlar olsun ya bu amaçlarla takip ediyordum. Daha çok böyle o süreci biraz unutmak için ama öyle acıklı şeyler izlememeye çalışıyordum. Çünkü yani toparlamak biraz zor oldu bizim için. (G5). Bireylerin, dijital platformlarda paylaşımına konu olan travmatik görüntü ve hikayelerinin tamamen ortadan kaldırılmasını talep etmeleri, yani unutulma hakkının uygulanması gündeme gelmektedir (Elmalıcı, 2016). Unutulma hakkı, bireylerin geçmişte yaşadıkları travmatik anıların ve izlerin, dijital arşivlerde kalıcı hale gelmesinin önüne geçmeyi amaçlamakta ve bu içeriklerin, kişilerin gelecekteki sosyal, psikolojik ve mesleki yaşamlarını olumsuz yönde etkilememesi için önemli bir mekanizma olarak tartışılmaktadır (Usta ve Yükseler, 2021). Bu olumsuzlukların minimize edilebilmesi adına, sosyal medyanın kullanımına ilişkin etik ve hukuki düzenlemelerin yanı sıra, platformların içerik yönetim politikalarının da geliştirilmesi gerekmektedir. Hükümetler, teknoloji şirketleri, medya kuruluşları, yerel topluluklar ve bireyler arasında kurulacak iş birliği çerçevesinde, dijital ekosistemin dinamiklerinin daha iyi anlaşılması ve yönetilmesi önem arz etmektedir (Kitazawa ve Hale, 2021). Özellikle kriz dönemlerinde, hassas ve kişisel bilgilerin korunması, travmatik içeriklerin paylaşımının sınırlandırılması ve gerektiğinde bu içeriklerin sistematik olarak filtrelenmesi, hem bireylerin psikolojik iyileşme süreçlerini destekleyecek hem de toplumsal dayanışmayı zedeleyecek olumsuz etkilerin önüne geçecektir. Ayrıca, dijital platformlarda içerik paylaşımına ilişkin eğitim programları ve bilinçlendirme kampanyaları düzenlenerek, kullanıcıların bu tür travmatik paylaşımların olası sonuçları hakkında bilgi sahibi olmaları sağlanmalıdır. Böylece, hem afetzedelerin yaşadıkları özel anıların izinsiz paylaşılmasının

önüne geçilebilecek hem de toplumun genelinde daha sağlıklı ve etik bir dijital iletişim kültürü oluşturulabilmektedir.

Kategori 1.4. Sosyal medyadaki bilgi kirliliği (dezenformasyon)

Görüşmeci	Cümle/Cümleler	Yorum/Açıklama
10 (Kadın, sosyoloji)	“...Olumsuz yönü de hani ya insanlar dalga geçmek amacıyla kullandı. Yani o yardımları küçümsediler. Ne bileyim ya. Hatta böyle işte buradayız, enkaz altındayız, bizi kurtarın gibi yalan ihbarlarda bulundular hatta bayağı Instagram’da, Twitter’da falan da Gündem oldu yani olumsuz yönleri bu şekilde oldu bence.”	kriz esnasında sosyal medyanın etkileşimli yapısından dolayı bazı bireyler tarafından yalan ihbarlarla kötü amaçlı kullanıldığını görmekteyiz.
12 (Erkek, Görsel İletişim Tasarım)	“öncelikle çok yalan yanlış bilgi de vardı doğru bilgi de vardı ama ayırt etmek biraz zor oluyordu hele ki o psikolojide iken oldukça güç oluyordu onun dışında geri yalan bilgiler doğru bilgiler de vardı.”	Dijital ortamlarda bilgi kirliliğinin kriz yönetimini zorlaştırmaktadır.
9 (Kadın, Sosyal Hizmet)	“..Evet gördüm, verilen numaralar yanlıştı, bazı verilen adresler de yanlıştı. Yanlış yönlendirmeler olmuş, zaman kaybı olduğunu düşünüyorum, kurtarılacak insanlar varken kurtulamadılar.”	Bilgi doğruluğunun sağlanamaması, afet yönetiminde koordinasyon eksikliğine neden olarak kurtarma çalışmalarının etkinliğini azaltmıştır.
16 (Erkek, Tarih)	“...sosyal medya sayesinde seslerini duyuran çok fazla kişi oldu. Hatta ben Hatay’ın durumunun bu kadar kötü olduğunu, yardım gitmediğini Volkan Demirel’in Instagram hikayesinden öğrendim. Yardım organizasyonları sağlandı ama olumsuz yanı da vardı tabi ki doğru bilgiler kadar yanlış bilgilerinde çok hızlı yayılmasıydı. İnsanlar teyit etmeden paylaşımlar yapınca çok fazla adres ve numara birikimi oldu, millet kimi arayacağını şaşırdı.”	Teyit edilmemiş bilgilerin hızla yayılması, koordinasyon eksikliğine yol açmıştır.

6 Şubat 2023 tarihinde meydana gelen Kahramanmaraş merkezli depremler, Türkiye’yi derinden sarsmış ve büyük bir yıkıma yol açmıştır. Bu tür afet durumlarında, hızlı ve doğru bilgi akışı kritik öneme sahiptir. Ancak, sosyal medyanın denetimsiz yapısı, yanlış bilgilerin hızla yayılmasına

zemin hazırlamaktadır. Bu durum, toplumda panik, güvensizlik ve kaosa neden olabilmektedir. *“Milyonlarca insanla beraber 11 ili derinden sarsan Kahramanmaraş depremi, medyanın imkân ve ihlallerinin belirginleşmesi bakımından da bir kırılma noktası olmuştur. Özellikle depreme müteakip yapılan dezenformatif haber ve paylaşımlar, içinden çıkılması ve telafisi müşkül medya krizleri üretmiş ve afet yönetimi süreçlerini zayıflatmıştır (Demir, 2023).”* Afet bölgesi dışında yaşayan insanlardan ülke yönetimine kadar birçok kesime afetler hakkında bilgi akışı yapabilen sosyal medya, bu boyutuyla afet haberciliğine katkı sağlamaktadır. Elbette bu katkının söz konusu olabilmesi için sosyal medya kullanıcılarının maksimum derecede hassasiyet ve denge gözetmesi gerekmektedir. Aksi takdirde afetle ilgili paylaşılan yanlış içerikler, afet bölgesindeki çalışmalara dolayısıyla da afetten etkilenen insanlara zarar verebilir. Dezenformasyonun ne olduğuna baktığımızda, herhangi bir çıkar elde etmek ve kitleleri yanıltmak amacıyla yanlış bilgilerin kasıtlı olarak oluşturularak paylaşılmasıdır (İlgın, 2021). Dezenformasyonda bilgi kendiliğinden tahrip edilmeyip medya aracılığıyla doğru bilgi değiştirilmekte ya da çarpıtılmaktadır (Aydın, 2023).

“Depremden öncesinde ve sonrası bunu süreç olarak ele almamız lazım. Yani deprem süreci ardında yani o süreç içerisinde faydalı bir şey oldu. Hani az önce bahsettiğim gibi şey oldu hani nerede enkaz altındalar kısmı iyiydi. Bir de yardımlaşma konusunda iyiydi. Tabi ki burada şey vardı bir de mesela bilgi kirliliği yine vardı. Yani mesela yardım gerekmeyen yerler için yardım ihbarları vardı, burada şöyle oluyor gibi halbuki yalan öyle bir durum yok. Ama yardım için çok faydalı bir şey oldu. (G5)”

“Deprem esnasında yalan ve insanları kaosa sürükleyecek haberleri sunan kanalları takipten çıktım (G2)” Afet dönemlerinde sosyal medya ve dezenformasyonun yayılımını konu alan çalışmaları iki ana çatı altında kategorize etmek mümkündür. Bunlar, afet dönemlerinde sosyal medya ve üstlendiği role ilişkin çalışmalar ile afet dönemlerinde dezenformasyon ve yayılımına odaklanan çalışmalardır (Arklan ve Koçyiğit, 2024). Deprem sonrasında sosyal medyada birçok asılsız haber ve komplo teorisi dolaşıma girmiştir. Örneğin, bazı paylaşımlarda *“Hatay’da baraj patladı, şehir sular altında kalacak”* gibi gerçek dışı iddialar ortaya atılmış, bu da bölgede panik havası yaratmıştır.

“Yalan yanlış bilgi çok oldu, insanlar o süreçte bu bilgileri doğrulamada paylaştılar ama kötü niyetle olduğunu düşünmüyorum herkes o süreçte olup yardım etmeye çalışıyordu ama tabi kandıranlarda vardı (G15).”

“Herkes sosyal medyada bir şey paylaşmadan önce güvendiği insanlardan bilgi alıp paylaşmalıydı. Ben öyle yaptım. AFAD, Ahbap gibi yerlerden paylaşım yapmıştım (G8).” Yalan haberler, arama kurtarma ekiplerinin çalışmalarını

aksatmış ve toplumda gereksiz bir korku atmosferi oluşturmuştur. AFAD resmi internet sitesinde deprem olduğu andan itibaren yaşanan olay, yapılan çalışmalar ve vatandaşların dikkat etmesi gereken hususlar ile ilgili 81 duyuru yayınlamıştır. Bu duyuruların 66'sı depremi takip eden 7 gün içinde yapılmıştır (Usta ve Yükseler, 2021). Afetin yaşandığı ilk bir ay içerisinde, çok sayıda sosyal medya kullanıcısı tarafından çeşitli konularda ve içeriklerde dezenformasyon paylaşılmış ve bu içerikler pek çok farklı kullanıcıdan etkileşim almıştır.

“İşte az önce de bahsettiğim gibi yalan bilgiler vardı sırf muhalif olmak için işte şöyle yaptılar böyle yaptılar diye atıp tutanlar vardı onun dışında, sosyal medyada insanların yağmalama yaptığını gördük bu bizi çok üzdü bu çok olumsuz etkiledi bizi o aralar gerçekten insanlar çamaşır makinesi sırtlamış gidiyorlardı yani hiçbir şey yoktu yani hem olumlu tarafları vardı dayanışma için hem işte birbirlerinden haber alabilmek için hem de olumsuz tarafları vardı (G12).” Afet sürecinde sosyal medya kullanıcıların etkileşimine bakıldığında, sadece deprem bölgesinden haber almak amacıyla kullanılmamıştır. Deprem bölgesinde, depremi yaşayan insanların o süreçteki gündemi takip etmek amacıyla kullandığı da karşımıza çıkmaktadır.

Afet dönemlerinde dezenformasyonların ciddi sonuçları olabileceği göz önüne alındığında öncelikle toplumu oluşturan fertlerin bu tür bilgileri teyit etmek adına bireysel olarak çaba göstermeleri gerektiği düşünülmektedir. Dijital ortamları kullanan bireylerin etkili birer dijital okuryazar olmaları, dijital içeriklere karşı eleştirel bakış açısına sahip olmaları dezenformasyonun engellenmesinde büyük bir önem arz etmektedir (Arklan ve Koçyiğit, 2024).

Afet Sürecinde Yeni Medya ve Ana Akım Medya Arasındaki İletişim Farkı

“Yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi, özellikle “sosyal medya” olarak adlandırılan internet tabanlı uygulamaların ortaya çıkmasını sağlamıştır. Sosyal medyanın acil durumlar ve afetler sürecindeki kullanımı iki farklı şekilde kategorize edilmektedir. Sosyal medya öncelikle bilgi yaymak ve kullanıcı geri bildirimleri almak için kullanılmaktadır. Sosyal medyanın afetler sürecindeki ikinci kullanım şekli ise “sistematiik bir acil durum yönetim aracı olması” ile ilgilidir. Sosyal medya, acil durum iletişimini yürütmek ve insanlara uyarılar yapmak için kullanılabilir” (Ata, 2023). Yeni medya, internet ve dijital platformlar aracılığıyla kullanıcıların hem bilgi üreticisi hem de tüketicisi haline geldiği, interaktif ve çok yönlü bir iletişim alanı olmuştur. Çalışma kapsamında yapılan görüşmecilerin ifadelerine göre; 6 Şubat Kahramanmaraş depremine baktığımızda, Türkiye’de medya kullanımının afetzedelerin bilgilendirilmesi ve toplumsal dayanışmanın sağlanması açısından önemli bir rol üstlenmiştir.

“Çünkü hani Hatay’ın bir gerçek hali vardı bir de ana akım medya kanallarında bahsedilen hali vardı. Sosyal medya bunları tüm çıplaklığıyla öne sürdü. Hani sansürlü bir şekilde. (G2)”

“Haberlerin tüm çıplaklığı ile sunulması açısından çok gerekliydi. Bu yaşadığımız dönemde de tüm iletişimimizi sosyallığımızı sosyal medyadan sağladığımız için bence gerekliydi. Ama aynı zamanda da bir sürü haber kirliliği oldu, yalan haberler oldu işte bu yalan haberlerde insanları kaosa sürükledi bence (G2)”

Afet anında Yeni Medya üzerinden bireylerin deneyimlerini ve duygularını paylaşarak, kolektif ve çok sesli bir içerik oluşturmaya olanak sağlamaktadır. Bununla birlikte afet anında dijitalin sunduğu bilgi akışı, kriz yönetimi süreçlerine dolaylı veya doğrudan etki ederken, haberlerin veya verilen adreslerin doğruluğu, hızı ve kapsamı kamuoyunun bilinçlenmesi açısından önem arz etmektedir. Görüşmeciler deprem sürecinde yayılan haberlerin ‘asılsız’ olması konusunda endişe duyduğunu ifade etmektedir.

“Televizyonlara baktığımızda gerçek görüntüleri yansıtmaktan ziyade eksik yansıtıldığını düşünüyorum. Yani var olan mesela ölü sayısı olsun yaralıları olsun konut konutlardaki yıkımlar olsun sonradan yapılacak evler olsun. Yani depremin getirileri nelerdir, zararları nelerdir yapılan ya da ortaya çıkan zararların tamamının eksik paylaşıldığını düşündüm. Bu halk galeyana getirmemek için mi yapıldı bu stratejiyi gibi bilmiyorum ama eksikti. Ve bu eksiklikten ben rahatsızdım ve paylaşımların birazcık daha o yönelimdeydi. (G5) Geleneksel Medya’ya baktığımızda, “Televizyon haberleri, belirli yapısal sorunlara sahip olsa da afet dönemlerinde kitlelerin güvenilir bir bilgi kaynağı olarak tercihleri şekillendirmektedir. Televizyon haberciliği, geniş kitlelere ulaşması bakımından toplum ve araştırmacılar tarafından ilgi gösterilen bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır (Koluman, Özşirin ve Aslan, 2024).” Haber süreçleri, doğrulama mekanizmaları sayesinde kamuoyuna genellikle doğrulanmış ve güvenilir bilgiler aktarılmaktadır. Yapılan haberler kamuoyunda kaos oluşturmamak için seçilerek ve düzenlenerek yapılmaktadır. Fakat bu sürecin tek yönlü bir iletişim olması, bazen bürokratik süreçler, merkezileşmiş kontrol ve haberlerin güncelliğinde yaşanan gecikmeler gibi dezavantajları içerisinde barındırmaktadır. Öte yandan, yeni medya; dijital platformlar aracılığıyla kullanıcıların hem bilgi tüketicisi hem de üreticisi haline geldiği, daha esnek ve hızlı bir bilgi akışı sunan bir yapıyı temsil etmektedir.

“Kesinlikle sosyal medyaya. Televizyon kanallarında bazı bilgiler vardı ama çok geç duyuruluyordu. Twitter’da anlık olarak her şey paylaşılıyordu. İnsanlar doğrudan enkazın olduğu yerleri işaret ediyor, yardıma ihtiyacı olanları paylaşıyorlardı yani televizyon haberlerini Twitter’dan önceden öğreniyorduk zaten. (G8)” Yeni medya, bireylerin yaşadıkları deneyimleri anında ve interaktif biçimde paylaşabilmelerine olanak tanıırken, bu durum aynı zamanda çift yönlü iletişimi teşvik etmekte

ve kişisel deneyimlerin daha ön plana çıkmasını sağlamaktadır. Ancak, bu hız ve katılımcılık avantajının yanında, bilgi doğrulama mekanizmalarının daha zayıf olması nedeniyle dezenformasyon ve duygusal aşırılık gibi riskler de beraberinde gelmektedir. Sosyal medya platformlarında yayılan yanlış bilgiler, kriz yönetimi sürecinde resmi kurumlar tarafından sağlanan güvenilir bilgi akışını zayıflatır ve toplumsal panik yaratabilmektedir. Kriz anında, resmi kurumların güvenilir bilgi akışı sağlama çabalarında ana akım medya önemli bir araç olarak öne çıkarken, yeni medya; toplumsal dayanışma, yardım çağrıları ve anlık geri bildirim mekanizmalarıyla tamamlayıcı bir rol üstlenmektedir. Bu dinamikler, afet anında her iki medya türünün de kendine özgü güçlü ve zayıf yönlerinin olduğunu göstermektedir. Ana akım medya, profesyonellik ve titiz doğrulama süreçleri sayesinde kriz dönemlerinde istikrarlı bir bilgi kaynağı sunarken, yeni medya ise hız, esneklik ve katılımcılık sayesinde olayın farklı boyutlarının ortaya çıkmasına olanak tanımaktadır. Miyase Aslantaş (2023) çalışmasında da bizlere söylemektedir; *“Son yıllarda acil durumlar için ideal bir iletişim aracı olarak çoklu iletişime imkân tanıyan, coğrafik sınırlılıkları olmayan, düşük maliyetli, kolay öğrenilip kullanılabilen, güvenilir, geliştirilebilir, mobil (gezici, birçok yerde kullanılabilen) ve hızlı olması sebebiyle eğlenme, bilgiye ulaşma, arkadaş edinme gibi birçok alanda kullanılan sosyal medya uygulamaları afetlerde iletişim ve koordinasyonu sağlamak için de sıklıkla kullanılmaya, araştırmalara konu olmaya başlamıştır.”* Bu bilgilere dayanarak sosyal medyanın gündelik hayatımızdaki bilgiye erişimimizi kolaylaştırması önemli bir rol oynamaktadır. 6 Şubat depremi örneğinde afet anında medya kullanımının hem bilgi akışı hem de toplumsal dayanışma açısından hayati öneme sahip olduğu görülmektedir.

Sonuç

Sosyal medya, bireylerin sınırsız bilgi akışı içerisinde hem içerik üreten hem de tüketen birer aktör olarak yer aldığı dinamik bir iletişim ortamı sunmaktadır. Bu doğrultuda, sosyal medyanın bireylerin düşüncelerini etkileme, yönlendirme ve hatta dönüştürme gücüne sahip olduğu ifade edilebilir. Geleneksel iletişim kanallarının aksine, sosyal medya bireyler arasındaki görünür iletişim engellerini ortadan kaldırarak, farklı kesimlerden insanların doğrudan ve hızlı bir şekilde etkileşim kurmasına olanak tanımaktadır. Böylece, her bireyin eşit söz hakkına sahip olduğu, kendi değerleri ve kabulleri doğrultusunda içerik üretebildiği bir alan oluşmaktadır. Bu alanda ortaya çıkan paylaşımlar, resmi ya da gayri resmi, bilimsel temellere dayalı veya bilimsel olmayan çeşitli bilgiler içerebilir. Ancak, sosyal medyanın sunduğu bu özgür iletişim ortamı, bilgi kirliliği ve dezenformasyon riskini de beraberinde getirmekte, doğruluğu teyit edilmemiş içeriklerin hızla yayılmasına zemin hazırlamaktadır. (Tekke, 2021).

Gerçekleştirilen araştırma, sosyal medyanın afet ve kriz iletişimi süreçlerinde önemli bir rol üstlendiğini ve bu süreçte etkin bir araç olarak işlev gördüğünü ortaya koymaktadır. Sosyal medya platformlarının, kriz anlarında hızlı ve geniş kitlelere ulaşabilme kapasitesi sayesinde iletişim sürecini desteklediği ve bilgi akışını sağladığı görülmüştür. Hem Türkiye’de hem de dünya genelinde yaşanan afetlerde, sosyal medya araçlarının kamuoyunun sesi olması dikkat çekmektedir. Bu bağlamda, sosyal medya üzerinden yapılan paylaşımlar, geniş bir hedef kitleye ulaşma imkânı sunduğunu kanıtlamaktadır. Afet sonrası sosyal medyanın işlevsel değişimi incelendiğinde, izlenme, beğeni, yorum, retweet, bilginin hızlı yayılması, bireylerin birbirlerine ulaşımın kolaylığı gibi etkenlerden, kriz dönemlerinde sosyal medya platformlarının aktif ve etkili bir şekilde kullanıldığını bizlere göstermektedir.

Araştırma kapsamında, afet sonrasında sosyal medyanın değişen işlevi incelenmiş ve belirli kategoriler çerçevesinde değerlendirilmiştir. Görüşmecilerden alınan cevaplar; sosyal medya üzerinden haberleşme, yardımlaşma, kişilerin duygusal ifadeleri ve sosyal medyadaki bilgi kirliliği (dezenformasyon) şeklindeki kategorik başlıklar altında incelenmiştir. Çalışmanın bu kategorileri Afet ve kriz süreçlerinde sosyal medyanın etkili kullanımını anlamak açısından önem arz etmektedir.

Çalışmanın bulguları incelendiğinde,

- Afet anında ve sonrasında sosyal medya, ilk karşımıza çıkan bulgumuz; haberleşme açısından önemli bir araç olarak işlev görmesidir.
- Telefon hatlarının yoğunluk nedeniyle kullanılmadığı durumlarda, sosyal medya platformları aracılığıyla bilgi paylaşımı yapılmıştır. Afetzedeler ve depremi yaşamamış bireyler arasında etkili bir iletişim ağı kurulmuştur. Sosyal medyanın ikili iletişim faktöründen yararlanılarak iki grup gündemi güncel bir şekilde takip edebilmişlerdir.
- AFAD gibi kurumların ve diğer kullanıcıların Twitter ve Instagram gibi platformlarda yaptığı bilgilendirme paylaşımlarının geniş kitlelere ulaşmıştır. Çünkü bireyler geniş kitlelere ulaşabilmesi için tanımadıkları insanların bile gönderilerini alıntılarını yapmışlardır. Görüşmecilerimizin içinde birden fazla kişi *“elimden bir şey gelmiyor, bende hikayemde paylaştım veya Twitter’den Retweet yaptım”* şeklinde ifadeleri bu durumu desteklemektedir. Fakat bu durum kendi içerisinde bir dezavantaj oluşturmaktadır, kullanıcılar çoğunlukla paylaşılan bilgileri doğrulamadan paylaşmıştır.
- Sosyal medya, kriz anlarında yardım çağrılarının duyurulması ve yardım organizasyonlarının koordine edilmesi açısından kritik bir işlev

üstlenmiştir. Sosyal Medya, Devlet eli kurulan yardım kuruluşlarından ziyade sivil toplum kuruluşlarının daha çok sesi olmuştur. Sosyal medyanın bu işlevi ile küçük gruplar daha fazla insanlara ulaşabilmektedir.

- Bireylerin sosyal medya üzerinden destek çağrısında bulunduğu, gönüllü gruplar ve sivil toplum kuruluşlarının bu çağrılara daha hızlı yanıt verdiği gözlemlenmiştir. Aynı zamanda paylaşılan yardım çağrılarında kamuoyu da şahit olduğu için yardım süreçleri olduğundan daha da hızlı geri dönüş almıştır.
- Afet sonrası bireylerin sosyal medya platformları aracılığıyla duygularını ifade ettiği ve toplumsal dayanışmanın arttığı gözlemlenmiştir. Bireylerin sadece haberleşme ve yardımlaşma üzerine sosyal medyayı kullanmadığını görmekteyiz. Aynı zamanda bireylerin bu süreçteki manevi duygularını paylaşmak amacıyla da sosyal medyayı kullanılmıştır. Bu süreçte paylaşılan manevi içerikler toplumsal dayanışmayı güçlendirmektedir. Paylaşımlarda korku, kaygı, üzüntü gibi duyguların yanı sıra, umut ve dayanışma mesajlarının da ön planda olduğu görülmüştür.
- Afet ve kriz süreçlerinde, sosyal medya platformlarında yanlış bilgilerin hızla yayıldığı ve dezenformasyonun ciddi bir sorun oluşturduğu karşımıza çıkmaktadır. Çalışmamızın bulgularından biride; sosyal medyanın haberleşme, yardımlaşma gibi iyi yönlerinin olduğu kadar yalan haber, yalan ihbar gibi kötü yönünün de ön planda olmaktadır. Bu süreçteki koordinasyon süreçlerini zor durumda bırakmıştır. Özellikle resmi kaynaklardan teyit edilmemiş bilgilerin paylaşımı, panik ortamının oluşmasına ve yanlış yönlendirmelere sebep olmuştur.

Araştırma bulguları, sosyal medyanın afet ve kriz iletişimde tamamlayıcı bir rol üstlendiğini ve bu süreçte etkili bir araç olarak kullanıldığını göstermektedir. Sosyal medya platformları, haberleşme, yardımlaşma ve duygusal destek sağlama açısından büyük bir işlev görürken, bilgi kirliliği (dezenformasyon) gibi kendi dezavantajını da beraberinde getirmektedir. Bu durum sosyal mecraların en olumsuz özelliği olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sebeple bilgi doğruluğu açısından ana akım medya ön plana çıkmaktadır. Ana akım medya bu süreçte kaosa sebebiyet vermemek için şeffaf bilgi paylaşamamıştır. Bu durum bireyleri sosyal medyaya itmektedir. Aynı zamanda ana akım medyanın tek yönlü bir iletişim olması da buna bir sebeptir. Sosyal medyanın kullanıcılarına bilgiye ulaşmasında, paylaşmasında hızlilik sağladığı için gündelik hayat pratiklerini kolaylaştırmaktadır. Bireyler bir bilgi paylaşacağı zaman tek tek yakınlarını aramaktansa sosyal medya üzerinden bu bilgiyi paylaşmak bilginin, daha hızlı ulaşmasına ve daha geniş bir sahaya ulaşmaktadır.

Kaynakça

- Abuşoğlu, Hilal Özlem ve Balcı Aydoğan, Bahar (2023). “Sosyal Medyada Z Kuşağına Yönelik Nefret Söylemi: Ekşi Sözlük Örneği”. Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 13(1), 707- 728.
- Acun, R. (2011). “Her Dem Yeniden Doğmak: Online Sosyal Ağlar ve Kimlik”, Milli Folklor, 23, 89.
- Adorno W. Theodor ve Horkheimer, Max (2010). “Aydınlanmanın Diyalektiği”. (Çev. Nihat Ülner, Elif Ö. Karadoğan). İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Adorno, Theodor W. (2005). “Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünüürken”, Çev. Bülent O. Doğan, Cogito, S.36, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Adorno, W. T. (2007). “Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi”, (Çev: N. Ülger – M. Tezel- E. Gen), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Akşit, B.T. (1997). “Göç Araştırmalarında Hızlı Değerlendirme Metodolojisi”, Türkiye’de İggöç, Konferans, 6-8 Haziran, Bolu-Gerede.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2010). “Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı” (6. Baskı). Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Argın, Y. (2023). “Doğal Afetlerde Sosyal Medya Kullanımı: 2023 Kahramanmaraş Depremi Özelinde Twitter Örneği”. İnsanat Sanat Tasarım Ve Mimarlık Araştırmaları Dergisi, 3(1), 140-165.
- Arklan, Ü., & Koçyiğit, İ. (2024). “Afet Dönemlerinde Sosyal Medyada Dezenformasyonun Yayılımı: 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş Depremleri Örneği”. Abant Sosyal Bilimler Dergisi, 24(2), 525-546.
- Aslantaş, M. (2023). “Geleneksel Medyadan Sosyal Medyaya Afet İletişimi, Toplum Ve Afet İlişkisi”. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 32(2), 776-789.
- Aşan, H. (2024). “6 Şubat 2023 Kahramanmaraş Depremi Sonrası Afet Yönetimi Açısından Sosyal Medya Hesaplarının Güvenirlilik Analizi Ve Değerlendirilmesi”. Akademik Yaklaşımlar Dergisi, 15(1 -Deprem Özel Sayısı-), 411-429.
- Ata, F. (2023). “Afet Haberciliği: Kahramanmaraş Merkezli Depremler Sürecinde Sosyal Medyaya Yönelik Bir Değerlendirme”. TRT Akademi, 8(18), 606-629.
- Aydın, AF (2023). “Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Manipülasyon: 2023 Kahramanmaraş Depremi Örneği”. İnsan Ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 12(5), 2603-2624.
- Binark, Mutlu ve Bayraktutan, Günseli (2013). “Aynın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik”. İstanbul: Kalkedon.
- Can, İ. (2020). “Giriş niyetine: Afet sosyolojisine alan açma çabası”. İ. Can (Ed.). Afet sosyolojisi içinde (ss. 15- 36). İstanbul: Çizgi Kitabevi.

- Cerrah, L. (2016). “*Sosyal Medya ve Bazı Kurumsal Etkileşimler ve Sosyal Medyaya Eleştirel Yaklaşım*”, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 20(4): 1393-1414.
- Daymond, C. ve I. Holloway (2003). “*Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications*”, London: Routledge Taylor and Francis Group.
- Demir, M. (2023). “*06 Şubat Kahramanmaraş Merkezli Depremler Sonrasında Sosyal Medya Kullanımının Yansımaları*”. Türk Deprem Araştırma Dergisi, 5(2), 248-269.
- Demir, S. T. (2023). “*Afet Medyası ve Medya Afeti: 6 Şubat Kahramanmaraş Depreminin Anımsattıkları*”. TRT Akademi, 8(18), 709-716.
- Elmalica, H. (2016), “*Bilişim Çağının Ortaya Çıkardığı Temel Bir İnsan Hakkı Olarak Unutulma Hakkı*”, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 65(4), s.1603-1636.
- Erdoğan, İ.- Alemdar, K. (2011). “*Kültür ve İletişim*, Ankara: Erk Yayınları. Erçöçen, O. (2008). *Uygulamalı Söylem Analizinde Transkripsiyon Aracının Amaca Bağlı Olarak Uygulanabilirliğinin Tartışılması Ve Örnekler Üzerinde Somutlaştırılması*”. Sosyal Bilimler Dergisi, 0 (1) , 69-88.
- Erkal, T. & Değerliyurt, M. (2009). “*Türkiye’de Afet Yönetimi*”. Doğu Coğrafya Dergisi, 14 (22) , 147- 164.
- Erkmen, Ö., Hermida, A. (2017). “*Herkese Söyle: Sosyal Medya’da Neden Paylaşımında Bulunuruz*”, (A.A. Sabancı, Çev.). İstanbul: Kafka Yayınları.
- Ilgın, H.O. (2021). “*Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Halkla İlişkiler İlişkisi*”. İletişim Çalışmaları Dergisi, 7(2), 303-322.
- Kahraman, S., Polat, E. & Korkmazıyürek, B. (2021). “*Afet Yönetim Döngüsündeki Ana Terimler*”. Avrasya Terim Dergisi , 9 (3) , 7-14
- Karataş, Z. (2015). “*Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*”, Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi Cilt 1, Sayı 1, 63-68.
- Kitazawa, K. ve Hale, S. A. (2021), “*Social Media and Early Warning Systems for Natural Disasters: A Case Study of Typhoon Etai in Japan*”, International Journal of Disaster Risk Reduction, 25, s.1-23.
- Koçyiğit, A. (2023). “*Hallerde Sosyal Medyada Dezenformasyonla Mücadele ve Kriz İletişimi: Kahramanmaraş Depremi Üzerine Bir Analiz*”. Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi (10) , 68-86.
- Kolukırık, S., Arslan, D. A., & Gökalp Yılmaz, G. (2022). Orman Yangınlarının Toplumsal Etkileri ve Görünümü: Medya Paylaşımlarında 2021 Büyük Antalya-Manavgat Yangını. Afet ve Risk Dergisi, 5(2), 560-580. <https://doi.org/10.35341/afet.1086418>
- Koluman, H., Özşirin, S., & Aslan, P. (2024). “*Kriz Anlarında Kitle İletişim Araçları: Afet Dönemlerinde Televizyon Yayıncılığı Üzerine Bir Araştırma*”. Erciyes İletişim Dergisi, 11(1), 205-225.

- Lindell, M. K., (2013). “Disaster Studies”, Current Sociology Review, 61(5-6) 797-825, Sage Publications.
- Mccracken G. (1988). “*The Long Interview*”, Sage Publications, London. McFarlane,
- Özdemir, M. (2010). “*Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma*”, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11(1), 326.
- Öztürk, M. & Kırca, M. (2023). “*Kahramanmaraş merkezli Depremler Sonrası için Akademik Öneriler*”. Gaziantep: Özgür yayınları.
- Sayımer, İ. (2008). “*Sanal Ortamda Halkla İlişkiler*”. İstanbul: Beta Yayınları.
- Şahin, D. & Zengin Demirbilek, E. (2023). “*Doğal Afet ve Kriz Yönetiminde Sosyal Medyanın Etkisi: Kahramanmaraş Merkezli Deprem Felaketi Üzerine Bir İnceleme*”. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (51), 322-333.
- Şahin, D. ve Zengin Demirbilek, E. (2023). “*Doğal Afet ve Kriz Yönetiminde Sosyal Medyanın Etkisi: Kahramanmaraş Merkezli Deprem Felaketi Üzerine Bir İnceleme*”. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (51), 322-333.
- Şahin, D. ve Zengin Demirbilek, E. (2023). “*Doğal Afet ve Kriz Yönetiminde Sosyal Medyanın Etkisi: Kahramanmaraş Merkezli Deprem Felaketi Üzerine Bir İnceleme*”. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (51), 322-333.
- Tekin, H. (2006). “*Nitel Araştırma Yönteminin Bir Veri Toplama Tekniği Olarak Derinlemesine Görüşme*”, Cilt 3, Sayı 13, 101-103.
- Tekindal, M. & Uğuz Arsu, Ş. (2020). “*Nitel araştırma yöntemi olarak fenomenolojik yaklaşımın kapsamı ve sürecine yönelik bir derleme*”. Ufuk Ötesi Bilim Dergisi, 20 (1), 153-182.
- Tekke, A. ve Lale, A. (2021). “*Sosyal Medyada Etik, Bilgi Manipülasyonu ve Siber Güvenlik*”. Akademik İncelemeler Dergisi, 16(2), 44-62.
- Usta, E. ve Yükseler, M. (2021), “*Afetlerde Sosyal Medya Kullanımı ve Etik İkilemler: İzmir Seferihisar Depremi Örneği*”, Afet ve Risk Dergisi, 4(2), s.249-269.
- Usta, E., & Yükseler, M. (2021). “*Afetlerde Sosyal Medya Kullanımı ve Etik İkilemler: İzmir Seferihisar Depremi Örneği*”. Afet Ve Risk Dergisi, 4(2), 249-269.
- Weinberg, T. (2009). “*The New Community Rules: Marketing On The Social Rules*”. USA: O'Reilly Media.
- Yıldırım, A. (2012). “*Sosyal Ağlar ve Kişisel Gizlilik Çatışması*”, Sosyal Medya/Akademi, (Editör: Tolga Kara, Ebru Özgen), Sosyal Medya/Akademi, İstanbul: Beta Yayınları.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2008). “*Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*”, (6. Baskı), Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yıldırım, A., Hermida, A. (2017). *“Herkesle Söyle: Sosyal Medya’da Neden Paylaşımında Bulunuruz”*, (A.A. Sabancı, Çev.). İstanbul: Kafka Yayınları.

1. Sosyal medya platformlarından biri olan X Platformu, deprem sürecinde eski adı olan Twitter adıyla bilinmektedir. Görüşmeciler ifadelerinde “Twitter” olarak kullandıkları için çalışmamızda eski ismi kullanılmıştır.