

Küresel Salgın Sürecinde Sosyal Medyanın Habercilik Rolü: Yararlı mı? Zararlı mı? Kullanıcı Deneyimleri Üzerine Bir Araştırma

The Reporting Role of Social Media in the Global Pandemic: Is It Useful? Is it Harmful? A Research on User Experiences

Mehmet Ramazan Yıldızgörür, Dr. Öğr. Üyesi, Yozgat Bozok Üniversitesi İletişim Fakültesi,

E-posta: m.yildizgorur@yobu.edu.tr

ORCID ID: 0000-0001-5103-0785

Araştırma Makalesi/Research Article

Anahtar Kelimeler:

Sosyal Medya, Dijital
Haber, Covid-19
Salgını

Öz

Tüm dünyayı etkileyen covid-19 salgını birçok kişi için ilk kez deneyimlenen bir süreç olarak kendini göstermiştir. Özellikle karantina ve sosyal izolasyon nedeniyle üniversitelerin uzaktan eğitime başlaması ve gençlerin bir araya geldikleri birçok sosyal ortamın kapatılması bu süreçte evde geçirilen süreyi de uzatmıştır. Bu süre içinde, sosyal medya, çoğu kişi için, erişilebilen sınırlı sosyalleşme ve iletişim ortamlarından biri olarak işlev görmüştür. Türkiye gibi genç nüfusunun sosyal medyada oldukça yüksek oranlarda zaman geçirdiği bir ülkede pandemi süreci sosyal medya kullanımını daha da ilginç bir hale getirmiştir. Özellikle habercilik bağlamında erişim, paylaşım ve maruz kalma gibi süreçler daha yoğun ve alışılmış olandan farklı biçimlerde kendini göstermiştir. Bu çalışma, pandemi sürecinde, sosyal medyanın üniversite öğrencisi gençler arasında, habercilik bağlamında ne tür işlevler üstlendiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda üniversite öğrencisi gençlerle çevrimiçi ortamda derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Yöntem olarak derinlemesine görüşmenin tercih edilme nedeni, olağanüstü bir süreçte ortaya çıkan farklı kullanım biçimlerini ve işlevleri kullanıcıların kendi deneyimleri üzerinden, net bir biçimde ortaya koymak olarak ifade edilebilir. Bu bağlamda araştırmanın öne çıkan bulgularından bazıları kaçınma, güven kaybı gibi olumsuz etkiler olduğu gibi; bilgi arama, doğrulama ve moral kazanma gibi olumlu etkiler şeklinde belirmiştir.

Abstract

The covid-19 epidemic, which affects the entire world, has shown itself to be a process experienced for many for the first time. In particular, the closure of university and many places where young people spend time due to quarantine and social isolation has forced them to spend time at home in this process. In this context, social media has functioned as one of the limited socialization and communication environments accessible. In a country like Turkey, where its young population spends quite high rates of time on social media, the pandemic process has made the use of social media even more interesting. Processes such as access, sharing, and exposure, especially in the context of journalism, have manifested themselves in more intensive and different forms. This study aims to reveal the functions of social media in the context of Journalism among young university students during the pandemic. For this purpose, in-depth interviews were conducted online with university students. The reason for the preference for in-depth discussion as a method can be expressed as clearly revealing the different forms of Use and functions that occur in an extraordinary process. In this context, some of the research's outstanding findings mention a number of negative effects such as avoidance, loss of trust, as well as positive effects such as information search, validation, and morale gain.

Keywords:

Social Media,
Digital News, Covid
19-Pandemic

Başvuru Tarihi: 16.11.2020

Yayına Kabul Tarihi: 09.12.2020

Giriş

Salgın hastalıklar insanlık için yeni bir durum değildir. İnsanlık tarihi içinde birçok salgın hastalığın yaşandığını bilinmektedir. Bu salgın hastalıkların bazıları bölgesel etkiler gösterirken bazıları küresel düzeyde etki yaratmıştır. Küresel düzeyde yaşadığımız covid-19 salgını açısından yeni olan şeylerden biri ise iletişim ortam ve araçlarının erişmiş oldukları kapasite, beceri ve yaygınlık durumudur. Günümüzde neredeyse tüm dünya internet üzerinden, mobil cihazlar ya da bilgisayarlar aracılığı ile bir bağlantı içindedir. Yalnızca yakın çevremizde olan biten değil, dünyanın herhangi bir noktasında yaşanan her türlü gelişmeden çok kısa bir süre içinde haberdar olabilmekteyiz. Bu durumun yarattığı tüm faydalara ek olarak yalan haber, dezenformasyon, bilgi kirliliği ve benzeri birçok olumsuz etkileri de bilinmektedir (Larson, 2018).

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de covid-19 virüsü nedeniyle çeşitli önlemler alınmıştır. Bu önlemlerin çoğu insanların kamusal alanlarda bir araya gelmesini sınırlandırmaya ve böylece virüsün yayılmasını engellemeye yöneliktir. “Sosyal mesafe” kuralı olarak adlandırılan bu durum fiziksel olarak bir araya gelmeyi engellemeye yönelik tedbirlerden oluşmaktadır. Kapanan ya da sınırlandırılan bu tür mekanlar özellikle gençlerin yoğun olarak vakit geçirdikleri toplumsal alanları da kapsamıştır. Bunun yanı sıra üniversiteler de dahil olmak üzere tüm düzeylerdeki okullar eğitime internet üzerinden devam etme kararı almıştır. İş yerleri kısmi olarak kapanmış ya da çalışma saatlerini düşürülmüştür. İnsanların fiziksel olarak ayrı kalmak zorunda olduğu karantina zamanlarında ve kısmi olarak bir izolasyonun uygulandığı zamanlarda sosyal medya, sosyal ilişkileri yürütmek için en ideal kanal olarak belirmiş ve tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de kullanım oranları artış göstermiştir.

Pandemi sürecinde sosyal medya birçok biçimde kullanılmıştır. Bu kullanım biçimlerinden bazılarında pandemi öncesi dönemde aşına olunduğu gibi pandemi sürecinde ortaya çıkan yeni kullanım biçimleri de gözlenmiştir. Sanatçıların çevrimiçi konserler ya da buluşmalar düzenlemeleri, uzmanlardan terapi seansları, evde geçirilen zamanda formda kalmak için belirlenen saatte düzenlenen evde spor etkinlikleri bunlara örnek olarak gösterilebilir. Bunların dışında sosyal medya pandemi öncesi dönemde olduğu gibi önemli bilgi kaynaklarından biri olmuştur. Salgınla ilgili birçok gelişme, Dünya Sağlık Örgütü, Sağlık Bakanlığı gibi örgütlerin, siyasilerin ya da konunun uzmanlarının sosyal medya hesaplarından direkt olarak paylaşılmış ve takip edilmiştir. Bunun yanı sıra önde gelen sosyal medya platformları salgın süresince güvenilir bilgi akışı sağlanması konusunda sorumluluk üstlenmiş ve çeşitli girişimlerde bulunmuşlardır.¹ Konunun hassasiyeti ve güncelliği habercilik bağlamında da yoğun bir ilgiyi beraberinde getirmiştir. Covid-19 sürecinde haber üretimi ve tüketiminde önemli artışlar kaydedilmiştir.

İletişim ve bilgisayar teknolojilerinin yaygınlığı, bu teknolojilerin bir türeği olan sosyal medyanın kullanım oranlarının yüksekliği, salgından önce de var olan bir gerçekliktir. Bu ortamların habere erişim ve haberin diğerleriyle paylaşılması gibi süreçler için de oldukça etkin ve yoğun bir biçimde kullanıldığı bilinmektedir (Anderson ve Caumont, 2014). Ancak salgın sürecinde sosyal medya kullanımı, iletişim çalışmaları açısından oldukça dikkat çekicidir. Bu çalışma, küresel salgın sürecinde sosyal medyanın,

¹<https://www.theguardian.com/world/2020/mar/03/battling-coronavirus-misinformation-in-the-age-of-social-media>

haber kavramı çerçevesinde kullanıcıların hayatlarında ne tür roller üstlendiği üzerine bir araştırmadır. Bu nedenle devam eden bölümde sosyal medyanın ve sosyal medyanın haber kavramı bağlamında işlevlerinden bahsedilecektir.

Sosyal Medyanın Ayırt Edici Özellikleri ve Sosyal Medyada Haber Olgusu

Teknolojik araç ve olanakların artmasıyla insanların habere erişim için kullandıkları araç ve yöntemler de hızlı bir biçimde değişime uğramıştır. Bu değişimlerin başında sosyal medya araç ve uygulamalarının kullanım biçimleri hemen göze çarpmaktadır. Sosyal medyayla birlikte hali hazırda ciddi bir değişime uğramış habercilik ve okurluk pratikleri covid-19 pandemisi gibi olağan dışı dönemlerde ise, kısa süreli ancak oldukça etkili değişimler göstermektedir (Simon vd., 2015). Sosyal medya birçok açıdan geleneksel medyadan farklı bir ortamdır. Bu farklılıklar haber bağlamında ele alındığında haberin üretim süreçleri, habercinin çalışma pratikleri, yayıncılık, habere erişim, haberin dağıtımını, yeni gelir biçimleri, hızlı habercilik, okurların haber üretim süreçlerine dahil olması, yalan haber, aşırı haber yükü gibi birçok başlık tartışmaya dahil edilebilir.

Sosyal medya birbirinden farklı amaçları, işlevleri ve kullanım biçimleri olan uygulamalardan meydana gelen ve oldukça geniş bir alanı kapsayan bir adlandırmadır. Bu nedenle sosyal medyanın ne olduğuyla ilgili net bir tanım ortaya koymak kolay değildir. Alanyazında var olan tanımlara bakıldığında bu karışıklığı gözlemlemek mümkündür. Bu tanımların bazıları işlevsellik bağlamında yapılan tanımlar iken, bazıları yapısal özellikleri bağlamında ortaya konmuş tanımlardır. Bu çalışma bağlamında sosyal medyanın kapsadığı tüm alanlar söz konusu olduğu için mümkün olan en geniş tanımları yapmak daha yararlı olacaktır. O nedenle sosyal medyanın ne olduğunu çeşitli özelliklerini tanımlayarak ortaya koymak daha anlaşılır olabilir. Bu amaçla genellikle sosyal medyanın geleneksel medyadan farklılıklarını sıralamak sıklıkla tercih edilen bir yoldur. Bu farklılardan belki de en önemlisi sosyal medyanın tek merkezden geniş bir kitleye, tek taraflı içerik akışını değiştirerek, birçok kullanıcıdan diğer birçok kullanıcıya çift taraflı bir iletişim sürecini mümkün kılmasıdır (Jensen ve Helles, 2017:17). Bu iletişim biçimi klasik kitle iletişimini içinde barındırabildiği gibi kişilerarası iletişim süreçlerini de içinde barındırmaktadır. Bu nedenle zengin bir iletişim deneyimi sunmaktadır. Bu deneyim okur ve haber arasındaki ilişkide de dönüştürücü bir etkiye sahiptir.

Bir diğer önemli konu ise sosyal medyada paylaşılan içerikler konusudur. Bu noktada hayatımıza yeni bir terim girmiştir. Kullanıcı üretimi içerik. Kullanıcı üretimi içerik sosyal medyanın kalbi olarak nitelendirilecek derecede önemli bir konudur. Öyle ki sosyal medya işlevleri ve kullanıcıları açısından değil kullanıcıların yarattığı içerikler açısından değerlendirilmesi gereken bir yapı olarak tanımlanmaktadır (Miller vd., 2016:61). Kaplan ve Haenlein'nin tanımına göre sosyal medya web 2.0 teknolojisinin ideolojik ve teknolojik temelleri üzerine kurulu ve kullanıcı üretimi içeriğin yaratılması ve paylaşımına olanak veren internet tabanlı uygulamalardır (Kaplan ve Haenlein, 2010:61). Sosyal medya kullanıcılarına kendi bireysel medyalarını yaratma ve diğerleriyle paylaşma olanağı vermektedir. Bu durumun yarattığı, özellikle bu çalışma bağlamında, bazı olumsuzluklar da vardır. İçerik üretiminin profesyonel kişilerce yapıldığı ve üretilen içeriklerin çeşitli mekanizmalar tarafından denetlendiği bir yapıdan, milyonlarca kullanıcının içerik ürettiği ve dağıttığı, büyük oranda denetimsiz olan bir ortama geçiş düşünüldüğünde ortaya

çıkabilecek olası sorunlar kestirilebilir. Kullanıcı üretimin habercilik bağlamında bir diğer önemli boyutu vatandaş gazeteciliği olarak adlandırılan haber içeriklerinin ortaya çıkmasıdır. Vatandaş gazeteciliği de internet ve özellikle sosyal medyanın haberle olan ilişkisi bağlamında önemli tartışma konularından biridir.

Sosyal medyanın iletişim süreçlerine getirdiği bir diğer önemli kavram ise etkileşimdir. Etkileşim sosyal medyanın “sosyal” kısmını tanımlayan temel özelliklerin başında gelmektedir. Zaten birçok tanım bu özelliği vurgulayarak sosyal medyayı tanımlamaktadır. Etkileşim özelliği habercilik bağlamında da önemli değişimleri beraberinde getirmiştir. Büyük medya kuruluşlarının tek yönlü haber akışı gerek kurumların sosyal medya hesaplarından gerekse gazetecilerin kendi hesaplarından yaptıkları haber akışıyla etkileşimli bir boyut da kazanmıştır (Lee vd. 2017:254). Sosyal medyanın bu özelliğini içinde barındıran bir tanım ise şu şekildedir; “Sosyal medya, kullanıcıların, kullanıcı tarafından oluşturulan içerikten ve başkalarıyla etkileşim algısından değer elde eden hem geniş hem de dar kitlelerin, gerçek zamanlı veya eş zamansız olarak etkileşime girmesine fırsat veren ve seçici bir şekilde kendini sunmasına olanak tanıyan internet tabanlı kanallardır” (Carr ve Hayes, 2015:50). Görüldüğü üzere bu tanımda kullanıcı üretimi içerik ve etkileşim işlevlerinin yanı sıra, gerçek zamanlı ve eş zamansız olma özelliklerine de değinilmiştir. Bu özellikler geleneksel iletişim araçlarının çizgisel yayın akışlarının aksine, kullanıcıların kendi belirledikleri zamanlarda içeriğe erişimlerini olanaklı bir hale getirmiştir. Kullanıcıların her an yanlarında olan mobil cihazların kullanımıyla birlikte düşünüldüğünde sosyal medyaya erişim sadece bir “isteme” meselesine dönüşmektedir. Yani sosyal medyaya erişmek isteyen kullanıcılar için bu ortamlar artık ellerinin altındadır. Küresel salgın sürecinin yarattığı sosyal uzaklaşma ve kısmi karantina gibi durumlar ise sosyal medyayı en çok tercih edilen iletişim ortamına dönüştürmüştür. Bu süreçte dünyada ve Türkiye’de sosyal medya kullanım oranlarının arttığı görülmektedir.^{2 3}

Habere veya daha geniş bir perspektiften bakıldığında bilgiye erişim isteği de pandemi sürecinde önemli bir artış göstermiştir (Casero Ripolles, 2020). Çoğu kişi için ilk defa karşılaşılan bu durum “kimler risk altında”, “alınabilecek önlemler neler”, “virüs ne kadar tehlikeli” gibi birçok soruyu beraberinde getirmiştir. Endişe düzeyinin ve bilinmezliklerin had safhada olduğu böyle bir zamanda habere erişim her zamankinden daha önemli bir hal almıştır. Ancak habere erişim kavramı internete bağlı teknolojilerle birlikte bir değişim göstermiştir. Daha önce habere erişim genel olarak belli kaynakları tercih etmek ve belli bir düzen içinde haber içeriklerini tüketmek olarak tanımlanabilecekken internete bağlı teknolojilerle birlikte haber akışı, profesyonel kuruluşlarından arkadaş çevresine kadar çok farklı kaynaktan gerçekleşmeye başlamıştır. Belli yayın kuruluşlarının ya da ekonomik veya siyasi otoritelerin haber üzerindeki kontrolleri belli ölçülerde zayıflamıştır. Okur ya da izleyici internet üzerindeki çok sayıda kaynaktan istediğini seçebilir ve haber tüketimi üzerinde kendi kontrolünü kurabilir duruma gelmiştir (Tewksbury ve Rittenberg, 2012:23). Ancak bunun sonucunda kontrol edilmesi güç olan bir durum söz konusu olmuştur. Sürekli ve birçok kaynaktan gelen haber akışı niyetsiz ve istemeden habere

²<https://www.trthaber.com/haber/koronavirus/sosyal-medyada-gecirdigim-sure-artti-490116.html>

<https://www.haberturk.com/gumushane-haberleri/77549752-koronaviruste-sosyal-medya-kullanimi-artti>

³https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf

maruz kalınması gibi bir sorunu beraberinde getirmiştir. Yani kullanıcılar kendi kontrolü dışında da habere maruz kalmaktadırlar (Park ve Kaye, 2020). Bu durum özellikle covid-19 pandemisi gibi hassas süreçlerde haberle okur arasındaki ilişkiyi etkilemektedir. Bunun yanında karantina ya da sosyal izolasyon süreçlerinin yarattığı psikolojik ve sosyal etkiler de insanların haberle olan ilişkisi üzerinde dönüştürücü etkiler yaratmaktadır.

İstatistiklere bakıldığında bu etkinin haber tüketimi ve sosyal medya kullanım oranlarında ciddi sıçramalara neden olduğu görülmektedir. Bu tüketim miktar olarak artış gösterdiği gibi sıklık olarak da bir artış göstermiştir.⁴ Bu da insanların mobil cihazlarını ya da bilgisayarlarını daha uzun ve sık bir biçimde kullandıkları anlamına gelmektedir. Geleneksel medya da bu süreçte önemli bir haber kaynağı olarak tercih edilmiş olabilir. Ancak dijital habercilik sahip olduğu avantajlarla, bu salgında olduğu gibi, sürekli güncel gelişmelerin ve yeni açıklamaların olduğu dönemlerdeki hızlı değişimlere kolayca ayak uydurabilmektedir (Duffy ve Ang, 2019). Dijital gazeteciliğin sağladığı yararları bakıldığında temel olarak aşağıda sıralanan etkileri gözlemlemek mümkündür;

- Haber akışını hızlandırarak insanların erişebildiği enformasyon miktarını artırması
- Haber tüketimi ve zaman açısından çizgisel olmayan akışının esneklik sağlaması
- Taraflar arasında yüksek düzeyli iletişim ve etkileşim olasılığı sunması
- Topluluk kavramını coğrafi değil, ortak hedefler ve çıkarlar açısından tanımlamak
- Geleneksel eşik bekçilerinin ve yerleşik seçkinlerin rollerinin ve etkilerinin sorgulanır olması,
- Çoklu ortam ile farklı medyalar arasındaki sınırları kaldırması
- Habercilerin ve okuyucuların ilişkilerini ve rolünü değiştirmesi, okurların içerik oluşturmaya ve gündemi şekillendirmeye aktif olarak katılmasına izin vermesi
- Haber çeşitliliğini, analizini ve haberin doğrudan iletmesini artırması (Pawlik, 2001, Kwamoto 2003).

Sosyal medya da bu dijital habercilik uygulamalarının önemli mecralarından birisidir. Haberin toplanması, dağıtılması, aranması, paylaşılması gibi hem üretim hem tüketim boyutlarını ilgilendiren işlemlere sahiptir. Ancak sosyal medya ve habercilik ilişkisi sorunsuz bir ilişki olarak tanımlanamaz. Aşırı haber yükü, dezenformasyon, misenformasyon, trollük, kutuplaşma, yalan haber gibi ilk akla gelen sorunlar dahi bu ilişkide sorunların ciddiyetini göstermektedir. Sosyal medyanın kesintisiz iletişim, hız, haber kaynaklarıyla etkileşim, çeşitlilik gibi kendine özgü avantajları geleneksel medyaya nispeten daha değerli bir haber kaynağı olarak nitelendirilmesini sağlamış olsa da (Stassen, 2010:120), bahsi geçen sorunların kullanıcı üzerinde yarattığı etkilere bakıldığında son dönemlerde haberden kaçınmak ya da geleneksel ve profesyonel haber kaynaklarını tercih etmek gibi eğilimlerin ortaya çıkması olasıdır.

Sosyal medya ve haber ilişkisi, üzerinde çokça çalışmaların yapıldığı oldukça geniş bir çalışma alanıdır. Bu çalışmada pandemi sürecini deneyimleyen kullanıcıların sosyal

⁴https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf

medya üzerinden haberle olan ilişkilerine değinilecektir. Bu ilişkiyi kullanıcıların kendi deneyimleri üzerinden ortaya koymak konu hakkında daha derin ve ilk ağızdan veriler sağlayacağı için önemli görülmektedir.

Yöntem

Bu amaçla küresel salgın sürecini evde geçiren 19-24 yaş aralığındaki 22 üniversite öğrencisiyle çevrimiçi ortamlarda görüntülü ve yazılı olarak görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmelerin ayrıntıları ve ne amaçla gerçekleştirildiği görüşmecilere bildirilmiş ve çalışmaya gönüllü olarak katıldıkları yönünde beyanları alınmıştır. Görüşme tekniği sosyal bilimler için oldukça sık başvurulan bir veri toplama tekniğidir (Yıldırım ve Şimşek, 2013:147). Özellikle kişilerin bazı olaylar hakkındaki deneyimlerinin derinlemesine öğrenilmesinin beklendiği durumlarda iyi tasarlanmış bir görüşme beklenen verimi karşılamaktadır. Araştırmanın örnekleme itibariyle ulaşılan bulgular yalnızca belli bir yaş aralığındaki genç üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarına dair bulgulardır. Öğrenciler üç farklı devlet üniversitesinde ve farklı fakültelerde eğitim alan kişilerdir. Araştırmanın örnekleminin yer aldığı evrene bakıldığında demografik olarak oldukça geniş bir skalada yer alan bir kitle karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle araştırma evreninden mümkün olan en geniş çeşitliliği temsil eden kişilerin tercih edilmesi doğru bulgulara erişmek için yararlı olabilir. Bu amaçla maksimum çeşitlilik örnekleme tercih edilerek söz konusu evrenden en uygun örneklem seçilmeye gayret edilmiştir (Creswell, 2015:186). Nitel araştırmaların bulguları ve bu bulgulardan ulaşılan sonuçlar, her ne kadar genele yansıtılamayacak olsa da örneklemin doğru saptanması verilerin araştırma soruları bağlamında beklenen cevapları sağlamasına yardımcı olacaktır. Bu çalışmada görüşmeciler seçilirken amaçlı örnekleme tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırmanın ortaya koymak istediği cevaplara sahip olduğu düşünülen sosyal medya kullanıcılarına ulaşmak ve onlarla görüşmeler yapmak için uygun bir örnekleme tekniği olarak gösterilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013:134).

Toplanan verilerin analiz aşaması ise tematik kodlama tekniği ile gerçekleştirilmiştir. Tematik kodlama tekniğinde elde edilen verilerin araştırmanın amacı doğrultusunda belirli kavram, tema ve başlıklara göre tasnif edilmesi söz konusudur (Geray, 2006:177). Böylece dağınık görüşme verileri belli başlı temalara indirgenerek araştırılan konu hakkında kolay anlaşılabilir sonuçlara ulaşmak mümkün olmaktadır. Burada elde edilen veriler betimleme, sınıflandırma ve analiz olmak üzere üç aşamadan oluşan bir süreç içinde ele alınmıştır (Dey, 2003). Betimleme aşamasında sosyal medya kullanıcılarının, ortamlarla ilişkileri anlaşılmasına çalışılmış ve küresel salgın süreciyle birlikte sosyal medyayı kullanma davranışlarında meydana gelen değişimlere odaklanılmıştır. Daha sonra elde edilen verilerden belli temalara ulaşmaya çalışılmıştır. Temalar, birbirleriyle ve araştırmanın genel problemiyle ilişkileri bağlamında sınıflandırılmıştır. Temalardan yola çıkarak verilerin analiz edilmesi sürecinde ise sosyal medyanın küresel salgın sürecinde ne tür roller üstlendiği sorusuna cevap verilmeye çalışılmıştır.

Araştırmadan elde edilen bulgular küresel salgın döneminde sosyal medyanın rolü bağlamında ilk olarak ikili bir ayırım ortaya koymaktadır. Bu iki rolden birincisi sosyal medyanın olumlu işlevleri bağlamında değerlendirilebilir. Doğal olarak ikinci rol ise olumsuz işlevleri kapsamaktadır. Bir diğer ayırım ise sosyal medya kullanıcılarının

alışageldiği roller ve küresel salgın sürecinde deneyimledikleri roller olarak belirlemiştir. Bu rolleri değerlendirmeden önce sosyal medyanın genel olarak işlevlerine ve kullanım motivasyonlarına kısaca değinmek ve özellikle kriz durumlarında sosyal medyanın işlevleri ya da kullanım biçimleri üzerinde durarak, avantaj ve dezavantajlarından kısaca bahsetmek, bu araştırmanın ortaya koyduğu bulguları yorumlama ve anlamlandırma sürecinde faydalı olacaktır.

Bulgular

Küresel Salgın Sürecinde Sosyal Medyanın Habercilik Bağlamında Etkileri

Çalışmanın bu bölümünde görüşmelerden elde edilen bulgular paylaşılacaktır. Bulgular, öncelikle sosyal medya kullanma davranışları bağlamında daha sonra ise sosyal medya dolayısıyla, haberle kurulan ilişki bağlamında aktarılacaktır. Sosyal medyanın pandemi sürecinde kullanımına yönelik bazı bulguları paylaşmanın, haber bağlamında etkileri anlamlandırma noktasında yardımcı olabileceği varsayılmaktadır. Her iki bağlamın da olumlu ve olumsuz olarak nitelendirilebilecek boyutları söz konusudur.

Salgın Sürecinde Sosyal Medya Kullanım Biçimleri

Bu başlık altında görüşmelerden elde edilen veriler ışığında küresel covid-19 salgını sürecinde sosyal medyanın kullanıcılar için sunduğu işlevler ele alınmıştır. Bu işlevler sosyal medyanın alışlagelmiş işlevleri olabildiği gibi, salgınla birlikte deneyimlenen yeni kullanım biçimlerini de kapsamaktadır.

Görüşmecilerin sorulara verdikleri cevaplar üzerinden bir genelleme yapmak nitel araştırmanın ve görüşme tekniğinin amacına ve doğasına uygun olmayan bir durumdur. Ancak burada istisnasız tüm görüşmecilerin benzer yanıtlar vermiş olması nedeniyle belirtilmesi gereken kimi durumlar olduğu düşünülmektedir. Bunlardan biri görüşmeye katılanlarının tamamının sosyal medyayı ilk olarak eğlenceli vakit geçirmek, sıkıntıdan kurtulmak gibi amaçlarla kullanmış olmalarıdır. İkinci olarak ise yine tüm görüşmeciler sosyal medyadan, küresel salgın ve hastalıkla ilgili gelişmeleri öğrenmek, hastalıkla ve hastalıktan korunmayla ilgili bilgilenmek amacıyla kullanmışlardır. Bu da katılımcıların haber tüketme davranışlarının belirgin bir biçimde değiştiği anlamına gelmektedir.

Küresel salgın sürecinde görüşmecilerin tamamının normal zamanlara göre, sosyal medyayı kullanım oranlarının arttığı görülmektedir. Katılımcılardan normal kullanımlarını tanımlamaları istenmiş, daha sonra ise küresel salgın sürecinde sosyal medya kullanımında ne tür bir artış gözlemledikleri sorulmuştur. Süre olarak artışın yanı sıra sosyal medyayı tüketim biçimlerinde de normal zamanlara göre değişimler olduğu ifade edilmiştir. Örneğin küresel salgın öncesi daha çok Instagram’da zaman geçirdiğini ifade eden bir kullanıcı küresel salgın sürecinde sosyal medyada geçirdiği zamanın büyük kısmını Youtube izleyerek geçirdiğini ifade etmiştir;

“Ben küresel salgın sürecinde Youtube’u keşfettim. Daha önce çok sık kullandığım bir platform değildi. Arada sırada girer, kısa süre sonra da çıkardım. Ama evde uzun süre zaman geçirmek zorunda kalınca Youtube’da daha çok zaman geçirdim ve izledikçe yeni şeyler keşfettim. Genellikle eğitici ve eğlendirici içerikleri tercih ettiğimi söyleyebilirim” (Erkek, 20).

En belirgin işlevlerden birisi “eğitim” konularında sosyal medya üzerinden yapılan iş birliklerine yapılan vurgulara dayanmaktadır. Salgın sürecinde alınan önemlerden bir tanesi de okulların uzaktan eğitime geçirilmesi olmuştur. Görüşmecilerden bazılarının ifadelerine göre bu süreçte sosyal medya eğitim anlamında da bir haberleşme ve bilgi alışverişi aracına dönüşmüştür. Öğrenciler bu süreçte sosyal medya aracılığı ile ders notlarını paylaşma, verilen ödevlerle ilgili tartışma, sınavlara hazırlanma, ders konularını tartışma gibi çeşitli biçimlerde sosyal medyayı kullandıklarını ifade etmişlerdir. Sosyal medya bu anlamda öğrenci kullanıcıların her zaman hayatında olmuştur ancak salgın döneminde bu kullanım biçimi bazı açılardan form değiştirmiş ve daha işlevsel olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bu form değişimi kendini sosyal medyanın en belirgin özelliklerinden biri olan “iş birliği” kavramının belirgin bir biçimde kullanıcıların hayatına girmesiyle göstermiştir. Bir görüşmecinin ifadeleri bu form değişimini vurgulaması açısından önemlidir;

Biz okulla ilgili olarak her zaman haberleşiyoruz ya da derslere dair paylaşımlar yapıyoruz. Ancak ilk defa bazı arkadaşlarla bir ders için, ortak çalışma amacıyla bir Whatsapp grubu kurduk ve ödevlerimizi de yine sosyal medya üzerinden beraber yaptık. Birisinin anlamadığı bir konuyu başkası açıkladı. Eksik kaldığımız yönlerimizi birbirimize yardım ederek tamamladık. Dersle ilgili materyal paylaştık. Sorular sorarak cevaplandırdık. Bence pandemiden sonra da bu çalışma biçimini sürdürmemiz gerekiyor çünkü bence herkes çok faydalandı (Kadın, 20).

Bir diğer görüşmecinin ifadesi ise başka bir alanda yapılan iş birliğini vurguluyor olması açısından önemli görülmüştür. Görüşmeci covid-19 salgını öncesinde spora başladığını ifade etmiştir. Ancak salgınla birlikte spor salonuna gidemediği için spora evde devam etmek zorunda kalmıştır. Görüşmecinin ifadeleri kendi ağzından şu şekilde aktarılmıştır;

Fitness’a başladım ancak salonda antrenörle çalışmak ile evde kendi kendine çalışmak arasında ciddi farklar var. Youtube’da ve Instagram’da takip ettiğim uzman kişiler evde yapılabilecek egzersizler ve beslenme önerileri veriyordu. Yayınları izlerken bu konuda sosyal medya gruplarının olduğunu gördüm. Sosyal medyada bir araya gelen insanların kendi aralarında bilgi alışverişi yaptığı gruplar. Ben de dahil oldum. Bu gruplarda birbirimizle konuştuğça motivasyonum artıyordu. Gerçek bir spor salonunda olamıyor olsam da sanal olarak birileriyle aynı amaçla bir arada olmak iyi geldi diyebilirim (Erkek, 22).

Bu görüşmeciler salgın sürecinde sosyal medya kullanım biçimlerinde bazı “yeni deneyimlerin” yaşandığı ifade etmişlerdir. Bu yeniliklerin en belirgin olanı daha önce deneyimlenmemiş bazı uygulama ve platformların denenmesi yönündedir. Görüşmecilerden bir tanesi ilk defa filtre uygulamaları denediğini ifade ederken bir kullanıcı daha önce indirmedeği Tiktok adlı sosyal medya uygulamasını indirerek denediğini ve kullanmaya başladığını ifade etmiştir. Tiktok adlı uygulamanın küresel salgın sürecinde kullanım oranlarında bir artış olduğu kullanım istatistiklerinden görülmektedir.⁵ Bu örneklerden de görülebileceği üzere sosyal izolasyon sürecinde insanların sosyal medyayı kullanma

⁵<https://digitalage.com.tr/tiktok-covid-19-surecinde-ucusa-gecti/>

alışkanlıklarını değiştirdikleri söylenebilir. Özellikle daha önce deneme motivasyonu yaratmayan kimi ortam veya uygulamalara yönelik bir ilginin oluştuğu görüşmelerden elde edilen verilere yansımıştır.

Bazı kullanıcılar ise salgın sürecinde artan boş vakitleri ve buna paralel olarak artan sosyal medya kullanım biçimlerini “boşa zaman geçirmek” olarak tanımlamıştır. Sosyal medyada geçirilen zamanın fırsat maliyeti üzerinden değerlendirmesini yapan bu kullanıcılar için pandemi sürecinde artan sosyal medya kullanma oranları bu maliyeti yükseltmiş ve duyulan rahatsızlığı artırmış görünmektedir.

Ben karantınayı kendimi geliştirmek için bir fırsat olarak görmüştüm. İngilizce çalışmayı ve hocalarım tarafından tavsiye edilen kitapları okumayı ve ders çalışmayı planlamıştım ama maalesef planladığım gibi olmadı. Bunun sorumlusu sosyal medya diyemem ama ne zaman bu durumdan pişmanlık veya vicdan azabı duysam o an sosyal medyada olduğumu fark ettim. Zamanımın çoğunu elimdeki telefona boş boş bakarak geçirdim diyebilirim (Kadın, 24).

...Sosyal medya çok zaman alıyor hayatımızdan. Telefonuma bildirim olarak haftalık ekran görüntüleme süresi geliyor. Ortalamam 7-8 saat arasında değişiyor. Kullanım detaylarına baktığımda büyük oranda sosyal medya uygulamalarında zaman geçirdiğimi görüyorum. Şimdi o süre içinde yapabileceklerimi düşününce biraz üzülüyorum ama sosyal medya da bir yönüyle eğitici bir ortam. Çoğu kullanıcı boş yapıyor ama birçok konuda ufkumuzu açan içerikler de var (Erkek, 22).

Görüşmecilerden alınan birçok cevap küresel salgın sürecinde sosyal medyanın “moral kazanma” amacıyla da kullanıldığını göstermektedir. Bir kullanıcı yaşadığı semptomları gösteren başkalarının da olduğunu ve bu kişilerin corona virüse yakalanmadan bu semptomlardan kurtulduklarını görerek psikolojik olarak rahatladığını ifade etmiştir. Dünya genelinde corona virüse karşı yürütülen aşı ve ilaç çalışmaları, doktorların güven veren açıklamaları sosyal medyada paylaşılması görüşmeciler tarafından moral yükselten içerikler olarak ifade edilmiştir. Yine sosyal medyada birçok kişinin benzer endişe ve kaygılarını dile getirmelerinin, daha önce benzeri deneyimlenmemiş böyle bir süreçte yalnızlık hissiyatını ve endişe düzeylerini düşürücü bir etki yarattığı görüşmecilerin ifadelerine yansımıştır.

Araştırmada belirgin bir biçimde ortaya çıkan bulgulardan bir tanesi de kullanıcıların salgın döneminde üretici taraflarını daha fazla ortaya koydukları olmuştur. Kullanıcılar sosyal medyayı yalnızca içerik tüketerek kullanmak yerine, normal zamanlara kıyasla daha fazla içerik üretmek kullanmışlardır. İnsanların sosyal medyada paylaşım yapma motivasyonlarına bakıldığında sosyalleşmek, bir grubun parçası olmak, benlik sunumu gibi nedenlerle karşılaşılmaktadır. Görüşmecilere neden daha fazla paylaşım yaptıkları sorulduğunda verilen cevaplar genellikle iki başlık altında toplanmıştır. Bunlardan ilki “diğerlerinin yararı” olarak adlandırılabilir. Burada kullanıcıların eğlendirici ya da bilgilendirici içerikleri başkalarına da ulaştırma istekleri olduğu görülmektedir. Bu motivasyon bir görüşmeci tarafından şu şekilde ifade edilmiştir;

Normal zamandakine göre paylaşımlarım arttı. Hem daha çok vakit geçirdiğim

için hem de bir sorumluluk gibi hissettim açıkçası. Herkesten salgınla ilgili güncel bilgiler, uyarılar, hikâyeler vs. geliyordu. Yemek tarifleri, film veya belgesel önerileri... Ben de zamanla karşıma çıkan haberleri, bilgileri, eğlenceli içerikleri vs. paylaşmaya başladım Whatsapp ya da Instagram üzerinden (Erkek, 22).

İkinci başlık ise kendini ifade etme olarak adlandırılabilir. Buradaki temel motivasyonun bir biçimde diğerleriyle iletişim halinde olmak, yapılan paylaşımlara gelen beğeni, tekrar paylaşma, yorum gibi etkileşimlerin yarattığı olumlu psikolojiden yararlanmak olduğu söylenebilir. Bir görüşmeci bu süreçte yaptığı paylaşımların neden daha farklı hissettirdiğini şu şekilde ifade etmiştir;

Ben genelde sık paylaşım yaparım. Ama bu süreçte (salgın ve karantina sürecinin başlarında) paylaşmak ve arkadaşarımdan bu paylaşımlara yanıt almak daha iyi hissettirdi. Çünkü birden okul, arkadaşlar, sosyal hayat hepsi gitti ve ne olduğunu anlamadık. Sosyal medya arkadaşlarla iletişimin sağlandığı tek ortam olarak kaldı (Kadın 21).

Bir başka genel yanıt ise sosyal medya kullanımının mobil cihazlar üzerinden gerçekleşmiş olmasıdır. Tüm katılımcılar sosyal medyaya cep telefonları aracılığı ile dahil olmuşlardır. Katılımcıların büyük bir bölümü dizüstü bilgisayar ya da masaüstü bilgisayar gibi farklı seçeneklere sahip olmalarına rağmen büyük oranda cep telefonlarını kullanmayı tercih etmişlerdir. Literatüre bakıldığında cep telefonu kullanımının arttığına dair veriler görmek mümkündür. Cep telefonlarının her an kullanıcıların yanında olması, pratik ve işlevsel olması gibi özellikleri kullanımını yaygınlaştırmıştır. Ancak küresel salgın sürecinde zamanın çoğunun evlerde geçirildiği düşünüldüğünde küçük ekranlı ve kimi konularda dizüstü ya da masaüstü bilgisayarlara göre dezavantajları olan mobil cihazların tercih ediliyor olması ilgi çekici bir durum olarak değerlendirilebilir. Neden cep telefonunun tercih edildiği sorusuna gelen cevaplardan genel olarak sürekli ve farklı uygulamalardan bildirim gelmesi, kullanım alışkanlığı ve pratikliği şeklinde yanıtlar alınmıştır. Dizüstü ya da masa üstü bilgisayarların genel olarak oyun ya da film izleme gibi bireysel kullanımlar amacıyla tercih ediliyor olması da ifadelere yansıyan bir bulgu olarak belirmiştir.

Salgın Sürecinde Sosyal Medyanın Haber Bağlamında Kullanımı

Bu bölümde kullanıcıların sosyal medyada karşılaştıkları haberlerle ilişkilerine yönelik bulgular aktarılacaktır.

Küresel salgın sürecinde sosyal medyadan haber takibinin iki türlü yapıldığı anlaşılmaktadır. Birinci tür haberler genel olarak ana akım medyadan yayılan ya da sosyal medyada geniş kitlelere yayılmış haberlerden oluşmaktadır. İkinci tür haberler ise genellikle duyurma ve dedikoduya dayanan daha sınırlı bir çevrede ve kapalı sohbet gruplarında paylaşılan haberler olarak belirmektedir. Bu haberler doğru olmayan bilgilerin yayılmasını ve doğrulanma ihtimalinin zayıflığı dolayısıyla daha tehlikeli sonuçlar doğurabileceği var sayılan haberler olarak değerlendirilebilir. Örnek olarak herhangi bir şehrin hastanesinde görevli bir sağlık çalışanına göre o şehirde vakaların çok fazla artış göstermesi gibi haberler ya da virüsle mücadelede etkili olduğu ileri sürülen ancak

bilimsel bir dayanağı olmayan çeşitli tavsiyeler gösterilebilir. Ana akım haberler içinde de bu türden riskli haberlere rastlamak mümkündür. Örneğin ABD başkanı Trump'ın dezenfektanların insanlara bir şekilde verilmesiyle virüsün öldürebileceği yönündeki açıklamaları kimi insanların bu yöntemleri denemesiyle sonuçlanmıştır.⁶ Ya da sabun veya alkol tüketimindeki artışların yine kötü sonuçlar doğurduğuna dair haberler basında yer almıştır.⁷ Bu tür içerikler görüşmeciler tarafından sosyal medyada yayılan haberlere yönelik güven kaybını artıran içerikler olarak tanımlanmıştır. Ancak yayılan yanlış veya yanıltıcı içeriklere yönelik doğrulamalar yine sosyal medya aracılığı ile kullanıcılara ulaşmaktadır. Sosyal medya hem profesyonel habercilik açısından hem de birinci ağızdan kaynak çeşitliliğini artırarak kuşku bilgilerin doğrulanmasında da önemli bir işlev üstlenmiş görünmektedir (Lee vd. 2017:255).

Araştırma bulgularına göre ortaya çıkan önemli bir işlev de bilgi edinme işlevidir. Yanıtlar bağlamında bu işlev geniş bir anlama sahiptir. Her ne kadar tek başlık altında toplanmış olsa da tüketim ürünlerine dair tavsiyelerden, evde egzersiz, yemek yapma, kitap, film ya da dizi tavsiyeleri gibi birçok konuda bilgi edinmek için sosyal medyanın kullanıldığı görülmektedir. Bu süreçte nitelikli ve derinlikli bilgi ihtiyacında meydana gelen artış özellikle tıbbi konularda uzman kişilere olan danışma ihtiyacını da artırmıştır (Goel ve Gupta, 2020). Bu anlamda sosyal medya pasif olarak karşılaşılan içeriklerin tüketildiği bir ortam olmaktan biraz öteye geçerek, kullanıcıların aktif olarak ihtiyaç duydukları bilgiyi aradıkları bir ortama dönüşmüştür. Görüşmecilerin büyük bir bölümü bu bilgi edinme ihtiyacını ve ihtiyaç duyulan bilgiyi arama davranışını küresel salgınla ortaya çıkan bir değişiklik olarak kabul etmişlerdir. Bu bağlamda bir görüşmecinin ifadeleri şu şekildedir;

Evet bilgi ihtiyacım arttı diyebilirim. Çünkü bilmemiz gereken yeni sorunlarla karşılaştık. Bazı konularda bilgi açığının olduğunu yine sosyal medyadan gördüklerimle fark ettim ve detaylı olarak araştırdım. Mesela bu olaydan önce hiçbir doktoru takip etmiyordum ama pandemiyle birlikte sosyal medyadan bir sürü doktor takip etmeye başladım (Kadın, 23).

Araştırmanın önemli ve altının çizilmesi gereken bulgularından bir tanesi de bazı katılımcıların bu süreçte özellikle haber takibi için telefonlarına çeşitli uygulamalar indirdiklerini ifade etmeleridir. Daha önce habere erişim için herhangi bir uygulama kullanmadıklarını ifade eden katılımcılar, bu süreçte indirdikleri uygulamaları bundan sonra da telefonlarından kaldırmayı düşünmediklerini söylemişlerdir. Özellikle ülkemizde gençlerin olumsuz, rahatsız edici ve ilgi çekici olmayan gündemden uzak kalmayı tercih ettikleri bilinmektedir⁸. Ancak insanlar doğaları gereği habere ihtiyaç duymaktadır. Salgın sürecinde habere duyulan ihtiyaç haberin özellikle gençler nezdinde kaybettiği itibarı ve ilgiyi geri kazanması açısından önemli bir başlangıç olabilir.

Görüşmecilerin ifadelerine göre genel olarak bilgiye, özeldeyse haber formundaki

⁶<https://www.reuters.com/article/us-health-coronavirus-trump-sarcastic-idUSKCN2262UD>.

⁷Bu konuda gerek Türkiye'de gerekse dünya genelinde basına yansıyan birçok haber bulunmaktadır. Örn; <https://www.aa.com.tr/tr/koronavirus/prof-dr-cander-koronavirusle-mucadelede-alkol-tuketimine-yer-yok/1773069>

⁸<https://teyit.org/2019-reuters-raporu-turkiye-haberden-kaciniyor-haberi-whatsapp-gibi-kapali-platformlarda-payla-siyor>

bilgiye yönelik güven kaybının da söz konusu olduğu görülmektedir. Uzmanların bazı konulardaki tutarsız açıklamaları, kimi ülkelerin ya da politikacıların siyasi gerekçelerle yanlış beyanda bulunmaları ve genel olarak tüm dünyada gözlenen panik havası internette yayılan her türlü bilgiye karşı bir güvensizlik doğurmuştur. Görüşmelerde gazeteciliğin Türkiye’deki durumu da bu güvensizliği besleyen faktörlerden biri olarak ifade edilmiştir. Son yıllarda sadece Türkiye’de değil tüm dünya genelinde gazeteciliğin objektiflik nosyonunda bir sarsılma yaşandığı söylenebilir. Gazetecilerin kendi sosyal medya hesaplarından yayınladıkları görüşlerindeki öznelliğin bu duruma yol açan sebeplerden biri olduğu söylenebilir (Meraz, 2009). Siyasi anlamda yaşanan toplumsal bölünmenin başka alanlarda da bölünmeyi, dezenformasyonu ve çatışmayı artırdığı da bir sebep olarak ifade edilebilir (Tucker vs., 2018). Sosyal medyanın yapısal özellikleri bağlamında bir değerlendirme yapıldığında ise yanlış bilginin hızlı bir biçimde yayılabilir olması, aşırı bir enformasyon akışının olması gibi nedenler yine habere karşı oluşan güven kaybının temelindeki nedenler olduğu söylenebilir.

Bilgi kirliliğinin veya yoğun düzeyde bilgiye maruz kalmanın bir sonucu da alternatif hikayelerin etkisine girmek olarak tanımlanabilir. Bilim insanlarının ya da yetkili kişiler ve kurumların yaptıkları uyarılar ve bilgilendirmelerin yanı sıra salgına yönelik doğruluğu şüpheli hikayelerin çeşitli kaynaklardan yayılması da bir sorun olarak nitelendirilebilir. Genel olarak salgının etkilerini inkâr eden veya durumun ciddiyetini hafife alan hikâyelerin yayılması, gösterilmesi gereken toplumsal reflekse zarar vermiş olabilir. Görüşmecilerden birinin aşağıdaki ifadesi bu durumu destekler niteliktedir;

“Başlarda salgının ciddiyetini kavrayamadık. Mesela normal gripten her sene daha fazla kişinin öldüğü bilgisi dolaşıyordu. Sokağa çıkma ya da maske yasakları çok anlamsız geldi. Zaten salgının sonlanması için insanların sokağa çıkmaları ve virüse maruz kalmalarına yönelik birçok bilgi dolaşıyordu (Erkek, 20).”

Bir diğer görüşmeci ise alınması gereken önlemlere yönelik olarak karşıt argümanların önemleri hafife almasına neden olduğunu şu şekilde ifade etmiştir;

“Maske takmanın hiçbir işe yaramadığı söylendi. Sadece sosyal medyada değil televizyonda da benzer şeyler duydum. Kolonya ya da sabunun da etkisi olmayacağı bir şekilde herkesin bu virüse yakalanacağına inanıyordum (Kadın, 19).”

Sosyal medyada karşılaşılan haberlerin yarattığı bir diğer etki endişe düzeyini artırmak şeklinde belirlemektedir. Bu tür haberler görüşmeciler tarafından genellikle tesadüfen karşılaşılan haberler olarak tanımlanmıştır. Dünyanın çeşitli bölgelerinden ve Türkiye’den gelen hasta görüntüleri, hastalığın seyretme süreci, hastanelerin durumu, kaderine terk edilmiş hasta haberleri gibi içeriklerle karşılaşmanın yarattığı endişe yine bir biçimde haberden kaçınma refleksi meydana getirmiştir. Aşağıdaki ifade bu refleksi ifade etmesi açısından önemlidir;

İnsanlar artık sıkıntıdan mı nedir baya korkunç şeyler paylaşmaya başladılar. Bu haberler belki işin ciddiyetini göstermek için yapılıyor ama ben görmeye tahammül edemediğim için olumlu ya da olumsuz hiçbir haberi takip etmiyorum

(Kadın 22).

Olumsuz haberlerin bazı kullanıcılarda haberden kaçmak gibi bir etki yaratması gibi bazı kullanıcıların da sıklıkla çevrelerinde ve dünyada olan biten için sosyal medyaya başvurdukları görülmektedir. Özellikle hastalığa dair ortaya çıkan kötü sonuçları, ölüm haberleri, bireysel ve toplumsal düzeyde yaşanan sıkıntıların takip edildiği görülmektedir. Bu durum küresel salgının sonuçlarıyla bir yüzleşme olarak değerlendirilmektedir. Bazı kimselerde kaçınma refleksi yaratan içeriklerin bazıları tarafından da özellikle talep ediliyor olması psikoloji araştırmalarının konusu olabilir. Ancak olaya haber bağlamında bakıldığında artan bir haber alma ihtiyacı olduğu söylenebilir. Bu ihtiyacın haber kuruluşları tarafından karşılandığı ölçüde, haberci olmayan kişiler tarafından üretilen içeriklerle karşılanması da söz konusudur. Görüşmelerde belirtilen rahatsızlıkların büyük bir bölümünün kaynağının ikinci türden içerikler olduğu gözlenmiştir. Bu da özellikle kriz süreçlerinde profesyonel haberciliğin önemine dikkat çekmektedir.

Sonuç

Sosyal medya özellikle kriz zamanlarında habere erişim için en çok tercih edilen ortamlardan biri olarak kendini kanıtlamış bir mecradır. Haberin çok geniş kitlelere yayılmasının çok kısa zamanlar alabildiği böyle ortamlarda fırsatlar kadar riskler de söz konusudur. Hatta kimi bakış açılarına göre risklerin daha yoğun ve etkili olduğu ileri sürülmektedir. Maskenizi takın, mesafenize dikkat edin veya ellerinizi yıkayın uyarılarının geniş kitlelere sürekli olarak çok farklı kaynaklardan iletilebildiği bu ortamlar, 5g telefon antenlerinin virüs yaydığı ya da aslında virüsün gerçek olmadığı gibi iddiaları da çok hızlı bir biçimde yayabilmektedir. Kısacası covid-19 salgını sürecinde de bol miktarda örneği görüldüğü üzere enformasyona erişimin kolaylığı ve yararlı yanları olduğu kadar yanıltıcı ya da yanlış bilgiye erişimin de kolaylaştığı ve zararlı olabildiği görülmüştür (Sharma vd., 2020).

Yapılan görüşmelerden ortaya çıkan en genel sonuçlardan ilki sosyal medyanın bu süreçte normal zamanlara kıyasla daha yoğun bir biçimde kullanıldığı olmuştur. Yoğun kullanımla anlatılmak istenen hem genel kullanım süresinin artmış olması, hem bir seferde sosyal medyada geçirilen zamanın artması hem de sosyal medyayı kullanım sıklığının (örneğin gelen bildirimleri kontrol etme, yeni paylaşımları kontrol etme vs.) artmasıdır.

Bu süreçte kullanıcıların haberle olan ilişkilerinin genel olarak artan bir ihtiyaç olarak tanımlandığı ancak salgın ve karantina süreçlerinin yarattığı psikolojik ve sosyal faktörlerin haberlere yaklaşımı etkilediği görülmektedir. Haberin artan bilgi ihtiyacını karşılaması kadar, endişe düzeyini düşürmesi ve moral vermesi de ortaya çıkan beklentiler olarak ifade edilmiştir. Bu bağlamda kriz dönemlerinde haber dilinin gözden geçirilmesi ve yapıcı gazetecilik olarak adlandırılan (Bro, 2019), haber yapma biçimlerine ağırlık verilmesi faydalı olabilir.

Bir diğer genel sonuç ise tüm görüşmeciler için sosyal medyanın daha çok olumlu bir rol üstlenmiş olmasıdır. Görüşmelerden ortaya çıkan sonuçlar bağlamında olumsuz işlevler daha çok görünüyorsa da olumlu olarak nitelenen işlevlerin kullanıcılar üzerinde bıraktığı etkinin daha önemli ve kalıcı olduğu söylenebilir. Bu anlamda araştırmanın başlığında sorulan yararlı mı? sorusuna bu çalışma bağlamında yararlı cevabı verilebilir.

Ancak bu zararsız olduğu anlamına gelmemektedir. Yine görüşmecilerin ifadelerine göre sosyal medyanın bazı konularda zararlı sayılabilecek roller üstlendiği de görülmektedir. Söz konusu mecralar daha önce de değinildiği gibi oldukça geniş bir kullanım alanına ve kullanım biçimine sahiptir. Böylesi genişlikte bir ortamı sadece yararlı ya da zararlı olarak tanımlamak doğal olarak mümkün değildir. Bu nedenle yararları ve zararlarını bir arada değerlendirmek daha doğrudur. Zararlı olan yönlerinin ortaya konması bu zararların minimize edilmesi anlamında önemlidir. Aynı şekilde yararlı yönlerinin ortaya konması da bu yönlerin ön plana çıkarılması ve geliştirilmesi için önemlidir.

Kaynakça

Anderson, M., Caumont, A. (2014). How social media is reshaping news. Pew Research Center, 24, 2014.

Bro, P. (2019). Constructive journalism: Proponents, precedents, and principles. *Journalism*, 20(4), 504-519.

Carr, C.T., Hayes, R.A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining, *Atlantic Journal of Communication*, 23:1, 46-65.

Casero-Ripollés, Andreu (2020). "Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak". *El profesional de la información*, v. 29, n. 2, e290223.

Creswell, J. W. (2015). *Karma Yöntem Araştırmaları: Tasarımı ve Yönetilmesi*. 2. Baskı. (Çev. Yüksel, B., Selçuk, B.D.). Ankara: Anı Yayıncılık.

Dey, I. (2003). *Qualitative data analysis: A user friendly guide for social scientists*. Routledge.

Duffy, A., & Ang, P. H. (2019). Digital journalism: defined, refined, or re-defined. *Digital Journalism*, 7(3), 378-385.

Geray, H. (2006). *Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş: İletişim alanından örneklerle*. Ankara: Siyasal Kitapevi.

Goel, A., Gupta, L. (2020). Social Media in the Times of COVID-19. *Journal of Clinical Rheumatology*.

Jensen, K. B., Helles, R. (2017). Speaking into the system: Social media and many-to-one communication. *European Journal of Communication*, 32(1), 16-25.

Kaplan, A. M., Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons* 53, 59–68.

Kawamoto, K. (2003). Digital journalism – emerging media and the changing horizons of journalism. (İçinde) *Digital journalism – emerging media and the changing horizons of journalism* (sy. 1–29). Lanham: Rowman and Littlefield.

Larson, H. J. (2018). The biggest pandemic risk? Viral misinformation. *Nature*, 562(7726), 309-310.

Lee, S. K., Lindsey, N. J., Kim, K. S. (2017). The effects of news consumption via social media and news information overload on perceptions of journalistic norms and practices. *Computers in Human Behavior*, 75, 254-263.

Meraz, S. (2009). Is there an elite hold? Traditional media to social media agenda setting influence in blog networks. *Journal of computer-mediated communication*, 14(3), 682-707.

Miller, D., Sinanan, J., Wang, X., McDonald, T., Haynes, N., Costa, E., Nicolescu, R. (2016). *How the world changed social media* (p. 286). UCL press.

Park, C. S., Kaye, B. K. (2020). What's This? Incidental Exposure to News on Social Media, News-Finds-Me Perception, News Efficacy, and News Consumption. *Mass Communication and Society*, 23(2), 157-180.

Pavlik, John V. 2001. *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press.

Sharma, K., Seo, S., Meng, C., Rambhatla, S., Liu, Y. (2020). Covid-19 on social media: Analyzing misinformation in twitter conversations. arXiv preprint arXiv:2003.12309.

Simon, T., Goldberg, A., Adini, B. (2015). Socializing in emergencies—A review of the use of social media in emergency situations. *International Journal of Information Management*, 35(5), 609-619.

Stassen, W. (2010). Your news in 140 characters: exploring the role of social media in journalism. *Global Media Journal-African Edition*, 4(1), 116-131.

Tewksbury, D., Rittenberg, J. (2012). *News on the Internet: Information and Citizenship in the 21st Century*. Oxford University Press.

Tucker, J. A., Guess, A., Barberá, P., Vaccari, C., Siegel, A., Sanovich, S., & Nyhan, B. (2018). Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature. *Political polarization, and political disinformation: a review of the scientific literature*.

Yıldırım, A., Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (9. Baskı). Ankara: Seçkin Yayınları.