

# GÜVENLİK ÇALIŞMALARI DERGİSİ

*Turkish Journal of Security Studies*

ISSN: 2148-6166

Cilt / Vol: 26

Sayı / Issue: 2

Yıl / Year: 2024

Andaç KARABULUT

**The Role of Intelligence in America's Grand Strategy**

Atalay BAHAR

**Büyük Çaplı Krizlerde Emniyet Genel Müdürlüğü'nün Kullandığı  
Stratejik İletişim Yöntemleri: X Sosyal Medya Platformu Örneği**

Yunus ÖZTÜRK

**What Makes Civil Wars Protracted? A Review of Systemic, Organizational  
& Individual-Level Factors**

Esra Merve ÇALIŞKAN

**State Cyber Warfare: The Strategic Shift Towards Private Sector Targets**



# GÜVENLİK

## ÇALIŞMALARI DERGİSİ

Turkish Journal of Security Studies

ISSN: 2148-6166 • Yıl/Year: 26 • Cilt/Volume: 26 • Sayı/Issue: 2 • Aralık/December 2024

### Yayın Sahibi / Owned by

Polis Akademisi Başkanlığı Güvenlik Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü adına

### İmtiyaz Sahibi / Published by

Prof. Dr. Murat BALCI, Polis Akademisi Başkanı

### Sorumlu Yazı İşleri Müdürü / Issuing Editor

Murat GÜNAY, 2. Sınıf Emniyet Müdürü

### Yayın Kurulu / Editorial Board

- Prof. Dr. Ahmet Kemal BAYRAM, Marmara Üniversitesi  
Prof. Dr. Ahmet UYSAL, İstanbul Üniversitesi  
Prof. Dr. Ali BALCI, Sakarya Üniversitesi  
Prof. Dr. Ali Resul USUL, İstanbul Medipol Üniversitesi  
Prof. Dr. Alim YILMAZ, İstanbul Medeniyet Üniversitesi  
Prof. Dr. Bayram Ali SONER, Polis Akademisi  
Prof. Dr. Birol AKGÜN, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi  
Prof. Dr. Hamit Emrah BERİŞ, Çukurova Üniversitesi  
Prof. Dr. İbrahim DURSUN, Polis Akademisi  
Prof. Dr. Mehmet Akif KİREÇCİ, Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi  
Prof. Dr. Mesut ÖZCAN, Diplomasi Akademisi  
Prof. Dr. Murat OKÇU, Süleyman Demirel Üniversitesi  
Prof. Dr. Murat ÖNDER, Boğaziçi Üniversitesi  
Prof. Dr. Orçun İMGA, Polis Akademisi  
Prof. Dr. Sıtkı YILDIZ, Polis Akademisi  
Prof. Dr. Yusuf Furkan ŞEN, Polis Akademisi  
Doç. Dr. Hüseyin ARSLAN, Polis Akademisi  
Doç. Dr. Kevser Begüm İSBİR, Polis Akademisi  
Dr. Anselmo del Morral TORES, Centro Universitario de la Guardia Civil  
Dr. Vince VARİ, Macaristan Ulusal Kamu Üniversitesi

### Danışma Kurulu / Advisory Board

- Prof. Dr. Ahmet İÇDUYGU, Koç Üniversitesi  
Prof. Dr. Ali BİRİNCİ, Polis Akademisi, Emekli  
Prof. Dr. Eyyüp Günay İSBİR, Emeritus, Ankara  
Prof. Dr. Martha CRENSHAW, Stanford University  
Prof. Dr. Musa Mohammed MAHMOUD, National Ribat University  
Prof. Dr. Nigel FIELDING, University of Surrey  
Prof. Dr. Omar ASHOUR, University of Exeter  
Prof. Dr. Onur Ender ASLAN, Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi  
Prof. Dr. Ruşen KELEŞ, Kapadokya Üniversitesi  
Doç. Dr. Jaishankar GANAPATHY, Norwegian Police University  
Dr. Szabolcs MATYAS, Macaristan Ulusal Kamu Üniversitesi

**Editör / Editor in Chief:** Prof. Dr. Şenol YAPRAK

**Editör Yardımcısı / Managing Editor:** Doç. Dr. Ömer ÖZKAYA

**Alan Editörleri / Section Editors:** Dr. Öğr. Üyesi Hande BİLGİN - Dr. Öğr. Üyesi Birce BEŞGÜL ve Dr. Aslıhan KÜÇÜKER

**Mizanpaj Editörleri / Technical Editors:** Arş. Gör. Yasemin KAYMAZ ve Arş. Gör. Zeynep ŞİMŞEK

**Türkçe Dil Editörü / Turkish Language Editor:** Öğr. Gör. Sena BAYKAL

**İngilizce Dil Editörü / English Language Editor:** Öğr. Gör. Nurefşan TERCAN ÇETİNKAYA

**Sekretarya / Secretary:** Barış ZAFRAK - Yusuf DENİZ

**Tasarım / Design:** Muhammed DELİBAŞ

Her hakkı saklıdır. © Güvenlik Çalışmaları Dergisi yılda iki kez yayınlanan bilimsel hakemli ve süreli bir yayındır. Güvenlik Çalışmaları Dergisi'nde yayınlanan makalelerdeki görüş ve düşünceler yazarların kendi kişisel görüşleri olup, hiçbir şekilde Polis Akademisinin veya Emniyet Genel Müdürlüğü'nün görüşlerini ifade etmez. Makaleler sadece dergiye referans verilerek akademik amaçla kullanılabilir. Güvenlik Çalışmaları Dergisi, ULAKBİM TR Dizin, Index Copernicus, Eurasian Scientific Journal Index ve Akademia Sosyal Bilimler İndeksi'nde (ASOS Index) taranmaktadır.

**Yazışma Adresi / For Correspondence:** Polis Akademisi Başkanlığı, Güvenlik Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü, Necatibey Cad: 108, 06580 Anıttepe - Çankaya - Ankara / TÜRKİYE Tel: +90 (312) 462 90 43  
E-posta: guvenlikcalismalari@pa.edu.tr

**Baskı:** Polis Akademisi Başkanlığı Basım ve Yayım Şube Müdürlüğü Fatih Sultan Mehmet Bulvarı No:218, 06200 Yenimahalle, Ankara Sertifika No: 45724

## İÇİNDEKİLER / CONTENTS

Editörden ..... 2

### Makaleler

Andaç KARABULUT

**The Role of Intelligence in America's Grand Strategy..... 140**  
*Amerika'nın Büyük Stratejisinde İstihbaratın Rolü*  
*(Araştırma Makalesi/Research Article)*

Atalay BAHAR

**Büyük Çaplı Krizlerde Emniyet Genel Müdürlüğünün Kullandığı**  
**Stratejik İletişim Yöntemleri: X Sosyal Medya Platformu Örneği..... 156**  
*Strategic Communication Methods Used by the Turkish National Police in*  
*Large-Scale Crises: The Case of X Social Media Platform*  
*(Araştırma Makalesi/Research Article)*

Yunus ÖZTÜRK

**What Makes Civil Wars Protracted? A Review of Systemic,**  
**Organizational & Individual-Level Factors ..... 180**  
*İç Savaşları Uzatan Nedir? Sistemsel, Örgütsel ve Bireysel Düzeydeki*  
*Faktörlerin Bir Değerlendirmesi*  
*(Derleme/Review)*

Esra Merve ÇALIŞKAN

**State Cyber Warfare: The Strategic Shift Towards Private Sector Targets.... 200**  
*Devlet Siber Savaşı: Özel Sektör Hedeflerine Doğru Stratejik Değişim*  
*(Araştırma Makalesi/Research Article)*

## Büyük Çaplı Krizlerde Emniyet Genel Müdürlüğünün Kullandığı Stratejik İletişim Yöntemleri: X Sosyal Medya Platformu Örneği

Atalay BAHAR\*

**Öz:** 6 Şubat 2023 tarihinde meydana gelen Kahramanmaraş merkezli depremler gerek yayılım ölçeği gerekse depreme eşlik eden ikincil afetler nedeniyle yoğun yıkıma yol açmış; 11 il etkilenmiş, 50 binden fazla kişi hayatını kaybetmiş ve 100 binden fazla kişi de yaralanmıştır. Tüm kamu kurumlarının, özel kuruluşların ve vatandaşların iş birliği ile kurtarma ve yardım çalışmalarının sürdürüldüğü depremlerde Emniyet Genel Müdürlüğü (EGM) de aktif olarak görev almış ve deprem sonrasında bilinçlendirme faaliyetlerine hem geleneksel medya hem de sosyal medya platformları üzerinden devam etmiştir. Bu çalışmanın amacı, EGM'nin kamuoyunu bilgilendirmek, kasıtlı ve yanlış bilgilere karşı korumak, proaktif ve reaktif stratejilerle toplumu aydınlatmak için sürdürdüğü faaliyetleri stratejik iletişim yöntemleri ve kriz iletişim çalışmaları bağlamında incelemektir. Çalışma kapsamında, EGM'nin sosyal medya platformu X (eski adıyla Twitter) üzerinden Kahramanmaraş merkezli depremlere yönelik önleyici tedbirleri ve yardım çalışmaları ile dijital platformlarda yayılan provokatif paylaşımlar ve dijital dolandırıcılık faaliyetlerine yönelik gerçekleştirdiği çalışmalara odaklanılmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden betimsel analiz ile yürütülen bu çalışmada Kahramanmaraş merkezli depremlerin meydana geldiği 6 Şubat-31 Mart 2023 tarihleri arasında X platformunda, EGM tarafından dolaşıma sunulan 161 paylaşım tespit edilmiş ve bahsi geçen paylaşımlar stratejik iletişim yöntemleri bağlamında irdelenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Dezenformasyonla Mücadele, Emniyet Genel Müdürlüğü, Kriz İletişimi, Stratejik İletişim.

\* Doç. Dr. Polis Akademisi Başkanlığı, İstanbul Arnavutköy Polis Eğitim Merkezi,  
E-mail: atly.bhr@gmail.com, ORCID: 0000-0002-3146-1833.

## Strategic Communication Methods Used by the Turkish National Police in Large-Scale Crises: The Case of X Social Media Platform

Atalay BAHAR\*

**Abstract:** The Kahramanmaraş-centered earthquakes that occurred on February 6, 2023, caused intense destruction due to both the scale of spread and the secondary disasters accompanying the earthquake; 11 provinces were affected, more than 50 people lost their lives, and more than 100 thousand people were injured. Turkish National Police Organization (EGM) also played an active role during earthquakes, where rescue and aid efforts were carried out with the cooperation of all public institutions, private organizations and citizens. It continued its awareness-raising activities both through the traditional media and social media platforms after the earthquakes. This study aims to examine the activities carried out by EGM to inform the public, protect it against deliberate and false information, and enlighten the society with proactive and reactive strategies within the context of strategic communication methods and crisis communication studies. The scope of the study focused on EGM's preventive measures and aid efforts for Kahramanmaraş earthquakes via the social media platform X (formerly known as Twitter), as well as the work carried out against provocative posts and digital fraud activities disseminating on digital platforms. In this study, which was carried out with the descriptive analysis method, one of the qualitative research methods, 161 posts circulated by the EGM were found on the X platform between February 6, 2023, and March 31, 2023, during the Kahramanmaraş earthquakes, and they were examined in the context of strategic communication methods.

**Keywords:** Combating Disinformation, Turkish National Police Organization, Crisis Communication, Strategic Communication.

---

\* Assoc. Prof. Dr. Presidency of National Police Academy Istanbul Arnavutköy Police Vocational Training Center, E-mail: atly.bhr@gmail.com, ORCID: 0000-0002-3146-1833.

## Giriş

Stratejik iletişim, sadece olağan zamanlarda değil, kriz anlarında da organizasyonların hedef kitleleriyle etkili bir biçimde iletişim kurmalarını sağlayan planlı ve sistematik bir yaklaşımı temsil etmektedir. Stratejik iletişimin temel amacı, kurumların güvenilirliği yanında itibarını korumak, kamuoyuna doğru ve güvenilir bilgi aktarımını sağlamaktır (Zheng, Liu ve Davison, 2018, s. 58). Özellikle büyük çaplı krizlerde, bilgi kirliliğinin yayılmasını önlemek ve kamuoyunu doğru yönlendirmek için stratejik iletişim süreçlerinin etkin bir şekilde yönetilmesi gerekmektedir (Buhmann ve Likely, 2018, s. 630). Bununla birlikte, kriz sonrası iyileşme süreçlerinde halkın doğru bilgilendirilmesi ve toplumsal dayanışmanın sağlanmasında stratejik iletişim kilit bir rol oynamaktadır.

Kriz iletişimi, ani gelişen beklenmedik olaylar karşısında, bir kurumun ya da organizasyonun kamuoyuyla kurduğu iletişim süreçlerini kapsamaktadır. Kriz anlarında hızlı ve doğru bilgi akışı sağlamak, yalnızca toplumun güvenini yeniden inşa etmek için değil, kriz yönetiminin etkin bir şekilde sürdürülmesi için de önemlidir (Reynolds ve Seeger, 2005, s. 45). Kriz iletişimi süreçlerinde; şeffaflık, güven ve empati gibi unsurlar, toplumun krizle başa çıkabilme kapasitesini artırmakta ve sonrasındaki iyileşme sürecine katkıda bulunmaktadır. Bu süreçte kullanılan doğru stratejiler, toplumsal moralin korunması ve yanlış bilgilerin yayılmasının önlenmesi açısından da kritik bir rol oynamaktadır. Dolayısıyla kriz iletişiminin zamanında ve etkili bir şekilde uygulanması, afet sonrası ortaya çıkabilecek ikincil krizleri önlemek için hayati bir öneme sahiptir.

Depremler, yer kabuğunda biriken enerjinin ani salınımıyla oluşan doğal afetlerdir ve tarih boyunca büyük can kayıplarına, ekonomik zararlara ve sosyal yıkımlara yol açmıştır. Tektonik plakaların hareketleri sonucu oluşan bu yer sarsıntuları, özellikle fay hatlarının yoğun olduğu bölgelerde büyük riskler oluşturmaktadır (Stein ve Wysession, 2003, s. 66). Bu riskler, yalnızca fiziksel hasarla sınırlı kalmayarak toplumsal düzenin bozulmasına, güvenlik sorunlarının ortaya çıkmasına, sağlık hizmetlerinin aksamasına ve uzun vadeli olumsuz ekonomik sonuçların doğmasına yol açarak çok boyutlu bir kriz ortamı ortaya çıkarmaktadır. Bu bağlamda, afetlerin yalnızca kısa süreli etkileri değil, uzun vadeli sonuçları da dikkate alınmalı ve bu doğrultuda etkin kriz yönetimi stratejilerinin geliştirilmesi gerekmektedir.

Dünya genelinde tarih boyunca yaşanan büyük depremler, bu felaketlerin yıkıcı etkilerini açık bir şekilde ortaya koymaktadır. Şili’de 1960 yılında meydana gelen 9,5 büyüklüğündeki Valdivia Depremi hem şiddeti hem de yol açtığı hasar açısından modern dönemin en büyük depremlerinden biri olarak kabul edilmektedir (United States Geological Survey, 2020, s.1). Bu durumun diğer bir örneği 2004 yılında Hint Okyanusu’nda meydana gelen 9.1 büyüklüğündeki deprem ve sonrasında oluşan tsunamidir. Bu olay, bölgesel bir felaket olmanın ötesinde 14

ülkeyi etkileyen küresel bir krize dönüşmüştür (Telford ve Cosgrave, 2006, s. 33). Büyük çaplı afetler hem ulusal hem de uluslararası boyutta iletişim ve müdahale kapasitelerinin yeterliği ile etkinliğinin geniş bir çerçevede ele alınarak sorgulanmasına zemin hazırlamaktadır. Afetlerin yıkıcı etkileri, ülkelerin sadece altyapılarını değil; sosyal, ekonomik ve güvenlik sistemlerini de derinden etkilemektedir.

Türkiye, coğrafi konumu gereği depremlerin sıkça meydana geldiği bir ülkedir. Örneğin, Kuzey Anadolu Fay Hattının üzerinde olduğu bölgeler, tarih boyunca ciddi derecede depremleri yaşadığı için toplumda derin izler bırakmıştır (Gündoğan ve Karimzadeh, 2019, s. 79). Özellikle 1999 yılında yaşanan Gölcük Depremi, Türkiye'de stratejik iletişim, afet yönetimi ve kriz iletişimi açısından bir dönüm noktası olmuştur. Yaklaşık 17.000 kişinin hayatını kaybettiği bu olay, Türkiye'nin afet yönetimi kapasitesini yeniden değerlendirmesine neden olmuş ve bu alanda çeşitli reformlar gerçekleştirilmiştir (Kaya ve Şahan, 2023, s. 1909). Bu süreçte stratejik iletişimin önemi daha belirginleşmiş; afet sonrası hızlı, şeffaf ve etkili bilgi paylaşımının toplumun toparlanma sürecinde önemli olduğu anlaşılmıştır.

Deprem gibi büyük ölçekli afetlerde, kamuoyunun doğru bilgilendirilmesi ve yanlış bilgilerin yayılmasının engellenmesi, kriz yönetiminin başarıyla yürütülmesinde oldukça önemlidir. 6 Şubat 2023 tarihinde Kahramanmaraş merkezli yaşanan depremler, Türkiye'nin 11 ilinde (Kahramanmaraş, Hatay, Adıyaman, Gaziantep, Malatya, Osmaniye, Kilis, Şanlıurfa, Diyarbakır, Adana ve Elâzığ) büyük yıkıma neden olmuş, yüz binlerce insanı doğrudan etkilemiş ve toplumda geniş çaplı bir kriz ortamının çıkmasına yol açmıştır. Bu tür afetlerde, yalnızca fiziksel müdahale yeterli olmamakta, doğru bilgilendirme ve dezenformasyonla mücadele gibi iletişim süreçlerini de etkin bir şekilde yönetebilmek gerekmektedir.

Bu doğrultuda EGM tarafından Kahramanmaraş depremlerinin meydana gelmesiyle birlikte, sosyal medya platformu X (eski adıyla Twitter) üzerinden stratejik iletişim faaliyetleri gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırma yöntemlerinden betimsel analiz ile gerçekleştirilen bu çalışmada; EGM'nin önleyici tedbirleri ve yardım çalışmaları hakkında kamuoyunu bilgilendirilmesi, yanlış ve provokatif bilgilerin düzeltilmesi ve yayılmasının engellenmesi ile dijital dolandırıcılıklara karşı korunması amacıyla 6 Şubat-31 Mart 2023 tarihleri arasında Kahramanmaraş depremlerine yönelik X platformunda dolaşıma sunduğu 161 ileti incelenmiştir. Çalışma; depremlerin meydana geldiği tarihten itibaren EGM'nin X platformunda paylaştığı iletileri, stratejik iletişim yönetiminin ve kriz iletişimi faaliyetleri kapsamında analiz etmeyi ve bu süreçteki önemini ortaya koymayı hedeflemektedir.

EGM'nin Kahramanmaraş depremlerine ilişkin X platformunda kesintisiz sürdürdüğü sanal kamusal alan etkileşimi, stratejik iletişim yönetimi ve kriz iletişimi açısından önemli bir vaka çalışması niteliği taşımaktadır. Bu çalışma, dijital medya araçlarının ve sosyal medya platformlarının kriz dönemlerinde ne kadar etkili bir iletişim aracı olduğunu ve kolluk kuvvetlerinin bu tür durumlarda, stratejik iletişim yöntemlerini nasıl kullanabileceğine dair önemli veriler sunmaktadır. Elde edilen bulgular, gelecekte benzer kriz durumlarında iletişim stratejilerinin uygulanmasına yönelik değerli öneriler sağlamaktadır.

### Stratejik İletişim

Khang ve diğerleri (2012, s. 279) tarafından yapılan bir çalışmada 436 makale incelenmiş ve buradan hareketle iletişim alanında sıklıkla kullanılan çeşitli teorik kalıpların belirlenmesi amaçlanmıştır. Dijitalleşme sürecine bağlı olarak en sık çalışılan teoriler; sosyal bilgi işleme teorisi, kullanımlar ve doyumlar teorisi, ilişki yönetimi teorisi, gündem belirleme veya çerçeveleme teorisi ve inovasyonun yayılması teorisidir. Bu bağlamda strateji, iletişim çalışmalarında çokça tartışılan ancak ihmal edilen bir kavramdır. Bunun nedenlerinden biri, stratejik iletişimin en olumsuz anlamıyla ikna ile ilişkilendirilebilmesidir. Bu sebeple, stratejik iletişim çeşitli uygulama alanlarındaki pratik uygulamasının ötesine uzanır. Bilhassa iletişimin toplumun merkezinde yer alması her türlü organizasyonda yürütüldüğü güç ve çıkar çerçeveleri üzerine düşünmeyi gerektirir. Bunlara; şirketler, kâr amacı gütmeyen kuruluşlar, aktivist gruplar, siyasi partiler veya hareketler, hükûmet kuruluşları ve günümüz kültürünün karma yapısını oluşturan her türlü aktör dahildir (Holtzhausen ve Zerfass, 2015, s.1).

Ortaya çıktığı ilk yıllarda salt ulusal hükûmetler ve ordu alanındaki iletişim programları için kullanılan (Farwell, 2012, s. 143; Paul, 2011, s. 129) stratejik iletişim; günümüzde halkla ilişkiler, pazarlama ve finansal iletişim, sağlık iletişimi, kamu diplomasisi ve benzeri alanları kapsayan çeşitli hedef odaklı iletişim faaliyetlerini içeren bir şemsiye kavramdır. Stratejik iletişim, organizasyonların hedef kitleleriyle etkileşimlerini etkili bir şekilde yönetmelerini sağlamak amacıyla gerçekleştirilen tüm faaliyetleri kapsamaktadır. Stratejik iletişim çalışmalarının neden gerekli olduğuna dair yapılan bir çalışmada gerekçeler dört ana başlık altında sunulmuştur: Geleneksel iletişim faaliyetleri arasında ayırım yapmada yaşanan sorunlar, farklı iletişim biçimleri arasında ayırım yapmayı giderek zorlaştıran teknolojiye bağlı değişiklikler, kuruluşların paydaşlarla doğrudan iletişim kurmak için kullandıkları yöntemlerdeki artış ve amaçlı iletişimin “*kuruluşlar tarafından gerçekleştirilen iletişimin temel hedefi*” olmasıdır (Hallahan vd., 2007, s. 10).. ABD’de birçok üniversite var olan stratejik iletişim alanında yürüttüğü programların müfredatını değiştirmiş ve halkla ilişkiler ve reklamcılık ile ilgili dersleri sürece dahil etmiştir. Avrupa’da stratejik iletişim, genellikle her türlü organizas-



yon için entegre iletişim alanına yönelik bir yönetsel yaklaşımı belirtmek için kullanılan bir kavramdır. Asya ve Avustralya'da stratejik iletişim; mesleki alanda, eğitimde ve edebiyatta kullanılan bir kavramdır (Mahoney, 2013, s. 2).

Stratejik iletişim; alan yazınında olumsuz veya kötü itibarlı olduğu için kullanılmayan kelimeleri karşılamak için tercih edilen bir terim değildir. Tam aksine tamamlayıcı iç görüşler sunan ve disiplinler arası araştırmalar için yeni alanlar açan iletişim sürecine odaklanılmayı anlatmak için kullanılır. (Holtzhausen ve Zerfass, 2015, s. 3). Stratejik iletişim süreci; organizasyonların bilgi akışını kontrol etmeleri, kamuoyunu etkilemeleri ve itibarlarını yönetmeleri için kritik bir rol oynamaktadır. O'Rourke ve Smith (2023, s. 89), stratejik iletişimi; organizasyonların belirli hedeflere ulaşmak için tasarladıkları planlı ve düzenli iletişim süreçleri, Hallahan ve diğerleri (2007, s. 1) ise organizasyonların misyonunu genişletmek için amaçlı iletişim sağlanması olarak tanımlamaktadır.

Bu nedenle stratejik iletişim yalnızca bilgi paylaşımını değil, organizasyonların kamuoyuyla olan etkileşimlerini de kapsamaktadır. Stratejik iletişim yönetiminin temel unsurları arasında; hedef belirleme, planlama, uygulama ve değerlendirme süreçleri yer almaktadır. Dijital, geleneksel ve sosyal medya kampanyaları gibi kamuya açık faaliyetlere odaklanmanın yanı sıra stratejik iletişim şu süreçleri içerir:

- E-posta kampanyaları, şirket içi sosyal medya kanalları ve şirket kültürünü oluşturan veya kurumsal değişimi yönlendiren etkinlikler gibi kurumlar içindeki personeli hedefleyen dahili iletişim,
- Çevrimiçi ve sosyal medya reklamları da dahil olmak üzere ürün veya hizmetleri tanıtmak veya satmak için kullanılan entegre pazarlama iletişimleri ve reklam kampanyaları,
- Topluluk katılımı, geri bildirim ve destek almak için insanlarla veya gruplarla bağlantı kurmak için danışma oturumları, haber bültenleri ve anketler,
- Kriz iletişimi: Acil durumlara veya beklenmeyen olaylara yanıt olarak ifadeler yayınlamak ve etkilenen topluluklarla etkileşim kurmak.

Bunlar, kuruluşun itibarını güçlendirmeyi amaçlar ve ayrıca belirli alanlarda kapasite ve destek oluşturabilir (Ward, 2011, s.34).

Stratejik iletişim, organizasyonel faaliyetlerin zaman ve paydaş uyumu içerisinde yürütülmesini öncelikli olarak öne sürdüğü için kurumsal başarılar üzerinde doğrudan etkili olan bir unsur olarak kabul edilmektedir. Bu yaklaşım, yalnızca mesajların kamuya iletilmesini değil, bunların anlamlı ve bütüncül bir çerçevede sunulmasını kapsamaktadır. Stratejik iletişim, mesajların nasıl planlandığı, ne zaman, hangi kanallardan kimlere iletilmesi gerektiği ve iletilen mesajların kamuoyunda nasıl bir etki oluşturduğu ile yakından ilgilidir (Balonas, Ruão ve Carrillo, 2021, s. 78). Bu itibarla organizasyona ilişkin herhangi bir olay ya da mesele mey-

dana gelmeden önce proaktif tedbirler planlanmakta, gerçekleşme esnasında kriz iletişimi bağlamında bilgilendirme ve düzeltme odaklı iletişim sürdürülmektedir. Kriz sona erdiğinde geri dönüşümlerin katkılarını yönetim süreçlerine katmak için gerekli çalışmalar yapılmaktadır.

Cornelissen (2017, s. 115), stratejik iletişimi, kurumsal ilişkilerdeki önemini vurgulayarak, organizasyonların iç ve dış paydaşlarıyla dengeli bir iletişim kurmalarını sağlayan dinamik bir süreç olarak ifade etmektedir. Bu dinamik yapı, organizasyonların çevreleriyle uyumlu bir şekilde hareket etmelerini ve kriz anlarında etkili iletişim kurmalarını da kolaylaştırmaktadır. Kriz anlarında sürdürülen stratejik iletişim, organizasyonların itibarlarını koruyup kamu güvenini sağlamak açısından kritik bir öneme sahiptir. Büyük çaplı krizlere sebep olan afetler toplum üzerinde derin etkiler bırakan olaylardır. Bu tür durumlarda stratejik iletişim yönetimi, organizasyonların hızlı ve doğru bilgi akışını sağlamaları için kılavuzluk etmektedir.

Afet anında yürütülen stratejik iletişimin, toplumun ihtiyaçlarına uygun şekilde yapılandırılması ve zamanında doğru bilgi akışı sağlayan stratejileri içermesi gerekmektedir (O'Connor, 2019, s. 84). Bunun temel nedeni afetlere ilişkin yayılabilecek bilgi kirliliğinin önlenmesi ve toplumun kurumlara ve çalışmalarına olan güven duygusunun pekiştirilmesidir. Afet anlarında sosyal medya ve dijital iletişim araçları, bilgi akışını sağlamak için önemli bir enstürmandır (Jin ve Austin, 2022, s. 389). Bilhassa sosyal medya, kullanıcılarına afet sonrası bilgi paylaşımında hızlı ve etkili bir platform sunmaktadır. Bunlar, organizasyonların anlık güncellemeler yapabilmesine ve kamuoyunu bilgilendirmesine olanak tanımaktadır.

Büyük krizlerde görev alan kurumların haber aktardığı ve bilgi paylaştığı iletişim kanalları arasında sosyal medya öncelikli olarak görülmektedir. Kurumların halkla doğrudan etkileşim sağladığı sosyal medya platformlarının bulunduğu dijital mecra bu resmiyet kazanan nitelendirme nedeniyle sanal kamusal alan şeklinde değerlendirilmektedir (Kaplan ve Haenlein, 2010, s. 64). Genel bir ifadeyle sanal kamusal alan; sosyal medya platformlarıyla haber ve görüntü aktarımına elverişli tüm uygulamaları kapsayan, bireylerin dijital ortamda etkileşimde bulunduğu ve toplumsal konular üzerine görüş alışverişi yaptığı bir mecra olarak görülmektedir. Dijitalleşmenin yaygınlaşması ve özellikle sosyal medyanın gün geçtikçe etki alanını arttırması, stratejik iletişimde yeni bir dönemin kapılarını açmıştır (Papacharissi, 2015, s. 114). Bundan dolayı sanal kamusal alan, beklenen ve istenen düzeyde olmasa bile, dijital dünyanın merkeziyetsiz ve sınırsız doğasını olay ve konu odaklı görece sınırlandıran ve hesap verilebilir kılan bir dijital anlayışa işaret etmektedir.

Diğer taraftan sanal kamusal alan hem bireylerin hem de kurumların bilgiye hızlı erişimini ve etkileşimde bulunmalarını kolaylaştırırken kriz anlarında toplumun kolektif tepkiler vermesine olanak sağlamaktadır. Schwarz, Seeger, ve Auer (2016, s. 9), sosyal medyanın kriz durumlarında hızlı bilgi paylaşımının yanı sıra,

bireylerin olaylara dair duygusal tepkilerini organize ederek kamusal bir etki alanı oluşturduğunu belirtmektedir. Zira stratejik iletişim, kriz dönemlerinde dijital sosyal medya platformları üzerinden anlık olarak şekillenmekte ve toplumsal algı üzerinde etkili olmaktadır.

Büyük çaplı krizlerde stratejik iletişim, kriz yönetiminin en kritik bileşenlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Kriz anında kesintisiz ve doğru bilgi akışının sağlanması, güvenilir iletişim kanallarının korunması ve itibar yönetimi büyük önem taşımaktadır (Heath ve Millar, 2003, s. 75). Kriz anında kamu kurumlarının şeffaf, zamanında ve güvenilir bilgilendirme süreçlerini hayata geçirerek halkın güvenini kazanması gerekmektedir. Kriz sırasında yapılan ilk açıklamalar, kriz yönetiminin başarısını büyük ölçüde etkilediğinden kriz yönetiminin temelini oluşturarak kamuoyunun olaylara bakış açısını şekillendirmektedir.

Sosyal medya, kurumların hedef kitlelerine daha hızlı ve etkili bir şekilde ulaşmasını sağlamakta, toplumun genel bakış açılarını yansıtmaktadır. Sosyal medya, stratejik iletişim için yeni fırsatlar sunmakta ancak bazı riskleri beraberinde getirmektedir. Sosyal medya, kontrolsüz bilgi yayılma riskini artırdığı için organizasyonların stratejik iletişim planlarını sosyal medya dinamiklerine uygun olarak güncellemelerini zorunlu kılmaktadır (Eriksson, 2018, s. 528). Sosyal medya platformları, etkili bir iletişim aracı olmalarının yanı sıra yanlış bilgilerin yayılmasına neden olabilmektedir. Bu sebeple stratejik iletişimde kurumların yerine getirmesi gereken en önemli görevlerden biri; sosyal medya ve diğer dijital iletişim kanallarını proaktif bir şekilde yönetmektir (Ulmer, Sellnow ve Seeger, 2017, s. 81). Bu süreç, yalnızca bilgi paylaşımını değil, kamuoyunun algısını yönlendirme yeteneğini de kapsamaktadır. Kriz anlarında sağlıklı bir iletişim stratejisi geliştirmek; kurumların itibarlarını korumak ve toplumda güven duygusunu pekiştirmek için hayati bir öneme sahiptir.

## Kriz İletişimi

İletişim çalışmaları; sağlık iletişimi, siyasî iletişim ve kriz iletişimi gibi çeşitli bağlamları içerir. Sıklıkla kriz iletişimi çalışmalarıyla karıştırılan imaj onarım söylemi, kapsam bakımından kriz iletişimine kıyasla daha sınırlıdır. Kriz iletişimi imaj onarım söylemini içerir, ancak doğa kökenli afetler ve terörizm gibi diğer kriz türleri hakkındaki mesajları da karşılar (Benoit, 2015, s. 305). Genellikle işletme veya kâr amacı gütmeyen kuruluşların merceğinden bakılsa da kriz iletişiminin politikadaki rolü kritiktir (Coombs, 2011, s. 8).

Yukarıda yer verilen bilgilerden hareketle kriz iletişimi, bir organizasyonun karşılaştığı olumsuz olaylar ya da olağanüstü durumlar esnasında bilgi akışını ve kamuoyunu yönetme sürecini ifade etmektedir. Organizasyonların, kriz anlarında halkla iletişim kurma süreçlerini kapsamaktadır. Bunlar, etkili iletişim stratejilerinin geliştirilmesi ve uygulanması ile hem organizasyonun itibarının korunmasına

hem de kamu güveninin sağlanmasına olanak tanımaktadır (Adamu ve Mohamad, 2019, s. 236). Kriz iletişiminin başarılı bir şekilde yürütülmesi için, alan yazınında belirlenen çeşitli tanımlar, büyük çaplı krizlerde organizasyonların alması gereken önlemler, sosyal medyanın rolü, güvenlik açısından iletişim stratejileri ve özellikle kolluk kuvvetlerinin kriz iletişimindeki işlevleri ayrıntılı bir şekilde incelenmelidir.

Kriz iletişimi üzerine yapılan alan yazını incelemeleri, bu alandaki temel tanımları ve yaklaşımları ortaya koymaktadır. Coombs (2014, s. 42), kriz iletişimini; organizasyonun bir kriz sırasında bilgi yönetimi ve kamuoyunu bilgilendirme süreci olarak tanımlamaktadır. Bu süreç, kriz anında organizasyonların mesajlarını etkili bir şekilde iletmesi ve halkın güvenini sağlama amacı taşımaktadır. Sellnow ve Seeger (2013, s. 12) ise kriz iletişimini, bir olayın olumsuz etkilerini azaltmak için bilgi sağlama ve halkın endişelerini giderme süreci olarak açıklamaktadır. Bu tanımlar, kriz anlarında iletişim stratejilerinin geliştirilmesi ve uygulanması gerekliliğini vurgulamaktadır.

Bunun yanında, kriz iletişiminin kapsamını genişleten diğer çalışmalar da iletişim sürecinin şeffaflık, güvenilirlik ve hız gibi unsurlarını öne çıkararak etkili bir kriz yönetimi için kritik unsurları belirlemektedir (Benoit, 1997 s. 178; Wilcox, Cameron ve Reber, 2015, s. 275). İster deprem gibi doğal ister askerî bir saldırı gibi beşerî etkenler yüzünden ortaya çıkmış krizlerde hükümetin iletişim çabaları, sürecin başarılı bir şekilde yürütülmesi için hayati bir öneme sahiptir. Bu tür çabaların amaçlı ve proaktif olarak geliştirilmesi, bu nedenle stratejik politik iletişime dahil edilmesi önerilmektedir. Temel düzeyde, çoğu bilim insanı krizleri; kriz öncesi, kriz ve kriz sonrası olmak üzere üç başlık altında değerlendirir. (Coombs, 2012, s. 175). Bununla birlikte Coombs (2011, s. 214), siyasî kriz iletişimi ile kurumsal kriz iletişimi arasında benzerlikler olmasına rağmen, büyük farklılıkların kriz yöneticileri, kriz türleri, kriz kısıtlamaları ve başarı göstergelerini tanımlayan şeyler olduğunu ileri sürmüştür.

Büyük çaplı krizler, organizasyonların iletişim stratejilerini gözden geçirmesini zorunlu kılmaktadır. Kriz durumlarında organizasyonların alması gereken tedbirler arasında yer alan proaktif planlama, zamanında bilgilendirme ve çoklu iletişim kanallarının stratejik ve etkili bir biçimde kullanımı, kriz yönetim süreçlerinde hayati bir öneme sahiptir. Proaktif planlama, olası kriz senaryolarının önceden belirlenmesini ve bunlara yönelik hazırlık yapılmasını içermektedir. Heath ve Millar (2003, s. 17), kriz anlarına hazırlıklı olmanın; organizasyonların itibarını korumada önemli bir rol oynadığını ifade etmektedir. Kriz anında hızlı ve doğru bilgi sağlanması, kamuoyunun güveninin korunması açısından son derece önemlidir.

Kriz iletişimi, acil durum yönetimi ile doğrudan ilişkili bir süreçtir. Acil durum yönetimi kapsamında, halkın güvenliği ve refahı için alınacak önlemlerin açık ve anlaşılır bir dille kamuoyuna iletilmesi gereklidir (Macias, Hilyard, ve Freimuth, 2009, s. 18). Organizasyonlar, kriz anlarında karşılaştıkları riskleri en aza indir-

mek için önceden hazırladıkları planları hayata geçirerek kamuoyunun güvenini sağlamak amacıyla bilgi paylaşımı gerçekleştirmektedir. Bu süreçte kriz iletişimi, sadece organizasyonların değil, kamu kurumlarının ve yerel yönetimlerin de kritik rol oynadığı bir alan hâline gelmektedir. Kamu kurumlarının, kriz iletişimi süreçlerinde şeffaflık ve güvenilirlik ilkelerine dayalı stratejiler geliştirerek, halkın doğru ve zamanında bilgiye erişimini sağlamaya özen göstermesi gereklidir.

Coombs (2012, s. 171), kurumların etkili kriz iletişimi stratejilerini, mesajların zamanında iletilmesiyle gerçekleştirilebileceğini vurgulamaktadır. Heath ve O'Hair (2019, s. 16), kriz iletişimini belirsizlik ve tehdit anlarında kurumların alacağı tedbirleri belirlemesi ve iletişim stratejilerini oluşturulması şeklinde açıklamaktadır. Kriz anlarında etkili iletişim sağlamak, yalnızca bilgi akışını değil, kamuoyunun güvenini kazanmayı da gerektirmektedir.

Sosyal medya anlık iletişim olanaklarıyla, kriz anında doğru bilginin edinilmesi ve etkileşim sağlanması amacıyla kullanılan en etkili kanal olarak görülmektedir (Fearn, 2016, s. 45). Sosyal medya platformları, kriz anlarında organizasyonların hızlı bilgilendirme yapmalarına olanak tanıyarak kamuoyunun doğru bilgiye erişimini sağlamaktadır. Bu platformlar halkla doğrudan ve hızlı iletişim kurulmasına olanak sağlarken, aynı zamanda kurumlara kriz iletişim stratejilerini uygulama esnekliği kazandırmaktadır (Apuke ve Tunca, 2018, s. 202). Sosyal medya platformlarında yanlış bilgilerin yayılması, kriz anlarında ciddi sorunlara yol açabilmektedir. (Alexander, 2014, s. 719). Bundan dolayı kurumlar, kriz anında sosyal medya üzerinden aktif iletişim sağlayarak ve yayılan yanlış bilgileri düzelterek kamuoyunun doğru bilgiye erişimini sağlamak için çaba göstermektedirler.

Kriz anlarında doğru bilgilendirme ve etkili iletişim stratejileri, krizlerin olumsuz etkilerini azaltmak ve toplumsal dayanışmayı güçlendirmek için gereklidir. Sosyal medya, kamuoyunun tepkilerini belirleme ve bu tepkilere anında yanıt verme imkânı sunan önemli bir mecra olarak değerlendirilmektedir (Morrow, 2019, s. 4). Günümüzde sosyal medya üzerinden gerçekleştirilen kriz iletişimi, kamuoyunun endişelerini giderme konusunda en etkili yöntemlerden biri olarak öne çıkmakta ve dezenformasyonun önüne geçilmesinde kritik bir rol oynamaktadır. Kriz iletişiminde sosyal medya kullanımı, özel ve kamu kurumları kadar kolluk kuvvetleri için de hayati bir öneme sahiptir.

Kolluk kuvvetlerinin kriz iletişiminde etkin bir şekilde yer alması, toplum güvenliğinin korunması açısından önemlidir. Bu bağlamda, açık ve şeffaf bilgilendirme, sosyal medya platformlarının stratejik kullanımı ve toplumsal iş birliği gibi unsurlar, kriz yönetimi süreçlerinde hayati bir önem taşımaktadır. Kolluk kuvvetlerinin, kriz anlarında kamuoyuna doğru ve net bilgi sunması hem halkın güvenini artırmakta hem de yanlış bilgi yayılımını engelleyerek sosyal kargaşayı önlemektedir (Steele ve Blau, 2023, s. 523). Sosyal medya platformları aracılığıyla kriz anında hızlı ve etkili bir bilgilendirme yapmak, modern kriz iletişiminde önemli bir strateji hâline gelmiştir.

Kolluk kuvvetlerinin sosyal medya platformlarını kriz iletişiminin merkezine koyarak kamuoyuyla etkileşim kurması, yalnızca kriz anında bilgilendirme değil, toplumun kriz sonrası toparlanma sürecine katkıda bulunmasını da sağlamaktadır. Sosyal medya araçlarının bu şekilde stratejik kullanımı, kolluk kuvvetlerinin kriz anlarında güvenli bilgi akışı sağlama ve kamuoyunun güvenini artırma noktasında en etkili yöntemlerinden biri hâline gelmiştir (Jungblut, Kümpel ve Steer, 2024, s. 4651). Kolluk kuvvetlerinin hızlı bilgilendirme ve toplumsal iş birliği stratejilerinde sosyal medya platformları aracılık edebilmekte, güvenlik odaklı kriz iletişimini yönetmelerine katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda EGM'nin uyguladığı stratejik iletişim kapsamında gerçekleştirdiği sosyal medya etkinliği, kriz anında kamu güvenliği sağlanması ve toplumu doğru bilgilendirme açısından önemli bir örnektir.

### Sosyal Medya Platformları

Kurumların hedef kitlelerine ve kurumsal amaçlarına ulaşmalarında dijital kanallar önemli rol oynamaktadır. Özellikle sosyal medya platformları, etkileşimli doğasıyla kurumlar için vazgeçilmez ve sürdürülmesi gereken yeni iletişim biçimini ortaya çıkarmıştır. Stratejik iletişim yönetimi, hedef kitleyle etkili bir iletişim kurmayı amaçlarken kriz iletişimi bu süreçte kurumların itibarlarını korumayı hedeflemektedir. Sosyal medya platformları, kurumların her iki alanda hızla değişen dinamiklere uyum sağlamaları ve mesajlarını doğru şekilde iletilmesine katkı sağlamaktadır. (Rettberg, 2009, s. 455). Sosyal medya platformları; iletilerin dağıtılmasına, tekrar yayınlanmasına ve beğenilmesine olanak sağlayarak stratejik iletişim yönetimi uygulayıcılarının hedef kitlelerinin tepkilerini anlamalarına ve etkin iletişim sağlamalarına yardımcı olmaktadır (Karsak, Altuntaş ve Demren, 2018, s. 10).

Sosyal medya platformları, stratejik iletişimde etkili bir araç olarak öne çıkmaktadır. X'in yanı sıra Facebook, Instagram ve LinkedIn platformları, kurumların geri bildirimlerine hızlı bir şekilde yanıt vermesine, içeriklerini hedef kitleye doğrudan iletmelerine ve marka imajına katkı sağlamaktadır (Lipschultz, 2023, s. 328). Sosyal medya platformları aynı zamanda verilerin toplanmasına olanak tanımakta ve bunlar, iletişim stratejilerinin daha etkili hâle getirilmesinde kullanılmaktadır.

Kriz iletişiminde sosyal medya platformlarının kullanımı, kurumların toplumsal sorumluluklarını yerine getirmelerine ve şeffaflık oluşturmalarına yardımcı olur. Kriz anlarında, bilgi hızla yayılabileceği için sosyal medya platformları, doğru ve zamanında bilgi sunma açısından kritik bir işlevi yerine getirmektedir. Sosyal medya platformları, krizlerin yayıldığı bir ortamda, kamuoyunun tepkilerini hızlı bir şekilde gözlemlemek ve anında yanıt vermek için etkin bir araçtır. Sosyal medya iletilerinin geniş kitlelere anlık olarak ulaşabilmesi, kriz anlarında

kurumların itibar yönetimini zorlaştırabilmektedir (Liu, Austin ve Jin, 2011, s. 347). Bir kriz durumu ortaya çıktığında bilgi kirliliği ve yanlış aktarımlar yayılabilmektedir. Bu nedenle kriz iletişimi sürecinde sosyal medya platformlarının doğru şekilde yönetilmesi büyük bir önem taşımaktadır. Etkili bir kriz yönetimi için, sosyal medyada doğru mesajların ve açıklamaların yapılması, yanlış bilgi yayılmasını önleyebilmekte ve kurumun imajını koruyabilmektedir.

Sosyal medya platformları kriz anlarında geleneksel iletişim yöntemlerine göre daha hızlı ve etkili bir iletişim ortamı sunmasının yanında kurumların gerçek zamanlı olarak doğru bilgi aktarmasını sağlayarak kriz yönetimini daha verimli hâle getirmektedir. Sosyal medya platformları, anında mesajlarla kamuoyuna açıklama yapma, krizle ilgili gelişmeleri aktarma ve izleyici geri bildirimlerine hızla yanıt verme imkânı tanımaktadır. Bu özellik, kurumların kriz sırasında saygınlığını koruyabilmelerine ve kayıplarını azaltmalarına olanak tanımaktadır (Lovejoy ve Saxton, 2012, s. 399). Sosyal medya platformlarının sunduğu anlık etkileşim, kriz iletişiminin başarısını doğrudan etkileyen faktörlerden biridir. Bu sebeple sosyal medya platformları kurumların kriz süreçlerinde toplumsal sorumluluklarını yerine getirmelerinde ve şeffaflıklarını arturmalarında etkilidir.

### **Emniyet Genel Müdürlüğünün Stratejik İletişim Yöntemleri**

EGM, kamu güvenliğini sağlama amacıyla stratejik iletişim yöntemlerini etkili bir şekilde kullanmaktadır. EGM, stratejik iletişim yaklaşımları sayesinde hedef kitle ile olan bağlarını güçlendirmekle yetinmeyerek kriz anlarında da kamuoyunu bilgilendirerek etkili bir iletişim süreci yürütmektedir. Bu amaç için hızlı ve doğru bilgi akışını sağlamak amacıyla yazılı ve görsel tüm medya bileşenleri kullanılmaktadır. Günümüzde çoklu sanal ortamların yoğun kullanımı EGM'nin stratejik iletişim faaliyetlerine yeni bir boyut kazandırmıştır (Çakmak, 2023, s. 181). EGM ve bağlı merkez teşkilatı ile il emniyet müdürlüklerinin resmî internet siteleri, haberleşme uygulamaları ve sosyal medya platformları önemli stratejik iletişim kanallarına dönüşmüştür.

EGM'nin yoğun olarak kullandığı dijital mecralar sanal kamusal alan niteliği taşımaktadır. Bir başka ifade ile EGM gerçek yaşamda uyguladığı kamusal görevleri, sanal ortamlara taşımış ve bu ortamlara özgü yeni bir faaliyet alanı oluşturmuştur. EGM'nin görece daha fazla içerik paylaştığı sosyal medya platformları; kurumsal stratejik iletişim bağlamında önemli ve sürekli izlenen dijital ortamlara evrilmiştir (Su, 2016, s. 18). Sosyal medya üzerinden halkla kurulan etkileşim, EGM'nin şeffaflık ilkesine katkı sağlarken toplumun güvenini de artırmaktadır. EGM, sosyal medya aracılığıyla halkın geri bildirimlerini değerlendirerek stratejilerini sürekli olarak güncellemektedir. Böylelikle sanal kamusal alanlar hem bilgilendirme hem de halkla etkileşim açısından önemli bir platform hâline gelmektedir.

EGM'nin sanal kamusal alan faaliyetleri, gerçek yaşamda meydana gelen olaylarla bağlantılıdır. Bu nedenle, her iki ortamda da güvenlik meselelerinin takibi, proaktif ve reaktif stratejik iletişim faaliyetleri kapsamında gerçekleştirilmektedir. Sosyal medya platformları, bilgi paylaşımı ve halkın tepkilerinin tespit edilmesi açısından kritik bir rol oynamaktadır (Shahbaznezhad, Dolan ve Rashidirad, 2021, s. 54). EGM, fazla takipçisi bulunan Twitter, Facebook ve Instagram platformlarını etkin bir şekilde kullanarak halkla etkileşimi artırmakta ve acil durumlarda anlık güncellemeler yapmaktadır.

Proaktif stratejik iletişim, EGM'nin uzun vadeli hedeflerine ulaşmak için planlı sosyal medya çalışmaları ile halkla iletişim kurmasını içermektedir. EGM, güvenlik sorunlarına yönelik bilinçlendirme çalışmaları düzenleyerek toplumu güvenlik önlemleri hakkında bilgilendirmekte ve halkın duyarlılığını artırmayı hedeflemektedir (Hu ve Lovrich, 2019, s. 655). Bu çalışmalar toplumun güvenlik bilincini artırmakta ve potansiyel tehlikelere karşı hazırlıklı olmalarını sağlamaktadır. Trafik, asayiş, siber güvenlik ile uyuşturucu maddeler ve kitlesel eylemlere yönelik mücadele konularında yapılan sosyal medya çalışmaları, EGM'nin proaktif iletişim stratejilerinin somut örnekleridir.

EGM kriz anlarında reaktif stratejik iletişime başlamakta ve halkın bilgi ihtiyacını karşılamak amacıyla hızlı bir kriz iletişim süreci yürütmektedir. Bu süreçte EGM'nin öncelikli hedefi, kriz durumlarında halkı doğru bir şekilde bilgilendirmek ve yanlış bilgilerin yayılmasını önlemektir. Sosyal medya kanalları üzerinden aktif bir şekilde yapılan güncellemelerle, EGM toplumun krizle ilgili endişelerini azaltmayı ve güvenliği sağlamak için gerekli bilgileri paylaşmayı amaçlamaktadır. Zamanında yapılan açıklamalar ve doğru bilgi aktarımı, kriz dönemlerinde halkın güven duygusunu pekiştirmekte ve kamuoyunun bilgi ihtiyacını karşılayarak olası yanlış anlaşılmanın önüne geçmektedir (Pang, 2013, s. 312). Bu bağlamda sosyal medya platformları, reaktif stratejik iletişimin en önemli unsurlarından biri olarak öne çıkmakta, halkla anlık ve doğru bilgi paylaşımı sağlanmaktadır.

Büyük çaplı krizler reaktif stratejik iletişimi gerektirmektedir. Doğal afetler, kitlesel eylemler, terör saldırıları ve kamuoyunu derinden etkileyen kapsamlı olaylar EGM'nin görev alanına giren büyük çaplı krizlere işaret etmektedir. Büyük çaplı krizlerde EGM sosyal medya aracılığıyla doğru ve hızlı bilgi akışı sağlayarak yanlış bilgilerin yayılmasını engellemeye çalışmaktadır. Bu kapsamdaki reaktif stratejik iletişim, kamu düzeninin korunması, toplumsal güvenliğin sağlanması ve bilgi kirliliğinin önlenmesine odaklanan bir yaklaşım olarak öne çıkmaktadır (Steyn, 2004, s. 173). Bu çalışmalar sosyal medyada yayılan provokatif paylaşımların ve hesapların tespit edilmesi, sorumlular hakkında yapılan işlemlerin kamuoyu ile paylaşılması olası panik ve kaos ortamlarının önüne geçilmesi açısından büyük önem taşımaktadır.

EGM'nin reaktif stratejik iletişim temelinde büyük çaplı krizlere yönelik önemle takip ettiği diğer önemli bir sorun da sosyal medya dezenformasyonla-



rıdır. Dezenformasyon bilinçli ve kasten üretilen, sosyal medya platformlarında paylaşılan ve yaygınlaştırılan yanlış bilgileri içermektedir (Fallis, 2015, s. 405). Kötü amaçlı ve zarar verici iletilerden oluşmaktadır. Bununla birlikte sosyal medyada paylaşıma sunulan dezenformasyon iletileri, kullanıcılar tarafından tekrar paylaşılarak mezenformasyona evrilmektedir. EGM'nin reaktif stratejik iletişimi öncelikli olarak değerlendirdiği mezenformasyon, dezenformatik içeriğin yanlış ve yanıltıcı olduğunun farkında olmadan tekrar iletilmesidir (Muhammed ve Mathew, 2022, s. 275). Bu iletiler doğruluğu teyit edilmeden ve yeteri kadar araştırılmadan kasıtsız olarak paylaşılmakta ancak dezenformasyonun yayılmasına yol açmaktadır.

Buna ilaveten EGM'nin büyük çaplı krizlerde özenle takip ettiği diğer ileti döngüsü de malenformasyon içerikli paylaşımlardır. Doğru bilginin zarar vermek amacıyla sosyal medyada paylaşılması malenformasyonu oluşturur. Gizli ya da özel kalması gereken gerçek bilgi, kötü amaçlı olarak sosyal medyada paylaşılmaktadır (Eskicioğlu, 2023, s. 24). EGM; dezenformasyon, mezenformasyon ve malenformasyon tespitlerinde ilgili hesaplar hakkında gerekli işlemleri yapmakta, bilgi düzeltmeleri de dahil olmak üzere sürdürdüğü çalışmalarını sosyal medya platformlarında paylaşmaktadır. Büyük krizlere ilişkin sosyal medyada dolaşıma sunduğu basın açıklamalarıyla düzenli bilgi akışı sağlamak kasıtlı, yanlış ve kötücül paylaşımların yayılmasını engellemektedir. Sosyal medya platformları üzerinden yürütülen reaktif stratejik iletişim; anlık güncellemelerle toplumun bilgi ihtiyacını karşılayarak kriz iletişimi sürecine önemli katkılar sağlamaktadır.

EGM'nin kriz iletişimi parametrelerini içeren stratejik iletişim yöntemleri; kamusal tehdit oluşturan sosyal medya paylaşımlarının ve iletilerin yayılma biçimlerinin tespit edilip sorumlular hakkında gerekli çalışmaların yapılarak kamuoyunun aydınlatılması süreçlerini kapsamaktadır. Büyük çaplı krizlerde ihlal edilen sanal kamusal alanın muhafazası için stratejik iletişim çalışmalarını sürdüren EGM, sosyal medya paylaşımlarıyla faaliyetlerini duyurmaktadır. Bu bağlamda EGM'nin stratejik iletişim yöntemlerini uyguladığı ve kriz iletişimi yaklaşımıyla kamuoyunu düzenli olarak bilgilendirdiği X platformu araştırmanın temel çerçevesini oluşturmaktadır.

## Yöntem

Bu çalışmanın temel araştırma sorusu, “EGM'nin 6 Şubat 2023 tarihinde meydana gelen Kahramanmaraş depremleri sonrasında stratejik iletişim yöntemleri ve kriz iletişim çalışmaları bağlamında kamuoyunu bilgilendirmek, kasıtlı ve yanlış bilgilere karşı korumak, proaktif ve reaktif stratejilerle toplumu aydınlatmak için sürdürdüğü faaliyetler nelerdir?” şeklinde ifade edilebilir. Çalışma, nitel araştırma yöntemlerinden betimsel analiz ile gerçekleştirilmiştir. Betimsel analiz, araştırma bulgularının sistematik bir şekilde incelenmesini ve kategoriler altında or-

ganize edilmesini sağlayarak elde edilen verilerin daha anlaşılır ve yorumlanabilir olmasına katkıda bulunmaktadır (Creswell, 2013, s. 121). Nitel betimsel analiz, özellikle karmaşık sosyal olguların incelenmesinde önemli bir yaklaşım olarak kullanılmaktadır ve araştırmacıların mevcut verilerden anlamlı temalar çıkarmasına olanak tanımaktadır (Miles ve Huberman, 1994, s. 173; Patton, 2002, s. 431). Dezenformasyon, mezenformasyon ve malenformasyon içerikli iletilerin en fazla görüldüğü alan dijital mecra olduğu için çalışmanın evrenini sosyal medya oluşturmaktadır. EGM'nin stratejik iletişim çalışmalarında ve kriz yönetiminde öncelikli olarak tercih ettiği ve diğer sosyal medya platformlarında paylaşılan iletileri kapsadığı için X araştırmacının örnekleme olarak belirlenmiştir.

Bu çalışmada; Kahramanmaraş depremlerinin meydana geldiği 6 Şubat-31 Mart 2023 tarihleri arasında X platformunda, EGM tarafından dolaşıma sunulan 161 paylaşım, stratejik iletişim yöntemleri bağlamında değerlendirilmektedir. Çalışma, sosyal medya platformu X üzerinden EGM'nin Kahramanmaraş depremleri sonrasında gerçekleştirdiği önleyici tedbirleri ve yardım çalışmaları ile provokatif paylaşımlara ve dijital dolandırıcılığa yönelik sürdürdüğü faaliyetleri yedi farklı başlıkta toplanmıştır. EGM'nin gerçekleştirdiği çalışmalar hakkında kamuoyunu bilgilendirmek, kasıtlı ve yanlış bilgilere karşı korumak, proaktif ve reaktif aktivitelerden toplumu aydınlatmak amacıyla sürdürdüğü faaliyetler, stratejik iletişim yöntemleri ve kriz iletişim çalışmaları kapsamında incelenmiştir.

## Bulgular

EGM, Kahramanmaraş depremleri sırasında X platformunu etkin bir şekilde kullanarak hem proaktif hem de reaktif stratejik iletişim yöntemleriyle kriz iletişimi sağlamıştır (Cheng, 2018, s. 59). EGM'nin proaktif stratejik iletişim kapsamında, deprem bölgesine kurtarma çalışmaları ve önleyici faaliyetler için acil olarak takviye personel ulaştırdığı, gıda, giyecek ve sıcak yemek tedarik ettiği X platformundaki etkileşimlerinden anlaşılmaktadır. Asayişin ve kamu düzeninin sağlanmasına yönelik çalışmalarını reaktif stratejik iletişim çerçevesinde sürdürerek X platformunda basın açıklaması teması ile paylaşarak kamuoyunu bilgilendirdiği gözlenmektedir.

### Proaktif İletişim Stratejisinin Uygulanması

EGM'nin X platformunda Kahramanmaraş depremlerine yönelik paylaşımlarının etki düzeyi Tablo 1'de belirtildiği gibi asayiş olayları, basın açıklamaları, deprem bölgesinde bulunan personel sayısı, kurtarma faaliyetleri, mobil mutfak ve sıcak yemek dağıtımı, depremzede aile ve çocuklara sosyal destek ile gıda ve giyecek yardımı olmak üzere yedi ayrı başlık altında 161 gönderi incelenmiştir. Tablo 1'de EGM'nin X platformunda Kahramanmaraş depremlerine yönelik paylaşımlarının etki düzeyine yer verilmiştir.

**Tablo 1.** EGM'nin X Platformunda Kahramanmaraş Depremlerine Yönelik Paylaşımın Etki Düzeyi

TEMA	GÖNDERİ SAYISI	GÖRÜNTÜLEME	YENİDEN YAYINLAMA	BEĞENİ	YORUM
Depremzede Aile ve Çocuklara Sosyal Destek	70	10.740.604	22.931	201.220	1.940
Kurtarma Faaliyetleri	34	9.000.700	21.952	158.030	2.201
Asayiş Olayı	15	2.576.100	3.889	33.473	413
Mobil Mutfak ve Sıcak Yemek Dağıtımı	14	2.853.700	6.465	40.600	469
Gıda ve Giyecek Yardımı	11	1.549.200	3.720	28.000	294
Deprem Bölgesi Personel Sayısı	9	2.458.000	5.506	41.400	733
Basın Açıklaması	8	2.787.800	7.248	27.185	909

(Tablo 1 Yazar tarafından oluşturulmuştur.)

EGM'nin X platformunda dolaşıma sunduğu “depremzede aile ve çocuklara sosyal destek” ile “kurtarma faaliyetleri” temalarının beğeni, tekrar yayınlama ve yorumlanma sayısının diğer temalara göre daha çok dolaşımda kaldığı Tablo 1’de görülmektedir. Etkileşimin sıklığı, EGM'nin faaliyetlerinin yakından gözlemlendiğine işaret etmektedir. Gönderi sayısı yüksek olan diğer temalar sırasıyla “asayiş olayı”, “mobil mutfak ve sıcak yemek dağıtımı”, “gıda ve yiyecek yardımı”, “deprem bölgesi personel sayısı” ve “basın açıklaması”dır. Belirlenen temaların X platformunda yüksek oranda yeniden yayınlanması, beğeni oranı ve yapılan yorum sayısı dikkate alındığında EGM'nin Kahramanmaraş depremleri sonrasında stratejik iletişim kapsamında proaktif olarak gerçekleştirdiği önleyici tedbirlerin ve yardım çalışmalarının kamuoyunda karşılık bulduğu ifade edilebilir.

### Reaktif İletişim Stratejisinin Uygulanması

EGM'nin deprem bölgesinde X platformu üzerinden asayiş olayları ve basın açıklamaları olmak üzere iki başlık altında faaliyetlerini gerçekleştirdiği görülmektedir. Asayişe müessir olaylarda EGM'nin paylaştığı 15 gönderi takipçiler tarafından yüksek oranda görüntüleme ve beğeni sayısına ulaşmıştır (Bkz. Tablo 1). EGM'nin deprem bölgesinde gerçekleştirdiği asayişe ilişkin uygulamalarının

sosyal medya aracılığıyla halka aktarılması ve bahsi geçen paylaşımların etkileşim yüksekliğinin EGM'nin kurumsal imajını güçlendirmesine katkı sağladığı söylenebilir.

EGM'nin reaktif iletişim stratejisi bağlamında en fazla dikkat çeken teması "basın açıklaması" başlığı altında Tablo 2'de yer almaktadır. 6 Şubat-31 Mart 2023 tarihleri arasında EGM, özel olarak hazırlanan basın açıklaması başlığı ile sekiz gönderi paylaşmıştır. Gönderiler, Kahramanmaraş depremlerine yönelik provokatif paylaşımlar ile dijital dolandırıcılık faaliyetlerine ilişkin basın açıklamalarını içermektedir. Basın açıklamalarında "EGM Siber Suçlarla Mücadele Daire Başkanlığına kanunların verdiği yetki çerçevesinde suç ve suçlularla mücadele amacıyla internet ortamında 7/24 esasına göre sanal devriye faaliyetleri yürütülmektedir" ifadeleri kullanılarak EGM'nin reaktif iletişim stratejilerini kararlılıkla sürdürdüğünü betimlemektedir.

Diğer taraftan Siber Suçlarla Mücadele Daire Başkanlığı adının basın açıklamasında yer alması, EGM tarafından gerçekleştirilen faaliyetlerin ciddiyetini ve kesintisizliğini ortaya koymaktadır. EGM'nin yetki devri kapsamında yürüttüğü bu faaliyetlerin, toplumsal güvenin inşasında da önemli rol oynama potansiyeli bulunmaktadır.

X platformunda yayınlanan basın açıklamalarında üzerinde önemle durulan başka bir husus sanal devriye faaliyetleridir. Aralıksız olarak sürdürülen bu görev, gerçekleşmekte olan ya da gerçekleşmiş suçlarla etkin mücadeleyi kapsamaktadır. (Hughes ve Love, 2004, s. 609) EGM, Kahramanmaraş depremleri odaklı yasadışı faaliyetleri, sanal kamusal alan suçu bağlamında değerlendirerek takip etmektedir. Bu yaklaşım, EGM'nin yalnızca gerçek dünyada işlenen suçlarla değil, dijital ortamdaki suçlar konusunda da yetkin olduğunu ve bu alandaki mücadelesini kararlılıkla sürdürdüğünü göstermektedir. X platformu üzerinden bu yetki ve kabiliyetlerini kamuoyuna duyurması, EGM'nin paydaş etkileşimine ve kitle iletişim stratejilerine verdiği önemi açıkça ortaya koymaktadır.

**Tablo 2.** EGM'nin Kahramanmaraş Depremlerine Yönelik Provokatif Paylaşımlar Hakkında Yaptığı İşlemlere İlişkin Basın Açıklamaları

TEMA	PROVOKATİF PAYLAŞIMLARA YÖNELİK FAALİYETLER			
	BASIN AÇIKLAMASI	Provokatif Paylaşım Yapan Hesaplar	Adli İşlem Yapılan Hesap Yöneticileri	Gözümlenmiş Hesap Yöneticileri
8	3.531	1.936	527	99

(Tablo 2 Yazar tarafından oluşturulmuştur.)

EGM'nin X platformunda paylaştığı basın açıklamalarında Kahramanmaraş depremlerine yönelik yayılan provokatif paylaşımları takip ederek uyguladığı hukukî işlemlere yer verilmektedir. Siber Suçlarla Mücadele Daire Başkanlığı görevlileri ve yetki verilen diğer birimler, Tablo 2'de gösterildiği gibi provokatif paylaşım yapan hesapları tespit etmektedir. Hesap yöneticileri hakkında adli işlem başlatılarak adli makamların uygun gördüğü hesap yöneticileri gözaltına alınıp mahkeme kararı ile suçu sabit görülenler tutuklanmaktadır (Bkz. Tablo 2).

Basın açıklamalarında yer verilen provokatif paylaşımlar, kitlesel eylemleri meydana getirebilecek nitelikte yanlış, kasıtlı ve taraflı iletilerden oluşmaktadır. X platformunda Kahramanmaraş depremlerine yönelik kasıtlı olarak yapılan dezenformasyon paylaşımlarının yanı sıra, dezenformatik iletilerin dolaşıma girmesine olanak sağlayan mezenformasyonun yayılmasına da sıklıkla tanık olunmuştur. Bunlardan başka X platformunda Kahramanmaraş depremlerine ilişkin özel olarak kalması gereken doğru bilginin, zarar vermek amacıyla sanal kamusal alana taşıyan malenformasyona da rastlanmıştır. Örneğin, “*Deprem Sonrası Malatya’da Kızılay Bölge Kan Merkezi Tamamıyla Yıkıldı*” başlıklı sosyal medya iletişi dezenformasyon; “*Deprem Sonrasında Atatürk Barajı’nda Çatlaklar Oluşturdu*” başlıklı ileti mezenformasyon; “*HDP’li Ağrı Patnos Belediyesi’nin Deprem Bölgesine Ulaştırmaya Çalıştığı Yardım Aracına Kaymakamlık Tarafından El Konuldu*” ve “*Afet Bölgesine Giden İş Makinaları Engelleniyor*” başlıklı iletiler ise sosyal medya üzerinden zarar verme amacıyla yayılan malenformasyona örnek olup İletişim Başkanlığının yayımladığı resmî raporda da yer almıştır (İletişim Başkanlığı, 2023).

EGM'nin yetkili birimleri tarafından 6 Şubat-31 Mart 2023 tarihleri arasında gerçekleştirilen çalışmalarda, 3.531 provokatif paylaşım yapan hesabın tespit edilmesi ve sanal suçların sorumlularını belirlemedeki zorluklara rağmen 99 hesap yöneticisinin tutuklanması, EGM'nin bu alandaki kurumsal başarı ve etkinliğini göstermektedir (Tablo 2). Bu tür dijital tehditlerle mücadelede sergilediği performans, EGM'nin siber güvenlik alanındaki yetkinliğini göstermesi bakımından önemlidir.

EGM'nin X platformunda paylaştığı bir diğer önemli husus, Kahramanmaraş depremleri sonrası dijital dolandırıcılık girişimlerine karşı yürütülen çalışmaları ortaya koyan basın açıklamalarıdır. Bu açıklamalarda, özellikle oltalama yöntemiyle gerçekleştirilen resmî kurumlara ait internet sitesi ve sosyal medya dolandırıcılıklarına dikkat çekilmektedir (Tablo 3). EGM'nin bu tür dijital dolandırıcılık faaliyetlerine karşı vatandaşları bilgilendirmek ve farkındalık oluşturmak amacıyla önemli çalışmalar yaptığı anlaşılmaktadır.

**Tablo 3.** EGM' nin Kahramanmaraş Depremlerine Yönelik Dijital Dolandırıcılık Faaliyetlerine İlişkin Basın Açıklamaları

TEMA	DİJİTAL DOLANDIRICILIK FAALİYETLERİ		
	Oltalama Yöntemiyle Resmi Kurum İnternet Sitesi Dolandırıcılığı	Oltalama Yöntemiyle Resmi Kurum Sosyal Medya Dolandırıcılığı	Deprem Yardımı Talep Edilerek Dijital Para Dolandırıcılığı
<b>BASIN AÇIKLAMASI</b>			
8	81	15	6

(Tablo 3 Yazar tarafından oluşturulmuştur.)

Kahramanmaraş depremleri sonrası yardım talebiyle gerçekleştirilen dijital para dolandırıcılığı girişimleri, bu süreçte tespit edilmiş ve bu durumun afet sonrası dönemde artan bir tehdit unsuru oluşturduğu vurgulanmıştır. EGM'nin sürdürdüğü çalışmalar, ortalama yöntemiyle resmî kurumlara ait internet siteleri ve sosyal medya hesapları üzerinden yapılan dolandırıcılık faaliyetlerini önlemeye yönelik kapsamlı bir müdahaleyi içermektedir. Tablo 3'te belirtildiği üzere, EGM tarafından tespit edilen ortalama yöntemleri arasında 81 sosyal medya, 15 internet sitesi ve 6 dijital para dolandırıcılığı olayı yer almaktadır.

EGM dolandırıcılık girişimlerine karşı uyguladığı reaktif stratejik iletişim faaliyetleriyle hem mağdur edilmek istenen bireylerin korunmasında hem de kamu güvenliğinin sağlanmasında kritik bir işlev üstlenmektedir. Kahramanmaraş depremleri sonrası artan bu tür dijital dolandırıcılık faaliyetlerine yönelik yürütülen stratejik iletişim, toplumda farkındalık oluşturma yanı sıra, dijital güvenlik ve bilinç düzeyinin artırılmasına da katkıda bulunmaktadır.

## Sonuç

Doğal afetler gibi büyük çaplı krizler, kurumların kriz yönetim yeteneklerini ve iletişim becerilerini sınarken stratejik iletişim, kriz dönemlerinde kamu kurumlarının kamuoyuyla olan ilişkilerini yönetmede hayati bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, Kahramanmaraş depremleri, EGM'nin stratejik iletişim kabiliyetlerini ve dijitalleşen dünyada kriz anındaki iletişim yönetimini değerlendirmek bağlamında anlamlı bir örnek teşkil etmektedir. Bu çalışma, EGM'nin sosyal medya platformu X aracılığıyla gerçekleştirdiği stratejik iletişim faaliyetlerini analiz ederek kriz dönemlerinde sosyal medya kullanımındaki etkinliğini ortaya koymaktadır.

Bu kapsamda, 6 Şubat-31 Mart 2023 tarihleri arasında EGM'nin sosyal medya platformunda gerçekleştirdiği toplam 161 paylaşım, betimsel analiz yöntemi kullanılarak incelenmiştir. İncelenen paylaşımlar, Kahramanmaraş depremleri süresince EGM'nin kriz yönetimi süreçlerine ve bilgi akışını sağlama strateji-

lerine dair önemli veriler sunmaktadır. Analiz edilen içerikler yedi temel tema etrafında gruplandırılmıştır. Bu temalar doğrultusunda gerçekleştirilen analizler, EGM'nin stratejik iletişim sürecinde karşılaştığı zorlukları ve kriz dönemlerinde sosyal medya aracılığıyla kamuoyunu bilgilendirme çabalarının önemini vurgulamaktadır.

EGM'nin kriz döneminde sosyal medya üzerinden gerçekleştirdiği faaliyetler, kriz iletişimi alan yazınında vurgulanan temel ilkelerle büyük ölçüde örtüşmektedir. Coombs (2014, s. 41), kriz anında kamu kurumlarının şeffaf ve güven verici iletişim stratejileri benimsemelerinin, halkın güvenini tazeleyen en önemli faktörlerden biri olduğunu belirtmektedir. EGM'nin deprem sonrası hızlı ve şeffaf bilgi paylaşımını ön planda tutarak asayiş olaylarının da ötesinde “mobil mutfak ve sıcak yemek dağıtım” “kurtarma çalışmaları” ve “personel sayısı” konularında kamuoyunu bilgilendirmesi, bu bağlamda kriz iletişimi stratejilerini etkin bir biçimde uyguladığına dikkati çekmektedir.

EGM, depremin hemen ardından faaliyetlerine yönelik paylaştığı iletilerle, oluşan kriz hakkında kamuoyunu düzenli olarak bilgilendirmiş ve kurumsal güvenin tesis edilmesine katkı sağlamıştır. Bununla birlikte Veil vd.'lerinin (2011, s. 114) de işaret ettikleri üzere hızlı bilgi paylaşımının yanlış anlamalara yol açabilecek riskler barındırdığı da gözlemlenmiştir. Bu nedenle sosyal medya gibi hızlı ve geniş kitlelere ulaşan platformlarda bilginin doğruluğunu sağlamak, EGM'nin stratejik iletişim perspektifinin temel unsuru olarak nitelendirilmektedir. Bilhassa asayiş olaylarına yönelik hızlı ve bilgilendirici paylaşımları bu görüşü destekler niteliktedir.

Bu çalışma, EGM'nin Kahramanmaraş depremleri süresince X platformu aracılığıyla gerçekleştirdiği kriz iletişim faaliyetlerinin, kamuoyuyla etkin bir etkileşim kurma ve dezenformasyona karşı önleyici tedbirler alma açısından başarılı olduğunu göstermektedir. Öte yandan sosyal medyada bilginin anlık ve kesintiye uğramadan yayılma potansiyeli, dezenformasyonun da benzer bir hızla yayılabileceğini göstermiştir (Dan vd., 2021, s. 645). Bu durum, EGM'nin sosyal medya stratejilerini daha dikkatli ve özenli bir şekilde yürütmesi gerektiğine işaret etmektedir. Dijital medya çağında sosyal medya platformlarının kriz yönetiminde giderek daha fazla önem kazanması, EGM'nin bu alanlardaki yetkinliklerini artırmasını zorunlu kılmaktadır.

EGM'nin stratejik iletişim faaliyetlerinin kapsamlı bir analizi, kriz yönetimi süreçlerinde ve dijital platformlarda stratejik iletişimin etkili bir biçimde uygulanmasına dair dikkate değer bulgular ortaya koymaktadır. Bilhassa yardım talebiyle gerçekleştirilen dijital para dolandırıcılığı girişimlerine yönelik EGM'nin halkı doğru bilgilendirme çalışmaları ve basın açıklamaları yoluyla yanlış bilgilendirmeleri önleme çabaları kriz anında anlaşılmamakta, stratejik iletişim faaliyetleri açıklık ve güvenilirlik oluşturma konusunda kritik bir rol oynamaktadır. Sosyal medya platformlarının dinamik yapısı göz önünde bulundurulduğunda EGM'nin iletişim stratejilerinin sürdürülebilirliğinin ve kriz sonrası süreçlerde de etkinliği-

nin devam etmesi kaçınılmaz bir gereklilik olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle kriz sonrasında halkın güvenini koruyabilmek ve gelecekteki krizlere daha hazırlıklı olabilmek için stratejik iletişim çalışmalarının kesintisiz bir şekilde sürdürülmesi gerekmektedir.

Yapılacak çalışmalarda, EGM'nin sosyal medya üzerinden yürüttüğü kriz iletişimi faaliyetlerinin nasıl daha sistematik ve etkili hâle getirilebileceğinin incelenmesi ve bu süreçlerde dezenformasyonun önlenmesine yönelik proaktif stratejiler geliştirilmesine odaklanılması önemlidir. Bunun yanında, bu çalışmalar sırasında sosyal medya platformlarının değişken doğası ve kullanıcı etkileşimlerinin dinamikleri göz önünde bulundurulmalıdır. Bu sayede kriz anında kamuoyuyla daha etkili bir iletişim sağlamak için yenilikçi yaklaşımlar ve teknolojik çözümler ortaya çıkarılabilir. EGM'nin kriz iletişim stratejilerinin güçlendirilmesi, yalnızca mevcutların yönetimi için değil, aynı zamanda gelecekteki olası krizlere karşı daha hazırlıklı bir yaklaşım geliştirilmesi açısından da büyük önem taşımaktadır.

### Kaynakça

- Adamu, A. A. ve Mohamad, B. (2019). Developing a strategic model of internal crisis communication: Empirical evidence from Nigeria. *International Journal of Strategic Communication*, 13(3), 233-254.
- Alexander, D. E. (2014). Social media in disaster risk reduction and crisis management. *Science and Engineering Ethics*, 20, 717-733.
- Apuke, O. D. ve Tunca, E. A. (2018). Social media and crisis management: A review and analysis of existing studies. *LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 199-215.
- Balonas, S., Ruão, T. ve Carrillo, M. V. (2021). *Strategic communication in context: Theoretical debates and applied research*. Coimbra University Press.
- Benoit, W. L. (1997). Image repair discourse and crisis communication. *Public Relations Review*, 23(2), 177-186.
- Benoit, W. L. (2015). Image repair theory in the context of strategic communication. In Holtzhausen, D. ve Zerfass A. (Eds.), *The Routledge handbook of strategic communication*. Oxon: Routledge.
- Buhmann, A. ve Likely, F. (2018). Evaluation and measurement in strategic communication. *The international encyclopedia of strategic communication*, 1, 625-640,
- Cheng, Y. (2018). How social media is changing crisis communication strategies: Evidence from the updated literature. *Journal of contingencies and crisis management*, 26(1), 58-68
- Coombs, W. T. (2014). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Coombs, W. T. (2011). Political public relations and crisis communication: A public relations perspective. In J. Strömbäck & S. Kioussis (Eds.), *Political public relations: Principles and applications* (pp. 214–234). New York: Routledge.
- Coombs, W. T. (2012). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.



- Cornelissen, J. (2017). *Corporate communication: A guide to theory and practice*. SAGE
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Çakmak, V. (2023). Kriz iletişim stratejileri ve sosyal medya kullanımına yönelik sistematik bir değerlendirme. *Middle Black Sea Journal of Communication Studies*, 8(2), 179-194.
- Dan, V., Paris, B., Donovan, J., Hameleers, M., Roozenbeek, J., van der Linden, S. ve von Sikorski, C. (2021). Visual mis-and disinformation, social media, and democracy. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 98(3), 641-664
- Eriksson, M. (2018). Lessons for crisis communication on social media: A systematic review of what research tells the practice. *International Journal of Strategic Communication*, 12(5), 526-551.
- Eskicioğlu, Y. C. (2023). İnfodemi, korku ve dezenformasyon: Pandemi döneminde sosyal medyada islamofobi. *Journal of Migration and Political Studies*, 1(1), 17-34
- Fallis, D. (2015). What is disinformation?. *Library Trends*, 63(3), 401-426.
- Farwell, J. P. (2012). *Persuasion and power: the art of strategic communication*. Washington, DC: Georgetown University Press.
- Fearn, B. K. (2016). *Crisis communications: A casebook approach*. Routledge.
- Gündoğan, A. A. ve Karimzadeh, S. (2019). Kuzey Anadolu fay hattı üzerinde olası deprem senaryoları için benzeştirilmiş bir kuvvetli yer hareketi veri tabanı. *Türk Deprem Araştırma Dergisi*, 1(1), 76-97.
- Hallahan, K., Holtzhausen, D., Van Ruler, B., Verčič, D. ve Sriramesh, K. (2007). Defining strategic communication. *International journal of strategic communication*, 1(1), 3-35.
- Heath, R. L. ve Millar, D. P. (2003). *Responding to crisis: A rhetorical approach to crisis communication*. Routledge.
- Heath, R. L. ve O'Hair, H. D. (2019). *Handbook of Risk and Crisis Communication*. Routledge.
- Hu, X. ve Lovrich, N. P. (2019). Social media and the police: A study of organizational characteristics associated with the use of social media. *Policing: An International Journal*, 42(4), 654-670.
- Holtzhausen, D. ve Zerfass A. (Eds.) (2015). *The Routledge handbook of strategic communication*. Oxon: Routledge.
- Hughes, V. ve Love, P. E. (2004). Toward cyber centric management of policing: back to the future with information and communication technology. *Industrial Management & Data Systems*, 104(7), 604-612.
- İletişim Başkanlığı (2023). Yaşanan asrın felaketi sürecinde yapılan dezenformasyonlara karşı yayımladığımız günlük "deprem dezenformasyon" bültenleri 6 Şubat – 20 Şubat. İletişim Başkanlığı Dezenformasyonla Mücadele Merkezi.
- Jin, Y. ve Austin, L. L. (2022). *Social media and crisis communication*. Routledge.
- Jungblut, M., Kümpel, A. S. ve Steer, R. (2024). Social media use of the police in crisis situations: A mixed-method study on communication practices of the German police. *New Media and Society*, 26(8), 4647-4668.
- Kaplan, A. M. ve Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.

- Karsak, B., Altuntaş, E. Y. ve Demren, G. A. S. (2018). Stratejik iletişim yönetiminde dijital kanalların önemi: Halkla ilişkiler uygulayıcılarının dijital kanal kullanımına yönelik niteliksel bir araştırma. *Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi*, 1(1), 6-17.
- Kaya, İ. ve Şahan, C. (2023). Depreme karşı okul binalarında yapısal olmayan tehlikelere alternatif mobilya tasarım önerileri. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 13(2), 1907-1928.
- Khang, H., Ki, E. J. ve Ye, L. (2012). Social media research in advertising, communication, marketing, and public relations, 1997–2010. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 89(2), 279–298.
- Lovejoy, K. ve Saxton, G. D. (2012). Information, community, and action: How nonprofit organizations use social media. *Journal of computer-mediated communication*, 17(3), 337-353
- Lipschultz, J. H. (2023). *Social media communication: Concepts, practices, data, law and ethics*. Routledge.
- Liu, B. F., Austin, L. ve Jin, Y. (2011). How publics respond to crisis communication strategies: The interplay of information form and source. *Public Relations Review*, 37(4), 345-353.
- Macias, W., Hilyard, K. ve Freimuth, V. (2009). Blog functions as risk and crisis communication during Hurricane Katrina. *Journal of Computer-mediated Communication*, 15(1), 1-31.
- Mahoney, J. (2013). *Strategic communication: Principles and practices*. Oxford University Press.
- Miles, M. B. ve Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (2nd ed.). Sage Publications.
- Morrow, S. (2019). Social and news media's effects on law enforcement. *Global Journal of Forensic Science and Medicine*, 1(4), 1-6.
- Muhammed T, S. ve Mathew, S. K. (2022). The disaster of misinformation: a review of research in social media. *International journal of data science and analytics*, 13(4), 271-285.
- O'Connor, R. (2019). *Crisis communication: A case study approach*. Routledge.
- O'Rourke, A. ve Smith, J. (2023). *Strategic crisis communication*. SAGE Publications.
- Pang, A. (2013). Social media hype in times of crises: Nature, characteristics and impact on organizations. *Asia Pacific Media Educator*, 23(2), 309-336.
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods*. Routledge.
- Paul, C. (2011). *Strategic communication: Origins, concepts, and current debates*. Praeger Security International.
- Rettberg, J. W. (2009). Freshly generated for you, and Barack Obama' how social media represent your life. *European Journal of Communication*, 24 (4), 451-466.
- Reynolds, B. ve M. W. Seeger, (2005). Crisis and emergency risk communication as an integrative model. *Journal of Health Communication*, 10(1), 43-55.
- Schwarz, A., Seeger, M.W. ve Auer, C. (2016). *The Handbook of International Crisis Communication Research*. Wiley

- Sellnow, T. L. ve Seeger, M. W. (2013). *Theorizing crisis communication*. Malden, MA: Wiley-Blackwell
- Shahbaznezhad, H., Dolan, R. ve Rashidirad, M. (2021). The role of social media content format and platform in users' engagement behavior. *Journal of Interactive Marketing*, 53(1), 47-65.
- Snoussi, T. (2020). Social media for crisis communication management. *International Journal of Business and Management Research*, 8(3), 64-72.
- Stein, S. ve Wysession, M. (2003). *An introduction to seismology, earthquakes, and earth structure*. Wiley.
- Steele, J. L. ve Blau, N. (2023). An analysis of police department crisis communication via social media. *Police Quarterly*, 26(4), 520-544.
- Steyn, B. (2004). From strategy to corporate communication strategy: A conceptualisation. *Journal of communication management*, 8(2), 168-183.
- Su, W. (2016). A virtual public sphere and its limitations—microblog, online civic engagement in China and its interplay with the state. *The journal of international communication*, 22(1), 1-21.
- Telford, J. W. ve Cosgrave, J. (2006). *Joint evaluation of the international response to the Indian Ocean tsunami: Synthesis report*. Tsunami Evaluation Coalition.
- Ulmer, R. R., Sellnow, T. L. ve Seeger, M. W. (2017). *Effective crisis communication: Moving from crisis to opportunity* (4th ed.). SAGE Publications.
- USGS. United States Geological Survey (2020). *Great Chilean earthquake of 1960*. [https://earthquake.usgs.gov/earthquakes/eventpage/official19600522191120\\_30/executive\(E.T.07 Ekim 2024\)](https://earthquake.usgs.gov/earthquakes/eventpage/official19600522191120_30/executive(E.T.07 Ekim 2024)).
- Veil, S. R., Buehner, T., & Palenchar, M. J. (2011). A work in process literature review: Incorporating social media in risk and crisis communication. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 19(2), 110-122.
- Ward, W.E. (2011). Strategic communication at work. *Leader to leader*, 59, 33-38.
- Wilcox, D. L., Cameron, G. T. ve Reber, B. H. (2015). *Public relations: Strategies and tactics*. Pearson.
- Zheng, B., Liu, H., & Davison, R. M. (2018). Exploring the relationship between corporate reputation and the public's crisis communication on social media. *Public Relations Review*, 44(1), 56-64.