

## SOSYAL MEDYA ORTAMINDA YER ALAN AFET HABERLERİNDE ETKİLEŞİM; İZMİR DEPREMİ ÖRNEĞİ

Ülkü İlgi ELDEM ANAR  
Maltepe Üniversitesi, Türkiye  
ilgieltem@maltepe.edu.tr  
<https://orcid.org/0000-0002-1801-0237>

<i>Atf</i>	Eldem Anar, Ü., İ. (2021). SOSYAL MEDYA ORTAMINDA YER ALAN AFET HABERLERİNDE ETKİLEŞİM; İZMİR DEPREMİ ÖRNEĞİ. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 11 (3), 1129-1147.
------------	--

### ÖZ

Medyada yer alan haberler, türlerine ve içeriklerine göre çeşitli kavramlar ve işleniş biçimleri üzerinden farklılaşmaktadırlar. Bu farklılık gerek teknolojik gelişmelerin etkisiyle gerekse okurun beklentileri üzerinden sürekli bir değişim yaşanmasına sebep olmuştur. Gazetecilik mesleğinde önemli bir alan olan Afet haberciliği bu değişimden etkilenen meslek türlerinin başında gelmektedir. Kendi iç dinamikleriyle birlikte yeni medyanın sahip olduğu özellikleri kullanarak birçok özelliğini yenilenen Afet haberciliği gerek muhabirler gerekse okur açısından önemli gelişmeler yaşanmasına sebep olmuştur. Araştırmanın problemini bu değişimler neticesinde yaşanan habercilik pratikleri üzerinden gelinen noktanın ortaya konması oluştururken, yeni medya ve özellikle sosyal medya platformlarının bu değişime olan etkisini ayrıntılı olarak ortaya koyabilme gayreti oluşturmaktadır. Yapılan çalışmada Afet haberciliğinin tanımı geleneksel ve yeni medya ortamından etkilenerek geldiği nokta bağlamında açıklanarak dönüştüğü bu yeni yayın türü derinlemesine bir literatür taraması ve uygulama örneği üzerinden incelenmiştir. Araştırmada betimsel içerik analizi yöntemi kullanılarak, sosyal medya platformlarında afet haberciliğinin yer alma biçimi gerek haber gerekse kullanıcı paylaşımları üzerinden incelenerek yeni medyanın sahip olduğu etkileşim fonksiyonu ile birlikte 2020 yılında yaşanan “İzmir Depremi” olayı üzerinden incelenerek örneklerle betimlenmiştir.

*Anahtar Kelimeler:* Afet haberciliği, Sosyal Medya, Yeni Medya, Etkileşim, İzmir Depremi.

## INTERACTION IN DISASTER NEWS IN SOCIAL MEDIA; EXAMPLE OF İZMİR EARTHQUAKE

### ABSTRACT

The news in the media differ according to their types and contents over various concepts and ways of processing. This difference has caused a constant change both with the effect of technological developments and the expectations of the reader. Disaster reporting, which is an important field in the journalism profession, is one of the professions affected by this change. Disaster reporting, which renews many features by using the features of new media with its own internal dynamics; It resulted in important developments for both reporters and readers. While the problem of the study is to reveal the point reached through the journalism practices experienced as a result of these changes, the effort to reveal the effect of new media and especially social media platforms on this change in detail.

In this study, the definition of disaster journalism has been examined in depth through an in-depth literature review and application example, which explains the definition of disaster journalism in the context of the point it has come from, by being influenced by the traditional and new media environment.

In the research, using the descriptive content analysis method, the way disaster journalism takes place on social media platforms was examined through both news and user posts, and the interaction function of the new media was examined and described with examples through the event of the "Izmir Earthquake" in 2020.

**Keywords:** *Disaster reporting, Social Media, New Media, Interaction, Izmir Earthquake*

## GİRİŞ

Krizle neden olan olayların okuyucu ya da izleyicilere, belli kriterleri karşılayacak şekilde iletilmesi, kriz haberciliği kavramını ortaya çıkarmaktadır. Patlama, savaş, terör, deprem, göçük, salgın hastalık, ekonomik veya siyasal çalkantı gibi olağanüstü durumlarda olay, vaka ya da durumları halka duyurabilmek adına yapılan kriz haberciliği; kişilerin haber alma hakkının bir karşılayıcısı olarak görev yapmaktadır.

Afet haberciliği kavramının ortaya çıkması sağlayan koşulların başında olağanüstü durumlar ve bu durumlardan kaynaklanan toplumsal anlamda yaşanan krizler gelmektedir. Bu anlamda patlama, savaş, terör, deprem, göçük, salgın hastalık, ekonomik veya siyasal çalkantı gibi olağanüstü durumlarda yapılan gazetecilik türüne kriz gazeteciliği denilmektedir (Yıldırım, S. 2019). Afet haberciliği ise bu önemli gazetecilik türünün etkili bir dalı olarak medyada yer almaktadır.

Afet kelimesinin toplumsal anlamda ifade ettiği anlam genellikle olumsuz olaylar doğuran, yarattığı zarar ve kayıplar nedeniyle insanlar ve canlılar üzerinde olumsuz sonuçlar doğuran hadiseleri anımsatmaktadır. Tüm Dünyada yaşanan afet olayları kendi coğrafi konumuna ve pozisyonuna göre farklılıklar göstermektedir. Bu duruma örnek olarak Houston, Pfefferbaum ve Rosenholtz'un (2012) yaptıkları çalışmalarında Amerika Birleşik Devletleri'nde basında yer alan haberlerde ağırlıklı olarak hortum ve kasırga ile alakalı haberlerin yer aldığını ortaya çıkarken, Ülkemizde yapılan haberlerde ise Deprem olayının ağırlıklı olarak yer aldığı görülmüştür (Yılmaz, S; 2019).

Geçmişte yaşanan afetler ve bu afetleri konu alan çalışmalar incelendiğinde olayın meydana geldiği bölgenin yoğunluğu ve risk altında olan kişilerin sayısına göre bir etki alanı içinde olduğu ortaya çıkmaktadır. Sosyal medya platformlarının ortaya çıkması ile birlikte bu mekân ve alan sınırlılığı etkisini yitirerek sınırsız ve mekansız bir dağılımın meydana gelmesine neden olmuştur. Artık Dünyanın neresinde olursa olsun yaşanan her türlü olay ve afet durumu viral bir şekilde yayılarak etkileşim alanına girmektedir.

Sosyal medya platformlarının sağladığı bu etkileşim biçimi her alanda olduğu gibi habercilik alanında da önemli etkilerin yaşanmasına sebep olmuştur. Bu sayede muhabirler hızlı bir şekilde kimi zaman olayın yaşandığı afet bölgesine sahi gitmeden habere ulaşabilmekte ve hızlı bir şekilde ilgili medya ortamında yayımlayabilmektedirler. Bu anlamda haberde yaşanan bu hızlı değişim ve dönüşüm beraberinde sorunlu alanlarda doğurmuş ve çalışmanın araştırma kısmında yer alan örnekler ile bu çıkarımlar İzmir Depremi üzerinden örneklenerek verilmeye çalışılmıştır.

Günümüzde sosyal medya platformları iletişim ve bilgi akışını sağlayan önemli bir kitle iletişim aracı olarak tanımlanmaktadır. Afet durumlarında ise insanlar gerek merak gerekse yakınları ve toplum düzeni hakkında bilgi almak ihtiyacı hissetmektedirler. Kimi zaman göçük altında kalan bir afetzede olduğu yeri haber vermek için sosyal medyaya video yüklemekte kimi zaman ise konum göndererek yakınlarının bulunmasını sağlamaya çalışmaktadır. Bu tür olumlu gelişmelerin yanı sıra enformasyonun bir çığ gibi büyüyerek yayıldığı sosyal medya platformlarında gerçek olmayan haberler toplumu ve bireysel anlamda sosyal medya kullanıcılarını olumsuz şekilde etkileyerek geniş bir infial ortamının doğmasına sebep olmaktadır.

Yapılan bu çalışmada betimsel içerik analizi yöntemi kullanılarak gerek Afet haberciliğinin günümüz medyasında geldiği noktanın tanımlanması, gerekse sosyal medya platformlarının özelliklerinden kaynaklanan hem haber hem de okurla nasıl bir etkileşim içinde olduğunu anlayabilmek adına önemli bir araştırma alanı içermektedir. Araştırmanın yapılmasını gerekliliği günümüz medyasında yer alan afet

haberlerinin sunum biçimini anlayabilmek ve sosyal medyanın bu anlamda ne düzeyde bir etkisi olduğunu ortaya koyabilmek adına önemli bir konuyu işlenmektedir.

Afet haberciliği tanımını derinlemesine ortaya koyabilmek adına ilk önce olağanüstü durumlar ve risk kavramlarının incelenmesi gerekmektedir. Afet haberciliğinin temelini oluşturan bu kavram ve yaklaşımlar kendi içlerinde barındırdıkları anlam ve uygulama biçimleri ile birlikte bir alan olarak afet haberciliğini derinlemesine etkilemektedir.

### **Risk Kavramı ve Olağanüstü Durumlar**

Risk kavramına bakıldığında tarihsel anlamda birçok kuramcı ve araştırmacının bu alanda görüşleri olduğu görülmektedir. Önde gelen Toplum bilim düşünürleri Marx, Durkheim ve Weber risk kavramının teknolojik gelişmelerin yaşanmaya başladığı andan itibaren doğal bir süreç olarak ortaya çıktığını söylemekte ve bu gelişmelerin iki yönlü bir durumu ortaya koyduğunu savunmaktadırlar (Büyükbaykal, A. C. I. 2020). Olumlu gelişmelerin devamında gerek kullanım gerekse etkileşim anlamında olumsuz yan etkilerin yaşanmaya başlanması ile risk kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Her yeni çağ ile birlikte risk kavramı da değişmekte ve yeniden şekillenmektedir. Günümüz dünyasında risk tüm toplumların yadsıyamadığı bir durum olarak tanımlansa dahi günlük yaşamda bilerek ya da bilmeyerek göz ardı edilmektedir. Ulrich Beck bu durumu Risk toplumu olarak tanımlayarak tehlikeli durumlardan riskli durumları ayırmış ve farklı açıklamalar ile betimlemiştir (Çuhacı, A. 2012). Modernlikle birlikte ortaya çıkan risk kavramını sanayi devrimi sonrası yaşanan gelişmeler ve teknolojik atılımların yanında bir unsur olarak tanımlayan Beck, Batı toplumlarının bilinçli olarak geçirdikleri söylenen ilkel çağdan modern çağa kadar tüm aşamaların bilinçsiz olarak aşıldığını ve bu bilinçsizliğin de devamında önlenemez riskler doğurduğunu dile getirmiştir (Beck, 1992). Risk kavramı ve toplumu üzerine araştırma yapan Aysu Çuhacı “Ulrich Beck’in Risk Toplumu Kuramı” isimli çalışmasında bu durumu ayrıntılı olarak Beck’in görüşleri üzerinden analiz ederek, risk toplumunun ortaya çıkış nedenini modernleşme ve bu süreçte üretici güçlerin giderek büyümesinden kaynaklanarak ortaya çıkan tehlike, tehdit ve riskler olarak tanımlamaktadır. Beck tehdit ile risk arasındaki ayrımı ise açık bir şekilde tanımlayarak riski; zarar verici bir gelişme ya da değişime karşı açık olma durumu olarak tanımlarken, tehdit kavramını ise bireysel bir eylem olarak kişinin yaşamını olumsuz yönde etkileyen istikrarlı ve planlı bir zarar alanı olarak açıklamıştır. Kolektif bir risk olarak tanımlanan bu durumun neticesinde risk kavramı kamusal bir bilgiye dönüşerek, gerçek riskin unsurlarının temelinden kopmakta ve beraberinde gerçek dışı toplumsal bir korkutma alanına dönüşmektedir. Bu durum ise gazetecilikte olumsuz, kötü ya da sansasyonel haberlerin okur gözünde kuşkusuz gerçekmiş gibi sorgulamadan kabullendikleri bir alımlamaya neden olması durumunu doğurmaktadır (Sorribes, C. P& Rovira, S. C. 2011). İstanbul Üniversitesi Açık Ve Uzaktan Eğitim Fakültesi yayınlarında çıkan “Gazetecilik Türleri” isimli çalışmada (Büyükbaykal, A.2020) risk potansiyelinin oluşabilmesi için gerekli olan durumları şu şekilde tanımlamıştır;

- Tehditlerin oluşabilme olasılığının yüksek olması,
- Etkilerinin bilinirliği ya da öngörülebilir olması,
- Riske karşı zayıf yönlerin bulunması gerekliliği

Risk ve tehlike kavramları her ne kadar birbirini çağrıştıran kelimeler olsalar da içeriksel anlamda ince ama derin ayrımlara sahiptirler. Genel olarak bir yorumlama ile risk kelimesinin bir ihtimali tanımladığını, tehlike kelimesinin ise mutlaka sonucu olumsuz bir durum ile nitelenecek olası tecrübeleri tanımladığı söylenebilir. TDK; tehlike kelimesini “Büyük zarar veya yok olmaya yol açabilecek durum, muhatara” olarak tanımlarken, risk kelimesini “Zarara uğrama tehlikesi, riziko” olarak tanımlamaktadır(www.tdk.gov.tr). Bu tanımlamalardan yola çıkarak makalenin konusunu oluşturan afet kavramının bu anlamda açıklanması çalışma açısından büyük önem taşımaktadır.

AFAD- Türkiye Afet ve Acil Durum Başkanlığı; afet tehlikesini “*Can ve mal kayıpları ile fiziksel, sosyal, ekonomik, politik ve çevresel kayıp ve zararlara yol açan doğa, teknoloji ve insandan kaynaklanan olayın belirli bir yerde ve zaman aralığında olma olasılığı*” olarak tanımlarken, afet riski kelimesini ise “*Belirli bir tehlikenin, gelecekte belirli bir zaman süresi içinde meydana gelmesi hâlinde,*

*insanlara, insan yerleşmelerine ve doğal çevreye, bunların zarar veya hasar görebilirlikleri ile orantılı olarak oluşturabileceği kayıpların olasılığı” olarak tanımlamaktadır(URL-2).*

Risk kavramı ile ilgili olarak ortaya atılan sosyolojik teorilerin önemli bir tamamlayıcısı olan medya sahip olduğu fonksiyonlar nedeniyle risk kavramının bir dağıtıcısı ve tamamlayıcısı olarak görülmektedir. Medyanın toplum için gerekli ve önemli görülen bilgileri kamuya açıklama dürtüsü yine toplumda kolektif bir tehlike, risk ve güvensizlik ortamı yaratılmasına katkı sağlamaktadır. Bu anlamda risk olarak görülerek yapılan haberler üzerinden medya, sayısız yayın ve biçimde içerik üreterek toplumu hem risk hem de olağanüstü durumlara karşı uyarmaktadır.

Risk durumlarının ortaya çıktığı ortamlar olarak düşünülebilecek olağanüstü durumlar ise genellikle toplumların beklenmedik zaman ve mekanlarda karşı karşıya kaldıkları durumlardır. Beklenmedik bir zamanda meydana gelen bu durumlara karşı yine benzer şekilde önceden öngörülebilecek önlemler ile risk anlamında azami şartlar sağlanabilmektedir. Selma Koç Akgül “Olağanüstü Durumlar, İletişim ve Habercilik Yaklaşımları” isimli çalışmasında olağanüstü durum kavramının hem bireylerin hem de toplumların normal yaşam süreçlerini sekteye uğratan birçok olayı tanımlamayı ve yorumlamayı gerektiren bir oluşum olduğunu ve bu durumu önleyebilmek adına toplum, birey, koruyucu ve önlem alıcıların eşgüdümlü çalışması gerekliliğinden bahsetmektedir (Akgül, S. K.2017).

Olağanüstü durum tanımı ise Türkiye Bilimler Akademisi Başkanlığı (TÜBA) tarafından “*Doğal yıkım, tehlikeli salgın hastalık, ağır ekonomik bunalım, yaygın şiddet olayları gibi toplumun sağlığını ve kamu düzenini ciddi olarak tehdit eden bir durum baş gösterdiğinde, anayasa ve yasaların düzenlediği biçimde başlatılıp uygulanan, amacı yönetimin hızlı ve etkili önlemler alarak bir an önce olağan duruma dönülmesini sağlamak olan sıra dışı yönetim*” olarak tanımlanmaktadır (URL-1).

Toplumsal anlamda risk algısının oluşma durumlarına bakıldığında, yükselişe geçtiği dönemler itibari ile teknolojik gelişmeler neticesinde medya içerikleri üzerinden bilgiye anında ulaşılabilirlik ve bu ulaşılan bilginin yeni bir gerçeği ortaya çıkartması ile yeni bir haber biçimi ortaya çıkmasına neden olduğu görülmektedir. Habercilik alanında yaşanan gelişmeler, küreselleşmenin etkisi ile birlikte haberin, saniyeler içinde dünyanın her köşesine ulaşmasına ve bu durumun alıcıların tutumlarında çeşitli değişikliklere yol açabilmekte olduğunu ortaya çıkmaktadır (Fog, 2002).

Toplumsal anlamda yaşanan bu dönüşüm, yeni risk ve olağanüstü durumların ortaya çıkmasına neden olmakla beraber medyanın bu ortaya çıkışta ne denli güçlü bir algı yaratabildiğini de gözler önüne sermektedir. Risk kelimesi kavram olarak iki biçimde tanımlanmaktadır; Etkileri tam olarak bilinmeyen, bilim tarafından tam olarak analiz edilmemiş ya edilemeyen, sürekli olarak yeni ve istemsiz biçimlerde üremeye devam eden riskler (Kanser, AIDS) ve gelecek nesiller için ölümcül, korkunç ve yıkıcı sonuçlar doğurabilecek olan riskler (nükleer patlama, kimyasal kaza). Medyanın kriz ve olağanüstü olayların yer aldığı haberler üzerinden bilerek ya da bilmeyerek yarattığı bu korku algısı hem bireysel hem de toplumsal anlamda bir korku toplumu yaratılmasına sebep olabilmektedir. Bu korku kimi zaman olumsuz, kaotik düşüncelerin yaratılması ile birlikte komplo teorilerinin oluşmasına neden olurken kimi zamanda önlemler alınmasına ve her zaman hazırlıklı olma haline sebep olabilmektedir. Alıcı konumundaki okur, medyada yer alan içeriklerden kaynaklanarak içinde buldukları durumun risk faktörü hakkında duydukları, izledikleri yani alımladıkları içeriklerin miktarına göre riskle karşılıklı bir ilişkiye girmektedir. Okur, kişisel tutum ve davranışlarını da yine bu alımlama üzerinden yaparak risk düzeyini ve alabilecekleri önlemleri bu anlamda sürekli olarak güncellemekte ve yenilemektedirler (Fog, 2002).

Olağanüstü durumlar denilince akla gelen tehlikeler hem toplumun hem de bireysel olarak insanlığın etkilendiği olması engellenemez birçok olayı içerirken bu durumlarla mücadele eden kişileri ise olağanüstü olayların baş aktörleri olarak konumlamaktadır. Olağanüstü durumların medyada yer alma biçimleri de yine en az durumun oluşumu kadar önemli ve toplumsal etki anlamında önemlidir. Gerek olay ve durumların oluşumunu engellemek gerekse oluşan olağanüstü olaylarda hasarı en aza indirmek ve önlem alabilmek konusunda medya çalışanlarına önemli görevler düşmektedir. Medyada yer alan haberlere bakıldığında olağanüstü durum içerikli haberlerin içeriğinde ilk olarak depresyon haberlerinin yer aldığı gözlemlenmektedir.

Araştırmanın literatür tarama döneminde edinilen sonuçlar; Kriz yönetimi ve olağanüstü durumlarla ilgili yapılan çalışmaların ağırlıklı olarak deprem haberleri üzerinde durduğunu ortaya koymuştur. Kübra Şahinsoy “Kriz Yönetimi Açısından Geleneksel ve Sosyal Medya” isimli çalışmasında; Depremlerin yol açtığı krizlerin beklenmedik zamanda meydana gelmesinden kaynaklanarak önlenmesi mümkün olamayan doğal afetlerin yol açtığı krizlere karşı hazırlıklı olma gerekliliğinden bahsetmektedir. Araştırmada, ülkemizde 1999 yılında medyana gelen Marmara depremi, 2011 yılında meydana gelen Van depremi incelenerek şiddeti, geride bıraktığı kayıpların ortaya konma biçimleri hem geleneksel hem de sosyal medya ortamlarında çıkan haber ve içerikler üzerinden incelemiştir. Yine Suat Kolukırık Ve Meryem Tuna tarafından yapılan “Türk Medyasında Deprem Algısı: Marmara Depremi Örneği” isimli çalışmada 17 Ağustos 1999 Marmara Depreminin yol açtığı hasarlardan yola çıkarak, Türk medyasında deprem algısını irdeleyerek, konu hakkında gazetelerde yer alan haberlerin içerik analizi yapılmıştır. Çalışmada medya ve deprem ilişkisi; deprem sonrası ortaya çıkan sosyal belirsizlik ve sosyal refleksler üzerinden değerlendirilmekte ve toplumsal işleyişin bilinç düzeyi açığa çıkarılmaya çalışılmıştır (Kolukırık, S., & Tuna, M. 2009)

### **Bir haber kaynağı olarak Sosyal Medya ve Afet Haberciliği**

Medya, gerçekleri yeniden inşa etme ve bunu yaparken yaratılan bu yeni gerçekliğin kuşkusuz kabulü üzerine dayandırılarak oluşturulan içerikleri sunabilme özelliğine sahiptir (G. Calvo, 2004). Medya bu gücü ile Dünya üzerinde yaşanan afet, kaza ya da benzeri içerikli haberler üzerinden alıcıları, bireysel olarak önemli risklerle karşılaştıklarında önlem alabilecek konuma getirmeyi hedeflemelidir (Murdock, 2001). Bu duruma örnek olarak bir anda toplumu etkisi altına alan Covid-19 salgınının Dünyayı aynı sorun üzerine odaklanarak, çare arayan bir hale getirmesi verilebilir. Medyada yer alan haberler üzerinden okuyucular hangi yiyecekleri yemeleri gerektiği, uymaları gereken önlemler, sosyal izolasyon ve korunmayı haber içeriklerinden öğrenmektedirler. Medyada üretilen bilgi ve içerikler gerçeklik kavramından kopmadan yapılmalıdır. Bunun nedeni ise kriz ve olağanüstü durumlarda okuyucu konumunda ki alıcıların her türlü metni, kişisel duyguları ve anlamlandırma biçimleri ile okudukları düşüncesi üzerinden bir tehlike alanına dönüştürmesidir. Yanlış kodlama ve alımlamalar bu anlamda gerçeküstü içeriklerin oluşmasına ve bu içeriklerinde viral olarak yayılımına neden olmaktadır. Yaşanan bu durum etkin bir risk yönetiminin olması gerektiği durumunu ortaya koymaktadır. Sonuç olarak, risk yönetimi bağlamında etkileşime giren aktörler arasındaki karşılıklı iletişim çok titiz oluşturulması gereken bir alandır.

Yeni medya haberciliğinin en önemli görevi sahip olduğu fonksiyon ve özelliklerden kaynaklanarak, toplumsal gelişme, olay ya da durumları halka duyururken bir infial ortamı yaratılmasının engellenmesi olarak düşünülmektedir. Afet haberciliği anlamında ansızın yaşanan durumlar ve gelişmelerin halka duyurulması aşamasında haberciler aniden ortaya çıkan riskler ya da öngörüler konusunda toplumsal bir farkındalık yaratılmasına çalışılırken, korku duygusu üzerinden gitmeyerek kriz ortamları sırasında halkın tepkilerinin gerektiği kadar olması yaklaşımını benimsemektedir. Sosyal medya platformları, kriz durumlarında yer alan bilgilerin hızlı bir şekilde dolaşıma girmesine neden olurken, halkın bu içeriklere bilinçsiz bir şekilde dürtüsel ani bir tepki vermesini engelleyecek bir kontrol sistemi de kurmalıdır.

Sosyal medya teknolojileri, kullanıcıların iletişim kurarak hem birbirleri ile hem de üretici konumunda ki alıcı ile etkileşim içine girmesine olanak tanımaktadır. Bu imkân dâhilinde karşılıklı iletişimin içinde veri paylaşımları yapılarak bir transfer süreci söz konusu olmaktadır. Sosyal medyanın teknoloji ile birlikte toplumlar üzerinde yükselişi gerek uygulamalarla gerekse çeşitli platformlarda meydana gelmektedir. Bu durum Gazetecilik mesleğine de sirayet ederek hem üretim hem de aktarım anlamında haberin işleyişinde değişiklikler yaşanmasına neden olmaktadır. Günümüz Gazeteciliğinde sosyal medyanın kaynak olarak kullanımı sıklıkla rastlanan haber örneklerini oluşturmaktadır (Hermida, 2013). Gazetecilerin haber kaynaklarını nasıl belirledikleri ve seçtikleri haber üretim sürecinin önemli bir kısmını oluşturmaktadır.

Gazetecilik mesleğinin resmi bir haber yapıcı olma özelliği, sosyal medya platformlarındaki paylaşımların artması ile birlikte her türlü konu hakkında verinin resmi olsun ya da olmasın her kesimden kişi ve kurum tarafından üretilmesine ve devamında içerik üreticilere paylaştırılmasına neden

olmaktadır. Sosyal medya paylaşımlarının artık gazetecilik mesleğinin sahip olduğu tekil haber üretim hakimiyetini sarsmaya başladığı gözlemlenmektedir. Bu durumun nedeni olarak sosyal medya kullanıcıları tarafından oluşturulan ve yayınlanan bilgilerin gazetecilerin ilgi alanına girmesi, önemli kişilere zamanında ulaşmalarına yardımcı olması ve erişilebilirlik açısından haber kaynakları arasındaki farklılıkları azaltabilmesi verilebilir.

Sosyal medyanın etkisi ile değişen mesleki durum aynı zamanda habere de etki etmektedir. Ana akım gazeteciliğin kaynak anlamında kullandığı kişi, kurum ve tanıkların yanına sosyal medya platformları ve görgü tanığı hesapları gibi içerik üreticilerin de yer aldığı görülmektedir (Göker, G., & Keskin, S. 2015). Gazeteciler, sosyal medya platform kullanıcılarından enformasyon aldıkları durumlarda hem veriyi okura ulaştırma hem de bu içeriği sosyal medya kullanıcılarının sesini duyurabilmeleri ve topluluk olarak sosyal medya kullanıcılarını temsil etmek için kullanılmaktadır (Broersma ve Graham, 2012; Hermida, 2013; Knight, 2012).

Bir kaynak olarak sosyal medyanın haberlerde kullanımı ile ilgili farklı uygulamalar mevcuttur. Bu alanda çeşitli çalışmalar yapılarak örnekler ile Dünya da nasıl bir işleyiş olduğu ortaya konmaya çalışılmıştır. Örneğin yapılan bir çalışmada Amerika Birleşik Devletleri'ndeki finans gazetecilerinin hikâye fikirleri ve ipuçları elde etmek için sosyal medyayı çok az kullandığı görülürken (Lariscy ve diğerleri, 2009) Çek Cumhuriyeti'nde haber yapılırken, haber medyasının sosyal medyayı haber kaynağı olarak kullanması durumunun çok ağırlıklı olarak tercih edildiği ve magazin gazetelerinin geleneksel medya kaynaklarından daha çok sosyal medyadan yararlandıkları ortaya çıkmıştır (Hladik ve Štětka, 2015). Yine benzer şekilde Lee, C-C, He, Z, Huang, Y nin 2012 yılında yapılan Chinese "Party Publicity Inc" isimli çalışmalarında Çin üzerinden geleneksel haber ilkeleri ve değerlerinin, haber medyasının sosyal medyadan elde edilen bilgilerden alıntı yapma şekli ile biçimlendiğini ve tercih edilen haber kaynaklarının ağırlıklı olarak bu platformlardan alındığını ortaya koymaktadır (Lee, C-C, He, Z, Huang, Y; 2012).

Tüm bu anlatılanlar bağlamında makalenin konusunu oluşturan afet konulu haberler söz konusu olduğunda sosyal medya platformları ve kullanıcıların ürettikleri içerikler, gazetecilerin güvenilir ve resmi haber kaynaklarına güvenmeleri açısından önemli bir açılım yaşanmasına neden olmuştur. Özellikle afet durumlarında haberin kaynağı olma durumunda, sıradan vatandaşlar, felaketle ilgili kişisel deneyimleri hakkında konuşarak, haberlerde sıklıkla yer almaktadırlar. Bu durumun bir diğer önemli nedeni ise afet bölgesinde görevlendirilen muhabirlerin buldukları bölgelerdeki olağanüstü durumu en kolay ve hızlı şekilde haber yapabilmeleri için afet kurbanları, resmi çalışanlar, bölgede çalışan kurtarma ekipleri gibi tanıklara ses vermeleri gerekmektedir (Tong, J.2017). Afet haberlerinde hızlı hareket etme ve olağanüstü bir durum söz konusu olduğu için kaynaklara sınırlı bir erişim söz konusu olmakla birlikte gerçek bilgi ve yanlış verinin analizini anlık yapabilmek imkansızdır yakın olmaktadır. Sosyal medyanın özelliklerinin başında gelen anlık bilgi paylaşım olanağı bu anlamda çok önemli bir özellik olarak gazetecilerin kullanım alanını oluşturmaktadır. Gerek postlardan gerekse hashtag kullanımı ile sosyal medya platformlarında kullanıcı olan kişilerin kendi paylaşımlarını üreterek etkileşim içine girme durumları muhabirler için önemli bir kaynak olmalarını sağlamaktadır.

Sosyal medya platformları sayesinde haberciliğin önemli bir gerekliliği olan fiziksel anlamda "Orada olmak" günümüz medya ortamında sanal bir biçimde mümkün hale gelmiştir. Bu durum teknolojik anlamda muhabire kolaylaştırılmış bir haber yazım süreci sağlamakla birlikte okur ile de arasında önemli bir yakınlık oluşmasına neden olmaktadır.

Sosyal medya platformlarında, afetler yaşandığı zaman okurun neler olduğunu, arkadaş ve akrabalarının durumu hakkında bilgi alabilmek ve başkalarıyla iletişim kurmak için kullandıkları güçlü bir iletişim ortamıdır (Hughes ve Palen, 2009; Murthy ve Longwell, 2013). Sosyal medya, afet yönetiminde giderek daha yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Afet zamanlarında sosyal medyanın yoğun kullanımı göz önüne alındığında, sosyal medya platformlarının gazetecilere sunduğu olanaklar gerek görgü tanıklarına ulaşma gerekse yardım kuruluşları, mağdurlar ve mağdurların yakınları gibi her türlü aktöre ulaşmada kolaylık sağlamaktadır. Bu durum makale özelinde sosyal medyanın afet haberleri sırasında kullanım biçimi ve özellikleri anlamında önemli bir çalışma alanını oluşturmaktadır.

Yeni medyanın gelişimi ile birlikte kullanılmaya başlanan platformlarda sosyalleşerek günlük hayat ve yaşam tarzları ile birlikte düşüncelerini paylaşabilme fırsatı bulan kullanıcılar hem kişisel hem de toplumsal anlamda bir etkileşim alanı içine girmişlerdir. Giderek gelişen bu platformlar yeni medyanın özellikleri ile birlikte süreci hızlandırmış ve geliştirmektedir. Rogers (Rogers, 2002) yeni medyayı üç özellikle açıklarken Etkileşim (Interactivity), Kitlelesizleştirme (Demassification), Eşzamansızlık (Asynchronosity), Manovich (2001) beş temel özellik üzerinden tanımlamaktadır; Sayısal Temsil (Numerical Representation), Modülerlik (Modularity) , Otomasyon (Automation), Değişkenlik (Variability), Kod Çevrimi (Transcoding).

Yeni medya üzerine yapılan çalışmalarda üstünde durulan özelliklerin temeli yeni olanı ortaya koyma çabasıdır. Temelinde kullanıcının üretici haline dönüşmesi ile birlikte hem ürünü yani içeriği tüketen hem de üreten kişi olmasından kaynaklanan sosyal medya platformları, birer etkileşim alanı haline dönüşmüştür. Etkileşim üzerine yapılan çalışmalar bu anlamda giderek önem kazanarak günümüz medyasının vazgeçilmez bir unsuru konumuna çıkmıştır. Frederick Williams etkileşim ile birlikte kullanıcıların iletişim sürecinde önemli bir katılımcı haline dönüştüğünü savunmuştur (Williams, Rice ve Rogers, 1988). Bu iletişim şeklinin birebir olabileceği gibi bir bilgisayar ile de etkileşime girerek karşılıklı bir diyalog ortamının yaratılabilmesi hem yeni medyanın hem de günümüz sosyal medya platformları sayesinde meydana gelebilmektedir. Kullanıcıların hem içerik okuyarak hem de okudukları içeriğe cevap vererek ikili bir etkileşim biçimi içine girmesi kendi kontrolleri ile hareket ederek sade olan bir paylaşımın zenginleşmesine ve geleneksel medyaya göre daha kontrolsüz olmakla birlikte daha hızlı bir biçimde dolaşıma girmesine neden olmuştur. Yine Rogers sosyal medya kullanıcılarını iletişimin esas paydaşı olan kullanıcı ve üretici yerine konumlandırmış ve bu konumlandırma ile birlikte tüketici-üretici biçimini betimlemeye çalışmıştır (Williams, Rice ve Rogers, 1988).

Özgü Yolcu, yaptığı çalışmasında yeni medyanın tüketiciye yönelik yeni bir kavram ortaya attığını ve kullanıcı kelimesini özne olarak göstererek etkileşimli bir süreci başlattığını söylemektedir (2014). Yeni medya ortamında yaşanan bu etkileşim sürecini ortaya koyan çalışmalarda en dikkat çekici model Rafael tarafından ortaya atılan “Etkileşimli iletişim” modelidir. Model deneysel olarak kazanılan geçmiş bilgi ve enformasyonun iletişimin tüm unsurları arasında bir aktarma sürecine girdiğini söylerken iletişim unsurlarını bir formül ile betimlemektedir. Etkileşimli İletişim Modelinde yer alan P ve O harfleri iletişim kuran tarafı temsil ederken, M harfi ise aktarılmak istenen mesajı betimlemektedir (Rafaeli aktr. Ögüt, 2008)

## YÖNTEM

Araştırmada kullanılan veriler 30 Ekim-30 Kasım 2020 tarihleri arasındaki bir aylık dönem içinde yapılan ayrıntılı bir tarama ile elde edilmiştir. Araştırmada gözlem yapılarak edinilen çizelgeler ve notlar kullanarak bir durum, eylem, faaliyet, özellik, olgu, ilişki veya insan hakkında sistematiği veri toplama süreci olan gözlem yapma biçimi İzmir depremi ile alakalı olarak en sık kullanılan hashtagler ile toplanmıştır. En sık kullanılan hashtagler etiketleme sayılarına göre belirlenmiştir. #izmirdepremi (31,7 B), #izmirdepremi(2,7B) hashtagleri üzerinden yapılan paylaşımlar analiz edilerek sosyal medyanın fonksiyonlarından etkileşim özelliğini içeren paylaşımlar seçilerek ilgili alanlarda örneklendirilmiştir. Gözlem tekniğinde kullanılan rastgele seçim konu edilen vaka, olay ve konunun ortaya konması için belirlenen örneklemin objektif bir biçimde rastlantısal seçimi sırasında kullanılan bir yöntemdir (Erdoğan, 2007) .

Araştırma kapsamında konu edilen ileti ve gönderilerin sınıflandırılması ve analizinde yapılan gözlem tekniğinde hem gazeteciler hem de kullanıcılar birer gözlemci olarak tanımlanmakta ve katılımlı gözlemin özelliği olan gözlemcinin gözlem yaptığı ortamdaki kişilerle birlikte olup onlardan biri gibi hareket etme hali sosyal medya platformlarında yer alan içeriklerin sanki kendileri yaşamış gibi habere aktarılması durumunda, makale için önemli bir araştırma tekniğini oluşturmaktadır (Karasar, 2005). Araştırma sırasında gözlemlerle elde edilen veriler, nitel araştırma yöntemlerinden betimsel analiz tekniği ile analiz edilerek örnekler ile sunulmuştur. Betimsel analiz yöntemi ile elde edilen veriler ve sonuçlar

hem Heeter'in 5(beş) kriteri hem de afet haberlerinin verilmiş biçimine göre yeni medyanın etkileşim özelliği üzerinden değerlendirilerek yorumlanmıştır.

Afetlerde sahadaki gazeteciler, artık birer izleyiciye dönüşerek kurbanlar adına acı ve yıkımı yaşamakta ve olayla ilgili bilgilerini ve zaman zaman yaşanan durumun hem kendi hem de afetzedeler üzerindeki duygusal etkisini ileterek birer aracı rolünü üstlenmektedirler. Bu durumda gazetecilerin olaylara tanık olma durumu gazetecilerin kriz anında yaşanan durumları birer hikaye biçiminde olgusal yaklaşım içinde "gerçeği" ileterek tarafsız ve nesnel haber üretmelerini gerekli kılmaktadır. Aksi takdirde olayı yaşayan afetzedelerin acı çekmesini ve bu acıyı salt biçimde iletmeyi amaçlayan anlayış ile haber içeriği üretimi arasında duygusal bir ilişki doğmakta ve bu durumda habere dair önemli kriterlerden olan objektiflik ve tarafsızlığın ortadan kalkmasına neden olmaktadır.

Afet dönemleri habercilik anlamında okurun en çok etkilendiği dönemlerden biri olarak toplumu kimi zaman olumlu kimi zaman olumsuz biçimde etkilemiştir. Akademik anlamda yapılan çalışmalara bakıldığında afet yönetimi alanında hem afet ve olağan üstü olayların yaratabileceği kayıp ve yıkımları önlemeye yönelik hem de bu tür olayların neticesinde yaşanan kriz ortamlarını doğru bir şekilde yönetme ve haberde veri biçimi ile iletilmesine yönelik çeşitli düşünce ve yaklaşımlar ortaya atılmıştır. Yeni medya ve sosyal medyanın sahip olduğu özellikler üzerinden kriz haberciliği ve afet yönetimi bu tür krizlerin halka duyurulması ve gerekli koşulların hızlı bir şekilde alınabilmesi için önemli bir unsurdur. Sosyal medyanın sahip olduğu özelliklerden yola çıkarak gerek etkileşim hızı gerekse viral şekilde yayılma biçimi ile bu tür kriz ortamlarında en son yaşanması gereken endişe, korku ve panik hali yapılan ve alıcıya gönderilen içeriklerle çoğu zaman körüklenmektedir. Sosyal medyanın bu bilinçli ya da bilinçsiz şekilde kötü kullanımı ve alıcının da yine bilinçsiz olarak bu içeriklere inanma ve eyleme geçme biçiminden kaynaklanarak kötü kullanılması ile sanal afet durumlarının yaratılmasına neden olmaktadır. Bu bakış açısı ile yapılan bu çalışma literatür taraması ile birlikte, sosyal medyanın afet ve kriz ortamlarında gerek haber ve haberciye gerekse topluma olan önemli ve olumlu katkılarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırma yine benzer koşullarda oluşturulan sosyal medya içeriklerinin bilerek ya da bilmeyerek olumsuz olay, hadise ve sonuçlara yol açmasına sebep olduğu anlayışı ile birlikte; sosyal medyada yer alan içeriklerin afet, afet haberciliği ve afet sebebi ile kriz yönetimi nedeniyle yapılan yardım kampanyaları üzerinden olumlu ve olumsuz işlevini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Sosyal medyanın sahip olduğu bu güç herhangi bir afet sürecinin yaşandığı kriz döneminde toplumsal anlamda yaşanabilecek bir kargaşaya ve bilinçsiz yapılan yardım kampanyaları ile bir zafiyet alanına dönüşmesine neden olabilmektedir. Yine benzer şekilde sosyal medya içeriklerinin hızlı bir biçimde dağıtımına soktuğu paylaşımların neden olduğu etkileri belirlemek, araştırmayı gerekli kılmaktadır. Sosyal medya afet dönemlerinde oluşabilecek her türlü durumun önemli bir aktörü olması ile birlikte, yine bilinçli ya da bilinçsiz olarak yayılan gerçekdışı haberlerin ortaya çıktığı bir alan olarak değerlendirilmelidir.

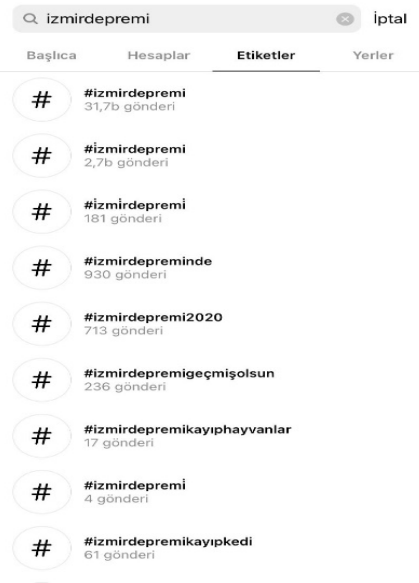
Sosyal medyanın kitleleri bir araya getirerek bir eylem içine sokması durumu ve bunun gerçek yaşama olan etkisi toplumsal anlamda yaşanan birçok olayda ortaya çıkmaktadır. Akademik anlamda en fazla üstüne çalışma yapılan Arap Baharı, Wikileaks Eylemleri, Wall Street Eylemler, Sarı Yelekliler gibi toplumsal infial ve etki yaratan olaylar örnek olarak gösterilebilir (Demiröz, K. 2020) Sosyal medyanın afet haberciliğinde en çok fayda sağladığı özelliği etkileşim, çok boyutlu bir kavram olarak incelenmesi gereken bir konudur. Bu anlamda bu konuya dair birçok araştırmanın önemli bir kaynağı olarak görülen Heeter konuya dair herhangi bir kitle iletişim aracının kullanıcıya çeşitlendirilmiş seçimler yapmasına izin vererek bir etkileşim alanı yarattığını savunmakta ve bu alanın çok taraflı ve doğrusal olmayan bir yöntem ile çalıştığını savunmaktadır (Şanlıer ve Tağ, 2005). Bu durum çeşitli başlıklar altında incelenmekte ve afet haberleri zamanında sosyal medyada yer alan içeriklerin analizinde önemli bir kriter olarak makalenin araştırma kısmında kullanılmıştır. Bu boyutlar (McMillan'dan ve Kenney, Görelük, Mwangi'den aktaran Birsen, 2005) sırası ile seçim karmaşıklığı, kullanıcıların göstermeleri gereken çaba, kullanıcılara yanıt verebilirlik, kişiler arası iletişimin kolaylaştırılması, ek bilginin kolaylaştırılması ve sistem kullanımını izleme olarak tanımlanmıştır.



## BULGULAR

Bu bölümde çalışmanın ilk kısmında değinilen hem afet haberciliği hem de sosyal medyanın özelliklerinden yola çıkarak oluşturulan kuramsal kısmın İzmir Depremi üzerinden analiz edilerek örneklendirilmesi amaçlanmıştır.

Sosyal medyanın özelliklerinin başında gelen anlık bilgi paylaşım olanağı bu anlamda çok önemli bir özellik olarak gazetecilerin kullanım alanını oluşturmaktadır. Gerek postlardan gerekse hashtag kullanımı ile sosyal medya platformlarında kullanıcı olan kişilerin kendi paylaşımlarını üreterek etkileşim içine girme durumları muhabirler için önemli bir kaynak olmalarını sağlamaktadır. Sosyal medya platformlarında afet dönemlerinde yaşanan olayların aktarılması ve bu durumların hızlı bir şekilde iletimi okurun hızlı bir biçimde haber alabilmesi için önemli bir veri kaynağı olarak ortaya çıkmaktadır. Afet dönemlerinde hem afetzedelerin sosyal medyada paylaşım yapmaları hem de afet bölgesindeki kişilerin paylaşımları çeşitli hastagler ile iletilmektedir. Sosyal medya platformlarında kullanılan etiketleme yöntemi ile İzmir depremi için çeşitli hastagler belirlenmiştir. Gerek hiperlink'lerin yardımıyla kullanıcılara gönderilen bağlantılar gerekse kullanıcıların birbirlerini etiketlemeleri ile kullanıcının etkileşim düzeyi artmıştır. Resim 1 ve Resim 2' de yer alan hastagler ve paylaşımlar örnek olarak gösterilmektedir.



**Resim 1: Etiket Kullanımı**

**Kaynak:** www.instagram.com,2021

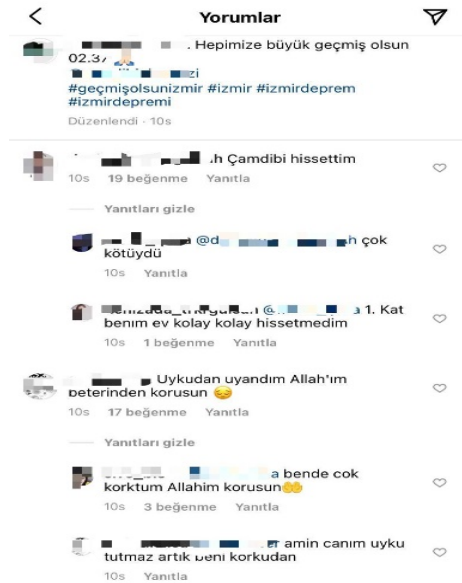
Yeni medya haberciliğinin en önemli görevi sahip olduğu fonksiyon ve özelliklerden kaynaklanarak, toplumsal gelişme, olay ya da durumları halka duyururken bir infial ortamı yaratılmasının engellenmesidir. Sosyal medya platformlarında bir içeriğin hızlı ve etkili bir biçimde paylaşılabilmesi için kullanıcıların büyük bir çaba göstermeleri gerekmemektedir. Geleneksel medya içerikleri ile kıyaslandığında daha kolay ve hızlı bir tasarım biçimi ile içerikler ve gönderilmek istenilen mesajlar alıcı konumundaki kişilere iletilebilmektedir. İzmir depremi örneğinden yola çıkarak; afet olaylarının yaşandığı dönemlerde oluşabilecek herhangi bir iletişim eksikliğinin bile gerçek bilgiye ulaşmada çok büyük zorluklar yaratacağı ortaya çıkmıştır. Bu tür zorluklar ile sosyal medyanın günümüzdeki kullanım sıklığına ve biçimine bakıldığında bu yeni mecranın süreci çok daha karmaşık bir hale soktuğu gözlemlenmiştir. Deprem olduğu andan itibaren deprem olduğunun duyurulması aşamasında sosyal medyanın bu gücü ve özelliği sıklıkla kullanılmıştır.



Resim 2: #izmirdepremi Deprem Duyuru Paylaşımları

Kaynak: www.instagram.com,2021

Sosyal medya; kullanıcılarını iletişimin esas paydaşı olan kullanıcı ve üretici yerine konumlandırmış ve bu konumlandırma ile birlikte tüketici-üretici biçimini betimlemeye çalışmıştır. Sosyal medyanın geleneksel medyadan farklı olarak kullanıcıya sunduğu en etkili özelliklerinden olan karşılıklı iletişim kurabilme özelliği, İzmir depremi sırasında kullanıcıların olayı ve durumu öğrenmek için karşılıklı bilgi ve veri akışını sağlayabilmeleri adına çok önemli bir alan olarak ortaya çıkmaktadır. Haberi ya da içeriği üreten kişi ile okur konumunda yer alan kullanıcıların karşılıklı olarak hem üretilen hem de tüketen yapısı bu anlamda afet haberlerinin hızlı ve doğru bir şekilde etkileşime girme ve habere ulaşma gerekliliği, sosyal medya platformlarında şu şekilde oluşmuştur.



Resim 3: Kullanıcı Etkileşimi

Kaynak: www.instagram.com,2021

Sosyal medya paylaşımlarının artık gazetecilik mesleğinin sahip olduğu tekil haber üretim hakimiyetini sarsmaya başladığı gözlemlenmektedir. Sosyal medyanın afet olaylarında ki kullanımına bakıldığında birçok konuda olduğu gibi merak edilen konuları öğrenme ve yeni sorular sorarak yeni gündemler

oluşturma bağlamında yeni bir iletişim ortamı yarattığı ortaya çıkmaktadır. Bu yeni topluluklar, konular ve içeriklere göre farklılıklar gösterse bile yine kullanıcıların kendi merak ve beklentileri üzerinden konumlanmaktadır. İzmir depremi sırasında sosyal medya platformlarını canlı yayınlar ile birlikte İg tv ile olaya tanıklık etme fırsatı yaratılmaktadır.



**Resim 4:** İg Tv –Canlı Yayın Paylaşımı

**Kaynak:** www.instagram.com,2021

Geleneksel gazeteciliğin aksine yeni medya ortamının sahip olduğu özellikler üzerinden Sosyal medya platformlarında alıcı konumunda yer alan okur istediği zaman habere dair tüm unsurlar ile etkileşim içine girebilmektedir. Sosyal medyada platformlarında yer alan haberlerde muhabirin haber yapma biçimine bakıldığında haberin içeriğine dair kullanıcıların okur olarak kendilerine tanımlanan alanlarda yorum yapabilmekte olduklarını ve bu yorumlar üzerinden hem habere hem muhabire beklenti ve önerilerini iletebildikleri ortaya çıkmıştır. Afet haberciliği kapsamında İzmir Depremi üzerinden yapılan sosyal medya paylaşımları incelendiğinde bu duruma örnek olarak aşağıdaki içerikler gösterilebilir;



**Resim 5:** Okur-Gazete Haber Etkileşimi

**Kaynak:** www.instagram.com,2021

Sosyal medyanın İzmir depremi sırasında kullanımına bakıldığında hem deprem sonrası yaşanan süreç ile alakalı hem de deprem öncesi yaşanabilecek durumların önlenmesi için gerekli önlemlerin alınması adına bir farkındalık yaratma gücü olduğu ortaya çıkmaktadır. Medya bu gücü ile Dünya üzerinde yaşanan afet, kaza ya da benzeri içerikli haberler üzerinden alıcıları, bireysel olarak önemli risklerle karşılaştıklarında önlem alabilecek konuma getirmeyi hedeflemelidir. İzmir depremi sırasında yaşanan olaylar neticesinde bu durum kurtulanların deprem sırasında yaptıkları bilinçli ya da bilinçsiz hareketleri üzerinden yola çıkarak surumu analiz eden uzmanların görüşleri üzerinden sosyal medyada sıklıkla işlenmektedir.



**Resim 6:** Deprem Öncesi ve Sonrası İkaz/Uyarı Sistemleri

**Kaynak:** www.instagram.com,2021

Afet haberlerinde hızlı hareket etme ve olağanüstü bir durum söz konusu olduğu için kaynaklara sınırlı bir erişim söz konusu olmakla birlikte gerçek bilgi ve yanlış verinin analizini anlık yapabilmek imkansızla yakın olmaktadır. Afet durumları sırasında yalan haber ve bilgilerin hızlı bir şekilde yayılma durumu İzmir Depremi sırasında da yaşanmıştır. Ölü, yaralı ve hasar görmeden sağ kurtulan afetzedelerin kimi zaman görüş, kimi zaman durumları ve ailevi özellikleri; ilgi çekebilmek için viral bir şekilde gerçeküstü terimlerle betimlenerek haber ve içerik yazılarına dönüştürülmüştür. Hürriyet gazetesinde çıkan bir haberde İçişleri Bakanlığı, "İzmir ve çevre illerde meydana gelen deprem üzerinden bölge halkına yönelik aşağılayıcı, tahkir ve tezyif edici paylaşımlarla halkın bir kesimini diğer bir kesimi aleyhine düşmanlığa veya kin beslemeye alenen tahrik ettiği değerlendirilen 83 paylaşım rastlanılmış, bu paylaşımlardan; 66 kişi tespit edilmiş, 30'u gözaltına alınmış, 3'ü tutuklandı." açıklamasında bulunarak sosyal medya platformlarından kaynaklanan sorunlu paylaşımlara dikkat edilmesi gerektiğine dikkat çekmiştir(URL-3)

## Son dakika haberler: İçişleri'nden İzmir depremi ile ilgili flaş açıklama



Bizi Takip Et



Gelen son dakika haberinde İçişleri Bakanlığı, "İzmir ve çevre illerde meydana gelen deprem üzerinden bölge halkına yönelik aşağılayıcı, tahkir ve tezyif edici paylaşımlarla halkın bir kesimini diğer bir kesimi aleyhine düşmanlığa veya kin beslemeye alenen tahrik ettiği değerlendirilen 83 paylaşım rastlanılmış, bu paylaşımlardan; 66 kişi tespit edilmiş, 30'u gözaltına alınmış, 3'ü tutuklandı."

### Resim 7: Gerçekdışı Paylaşımlar

**Kaynak:** www.instagram.com,2021

Sosyal medyanın etkisi ile değişen mesleki durum aynı zamanda habere de etki etmektedir. Ana akım gazeteciliğin kaynak anlamında kullandığı kişi, kurum ve tanıkların yanına sosyal medya platformları ve görgü tanığı hesapları gibi içerik üreticilerin de yer aldığı görülmektedir. İzmir depremi sırasında afet bölgesinde yaşayan kişilerin ihtiyaç ve durumları sosyal medya platformları üzerinden kullanıcıların tüm gelişmelerden anında haberdar olmasını sağlayarak afetzedelerin durumunun bölgedeki ve bölge dışında olan kişiler ve gruplar tarafından öğrenilerek hızlı bir şekilde örgütlenmeye ve yardım kampanyalarının yapılmasına olanak tanımaktadır. Bu durum sosyal medya platformlarının hem yardım hem de birlik oluşturarak her anlamda daha hızlı sonuç almasına olanak tanımaktadır.



**Resim 8:** Yardım Paylaşımları

**Kaynak:** www.instagram.com,2021

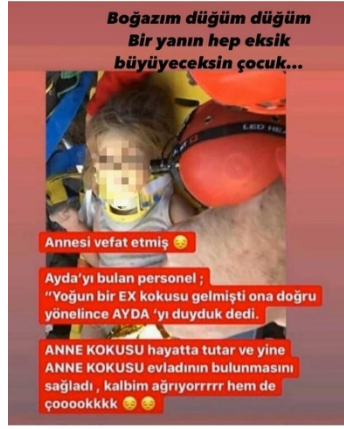
Sosyal medyanın sahip olduğu hızlı etkileşim özelliği sayesinde afet zamanlarında gerekli önlem ve ihtiyaçların belirlenerek bölgeye ulaştırılması anlamında afet dönemleri önemli çalışma alanlarıdır. Yardım kampanyaları sırasında yaşanan hem duygusal durum hem de hızlı hareket etme ihtiyacı kimi zaman kötü niyetli kişiler tarafından kullanılmakta ve bu durumlar yine sosyal medya ortamlarında afişe edilerek paylaşılmaktadır. Sosyal medya platformlarında yaşanan bu tür durumlar afete maruz kalan afetzedeler üzerinde çok büyük bir etki yaratmaktadır. Afetzedelere afet sırasında yardımda bulunan kişiler bu tür paylaşımlar neticesinde güven duygularını yitirerek toplumsal anlamda büyük bir etkilenme sürecine girmektedirler.



**Resim 9:** Yardım Kampanyaları

**Kaynak:** www.instagram.com,2021

Afet haberlerine bakıldığında sıklıkla içerikte olayın geniş penceresinden ziyade bir özne üzerine odaklanarak, hikayeler üzerinden içeriğin magazinleştiğine rastlanılmaktadır. Bir kız çocuğu, annesini kaybeden bir bebek, yaşlı bir afetzedeyi kurtaran yardım görevlisi gibi... İzmir depremi sırasında da bu durumlara sıklıkla rastlanılmış ve depremzedeler sosyolojik ve psikolojik anlamda en zayıf oldukları dönemde sosyal medya paylaşımlarına özne olarak konumlandırılmışlardır. Bu duruma örnek olarak İzmir depremi denilince ilk akla gelen ve sosyal medya platformlarında 10.1 K düzeyinde etiketlenen Ayda Bebek gelmektedir. Her ne kadar makale de yüzü buzlanarak kullanılsa da haber ve içeriklerde yüzü tamamen gözükecek şekilde verilen küçük bebeğin annesinin kendini kurtarma hikayesi, göçük altındaki hali, kurtarılışı, annesini istediği zaman, hastane çıkışı ve evdeki gündelik hayata dönüş süreci birer haber malzemesi olarak medyada ve sosyal medya platformlarında sıklıkla yer almıştır.



**Resim 10:** Yardım Kampanyaları

**Kaynak:** www.instagram.com,2021

Afet bölgesinde yaşanan zorlu şartlar ve bu şartların halka aktarılmasını sağlayan gazetecilerin sosyal medya platformlarından yararlanma biçimlerine bakıldığında afetzedelerin benzer şekilde bir hikâye anlatısı olarak işlendiği ortaya çıkmıştır. Kimi zaman yakınıni kaybetmiş bir anne kimi zaman haber bekleyen bir yakın ile konuşmaya çalışan muhabirler bu anları zorlu şartlar altında haber yaparak medyada dolaşıma sokmaktadırlar. Sosyal medya kullanıcıları ise yayın sırasında yaşanan olaylar ve görüntülerden yola çıkarak ilgi çekebilecek kesitleri seçerek çeşitli paylaşımlarda bulunmaktadırlar. İzmir depremi sırasında bir muhabirin yaşadığı duygusal an yine bu anlamda önemli bir örnektir.



**Resim 11:** Yardım Kampanyaları

**Kaynak:** www.instagram.com,2021

## SONUÇ

Afet haberciliğine ayrıntılı bir bakış açısı ile bakıldığı bu makalede ortaya çıkan sonuçlar deprem olaylarının afet haberciliğinde sıklıkla kullanılan önemli bir kaynak olduğunu göstermektedir. Diğer doğa olayları da sel, ani bina çökmeleri vb. medyada yer alırken deprem haberlerinin daha ayrıntılı ve yoğun bir biçimde verildiği haberlerin içeriğine bakıldığında şu ana kadar yapılmış birçok araştırmanın sonuçlarında ortaya konmuştur. Afet haberciliğinde sosyal medya içeriklerinin yer alma biçimi de yine benzer şekilde her geçen gün artarak önemli bir kaynak olarak yerini almaktadır. Sosyal medyanın sahip olduğu özelliklerden kaynaklanarak habere ve haberciliğe katkıları hem olumlu hem de olumsuz anlamda gazetecilik mesleğinde kendini göstermekte ve büyük bir etki alanı yaratmaktadır.

Deprem haberlerinin yapıldığı zamanlarda haber bölgesinde yaşanan kriz ortamları ve kriz yönetim süreçleri belli başlı topluluk ve kuruluşlar tarafından hem resmi hem de gayri resmi temsiller tarafından yapılmaktadır. Bu esnada gerek bölge halkı gerekse tüm toplum olay ve afetzedeler hakkında bilgi almayı beklemektedir. Haberciler, gazetecilik mesleği nedeniyle hızlı ve doğru haber verme görevini yürütmektedir. Sosyal medyanın sahip olduğu özellikler bu anlamda çok büyük bir etki yaratmakla birlikte aynı zamanda hızlı ve geniş bir sosyal ağ ortamı yaratmaktadır.

Bu hızlı ve geniş bir ağa yayılan haber içerikleri aynı şekil ve biçimde görüş ve enformasyon da yaymaktadır. Bu yayılım esnasında hangi içeriğin doğru hangi içeriğin yanlış olduğunun anlaşılması ve buna göre haberlerde kaynak olarak kullanılması çok önemlidir. Makalede de yer alan örneklerde görüldüğü üzere kimi zaman yanlış ya da bilinçli olarak hatalı enformasyon ile medyaya sunulan içerikler toplumsal bir infial yaratılmasına sebep olmakta ve toplumu olumsuz anlamda etkileyebilmektedir.

Sosyal medya platformlarında afet dönemlerinde yaşanan olayların aktarılması ve bu durumların hızlı bir şekilde iletimi okurun hızlı bir biçimde haber alabilmesi için önemli bir veri kaynağı olarak ortaya çıkmaktadır. Çalışmanın sonucunda afet dönemlerinde hem afetzedelerin sosyal medyada paylaşım yapmaları hem de afet bölgesindeki kişilerin paylaşımları çeşitli hastagler ile iletildiği ortaya çıkmıştır.

Yine sosyal medyada yer alan yardım kampanyaları yeni medyanın etkileşim özelliğinden yola çıkarak çok sayıda kişiye çok kısa bir süre içinde ulaşmakta ve ihtiyaç sahipleri için önemli bir duyuruculuk görevi üstlenmektedir. Bu yardımlar çok olumlu düşünceler ile yapılmaya çalışılsa da kimi zaman kötü niyetli kişiler tarafından kullanılarak afetzedeler üzerinden bir rant alanına dönüşmektedir. Bu gibi durumlarda en çok zarar gören kişiler afetzedeler olmaktadır.

Bu zamanlarda yapılan bilinçli ya da bilinçsiz yönlendirmeler nedeniyle arama kurtarma görevlilerinin işlerini yapamamasına hem de yardım faaliyetlerinin aksamasına neden olmaktadır. Bunun yanı sıra gazetecilerin mesleklerini yaparken bu gibi durumlarla karşılaşmaları yine benzer şekilde olumsuz durumlar yaşanmasına neden olmakta hem afet bölgesinde hem de tüm ülkede fiziksel ve psikolojik bir etki yaratmaktadır.

Çalışma sonucunda Afet bölgesinde yaşanan zorlu şartlar ve bu şartların halka aktarılmasını sağlayan gazetecilerin yaptığı haberlerin sosyal medya platformlarında yer alma biçimlerinde afetzedelerin bir hikaye anlatısı biçiminde işlendiği ortaya çıkmıştır.

Toplumun duygusal anlamda tetiklendiği bu dönemlerde bilinçsizce paylaşılan gönderiler huzursuz bir ortamın doğmasına neden olmaktadır. Sosyal medya ise bu süreçte viral bir şekilde yayılan gerçek dışı iletiler ile yeni krizler doğmasına sebep olabilmektedir. Afet bölgesinde gerek bölge halkı gerekse sosyal medya vasıtasıyla toplanan yardımlar ilgili kişilere kontrollü bir şekilde dağıtılmalı ve gerçekten ihtiyaç sahiplerine ulaştırılmalı iken sosyal medyada yer alan çeşitli paylaşımlarda afet bölgesinde dahi yaşamayan klişelerin bu yardımlardan faydalanmaya çalıştığı görülmektedir.

Sosyal medyanın bu kontrolsüz ileti dağıtım ve kitleleri bir araya getirme gücünün yanı sıra kötü düşünce içinde olan kişileri de yine afişe etme alanına dönüştüğü de görülmektedir. Bu durumda her teknolojik gelişmenin hem olumlu hem de olumsuz alanlarını bir arada kullanarak yeniden üretildiğini ortaya koymaktadır.



Yine sosyal medyada görüntülerin sansürlü bir biçimde verilme biçimi hem afetzedeler için hem de içeriği izleyen kişiler üzerinde olumsuz etkiler yaratmaktadır. Özellikle afet anında yaşanan görüntüler hem güvenlik kameraları hem de cep telefonları ile çekilmekte ve daha sonra sosyal medya ortamlarında sansürlü bir şekilde paylaşılmaktadır. Bu durum hem afetzedeler hem de bu görüntüleri izleyenler için çok büyük etkiler yaratabilecek viral paylaşımlara dönüşmektedir.

Sosyal medyada yer alan içeriklere bakıldığında bir kişi üzerinden afetzedelerin yaşamları ve durumları hikayeleştirilerek haberlerde konu edilmektedir. Hikayeleştirilen bu kişiler kimi zaman annesine seslenen bir çocuk kimi zaman hastasını kurtarmak için kendini feda eden bir diş hekimi kimi zaman ise göçükten çıkarken üstünü düzeltmeye çalışan yaşlı bir birey olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durum afet haberlerinin verilme biçiminde hikayeleştirme biçimini ortaya koyarken sosyal medyada yer alan içeriklerde gerek habercilerin gerekse sosyal medya kullanıcılarının dikkat etmeleri gereken toplumsal değer ve konuları göz ardı etmemeleri gerekliliğini hatırlatmaktadır.

Habercilerin bu süreçte sosyal medya araçlarından faydalanarak haber iletilerini oluşturmaları büyük kriz durumlarının ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu tür sıkıntıların yaşanmaması için haberciler, habere konu olan durumları güvenilir kaynaklara dayandırmalı bununla birlikte net ve doğru bir şekilde açıklamalıdır.

Afet olayları sırasında haber akışının sağlanması ve bu akışın gerçek bilgiler ile birlikte topluma ulaştırılması aşamasında sahip olduğu önemli özelliklerden kaynaklanarak sosyal medya platformlarının kullanımı için çok etkili bir haber kaynağı olarak kullanılmaktadır. Gerek medya profesyonellerinin gerekse sosyal medya kullanıcıların bu önemli kaynağı kullanırken hem etik hem de toplumsal değerlere dikkat ederek yanıltıcı haber ve içerikleri eleyecek bilgi birikimine sahip olmaları önemli bir ihtiyaçtır. Bu durumda gerek medya profesyonellerinin gerekse haberi okuyan kişilerin etkin bir biçimde dijital okuryazarlık becerilerine sahip olmaları gerekliliği değerli bir edinim olarak önerilmektedir.

Afet haberlerinde sosyal medyanın kullanımına bakıldığında karmaşık bir yapı olduğu ortaya çıkmıştır. Olumlu ve olumsuz getirileri ile birlikte değerlendirilebilecek bu süreçte afet sırasında sosyal medyanın sahip olduğu özelliklerden yola çıkarak hem haber alma hem de haber yayma anlamında çok etkili bir iletişim aracı olduğu ortaya çıkmıştır. Bunun yanı sıra bu etkili ve hızlı aracın aynı zamanda gerçek olmayan içeriklerin yayılımına da hizmet etmesinden kaynaklanarak çoğu zaman yanlış bilgilendirilen toplum olumsuz anlamda etkilenmektedir. Afet haberciliğinde kullanılan ve kriz yönetimi anlamında önemli bir güç olarak düşünülen sosyal medya platformu hem düşük maliyetli oluşu hem de kolay erişilebilir hali ile toplumun ilgisini çekmiştir.

Afet haberciliği ve sosyal medya haber içeriklerinde kullanımına bakıldığında daha önce yapılan benzer konudaki çalışmalarda yapılan bu çalışmaya benzer sonuçlara varıldığı gibi farklı bakış açıları ile incelenen çalışmalarında yer aldığı gözlemlenmiştir. 21 Temmuz 2017 tarihinde meydana gelen Akdeniz Gökova Körfezi üzerinde meydana gelen ve Muğla'nın Bodrum ilçesinde yaşanan tsunami olayının medyaya yansımalarına bakıldığında konuya dair yapılan haberlerde deprem ve tsunami olaylarına yönelik yapılan içeriklerim ağırlıklı olarak kurumlar üzerinden üretildiği ortaya çıkmıştır. Bu durumun nedeni olarak tsunami v.b afet olaylarının deprem haberlerinin aksine sayısal bir değer ile betimlenerek toplumsal ya da bireysel kayıplar üzerinden değerlendirilmediği kanısına varılmaktadır(Yılmaz; 2019). Deprem haberlerinde ise sıklıkla kişisel hikayeler, afetzedelerin hayatta kalma mücadeleleri ya da benzer hikayeleştirilen konular üzerinden içerik hale getirildiği yine benzer çalışmalarda ortaya konan sonuçlardandır. Yapılan çalışmalarda sosyal medya platformlarında yer alan afet içerikli haberlere bakıldığında en fazla haberin depremle alakalı olduğunu görülmektedir. Yine benzer şekilde yabancı basın üzerine yapılan araştırmalara bakıldığında ise afet haberciliğinde kullanılan içeriğin türk medyasının aksine deprem üzerine değil hortum ve kasırga ile alakalı olduğu ortaya çıkmıştır (Koç,2013). Bu anlamda makalenin konusu üzerine yapılan akademik çalışmalarda kimi zaman deprem haberleri özne konumunda yer alırken kimi zaman diğer afet olayları önce çıkartılmıştır. Bu farklılığın nedeni olarak afet olayının yaşandığı ülkeye ve toplumun sosyal medya kullanım biçimine bakmak önemli kriterleri oluşturmaktadır.

## KAYNAKÇA

- Akgül, S. K. (2017). Olağanüstü Durumlar, İletişim Ve Habercilik Yaklaşımları. Trt Akademi, 2(3), 6-47.
- Broersma, M, Graham, T (2012). Social Media As Beat. Journalism Practice 6(3): 403–419.
- Büyükbaykal, A. C. I. (2020). Gazetecilik Türleri. İstanbul Üniversitesi
- Çuhacı, A. (2012). Ulrich Beck'in Risk Toplumu Kuramı. İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi, 3(14), 129-157.
- Demiröz, K.(2020). Afet Kriz Yönetiminde Sosyal Medyanın İşlevselliği Ve Zararları Üzerine Bir İnceleme. Resilience, 4(2), 293-304.
- Erdoğan, İrfan (2007). Pozitivist Metodoloji, Ankara: Erk Yayınları
- Fog, A (2002). Mass Media And Democracy Crisis. Available At: [Http://Www.Agner.Org/Cultsel/Mediacrisis.Pdf](http://Www.Agner.Org/Cultsel/Mediacrisis.Pdf)
- Gil Calvo, E (2004). El Miedo Es El Mensaje. Riesgo, Incertidumbre Y Medios De Comunicación. Madrid: Alianza Editorial.
- Göker, G., & Keskin, S. (2015). Sosyal Medya Türevi Olarak Sosyal İçerik Platformları: Betimsel Bir İnceleme. Journal of International Social Research, 8(39).
- Hermida, A (2013). Journalism: Reconfiguring Journalism Research About Twitter, One Tweet At A Time. Digital Journalism 1(3): 295–313.
- Hladík, R, Štětka, V (2015). The Powers That Tweet: Social Media As News Sources In The Czech Republic. Journalism Studies. [Http://Dx.Doi.Org/10.1080/1461670x.2015.1046995](http://Dx.Doi.Org/10.1080/1461670x.2015.1046995).
- Houston, J. B., Pfefferbaum, B., & Rosenoltz, C. E. (2012). Disaster News: Framing and Frame Changing in Coverage of Major U.S. Natural Disasters, 2000- 2010. Journalism & Mass Communication Quarterly, (4), 606-623
- Hughes Al And Palen L (2009). Twitter Adoption And Use İn Mass Convergence And Emergency Events. International Journal Of Emergency Management 6(3/4): 248–260.
- Karasar, Niyazi (2005). Bilimsel Araştırma Yöntemi, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım
- Koç H., (2013), Türk basınının doğal afetlere ilişkin bakış açısını belirlemeye yönelik bir inceleme, Zeitschriftfürdie Welt der Türken / Journal of World of Turks, 136, 121-137.
- Kolukirik, S., & Tuna, M. (2009). Türk Medyasında Deprem Algısı: Marmara Depremi Örneği. Electronic Journal Of Social Sciences, 8(28).
- Lariscy, Rw, Avery, Ej, Sweetser, Kd (2009). An Examination Of The Role Of Online Social Media İn Journalists' Source Mix. Public Relations Review 35(3): 314–316.
- Murdock, G, Horlick-Jones, T, Petts, J (2001). Social Amplification Of Risk: The Media And The Public. Contract Research Report. London: Health And Safety Executive.
- Ö.Yolcu,(2014). “Yeni Medya”, İstanbul Üniversitesi Açık Ve Uzaktan Eğitim Fakültesi (Auzef) Medya Ve İletişim Programı “Yeni Medya” Dersi İçin Hazırlanan Ders Kitabı, Eylül 2014, İstanbul.
- Öğüt, Sertaç, “Control On Users: A Critical Approach On Interaction”, “International Symposium Of Interactive Media Design-2006”, (Çevrimiçi), [Http://Newmedia.Yeditepe.Edu.Tr/Pdfs/İsimd\\_06/14.Pdf](http://Newmedia.Yeditepe.Edu.Tr/Pdfs/İsimd_06/14.Pdf), 16.04.2008.
- Sorribes, C. P., & Rovira, S. C. (2011). Journalistic Practice İn Risk And Crisis Situations: Significant Examples From Spain. Journalism, 12(8), 1052–1066. [Https://Doi.Org/10.1177/1464884910388233](https://Doi.Org/10.1177/1464884910388233),

Şahinsoy, K . (2017). Kriz Yönetimi Açısından Geleneksel Ve Sosyal Medya. İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi, 9 (4) , 1-19 . Doi: 10.17932/Iau.Iaud.13091352.2017.9/36.1-19

Şanlıer, Ö. İ., & Tağ Kalafatoğlu, Ş. (2005). Interactive Features Of Online Newspapers And News Portals İn Turkey.

Tong, J. (2017). Technology And Journalism: ‘Dissolving’ Social Media Content İnto Disaster Reporting On Three Chinese Disasters. International Communication Gazette, 79(4), 400–418. <https://doi.org/10.1177/1748048516682142>

Ulrich Beck, Risk Society: Towards A New Modernity, London: Sage Publications, 1992, S. 10.

Yıldırım, S. (2019). Soma Maden Kazasının Kriz Haberciliği Bağlamında İncelenmesi (Doctoral Dissertation, Marmara Üniversitesi (Turkey)).

Yılmaz, S . (2019). Afet İçerikli Haberlerin Afetlere Karşı Toplumsal Kapasite Geliştirmeye Etkisi . Doğal Afetler ve Çevre Dergisi , 5 (2) , 257-271 . DOI: 10.21324/dacd.463237

30 Ekim 2020 Ege Denizi Depremi" (Pdf). Kandilli Rasathanesi Ve Deprem Araştırma Enstitüsü. 30 Ekim 2020. 1 Kasım 2020 Tarihinde Kaynağından (Pdf) Arşivlendi. Erişim Tarihi: 1 Kasım 2020.

### **ELEKTRONİK KAYNAKLAR**

URL-1: <http://www.tubaterim.gov.tr>. Erişim tarihi: :11.12.2020

URL-2:<https://www.afad.gov.tr/Aciklamali-Afet-Yonetimi-Terimleri-Sozlugu>.Erişimtarihi:12.12.2020

URL-3: <https://www.hurriyet.com.tr/Gundem/Son-Dakika-Haberler-İcislerinden-İzmir-Depremi-İle-İlgili-Flas-Aciklama-41655723>. Erişim tarihi:05.12.2020