

## GELENEKSEL MEDYADAN SOSYAL MEDYAYA AFET İLETİŞİMİ, TOPLUM VE AFET İLİŞKİSİ

Miyase ASLANTAŞ<sup>1</sup>

### Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1333879

Makale Geçmişi:

Geliş 28.07.2023

Kabul 19.09.2023

Anahtar Kelimeler:

Afetler,

Geleneksel medya,

Sosyal medya,

Toplum.

### ÖZ

İletişim alanında meydana gelen her yeni gelişme bireysel ve toplumsal yaşamı derinden etkilemekle birlikte yerkürede var olan zaman ve mekân farkını da olabildiğince minimuma çekmektedir. Öyle ki içinde bulunduğumuz çağda gazete, radyo, televizyon, internet ve sosyal medya gibi kitle iletişim araçları sayesinde bireyler için kilometrelerce uzakta yaşanan gelişmeleri anlık olarak takip edebilmek mümkün hale gelmiştir. Özellikle sosyal medya uygulamaları bireyleri anlık takibin ötesine geçirecek bireylere yaşanan gelişmelere dâhil olabilmeye, gelişmeler hakkında kendi görüş ve fikirlerini belirtebilmeye, büyük sanal toplulukların aktif bir üyesi olabilmeye imkânı da sunmuştur. Zamanla iletişim teknolojilerinde yaşanan bu kayda değer gelişmeler, toplumu asırlardır maddi ve manevi açıdan derinden etkileyerek büyük zarara uğratan deprem, sel, toprak kayması, salgın, nükleer patlamalar ve yangın gibi afetlerin toplumda yayılma hızını değiştirmiş, toplum afet ilişkisini de farklı bir boyuta taşımıştır. Çalışmanın amacı, teknolojiye yaşanan gelişmelere paralel olarak icat edilen ve toplumda büyük bir kabul gören kısmen sınırlı iletişim imkânı sunan geleneksel medya ve karşılıklı iletişime imkân tanıyan sosyal medya uygulamalarının toplum afet etkileşiminde oynadığı role dair bir bakış açısı ortaya koyabilmektir. Bu amaç kapsamında öncelikle geleneksel ve sosyal medya kavramları benzer ve farklı yönleri ile açıklanmış sonrasında afet konusuna değinilmiştir. Daha sonra afet toplum ilişkisinde geleneksel ve sosyal medyanın nasıl bir rol oynadığı, zaman içerisinde yaşanan değişimler ortaya koyulmuştur.

## DISASTER COMMUNICATION FROM TRADITIONAL MEDIA TO SOCIAL MEDIA, SOCIETY AND DISASTER RELATIONSHIP

### Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1333879

Article History:

Received 28.07.2023

Accepted 19.09.2023

Keywords:

Disasters,

Traditional media,

Social media,

Society.

### ABSTRACT

Every new development in the field of communication deeply affects both individual and societal life, while also minimizing the differences in time and space that exist on the globe. In such a way, in the current age, thanks to mass communication tools such as newspapers, radio, television, the internet, and social media, individuals can instantly follow developments occurring miles away. Especially social media applications have gone beyond instant tracking, offering individuals the opportunity to become involved in ongoing developments, express their own opinions and ideas about these developments, and be active members of large virtual communities. Over time, these significant advancements in communication technologies have also changed the speed of the spread of disasters such as earthquakes, floods, landslides, epidemics, nuclear explosions, and fires, which have deeply affected society both materially and spiritually for centuries. This has taken the relationship between society and disasters to a different dimension. The purpose of this study is to provide a perspective on the role of traditional media, which offers limited communication opportunities, and social media applications, which allow interactive communication, in the interaction between society and disasters, parallel to the developments in technology. In the scope of this purpose, first, the concepts of traditional and social media are explained with their similarities and differences, followed by a discussion of disasters. Then, the role of traditional and social media in the relationship between disasters and society, along with the changes that have occurred over time, is presented.

<sup>1</sup> Dr., miyaseaslantas@hotmail.com, ORCID: 0000-0003-1475-9061

Alıntılanak için/Cite as: Aslantaş, M. (2023). Geleneksel medyadan sosyal medyaya afet iletişimi, toplum ve afet ilişkisi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32 (2), 776-789.

## GİRİŞ

Birey doğduğu andan itibaren hayatını, yaşamsal döngüsünü devam ettirebilmek için zorunlu olarak hem kendi hem de içerisinde hayatını sürdürdüğü canlı ve cansız çevreyle sürekli bir iletişim ve etkileşim halindedir. Zamanla gelişen teknolojiye bağlı olarak icat edilen kitle iletişim araçları (radyo, televizyon, internet) bireyin ve toplumun iletişim ağını genişletmiş, yerel, bölgesel ve küresel çapta her türlü bilgiye/habere ulaşabilme, yaşanan gelişmeleri takip edebilme imkânını üst seviyelere taşımıştır. Kitle iletişim araçları bununla da kalmayıp günden güne toplumun düşünce yapısı, yaşam tarzı, kültürü, çalışma şekli, boş zamanın değerlendirilmesi, gönüllü çalışmaları gibi toplumsal yaşam için önemli olan birçok konu üzerinde de etkili olmayı başarmıştır.

Gazeteden sosyal medya uygulamalarına uzanan iletişim teknolojilerinin gelişim sürecinde toplum afet ilişkisi de doğrudan ve dolaylı olarak değişim göstermektedir. Bir başka ifade ile içinde bulunduğumuz çağda medya ve iletişim imkânları Kanadalı iletişim kuramcısı Marshall McLuhan'ın (1964) 1960'larda ki 'küresel köy' kavramsallaştırmasında olduğu gibi birbiriyle bağlantılı bir toplum olmanın yanı sıra doğal ve insan odaklı afetlerle de iç içe yaşamayı beraberinde getirmiştir (Cottle, 2014). Günümüzde gazete, radyo, televizyon ve sosyal medya gibi kitle iletişim araçları sayesinde doğrudan maruz kalınmayan afetler de bireysel ve toplumsal yaşamın bir parçası olmuştur. Artık afetler öncesi afete hazırlık, afet eğitimi; afet esnasında koordinasyon ve afet sonrasında arama kurtarma, afet bölgelerinde yaşam koşullarının iyileştirilmesi, yardım kampanyalarının yerel, bölgesel veya küresel çapta yürütülebilmesi gibi toplum afet ilişkisinde hayati önem taşıyan başlıklar üzerinde kitle iletişim araçlarına sıklıkla başvurulmaya başlanmıştır.

Türkiye geçmişte olduğu gibi bugünde bünyesinde barındırdığı sismik, tektonik, topoğrafik, iklimsel yapı; siyasi, sosyal ve ekonomik koşullar neticesinde çeşitli afet türleriyle sık sık baş etmek zorunda kalan bir ülke konumundadır (Karaman, 2016). Konumuna bağlı olarak ülkemizde sık görülen doğal afetler; depremler başta olmak üzere, heyelanlar, su baskınları, orman yangınları, kaya-çığ düşmeleri, şiddetli fırtına ve kuraklık olarak sıralanabilir. Yine yapılan araştırmalar, teknolojinin hızla gelişmesine rağmen meydana gelen bu afetlere karşı yeterli önlemlerin alınmadığını ortaya koymaktadır. Yetersiz önlemlere ek olarak hızlı nüfus artışı, plansız yapılaşma ve iklim krizleri afetlerin yıkıcı sonuçlarını da artırmaktadır (Soylu, 2011). Son yıllarda meydana gelen depremler (Elazığ ve İzmir), sel baskınları (Kastamonu/Bozkurt) ve orman yangınlarının (Antalya/Manavgat) yanı sıra 6 Şubat 2023 tarihinde merkez üssü Kahramanmaraş'ın Pazarcık ve Elbistan İlçeleri olan 7.7 ve 7.6 büyüklüğündeki depremler, depremin yıktığı bölgede depremden birkaç gün sonra etkili olan sel baskınları ülkemizin afet potansiyelini bir kez daha acı bir şekilde gözler önüne sermiştir. Yaşanan bu ve benzeri tüm afetlerden hemen sonra artan iletişim gereksinimini karşılamak üzere yoğun bir içerik akışının gerçekleştiği (bölgenin durumu, yürütülen arama kurtarma faaliyetleri, etkilenen nüfus, beslenme ve barınma imkânları vs.) kitle iletişim araçları kendi teknik özellikleri dâhilinde bireylerin ve toplumun afetten etkilenen bölgelerin yanı sıra tüm dünyayla olan iletişiminde büyük bir görev üstlenmektedirler. Bu çalışmada da geleneksel medya olarak tanımlanan gazete, radyo ve televizyondan, sosyal medya uygulamalarına afet toplum etkileşimi ifade edilmeye çalışılmıştır.

Toplumun rutin işleyişini doğrudan veya dolaylı olarak kaybettiği ve iletişim akışının sekteye uğradığı afet anlarında kısmen sınırlı (tek yönlü) iletişim imkânı sunan geleneksel medya ve karşılıklı etkileşime imkân tanıyan sosyal medya uygulamalarının (Facebook, Instagram vs.) benzer ve farklı yönleriyle toplum afet etkileşimde bireyler ve kurumlar tarafından nasıl kullanıldıkları, toplumsal düzenin yeniden sağlanabilmesi açısından oldukça önemlidir. Ayrıca ülkemizin jeopolitik konumu itibarıyla maruz kalmış olduğu afetlerin sıklığı ve farklı yerlerde bulunan çok sayıda kişiye erişim imkânı sunan kitle iletişim araçlarının kullanım oranına göre Dünya ölçeğinde üst sıralarda yer alması böyle bir çalışmanın önemini artırmaktadır.

Çalışmanın amacı, teknolojiye yaşanan gelişmelere paralel olarak icat edilen ve günden güne toplumda kullanımı artan gazete, radyo ve televizyon gibi geleneksel medya araçlarından sosyal medya uygulamalarına toplum afet etkileşiminde kitle iletişim araçlarının oynadığı role ilişkin bir bakış açısı sunabilmektir.

Bu amaç kapsamında öncelikli olarak literatür taraması sonucu elde edilen afetler, geleneksel ve sosyal medya üzerine yapılan çeşitli çalışmalara yer verilmiştir. Sonrasında iki bölüm olarak tasarlanan çalışmanın birinci bölümünde kavramsal çerçevede geleneksel medya ve sosyal medya kavramları, benzer ve farklı yönleriyle açıklanmış, sonrasında afet kavramına değinilmiştir. İkinci bölümde de afet toplum etkileşiminde geleneksel ve sosyal medyanın nasıl bir rol oynadığı, değişen medya teknolojilerinin afet toplum ilişkisinde meydana getirmiş olduğu farklılıklar, avantaj ve dezavantajlar ortaya koyulmuştur.

### **Afetler, Geleneksel ve Sosyal Medya Üzerine Yapılan Çalışmalar**

Bu bölümde afetler, geleneksel ve sosyal medya konuları üzerine hem ülkemizde hem de Dünya’da yapılan çeşitli çalışmalar derlenmiş (Cottle, 2014; Demiröz, 2020; Houston, Hawthorne, Perreault, Park, Goldstein Hode, Halliwell, Turner McGowen, Davis, Vaid, McElderry ve Griffith, 2015; Houston, Pfefferbaum ve Reyes, 2008; Lindsay, 2011; Soydan ve Alpaslan, 2014; Şahinsoy, 2017; Tagliacozzo ve Magni, 2017; Toker, 2016; Umunç, 2022; Vural, Boztepe Taşkıran, Türkoğlu, Sarı, Maral, Keskin, Koparan, Yüncüoğlu, Gülnar, Ağca, Şahin ve Ünlü, 2022; Zincir ve Yazıcı, 2013) ve bu çalışmaların içerikleri kısaca açıklanmıştır.

Toker (2016) Bütünleşik Afet Yönetimi kitabında yer alan çalışmasında iletişim, kriz durumlarında iletişim ve medya bağlamında afet kavramlarını ele alarak afetler sonrasında etkili iletişim adına geleneksel medya ve sosyal medyanın afet iletişiminde ki önemine değinmiştir. Demiröz (2020), çalışmasında sosyal medyanın kriz oluşturma potansiyelini Türkiye ve Dünya örnekleriyle verdikten sonra, sosyal medyanın afet ve kriz yönetiminde yanlış kullanımı ve zararlarını ele almıştır. Yine Şahinsoy (2017)’da geleneksel ve sosyal medya açısından kriz yönetimini 17 Ağustos 1999 Marmara Depremi’nde henüz sosyal medya olmadığı için depreme dair tüm bilgiler topluma geleneksel medya üzerinden aktarılmıştır. 23 Ekim 2011 Van Depremi’nden değerlendirilmiştir. Araştırmaya göre 1999 Marmara Depremi’nde henüz sosyal medya olmadığı için depreme dair tüm bilgiler topluma geleneksel medya üzerinden aktarılmıştır. 23 Ekim 2011 Van Depremi’nde ise aktif olarak kullanılmaya başlanan sosyal medya etkileşimli yapısı ile yardım kampanyaları başta olmak üzere depreme dair bilgi paylaşımında büyük bir rol oynamıştır. Zincir ve Yazıcı (2013)’da çalışmalarında kriz yönetimi ve sosyal medyanın kriz yönetiminde ki rolünü ele almışlardır. Araştırmada elde edilen sonuçlara göre birçok avantajı bünyesinde barındıran sosyal medya günümüz iletişimini ve modern dünyasını yeniden şekillendirmektedir, yine sosyal medyanın kriz ve afet durumlarında kullanımı çeşitli kolaylıklar da sağlamaktadır.

Soydan ve Alpaslan (2014) çalışmalarında kitle iletişim araçlarının doğal afetlerdeki işlevlerini açıkladıktan sonra özellikle etkileşimli yapısıyla sosyal medyanın Dünya’da ve Türkiye’de afet sonrası nasıl kullanıldığını örneklerle ifade etmişlerdir. Umunç (2022) ise siyasi liderler Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu’nun Twitter (Elon Musk satın aldıktan sonra uygulamanın adını X olarak değiştirmiştir) paylaşımları üzerinden liderlerin afet sonrası kriz iletişimini ele alarak doğal afetler, iletişim ve sosyal medya ilişkisini farklı bir açıdan ortaya koymuştur. Araştırmanın öne çıkan sonuçlarından biri; siyasi liderlerin bir sosyal medya uygulaması olan Twitter’ı (X) halkla kurulan iletişim açısından geleneksel medyaya alternatif olarak kullanıyor olmalarıdır.

Vural ve diğerleri (2022) geleneksel medyanın risk iletişiminde ki yerini ulusal gazetelerin deprem felaketi haberleri (Sabah, Hürriyet, Sözcü, Posta, Türkiye ve Milliyet) üzerinden analiz etmişlerdir. Araştırma sonuçlarına göre ulusal basında deprem öncesi hasar azaltma veya risklere ilişkin haberler azdır ancak deprem olduktan sonra depreme ilişkin haberler yazılı basında çoğalmaktadır.

Houston ve diğerleri (2015) çalışmalarında öncelikle sosyal medyanın afet iletişiminde kullanımıyla ilgili mevcut literatürü vermişlerdir. Daha sonra sosyal medyanın afet öncesi araştırma, planlama; afet sonrası müdahale vb. noktalarında işlevsel olarak nasıl kullanılacağını, mevcut durumda sosyal medyanın afetlerde kullanımıyla ilgili eksiklikleri ‘kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı’ çerçevesinde ele almışlardır. Yine Lindsay (2011)’de araştırmasında sosyal medyanın afetlerde mevcut kullanımı, gelecekte nasıl kullanılabileceği ve bu konuya ilişkin politikaları geniş bir yelpazede ortaya koymuştur. Tagliacozzo ve Magni (2017) ise çalışmalarında özellikle afetler sonrasında yeniden yapılanma çalışmalarında devlet ve vatandaşların iletişim gereksinimlerini ve sosyal medya kullanımlarını incelemişlerdir. Araştırmanın sonuçlarına göre Emilia-Romagna’da meydana gelen deprem sonrasında ‘Open Ricostruzione’ web portalı vatandaşların kurtarma çalışmalarında açık bir veri platformu olarak (yüz yüze halka açık toplantılar, basılı materyaller) önemli bir görev üstlenmiştir. Bunun yanı sıra sosyal medyanın kurtarma çalışmalarında devreye girmesiyle birlikte belirli bir alanda geleneksel ve çevrimiçi medyanın birbirlerini tamamlayıcı özellikleri ortaya çıkmıştır. Bu araştırmanın dikkat çeken bir başka sonucu da devletin afetler sonrası yeniden yapılanma çalışmalarında sosyal medyanın karşılıklı fikir alışverişinden ziyade genellikle bilgilendirme amaçlı kullanılıyor olmasıdır.

Cottle (2014) küreselleşmeyle birlikte medya ve felaketleri yeniden ele almanın gerekliliğine dikkat çektiği çalışmasında bu önemli iki alanda zamanla nelerin değiştiğini ve öne çıkan konuları beş ana başlıkta incelemiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre; günümüzde iletişim imkânları ve yaygın medya içerikleri sayesinde felaketlerin öğrenilmesi ve görselleştirilmesi tarihsel olarak bakıldığında en üst noktaya ulaşmıştır. Buna rağmen büyük ölçekli yıkımların ve ölümlerin olduğu afetlerin, felaketlerin eskiye nazaran daha az olmakla birlikte her zaman dünya haber medyasında geniş yer bulması mümkün olmamaktadır. Ancak aktivistler, birinci derece görgü tanıkları ve sosyal medya paylaşımları sayesinde bu felaketler ana akım medyaya ve kamuoyuna duyurulabilmektedir.

Son olarak Houston ve diğerleri (2008) afetlerin gençler üzerindeki etkilerini geleneksel ve yeni medyada yer alan afet haberleri açısından ele almışlardır. Araştırma sonuçlarına göre afetlerin medyada geniş yer bulması afet

sonrası yardımları artırabilmektedir. Örneğin, Katrina Kasırgası sonrasında durum böyle olmuştur. Medya sayesinde afetlerden haberdar olan gençlerin küresel olarak tüm insanlığa ve çevreye karşı duyarlılıkları artabilmektedir. Ancak medyada yer alan afetlerin gençler üzerinde olumsuz etkileri de olabilmektedir. Bu noktada ise ebeveynlerin gerekli açıklamaları yapmaları, afetlere ilişkin eğitimleri sadece medya eline bırakmamaları gerekmektedir.

### **Sosyal Medya, Geleneksel Medya ve Afet Kavramları**

#### **Sosyal Medya**

Sosyal medya ile neyin kastedildiğini anlayabilmek adına ilk olarak 2004 yılında kullanılmaya başlanan Web 2.0 teknolojisine bakmak faydalı olacaktır. Web 2.0 teknolojisi sayesinde program geliştiriciler ve son kullanıcılar World Wide Web'i kullanmaya başlamışlardır. Böylece içerik ve uygulamaların belirli bireyler tarafından oluşturulup yayınlanması yerine tüm kullanıcılar içerik üretip yayınlama ve bu içerikleri istedikleri zaman değiştirebilme imkânına kavuşmuşlardır. Örnek verilecek olursa Encyclopedia Britannica Online, kişisel Web sayfaları, belirli içerikleri yayınlayan uygulama fikirleri Web 1.0 teknolojisi olarak görülürken bloglar, wiki'ler Web 2.0 teknolojisi olarak karşımıza çıkmaktadır (Kaplan ve Haenlein, 2010). Bu açıklamalardan sonra sosyal medya; genel olarak içeriğin oluşturulması, düzenlenmesi ve paylaşılmasına imkân veren etkileşimli internet uygulamaları olarak tanımlanabilir. Facebook, YouTube, Whatsapp ve Instagram gibi en bilinen sosyal medya uygulamaları bu özelliklerin tamamını içermekle birlikte mucitleri tarafından geliştirilme amaçları, kullanıcı tabanları ve arayüzleri vs. birbirlerinden farklılık göstermektedir (Davis, 2015). Sosyal medya uygulamalarına internet bağlantısına (ağ) sahip bilgisayarlar, tabletler veya akıllı telefonlar aracılığıyla erişim sağlanabilmektedir. Özellikle mobil telefon ve hücresel veri kullanımının toplum hizmetine sunulması ile sosyal medya uygulamalarının kullanımı giderek yaygınlaşmıştır. Bir kullanıcı birden fazla sosyal medya uygulamasında hesap açabilirken yine aynı uygulama üzerinden de farklı kullanıcı adlarıyla çeşitli hesaplar açabilmektedir. Ayrıca bir kişiye bağlı olmayan ancak normal bir kullanıcının yerine getirdiği tüm görevleri yapabilen otomatik hesaplarda (bot) bu platformlarda yer almaktadır.

Sosyal medya uygulamaları ve toplumun iletişim alışkanlıklarına getirmiş olduğu yeniliklere dair oldukça kapsamlı bir açıklama yapan Mayfield (2010) bu uygulamaların çoğu zaman aşağıdaki beş özelliğe sahip olduklarını belirtir. Bu özellikler sosyal medyanın geleneksel medyadan farklılaşan yanlarını da oluşturmaktadır.

**Katılım:** Sosyal medya uygulamaları, bu uygulamaları kullanan tüm bireyleri topluluklara katılım ve görüş bildirmeye teşvik eder. Böylece geleneksel medyada daha belirgin olan izleyici ile medya arasındaki çizgiyi bulanıklaştırır.

**Erişilebilirlik:** Birçok sosyal medya uygulaması konular üzerinde yorum yapma, belirli başlıklar altında açılan oylamalara katılabilme gibi geri bildirim imkânı sunar.

**Etkileşim:** Geleneksel medya belirli kişiler tarafından oluşturulan içerikleri tek yönlü olarak geniş kitlelere ulaştırırken sosyal medya uygulamaları içeriği üreten ve bu içeriği tüketenler arasında karşılıklı bir iletişim gerçekleştirir.

**Topluluk Oluşturma:** Sosyal medya siyasi bir mesele, beğenilen bir program veya gündemde öne çıkan konular gibi ortak ilgi alanlarına ilişkin bireylerin bir araya gelerek topluluk oluşturmalarına, fikir alışverişlerine imkân sunar.

**Bağlanabilirlik:** Birçok sosyal medya uygulaması, başka sitelere, kaynaklara linkler yardımı ile bağlantı kurulabilmesini sağlar.

Yine sosyal medyanın iletişim ve toplum açısından önemini ve toplumsal etkileşim noktasında sahip olduğu gücü Orsburn (2012), "The Social Media Business Equation" adlı kitabında dikkat çeken şu ifadeler ile ortaya koymuştur:

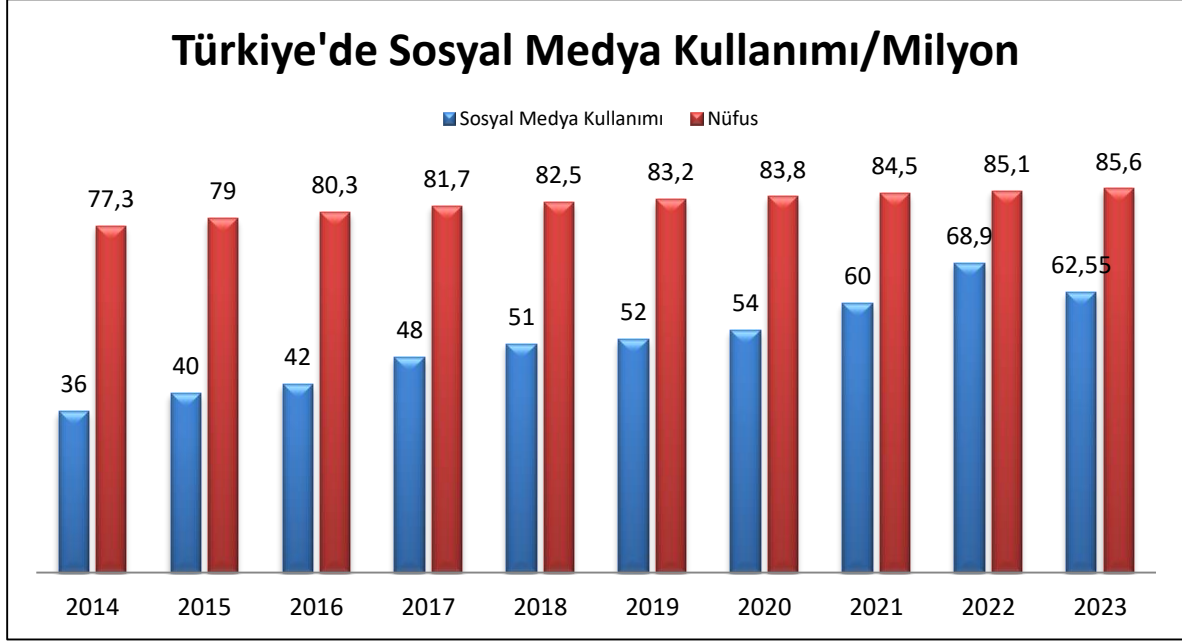
Facebook bir ülke olsaydı evrendeki en kalabalık üçüncü ülke olurdu.

Sosyal medya kullanım oranında (pornografiyi de geçerek) Web'de bir numara olmuştur.

Radyo 50 milyon kullanıcıya 38 yılda, televizyon 13 yılda ulaşırken internet ise 4 yılda 50 milyon kullanıcıya ulaşabilmiştir.

Facebook'un 50 milyon kullanıcıya ulaşabilmesi ise sadece dokuz ay sürmüştür.

Ülkemiz sosyal medya uygulamalarının yüksek oranlarda kullanıldığı ülkelerin başında gelmektedir. Örneğin son yıllarda öne çıkan ve Facebook'un çoğu kullanıcıyı kendine çeken Instagram'ın kullanım süresine bakıldığında Türkiye aylık 21,4 saat ile birinci sırada yer almaktadır. İkinci sırada yer alan Arjantin'de ise bu oran 17,6 saattir (We are social, 2023). Türkiye'de son on yıllık süreçte nüfus ve aktif sosyal medya kullanıcı sayısı Grafik 1'de verilmiştir.



**Grafik 1.** 2014, 2023 Yılları Arasında Türkiye Nüfusu Ve Sosyal Medya Kullanımı (We are social, 2022, 2023).

We are social'ın 2022 ve 2023 yılı raporlarına göre (Grafik 1) ülkemizde 2014-2022 yılları arasında sosyal medya kullanım oranında belirgin yükselişler görülmektedir. 2019 yılı sonbaharında ilk olarak Çin'de görülen ve daha sonra tüm Dünya'ya yayılan Kovid-19 salgınının etkili olduğu 2020 ve 2021 yıllarında diğer yıllara oranla çok daha büyük bir sıçrama vardır. Hem karantina süreçlerinin hem de sokağa çıkma yasaklarının bu yükselişte etkili olduğu düşünülebilir. Bir başka ifade ile afet durumları kitle iletişim araçlarının kullanım oranlarını ve amaçlarını da etkileyebilmektedir. 2022 yılı verilerine göre sosyal medya kullanımında belirgin bir düşüş olmuştur. Şirket genel olarak 2023 raporunda geçen yıla oranla sosyal medya kullanımının aynı olduğunu belirtmekle birlikte verilerdeki bu düşüşü çalışmalarında kullanmaya başladıkları yeni yöntem ve ölçme değerleriyle açıklamışlardır.

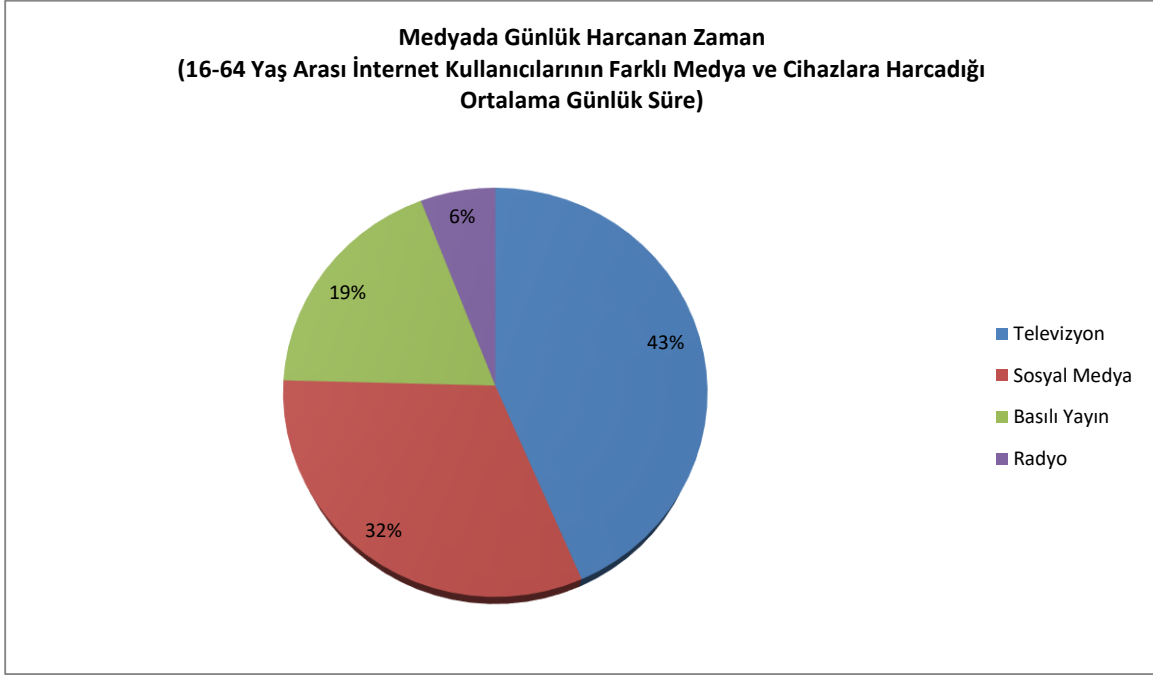
#### **Geleneksel Medya**

Yaygın olarak 'mass', 'endüstriyel', 'broadcast' (Yurdiğül ve Zinderen, 2012) veya geleneksel medya olarak adlandırılan gazete, dergi ve televizyon gibi yazılı ve görsel basın, olayların, gelişmelerin, topluma duyurulması yoluyla iletişimin gerçekleştiği ortamlardır. Tek yönlü iletişime imkân tanıyan geleneksel medya araçlarında izleyicinin yayınlanan içeriğin hazırlanması, sunumu ve değerlendirilmesi aşamalarında müdahale şansı yoktur. Birey geleneksel medya ile olan etkileşiminde sadece tüketici olarak yer alır (Ahmadi ve Balci, 2021). Başka bir ifade ile geleneksel medyada içerik üreticisi ile izleyici arasında kitle iletişim aracının açılıp kapanması dışında bir etkileşim yoktur (Houston ve diğerleri, 2008). İzleyici kendi isteği ile geleneksel medya organlarında sunulan ve kullanıcıdan bağımsız olarak başlayıp devam eden içeriklere erişim sağlar.

Geleneksel medyanın öne çıkan özelliklerini Mathiyazhagan, Kaur, Ravindhar ve Devrani (2015) aşağıdaki gibi açıklamışlardır:

- Geleneksel medya yapısı gereği teknolojik değildir.
- Geleneksel medya kullanıcılarına kısmen sınırlı bir erişim, iletişim sunar.
- Geleneksel medyada yer alan içerikler açık anlaşılır ve inandırıcı olması açısından eğlence odaklı tasarlandığı için hedef kitle üzerinde büyük bir etki yaratır. Bu etkinin oluşmasında içerik üreticilerinin kendi topluluklarından olmasının katkısı büyüktür (yabancı formatlarda uyarlanarak izleyiciye sunulmaktadır).
- Geleneksel medya hitap ettiği topluluğun kültürüne uygun içerik üretmek sınırlı olmasına rağmen etkili bir iletişim sunar.
- Geleneksel medya en az girdi ile en yüksek üretim ve verim elde etme prensibi ile hedef kitlenin davranışlarında (tüketim vs.) değişiklik meydana getirmeyi amaçlar.

Sosyal medya icat edildikten sonra dünya çapında dikkat çeken bir yayılım gösterip geleneksel medyanın popülarite açısından baş etmek zorunda kaldığı yeni bir rakip olarak görülse bile geleneksel medya var olan gücünü korumaya (Orsburn, 2012), hala en etkili ve en güvenilir iletişim ortamı olarak kabul edilmeye (Ahmadi ve Balci, 2021) devam etmektedir. We are social'ın 2023 Türkiye Rapor'u da bu durumu örneklendirir niteliktedir. Grafik 2'de görüldüğü üzere internet üzerinden televizyon izlemek için harcanan zaman sosyal medyada harcanan zamandan daha fazladır.



**Grafik 2.** Türkiye'de 16-64 Yaş Arası İnternet Kullanıcılarının Farklı Medya Ve Cihazlarda Harcadığı Ortalama Günlük Süre (We are social, 2023).

### Afetler

Afetler; toplumun genelinde veya belirli bir kesiminde normal hayatı ve insan faaliyetlerini tamamen veya kısmen durdurarak fiziksel, ekonomik ve sosyal kayıplara neden olan olayların doğurmuş olduğu sonuçlardır. Afetin meydana geldiği bölgedeki toplum afetle mücadele açısından yeterli kapasiteye sahip değildir (Afet Terimleri Sözlüğü [AFAD], 2023). Afetin etkilediği bölgede yaşayan halk kendi imkânlarıyla alışık olduğu rutin yaşantısına dönmekte zorlanır.

Afetler doğal olaylar sonucu meydana gelen 'doğal afetler' ve insanların çeşitli faaliyetleriyle ilişkili olarak ortaya çıkan 'beşeri afetler' olmak üzere iki guruba ayrılırlar (Şahin ve Sipahioğlu, 2002). Afetlerin yaygın olarak karşılaşılan türleri: deprem, volkanik patlama, tsunami, tayfun, kasırga, sel baskını, heyelan, kuraklık, orman yangını, epidemiy, sivil karmaşa olarak sıralanabilir. Deprem, toprak kayması gibi afetler aniden meydana gelirken sel ve kasırga vs. önceden bir miktar öngörülebilir afetlerdir. Yine afetler insan malına ve canına zarar verme oranlarına göre büyük (deprem, kuraklık, sel, volkanik patlama) ve küçük afetler (dolu, çığ) olarak da gruplandırılırlar (Balsubramanian, 2014).

Dünya'da meydana gelen afetler 2000'li yıllardan sonra artarken doğa kaynaklı afetlerin görülme sıklığı teknoloji kökenli afetlere oranla daha yüksektir ve türü ne olursa olsun yaşanan afetler toplum üzerinde farklı boyutlarda etkili olmaktadır (Usta, 2023). İnsan yaşamına ve yerleşim alanlarının altyapılarına büyük zarar veren bu afetler neticesinde zamanla can kaybı azalırken, yaralı ve evsiz kalan insan sayısında kayda değer bir artış gözlenmektedir (Erkan, 2010, Simon, Goldberg ve Adini, 2015). Bu artışla birlikte biri diğerinden benzersiz olarak meydana gelen her afet sonrası yeni çevresel, coğrafik, politik, ekonomik ve toplumsal kaygılar ortaya çıkmaktadır (Yates ve Paquette, 2011).

## **Afet İletişimi, Kitle İletişimi, Toplum ve Afet İlişkisi**

### **Afet İletişimi**

Afet iletişimine geçmeden önce bu güne kadar çeşitli araştırmacılar tarafından onlarca tanımı yapılan 'iletişim'in ne olduğuna ve kitle iletişimine kısaca değinmekte fayda vardır. İletişim en geniş anlamıyla: "bir gönderen, bir kanal, bir gönderi, bir alıcı, gönderen ile alıcı arasındaki ilişki, etki, iletişimin meydana geldiği ortam ve 'gönderilerin' değindiği bir dizi şeyleri belirtir" (McQuail ve Windahl, 2005). Daha anlaşılır bir ifade ile iletişim yüz yüze konuşma, televizyon, sinema (internet, sosyal medya), bilgi yayma, edebi veya sanatsal eleştiri (Fiske, 2003) düşünce, bilinç ve dilsel etkinliklerin üretilmesi, insanların üretim faaliyetlerinin bir parçası ve sonucudur (Yaylagül, 2014). Çift yönlü olarak nitelendirilen iletişim sürecinde ise insanların ilişki içinde olmaları gerekir, böylece iki insan veya insan ile örgüt arasında mesajların yerine ulaşması amaçlanır. Ayrıca normal şartlar altında kolay gibi görünse bile en eski öğrenilmiş davranış olarak gerçekleştirdiğimiz iletişimin karmaşık ve dinamik bir yapısı vardır. Örneğin iletişim sürecinde mesaj, göndericinin etkisinde kalabilir, araç mesajı aslından uzaklaştırabilir veya mesaj alıcı tarafından farklı algılanabilir (Toker, 2016).

İletişimin bir türü olan kitle iletişimi, uzmanlaşmış gruplar tarafından üretilen sembolik içeriğin büyük heterojen ve farklılaşmış izleyicilere ulaştırılması için basın, radyo, televizyon, film gibi teknolojik aletlerin kullanılmasıdır (Janowitz, 1968, aktaran McQuail ve Windahl, 2005). Bir başka ifade ile her türlü enformasyonun teknik araçlar kullanılarak büyük bir kitleye iletilmesi olarak da tanımlanan kitle iletişimi 1950'lerden sonra teknolojiye yaşanan gelişmelere paralel olarak hızlı bir ilerleme kaydetmiştir. İnternet ve sosyal medyanın icadı kitlesel iletişimi belirli kurum ve kişilerin tekelinden çıkararak daha etkileşimli ve erişilebilir bir noktaya taşımıştır. Kitle iletişimi ve iletişim kavramları sıklıkla birbiri yerine kullanılıyor olsalar bile bu iki kavram birbirlerinden farklı anlamlar taşımaktadır. Kitle iletişimi için teknik araçlara ihtiyaç duyulurken iletişim her türlü araçla kurulabilmektedir (Erdem, 2014).

Günlük kullanımda kitle iletişim araçlarından bir bütün olarak bahsedilse bile yazılı basın, radyo, televizyon, sosyal medya gibi çeşitli teknolojik özelliklere sahip farklı araçlar olarak karşımıza çıkarlar. Günümüzde toplumsal varoluşu ve sosyalleşmeyi gerçekleştirerek bu durumun devamlılığını sağlamak için ihtiyaç duyulan kitle iletişim araçlarının ortak özellikleri toplumda bir alışkanlığa, ihtiyaca dönüşmeleri ve toplum nezdinde belirli taleplerin oluşmasına zemin hazırlamaları, olayları herhangi bir ayırım gözetmeksizin toplumun tüm kesimine aynı anda iletebilmeleridir (Soydan ve Alpaslan, 2014). Yine kitle iletişim araçları bireylere kişisel kimlik inşası, bilgiye ulaşabilme, topluluklarla bir araya gelebilme, sosyal etkileşim ve eğlence imkânı da sunmaktadır. Bireyler de dünya hakkında fikir edinebilme, karşılaşılan problemlere ilişkin çözüm yolları ve tavsiyeler arama, eğitim, iş, ilgi alanlarına yönelik içeriklere ulaşma, zaman geçirme (boş zaman aktivitesi), sosyal empati ve etkileşim için kitle iletişim araçlarına başvurumaktadırlar (Mora, 2008).

İletişim ve kitle iletişimine dair bu kısa ve genel açıklamalardan sonra afet iletişimine geçilecek olursa afet öncesi planlama, afetin meydana geldiği anda müdahale ve afet sonrasında arama- kurtarma çalışmalarının temel bir bileşeni iletişimidir. Öyle ki etkin bir şekilde planlanan ve yürütülen afet iletişimi, afetler meydana gelmeden önce halkın afetlere karşı bilinçlendirilmesi, afetlerin mümkün olduğu ölçüde önlenmesi, afet sonrasında afetlerin neden olduğu zararların en aza indirilmesi ve kaotik ortamlarda toplumun doğru şekilde bilgilendirilebilmesi açısından büyük katkı sunar (Dave, t.y.; Houston ve diğerleri, 2015; Simon, ve diğerleri, 2015). Bir başka ifade ile afetler öncesi erken uyarı, afetin toplumda, politika yapıcılar arasında sosyal bir problem olarak kabul edilmesi ve çözüm odaklı ele alınması, afet sonrasında doğru bir strateji ile imkânların seferber edilme süreçleri medya ve iletişimle sıkı sıkıya bağlıdır (Cottle, 2014). Ayrıca geleneksel medya ve sosyal medyaya yansıyan yoğun görsel içerikler afetin sosyal inşasında ve afet iletişiminde güçlü bir rol oynamaktadır (Greenberg ve Scanlon, 2016).

Kitle iletişim araçlarının afet iletişiminde kullanılması yeni değildir. Tarihsel açıdan bakıldığında zaman kitle iletişim araçları genellikle afetleri ve afetlerin ortaya çıkardığı etkileri zaman ve mekan boyunca iletmek için kullanılmıştır (Cottle, 2014; Pantti, Wahl-Jørgensen ve Cottle, 2012). Günümüzde ise bireysel ve toplumsal açıdan sahip olunan iletişim imkânı insanlık tarihinde eşi benzeri görülmemiş bir noktaya ulaşmış, bu sayede artık kitle iletişim araçları meydana gelen afetleri sadece bir yerden diğerine aktarma işlevinin ötesine geçmiş ve afetler öncesi/sonrası doğrudan katılımlı bir afet iletişimi mümkün hale gelmiştir (Cottle, 2014). Ayrıca hızla yayılan internet ve sosyal medya uygulamaları afetlerde görev yapan muhabirler, afete müdahale eden kurumlar, sivil toplum örgütleri, yerli ve yabancı gönüllüler arasındaki belirgin çizgileri de muğlaklaştırmış, geleneksel medyanın sınırlı iletişimi ve tekelini kırmıştır (G. Haddow ve K. Haddow, 2014; T. Liu, H. Zhang ve H. Zhang, 2020). Dolayısıyla geleneksel afet iletişiminde tüm katılımcıların (afetlere ilişkin kurum ve kuruluşlar, afetten doğrudan

ve dolaylı olarak etkilenen nüfus, risk altında olan bölgeler veya daha geniş bir coğrafya) rolleri ve sorumlulukları açıkça tanımlanmışken (Resnyansky, 2015) bireysel içerik üretimine izin veren, zaman ve mekan sınırlılığı olmayan sosyal medya uygulamaları afet iletişimini daha etkileşimli bir noktaya taşıyarak yeni bir perspektif kazandırmıştır. Queensland Üniversitesi'nde teknoloji profesörü olarak görev yapan Axel Bruns'a göre de sosyal medya uygulamaları acil durumlara yönelik yapılan her çalışmanın önemli bir bileşeni olmakla kalmamış itfaiye, ambulans, helikopter gibi afete yönelik elzem bir ekipman olmuştur. Çünkü halk görülmemiş bir şekilde sosyal medya ile entegre bir yaşam sürmeye başlamıştır (G. Haddow ve K. Haddow, 2014; T. Liu ve diğerleri, 2020).

### **Geleneksel Medyadan Sosyal Medyaya Toplum Afet Etkileşimi**

Gazete, radyo, televizyon ve sosyal medya gibi modern kitle iletişim araçlarından önce yabancı elçiler, ülkeler-kıtalar arası ticaret yapan tüccarlar, denizciler insanların dikkatini çekebilmek için tanık oldukları veya duydukları felaket haberlerini kendi tasvirleriyle anlatarak bu olayların bir yerden bir yere taşınmasını ve toplumda yayılmasını sağlamışlardır (Cottle, 2014; Pantti ve diğerleri, 2012). Böyle bir iletişim yönteminde afetlere ilişkin haberlerin topluma iletilme hızı kişilerin bir yerden bir yere hareket edebilme kabiliyetine, hayal gücüne ve yorumuna bağlı olarak gelişmektedir. Bu durumda toplumun yaşanan afete yönelik reaksiyonunun da yine aynı ölçüde gerçekleşme ihtimali yüksektir.

Afetin yaşandığı anda ve afet sonrasında kişilerin haber alma, doğru bilgiye, aile üyeleri veya tanıdıklarına ulaşma ihtiyaçları artmakla birlikte bu ihtiyacın doğru ve güvenilir kaynaklar aracılığı ile giderilmesi oldukça önemlidir. Aksi takdirde deprem, sel, yangın gibi toplumsal rutinlerin bozulduğu afet durumlarında hem kişiler arası hem de kurumlar arası düzeyde iletişim ağının sekteye uğraması sonucu kişiler kendilerini yalnız ve çaresiz hissedip korku ve endişeye kapılabilirler. Alışık olduğu iletişim akışı kesilmiş bir toplumun rutin koşullardan mahrum kalması genel bir travmaya neden olabilir ve bu durum uzun vadeli belirsizlikler yaratabilir (Koç Akgül, 2017; Simon ve diğerleri, 2015). Top yekûn bir endişe ve korku hali toplumun tüm dengelerini alt üst ederek yaşanan afeti iyice üstesinden gelinemez bir noktaya taşıyabilir. Böylesi kaos ortamlarında kitle iletişim araçlarından yayılan enformasyon toplumun yeniden sağduyu kazanmasında önemli bir rol oynamaktadır.

Zamanla teknolojiye yaşanan gelişmelere paralel olarak icat edilen ve bugün Dünya genelinde neredeyse her evin içine nüfuz etmeyi başaran kitle iletişim araçları (Bansal, 2018), yerkürede asırlardır etkili olan afetlerin toplum ile ilişkisini de farklı bir boyuta taşımıştır. Kitle iletişim araçları toplumun afetlere ilişkin bilgilerini ve afetlere karşı hazır bulunuşluklarını artırırken günümüzde herhangi bir yerde meydana gelen afetin yerel, bölgesel veya küresel çapta iletilmesi için geçmişte olduğu gibi fiziki mesafelerin kat edilmesine gerek kalmamıştır. Toplum bir başka yerde meydana gelen afetin nerede olduğunu, türünü ve etki alanını öncelikli olarak bulunduğu yerde yayın yapan kitle iletişim araçları sayesinde öğrenmeye başlamıştır (Bansal, 2018; Greenberg ve Scanlon, 2016). Bir başka ifade ile mevcut kitle iletişim araçları afet haberlerinin yayılması noktasında yerküredeki mekansal ve zamansal farklılıkları kademeli olarak çöktürmüştür. Yine kitle iletişim araçları sayesinde afetler ve toplum arasındaki ilişki, etkileşim geçmişte hayal dahi edilemeyecek şekilde iç içe bir hal almış (Cottle, 2014) özellikle maddi ve manevi açıdan büyük zarara neden olan afetler kitle iletişim araçları sayesinde uzun süre gündemde kalmaya başlamıştır.

Geleneksel medya araçları bir afet meydana geldikten sonra afetten en çok etkilenen bölgeler, kapalı/açık yollar, arızalı elektrik hatları veya su şebekeleri, afetten etkilenen ve hayatta kalan afet zedeler için barınma, beslenme imkânı, içme suyu, hijyen malzemeleri, eczane hizmetleri ve temel gıdaya erişim noktaları; acil durumlar için aranabilecek numaralar gibi hayati derecede önem taşıyan konular hakkında doğru ve güvenilir bilgiler verirler. Özellikle televizyon kanalları haber etiğini gözeterek yaptığı yayınlar sayesinde afetin ciddiyetini tüm açıklığıyla gözler önüne serer, yapılacak yardımlar için öncü ve yol gösterici bir rol üstlenerek toplumsal birlik ve beraberlik duygusunu güçlendirmektedir (Bansal, 2018; Kapoor, 2015; Reilly ve Atanasova, 2016). Yine televizyona erişim imkânının olmadığı durumlarda radyo kısa sürede çok sayıda kişiye ulaşmak için etkili bir araç olarak afetler öncesi ve sonrasında yeni gelişen tüm kitle iletişim araçlarının avantajlarına (görüntü, anımsalılık, karşılıklı iletişim) rağmen güvenilirliğini korumaya devam etmektedir (Krishna, 2017).

Afet iletişiminde uzun bir geçmişe sahip olan televizyon, radyo, gazete gibi geleneksel medya araçları (Backfried, Göllner, Quirchmayr, Rainer, Kienast, Thallinger, Schmidt, Pfeiffer, Meurers ve Peer, 2013) olayın resmi bir felaket olarak tanımlanması ve afetin kapsamının belirlenmesi açısından kilit bir rol oynamaktadır. Facebook, Instagram, Twitter (X) gibi sosyal medya uygulamaları afetler sonrasında yoğun olarak bilgi akışı sunsalar bile ana akım medya tüm bu bilgilerin tutarlılığını sağlayarak toplumda güvenilir bir doğrulama noktası olarak görülmeye devam etmektedir (Greenberg ve Scanlon, 2016; Kapoor, 2015; Reilly ve Atanasova, 2016). Bir



başka ifade ile toplum sosyal medya uygulamaları üzerinden oldukça kolay ve hızlı bir şekilde öğrendiği afet haberlerini geleneksel medyadan teyit etme, doğrulama yoluna gitmektedir.

Son yıllarda acil durumlar için ideal bir iletişim aracı olarak çoklu iletişime imkân tanıyan, coğrafik sınırlılıkları olmayan, düşük maliyetli, kolay öğrenilip kullanılabilen, güvenilir, geliştirilebilir, mobil (gezici, birçok yerde kullanılabilen) ve hızlı olması sebebiyle eğlenme, bilgiye ulaşma, arkadaş edinme gibi birçok alanda kullanılan sosyal medya uygulamaları afetlerde iletişim ve koordinasyonu sağlamak için de sıklıkla kullanılmaya, araştırmalara konu olmaya başlamıştır (Houston ve diğerleri, 2015; Rasmussen ve Ihlen, 2017; Yuliana, 2023).

Dünya ölçeğinde ilk olarak 2010 Haiti Depreminde Amerika Birleşik Devletleri, Haiti Hükümeti ve Birleşmiş Milletler başta olmak üzere yardım için harekete geçen birçok ülke sosyal medyayı ana bilgi paylaşım mekanizması olarak kullanırken (Yates ve Paquette, 2011) ülkemizde ise sosyal medyanın afetlerde ne kadar büyük bir görev üstlenebileceğini gözler önüne seren olay 23 Ekim 2011 tarihinde Van'da meydana gelen deprem olmuştur (Soydan ve Alpaslan, 2014; Toker, 2016). Bu ilk kullanımlarından sonra her geçen gün afet ve acil durumlarda kullanımı artan sosyal medya uygulamalarına kurumlar, kişiler veya topluluklar; afet açısından riskli bölgeler veya afete neden olabilecek durumlar hakkında toplumu uyarmak, arkadaşlara, aile üyelerine güvende olduğunu bildirmek, afetler sonrası yerel, bölgesel ya da küresel çapta yardım çağrısında bulunmak, afetzedelere daha hızlı ulaşabilmek için başvurmaktadır (Lindsay, 2011; Yuliana, 2023).

Sosyal medyanın özellikle akıllı telefonlar ve tabletler gibi taşınabilir cihazlar aracılığı ile kullanılabilmesi oldukça uzak, ücra yerlerde bile meydana gelen afetlerin toplum tarafından hızlıca öğrenilebilmesine zemin hazırlamıştır. Bu durumun nedeni ise profesyonel haber ajansları veya muhabirlerin henüz ulaşamadığı yerlerde bile sıradan vatandaşların sosyal medya sayesinde yaşanan olayları kaydedip paylaşabilme imkânına kavuşmuş olmalarıdır (Houston ve diğerleri, 2015; Palen ve Hughes, 2018).

Etkileşimli yapısı, iletişimde sağladığı hız ve esneklik ile üst düzey dayanışma ve yardımlaşma imkânı sunabilen sosyal medya toplumun, kurum ve kuruluşların afetler karşısındaki dayanıklılıklarını da artırmaktadır. Yine afetler sırasında zarar gören bölgelerde yaşanabilecek elektrik kesintileri geleneksel medyanın en güçlü temsilcilerini bile kesintiye uğratarken özellikle mobil cihazlar aracılığıyla sosyal medya erişimi bir süre daha devam edebilmektedir. Afetler sonrası toplumun büyük bir bölümünde görülen kargaşa düşünüldüğünde en azından bir iletişim kanalının açık olması bireyler ve toplum için kritik öneme sahiptir (Toker, 2016).

Bireyler ve toplum yaşanan bir afet karşısında gönüllü olarak harekete geçip yardım etmeye hazırdır (Simon ve diğerleri, 2015). Etkileşimli yapısı sayesinde sosyal medya uygulamaları toplumda var olan bu harekete geçme arzusuna yeni bir zemin hazırlamış, bu durumu kolaylaştırmış ve dijital gönüllülüğün (afet öncesi, afet anı ve afet sonrasında sosyal medya gibi çevrimiçi uygulamalar sayesinde belirli görevleri yerine getirme) yükselmesine katkı sağlamış, afetzedeler başta olmak üzere tüm toplumun birbirlerine bağlanma potansiyelini de güçlendirmiştir (Murthy ve Gross, 2016; Palen ve Hughes, 2018). Ayrıca sosyal medya uygulamaları bir afet yaşandıktan sonra hayatta kalanlara ulaşabilmek için kullanılan kitle iletişim araçlarını (Math, Nirmala, Moirangthem ve Kumar, 2015) hayatta kalan kişilerin, afetzedelerin arama kurtarma ekiplerine seslerini duyurabilmek için kullandıkları bir araç olarak değişikliğe uğratmıştır. Özellikle yaşanan depremler sonrası enkaz altından gönderilen mesajlar ve yer bildirimleri sayesinde arama kurtarma ekipleri depremlere daha kolay ulaşabilir olmuşlardır.

Sorokin (1943) yıllar öncesinde yaşanan felaketlerin sosyal hayatın normal zamanlarda gizli kalmış birçok yönünü inceleme imkânı sunduğunu iddia etmiştir. Bugün bu iddiayı doğrular nitelikte sosyal medya diğer tüm avantajlarının yanı sıra afetler sonrasında toplum davranışlarını gözleme fırsatı da vermektedir. Kişilerin sosyal hayatın bir parçası olarak her geçen gün daha fazla başvurduğu sosyal medya uygulamalarında yaşanan bir felaket sonrası rutin paylaşımlarda değişiklikler meydana gelebilmekte, afet yaşandıktan sonra kişiler eğlenceli video veya fotoğraf paylaşma alışkanlıklarından uzak durarak (Murthy ve Gros, 2016) ya hiç paylaşım yapmama ya da meydana gelen afete ilişkin içerik üretme yoluna gidebilmektedirler. Örneğin asrın felaketi olarak nitelendirilen ve 11 ilimiz (Kahramanmaraş, Hatay, Adana, Diyarbakır, Şanlıurfa, Gaziantep, Malatya, Elazığ, Osmaniye, Adıyaman ve Kilis) başta olmak üzere Suriye dâhil büyük bir coğrafyada etkili olan 6 Şubat Kahramanmaraş Depremleri sonrasında da Facebook, Instagram Whatsapp ve Twitter (X) (Trend topic) gibi en çok kullanılan sosyal medya uygulamalarında günlerce sadece afete ilişkin bilgi alışverişi gerçekleşmiş ve depremden dolayı yaşanan acı ifade edilmiştir.

Geleneksel medya ve sosyal medya uygulamaları, toplum afet iletişiminde afet öncesi, afet anı ve afet sonrasında yukarıda bahsedilen olumlu etkilerinin yanı sıra bazı dezavantaj ve riskleri de bünyesinde barındırmaktadır.

Toplumun doğrudan maruz kalmadığı afetlere yönelik sahip olduğu ilk bilgiler kitle iletişim araçlarından yansıdığı şekildedir (Greenberg ve Scanlon, 2016) bu yüzden geleneksel medyada görevli içerik üreticilerinin

toplumu doğru ve anlaşılır bir şekilde bilgilendirmemeleri durumunda halk paniğe kapılabilir. Medya afetin bazı (büyüklüğü, can kaybı, maddi zarar) unsurlarını abartabilir ve böylece toplumda istenmeyen, engellenmesi zor olan bir panik ortamı yaratabilir. Medya afet sırasında ve sonrasında bireylerin ve toplumun davranışlarını çok dramatik veya aşırı heyecan verici şekilde yanlış tasvir edebilir. Muhabirler sansasyonel olması açısından toplumsal travmalara neden olabilecek görüntüleri sansürsüz aktararak afet zedelerin onurunu kırabilir. Etki gücü yüksek politikacılar, iş adamları afet sonrasında geleneksel medya araçlarını kendi çıkarları doğrultusunda yönlendirip gerçeklerin taraflı olarak sunulmasına neden olabilir. Ayrıca sosyal medya geleneksel afet yönetimi bilgi sistemlerinden ziyade merkezi olmayan bir iletişim modu sunduğu için bu platformlar üzerinde takipçi sayısı yüksek olan kişiler veya sayfalar afete ilişkin taraflı, kaynağı doğrulanmamış yüksek görsel içerikli paylaşımlar yaparak büyük kitleleri yanlış yönlendirebilir. Artan bilgi akışıyla birlikte gizlilik içeren bilgiler deşifre olarak usulsüz bir şekilde yayılıp toplum düzeninin yeniden sağlanmasını zorlaştırabilir (Bansal, 2018; Dave, ty.: Kapoor, 2015; Lindsay, 2011; T. Liu ve diğerleri, 2020; Murthy ve Gross, 2016; Reilly ve Atanasova, 2016). Sosyal medya aynı zamanda sanal ortamdan çıkarak meydanlara inen kitlesel hareketlere ve protestolara da zemin hazırlayabilmektedir. Bir başka ifade ile toplumun bilgiye ulaşma ve görüşlerini açıkça ifade edebilme imkânını yükselten sosyal medya uygulamaları toplumsal hareketlerin önceden ulaşılması zor siyasi hedeflere ulaşmasını bir noktada bu hareketlerin afete dönüşmesini kolaylaştırmaktadır (Blas, 2018; Hassan, 2015). Her ülkenin kendi içinde yayın yapan geleneksel medya araçlarına diğer ülkelerden erişim imkânının kısıtlı olmasından dolayı sosyal medya uygulamalarının küresel çapta iletişim imkânı bu tür hareketlerin tüm dünyaya yayılmasını da mümkün kılmaktadır.

## SONUÇLAR

İçinde bulunduğumuz küresel çağda hem afetlerin doğası hem de afetlerin kitle iletişim araçları ile olan ilişkisi değişime uğramaktadır (Pantti ve diğerleri, 2012). Bu çalışmada da geleneksel medyadan sosyal medyaya toplum ve afet etkileşimi ele alınmıştır.

Geçmiş insanlık tarihi kadar eskiye uzanan afetler günümüzün modern, endüstrileşmiş ve küreselleşmiş dünyasının da tedbir alınabilir ancak tamamen kaçınılmaz, engellenemez bir parçası olarak (Math ve diğerleri, 2015) bireyleri ve toplumu derinden etkilemeye devam etmektedir. Bir başka ifade ile insanlık doğadaki varlığını korudukça afetler ve afetlere yönelik çalışmalar da toplumun yadsınamaz bir gerçeği olarak karşımıza çıkacaktır (Toker, 2016). Bireysel ve kitlesel iletişimde çığır açan geleneksel medya ve günümüz modern dünyasını yeniden dizayn eden sosyal medyanın gelişmesiyle birlikte hem Dünya’da hem de Türkiye’de yıllardır büyük can ve mal kayıplarına neden olan afetlere ilişkin, afet öncesi eğitim, afet sonrası afetin kurum kuruluş ve topluma iletilme hızı, kriz iletişimi, arama kurtarma çalışmaları, gönüllü faaliyetleri de değişime uğrayarak daha geniş kapsamlı ve etkileşimli bir noktaya çıkmıştır.

Özellikle sosyal medya uygulamalarının yaygın kullanımı ile afet öncesi ve sonrası iletişim, toplumsal etkileşim açısından yeni bir alan daha açılmış sosyal medyanın interaktif yapısı afet ve toplum ilişkisini oldukça girift bir yapıya kavuşturmuştur. Sosyal medyanın icadından önce yaşanan afetler sonrası geleneksel medya üzerinden kısıtlı bir iletişimle çoğu zaman sadece izleyici olarak afetlere dâhil olan bireyler günümüzde afetlere ilişkin kendi oluşturdukları içerikleri küresel çapta büyük topluluklarla paylaşabilme, var olan içeriklere katkıda bulunabilme imkânı elde etmişlerdir (Simon ve diğerleri, 2015).

Toplum nezdinde geleneksel medya afetler sonrası güvenilir bilgi kaynağı olarak görülmeye devam ederken sosyal medya uygulamaları da zaman ve mekan açısından her hangi bir sınırlamaya maruz kalmadan hızlı ve karşılıklı iletişim için kullanılmaktadır (W. Liu, Xu ve Tsai, 2020; Reilly ve Atanasova, 2016). Dolayısıyla geleneksel medya ve sosyal medya çeşitli şekillerde birbirlerini destekleyerek afetlere yönelik iletişimi güçlendirmektedirler (Backfried ve diğerleri, 2013). Bu noktada afetlere ilişkin çalışmalar yürüten kurum ve kuruluşlar tarafından geleneksel medya ve sosyal medya uygulamalarının birlikte kullanıldığı bir afet iletişimi: afetlere hazırlık, afet anında koordinasyon, afet sonrasında arama kurtarma ve iyileştirme çalışmalarının daha etkili bir şekilde yürütülmesini kolaylaştıracaktır.

Medya afetler açısından bakıldığında zaman yerine getirdiği sosyal işlevler ve sağladığı toplumsal bağlantı sayesinde sadece bir iletişim kanalından daha fazlasıdır (Resnyansky, 2015). Bu durumda afetler sırasında insanlar yaşanan afetle birlikte birden çok kanaldan yayılan doğruluğu kanıtlanmamış yoğun bilgi akışından da zarar görebilmektedirler (Krishna, 2017). Meydana gelen afetin yanı sıra medya eliyle oluşabilecek zararlar için toplumun medya, sosyal medya okuryazarı olması önemlidir.

## KAYNAKLAR

- AFAD (2023). *Açıklamalı afet terimleri sözlüğü/İnsan kaynaklı afetler*. Erişim Adresi: <https://www.afad.gov.tr/aciklamali-afet-yonetimi-terimleri-sozlugu>. (E. T. 05.04.2023).
- Ahmadi, A. L., & Balcı, Ş. (2021). *Afganistan'da sosyal medya ve geleneksel medya karşılaştırması*. Communication Economics Organization, 24-25 December, Ukraine.
- Backfried, G., Göllner, J., Quirchmayr, G., Rainer, K., Kienast, G., Thallinger, G., Schmidt, C., Pfeiffer, M., Meurers, C., & Peer, P. (2013). Cross-media analysis for communication during natural disasters. *IAIT*, 13-22. doi: [https://doi.org/10.1007/978-3-319-03783-7\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-319-03783-7_2)
- Balsubramanian, A. (2014). *Types of disasters*. Erişim Adresi: [https://www.researchgate.net/publication/309782796\\_Types\\_of\\_Disasters](https://www.researchgate.net/publication/309782796_Types_of_Disasters) (E. T. 06.06.2023).
- Bansal, S. (2018). Role of media in disaster management. *International Journal of Creative Research Thoughts (IJCRT)*, 6(2), 411-417.
- Blas, S. N. (2018). *Social media and the Arab Spring*, Air Command and Staff College Air University, Master of Operational Arts and Sciences.
- Cottle, S. (2014). Rethinking media and disasters in a global age: what's changed and why it matters. *media, War & Conflict*, 7(1), 3-22. doi: 10.1177/1750635213513229
- Dave, R. K. (ty.) Role of Media in disaster management. Erişim Adresi: <https://www.osou.ac.in/eresources/role-of-media-in-disaster-management.pdf> (E. T. 04.06.2023).
- Davis, J. L. (2015). Social Media, the international encyclopedia of political communication in, (G. Mazzoleni, Ed.), Published by John Wiley & Sons, Inc.
- Demiröz, K. (2020). Afet kriz yönetiminde sosyal medyanın işlevselliği ve zararları üzerine bir inceleme. *Dirençlilik Dergisi*, 4(2), 293-304.
- Erdem, H. H. (2014). Kitle iletişimi, etik ve eğitim. *GEFAD/GUJGEF*, 34(1), 63-77.
- Erkan, A. E. (2010). *Afet yönetiminde risk azaltma ve Türkiye'de yaşanan sorunlar*. Devlet Planlama Teşkilatı Uzmanlık Tezleri.
- Fiske, J. (2003). *İletişim çalışmalarına giriş*. (Çev: S. İrvan), Bilim ve Sanat.
- Greenberg, J., & Scanlon, T. J. (2016). Old media, new media and the complex story of disasters. *Natural Hazard Science*, doi: <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780199389407.013.21>
- Haddow, G. D., & Haddow, K. S. (2014). *Disaster communications in a changing media world*. Elsevier Inc. All rights reserved.
- Hassan, S. F. (2015). *Social media and the Arab Spring*. The State University of New Jersey, For the degree of Masters of Arts in Liberal Studies. Erişim Adresi: <https://mals.camden.rutgers.edu/files/Social-Media-and-the-Arab-Spring.pdf> (E. T. 28.04.2023).
- Houston, J. B., Hawthorne, J., Perreault, M. F., Park, E. H., Hode Goldstein, M., Halliwell, M. R., Turner McGowen S. E., Davis, R., Vaid, S., McElderry, J. A., & Griffith, S. A. (2015). Social media and disasters: a functional framework for social media use in disaster planning, response, and research. *Disasters*, 39(1), 1-22. doi: 10.1111/disa.12092

- Houston, J. B., Pfefferbaum, B., & Reyes, G. (2008). Experiencing disasters indirectly: how traditional and new media disaster coverage impacts youth. *The Prevention Researcher*, 15(3), 14-17.
- Janowitz, M. (1968). *The study of mass communication*. In International Encyclopedia of the Social Sciences (D. E. Sills, Ed.), MacMillan and Free Press.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! the challenges and opportunities of social media. *Business Horizon*, 53, 59-68.
- Kapoor, N. (2015). Role of media in disasters management. *Journal of Advance Research in Social science and Humanities*, 1(1), 9-11. doi: <https://doi.org/10.53555/nssh.v1i1.228>
- Karaman, Z. T. (2016). *Afet yönetimine giriş ve Türkiye’de örgütlenme*. Bütünleşik Afet Yönetimi İçinde (Z. T. Karaman ve A. Altay, Ed.), İlkem.
- Koç Akgül, S. (2017). Olağanüstü durumlar, iletişim ve habercilik yaklaşımları. *TRT akademi*, 2(3), 6-47.
- Krishna, S. (2017). The role of radio in disaster management: with special reference to Indian Radio. *International Journal of Creative Research Thoughts (IJCRT)*, 5(4), 517-521.
- Lindsay, B. R. (2011). Social media and disasters: current uses, future options, and policy considerations. *Congressional Research Service*, Erişim Adresi: <file:///D:/makaleler/afet%20dergisi/kaynaklar/lindsay.pdf> (E. T. 01.06.2023).
- Liu, T., Zhang, H., & Zhang, H. (2020). The impact of social media on risk communication of disasters—a comparative study based on Sina Weibo Blogs Related to Tianjin Explosion and Typhoon Pigeon. *International, Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(3).
- Liu, W., Xu, W., & Tsai, J-Y. (2020). Developing a multi-level organization-public dialogic communication framework to assess social media-mediated disaster communication and engagement outcomes. *Public Relations Review*, 46(4), 1-9. doi: <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2020.101949>
- Mayfield, A. (2006). *What is Social Media*, Erişim Adresi: [http://crmchange.com/uploadedFiles/White\\_Papers/PDF/What\\_is\\_Social\\_Media\\_iCrossing\\_ebook.pdf](http://crmchange.com/uploadedFiles/White_Papers/PDF/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf) (E. T. 01.06.2023).
- McLuhan, M. (1960). *Understanding media: the extensions of man*. MA: MIT Press.
- Math, S. B., Nirmala, M. C., Moirangthem, S., & Kumar, N. C. (2015). Disaster management: mental health perspective. *Indian Journal of Psychological Medicine*, 37(3), 261-271. <https://doi.org/10.4103/0253-7176.162915>
- Mathiyazhagan, T., Kaur, J., Ravindhar, M., & Devrani, G. P. (2015). Traditional media of communication. *International Journal of Social Science*, 4(1), 159-169.
- McQuail, D., & Windahl, S. (2005). *Communication models for the study of mass communication*. (Çev: K. Yumlu), İmge Kitabevi.
- Mora, N. (2008). *Medya çalışmaları medya pedagojisi ve küresel iletişim*. Altıkitap.
- Murthy, D., & Gros, A. J. (2016). Social media processes in disasters: Implications of emergent technology use. *Social Science Research*, 63, 356-370, doi: [10.1016/j.ssresearch.2016.09.015](https://doi.org/10.1016/j.ssresearch.2016.09.015)

- Orsburn, E. M. (2012). *The social media business equation: using online connections to grow your bottom line*. Course Technology PTR.
- Palen, L., & Hughes, A.L. (2018). *Social media in disaster communication*. In: Rodríguez, H., Donner, W., Trainor, J. (eds) Handbook of Disaster Research. Handbooks of Sociology and Social Research. Springer, Cham. doi: [https://doi.org/10.1007/978-3-319-63254-4\\_24](https://doi.org/10.1007/978-3-319-63254-4_24)
- Pantti, M., Wahl-Jorgensen, K., & Cottle, S. (2012). Disasters anda the media. *Media, War & Conflict*, Erişim Adresi: <file:///C:/Users/ASUS-B%20C4%B0LG%C4%B0SAYAR/Downloads/PDFSubmission.pdf> (E. T. 15.08.2023)
- Rasmussen, J., & Ihlen, Ø. (2017). Risk, crisis, and social media: A systematic review of seven years research. *Nordicom Review*, 1-17. doi: <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0393>
- Reilly, P., & Atanasova, D. (2016). *A report on the role of the media in the information flows that emerge during crisis situations*. Erişim Adresi: <http://casceff.eu/media2/2017/02/D3.4-Media-in-the-information-flows-during-crisis-situation.pdf> (E. T. 01.06.2023)
- Resnyansky, L. (2015). Social media data in the disaster context. *Prometheus*, 33(2), 187-212. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/08109028.2015.1102497>
- Simon, T., Goldberg, A., & Adini, B. (2015). Socializing in emergencies—A review of the use of social media in emergency situations. *International Journal of Information Management*, 35(5), 609-619, doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2015.07.001>
- Soydan, E., & Alpaslan, N. (2014). Medyanın doğal afetlerdeki işlevi. *İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi*, 7, 53-64.
- Soylu, M. (2011). *Afet okulu*. Truva Yayınları.
- Şahin, C., & Sipahioğlu, Ş. (2002). *Doğal afetler ve Türkiye*. Gündüz Eğitim ve Yayıncılık, Turizm Sanayi Ticaret LTD. ŞTİ.
- Şahinsoy, K. (2017). Kriz yönetimi açısından geleneksel ve sosyal medya. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 36, 1-19.
- Tagliacozzo, S., & Magni, M. (2017). Government to citizens (G2C) communication and use of social media in the post-disaster reconstruction phase. *Environmental Hazards (Taylor & Francis Group)*, doi: 10.1080/17477891.2017.1339012
- Toker, H. (2016). *Doğal afetler, iletişim ve medya*. Bütünleşik Afet Yönetimi İçinde, (Z. Karaman ve A. Altay, Ed.), İlkem Yayınları.
- Umunç, C. (2022). Doğal afetlerde siyasi liderlerin kriz iletişimi ve sosyal medya söylemi: Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu'nun Twitter paylaşımları. *Nosyon: International Journal of Society and Culture Studies*, 9, 24-51.
- Usta, G. (2023). Dünya'da meydana gelen afetlerin istatistiksel olarak analizi (1900-2022). *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(1), 172-186.
- Vural, A. M., Boztepe Taşkıran, H., Türkoğlu, S., Sarı, M., Maral, T., Keskin, R. K., Koparan, E., Yüncüoğlu, B., Gülnar, M., Ağca, M. E., Şahin, H., & Ünlü, T. T. (2022). Risk iletişiminde geleneksel medya: gazete haberlerinin deprem felaketleri örnekleminde analizi. *Selçuk İletişim Dergisi*, 15(2), 672-701.

- We are social (2023). *Digital 2023*. Erişim Adresi: <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/digital-2023/> (E. T. 25.05.2023).
- We are social (2022). *Digital 2022 Türkiye*. Erişim Adresi: <https://recrodigital.com/we-are-social-2022-turkiye-sosyal-medya-kullanimi-verileri/> (E. T. 25.05.2023).
- Yates, D., & Paquette, S. (2011). Emergency knowledge management and social media Technologies: A case study of the 2010 Haitian Earthquake. *International Journal of Information Management*, 31(1), 6-13.
- Yaylagül, L. (2014). *Kitle iletişim kuramları egemen ve eleştirel yaklaşımlar*. Dipnot Yayınları Yeni Zamanlar Dizisi.
- Yuliana, Y. (2023). The Role of media for communication during the disaster. *Jurnal Studi Ilmu Sosial dan Politik*, 3(1), 1-7. doi: <https://doi.org/10.35912/jasispol.v3i1.1940>
- Yurdigül, Y., & Zinderen, İ. E. (2012). Yeni medya haber dili (Ayşe Paşalı olayı üzerinden geleneksel medya ve internet haberciliği karşılaştırması). *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC*, 2(3), 81-91.
- Zincir, O., & Yazıcı, S. (2013). Kriz yönetimi ve afetlerde sosyal medya kullanımı. *İ. Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 49, 65-82.