



6 Şubat 2023 Depreminde Türkiye’de Twitter’ın Kullanımı

Use of Twitter in Turkey During the February 6, 2023 Earthquake

Fehime Elem YILDIRIM¹ 

ÖZ: Doğal afetler esnasında sosyal medya kullanımının afet yönetimi için sunduğu önemli fırsatlar bulunmaktadır. Doğal afetlerde sosyal medya kullanımının sağladığı olanakları araştıran çalışmalar sosyal medyanın afet durumlarında bilgi akışının sağlanması, iş birliği ve dayanışmanın gerçekleşmesi, duygusal destek sağlanması gibi konularda önemli fırsatlar sunduğunu tespit etmiştir. Türkiye’de 6 Şubat 2023 tarihinde yaşanan Kahramanmaraş depreminde Twitter oldukça aktif bir şekilde kullanılmıştır. Bu çalışmada 6 Şubat tarihli depremlerde Twitter’ın kriz iletişimindeki rolünü analiz etmek amaçlanmıştır. Çalışmada afetin ilk 48 saatinde Twitter’ın nasıl kullanıldığı ve afetin gerçekleştiği ilk saatlerde Twitter’ın kullanımının nasıl farklılaştığı, hangi işlevleri yerine getirdiği sorularına yanıt aranmıştır. Bu doğrultuda Twitter’ın sunduğu “Trending Topic” listeleri ele alınmış, afetin ilk iki gününde saatlik listelerdeki etiketler ve sözcükler tematik analiz yöntemi ile incelenmiştir. Araştırmanın sonucunda Twitter’ın afetin ilk saatlerinden itibaren bir acil durum platformu işlevi gösterdiği ortaya konmuştur. Özellikle afetin ilk altı saatinde depremin etki alanını işaret eden yer bildirimleri öne çıkmış, “Acil Durum Çağruları” temasına ilişkin sözcükler listelerde sıklıkla yer almıştır. İlk 24 saatte ise Twitter’daki paylaşımların daha çok “Yardım Çağrısı” ile “Eleştiri ve Tepki” temalarına ait olduğu, ikinci gün ise bu temaların yanında “İş birliği ve Dayanışma” temasına işaret eden sözcüklerin de listelerdeki yerinin belirginleştiği ortaya konmuştur. Listelerde öne çıkan “İş Birliği ve Dayanışma” teması altında yardım çağrıları ve ihtiyaçlara ilişkin bildirimlerin yanında afetzedelere yapılan yardımlara ilişkin geri bildirimlerin de yer aldığı saptanmıştır. Bu bulgu Twitter’ın afet durumlarında kanallar açtığını ve karşılıklı iletişime olanak sağladığını göstermektedir. Araştırma sonuçları afet yönetiminde sosyal medyanın kullanımının önemine ilişkin olarak sunulan kanıtlara katkı sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Twitter, Afet İletişimi, Sosyal Medya, 6 Şubat Depremi, Gündemdeki Konular

¹ Assist. Prof. Dr., Düzce University, Faculty of Art, Design and Architecture **e-mail:** fehimeyildirim@duzce.edu.tr
ORCID: 0000-0001-7301-2780

Atf/Citation: Yıldırım, F.E. (2023). 6 Şubat 2023 Depreminde Türkiye’de Twitter’ın Kullanımı. Intermedia International e-Journal, 10(19) 276-292. doi: 10.56133/intermedia.1354699.



Extended Abstract: ACommunication opportunities offered by social media in natural disasters are of great importance for disaster management. Studies looking at the potential of social media in disaster situations highlight three general themes: ensuring the flow of information (Hughes & Palen, 2010; Palen vd., 2010; Vieweg vd., 2010), providing collaboration and solidarity (Eisman, 2016; Qu vd., 2016) and providing emotional support (Houston vd., 2015, Qu vd., 2016). This research seeks answers to the questions of how Twitter usage changed in the first hours of the disaster during the Kahramanmaraş earthquake of February 6, 2023, how Twitter was used during the earthquake disaster, and what functions it performed.

The hashtags and words in the “Trending Topic” lists offered by Twitter for 48 hours following the earthquake were analyzed by thematic analysis method. The “Trending Topic” lists derived from from the Export Data site (<https://www.export-data.io/>). The items in each list, whose number varies between 30-50, were classified according to their subjects by applying thematic coding with the help of the MAXQDA 2020 qualitative data analysis program. The topics have been determined as comprehensive titles as possible and divided into sub-codes. In the research, the thematic analysis stages described by Braun and Clarke (2006/2019) were followed. The data were analysed in detail, and the breakdown of all the hourly lists were examined.

During the analysis, six main themes were determined as “Call for Help”, “Spiritual Invocation”, “Information”, “Criticism and Reaction”, “Cooperation and Solidarity”, “Emotional Support”. It has been detected that Twitter has been used as an emergency platform since the first hours after disaster, the information flow about the earthquake is very fast and the information obtained from other media tools can become widespread in Twitter very quickly. In this study, it was determined that Twitter offers a tremendous space for the flow of information from different sources during the disaster.

In the first six hours after the earthquake occurred at 04:17, the words “Location Notification” were frequently encountered in the TT lists that changed hourly. Words and hashtags that give details about the earthquake and that there is an earthquake are at the top of the lists in the first six hours, but spiritual invocation, emotional support messages and emergency calls stand out in all of the lists. After the first 6 hours different types of calls for help have been identified and it has been determined that the words related to the “Criticism and Reaction” theme started to appear in the lists. Messages offering emotional support to the victims of the disaster and emphasizing unity and solidarity were published, particularly on the first day of the disaster. It was noted that Twitter was frequently used for support messages. Twitter has also become a platform where people reflect on their spiritual prayers and express their desires and prayers, as well as their physical and spiritual condition.

The words and the hashtags related to the information about the disaster area and the names of the experts who provided information about the disaster were in the hourly lists of the first 24 hours.

The TT lists of the second day often contained the names of celebrities who provided information about the catastrophe from the earthquake region, but here the sub-topic “Criticism and Politics” was the top priority. Suggestions on what to do in an earthquake, reactions to the measures taken, and emphasis on inadequately evaluated interventions are under the title of “Criticism and Politics”. Words related to emergency calls in the “Call for Help” category are common in the hourly lists on the second day. It can be observed that the reactions to the delay in aid are also increasing.

On the second day, the sub-codes related to the theme of “Cooperation and Solidarity” were diversified. In addition to the calls for help, the help announcements have increased and the words related to the feedback about the aids have started to appear in the lists. Words that express the needs of earthquake victims have also started to appear more frequently in the lists.

Calls for help are the most prominent theme in the TT lists covering both days. Here it is possible to observe the structure of Twitter that allows two-way dialogue between victims and volunteers. As a matter of fact, the theme of “Cooperation and Solidarity” also hosts the “Help Feedback” messages, especially on the second day. According to the results, it has been revealed that Twitter has a function that allows dialogue between the parties in disasters. Future research should do technical analysis, especially on the use of Twitter, using different methods. In this way, the numerical data obtained should be provided to illuminate the details of the use of social media in disasters.

Key Words: *Twitter, Disaster Communication, Social Media, Kahramanmaraş Earthquake, Trending Topics*

GİRİŞ

Doğal afetlerde sosyal medyanın sunduğu haberleşme olanaklarının afet yönetimindeki önemli rolü bilimsel araştırmalar tarafından ele alınmaktadır (Houston vd., 2015; Peary, Shaw & Takeuchi, 2012; Reuter & Kaufhold, per, Seddighi, Salmani & Seddighi, 2020). Houston vd. (2015) sosyal medyanın afetlerde, afet olayının gerçekleşmesinin öncesinde etkiyi azaltma ve olaya karşı hazırlıklı olma, olay esnasında müdahale ve olay sonrasında iyileştirme gibi işlevleri yerine getirebildiğini ortaya koymaktadır.

Bir sosyal medya mecrası olarak Twitter günlük yaklaşık 230 milyon kullanıcısı ile gündelik haber akışında önemli bir rol oynamaktadır (Number of Twitter Users by Country, 2023). Twitter gerçekleşen bir olayın anlık detaylarını aktarabilecek araçlara sahiptir bu sebeple afetlerde ve acil durumlarda geleneksel medyaya kıyasla daha avantajlı bir konumdadır (Mills vd., 2009). Öte yandan Twitter dayanağı olmayan bilgilerin ve söylentilerin yayılımı için de oldukça elverişli bir mecra olarak değerlendirilmektedir (Mendoza, Poblete & Castillo, 2010). Bu değerlendirmeler Twitter'ın acil durumlardaki kullanımını tartışmalı hale getirmekle birlikte araştırmalar acil durumlarda Twitter kullanımının önemini vurgulamaktadır (Seddighi, Salmani & Seddighi, 2020). Afet yönetimini ele alan araştırmaların çoğunun da Facebook ve Instagram'dan ziyade Twitter'ın afet yönetimindeki rolünü ele aldıkları saptanmıştır (Öztürk & Demir, 2023).

Bu araştırma 13,8 milyon Twitter kullanıcısının bulunduğu Türkiye'nin 6 Şubat 2023 tarihinde yaşadığı deprem felaketinde Twitter'ın kriz iletişiminde nasıl bir rol oynadığını analiz etmeyi amaçlamaktadır. Türkiye'de 6 Şubat 2023 saat 04.17'de meydana gelen ve merkez üssü Gaziantep'in Şehitkamil ilçesi olan depremin büyüklüğü 7,7 olarak ölçülmüştür. Bu depremin hemen akabinde saat 13.24'de bu kez merkez üssü Kahramanmaraş'ın Elbistan ilçesi olan 7,6 büyüklüğünde bir deprem daha meydana gelmiştir (B. Ü. KRDAE Bölgesel Deprem-Tsunami İzleme ve Değerlendirme Merkezi, 2023). Birbirini takip eden depremlerin olduğu 6-7 Şubat 2023 tarihlerinde Twitter'ın nasıl kullanıldığı sorusu bu araştırmanın merkezinde yer almaktadır. Bu kapsamda öncelikle sosyal medyanın doğal afetlerdeki rolü ilgili literatür ışığında ortaya konarak, afet durumlarında ve acil durumlarda sosyal medyanın sağladığı olanaklar ve sınırlılıklar irdelenmektedir. Çalışma kapsamında yürütülen nitel araştırmada afetin ilk 48 saatinde "Trending Topic" listelerinin saat başı nasıl değiştiği incelenmekte ve afetin gerçekleştiği ilk saatlere egemen olan bilgilendirmelerin, ihtiyaçların, paylaşılan duyguların yahut çağrılarının neler olduğu analiz edilmektedir.

1. Doğal Afetlerde Sosyal Medya Kullanımının Sunduğu Olanaklar

Bilgi teknolojilerinin yaygınlaşması ve sosyal medya kullanımının artışı, sosyal medyanın hem kasırga gibi afetlerde (Hughes vd., 2014; Keim & Noi, 2011; Kodrich & Laituri, 2011; Tang vd. 2015), hem de toplumu tehdit eden farklı acil durumlarda (Stieglitz vd., 2018) kullanımının nasıl olabileceğinin aydınlatılmasını amaçlayan birçok araştırmanın ortaya çıkmasını sağlamıştır. Farklı türdeki alt yapıya sahip olan farklı sosyal medya mecralarının her birisi bir afet esnasında farklı türde olanaklar sunabilmektedirler. Tang vd. (2015), Kaliforniya kuraklığı esnasında risklere ilişkin bilginin paylaşılması ve önlemlerin alınabilmesi için hem Facebook hem Youtube hem de Twitter'ın etkin rollere sahip olduğunu ortaya koymuşlardır.

Afet durumlarında sosyal medyanın sağladığı olanakları ele alan çalışmalar *bilgi akışının sağlanması, iş birliği ve dayanışmanın gerçekleşmesi, duygusal destek sağlanması* olmak üzere üç genel başlığı öne çıkarmaktadırlar.

1.1. Bilgi Akışının Sağlanması

Sosyal medyanın afet durumlarında durum ile ilgili bilginin sağlanmasında önemli bir rolü bulunmaktadır (Hughes & Palen, 2010; Palen vd., 2010; Vieweg vd., 2010). Mills vd. (2009) sosyal medyadaki bilgi akışının geleneksel medyanın çok önünde olduğunun altını çizmişlerdir. 2007 Kaliforniya orman yangınları sırasında sosyal medya, bilgi akışındaki hızı sebebi ile tercih edilmiştir (Sutton, Palen & Shklovski, 2008). 2010'da meydana gelen Haiti depreminde de sosyal medya arama kurtarma çalışmaları için gerekli olan bilginin hızla sağlanmasında önemli bir rol oynamıştır (Kodrich & Laituri, 2011). Sosyal medyanın doğal afetlerin dışında toplumsal olaylarda da senkronize bir şekilde bilgi sağlayabildiği saptanmıştır (Kavanaugh vd., 2011). Bu mecralardaki bilgi akışı durum ile ilgili bağlamsal bilgiyi sunmalarının yanında, mağdurların tanıklığına, mevcut durum ile ilgili sorunların daha iyi analiz edilmesine (Sreenivasan, Lee & Goh, 2011, s. 6), iletişim kurmaya ve kayıpların aranmasına olanak sağlamaktadırlar (Shklovski vd., 2010).

Bu bilgi akışı aynı zamanda kriz yönetimi için de kilit bir noktada bulunmaktadır, Reuter, Marx ve Pipek (2012) kriz iletişiminin sağlanması için bu bilgi akışının gelişebildiği yolları tanımlamışlardır. Buna göre acil durumlarda yurttaşların birbiri ile iletişimine olanak veren, kuruluşların halkı bilgilendirmesine olanak tanıyan, vatandaşların ürettiği bilginin krize müdahale için yol gösterdiği ve kurumların birbiri ile iletişimlerinin sağlandığı dört farklı kanal oluşmaktadır. Jung ve Moro (2014), 2011 Büyük Doğu Japonya Depremi sonrasında sosyal medyanın kişilerarası iletişimi sağlayan (mikro düzey), yerel yönetimler için kanal sağlayan (mezo düzey), kitle iletişimi için kanallar açan, bilginin paylaşılmasını sağlayan (makro düzey) ve bu düzeyler arasındaki doğrudan kanalların oluşmasını sağlayan işlevlerini işaret etmişlerdir. Burada farklı düzeyler arasındaki bilgi akışı özellikle vurgulanmakta, bu noktada bilgi üretiminin kim tarafından sağlandığı ve kime ulaştığı önemli bir nokta olarak belirmektedir. Sutton (2010), afetlerden etkilenmeyen ya da daha az etkilenen kullanıcıların afet hakkındaki bilgilerin yayılmasında oldukça aktif rol oynadıklarını tespit etmiştir (Sutton, 2010). 2012’deki Sandy Kasırgası ile ilgili olarak paylaşılan bilgilerin yayılımında da takipçi sayısı fazla olan “Influencer” olarak isimlendirilen sosyal medya ünlülerinin ve onların takipçilerinin önemli katkılarına olduğu saptanmıştır (Pourebrahim vd., 2019).

Resmî kurumlar tarafından sağlanan bilgilerin diğer kaynaklara göre daha fazla “retweet” edildikleri ve medyanın ilettiği bilgilerin afet bölgeleri dışında kalanlar tarafından daha fazla kullanıldığı ancak afetten etkilenenlerin daha çok yerel bilgiler ile ilgilendikleri ortaya konmuştur (Starbird & Palen, 2010).

1.2. İş Birliği ve Dayanışmanın Gerçekleşmesi

Sosyal medya arama kurtarma ekiplerini harekete geçirmek, afet mağdurları ve yardım gönüllüleri arasındaki iletişimi sağlamak için oldukça elverişli bir ortamdır (Fraustino, Liu & Jin, 2012, 14-20). Sosyal medya 2005 yılında ABD’de gerçekleşen Katrina kasırgasında afete ilişkin yardımların kolaylaştırılmasında önemli bir etkiye sahip olmuştur (Sutton, Palen ve Shlovski, 2008). 2010 Haiti depreminin ilk günlerinde ise sosyal medya, sosyal yaklaşma ve yardımlaşma için sağladığı olanaklarla iyice öne çıkmıştır (Keim & Noi, 2011). 2010 Yushu Depremi’nde de mikrobloglar yardım ve bağış kampanyalarının düzenlenmesi için kullanılmıştır (Qu vd., 2016).

Eisman vd. (2016) sistematik literatür taraması uygulayarak gerçekleşen afetin özelliklerinin sosyal medyadaki kolektif davranışa etki ettiğini saptamış ve olay, etki, sosyal birimler ve tepki çerçeveleri uyarınca yedi temel bulguyu sıralamışlardır. Burada dikkati çeken sosyal medyanın farklı sosyal birimlerin birbiri ile iletişimini olanaklı kılsa da her zaman karşılıklı iletişimi garanti etmiyor olmasıdır ancak sosyal medya aynı zamanda geniş kitleleri afet iletişimine entegre ederek grup oluşumuna olanak tanımaktadır. Araştırma aynı zamanda sosyal medya platformlarının özelliklerinin afetlerdeki kolektif davranışın yapısını ve işlevini belirlediğini ortaya koymuştur.

1.3. Duygusal Destek Sağlanması

Houston vd. (2012), önerdikleri Afet İletişim Müdahale Çerçevesi (The Disaster Communication Intervention Framework, DCIF) kapsamında afet öncesi ve sonrası kapsayacak şekilde bir plan sunmuşlardır. Afet öncesi hazırlıklarda bireysel ve toplumsal dayanıklılık hedeflenirken, afet sırasında durum ile baş edebilmek için gerekli bilginin sağlanması, empati gösterilmesi, kamu kaynaklarına ulaşımın sağlanması, travma sonrasında ise toplumun travma anlatisinin desteklenmesi, toplumsal bağların geliştirilmesi ve yeniden kurulması hedeflenmiştir. Afet sürecinin her üç basamağında da müdahale uygulamaları çerçevesinde duygusal desteğin sağlanabileceği zeminlerin yaratılması önerilmiştir. Sosyal medya afet yönetimi kapsamında duygusal destek sağlamak için afet mağdurları ile iletişim kurulması için önemli bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. 2010 Yushu Depremi’nde Çin’de popüler olan Sina-Weibo mikroblog sisteminin nasıl kullanıldığını araştıran bir çalışmada hem felaket esnasındaki hem de felaket sonrasındaki süreç ele alınmış ve insanların sosyal medyayı duruma ilişkin bilgileri güncellemek, fikirlerini beyan etmek, duygusal destek sağlamak ve harekete geçme çağrısında bulunmak için kullandıkları saptanmıştır (Qu vd., 2016).

Sosyal medya afet sırasında ve afet sonrasında sağlık desteğinin sağlanması, duyguların ve endişelerin paylaşılması için kullanılmaktadır (Houston vd., 2015). Jurgens ve Helsloot (2018), afet durumlarında sosyal medya kullanımının yurttaşların öz dayanıklılığını sağlamaadaki önemini ortaya koymuşlardır. Jurgens ve Helsloot’un (2018) araştırmasına göre sosyal medya yurttaşların güvenilir bilgiye ulaşmasına destek olması, sahip olunan bilgiyi yaymaya ilişkin olanak sağlanması, insanları birbiri ile ilişki kurmasını olanaklı kılması sayesinde afet durumlarında işbirlikçi problem çözme ve durumu anlama, durumla baş etme yeteneklerine olumlu yönde etki etmektedir.

2. Doğal Afetlerde Sosyal Medya Kullanımının Sınırlılıkları

Afet durumlarında sosyal medya kullanılmama sebepleri gizlilik ve güvenliğe dair endişeler, bilginin doğruluğuna ilişkin şüpheler, erişim sorunları ve afet durumlarında sosyal medyanın nasıl kullanılacağına bilinmemesi olarak sayılmaktadır (Fraustino, Liu & Jin, 2012, 14-20). Yaş, afet durumlarında bilgi almak için ne tür medyanın tercih edileceği konusunda belirleyici bir etkiye sahiptir, yaşlı bireyler bir afet durumunda geleneksel medyadan bilgi almayı tercih etmektedirler (Feldman vd., 2016). Kriz durumlarında geleneksel medyadan sağlanan bilgi daha güvenilir olarak nitelendirilmektedir (Austin vd., 2012), sosyal medyada ise söylentinin ve yanlış bilginin yayılımı hızlı olabilmekte ve özellikle açık bir kaynağı olmayan bilgiler söylentinin yayılmasına neden olabilmektedir (Oh vd., 2013). Bu noktada iletilen mesajların ilk elden mi olduğunu yoksa başka mesajların kopyaları mı olduğunu anlamak üzere bir filtre mekanizmasının geliştirilmesinin gerektiği vurgulanmıştır (Qu vd., 2016). Afet dönemlerinde sosyal medyanın sunduğu olanaklardan faydalanabilmek için afet döneminde dolaşımdaki bilginin teyit edilmesi gerekmektedir (Eyüboğlu & Kodak, 2023). Kaewkitipong, Chen ve Ractham (2016), kriz yönetiminde sosyal medya kullanımının beraberinde getirdiği zorluklarla mücadele edebilmek için kuruluşların, hükümetlerin ve tüm çevrimiçi toplulukların paylaşılan bilgilerin doğruluğunu sınyacak yahut bilgileri güncelleyecek bir yöneticiye ihtiyacı olduğunu altını çizmişlerdir.

Afet durumlarında sosyal medyanın güvenilirliğini sorgulatan diğer bir nokta da sosyal medyada aktif olan ve gerçek bir profilmiş gibi görünen ancak sadece algoritmalar tarafından yönetilen bot hesaplardır. Brachten vd. (2018), sosyal medyadaki bot hesaplar ile ilgili olarak yürüttükleri araştırmada 2017'de Manchester'da gerçekleşen bombalı saldırılarda sosyal bot hesapların etkinliğini analiz etmiş, bu tür bir acil durumda çoğunlukla iyi huylu botların aktif olduğunu, sayıca az olsalar da tweet aktivitelerinin fazla olduğunu saptamışlardır.

Acil durumlarda sosyal medya kullanmanın diğer bir sınırlılığı da mikroblogların ve gönüllülerin katılımının polis ve diğer profesyonel müdahale ekipleri için hem kolaylaştırıcı hem de zorlaştırıcı etkisinin olabilmesidir (Perng vd., 2012). Perng vd. (2012), profesyonel ekiplerin kamunun söylem dinamiklerine göre hareket etme ve performans gösterme baskısı yaşadıklarını tespit etmişlerdir.

3. Yöntem

Bu çalışmada Türkiye'de 6 Şubat 2023 gece saat 04.17'de meydana gelen depremin hemen ardındaki süreçte Twitter'ın nasıl kullanıldığının analizi için afetin ilk 48 saatine ilişkin "Trending Topic" listeleri incelenmiştir. Bu doğrultuda nitel bir araştırma yöntemi tercih edilmiş ve tematik analiz yürütülmüştür. Braun ve Clarke (2006/2019, s. 882), tematik analizin çeşitli metinlerden oluşan veri setinin içerisinde birden fazla kez bulunan yahut tekrar eden anlam örüntülerinin keşfi için kullanılan bir yöntem olduğunu vurgulamıştır. Bu araştırmada tematik analizin tercih edilmesinin sebebi bu tür bir analizin sunduğu avantajlara dayanmaktadır. Tematik analizin araştırmada esneklik sunması, anlaşılabilir araştırma sonuçlarının üretimini mümkün kılması, araştırmada elde edilen kapsamlı bir veri setine ilişkin zengin bir betimleme sunabilmesi ve veriyi özetleyebilmek için pratik bir yol sağlaması gibi avantajları bulunmaktadır (Braun ve Clarke, 2006/2019, s. 894).

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Medyanın doğal afetlerde kullanımı ile ilgili olan araştırmaların Dünya'nın farklı bölgelerinde gerçekleşen afetler ve acil durumlar ile ilgili olarak yürütülen çalışmalar içerisinde önemli bir yeri bulunmaktadır. Afetlerde geleneksel medyadan çok sosyal medyanın kullanımı ön plana çıkmakta (Bkz. Mills vd. 2009), bu sebeple araştırmalar sosyal medyayı özellikle de Twitter'ı ele almaktadır (Öztürk & Demir, 2023). Twitter'ın pandemi, salgın hastalıklar ve doğal afetler gibi koşullarda kullanımını ele alan bir araştırma 2010-2020 yılları arasında konu ile ilgili olarak gerçekleştirilmiş olan 45 bilimsel araştırmayı analiz etmiştir (Seddighi, Salmani & Seddighi, 2020). Yapılan analiz sonucunda Twitter'ın afet yönetiminde erken uyarı, bilginin yayılımı, risk iletişimi, savunu (afet mağdurlarının sesinin duyurulması, isteklerinin iletilmesi ve duruma ilişkin eleştirilerin dile getirilmesi), duruma ilişkin değerlendirmelerin gerçekleşmesi, toplumun ruhsal durumunun anlaşılması, afetlerden etkilenen yerlerin coğrafi analizi, yardımların ve bağışların desteklenmesi, takipçi sayısı fazla olan kullanıcılarla işbirliği sağlanarak bilginin hızlı yayılımının sağlanması, güvenin inşası gibi birçok işlevi olabileceği saptanmıştır (Seddighi, Salmani & Seddighi, 2020). Ata (2023) yürüttüğü araştırmada 6 Şubat 2023 depremi ile ilgili olarak 6 Şubat ve 8 Mart arasında Twitter'da yer alan mesajların bazı işlevleri yerine getirdiğini tespit etmiştir. Buna göre Twitter deprem süreci ile ilgili bilgilendirmelerin vuku bulması, afet sürecine ilişkin bir kamusal hafızanın oluşumuna katkı sağlanması ve şikâyet, uyarı,

öneri ve taleplerin dile gelmesi gibi süreçlere katkı sağlamaktadır (Ata, 2023, s. 626). Bu araştırma Twitter’ın Türkiye’de yaşanan 6 Şubat Kahramanmaraş depreminin ardından kriz iletişiminde oynadığı rolü zamansal bir perspektifle ortaya koymaya çalışmaktadır. Afetin gerçekleşmesinin hemen sonrasındaki süreçte yani afetin boyutlarının henüz bilinmediği olay anı sonrasında başlayarak afete ilişkin yardım çağrılarının yükseldiği ilk 48 saate kadar Twitter’daki bildirimlerin nasıl değiştiğini incelemektedir. Araştırmada yanıt aranan sorular şu şekildedir:

- Twitter kullanımı afetin gerçekleştiği ilk saatler boyunca nasıl değişmiştir?
- Yaşanan depremin sonrasındaki ilk iki günde Twitter nasıl kullanılmış ve hangi işlevleri yerine getirmiştir?

3.2. Araştırmanın Örnekleme

Türkiye’de 6 Şubat 2023 gece saat 04.17’de meydana gelen depremin hemen ardından Twitter’ın nasıl kullanıldığını, afet esnasında Twitter’daki paylaşımların hangi ihtiyaçları, duyguları, ne tür bilgileri içerdiğini anlamak amacıyla ilk iki gün yapılan paylaşımların oluşturduğu “Trending Topic”² (TT) -gündem konuları- listeleri bu araştırmanın veri setini oluşturmaktadır.

ExportData (<https://www.exportdata.io/>) sitesinde gündem konularına ilişkin saatlik listeler yer almaktadır. Bunun yanında günlük yahut haftalık TT listeleri de bulunmaktadır. Bu araştırmada afetin ilk 48 saatine ilişkin saatlik listelerin örnekleme dahil edilmesinin nedeni listelerin saatlere göre önemli farklılıklar göstermesidir. Afet sürecinde ortaya çıkan acil durum iletişim akışını hızlandırmıştır bu durum TT listelerindeki değişimlerde gözlemlenmektedir. Depremin gerçekleştiği 6 Şubat 2023 gece saat 04.17’yi takiben saat 5:00’dan itibaren tüm saat başı TT listeleri örnekleme dahil edilmiştir. Bu anlamda 48 adet liste ve her listede yer alan ve sayıları 30-50 arasında değişen gündem konu başlıklarına ilişkin sözcükler ve etiketler analize dahil edilmiştir.

3.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Twitter’ın kullanıcı ekranının sağ tarafında yer verdiği TT listeleri Twitter’da o an en çok paylaşılan etiketleri ve en çok kullanılan sözcükleri içermektedir. Bu listelerin gerçek gündeme ilişkin olayları yansıttığı gibi yapay olarak sırf bu listelerde yer alması için üretilen konuları da içerdiği saptanmıştır (Recuero & Araújo, 2012). Günümüzde Twitter’daki mesajların içeriği ile alakasız olarak sadece “Trending Topic” listesine etki etmek amacı ile kelimeler paylaşılabilir bilinmektedir ve bu paylaşımların çoğu bot hesaplardan yapılmaktadır. Resim 1 ve Resim 2’de paylaşılan 6 Şubat tarihli Twitter mesajında görüldüğü üzere bir mesajda birden fazla etiket paylaşımı yapılabilmektedir ve algoritmalar bu mesajlarda yer alan kelimeleri de listelere dahil etmektedirler. Bu tür kullanımlar TT listesini direkt olarak etkilemektedir. Diğer bir sınırlılık ise araştırma kapsamında sadece TT listelerindeki sözcüklerin analiz edilmiş olması yani gerçekte yer aldıkları mesajların bağlamından bağımsız olarak değerlendirilmiş olmalarıdır. Araştırma esnasında her ne kadar sözcüklerin ait olduğu temalar, sözcüklerin yer aldığı mesajlara bakılarak karar verilmeye çalışılmış olsa da bu durum araştırma için hem zorluk hem de sınırlılık olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu araştırmada Türkiye’de birçok ili etkileyen ve oldukça yıkıcı olan doğal bir afete ilişkin acil durum paylaşımlarını ele alınmaktadır bu sebeple ilk 48 saatteki paylaşımların gerçek gündeme ilişkin önemli bir resmi sunabildiği önerisi ile hareket edilmiştir. Bu anlamda bot hesaplardan yapılan paylaşımların yahut yapay olarak oluşturulmaya çalışılan gündemlere ilişkin mesajların TT listelerine olan etkisinin göz önüne alınmaması bu araştırmanın bir sınırlılığı olarak belirmektedir.

Resim 1: 6 Şubat tarihli bir Twitter mesajı

#deprem #afad #ahbaphatay #kızılay #yardım #cebrail hatay cebrail mahallesi, Çiper apartmanına yardım gönderin, enkaz altında yaşayanlar var

² Çalışmanın devamında “Trending Topic” listeleri “TT” şeklindeki kısaltmalar ile betimlenecektir.

Resim 2: 6 Şubat tarihli bir Twitter mesajı

22 SAAT OLDU #Deprem #Hatay
Hatay Vali Konağı Göbeği, Ayşe Fitnat Hanım Caddesi Parlar Apt. MERT
ŞAHİN hala enkaz altında üstündeki betonu kaldıramıyorlar çok ACİL
yardım gerekiyor ! @haluklevent @DepremDairesi @AFADHatay
@OguzhanUgur @ahbap @AFADTurkiye

3.4. Veri Toplama Yöntemi ve Analiz

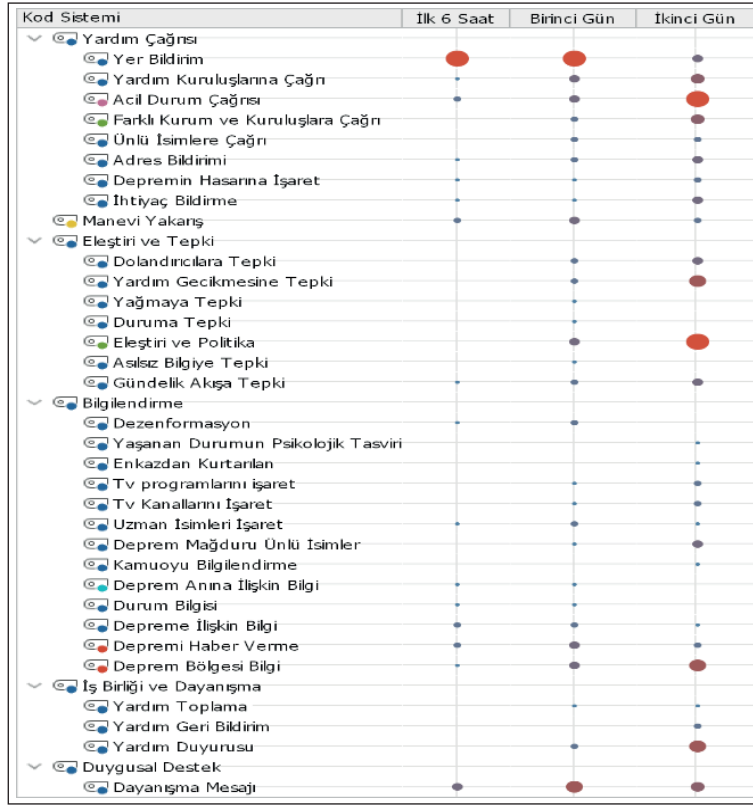
Deprem gerçekleştiği 6 Şubat 2023 saat 04.17'yi takiben Türkiye'de her saat başı değişen "Trending Topic" listesine ilişkin ExportData (<https://www.exportdata.io/>) sitesinden temin edilmiştir. Her listede yer alan sayıları 30-50 arasında değişen maddeler MAXQDA 2020 nitel veri analiz programı yardımı ile tematik kodlama yapılarak konularına göre sınıflanmıştır. Konular olabildiğince kapsamlı başlıklarla belirlenmiş ve alt kodlara ayrılmıştır. Buna göre bir afet için oldukça belirleyici bir zaman aralığı olan ilk 48 saatte Twitter paylaşımlarının nasıl değiştiği ve neyi anlattığı saptanmaya çalışılmıştır. Araştırmada Braun ve Clarke'ın (2006/2019) betimlediği tematik analiz aşamaları şu şekilde takip edilmiştir:

- Öncelikle veriler detaylı okunmuş, tüm saat başı listelerin dökümleri incelenmiştir. Burada anlamlı bir bütün içerisinde olmayan "Nolur", "Binlerce", "Saatlerdir", "Yardıma", "Tam 24", "Başımız", "Başın", "Merih" gibi sözcükler de belirlenmiştir. Bu sözcüklere ait saatlerde atılan Twitter mesajları aranarak sözcüklerin hangi mesajlarda yer aldıkları nasıl bir anlam bütünlüğü içerisinde oldukları bulunmuştur.
- Listeler detaylı okunurken ilk kodlar belirlenmiştir.
- Kodlar belirlendikten sonra hangi temaların ön plana çıktığı, kodların hangi temalar altında toplanabileceği saptanmıştır.
- MAXQDA 2020 nitel veri analiz programına yüklenen listeler üzerinde kodlamalar yapılmıştır. Burada önceden belirlenen temaların tüm veri seti için gözden geçirilerek uygunlukları bir kez daha sorgulanmıştır.
- Temaların tanımlanması ve isimlendirilmesi gerçekleştirilmiştir.
- Elde edilen veriler ışığında araştırma soruları cevaplandırılarak, çalışmanın sonuçları raporlandırılmıştır.

Araştırma sorularının yanıtlanması amacıyla gündem konularına ilişkin listelerdeki kelimeler ve etiketler altı ana tema altında toplanan hiyerarşik kod ve alt kod sistemi ile analiz edilmiştir. Analiz esnasında listelerde yer alan sözcükler okunarak kodlar oluşturulmuş, kodların bir araya gelerek oluşturduğu temalar belirlenmiştir. Analiz esnasında "Yardım Çağrısı", "Manevi Yakarış", "Bilgilendirme", "Eleştiri ve Tepki", "İş Birliği ve Dayanışma", "Duygusal Destek" olmak üzere altı ana tema belirlenmiştir (Şekil 1). "Allah'ım", "Amin", "Rabbim" gibi sözcükler manevi yakarış teması ile, "Gün Birlik Günü", "Yastayız", "Dayan", "Türkiyem" gibi sözcükler duygusal destek teması içerisinde "Dayanışma" alt teması ile kodlanmıştır.

"#HaydiKanVer" gibi kan bağıışı çağrıları ve "Cevahir AVM" gibi deprem yardımı toplama lokasyonlarını işaret eden bildirimler "Yardım Toplama" alt teması ile kodlanmıştır. "AKUT", "AFAD", "Kızılay" yardım çağrısı altında "Yardım Kuruluşlarına Çağrı" alt kodu ile, "Enkaz Altındayım", "Yardım Edin", "Adıyaman'a Acil Yardım", "Hatay Yardım Bekliyor" gibi sözcükler de yine yardım çağrısı temasına ait "Acil Durum Çağrısı" alt teması ile kodlanmıştır. İkinci gün TT listelerinde yer almaya başlayan "Çok Fazla Bağış Geldi" yahut "Bulundu" gibi yardımlara ilişkin geri bildirim veren sözcükler de "Yardım Geri Bildirim" teması ile kodlanmıştır. Pegasus" gibi ücretsiz uçuş duyurularını ileten ve "Alo 183" gibi refakatsiz çocuklara yardım için paylaşılan sözcükler ise "Yardım Duyurusu" teması ile ifade edilmişlerdir.

Şekil 1: Deprem sonrası TT listelerinde yer alan temalara ait alt kodların sıklıklarının belirli zaman dilimlerinde değişimine ilişkin kod matrisi (MAXQDA, 2020).



“Bilgilendirme” teması altında mağdurların, “Deprem Oldu”, “Sallandık” gibi deneyimleri (“Deprem Anı” başlığı altında) hem de “Gökhan Zan”, “Volkan Demirel” gibi isimlerin listelerdeki yeri (“Deprem Bölgesi Bilgi” başlığı altında) öne çıkmaktadır. “Uzman İsimleri İşaret” temasında ise Prof. Dr. Celal Şengör gibi uzman isimlere eden sözcükler yer bulmuştur. “Dezenformasyon” ise yayılan yanlış bilgiyi ifade eden bir alt temadır burada deprem tahminleri, HAARP teknolojisine ilişkin mesajlara ait sözcükler kodlanmıştır.

TT listelerinde yer alan sözcüklere ilişkin kodlar Twitter’ın deprem döneminde aynı zamanda afet durumu ile ilişkili olan tepki ve eleştirilerin dile getirildiği bir alan olduğunu da göstermektedir. “Borsa Kapalı Olsun”, “Müge Anlı” gibi hayatın farklı alanlarından olan olaylara ilişkin tepkiler sözcükler “Gündelik Akışa Tepki” teması ile kodlanmıştır. Burada örneğin öğlen kuşağı bir programın yayına devam etmesine ilişkin tepkilerin “Müge Anlı” sözcükleriyle TT listelerinde yer aldığı saptanmış ve kodlama bu bilgi ışığında gerçekleştirilmiştir. Fransa merkezli bir mizah dergisinin deprem ile ilişkin olarak paylaştığı rahatsız edici bir karikatüre tepki içeren mesajların “Charlie Hebdo” yani derginin isimi ile listelerde yer alması “Eleştiri ve Politika” teması ile ifade bulmuştur. Listelerde yer alan sosyal ve politik eleştirilerin yanında verilen öneriler de yine “Eleştiri ve Politika” teması altındadır.

4. Bulgular

6 Şubat saat 05.00’da Twitter’da yer alan tweetlerde en çok kullanılan sözcük ve etiket başlıkları hem deprem olduğunu hem de depremden etkilenen şehirleri işaret etmektedir. Yıkımın en çok olduğu il olan Hatay ise saat 06.00’da listenin üçüncü sırasında görünmektedir.

Gündem konuları listelerindeki sıranın belirli algoritmalar tarafından belirlendiği bilinmektedir. Bu algoritmalar listelerdeki sırayı bir konunun ya da # işareti ile belirlenen etiketin paylaşılma sayısına değil belirli bir zamanda paylaşılma sıklığına göre belirlemektedir. İlk depremin gerçekleşmesinin ardından Twitter’da #DEPREMOLDU başlık etiketi Twitter’ın “Trending Topic” listesinde ilk sıraya yerleşmiştir. Saat 05.00’da 147.500 tweet

ile #DEPREMOLDU başlık etiketi ilk sıradayken bunu ilk depremin merkez üssünü işaret eden #Gaziantep 10.500 tweet ile ve Kahramanmaraş sözcüğü 54 bin 100 tweet ile takip etmiştir (Twitter Trends in Turkey, 2023, Şubat, 6). Depremin gerçekleştiği 04.17 saatini takiben ilk altı saatte, saat başı değişen TT listelerinde “Yer Bildirim” sözcükleri sıklıkla yer almaktadır. Depremin olduğunu ve depreme ilişkin detayları veren kelimeler ve etiketler ilk altı saatte listelerin başındadır ancak listelerin tamamında manevi yakarış ve duygusal destek mesajları ile acil durum çağrıları öne çıkmaktadır (Şekil 1). İlk 6 saatin akabinde ise yardım çağrılarının farklılaştığı tespit edilmiştir (Bkz. Şekil 1). Ünlü isimlere, yardım kuruluşlarına, farklı kurum ve kuruluşlara yapılan çağrılar yer bildirimleri gibi ilk 24 saat içerisinde TT listesinde sıklıkla yer almışlardır. İlk 6 saatin ardından “Eleştiri ve Tepki” temasına ilişkin sözcüklerin de listelerde yer almaya başladığı gözlenmektedir. Duygusal destek teması ile ilgili olan dayanışma mesajları da TT listelerinde öne çıkmaktadır. İlk 24 saate ait olan saat başı listelerde afet bölgesine ilişkin olan bilgilere ilişkin sözcüklerin ve afete ilişkin bilgi sağlayan uzmanların isimlerinin de belirdiği saptanmıştır. İlk 24 saate ihtiyaç bildirimlerine ilişkin mesajların listelerdeki belirgin yeri dikkati çekmektedir (Şekil 1).

İkinci güne ait TT listelerinde afet ile ilgili olarak deprem bölgesinden bilgi sağlayan ünlülerin isimleri sıklıkla yer almıştır ancak burada önce çıkan asıl “Eleştiri ve Politika” alt temasıdır. Depremde ne yapılmasına ilişkin öneriler ve alınan önlemlere ilişkin tepkiler, yetersiz değerlendirilen müdahalelerle ilgili vurguların “Eleştiri ve Politika” altında yer aldığı akla gelmelidir. “Yardım Çağrısı” kategorisine ait acil durum çağrılarında ilişkin sözcüklere ikinci günde saat başı listelerde sıklıkla rastlanmaktadır. Burada yardım gecikmesine ilişkin tepkilerin de arttığı gözlemlenmektedir.

İkinci gün “İş Birliği ve Dayanışma” temasına ilişkin alt kodlar da çeşitlenmiştir. Burada yardım çağrılarının yanında yardım duyuruları da artmış ve yardımlarla ilgili geri bildirimlere ilişkin sözcükler de listelerde görülmeye başlanmıştır. Deprem mağdurlarının ihtiyaçlarının ifade edildiği sözcükler de listelerde daha sıkça yer almaya başlamıştır (Şekil 1).

Analizler uyarınca belirlenen “Yardım Çağrısı”, “Manevi Yakarış”, “Eleştiri ve Tepki”, “Bilgilendirme”, “İş Birliği ve Dayanışma” ve “Duygusal Destek” temaları Twitter’ın 6 Şubat depremleri esnasında yerine getirdiği işlevleri de ifade etmektedir aynı zamanda. Depremin olduğu saatin ardındaki ilk saatlerde “Enkaz Altındayım”, “Yardım Edin”, “Ses Var” şeklindeki “Acil Durum Çağrısı” koduna ait ifadelerin TT listelerinde yer bildirimleri ve adres bildirimleri ile birlikte yer almaya başlaması Twitter’ın bir acil durum platformu olarak kullanılabilirliğini anlatmaktadır. Özellikle ilk saatlerde listelerdeki yer bildirimleri sayesinde depremin etki alanı ile ilgili bilgi sağlayabilmiştir. Etki alanı oldukça geniş olan deprem afetinde depremde yıkımın fazla olduğu mikro alanları dahi işaret edebilmesi, afet esnasında oldukça önemli bir görev üstlenebildiğinin altını çizmektedir.

Depremin olduğu sabah, saat 12.00’da Cebrail ve Odabaşı kelimeleri saatlik TT listesinin 16. ve 17. sırasındadır. Cebrail ve Odabaşı yıkımın yoğun olduğu Antakya’nın iki mahallesinin ismidir. Odabaşı mahallesi ilk 48 saatte TT listelerinde en çok yer alan mahalle ismidir. Gaziantep’in Nurdağı ilk 48 saat içerisinde TT listelerinde 22 kez yer alarak, en çok işaret edilen ilçe olmuştur.

Şekil 2: Deprem sonrası TT listelerinde yer alan temalara ait alt kodların sıklıklarının belirli zaman dilimlerindeki değişimine ilişkin kod matrisi (MAXQDA, 2020).

Kod Sistemi	İlk 6 Saat	Birinci Gün	İkinci Gün
> Yardım Çağrısı	●	●	●
Manevi Yakarış	●	●	●
> Eleştiri ve Tepki	●	●	●
> Bilgilendirme	●	●	●
> İş Birliği ve Dayanışma	●	●	●
> Duygusal Destek	●	●	●

Afet durumuna ilişkin bilgilerin ise önemli ölçüde televizyon programlarını ve televizyon kanallarını işaret eden sözcüklerle, orada yer alan uzmanların isimleri ile yayıldığını (Şekil 1) yani geleneksel medya araçlarının sağladığı bilginin Twitter’daki bilgi akışını etkilediği, afet ile ilgili bilgi sağlayan ünlüleri işaret eden mesajların da

afete ilişkin bilginin yayılmasında etkili olduğu gözlenmektedir. Özellikle ikinci günün TT listelerinde televizyon programlarını işaret eden sözcüklerin sıklaşması Twitter’ın geleneksel medyanın sağladığı bilgiyi yayma işlevini vurgular niteliktedir.

Yardım çağrıları her iki günü kapsayan süreçteki TT listelerinde en çok öne çıkan temadır. Burada Twitter’ın mağdurlar ve gönüllüler arasındaki çift taraflı diyaloga izin veren yapısını gözlemlemek mümkündür. Nitekim “İş Birliği ve Dayanışma” teması aynı zamanda özellikle ikinci gün gelmeye başlayan “Yardım Geri Bildirim” mesajlarına da ev sahipliği yapmaktadır. Deprem mağdurlarının çağrılarının kullanıcılar aracılığı ile kamuya ve resmi kuruluşlara ulaştığı aynı şekilde yardımlara ilişkin bilgilendirmelerin de mağdurlarla bulunduğu yani burada karşılıklı bir iletişim akışının gerçekleştiği izlenmektedir. Devletin bazı kurumlarının ve yardım kuruluşlarının da yardımlara ilişkin mesajlarının bu iletişim kanalı üzerinden mağdurlara ulaştığı listelerdeki konu değişimlerinin ortaya koyduğu bulgular arasındadır.

Burada öne çıkan diğer bir önemli konu da mağdurların ve diğer kullanıcıların yardımlarla ilgili geri bildirimlerin de sosyal medyada yayılmasıdır. “İş birliği ve Danışma” temasına ilişkin bu iletişim döngüsü bize Twitter’ın afet durumunda yardımlaşmaya ilişkin olarak aşağıda bir şema ile betimlenen iletişim akışını sağlayabildiğini anlatmaktadır (Şema 1). Bu akış uyarınca diğer kullanıcıların yardım toplamaya ilişkin mesajları yayınladıkları ve yaydıkları izlenmektedir. Diğer kullanıcılar bunun yanında deprem mağdurlarının yardım çağrılarının yayılmasına aracılık etmekte ve yine deprem mağdurlarının ilettiği yardımlara ilişkin mesajların yayılmasını sağlamaktadırlar. Kamudan gelen yardım duyuruları da yine diğer kullanıcılar sayesinde yayılarak deprem mağdurlarına ulaşabilmektedirler.

Şema 1: Twitter’ın olanaklı kıldığı iletişim kanalları ve yardımlaşma, dayanışma ile iş birliğine ilişkin iletişim akışı



Twitter depremin ardındaki 48 saat boyunca yardım çağrılarında ev sahipliği yaparak bu çağrıların ulaşmasına aracılık etmiştir ancak deprem boyunca Twitter’ın aynı zamanda insanların manevi yakarılarının da yankılandığı bir platform olduğu ve buranın kişisel bir ifade alanı da yaratabildiği görülmektedir. Duygusal destek sağlayan kelimelerin de (“Gün Birlik Günü”, “Dualarımız”, “Türkiye Tek Yürek”, “Allah’ım”) afetin ilk saatlerinden itibaren listelere girmesi Twitter’ın aynı zamanda bireylerin duygusal desteklerini paylaşmak için Twitter’ı kullandıklarını göstermektedir.

Deprem bölgesine ilişkin bilgilendirmeler listelerde daha sıklıkla yer almıştır. Twitter’daki bilgi akışının afetin hemen sonrasında hem mağdurların depremi haber vermesine hem deprem bölgesinden bilginin ulaştırılmasına hem de afet ile ilgili uzmanlar tarafından değerlendirilen bilgilerin sunulmasına olanak sağladığı görülmektedir.

Dayanışmaya ilişkin sözcükler kadar, afet mağdurlarının içerisinde buldukları duruma ilişkin eleştirilerin de diğer kullanıcılar tarafından Twitter’da paylaşıldığı ve yayıldığı anlaşılmaktadır. Özellikle ikinci gün listelerde sıklaşan eleştiri ve tepki sözcükleri (Şekil 1) afet durumunda Twitter’da aynı zamanda bir toplumsal ve sosyal ifade alanının da oluşabildiğini göstermektedir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Bir araştırma şirketi olan Adba Analytics 6 ve 7 Şubat tarihlerinde depremle alakalı olarak 559.06 bin Twitter kullanıcısının toplamda 51.98 paylaşım yaptığını, depremde en çok kullanılan sosyal medya mecrasının da Twitter olduğunu saptamıştır. Twitter mesajlarının ise %86'sının "Retweet" olduğu buna karşılık %6'sının orijinal mesajlar ve %8'nin yorum ile yanıtlardan oluştuğu ortaya konmuştur. En çok paylaşılan mesajlar ise "Yardım" kategorisine ait mesajlardır. Sıkça rastlanılan "Yardım" kategorisine ait mesajları "Enkaz Altı" mesajları takip ederken bu mesajlar en çok Hatay iline yöneliktir (Twitter Deprem Bölgesinin Sesi Oldu, 2023). Adba Analytics bu analizinde Twitter mesajlarının sayıları uyarınca bir analiz yapmıştır. Bu örnek olay çalışmasında ise sadece TT listeleri göz önünde bulundurularak afetin ilk 48 saati boyunca her saat başı en çok paylaşılan mesajlara ilişkin konular ele alınmıştır. Böylece hem deprem olayının hemen sonrasındaki süreçte Twitter kullanımının nasıl değiştiği hem de Twitter'ın afetin hemen sonrasındaki acil durumda nasıl kullanıldığı ve burada hangi işlevleri yerine getirdiği sorularına yanıt aranmıştır.

Twitter'ın ilk saatlerden itibaren bir acil durum platformu gibi kullanıldığı, deprem ile ilgili bilgi akışının çok hızlı olduğu ve diğer medya araçlarından elde edilen bilgilerin de çok hızlı bir şekilde burada yaygınlaşabildiği görülmektedir. Ata (2023), 6 Şubat 2023 depremine ilişkin olarak Twitter'da yer alan mesajların bilgilendirme ve toplumsal hafıza işlevlerinin belirginleştiğini tespit etmiştir. Bu çalışmada da Twitter'ın afet esnasındaki farklı kaynaklardan olan bilginin akışı için muazzam bir alan sunduğu saptanmıştır.

Araştırmanın sonuçları afetin ilk altı saatinde depremin etki alanını işaret eden yer bildirimlerinin öne çıktığını göstermektedir. İlk altı saatte "Acil Durum Çağruları" temasına ilişkin sözcükler listelerde sıklıkla yer almış ve ilk 24 saatte ise Twitter'da daha çok "Yardım Çağrısı" ile "Eleştiri ve Tepki" temaları öne çıkmıştır. Afetin ikinci gününde ise afetin ilk gününden farklı olarak "İş birliği ve Dayanışma" temasına ait mesajların Twitter'da çokça paylaşılmış olduğu görülmektedir. Afetin farklı süreçleri Twitter'daki iletişim akışını değiştirmiştir. Bu bulgular Ata'nın (2023) araştırmasındaki bulgulardan farklı olarak Twitter'ın işlevlerinin afetin farklı süreçlerindeki zamansal değişimine ilişkin veri sunmaktadır. Ata (2023) da araştırmasında Twitter'ın 6 Şubat depreminde bilgilendirme, kamusal hafızanın oluşumuna katkı, şikâyet, uyarı gibi katkılarının olduğunu ortaya koymuştur.

Twitter'da sıkça TV programlarının ve TV kanallarının işaret edilmiş olması ve buna ilişkin sözcüklerin TT listelerinde sıklıkla yer almış olması, sosyal medyanın geleneksel medya için önemli bilgiler sağladığına ilişkin tespitlerin (Valenzuela, Puente ve Floras, 2017) yanında bir afet durumunda TV'deki yayınların Twitter'daki bilgi akışına dâhil olduklarını ortaya koymuştur. Bu noktada Austin vd.'nin (2012) kriz durumlarında geleneksel medyadan sağlanan bilginin daha güvenilir bulunduğuna ilişkin tespitleri bu durumu açıklar niteliktedir.

Jung ve Moro'nun (2014) çalışmasında 2011'da Japonya'da gerçekleşen büyük deprem sonrasında sosyal medyanın kişilerarası iletişim, resmî kurumlar arası iletişim ve kitle iletişimi için kanallar açtığı ve bu kanallar arasında da doğrudan akışı sağladığı tespit edilmiştir. Bu araştırmanın sonuçları da afet esnasında Twitter'da bu iletişim kanallarının oluştuğunu göstermektedir. Çalışma uyarınca afetin ilk 48 saatinde farklı iletişim aksları oluştuğuna ilişkin kanıtlar sunan temalar TT listelerinde öne çıkmıştır. Çalışmada Twitter'ın Reuter, Marx ve Pipek'in (2012) kriz iletişiminde bilgi akışının geliştiği yollara ilişkin tanımladığı yurttaşlar arasında oluşan, kuruluşlar ve halk arasında oluşan, kuruluşların bir birisi arasında oluşan iletişim kanallarının benzerlerinin Twitter için özellikle yardım çağrısı, iş birliği ve dayanışma ekseninde oluştuğu tespit edilmiştir. Burada saptanan önemli bir nokta da yardım çağrıları ve ihtiyaçlara ilişkin bildirimler kadar yardımlara ilişkin geri bildirimlerin de iletişim kanalları uyarınca iletiliyor olmasıdır. Yan ve Pedraza-Martinez'in (2019) yardım kuruluşlarının mesajlarını gönüllülere yol gösterecek şekilde yayınlamalarına ilişkin önerisine karşılık bu çalışmada Twitter'da gerçekleşen yardımlara ilişkin duyuruların ve geri bildirimlerin gönüllülere yol gösterebilecek nitelikte olduğu bulunmuştur. Nitekim afetlere müdahale esnasında yardım kuruluşları mağdurları çoğunlukla yardımın dağıtımı ile ilgili olarak bilgilendirirken, mağdurlara yardım etmek isteyen diğer vatandaşların yardımlarını nasıl yapabilecekleri sorusu ile karşı karşıya kalmaktadırlar (Yan & Pedraza-Martinez, 2019). 6 Şubat depreminde Twitter'ın kullanımı iş birliği ve dayanışmanın sağlanması için gerekli bilgilendirmelerin yapılmasına yol açan farklı iletişim kanallarının oluşmasına olanak sağlamıştır.

Afetin özellikle ilk günü mağdurlara duygusal destek sunan, birlik ve beraberliği vurgulayan mesajlar yayınlanmış, Twitter'ın destek mesajları için de sıklıkla kullanıldığı tespit edilmiştir. Houston vd. (2012), önerdik-

leri “Afet İletişim Müdahale Çerçevesi” doğrultusunda afet sırasında kurulan iletişimin empati niteliğine vurguda bulunmuşlardır. Bu durumun bireysel ve toplumsal iyi oluşa katkı sunduğu bilinmektedir (Bkz. Jurgens ve Helsloot). 6 Şubat depreminin ardından Twitter insanların kendi manevi yakarışlarını da yansıttıkları, fiziksel ve ruhsal durumları kadar dileklerini, dualarını ifade ettikleri bir alan da olmuştur. Burada travma yaşayan mağdurlar için kolektif bir dayanışma alanının oluştuğunu söylemek mümkündür. Afet durumlarında sosyal medyanın duyguların ve empatik kaygıların sunumu için de uygun bir alan sunduğu, sosyal medyanın kullanıcılara psikolojik faydalar da sağladığı tespit edilmiştir nitekim bireyler sosyal medyada ne aktif olurlarsa kendilerini de duygusal olarak o kadar iyi hissetmişlerdir (Neubaum vd., 2014).

Bu araştırma yönteminden ve özellikle sadece TT listelerini ele alışından ötürü önemli sınırlılıklara sahiptir ancak TT listelerinin yine de afetten hemen sonraki süre için güvenilir bilgiler sunabildiği görülmüştür. Bu anlamda afetin gerçekleşmesinin hemen sonrasındaki Twitter kullanımı ile ilgili kapsayıcı bir resim elde edilebildiği düşünülmektedir. Bu resme ilişkin elde ettiğimiz veriler bize şunları sunmaktadır;

- Türkiye’de 6 Şubat’ta gerçekleşen yıkıcı depremlerin hemen sonrasında Twitter iletişime ilişkin önemli olanaklar sunmuştur.
- Bilgi akışının sağlanması, yardım çağrılarının iletilmesi, duygusal desteğin paylaşılması, iş birliği ve dayanışmanın sosyal medya üzerinden örgütlenmesi, eleştirilerin ve tepkilerin sosyal medya aracılığı ile dile getirilmesi ve afetin dehşetini yaşayan kişilerin sosyal medyayı manevi yakarışlarını ifade edebilecekleri bir alan görmesi sosyal medyanın bir afet sırasında hem bireysel hem de toplumsal olarak ne kadar önemli bir rol oynayabileceğini anlatmaktadır.
- Sosyal medyanın mümkün kıldığı iletişim bir afet sırasında hayati önem taşıyan ihtiyaçların belirlenmesi kadar doğru yardımların ulaşması için de belirleyici bir etkiye sahiptir.
- Sosyal medya özellikle afetin gerçekleştiği anda afet ile ilgili olan yer, hasar alanı vb. gibi elzem bilgilerin iletilmesi için oldukça önemli bir alt yapı sunmaktadır.
- Sosyal medyanın sunduğu iletişim aksının doğru kullanılması için özellikle doğru bilginin yayılmasını teşvik edebilecek alt yapıların oluşturulması önemlidir.
- Sosyal medya afet yönetimi esnasında uygun olan politikaların oluşması için halkın katılımını sağlamada faydalı olabilir. Sosyal medya eleştirilerin dile geldiği, kaygılar kadar politik önerilerin de sunulduğu bir alan olarak afet politikalarının belirlenmesinde etkin bir role sahip olabilir.

Bu bilgiler ışığında afet yönetim merkezlerine sosyal medya uzmanlarının katılımının gerekliliği ortaya çıkmakta ve afet durumlarında halkın sosyal medyayı nasıl kullanması gerektiği ile ilgili eğitimlerin ne kadar faydalı olabileceği akla gelmektedir. Sosyal medya doğru yönetildiği takdirde kriz yönetiminde gerekli bilgilerin paylaşımı için çok önemli bir araçtır (Kaewkitipong, Chen & Ractham, 2016). Afet durumunda internetin kesilmemesi için önlemler alınmalı, özellikle kamunun doğru bilgiyi yönetebilmesi için politikalar belirlenmelidir. Burada özellikle yardım kuruluşlarının sosyal medya mecralarını güncel tutmalarının ve güvenilir bilginin yayılımı için takipçi sayılarını artırmaları gerektiğinin altı çizilmelidir. Bu tarz kuruluşlar ve takipçi sayısı fazla olan sosyal medya ünlülerinin yapacağı iş birliklerinin de (Bkz. Pourebrahim vd., 2019) afet sırasındaki doğru bilginin takibi ve yayılımı için önemli olabileceği unutulmamalıdır.

Bu iş birlikleri için sosyal medya hesaplarının sahiplerine bilimsel çerçevede bilgilendirmeler yapılmalı eğitimler verilmelidir. Bu konu ile ilgili bir çalışmada Mangosteen tayfunu ve Yiliang depremi felaketlerinde sosyal medyada mesajların yeniden paylaşılmasının ardındaki duygusal faktörler araştırılmış ve takipçi sayısı fazla olan sosyal medya ünlülerinin, mesajlarının yeniden paylaşılmasına etki ettiklerini ortaya konulmuştur (Lifang vd., 2020). Araştırma uyarınca Tayfun veya deprem ile ilgili olarak gönderilerdeki öfke ile ilgili kelimeler arttıkça yeniden paylaşım sayısının da arttığı bulunmuştur. Sosyal medyada takipçi sayısı fazla olan sosyal medya ünlülerinin mesajlarının duygusal niteliğinin bu kişilerin mesajlarının yeniden paylaşılma olasılığını etkilediği saptanmıştır. Buna göre tayfun ile ilgili kaygı içeren mesajlar yeniden paylaşılmazken, üzüntü ifade eden sözcüklerin yeniden paylaşılma oranları artmaktadır (Lifang vd., 2020). Sosyal medya ünlüleri ile yapılacak iş birliklerinin faydalı olması için bu tür faktörlerin bilimsel araştırmalar tarafından aydınlatılması gerekmektedir.

Medyanın felaketten doğrudan etkilenenler üzerindeki etkisi etkilenenlere kıyasla daha güçlü olabilmektedir, burada medyanın nasıl bir algı yarattığının önemi anlaşılmaktadır (Cheng vd., 2015). Bu bağlamda

afetin sanıldığından daha geniş bir popülasyona yayılabildiği akılda tutulmalıdır. Kurumların sosyal medya aracılığı ile yayılmasını planladığı bilgilerin niteliğinin nasıl olması gerektiği ile ilgili çalışmalar yapılmalı, özellikle yardım ve bilgilendirme görevi olan kurumların sosyal medya hesaplarını nasıl yönetecekleri bu doğrultuda ele alınmalıdır.

Gelecek araştırmalar farklı yöntemlerle özellikle Twitter'ın kullanımına ilişkin teknik analizler yaparak daha sayısal verilerin sosyal medyanın afet durumlarındaki kullanımına ilişkin detayları aydınlatmasına katkı sunmalıdır.

KAYNAKÇA

- Ata, F. (2023). Afet Haberciliği: Kahramanmaraş Merkezli Depremler Sürecinde Sosyal Medyaya Yönelik Bir Değerlendirme. *TRT Akademi*, 8 (18), 606-629. DOI: 10.37679/trta.1271366
- Austin, L., Liu, B.F., & Y. Jin (2012). How audiences seek out crisis information: exploring the social-mediated crisis communication model. *Journal of Applied Communication Research*. 40(2). 188–207.
- B. Ü. KRDAE Bölgesel Deprem-Tsunami İzleme ve Değerlendirme Merkezi. (2023). *6 Şubat- 20 Şubat 2023 Depremlerine Ait Ön Değerlendirme Raporu*. http://www.koeri.boun.edu.tr/sismo/2/wp-content/uploads/2023/02/022023_Kahramanmaraş-Gaziantep_Hatay_-BDTIM_On_degerlendirme_raporu.pdf
- Brachten, F., Mirbabaie, M., Stieglitz, S., Berger, O., Bludau, S., & Schrickel, K. (2018). Threat or opportunity?-examining social bots in social media crisis communication. *arXiv preprint arXiv:1810.09159*.
- Braun, V. ve Clarke, V. (2019). Psikolojide tematik analizin kullanımı. S. N. Şad, N.Özer ve A. Atli (Çev.). *Journal of Qualitative Research in Education*, 7(2), 873-898. DOI: 10.14689/issn.2148-2624.1.7c.2s.17m
- Cheng, J.W., Mitomo, H., Otsuka, T. & Jeon, S.Y. (2015) Media’s effects on people’s perceptions and intentions in post-disaster recovery: a case study of the Great East Japan Earthquake. 26th European Regional Conference of the International Telecommunications Society (ITS): "What Next for European Telecommunications?", Madrid, Spain, 24th-27th June, 2015, International
- Eismann, K., Posegga, O., & Fischbach, K. (2016). *Collective behaviour, social media, and disasters: a systematic literature review*. *Proceedings of the 24th European Conference on Information Systems* içinde. AIS Electronic Library (AISeL). <https://fis.uni-bamberg.de/handle/uniba/41289>
- Eyüboğlu, E. & Kodak, D. (2023). İnfodemi ve dijital kamusal alan: afet dönemi özelinde bir araştırma. *TRT Akademi*, 8(18), 528-551. DOI: 10.37679/trta.1277312
- Feldman, D., Contreras, S., Karlin, B., Basolo, V., Matthew, R., Sanders, B., Houstana, D., Cheunga, W., Goodrichb, K., Reyesd, A., Serranod, K., Schubertc, J., Lukec, A., & Luke, A. (2016). Communicating flood risk: Looking back and forward at traditional and social media outlets. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 15, 43-51.
- Fraustino, J. D., Liu, B., & Jin, Y. (2012). *Social Media Use During Disasters: A Review of the Knowledge Base and Gaps*. Technical Report, Science and Technology Directorate; U.S. Department of Homeland Security. <https://reliefweb.int/report/world/social-media-use-during-disasters-review-knowledge-base-and-gaps>
- Houston, J. B., Hawthorne, J., Perreault, M. F., Park, E. H., Goldstein Hode, M., Halliwell, M. R., McGowen S.E.T, Davis R., Vaid S., McElderry J.A., Griffith, S. (2015). Social media and disasters: a functional framework for social media use in disaster planning, response, and research. *Disasters*, 39(1), 1-22.
- Houston, J.B. (2012). Public disaster mental/behavioral health communication: intervention across disaster phases. *Journal of Emergency Management*, 10(4), 283–292.
- Jung, J. Y., & Moro, M. (2014). Multi-level functionality of social media in the aftermath of the Great East Japan Earthquake. *Disasters*, 38(2), 123-143.
- Jurgens, M., & Helsloot, I. (2018). The effect of social media on the dynamics of (self) resilience during disasters: A literature review. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 26(1), 79-88.
- Kaewkitipong, L., Chen, C. C., & Ractham, P. (2016). A community-based approach to sharing knowledge before, during, and after crisis events: A case study from Thailand. *Computers in Human Behavior*, 54, 653-666.

Kavanaugh, A., Yang, S., and Li, L. T. (2011) Microblogging in Crisis Situations: Mass Protests in Iran, *Tunisia, Egypt*, *Proceedings of the CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* içinde, Vancouver, Canada.

Keim, M. E., & Noji, E. (2011). Emergent use of social media: a new age of opportunity for disaster resilience. *American Journal of Disaster Medicine*, 6, 47–54.

Kodrich, K. and Laituri, M (2011). Making a Connection: Social Medias Key Role in the Haiti Earthquake. In: *Journal of Communication and Computer*, Vol. 8, No. 8, pp. 624-627.

Lifang, L. I., Zhiqiang, W. A. N. G., Zhang, Q., & Hong, W. E. N. (2020). Effect of anger, anxiety, and sadness on the propagation scale of social media posts after natural disasters. *Information Processing & Management*, 57(6), 102313.

Mendoza, M., Poblete, B., & Castillo, C. (2010, July). Twitter under crisis: Can we trust what we RT? *Proceedings of the first workshop on social media analytics* içinde, 71-79.

Mills, A., Chen, R., Lee, J., & Raghav Rao, H. (2009) Web 2.0 emergency applications: How useful can Twitter be for emergency response? *Journal of Information Privacy and Security*, 5(3), 3–26.

Neubaum, G., Rösner, L., Rosenthal-von der Pütten, A. M., & Krämer, N. C. (2014). Psychosocial functions of social media usage in a disaster situation: A multi-methodological approach. *Computers in Human Behavior*, 34, 28-38.

Number of Twitter Users by Country (2023). Oberlo <https://www.oberlo.com/statistics/number-of-twitter-users-by-country>

Oh, O., Agrawal, M., & Rao, H. R. (2013). Community intelligence and social media services: A rumor theoretic analysis of tweets during social crises. *MIS Quarterly*, 407-426.

Öztürk, M. & Demir, Y. (2023). Bilgilendirme ve kaos Arasında: afet yönetiminde medyanın rolüne yönelik bibliyometrik bir analiz. *TRT Akademi*, 8(18), 506-527. DOI: 10.37679/trta.1270615

Peary, B. D., Shaw, R., & Takeuchi, Y. (2012). Utilization of social media in the east Japan earthquake and tsunami and its effectiveness. *Journal of Natural Disaster Science*, 34(1), 3-18.

Perng, S. Y., Büscher, M., Wood, L., Halvorsrud, R., Stiso, M., Ramirez, L., & Al-Akkad, A. (2013). Peripheral response: Microblogging during the 22/7/2011 Norway attacks. *International Journal of Information Systems for Crisis Response and Management (IJISCRAM)*, 5(1), 41-57.

Pourebrahim, N., Sultana, S., Edwards, J., Gochanour, A., & Mohanty, S. (2019). Understanding communication dynamics on Twitter during natural disasters: A case study of Hurricane Sandy. *International journal of Disaster Risk Reduction*, 37, 101176.

Qu, Y., Huang, C., Zhang, P., & J. Zhang (2011). Microblogging after a Major Disaster in China: A Case Study of the 2010 Yushu Earthquake. *Proceedings of the 14th ACM Conference on Computer-Supported Cooperative Work* içinde, 25–34.

Recuero, R., & Araújo, R. (2012, June). On the rise of artificial trending topics in twitter. In *Proceedings of the 23rd ACM conference on Hypertext and social media*. (305-306).

Reuter, C., & Kaufhold, M. A. (2018). Fifteen years of social media in emergencies: a retrospective review and future directions for crisis informatics. *Journal of contingencies and crisis management*, 26(1), 41-57.

Reuter, C., Marx, A., & Pipek, V. (2012). Crisis management 2.0: Towards a systematization of social software use in crisis situations. *International Journal of Information Systems for Crisis Response and Management (IJISCRAM)*, 4(1), 1–16.

Seddighi, H., Salmani, I., & Seddighi, S. (2020). Saving lives and changing minds with Twitter in disasters and pandemics: a literature review. *Journalism and Media*, 1(1), 59-77.

Shklovski, I., Burke, M., Kiesler S., & Kraut R. (2010). Technology adoption and use in the aftermath of Hurricane Katrina in New Orleans. *American Behavioral Scientist*, 53(8). 1228–1246.

Shklovski, I., Palen, L., & Sutton, J. (2008). Finding community through information and communication technology in disaster response. In *Proceedings of the 2008 ACM conference on Computer supported cooperative work* içinde, 127-136.

Sreenivasan, N., Lee, C.S., & Goh, D. H. (2011) Tweet Me Home: Exploring Information Use on Twitter in Crisis Situations. *Proceedings of the 14th International Conference on Human-Computer Interaction* içinde, 1-10.

Starbird, K., & Palen, L. (2010). “Pass It On? Retweeting in Mass Emergency;”. *Proceedings of the 7th International ISCRAM Conference* içinde.

Starbird, K., Palen, L., Hughes, A. L., & Vieweg, S. (2010). Chatter on the red: what hazards threat reveals about the social life of microblogged information. *Proceedings of the 2010 ACM conference on Computer supported cooperative work* içinde, 241-250.

Stieglitz, S., Bunker, D., Mirbabaie, M., & Ehnis, C. (2018). Sense-making in social media during extreme events. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 26(1), 4-15.

Sutton, J. (2010). Twittering Tennessee: Distributed networks and collaboration following a technological disaster. In *Proceedings of the 7th International Conference on Information Systems for Crisis Response and Management*.

Tang, Z., Zhang, L., Xu, F., & Vo, H. (2015). Examining the role of social media in California’s drought risk management in 2014. *Natural Hazards*, 79, 171-193.

Twitter Deprem Bölgesinin Sesi Oldu (2023, Şubat 9). Habertürk Gazetesi. <https://www.haberturk.com/twitter-deprem-bolgesinin-sesi-oldu-3564115-teknoloji>

Twitter Trends in Turkey (2023, Şubat 6). Export Data. <https://www.exportdata.io/trends/turkey/2023-02-06/9>

Valenzuela, S., Puente, S., & Flores, P. M. (2017). Comparing disaster news on Twitter and television: An intermedia agenda setting perspective. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 61(4), 615-637. DOI: 10.1080/08838151.2017.1344673

Vieweg, S., Hughes, A. L., Starbird, K., & Palen, L. (2010, April). Microblogging during two natural hazards events: what twitter may contribute to situational awareness. *Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems* içinde, 1079-1088.

Yan, L., & Pedraza-Martinez, A. J. (2019). Social media for disaster management: Operational value of the Social conversation. *Production and Operations Management*, 28(10), 2514-2532.

- **Etik kurul onayı:** Etik kurul onayına ihtiyaç bulunmamaktadır.
- **Çıkar çatışması:** Çıkar çatışması bulunmamaktadır.
- **Finansal destek:** Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

-
- **Ethics committee approval:** There is no need for ethics committee approval.
 - **Conflict of interest:** There is no conflict of interest.
 - **Grant support:** The author declared that this study has received no financial support.

Bu çalışma araştırma ve yayın etiğine uygun olarak gerçekleştirilmiştir.
This study was carried out in accordance with research and publication ethics.