

AFET VE KRİZ DÖNEMLERİNDE BİREYLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIM PRATİKLERİ VE İNFOBEZİTE: KAHRAMANMARAŞ DEPREMİ ÖRNEĞİ

Ahmet KOÇYİĞİT¹

ÖZ

İnsanlığın var oluşundan itibaren yaşanan krizler ve doğal afetler bireylerin yaşantıları üzerinde doğrudan veya dolaylı olarak olumsuz etkilere neden olmuştur. Yaşanan bu afet ve kriz dönemlerinde insanoğlu da bu süreçlere farklı tepkiler vermiş ve kriz süreçlerini dönemin şartlarına göre yönetme yoluna gitmiştir. Özellikle internet ve sosyal medya araçlarının insan hayatına girmesiyle birlikte bu dönemlerde resmi bilgilendirmelerin yanı sıra bireylerin birbirleri ile anlık olarak veri alışverişi sağlamalarının önü açılmıştır. Fakat bu dönemler bireylerin sosyal medya kullanım pratiklerinde ve veri paylaşımlarında farklılıklar ortaya çıkarmış, aşırı bilgi paylaşımı “infobezite” kavramını doğurmuştur. 6 Şubat 2023 Pazartesi günü meydana gelen Kahramanmaraş merkezli depremler sonucunda ülkemizde 10’dan fazla il etkilenmiş ve bu doğal afet tüm Türkiye’yi derinden etkilemiştir. Bu büyük doğal afet ve kriz sürecinde sosyal medya platformlarında büyük bir bilgi akışı ve yoğun bir paylaşım trafiği oluşmuş ve bu paylaşımların neredeyse tamamını deprem ile ilgili içerikler oluşturmuştur. Bu doğrultuda bu çalışmada, Kahramanmaraş depremleri özelinde bireylerin afet ve kriz dönemlerinde sosyal medya kullanım pratiklerinin belirlenmesi ve veri akışı süreçlerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda çalışmada Kahramanmaraş depreminin gerçekleştiği 6 Şubat 2023 tarihinden sonraki 9-12 Şubat 2023 tarihleri arasında bireylerin X platformu üzerinden paylaştıkları deprem ile ilgili 10 bin post MAXQDA 2022 paket programı kullanılarak içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Çalışmada elde edilen bulgular değerlendirildiğinde, X platformunda deprem sürecinde hakkında en çok paylaşım yapılan etiketler, hesaplar ve kavramların neler olduğu tespit edilmiştir. Deprem sürecinde özellikle 600 bin kullanıcının X’i kullanarak yoğun paylaşımlar yaptıkları değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Afet ve Kriz, Infobezite, Deprem

Araştırma Makalesi

Research Article

¹ Öğr. Gör. Dr.
Zonguldak Bülent Ecevit
Üniversitesi
Çaycuma MYO

E-Posta
ahmetkocyigit@beun.edu.tr
ORCID
0000-0002-1276-1128

Başvuru Tarihi / Received

18.12.2023

Kabul Tarihi / Accepted

13.02.2024

**INDIVIDUALS' SOCIAL MEDIA USE PRACTICES
AND INFOBESITY IN DISASTER AND CRISIS
PERIODS: THE CASE OF KAHRAMANMARAŞ
EARTHQUAKE**

ABSTRACT

Since the existence of humanity, crises and natural disasters have caused direct or indirect negative effects on the lives of individuals. In these disaster and crisis processes, human beings have reacted differently to these processes and have tried to manage the crisis processes according to the conditions of the period. Especially with the introduction of the internet and social media tools into human life, it has paved the way for individuals to instantly exchange data with each other as well as official information. However, these periods have led to differences in individuals' social media usage practices and data sharing, and excessive information sharing has led to the concept of "infobesity". On Monday, February 6, 2023, more than ten provinces in Turkey were affected by the earthquakes centered in Kahramanmaraş and this natural disaster deeply affected the whole of Turkey. During this great natural disaster and crisis process, a great flow of information and intense sharing traffic occurred on social media platforms, and almost all of these posts consisted of earthquake-related content. In this direction, this study aims to determine the social media usage practices of individuals during disasters and crises and to identify data flow processes in the context of Kahramanmaraş earthquakes. For this purpose, in the study, 10 thousand posts about the earthquake shared by individuals on the X platform between February 9-12, 2023 after February 6, 2023, when the Kahramanmaraş earthquake occurred, were analyzed by content analysis method using the MAXQDA 2022 package program. When the findings obtained in the study are evaluated, it was determined which tags, accounts and concepts were shared the most on the X platform during the earthquake process. It was evaluated that especially 600 thousand users shared intensive posts using X during the earthquake process.

Keywords: Social Media, Disaster and Crisis, Infobesity, Earthquake

GİRİŞ

Afet dönemleri birçok kurum ve kuruluşun birlikte ve koordineli olarak görev almasını gerektiren ve insan hayatını doğrudan etkileyen olaylardır (Schroeder vd, 2013: 127; Şahin ve Sipahioğlu, 2002: 15). Afet süreçleri fiziksel, ekonomik ve sosyal kayıplar meydana getiren; hayatın akışını ve insan aktivitelerini durdurarak veya kesintiye uğratarak toplumları, toplulukları etkileyen süreçlerdir. Afetler doğal,

KOÇYİĞİT, Ahmet (2024). Afet ve Kriz Dönemlerinde Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Pratikleri ve İnfobezite: Kahramanmaraş Depremi Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 62-87

teknolojik ve insan kökenli olaylar olması sebebiyle bireyler bu gibi durumlarda farklı davranış durumları sergilemektedirler (Erkal ve Değirmenyurt 2009: 149). Afetler; deprem, sel, heyelan gibi bir toplumu tehdit eden, yerel olanakların yetersiz kaldığı, ulusal imkânların seferber edilmesini gerektiren, beklenmedik mal ve can kaybına neden olması sebebiyle ayrıca bir nevi kriz halleridir (Akyel, 2005: 5).

Krizler; örgütü, kurumu, devleti ve yöneticileri sıkıntıya sokan, baş edilmesi zor olan ve bu gibi durumlarda doğru ve güncel bilginin ulaşılmasının zor olduğu dönemlerdir. Bu sebeple bu gibi durumlarda sağlıklı iletişimin kurulamaması, haberleşme engelleriyle karşılaşılması, örgütsel ve yönetsel faaliyetlerin yeterince yerine getirilememesi gibi zorluklarla sıklıkla karşılaşmaktadır (Aksu, 2009: 2436). Kriz önceden beklenmeyen ve sezilemeyen bir olay olması sebebiyle bu gibi durumlarda anlık haberleşme ihtiyacının giderilmesi, kamuoyunun bilgilendirilmesi, kurumlar ve örgütler tarafından tatmin edici açıklamaların yapılması önem arz etmektedir (Kazancı, 2009: 388; Tağraf, 2003: 150). Bunun yanında bu gibi afet ve kriz durumlarından ise bireyler psikolojik ve sosyal olarak etkilenmekte ve bu gibi durumlarla baş edebilmek, haber alabilmek veya paylaşabilmek için kitle iletişim araçlarından sıklıkla faydalanmaktadır. Günümüzde ise bu afet ve kriz durumlarında bireylerin sıklıkla faydalandığı kitle iletişim araçlarının başında internet ve özellikle de sosyal medya araçları gelmektedir.

Sosyal medya araçları günümüzde kullanıcıların bireysel olarak kendi içeriklerini oluşturabildikleri, bu içerikleri geniş topluluklarla paylaşabildikleri mecralardır (Blossom, 2009: 26; Roberts ve Kraynak, 2008: 146). Sosyal medya, sunmuş olduğu bu avantajlar sayesinde geleneksel medya araçlarına göre bireylere daha fazla özgürlük ve geniş alan sağlamakta, dahası kullanıcılara içerik üretme ve kendi profil hesaplarını oluşturma olanağı sunmaktadır. Böylece sosyal medya kullanıcılarına sınırsız bir hareket alanı sağlamaktadır. (Castells, 2008: 100-113). Teknolojik gelişmelere paralel ortaya çıkan bu mecraların yaratmış olduğu sınırsız hareket alanı ulus devletlerin sahip olduğu güç ile yarışacak hale gelmiştir.

Günümüzde Türkiye’de toplam nüfusun yüzde 82’si internet kullanmakta, yaklaşık 69 milyon kişi ise sosyal medya kullanıcısı olarak karşımıza çıkmaktadır

KOÇYİĞİT, Ahmet (2024). Afet ve Kriz Dönemlerinde Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Pratikleri ve İnfobezite: Kahramanmaraş Depremi Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 62-87

(Digital 2022). Bu rakamlar göz önüne alındığında sosyal medya araçlarının toplum nezdindeki önemi daha iyi anlaşılmaktadır. Dünya genelinde pek çok farklı sosyal medya aracı bulunmasına karşın bazılarının kullanım ve etki oranı diğerlerine göre oldukça fazladır. Bu kullanım ve etki düzeyinin yüksek olduğu sosyal medya araçlarının en önemlilerinden bir tanesi de X platformudur. Siyasetten spora, sanattan iş hayatı ve eğlenceye kadar neredeyse birçok konuda gündemi belirleyen platformların başında yer alan X, bireyler ve kurumlar tarafından afet ve kriz anlarında da etkin olarak kullanılmaktadır. Günümüzde neredeyse tüm kurumlar, sivil toplum örgütleri ve bireyler tarafından haber ve bilgi paylaşımı amacıyla etkin olarak kullanılan bu platform her kesimin gündemini belirlemekte, X'de gündem olan bir konu toplumun, siyasilerin ve hatta tüm ulusun gündemi haline dahi gelebilmektedir. Bu durum bu platformun kullanım ve etki anlamında ne kadar önemli olduğunu da ortaya koymaktadır. Bu nedenle platformun bu iletişim gücünden kurumlar, bireyler, devletler ve siyasiler etkin bir şekilde faydalanmak istemektedirler (Koçyiğit, 2022: 79; Diker ve Taşdelen, 2017). Bireyler ve kurumlar, anlık ve interaktif iletişime olanak sağlanması, çok fazla kullanıcıya sahip olması sebebiyle özellikle afet ve kriz anlarında bu platformu etkin bir şekilde kullanmaktadır. Kriz anlarında anlık ve hızlı haber sağlanması sebebiyle de günümüzde bu platform sıklıkla tercih edilmektedir.

Afet ve kriz dönemlerinde bireyler aktif kullanıcılara dönüşmekte, sosyal medya platformları vasıtasıyla bilgiye erişmek için istekli ve gönüllü hale gelmektedirler. Bu istek doğal afet, toplumsal olaylar ve diğer kriz anlarında daha da katlanarak artmaktadır. Kriz ve afet anlarında resmi kanallar aracılığıyla yapılan açıklamaların topluma ulaştırılması, bu açıklamaların bireylerde anlık olarak karşılık bulması ve bu bilginin bireysel kullanıcılar tarafından çevrelerine dağıtılması hem krizin yönetilmesi hem de kriz zamanlarında doğru bilgiye ulaşılması açısından önem arz etmektedir. Afet ve kriz anlarında bireyler bilgiye ulaşmanın yanı sıra, diğer zamanlara göre daha aktif birer içerik ve haber üreticisi haline de gelmekte, afet ve kriz ile ilgili haberleri paylaşma, duyurma ve yakınlarından haber alma aracı olarak bu platformu etkin bir haberleşme aracı olarak kullanmaktadırlar. Bu durum ise, bu

KOÇYİĞİT, Ahmet (2024). Afet ve Kriz Dönemlerinde Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Pratikleri ve İnfobezite: Kahramanmaraş Depremi Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 62-87

anlarda aşırı bilgi paylaşımı, aşırı içerik üretimi, yani infobezite (bilgi obezitesi) sürecini de beraberinde getirmiştir.

Afet ve kriz dönemlerinde sosyal medya kullanımı ile ilgili literatürde yapılan çalışmalar dikkate alındığında; Alexander (2014: 718-719), afet riskinin azaltılması ve kriz yönetiminde sosyal medya ile ilgili detaylı bir literatür ortaya koymuştur. Schroeder vd., (2013: 127) ise, kriz zamanlarında sosyal medya sürecini inceleyerek, acil durum ve kriz anlarında sosyal medya araçlarının kullanımının daha yüksek olduğunu ifade etmektedirler. Mirbabaie vd., (2020: 195) ise, kriz anlarında sosyal medyanın kendi kendini organize eden sistemlere dönüştüğünü vurgulamakta, ayrıca bu dönemlerde sosyal medyanın bireylerin ve kurumların bilgiyi anlamlandırma süreçlerini farklılaştığını vurgulamaktadırlar. Saroj ve Pal (2020), kriz yönetiminde sosyal medya isimli çalışmalarında, acil durumların ortaya çıkmasının sosyal medya üzerindeki etkileri, kriz anlarında ani bir paylaşım dalgasının oluştuğunu ve bu gibi durumlarda kurumların hazırlık süreçlerine ve kayıpları en aza indirmek amacıyla acil durumları yönetmek için gerekli adımların atılma süreçleri üzerine odaklanmışlardır. Middleton vd., (2013: 10) ise, doğal afet süreçlerinde sosyal medyada gerçek zamanlı kriz haritalaması üzerine yaptığı çalışmada, afet ve kriz dönemlerinde sosyal meyanın veri akışında önemli bir etkisi olduğunu ortaya koymaktadır.

Ülkemizde yapılan çalışmalar incelendiğinde ise, afet ve kriz dönemlerinde sosyal medya ile ilgili çalışmaların genellikle sosyal medyanın etkisi üzerine gerçekleştirildiği tespit edilmiştir. Bu doğrultuda Demiröz (2002), afet kriz yönetiminde sosyal medyanın işlevselliği ve zararları üzerine bir inceleme gerçekleştirmiştir. Koçyiğit (2023b) ise, Kahramanmaraş depremi özelinde sosyal medyada dezenformasyon ve kriz iletişimi üzerine yaptığı çalışma ile afet ve kriz dönemlerinde sosyal medya süreçlerine odaklanmıştır. Gökmen (2023)'in, Kahramanmaraş depreminin sosyal medyadaki görünümü üzerine gerçekleştirdiği araştırma bu çalışma ile benzerlik göstermektedir.

Bu çalışma, “Yüzyılın doğal afeti” olarak adlandırılan ve ülkemizde büyük bir yıkıma yol açan Kahramanmaraş merkezli depremler sonrasında bireylerin sosyal medya kullanım pratiklerini incelemesi açısından diğer literatürdeki çalışmalardan

KOÇYİĞİT, Ahmet (2024). Afet ve Kriz Dönemlerinde Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Pratikleri ve İnfobezite: Kahramanmaraş Depremi Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 62-87

farklılaşmaktadır. Ayrıca bu sürecin infobezite kavramı ile bağlantılı olarak incelenmesi önem arz etmektedir. Bu doğrultuda çalışmada, Kahramanmaraş merkezli depremler sonrasında bireylerin sosyal medya kullanım pratikleri ve infobezite konu edinilmektedir. Bu amaçla, Kahramanmaraş depremleri sonrasında bireylerin sosyal medya paylaşımları ve bu paylaşımların infobezite bağlamında incelenmesi amaçlanmıştır.

1. Afet ve Kriz Anlarında Sosyal Medya

Bireylerin ve kurumların daha rahat içerik üretebildiği, güncellenebilir, hızlı ve maliyetsiz olma özellikleri sayesinde ayırt edici vasıflara sahip olan sosyal medya araçları son yıllarda büyük gelişim göstermiştir (Koçyiğit ve Koçyiğit, 2018: 19-20). Günümüzde sosyal medya insan hayatında önemli bir rol oynamaktadır. Facebook, Instagram, X, LinkedIn, Foursquare, YouTube veya Flickr gibi sosyal medya hizmetleri insanları birbirine bağlayarak hayatlarını etkilemekte, herhangi bir konu hakkında bilgi paylaşmak ve görüşlerini dile getirmek için çevrimiçi topluluklar oluşturma imkânı sağlamaktadır. Son yıllardaki sosyal medyanın bu yükselişi, bireylerin birbirleriyle etkileşim ve iletişim kurma şeklini derinden değiştirmiş ve onu yeni ortaya çıkan “sosyal algılama” ve Web 2.0 teknolojilerinin önemli bir bileşeni haline getirmiştir. Kullanıcıların bireysel olarak kendi içeriklerini üretebilmeleri, bu içerikleri yayımlayabilmeleri ve geniş topluluklarla paylaşabilmeleri sosyal medya araçlarının en büyük avantajlarını oluşturmaktadır (Blossom, 2009: 26; Roberts ve Kraynak, 2008: 146).

Kullanıcı tarafından içeriğin (UGC) oluşturulmasına ve paylaşılmasına izin veren sosyal medya uygulamaları hem afet iletişimi açısından hem de afet risk analizi için değerli bir veri kaynağı olarak hareket ederek afet ve kriz yönetiminde önemli bir rol oynamaktadır. Geleneksel bilgi kaynaklarıyla karşılaştırıldığında; sosyal medyanın genel olarak bilginin ortaya çıkarılması ve yayılması için paylaşılma yeteneği, gerçek zamanlı güncelleme, kendi kendini yayınlama yeteneği ve yaygın dağıtım gibi çeşitli avantajlara sahip olduğuna inanılmaktadır. Sosyal medya hem siber uzay faaliyetlerindeki hem de kolektif insan davranışlarındaki dinamik değişikliklerin daha iyi tespit edilmesi ve izlenmesi için büyük bir potansiyel sunmaktadır (Fang vd., 2019:

KOÇYİĞİT, Ahmet (2024). Afet ve Kriz Dönemlerinde Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Pratikleri ve İnfobezite: Kahramanmaraş Depremi Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 62-87

275-276). Bu bağlamda afet ve kriz dönemlerinde sosyal medya bu özellikleri sayesinde bireylerin iletişimsel ve davranışsal süreçlerinin bir parçası konumundadır.

İnsanlar afet anlarında aileleri ve arkadaşlarıyla iletişim kurmaya çalışarak can güvenliklerini sorgulamaktadırlar. Ayrıca yiyecek, barınma, ulaşım, tıbbi ve diğer ihtiyaçlar hakkında bilgi aramakta veya paylaşmaktadırlar. Birçok telefon şebekesi, çağrılardaki ani artışlarla (binlerce kişinin aynı anda aramaya çalışmasıyla) veya afetin hemen ardından gönderilen mesajlarla başa çıkamazken, Facebook ve X gibi çevrimiçi sosyal medya araçları bu durumlarda insanlara hizmet sunabilmektedir. Bu medyalar büyük paylaşım trafiğiyle başa çıkma yeteneğine sahip olup bu gibi durumlarda çevrimiçi kalabilir ve bir iletişim aracı olarak hizmet edebilirler. Aynı zamanda televizyon ve radyonun tek yönlü iletişim engelini de aşabilmektedirler (Saroj ve Pal, 2020).

Afetlerin etkilerini azaltmak için ise, afet sonrası duruma ilişkin insan odaklı bilgi, afet müdahalesi ve iyileştirme açısından çok önemlidir. Bu bağlamda, bilgi yayma konusundaki büyük kapasitesi ile sosyal medya, afet iletişimine yardımcı olacak umut verici bir kanal olarak giderek artan bir popülerlik kazanmıştır. Dahası sosyal medya hızlı ve kapsamlı afet değerlendirmesi için yeni araçlar ve değerli bilgi kaynakları sağlayabilmektedir (Fang vd., 2019: 276). Günümüzde bireylerin en çok tercih ettiği sosyal medya platformlarından bir tanesi olan X, yalnızca acil durumlarda kullanılmayan, aynı zamanda insanların acil durum bilgilerini oluşturma, yayma ve paylaşma şeklini de değiştiren başlıca sosyal medya platformlarından biri konumundadır. X'in gerçek zamanlı özelliği, onu afetler ve kriz olayları sırasında metinler ve resimler de dahil olmak üzere bilgilerin yayılması ve toplanması için uygun bir kitle kaynak platformu haline getirmekte, bu da bir durum hakkında halkın farkındalığını anında artırmaktadır.

Acil durum görevlilerinin karşı karşıya kaldığı en büyük zorlu sorunlardan biri, risk altındaki sakinlerin derhal uygun önlemleri alabilmeleri için uyarı yöntemlerinin geliştirilmesidir. Özellikle afetler sırasında yerel yetkililerin X kullanımı hızla artmakta, ancak bu sistemin etkinliği ise devam eden bir tartışma konusu olarak gündemdeki yerini korumaya devam etmektedir. Bu nedenle, insanları bilgilendirdiği

KOÇYİĞİT, Ahmet (2024). Afet ve Kriz Dönemlerinde Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Pratikleri ve İnfobezite: Kahramanmaraş Depremi Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 62-87

ve dolayısıyla doğal afete hazırlık eylemlerini etkileyebileceği için afet sırasında bir iletişim aracı olarak potansiyelini anlamak önemlidir. Afet sırasında X'in potansiyel rolü tartışılırken, bu tür olaylar sırasında risk bilgilerinin alınması ve yayılması için X'in yaygın kullanımının etkinliği akademik araştırmalara konu olmaktadır. Bu teknolojilerin nasıl kullanıldığına dair kanıta dayalı stratejiler olmadan, sosyal medya araçlarının afet yönetiminde uygulanması zorlu olmaya devam edecektir (Pourebrahim vd., 2019).

6 Şubat 2023 Pazartesi günü ülkemizde meydana gelen Kahramanmaraş merkezli depremler sonucunda da birçok kullanıcı X platformunu yakınlarından haber almak, bilgi paylaşmak, duyuru ve ihbar yapmak ya da diğer amaçlar için çok yoğun bir şekilde kullanmışlardır. Söz konusu depremler sonrasında ilk 48 saat içerisinde X platformu üzerinden yaklaşık 50 milyon paylaşım gerçekleşmiş ve bu paylaşımlar 40 milyarı aşkın erişime ulaşmıştır (Habertürk, 2023). Bu veriler doğrultusunda afet ve kriz hallerinde sosyal medyada çok yoğun bir paylaşım trafiği gerçekleştiğini söylemek mümkündür.

Alexander (2014), sosyal medyanın acil durumlardaki faydasını yedi başlıkta özetlemiştir. Bunlar:

1. Dinleme işlevi: Sosyal medya normalde sesi olmayan insanlara da ses verebilmektedir. Ayrıca kamusal tartışmalara son derece demokratik bir katılım şekli sağlamakta, bilgi ve bakış açısı alışverişini kolaylaştırmaktadır. Bu araştırmaya konu olan ve ülkemizi derinden etkileyen 6 Şubat Kahramanmaraş depremleri sonrasında sosyal medya ise afet ve kriz zamanlarında birçok kişinin yardım talebini iletmesinde, yardımların koordine edilmesinde, duyuru ve ihbar gibi paylaşımların yapılmasına olanak sağlamıştır.

2. Durumu izlemek: Dinleme işlevi pasif bilgi toplamayı içerirken, olaylara verilen tepkileri geliştirmek, insanların ne düşündüğünü ve yaptığını öğrenerek genel kamuoyunu daha iyi yönetmek için izleme yapılır. Sosyal medya izleme işlevi için etkin bir araçtır. Kahramanmaraş depremleri sonrasında kullanıcıların büyük

KOÇYİĞİT, Ahmet (2024). Afet ve Kriz Dönemlerinde Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Pratikleri ve İnfobezite: Kahramanmaraş Depremi Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 62-87

çoğunluğu tepkileri takip etmek, insanların ne düşündüğünü ve yaptığını öğrenmek amacıyla bu araçlardan faydalanmışlardır.

3. *Sosyal medyanın acil durum planlaması ve kriz yönetimine entegrasyonu*: Yapılan araştırmalar kullanıcıların çoğunun ulusal acil durum müdahale organizatörlerinin sosyal ağ sitelerini düzenli olarak izlemesinin faydalı olacağını düşündüğü bulunmuştur. Kahramanmaraş depremleri sonrasında birçok kurum ve kuruluş sosyal medya hesaplarını aktif olarak kullanmışlar ve yine sosyal medya üzerinden acil durum planları ve kriz yönetimi süreçlerini halk ile paylaşmışlardır. Örneğin AFAD deprem sonrası resmi X hesabını etkin bir şekilde kullanmıştır (Koçyiğit, 2023a: 81).

4. *Kalabalık- kaynak bulma ve işbirlikçi gelişim*: Afetlerin çoğunda ilk müdahaleyi yapanlar halktır. Üstelik sosyal sermaye, becerilerin, liderliğin, ağların, destek sistemlerinin vb. harekete geçirilmesi biçiminde yer alır. Kahramanmaraş depremleri sonrasında da kullanıcılar sosyal medya üzerinden yoğun bir paylaşım trafiği gerçekleştirerek belirli kurum ve kişilerin harekete geçmesine, organize olunmasına etki etmişlerdir.

5. *Sosyal uyum yaratmak*: Sosyal medya, insanların belirli girişimlerin bir parçası olduklarını hissetmelerini sağlamak için kullanılabilir. Yerel veya çevrimiçi topluluklarla özdeşleşme duygusunu geliştirebilirler.

6. *Kampanya organizasyonları*: Bağış çağrısı başlatmak için X gibi sosyal medya araçları etkin olarak kullanılabilir.

7. *Araştırma*: Strese, riske ve felakete verilen sosyal tepkilerin anlaşılması, sosyal medya kullanımıyla geliştirilebilir. Bu, içlerinden birinin “dijital etnografi” olarak adlandırdığı şeyi yaratmaya çalışan araştırmacılar için bir meydan okumayı temsil etmektedir.

Bunun yanında afet ve kriz dönemlerinde dezenformasyon, dedikodu yaymak, içeriğinin doğruluğu konusunda hiçbir garanti vermemek, otoriteyi baltalamak ve terör eylemlerini teşvik etmek gibi bu anlarda sosyal medyanın olumsuz yönlerini de vurgulamak gerekmektedir. Bu nedenle, yanlış veya ilgisiz gönderilerin filtrelenmesi, büyük miktarda yapılandırılmamış verinin yorumlanması ve entegre edilmesi, afet

KOÇYİĞİT, Ahmet (2024). Afet ve Kriz Dönemlerinde Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Pratikleri ve İnfobezite: Kahramanmaraş Depremi Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 62-87

yardımı ve mahremiyetin korunması ihtiyaçlarının dengelenmesi vb. gibi çeşitli zorlukların ele alınmasıyla sosyal medyanın daha etkili bir şekilde kullanılması gerekmektedir.

2. Afet ve Kriz Anlarında Sosyal Medya Kullanımı ve İnfobezite

Akıllı telefon kullanımının artması ve internet erişiminin yaygınlaşması, sosyal medyaya erişimi sağlayan önemli bir faktör olarak kabul edilmektedir. Son yıllarda doğal afet zamanlarında X, video ve fotoğraf gibi multimedya bilgileri de dahil olmak üzere ölüm ve hasar sayısını, bağış çabalarını ve uyarıları yaymak için kullanılmaktadır. Doğal afet olaylarında, insani yardım kuruluşları ve gönüllülerden oluşan bir ağ, Haiti 2010 Depremi, Rusya'daki 2010 Orman Yangını, 2012 New York Sandy Kasırgası ve 2013 Kasırgası için Oklahoma gibi web tabanlı manuel kriz haritalama siteleri kurmuştur. Bilgi sosyal medyada sürekli olarak akmakta ve acil durum yöneticilerine fayda sağlamak için kullanılmaktadır. Ağ teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla birlikte araştırmacılar ağ bileşenlerinin unsurlarına odaklanmanın yanı sıra, ağ unsurlarının etkileri üzerindeki etkisini azaltmak ve ekstrem olaylardan iyileşmeyi hızlandırmak üzerine de odaklanmaya başlamışlardır. Gelişen bir iletişim teknolojisi olarak sosyal medya, kapasitesi, bağımlılığı ve etkileşimi nedeniyle daha iyi acil durum iletişimi olanağı sunmaktadır (Diker, 2020; Saroj ve Pal, 2020).

Sosyal medyanın bazı olumsuz kullanım potansiyeline rağmen, afetlere müdahale ve risk azaltma amaçlı kullanımlarında halihazırda bazı başarı öyküleri mevcuttur. Sosyal ağlar, Haiti'deki kolera, Tayland ve Endonezya'daki dang humması gibi sağlık sorunlarını anında ve kendiliğinden bildirmek için kullanılmıştır. Japonya'da Mart 2011'deki deprem ve tsunaminin ardından sosyal medya, kamuya yönelik uyarıları kolaylaştırarak, kayıp kişilerin yerinin belirlenmesine yardımcı olmuş ve acil durumun farklı yönlerinin haritalandırılmasına olanak sağlamıştır. Ocak 2011'de Avustralya'nın Queensland ve Victoria kentinde yaşanan ani sel felaketi, halkın acil servis Facebook sitelerine erişiminde altı kat artışa yol açmış; bu da ilgi ve destekte büyük bir artışı ortaya çıkarmıştır. Araştırmacılar, X'de görünen anahtar kelimelerin sıklığındaki keskin artışları (patlamaları) tespit etmek için bir çevrimiçi izleme aracı geliştirmişlerdir. Ayrıca X hakkındaki söylentiler ve kötüye kullanımlar,

KOÇYİĞİT, Ahmet (2024). Afet ve Kriz Dönemlerinde Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Pratikleri ve İnfobezite: Kahramanmaraş Depremi Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 62-87

Indiana Üniversitesi'ndeki araştırmacılar tarafından Truthy (truthy.indiana.edu) adlı bir web sitesi aracılığıyla izlenmektedir. Ülkemizde ise özellikle bu gibi durumlarda kamuoyunu yanlış bilgilerden arındırmak ve doğru bilgiye ulaştırmak amacıyla Dezenformasyonla Mücadele Merkezi (DMM) kurulmuştur. Bu kurum sosyal medya aracılığıyla da etkin bir kriz iletişimi sürecini gerçekleştirmektedir. Dahası, kriz kamplarının ve bunların bir araya geldiği kriz ortaklarının çoğalması, zaman zaman wikiler kullanılarak, acil müdahale için sosyal medyanın daha sistematik organizasyonunu teşvik etmeye başlamıştır (Alexander, 2014).

Bilgiye erişim kaynaklarının çoğalmasıyla bilgi kirliliği bireylerin günlük hayatını ve zihinlerini meşgul etmektedir. Bilgi obezliğine neden olan bu durum infobezite olarak isimlendirilmektedir. Bu kavram ilk olarak 1970 yılında Alvin Toffler tarafından kaleme alınan “Future Shock” adlı eserinde “information overload” yani aşırı bilgi yüklemesi olarak ifade edilmiştir (Ersöz ve Kahraman, 2020: 433). Johnson (2012) ise The Information Diet isimli eserinde gıda ve bilgi obezliğini birbirine benzeterek, gıda ürünlerinin son yıllarda içeriklerini değiştirilerek insanların tüketimine sunulduğunu ve bu ürünleri bilinçsizce tüketenlerin obez olduğunu ifade etmiştir. Aynı şekilde medyada üretilen onlarca bilgi ve enformasyonları insanların bilinçsizce tüketmesinin bilgi obezliğini doğurduğunu ileri sürmüştür. Bilişsel psikolojiye dayanan bir terim olan, aşırı bilgi yüklemesi ve bilgi obezitesi olarak tanımlanan infobezite günümüzde sosyal medya araçlarının çeşitlenmesi ile daha birçok alanın konusu haline gelmiştir (Maidullah ve Sharma, 2019: 571).

Afet ve kriz anlarında özellikle sosyal medya aracılığıyla bireylerin bilgiye erişim isteği ve çabası infobeziteyi daha da derinleştirmektedir. Yoğun enformasyon akışı olduğu dönemlerde kullanıcılar hangi bilginin gerekli hangisinin gereksiz olduğunu saptamakta zorlanmaktadırlar. Bunun yanında gerçek ve yanlış bilgi ayrımının doğru bir şekilde yapılamaması nedeniyle kullanıcılar gerçek ve doğru bilgiye ulaşmakta zorluk yaşamaktadırlar. Bu doğrultuda afet ve kriz hallerinde bireylerin sosyal medyayı daha etkin olarak kullandığı ve bu kullanıma bağlı olarak afet ve kriz dönemlerinde infobezitenin aşırı bir artış gösterdiği söylenebilir.

3. Yöntem

KOÇYİĞİT, Ahmet (2024). Afet ve Kriz Dönemlerinde Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Pratikleri ve İnfobezite: Kahramanmaraş Depremi Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 62-87

Bu çalışmada, 06 Şubat 2023 Pazartesi günü ülkemizde medyana gelen Kahramanmaraş merkezli depremler sonrasında kullanıcıların X hesabından yapmış oldukları paylaşımların analiz edilmesi ve sosyal medya kullanım pratiklerinin infobezite bağlamında değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda çalışmada depremin gerçekleştiği 6 Şubat gününden sonraki süreçte (9-12 Şubat) bireylerin depremle ilgili olarak paylaştıkları 10 bin post ile sınırlandırılmıştır. Elde edilen veriler MAXQDA 2022 paket programı vasıtasıyla, içerik analizi yöntemi kullanılarak değerlendirilmiştir. Ayrıca repost (yeniden paylaşım), beğeni ve yorumlar kapsam dışında tutulmuştur. Araştırmada X platformu resmî kurumların etkin olarak kullanması ve resmî açıklamalarını bu platform aracılığı ile yapıyor olması, doğal afet ve kriz anlarında etkin bir haber aracı olması sebebiyle tercih edilmiştir.

Bu bağlamda araştırmada aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır;

- Bireylerin deprem sonrasında X platformu aracılığıyla paylaşmış olduğu postların konuları nelerdir?
- Bireylerin deprem sonrasında X platformu aracılığıyla paylaşmış olduğu postların gündemleri nelerdir?
- Deprem sonrasında X platformu aracılığıyla yapılan paylaşımlarda en sık kullanılan kelimeler nelerdir?
- Deprem sonrasında X platformu aracılığıyla yapılan paylaşımlarda en sık bahsedilen hesaplar ve en çok kullanılan etiketler nelerdir?

Bu çalışmada elde edilen verileri daha etkin bir şekilde ortaya koyabilmek, geçerli çıkarımları yapabilmek ve yorumlayabilmek amacıyla içerik analizi tekniği kullanılmıştır. İçerik analizi, görsel ve sözlü veriler gibi çeşitli verilerin içeriğini analiz etmeye yönelik bir yöntemdir. Verileri daha iyi analiz etmek ve yorumlamak için olguların veya olayların tanımlanmış kategorilere indirgenmesini sağlamaktadır (Harwood ve Garry, 2003: 479). İçerik analizi, iletişimin bağlamını ve çerçevesini, iletişim düzeyini, iletişimin yapısını ve niyetini, iletişimci grubun odak noktasının analizini sağlaması ve bu veri setinin tamamına uygun bir sistematik ortaya koyması nedeniyle önem arz etmektedir. Çalışmanın örneklemini oluşturan verilerin amacı doğrultusunda değerlendirilmesi, paylaşımların bağlamlarının ve düzeylerinin tespit

KOÇYİĞİT, Ahmet (2024). Afet ve Kriz Dönemlerinde Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Pratikleri ve İnfobezite: Kahramanmaraş Depremi Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 62-87

edilebilmesi, sistematik bir değerlendirme yapılabilmesi açısından içerik analizi tekniği önemli bir avantaj sağlamaktadır. Bunun yanında verilerin analizi sürecinde hata payını minimuma indirmek, verilerin analizini daha kapsamlı bir şekilde gerçekleştirebilmek amacıyla MAXQDA 2022 paket programından faydalanılmıştır. Bu program görüşme, web sayfası, görsel, ses, video ve sosyal medya gibi mecralardan veri aktarma ve analiz etmeye imkân sağlamaktadır. Bu nedenle program verileri gruplar halinde düzenlemeye, benzer alıntıları birbiriyle ilişkilendirmeye, kodlama yapmaya, verilerin frekans bilgilerini belirlemeye ayrıca görselleştirme, ilişkilendirme, karşılaştırma ve betimleme yapmaya olanak sağlaması sebebiyle tercih edilmiştir (Koçyiğit, 2023b: 77).

Çalışma bağlamında örnekleme yer alan postların her birini değerlendirebilmek ve analizleri gerçekleştirebilmek için kodlama cetveli oluşturulmuştur. Kodlama oluşturma süreci belirli süreçleri içerisinde barındırdığından araştırma açısından son derece önemlidir. Kodlama oluşturma süreci; tema, kategori ve kodların oluşturulduğu, sınıflandırıldığı ve ilişkilendirildiği süreci içermektedir. Kodlama, kategori ve tema oluşturma süreci verileri toplama ve bu verileri belirli sıralama dahilinde işleyerek yorumlama işlemini ifade etmektedir. Bu sıralama süreci; veriyi toplama, veriyi analiz için hazırlama, veriyi okuma, veriyi keşfederek fikirleri not alma, veriyi kodlama, tema, kategori, kod oluşturma, sonuçları raporlama-yorumlama basamaklarından oluşmaktadır. Bu süreçler sistematik bir içerik analizi sürecinin gerçekleştirilebilmesi açısından önem arz etmektedir (Creswell, 2017: 186).

Kodlama işlemi, elde edilen verilerin içerisinde yer alan sözcükler, cümleler ve paragrafların kodlayıcı tarafından isimlendirilmesi ve anlamlandırılması olarak ifade edilmektedir. Kodlama işlemi bu bölümlerin (sözcük, cümle, paragraf) ilişkilendirilmesini, karşılaştırılmasını, incelenmesini ve bölümlere ayrılmasını gerektirir. Elde edilen veriler içerisinde bulunan anlamlı yapılara, bölüm ve olaylara kavram denilmektedir. Kavramlar içerik analizi için anlamlı bir yapıyı inşa etmekte, bu kavramların kendi içerisinde birbiriyle ilişki içerisinde sınıflandırılması kategorileştirme olarak ifade edilmektedir. Bu kategoriler, çalışmanın amacı

KOÇYİĞİT, Ahmet (2024). Afet ve Kriz Dönemlerinde Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Pratikleri ve İnfobezite: Kahramanmaraş Depremi Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 62-87

doğrultusunda belirli temalar altında toplanmakta ve belirlenen kategorilerin birbirleriyle ilişkileri tespit edilmektedir (Creswell ve Clark, 2014).

4. Bulgular ve Yorumlar

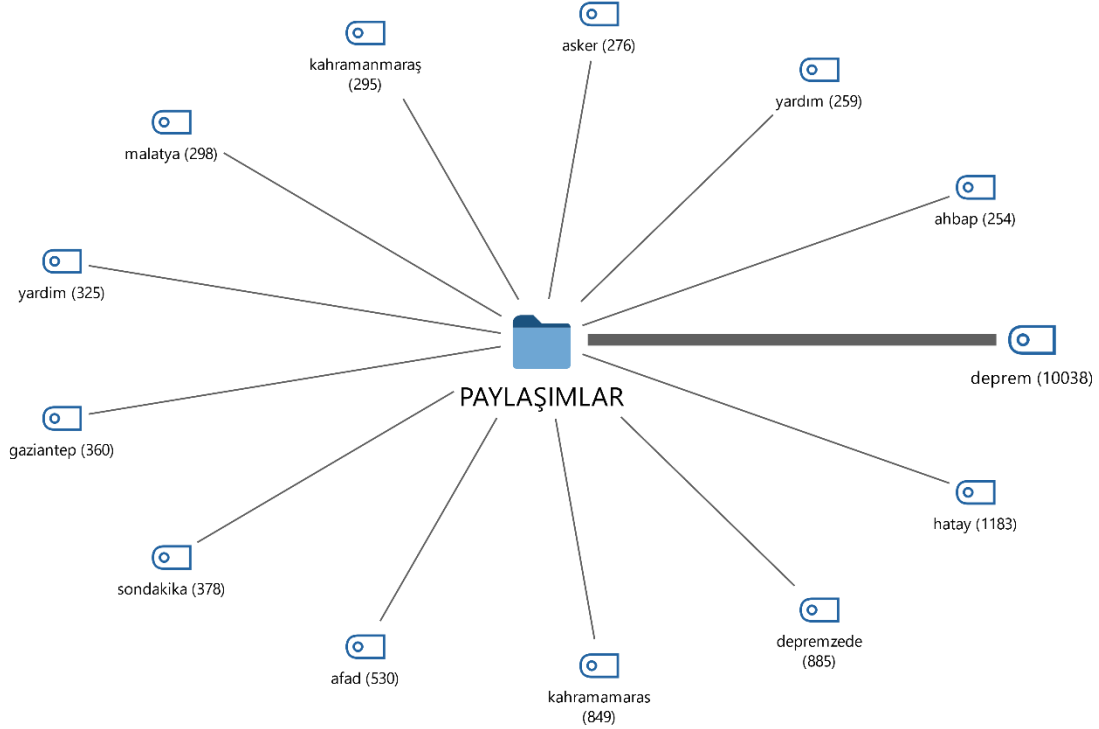
Çalışma kapsamında ele alınan Kahramanmaraş depremlerinin gerçekleştiği 6 Şubat 2023 tarihinden sonraki 9-12 Şubat 2023 tarihleri arasında kullanıcıların depremle ilgili olarak paylaştıkları içeriklerle ilgili bilgiler ve bulgulara aşağıda yer verilmiştir. Elde edilen veriler betimsel olarak analiz edilmiş olup bu analiz neticesinde paylaşımların kelime frekansları, kelime bulutu, kod istatistikleri, en çok bahsedilen iller, hesaplar ve en çok kullanılan hastag'lere (etiket) yer verilmiştir.

Tablo 1. Paylaşımlara Ait Sözcük Frekansı

Sözcük	Sözcük uzunluğu	Frekans	%	Derece
deprem	6	21163	7,35	1
türkiye	7	3766	1,31	3
hatay	5	2996	1,04	4
depremzede	10	1952	0,68	5
kahramanmaraş	12	1698	0,59	6
yardım	6	1406	0,49	7
istanbul	9	1330	0,46	8
ahbap	5	1170	0,41	9
gaziantep	9	1051	0,37	10
kahramanmaraş	13	964	0,34	11
haber	5	831	0,29	12
malatya	7	827	0,29	13
sondakika	9	794	0,28	14
adana	5	752	0,26	16
lütfen	6	741	0,26	17

KOÇYİĞİT, Ahmet (2024). Afet ve Kriz Dönemlerinde Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Pratikleri ve İnfobezite: Kahramanmaraş Depremi Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 62-87

edilmiştir. Daha sonrasında ise sırasıya “Türkiye, Hatay, depremzede, Karamanmaraş ve yardım” kelimeleri en çok kullanılan kelimeler olmuştur.



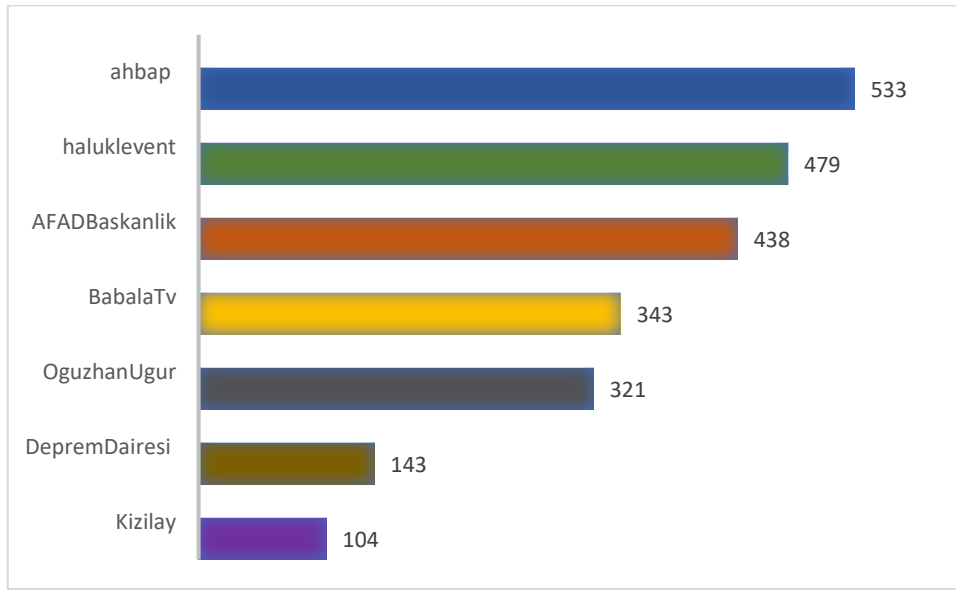
Şekil 2: Paylaşımlarına İlişkin Kod Modeli

Araştırma verilerinden elde edilen paylaşımların içerik çözümlemesi neticesinde, paylaşımlara ait kod-alt kod modeli MAXQDA programı vasıtasıyla görselleştirilmiştir. Şekil 2’de de görüldüğü üzere paylaşılan içeriklerin yoğunlukları kalın çizgilerle gösterilmiştir. En kalın çizgi en yoğun paylaşım yapılan alt kodları gösterirken, kalınlığı gittikçe azalan çizgiler ise daha az paylaşılan alt kodları ifade etmektedir. Şekil 2 dikkate alındığında en kalın çizgi ile gösterilen “deprem” alt kodu en yoğun paylaşılan alt kodu ifade etmektedir. Bu doğrultuda afet ya da kriz sonrasında bireylerin konu ile ilgili yoğun paylaşımlar gerçekleştirdiğini söylemek mümkündür.

Bir bütün olarak insan grupları, krizleri ve felaketleri önlemek ve bunlarla başa çıkmak için çeşitli resmi ve resmi olmayan mekanizmalar geliştirmişlerdir. Ancak toplumlar, algılanan felaket ve kriz kaynaklarına bağlı olarak farklı yöntem izlemişlerdir. Tepkiler, birincil kökene (doğüstü, doğal veya insani alan) ilişkin algıya göre farklılık gösterme eğilimindedir. Önce savaş zamanı krizleriyle, sonra da barış

KOÇYİĞİT, Ahmet (2024). Afet ve Kriz Dönemlerinde Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Pratikleri ve İnfobezite: Kahramanmaraş Depremi Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 62-87

zamanı felaketleriyle ilgilenecek özel örgütlerin geliştirilmesi sağlanmıştır. Yaklaşık bir yüzyıldır toplumlar, afet ve krizlerin yarattığı yeni risklerle başa çıkmak ve belirli örgütler oluşturmak için çaba göstermektedirler. Bu çabalar için her dönemde farklı yöntemler uygulansa da günümüzde sosyal ağlar bu çabalarda büyük rol oynamaktadır. Çünkü büyük ölçüde kitle iletişim sistemi (sosyal medya vb.) bir afet veya krizle ilgili “bilgi”nin ve “baş etmenin” açık ara ana kaynağıdır. Afet ve krizlerle mücadelede ve bilgi almada sosyal medya araçları önemli rol oynamaktadır (Quarantelli vd., 2018: 70-72).



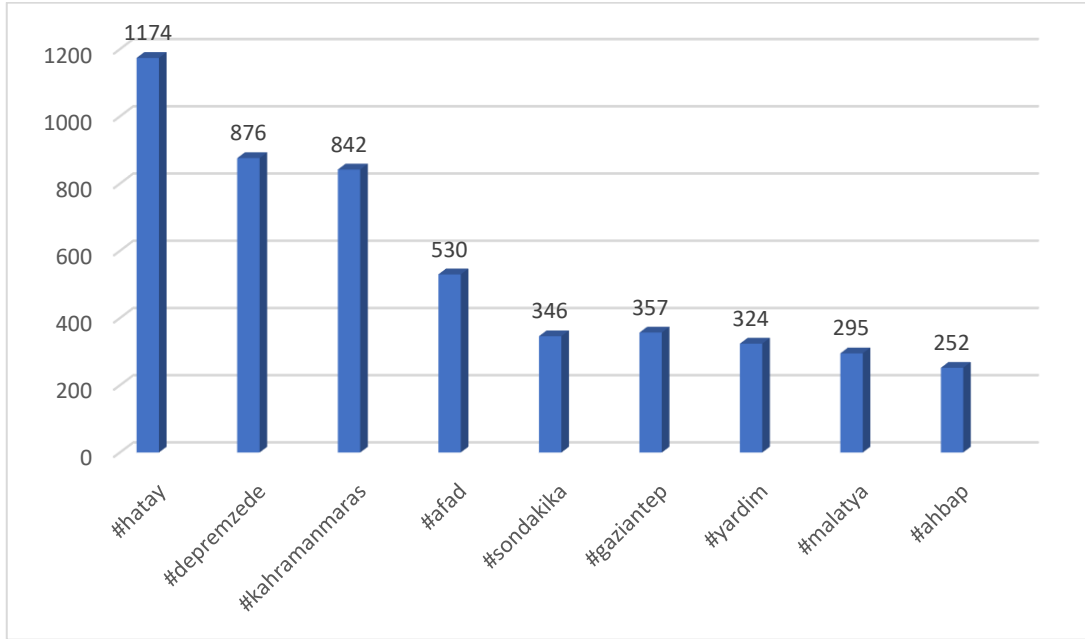
Şekil 3. Paylaşımlarda En Çok Bahsedilen Hesaplar

Paylaşılan içeriklerle ilgili en çok bahsedilen hesaplar incelendiğinde, “ahbap” resmi X hesabının kullanıcılar tarafından en çok bahsedilen hesap olduğu tespit edilmiştir. Ahbap, dayanışma ve yardımlaşmaya dayalı bir sivil toplum kuruluşudur. Özellikle Kahramanmaraş depremleri sonrasında Ahbap Derneği, depremle ilgili insani yardım, bağış ve diğer sosyal sorumluluk projelerinde yer almıştır. Gönüllük esasına dayanarak günümüzde sosyal yardımlaşma ve dayanışmanın yanında doğal afet gibi durumlarda etkin mücadele içerisinde yer alan Ahbap Derneği kullanıcıların paylaşımlarında kendisinden en çok bahsedilen hesap olmuştur. Bu durum Ahbap Derneği’nin bu gibi doğal afet durumlarında halk tarafından önemsendiğini ve halk tarafından bir karşılık gördüğünü göstermektedir.

KOÇYİĞİT, Ahmet (2024). Afet ve Kriz Dönemlerinde Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Pratikleri ve İnfobezite: Kahramanmaraş Depremi Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 62-87

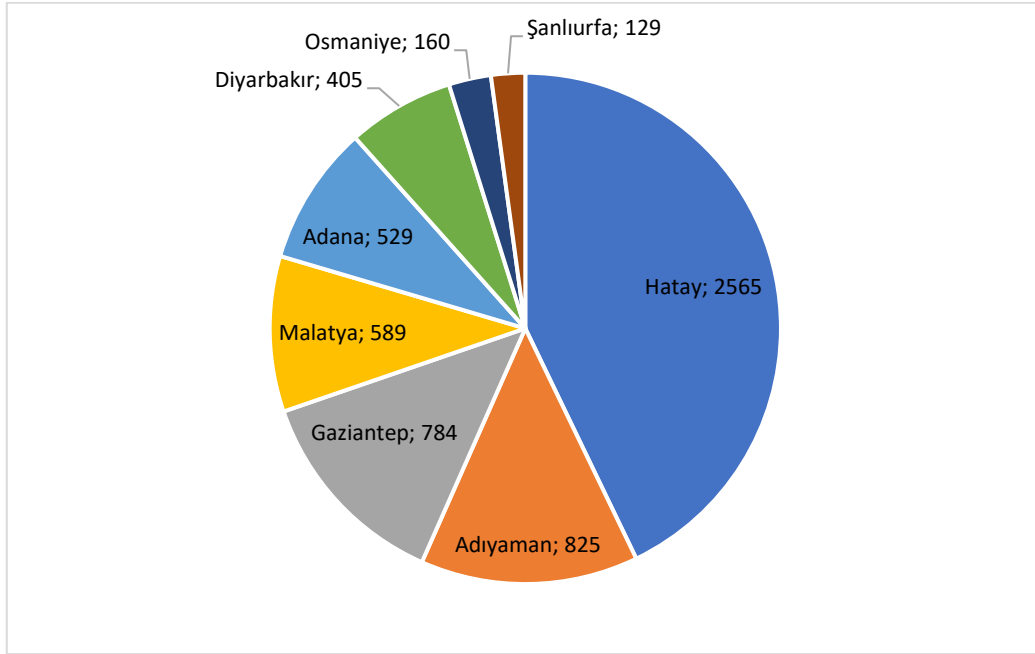
Paylaşımlarda Ahbap Derneği'nden sonra en çok bahsedilen hesap ismi Haluk Levent'in resmi X hesabı olmuştur. Haluk Levent, Türk rock şarkıcısı ve Ahbap Derneği'nin kurucusudur. Depremlerin ardından Haluk Levent hem Ahbap Derneği aracılığıyla hem de kendi resmi X hesabından yoğun bir sosyal sorumluluk ve iletişim sürecini yürütmüştür. Özellikle depremin ilk anlarından itibaren yardımların koordine edilmesi, depremzedelerin sesinin duyurulması, iletişimsel anlamda bağlantının sağlanması gibi birçok konuda yoğun bir faaliyet göstermiştir. Bu doğrultuda Ahbap hesabının ardından en çok bahsedilen hesap olmuştur. Bu durum aynı Ahbap'ta olduğu gibi Haluk Levent'in de X kullanıcıları nezdinde bir karşılığının olduğunu göstermektedir.

Bu hesapların ardından ise, AFAD resmi X hesabı paylaşımlarda en çok bahsedilen bir diğer hesap konumundadır. Açılımı Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı olan AFAD, afet ve acil durumlara ilişkin ülkemizde tek yetkili kurumdur. Depremler sonrasında tüm yardımların koordine edilmesi, afet iletişiminin sağlanması, resmî açıklama, ölü ve yaralı bilgilerinin paylaşımı, duyuru ve diğer tüm bilgiler AFAD tarafından paylaşılmıştır. Bu doğrultuda kurum resmi X hesabı yoğun bir şekilde kullanılmış ve bireyler de paylaşımlarında kurum ile ilgili eleştiri, öneri ya da taleplerini kuruma iletmıştır. Paylaşımlarda bahsedilen diğer hesaplar ise sırasıyla; "BabalaTv, OğuzhanUgur, depremdairesi ve Kizilay" olarak tespit edilmiştir.



Şekil 4. Paylaşımlarda En Çok Kullanılan Etiketler (Hashtag)

Paylaşılan içeriklerle ilgili en çok kullanılan etiketler incelendiğinde ise, #hatay etiketinin en çok kullanılan etiket olduğu görülmektedir. Depremin özellikle Hatay ili ve çevresini yoğun bir şekilde etkilemesi sebebiyle kullanıcılar tarafından yoğun bir şekilde değinilmiştir. Ardından ise, #depremzede etiketi gelmektedir. Bu etiket çoğunlukla depremde etkilenen ve yardıma ihtiyacı olan kişilerin sesini duyurabilmek ve onlara yardımcı olabilmek adına kullanıcılar tarafından yoğun bir şekilde kullanılmıştır. Kullanıcılar tarafından yoğun bir şekilde paylaşılan diğer etiketler ise sırasıyla; “#kahramanmaraş, #afad, #sondakika, #gaziantep, #yardim, #malatya ve #ahbap olarak tespit edilmiştir.



Şekil 5. Paylaşımlarda En Çok Bahsedilen İller

Paylaşılan içeriklerde en çok bahsedilen iller incelendiğinde Hatay ilk sırada yer almaktadır. Deprem sonrasında Hatay ilinin çok daha ağır bir yıkım yaşaması ve bu ilde can kaybının diğer illere göre daha fazla olması sebebiyle kullanıcılar paylaşımlarında bu ilden daha fazla bahsetmişlerdir. Ardından en çok bahsedilen il ise Adıyaman olarak karşımıza çıkmaktadır. Depremin şiddetli bir şekilde etkilediği Kahramanmaraş, paylaşımlarda kendine fazlaca yer bulmuştur. Gaziantep, Malatya, Adana, Diyarbakır, Osmaniye ve Şanlıurfa ise sırasıyla paylaşımlarda en çok bahsedilen iller olmuştur.

SONUÇ

Sosyal ağlar, günümüzde bireylerin iletişim ihtiyaçlarını karşılamakta, onların diğer kişi ve gruplarla etkileşim halinde olmasını ve bu etkileşim neticesinde bilgi paylaşımının daha kolay gerçekleşmesini sağlamaktadır. Sosyal medya ve dijital iletişim teknolojilerindeki gelişmeler iletişim kanallarının çeşitlenmesine ve bireylerin

KOÇYİĞİT, Ahmet (2024). Afet ve Kriz Dönemlerinde Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Pratikleri ve İnfobezite: Kahramanmaraş Depremi Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 62-87

bu kanalları daha etkin bir şekilde kullanmasına neden olmuştur. Sosyal ağlar, dijital teknolojilerin yeni nesil platformları olarak, bireylerin içerik oluşturabildiği, güncellenebilir, hızlı ve maliyetsiz olma özellikleri gibi ayırt edici vasıflara sahiptir. Bu platformlar, kullanıcıların içeriklerini kendi istekleri doğrultusunda oluşturabilmesine, kendi ürettikleri içerikleri paylaşabilmesine olanak sağlayan sanal ortamlardır. Bu sayede sosyal medya, üretilen içerikler sayesinde bireyler arasında karşılıklı bilgi alışverişine, anlık olarak haberleşmeye olanak sağlamaktadır (Blossom, 2009: 26).

Özellikle afet zamanlarında ve kriz anlarında sosyal medya araçları hem bireyler hem de kurumlar tarafından etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Günümüzde bireyler bir olay ya da durum hakkında bilgi edinmek için ilk olarak sosyal medya araçlarına başvurmaya başlamıştır. Sosyal medya araçları içerisinde ise özellikle X platformu afet ve kriz anlarında bireylerin ilk başvurdukları başlıca araç haline gelmiştir. Öyle ki X’de Trend Topic (TT) olan bir gündem, tüm toplumun, devletlerin gündemi haline dahi gelebilmektedir. Günümüz koşulları göz önünde bulundurulduğunda devlet başkanları, siyasiler, sivil toplum kuruluşları gibi birçok kurum açıklamalarını, duyurularını ve gündemlerini bu site üzerinden topluma ulaştırmaktadır (Koçyiğit, 2022: 79).

Yukarıda da ifade edildiği üzere olağanüstü hallerde aktif birer kullanıcı haline gelen bireyler sosyal medya platformları vasıtasıyla bilgiye erişmek için istekli ve gönüllüdürler. Bu istek doğal afet zamanlarında, toplumsal olaylar ve diğer kriz anlarında daha da katlanarak artmaktadır. Özellikle afet ve diğer kriz hallerinde X platformu kullanımı diğer zamanlara göre daha fazla olmaktadır. Adba Analytics’in (Habertürk, 2023) deprem sonrasında yapmış olduğu araştırmaya göre, deprem sonrasındaki iki gün içerisinde sosyal medya platformlarından depremle ilgili olarak yaklaşık 52 milyon paylaşım gerçekleştirilmiştir. Bu paylaşımların yüzde 98’i ise X platformu aracılığıyla gerçekleştirilmiş ve X aracılığıyla deprem ile ilgili 559 bin kullanıcı tarafından yaklaşık 50 milyon paylaşım yapılmıştır. Bu paylaşımlar 40 milyarı aşkın erişime ve 296 milyar potansiyel görüntülemeye ulaşmıştır.

KOÇYİĞİT, Ahmet (2024). Afet ve Kriz Dönemlerinde Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Pratikleri ve İnfobezite: Kahramanmaraş Depremi Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 62-87

Bu veriler, afet ve kriz anlarında sosyal medyanın ne kadar etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Sosyal medyada, özellikle X platformunda afet ve kriz hallerinde bireylerin daha fazla zaman harcadığını, daha fazla paylaşım gerçekleştirdiğini, bilgiye erişmek için daha etkin ve gönüllü olduğu bir yer haline geldiğini söylemek mümkündür. Tam da bu noktada ise bu durum sosyal medyada bilgi bolluğuna, aşırı bilgi yüklemesine yani infobeziteye yol açmaktadır. İnfobezite, bu durumlarda bireylerin gerçek ve doğru bilgiye erişmesine, yanlış bilgilerin ayırt edilerek sağlıklı iletişimin gerçekleşmesine mâni olmaktadır.

Çalışmada elde edilen veriler dikkate alındığında depremler sonrasında kullanıcılar X platformu aracılığı ile yoğun bir paylaşım trafiği gerçekleştirmiş ve her afet ve kriz dönemlerinde olduğu gibi infobeziteye neden olmuştur. Ayrıca paylaşımlar çok büyük bir çoğunluğu depremlerle ilgili içeriklerden oluşmaktadır. Bireylerin sosyal medya kullanım pratiklerinin deprem sonrasında normal zamana göre farklılık gösterdiği, özellikle bilgiye erişim, haber alma ve paylaşım pratiklerinin farklılaştığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak doğal afetler ve kriz anlarında bireylerin sosyal medya kullanım pratiklerinin farklılaştığı, paylaşım oranlarının arttığı ve bunun da infobeziteye yol açtığı belirlenmiştir.

“Yiyeceklerin katkı maddeleri boca edilerek değişime uğraması gibi bilgi de dijital dünyanın etkisi ile değişime uğramıştır. Bu açıdan tıpkı yanlış ve fazla beslenmeye bağlı olarak ortaya çıkan obezitenin fiziksel sağlığı tehdit etmesi gibi aşırı ve bilinçsiz bilgi tüketimi de bilgi/enformasyon obezliğine yol açmaktadır. Fakat obezitenin aksine kişilerin bilgi alışkanlıkları sadece kendilerini etkilemekle kalmamakta; ciddi toplumsal sonuçlar doğurmaktadır” (Johnson, 2013: 23-24). Bu çalışma da bilgi obezliğinin deprem döneminde olduğu bulgusuna erişilmiş, fakat obezliğinin topluma ve bireylere etkileri başka bir araştırma konusu olarak açık bırakılmıştır. Bu doğrultuda gelecek çalışmalarda afet ve kriz dönemlerinde infobezitenin toplumsal sonuçları ve insan davranışları üzerindeki etkileri yeni bir çalışma konusu olarak ortaya konulabilir.

KAYNAKÇA

- KOÇYİĞİT, Ahmet (2024). Afet ve Kriz Dönemlerinde Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Pratikleri ve İnfobezite: Kahramanmaraş Depremi Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 62-87
- AKSU, Ali (2009). Kriz Yönetimi ve Vizyoner Liderlik. Yaşar Üniversitesi E-Dergisi, 4 (15), 2435-2450.
- AKYEL, Recai (2005). Türkiye Kamu Yönetiminde Afet Yönetimi. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14 (1), 15-29.
- ALEXANDER, David E. (2014). Social Media in Disaster Risk Reduction and Crisis Management. Science And Engineering Ethics, 20, 717-733.
- BLOSSOM, John (2009). Content Nation-Surviving and Thriving as Social Media Changes Our Work, Our Lives, and Our Future. Indiana: Wiley Publis-Hing, Inc.
- CASTELLS, Manuel (2008). Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür- Ağ Toplumun Yükselişi. E. Kılıç (Çev.), (2. Baskı), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- CRESWELL, John W. (2017). Araştırma Deseni Nicel, Nitel ve Karma Yöntem Yaklaşımları. S. B. Demir (Çev. Ed.), (3. Baskı), Ankara: Eğiten Kitap Yayıncılık.
- CRESWELL, John W. and PLANO CLARK, Vicki (2014). Karma Yöntem Araştırmaları: Tasarımı ve Yürütülmesi. Y. Dede ve S.B. Demir (Çev. Ed.), (2. Baskıdan Çeviri), Ankara: Anı Yayıncılık.
- DEMİRÖZ, Kader (2020). Afet Kriz Yönetiminde Sosyal Medyanın İşlevselliği ve Zararları Üzerine Bir İnceleme. Resilience, 4(2), 293-304.
- DİĞİTAL, (2022). Anather Year of Bumper Growth. (2023, 6 Şubat). Erişim adresi: <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>
- DİKER, Ersin (2020). Kovid-19 Salgını Döneminde Sosyal Medya Kullanımı. TRT Akademi Dergisi, 5(10), 1-249.
- DİKER, Ersin ve TAŞDELEN, Birgül (2017). Sosyal Medya Olmasaydı Ne Olurdu? Sosyal Medya Bağımlısı Gençlerin Görüşlerine İlişkin Nitel Bir Araştırma. Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi, 17, 189-206.

- KOÇYİĞİT, Ahmet (2024). Afet ve Kriz Dönemlerinde Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Pratikleri ve İnfobezite: Kahramanmaraş Depremi Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 62-87
- ERKAL, Tevfik & DEĞERLİYURT, Mehmet (2009). Türkiye’de Afet Yönetimi. Doğu Coğrafya Dergisi, 14 (22), 147-164.
- ERSÖZ, Betül ve KAHRAMAN, Ümmü Gülsüm (2020). Bilişim Çağında Bilginin Değişen Yüzü: İnfobezite Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Dergisi, 4(2), 431-444.
- FANG, Jian, HU, Jiameng, SHİ, Xianwu & ZHAO, Lin (2019). Assessing Disaster Impacts and Response Using Social Media Data in China: A Case Study of 2016 Wuhan Rainstorm. International Journal of Disaster Risk Reduction, 34, 275-282.
- GÖKMEN, Esmâ (2023). A Study on The Appearance of The Kahramanmaraş Earthquake on Social Media. OPUS Journal of Society Research, 20(55), 576-591.
- HABERTÜRK (2023, Kasım 20), Twitter Deprem Bölgesinin Sesi Oldu. <https://www.haberturk.com/twitter-deprem-bolgesinin-sesi-oldu-3564115-teknoloji>
- HARWOOD, Tracy G., & GARRY, Tony (2003). An Overview of Content Analysis. The Marketing Review, 3(4), 479-498.
- JOHNSON, Clay A. (2013). The Information Diet. O’Reilly Media, Inc.
- KAZANCI, Metin (2009). Kamu ve Özel Kesimde Halkla İlişkiler. (8. Baskı). Ankara: Turan Kitapevi.
- KOÇYİĞİT, Ahmet (2022). Sosyal Medya ve Algı Yönetimi. Konya: Eğitim Yayınevi.
- KOÇYİĞİT, Ahmet (2023a). Dijital Çağda Sosyal Medya Kullanımı ve Kriz İletişimi. A. B. Darı (Ed.). Dijital Çağda Halkla İlişkiler (s. 57-84) içinde. Çanakkale: Paradigma Yayınları.
- KOÇYİĞİT, Ahmet (2023b). Olağanüstü Hallerde Sosyal Medyada Dezenformasyonla Mücadele ve Kriz İletişimi: Kahramanmaraş Depremi Üzerine Bir Analiz. Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi, (10), 68-86.

- KOÇYİĞİT, Ahmet (2024). Afet ve Kriz Dönemlerinde Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Pratikleri ve İnfobezite: Kahramanmaraş Depremi Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 62-87
- KOÇYİĞİT, Murat ve KOÇYİĞİT, Ahmet (2018). Değişen ve Gelişen Dijital İletişim: Yazılabilir Web Teknolojisi (WEB 2.0). V. Çakmak ve S. Çavuş (Ed.). Dijital kültür ve iletişim (s. 19-48) içinde. Konya: Literatürk Academia Yayınları.
- MAİDULLAH, Sana & SHARMA, Ankita (2019). Decision Making in The Era of İnfobesity: A Study on İnteraction of Gender and Psychological Tendencies. Humanities & Social Sciences Reviews, 7(5), 571-586.
- MİDDLETON, Stuart E., MİDDLETON, Lee & MODAFFERİ, Stefano (2013). Real-Time Crisis Mapping of Natural Disasters Using Social Media. IEEE Intelligent Systems, 29(2), 9-17.
- MİRBABAİE, Milad, BUNKER, Deborah, STİEGLİTZ, Stefan, MARX, Julian & EHNİS, Cristian (2020). Social Media in Times of Crisis: Learning From Hurricane Harvey For The Coronavirus Disease 2019 Pandemic Response. Journal of Information Technology, 35(3), 195-213.
- POUREBRAHİM, Nastaran, SULTANA, Selima, EDWARDS, John, GOCHANOUR, Amanda & MOHANTY, Somya (2019). Understanding Communication Dynamics on Twitter During Natural Disasters: A Case Study of Hurricane Sandy. International journal of disaster risk reduction, 37, 101176.
- QUARANTELLİ, Enrico L., BOİN, Arjen, & LAGADEC, Patrick (2018). Studying Future Disasters and Crises: A Heuristic Approach. Handbook of disaster research, 61-83.
- ROBERTS, Ralph R. and KRAYNAK, Joe (2008). Walk Like A Giant, Sell Like A Madman. (2. Edition), New Jersey: John Willey&Sons Inc.
- SAROJ, Aniata & PAL, Sukomal (2020). Use of Social Media in Crisis Management: A Survey. International Journal of Disaster Risk Reduction, 48, 101584.
- SCHROEDER, Ashley, PENNINGTON-GRAY, Lori, DONOHOE, Holly, & KİOUSİS, Spiro (2013). Using Social Media in Times of Crisis. Journal of Travel & Tourism Marketing, 30(1-2), 126-143.

KOÇYİĞİT, Ahmet (2024). Afet ve Kriz Dönemlerinde Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Pratikleri ve İnfobezite: Kahramanmaraş Depremi Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (1), 62-87

ŞAHİN, Cemalettin ve ŞİPAHİOĞLU, Şengün (2002). Doğal Afetler ve Türkiye. Ankara: Gündüz Eğitim ve Yayıncılık.

TAĞRAF, Hasan ve ARSLAN, N. Talat (2003). Kriz Oluşum Süreci ve Kriz Yönetiminde Proaktif Yaklaşım. C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi. 4 (1). 149-160.

Yazarların çalışmaya katkı oranları eşittir.

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.