

GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ * SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

AFET YÖNETİMİ ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**AFET VE KRİZ YÖNETİMİNDE SOSYAL MEDYANIN KULLANIMI VE
ROLÜ: TWİTTER ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MERVE ÇANAKÇI

HAZİRAN - 2020

GÜMÜŞHANE



GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ * SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

AFET YÖNETİMİ ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**AFET VE KRİZ YÖNETİMİNDE SOSYAL MEDYANIN KULLANIMI VE
ROLÜ: TWİTTER ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MERVE ÇANAKÇI

HAZİRAN - 2020

GÜMÜŞHANE



GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ * SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

AFET YÖNETİMİ ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**AFET VE KRİZ YÖNETİMİNDE SOSYAL MEDYANIN KULLANIMI VE
ROLÜ: TWİTTER ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MERVE ÇANAKÇI

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Serkan ÖZTÜRK

HAZİRAN - 2020

GÜMÜŞHANE

KABUL VE ONAY

Doç. Dr. Serkan ÖZTÜRK danışmanlığında, **Merve ÇANAKÇI** tarafından hazırlanan “**Afet ve Kriz Yönetiminde Sosyal Medyanın Kullanımı ve Rolü: Twitter Örneği**” adlı bu çalışma 30/06/2020 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda **Oy Birliği** ile başarılı bulunarak jürimiz tarafından **Yüksek Lisans** Tezi olarak kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Saime ŞAHİNÖZ (Başkan)

Doç. Dr. Serkan ÖZTÜRK (Danışman)

Dr. Öğr. Üyesi Ali Erden BABACAN (Üye)

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylıyorum.

../../....

Prof. Dr. Ekrem CENGİZ

Enstitü Müdürü

BİLDİRİM

Yüksek Lisans Tezi olarak hazırlamış olduğum “Afet ve Kriz Yönetiminde Sosyal Medyanın Kullanımı ve Rolü: Twitter Örneği” isimli bu çalışmanın, tamamen kendi çalışmam olduğunu, her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve alıntı yaptığım tüm çalışmaların kaynakçada yer aldığını taahhüt eder, tezimin kâğıt ve elektronik kopyalarının Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

Lisansüstü Eğitim-Öğretim yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim.

30 / 06 / 2020

Merve ÇANAKÇI

ÖNSÖZ

Bu tezin yazım aşamasında beni yönlendiren ve benden desteğini esirgemeyen tez danışmanım sayın Doç. Dr. Serkan ÖZTÜRK'e çok teşekkür ederim.

Tezimin yazım aşamasında, her pes edişimde, her bunalışimde, zorlandığım her anımda yanımda olup bana destek olan canım arkadaşlarıma sonsuz teşekkürler.

Son olarak çalışmalarımın her anında maddi ve manevi desteklerini benden esirgemeyen, beni yetiştirip büyütürken bu seviyeye gelmeme yardımcı olan, varlıklarını her an hissettiğim ve bu hayattaki en büyük şansım olan canım aileme minnetlerimi ve sevgilerimi sunarım.

Gümüşhane - 2020

Merve ÇANAKÇI

ÖZET

ÇANAKÇI, Merve. Afet ve Kriz Yönetiminde Sosyal Medyanın Kullanımı ve Rolü: Twitter Örneği, Yüksek Lisans Tezi, 2020, (XIV + 64)

Bu çalışma kapsamında, sosyal medyanın afet ve kriz yönetimindeki doğru ve güvenilir olarak kullanımı üzerine kapsamlı bir literatür taraması yapılmış ve elde edilen verilerin incelenip değerlendirilmesiyle, Twitter'ın afet ve kriz yönetiminde nasıl kullanılabileceği konusunda yapılan ve eksik kalan uygulamalar ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu eksikliklerin belirlenmesiyle, bireylerin sosyal medyayı daha doğru kullanmalarına rehberlik edilmesi, afet bölgesine yardım gönderilmesi veya gerekli bağlantıların yapılmasını sağlayarak profesyonellerin müdahale ve iyileştirme çalışmalarına katkıda bulunulması, daha hızlı ve daha güvenli hale getirme çalışmalarının hızlandırılması amaçlanmaktadır. Dolayısıyla, afet ve kriz yönetimi alanında sosyal medya kullanımının yararlı olabileceğini gösteren bir çalışma olması hedeflenmiştir. Çalışmada, özellikle Türkiye'de ve dünyanın farklı bölgelerinde meydana gelen afetlerde sosyal medyanın kullanımı araştırılmıştır. Bir afet sonrasında sosyal medyanın mevcut kullanımları, eksikleri ve nasıl kullanılması gerektiği ortaya konulmuş, afetlerde yaşanan iletişim eksikliği, koordinasyon ve yönetim zafiyetini azaltma amaçlı tespitler yapılmıştır. Araştırmalar göstermektedir ki, sosyal medyanın gereksiz kullanımının önüne geçilememiş, verilen bilgilerin yanlışlığı düzeltilememiş, Twitter'da yapılan paylaşımlara yetişilememiş ve kategorize edilememiştir. Kurum ve kuruluşlarda bu konularla ilgilenecek bir birim dahi oluşturulmamıştır. Bu düzenlemelerin yapılması ile halk, sosyal medya (özellikle Twitter) ağındaki güncel ve doğru bilgilerle bilgilendirilecek, bireylerin afete karşı bilinç ve duyarlılık kazanmaları sağlanacak, müdahale ve yardımlar kolaylaşacak, dolayısıyla bu alanda çalışacak bireyler yetişmiş olacak ve kendi birimlerinde çalışacaklardır. Sonuçta, gerekli bilgilendirilmeleri, güncellemeleri, yapılması gerekenleri paylaşan tek bir birimin oluşturulması ile üst düzey güvenilirlikte sağlanmış olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Afet, İletişim, Sosyal Medya, Twitter

ABSTRACT

ÇANAKÇI, Merve. Use and Role of Social Media in Disaster and Crisis Management: Twitter Example, Master Thesis, 2020, (XIV + 64)

In the scope of this study, a comprehensive literature review was made on the correct and reliable use of social media in disaster and crisis management, and by examining and evaluating the obtained data, it was tried to reveal the applications that are incomplete and made about how Twitter can be used in disaster and crisis management. By detecting these deficiencies, it was aimed to guide the individuals to use social media more accurately, to be sent the grants to the disaster area or to contribute to the intervention and improvement works of the professionals by providing the necessary connections, and to accelerate the efforts to make it faster and safer. Therefore, it was aimed to be a study showing that the use of social media can be useful in the disaster and crisis management fields. In the study, use of social media in disasters occurred especially in Turkey and different regions of the world were investigated. The current uses of social media, shortcomings and how they should be used after a disaster were presented, and the determinations were made to reduce the lack of communication, coordination and management weakness in disasters. Researches shows that unnecessary use of social media could not be prevented, the inaccuracy of provided information could not be corrected, the posts made on Twitter could not be reached and could not be categorized. Even a unit to deal with these issues has not been established in the institutions and organizations. By doing these arrangements, the public will be informed with up-to-date and accurate information on the social media (especially Twitter) network, individuals will be enabled to gain awareness and sensitivity against disasters, interventions and aids will be facilitated, hence, individuals who will work in this field will be trained and will work in their own units. Eventually, high reliability will be ensured with the creation of a single unit that shares the necessary information, updates and what needs to be done.

Keywords: Disaster, Communication, Social Media, Twitter

İÇİNDEKİLER

DIŞ KAPAK

İÇ KAPAK

KABUL VE ONAY	IV
BİLDİRİM	V
ÖNSÖZ.....	VI
ÖZET.....	VII
ABSTRACT	VIII
İÇİNDEKİLER	IX
TABLolar LİSTESİ.....	XII
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	XIII
GÖRSELLER LİSTESİ	XIV
KISALTMALAR LİSTESİ.....	XV

GİRİŞ	1
-------------	---

BİRİNCİ BÖLÜM

1.AFET VE KRİZ	2-22
1.1.Amaç ve Kapsam.....	2
1.2.Afet.....	2
1.2.Afet Türleri.....	3
1.3.Afet Yönetimi Sistemi.....	4
1.4.Türkiye’de Afet Yönetimi	5
1.5.Risk ve Risk Yönetimi	6
1.6.Kriz ve Kriz Yönetimi	7
1.6.1.Kriz Kavramı.....	7

1.6.1.1.Krizin Özellikleri.....	7
1.6.1.2.Kriz Türleri.....	8
1.6.1.3.Krize Neden Olan Etkenler	9
1.6.1.4.Krizin Aşamaları	9
1.6.2.Kriz Sonuçları	11
1.6.3.Kriz Yönetimi ve Süreci.....	11
1.6.4.Kriz Yönetiminin Özellikleri	14
1.7.Afet Yönetimi ve Kriz Yönetimi.....	14
1.8.Kriz Yönetimi ve Sosyal Medya	15
1.8.1.Kriz Yönetiminde Sosyal Medyanın Fonksiyonları.....	15
1.8.1.1.Bilgi Yayma	15
1.8.1.2.Afet Planlama ve Eğitim	16
1.8.1.3.Ortak Problem Çözme ve Karar Alma	17
1.8.2.Bilginin Kalitesini Etkileyen Temel Etkenler	18
1.8.2.1.Zamanlama ve Doğruluk.....	20
1.8.2.2.Tutarlılık.....	21
1.8.2.3.Bütünlük.....	21
1.8.2.4.Ulaşılabilirlik.....	22

İKİNCİ BÖLÜM

2.İLETİŞİM, SOSYAL MEDYA VE TWİTTER	23-32
2.1.Afet İletişimi.....	23
2.2.Sosyal Medya	24
2.2.1. Afet Durumunda Sosyal Medya Kullanımı.....	26
2.2.2. Afet Durumunda İletişim	28
2.2.3. İletişim Kesintileri ve Sosyal Medya Kullanımı	29
2.3.Twitter	29
2.3.1. Twitter'ın Özellikleri.....	29
2.4.Afet İletişimi ve Twitter	30

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. YÖNTEM VE BULGULAR.....	33-53
3.1. Twitter Örnekleri.....	33
3.1.1.2010 – Van Depremi ve Twitter.....	33
3.1.2.2010 – Haiti Depremi.....	37
3.1.3.2014 – Keşmir Selleri, 2015 – Chennai Seli – Nepal Depremi.....	38
3.1.4.2016 – Ankara – Kızılay Patlama.....	40
3.1.5.2020 - Elazığ Depremi	40
3.1.6.2020 – Nijerya Meteor	44
3.1.7.2020 – Koronavirüs Salgını.....	46
3.2. Tartışma.....	51
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	54
KAYNAKÇA	56
ÖZGEÇMİŞ.....	64

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Oluşma Türlerine Göre Afetler.....	3
Tablo 2. Kriz Yönetiminde Sosyal Medyanın Fonksiyonları	15
Tablo 3. Kriz Yönetiminde Sosyal Medya Fonksiyonları Arasındaki Sosyal Medya Platformlarının Kapasitesi.....	18
Tablo 4. Bilginin Kalitesini Etkileyen Temel Etkenler.....	19
Tablo 5. Türkiye Günlük Koronavirüs Tablosu	47



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Afet Yönetim Sistemi	4
-------------------------------------	---



GÖRSELLER LİSTESİ

Görsel 1. #Pray4Turkey	34
Görsel 2. Globalgiving – Turkey Earthquake Relief Fund (Türkiye Yardım Fonu)	35
Görsel 3. YalnızDegilsinVan	36
Görsel 4. Twitter'a Geç	37
Görsel 5. #Listeler ya da SMS !	38
Görsel 6. Kayıp İlanına Cevap – Twitter	40
Görsel 7. Türkiye Joker Kulübü - Twitter.....	41
Görsel 8. T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı – Twitter	41
Görsel 9. T.C. Cumhurbaşkanlığı - Twitter	42
Görsel 10. AKUT – Twitter	43
Görsel 11. Provakasyon	44
Görsel 12. Nijerya'ya Meteor Düştü - Twitter	44
Görsel 13. Ülkede Haber - Twitter.....	45
Görsel 14. Arakunrin Akeredolu -Twitter.....	45
Görsel 15. Kovid – 19 - Twitter	46
Görsel 16. Fahrettin Koca - Twitter	47
Görsel 17. Recep Tayyip Erdoğan – Twitter	48
Görsel 18. T.C. İletişim Başkanlığı - Twitter.....	49
Görsel 19. Dünya Geneli Koronavirüs Mevcut Durum	49
Görsel 20. Haluk Levent – Twitter	50
Görsel 21. Keşfet – Twitter	50

KISALTMALAR LİSTESİ

TÜRKÇE		İNGİLİZCE	
ABD	Amerika Birleşik Devletleri	USA	United States of America
AFAD	Afet ve Acil Durum Yönetim Başkanlığı	AFAD	Disaster and Emergency Management Authority
AKUT	Arama Kurtarma Derneği		Search and Rescue Association
İP	İngiliz Petrolü	BP	British Petroleum
	Amerikan Federal Acil Durum Yönetimi Ajansı	FEMA	Federal Emergency Management Agency
KBRN	Kimyasal, Biyolojik, Radyolojik ve Nükleer	CBRN	Chemical, Biological, Radiological and Nuclear
MEDAK	Medikal Arama Kurtarma		Medical Search and Rescue
STK	Sivil Toplum Kuruluşu		Non-governmental organization
TDK	Türk Dil Kurumu		Turkish Language Society
TJK	Türkiye Joker Kulübü		Jockey Club Turkey
	Çok Konuşulan Konu	TT	Trending Topic
	Tekdüze Kaynak Bulucu	URL	Uniform Resource Locator
DSÖ	Dünya Sağlık Örgütü	WHO	World Health Organization

GİRİŞ

İnsanlığın var oluşundan bu yana yaşanan krizler ve meydana gelen afetler, insanoğlunu ve doğayı olumsuz anlamda sürekli olarak etkilemiştir. Yapılan arkeolojik çalışmalar, tarih öncesinde yaşayan insanların bile o dönemlerde, günümüzde var olan açlık, kazalar, salgın hastalıklar gibi pek çok riskle karşı karşıya kaldığını ve bunları azaltmak için çıkar yol aradıklarını göstermektedir. Bunlarla birlikte insanlığın gelişme sürecine ek olarak afet ve kriz yönetimi becerisi de aynı oranda artmıştır. Kurum ve kuruluşlarda afet ve kriz yönetimi için farklı yollara başvurulabilmekte ve krizin çözümü için alternatif uygulamalar yapılabilmektedir (Zincir ve Yazıcı, 2013: 66).

Günümüzde radyo, televizyon, telefon ve internet gibi iletişim araçları yaşamımızın her anında yer almaktadır. İnternet ve sosyal medya, iletişim alışkanlıklarımız ve yaşam şeklimiz başta olmak üzere hayatımıza sürekli olarak yön vermektedir. Sosyal medya aracılığı ile kişiler, istedikleri zaman istedikleri anlarını milyonlarca kişilerle paylaşabilmekte ve başkalarına ait paylaşımları da takip edebilmektedirler (Tarhan ve Aydın, 2017: 3). Afet ve kriz yönetimi açısından bakıldığında sosyal medya, bilginin üretilmesi ve paylaşılması noktasında, iyi, doğru, güvenilir ve hızlı karar vermeye olanak sağlayabilir. Dolayısıyla, afet ve krizin toplumu nasıl etkilediği, ne gibi ihtiyaçları ortaya çıkardığı ne kadar çabuk anlaşılırsa, afet ve kriz yönetimi için yapılacak müdahaleler, planlamalar ve atılacak adımlarda o kadar hızlı ve doğru yapılabilir (Sarı ve Aksu, 2012: 41).

Son dönemlerde, doğa kaynaklı afetler sırasında artan iletişim ve yardım ihtiyacına bağlı olarak, sosyal medya araçlarının önemi farklı bir şekilde ele alınmaya başlanmıştır. Facebook, Myspace, Google+, LinkedIn gibi sosyal medya araçları, özellikle Twitter başta olmak üzere, doğa kaynaklı afet durumlarında, acil durum farkındalığı, iletişime geçme, bilgi paylaşımı, tartışma ve yardım konularında neler yapılması gerektiğine dair konuları paylaşmaktadır (Karakulakoğlu, 2015: 281).

BİRİNCİ BÖLÜM

1. AFET VE KRİZ

1.1. Amaç ve Kapsam

Bu çalışma, afet ve kriz yönetiminde sosyal medya araçlarından Twitter'ın başta Türkiye olmak üzere dünyada meydana gelen afetlerde kullanımını araştırarak, kullanıcıların daha doğru kullanmalarına rehberlik etmek ve gereksiz bilgilerin önüne geçerek afet bölgesine yardım gönderilmesini sağlamakla birlikte iyileştirme çalışmalarına katkı bulunacak çalışmaları hızlandırmayı hedeflemektedir.

Bu çalışma kapsamında, Türkiye ve dünyada meydana gelen afetlerde ve sonrasında da kriz yönetiminde sosyal medya araçlarından Twitter'ın nasıl kullanıldığı araştırılacaktır. Bu doğrultuda, bir afet sonrasında veya kriz anında sosyal medyanın nasıl kullanılması gerektiği, kullanımdaki eksiklikleri, hataları ve mevcut kullanımları ile değerlendirilecek, afetlerde yaşanan iletişim ve koordinasyon eksikliği, yönetim zafiyetini ortaya koyma ve azaltma üzerine bir rehber oluşturulacaktır. Böylece, sosyal medya araçlarından özellikle Twitter üzerinden dolaşan güncel ve doğru bilgilerle halkın bilgilendirilmesi, bireylerin afete karşı bilinç ve duyarlılık kazanmalarının sağlanması, müdahale ve yardımların kolaylaştırılması bu kapsam dâhilinde ortaya konulacaktır.

1.2. Afet

Afet, insanlar için fiziksel, sosyal, çevresel, psikolojik ve ekonomik kayıplara sebep olan, insan etkinliklerini ve mevcut yaşamı durdurarak ya da kesintiye uğratarak maddi manevi kayıpların yaşanmasına neden olan, yerel imkanları kullanarak üstesinden gelinemeyeceği, çevre ve dış kaynaklardan yardıma ihtiyaç duyulan insan, doğa ve teknolojik kaynaklı herhangi bir olayın sonucu olarak tanımlanır (Kadioğlu, 2008: 6; Ergünay, 2009: 3).

1.2. Afet Türleri

Afetler, oluşma türlerine göre ikiye ayrılır: Doğa kaynaklı ve insan kaynaklı (beşeri) afetler (Tablo 1). Doğanın kendi davranışlarından kaynaklanan ve insan unsurunun da tetikleyici rolü alabildiği afetler doğa kaynaklı afetlerdir. Doğanın kendi davranışıyla değil de insanın doğa ile etkileşime girip bunun aşırılılaşması sonucunda meydana gelen afetler de beşeri afetlerdir. Bu afetler yeterli tedbirlerin alınmaması, dikkatsizlik, bilgisizlik, eğitimsizlik gibi etkenlerden dolayı kazaya yol açarak ya da kasıt durumunda ortaya çıkabilmektedir (Wikipedia, 2017).

Tablo 1. Oluşma Türlerine Göre Afetler

Doğa Kaynaklı Afetler	İnsan Kaynaklı (Beşeri) Afetler
● Seller ve su taşkınları ● Deprem ● Heyelan, kaya düşmeleri, çığ ● Hortum, kasırga ve fırtına ● Volkanlar, yangınlar vb.	● Endüstriyel kazalar ● Ulaşımla ilgili kazalar ● Nükleer, biyolojik , kimyasal silahlar ● Toprak, su, hava kirliliği vb. ● Salgın hastalıklar

Kaynak: <https://tr.wikipedia.org/wiki/Afet>, AFAD

Etki derecelerine göre afetler altı gruba ayrılır:

Birinci derece: Bölgede 10 ve üzeri ölüme, 10 milyon ve üzeri hasara neden olan afetlerdir.

İkinci derece: İl bazında 100 ve üzeri ölüme, 100 milyon dolar ve üzeri hasara neden olan afetlerdir.

Üçüncü derece: İl bazında 1000 ve üzeri ölüme, 1 milyar dolar ve üzeri hasara neden olan afetlerdir.

Dördüncü derece: Kıtada 10 bin ve üzeri ölüme, 10 milyar dolar ve üzeri hasara neden olan afetlerdir.

Beşinci derece: Birden fazla kıtada 100 bin ve üzeri ölüme, 100 milyar dolar ve üzeri hasara neden olan afetlerdir.

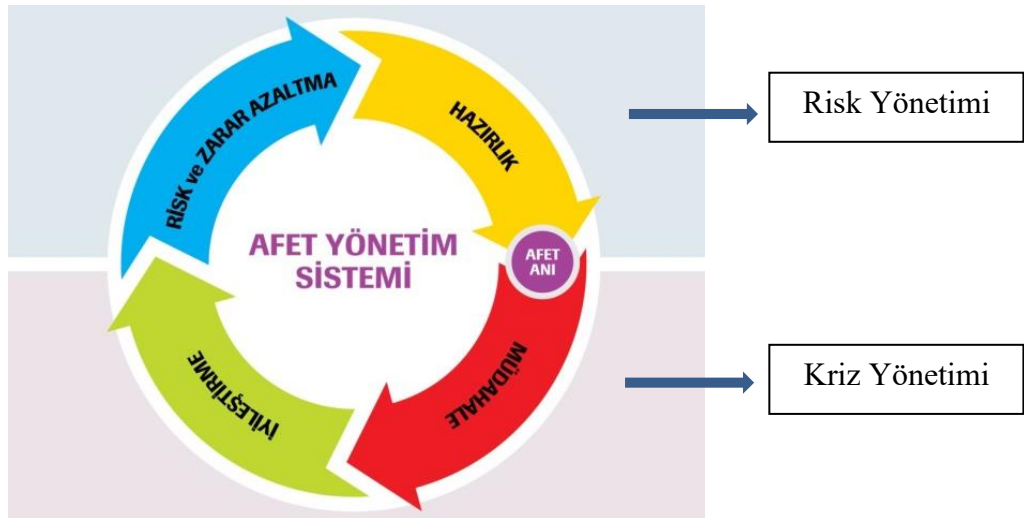
Altıncı derece: Dünyada 1 milyar ve üzeri ölüme, 1 trilyon dolar ve üzeri hasara neden olan afetlerdir (Afete Hazırlık Derneği, 2010).

1.3. Afet Yönetimi Sistemi

Afet yönetimi sistemi, afet sonucunda meydana gelebilecek olayların önlenmesini ya da afet zararlarının en az seviyeye indirilmesini amaçlamaktadır. Yaşanabilecek herhangi bir afete karşı hazırlıklı olunması, afetlere gerekli müdahale işlemlerinin yapılması ve sonrasında iyileştirme çalışmalarının sürdürülebilmesi için gerekli olan faaliyetlerin tüm toplumu kapsayacak şekilde planlanması, koordinasyonunun sağlanması, desteklenmesi, yönlendirilmesi ve kurumsal anlamda yapılandırmaların tamamlanması gerekmektedir. Buna ek olarak, gerekli mevzuatların oluşturulması veya düzenlemelerin yapılması, toplumun bütün kurum ve kuruluşlarıyla kaynaklarının belirtilen bu ortak emeller ile yönetilmesi gerekmektedir. Bütün bu faaliyetler dikkate alındığında, afet yönetiminin dört aşamadan oluştuğu söylenebilir (Şekil 1).

Risk ve Zarar Azaltma Aşaması: Öncelikli olarak afet risklerinin ve tehlikelerinin tespit edilmesi, yapılabiliyorsa kayıpların meydana gelmemesi için toplumun bilinç düzeylerinin artırılması, afet süreçlerini içine alan mevzuatların oluşturulması, kurumsal anlamda yapılandırmanın sağlanması, araştırma geliştirme çalışmalarının sürdürülmesi, konuyla ilgili olarak gerekli bütün tedbirlerin alınması ve uygulanması faaliyetlerinin oluşturduğu aşamadır.

Şekil 1. Afet Yönetim Sistemi



Kaynak: Türkoğlu, 2014

Hazırlık Aşaması: Afetlerin toplum için olumsuz etkiler meydana getirmemesi amacıyla, afet öncesinde gerekli planlamaların, karşılıklı yardımlaşmanın, kaynak yönetiminin ve toplumun müdahale ekiplerinin eğitilmesi gibi faaliyetleri içine alan aşamadır. Planlama aşaması olarak da adlandırılabilir.

Müdahale Aşaması: Bu aşamada, arama kurtarma çalışmaları, ilk yardım ve tıbbi müdahale yapılır. Buna ek olarak, iye ve geçici barınma gibi gereksinimler de ivedilikle karşılanır.

İyileştirme Aşaması: Bu aşamadaki faaliyetlerin asıl hedefi, afete maruz kalan bölgenin normal hayata ve normalleşmiş olan sosyo-ekonomik koşullara dönebilmesi için yapılan faaliyetleri kapsar. Bu aşamada, haberleşme, ulaşım, altyapı, sağlık, eğitim gibi hizmetleri tekrar yapılandırılması için çalışmalar yapılarak daha uzun vadeli sonuçların hesapları yapılmaktadır. Afet yönetimi döngüsünde bu aşama zarar azaltma aşaması olarak da değerlendirilmektedir.

Herhangi bir afet olayı meydana gelmeden önce gereken önlemlerin alınması, olay sırasında gerçekleştirilen müdahale etkinliklerinin verimli ve etkin olması kadar önemlidir. Bu da daha önce yaşanan afetlerde görülmüştür. Buna bağlı olarak, günümüz şartlarına uygun bütünleşik ve modern bir afet yönetim sistemi için yapılması gereken çalışmalar şu şekilde verilebilir:

- Bütün tehlikelerin hesaba katılması,
- Bütün aşamaların gerçekleştirilmesi,
- Bütün kaynakların kullanılması,
- Bütün birey ve kurumların bu çalışmalara ortak olmalarının sağlanması (MEDAK, 2020).

1.4. Türkiye’de Afet Yönetimi

Türkiye’de mevcut ve halen uygulamakta olan afet yönetimi sistemi, 1959’da çıkarılan ve 4623 sayılı yasayı yürürlükten kaldıran, 7269 sayılı “*Umumi Hayata Müessir Afetler Dolayısı ile Alınacak Tedbirlerle Yapılacak Yardımlara Dair Kanun*” ile belirlenmiştir. Bu yasanın dördüncü maddesine göre, Bakanlar Kurulu’nun 01.04.1988 gün ve 88/12777 sayılı kararıyla hem merkezde hem de ilçelerde nasıl örgütlenme yapılacağı ve afet müdahale sistemi içinde yer alan kuruluşların görev, yetki

ve sorumluluklarıyla hazırlık ve planlama esasları belirlenmiştir. Afet Merkez Koordinasyon Kurulu, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı Başkanlığında;

- İçişleri Bakanlığı,
- Milli Eğitim Bakanlığı,
- Milli Savunma Bakanlığı,
- Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı,
- Dışişleri Bakanlığı,
- Sanayi ve Ticaret Bakanlığı,
- Sağlık Bakanlığı,
- Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı,
- Maliye Bakanlığı,
- Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı,
- Ulaştırma Bakanlığı,
- Orman Bakanlığı Müsteşarları ile Türk Kızılay Derneği Genel Başkanı veya Genel Müdürü'nün katılması ile oluşmaktadır.

Oluşturulan bu kurula Genelkurmay Başkanlığı'nın görev ve sorumlulukları ile ilgili konularda Genelkurmay Başkanlığı temsilcisi de katılır (İB-İTÜ, 2002).

1.5. Risk ve Risk Yönetimi

Bir afetin doğuracağı olumsuz sonuçların bütünü risk kavramını oluşturmaktadır. Bu kavramdan söz edebilmek için bir tehlikenin veya olayın, belirli bir alanda ve büyüklükte meydana gelerek mevcut değerleri olumsuz yönde etkilemesi, zarar görebilme ve etkilenme oranlarının önceden tahmin edilebilmesi gerekir. Muhtemel bir afet olayının saptanması ya da oluşma ihtimallerinin belirlenmesi, risk altında bulunan toplumun ne kadar etkileneceğinin tespit edilmesi, riskleri azaltacak kıstasların belirlenmesi, tehditleri azaltacak yöntemlerin uygulanmaya başlanması için gerekli çalışmaların yapılması gibi maddeleri risk yönetimi içermektedir.

Risk yönetimi, tespit edilen risk ve tehlikelerin afete çevrilmeden kurtulması amacına yönelik tedbir ve çalışmaların bir plan dâhilinde yerine getirilmesidir. Bir risk yönetimi çalışmasında yapılması gerekenler şu şekilde verilebilir:

- Riskler ve tehlikeler belirlenir,
- Risk senaryoları hazırlanır,

- Korunma ve zarar azaltma tedbirleri seçilir,
- Sonuçlar güncel grafiklere ve haritalara konulur,
- İmkanlar ve kaynaklar belirlenir,
- Afetten korunmak ve afetlere müdahale edebilmek için en doğru seçenekler ve öncelikler belirlenir, bunlar hakkında kararlar alınır ve uygulamaya geçilir (Özkul ve Karaman, 2007: 256).

1.6. Kriz ve Kriz Yönetimi

Bir kriz olayının meydana gelmesiyle birlikte, kriz yönetimi, başarılı veya başarısız olacak şekilde gerçekleştirilebilir. Kriz yönetiminin temeli, kriz anında mevcut başarıya ulaşmak, başarıyı geliştirmek ve olumlu sonuçlar elde edebilir olmak ve bu süreçte olumsuz bir durumu alıp daha olumsuz hale getirme olasılığını da içinde barındırır (Zincir ve Yazıcı, 2013: 66).

1.6.1. Kriz Kavramı

Etimolojik olarak Yunanca'da "krisis" kelimesinden gelen ve karar anlamında olan kriz kavramı, mevzuatımızda "devletin ve milletin bölünmez bütünlüğüyle ulusal hedef ve menfaatlere yönelik düşmanca davranışların ve tutumların, anayasayla kurulan hür ve demokrat düzeni ya da hak ve hürriyetleri yok etmeye yönelik şiddet hareketlerinin, doğa kaynaklı afetlerin, büyük yangınların, Kimyasal, Biyolojik, Radyolojik ve Nükleer (KBRN) olaylarının, ekonomik bunalımların, tehlikeli salgın hastalıkların, nüfus hareketlerinin ayrı ayrı ya da birlikte meydana geldiği durumlar" olarak tanımlanmaktadır (AFAD Terimler Sözlüğü; Pearson ve Mitroff, 1993: 48).

1.6.1.1. Krizin Özellikleri

Krizi kriz yapan özellik "belirsizlik içinde olması" şeklinde ifade edilebilir. Kriz, insanları, kurum ve kuruluşları belirsizlik içine sokar. Belirsizlik dışında krizin üç ana özelliği vardır. Bunlar; tehdit, zaman baskısı ve sürprizdir.

Tehdit: Kriz sonucunda oluşacak olası kayıpları ifade eden tehdit, toplumu yöneten organların amaçlarını, yönetim sistemlerini etkisi altına almaktadır. Buradaki tehditlerin büyüklüğü ve kapsamı açısından zararlar, kriz oluşumuna, türüne, yönetimin

kriz sırasındaki haline ve toplumun olaylara karşı gösterdikleri tepkilerine göre değişiklik gösterebilmektedir. Krize karşı toplumun gösterdiği tepkileri, kriz gelişimini ve kriz için yapılması gerekenleri ve bunların sonuçlarını belirleyen önemli bir faktördür.

Zaman baskısı: Krizin gerçekleştiği zamanla karar verilebilecek son an arasındaki fark olarak ifade edilebilir.

Sürpriz: Şok etkisi yaratıp toplumda olumsuz etkilere sebep olan, önceden tahmini olmayan değişimler olarak belirtilebilir. Yöneticilerin mesul olduğu çevrelerin değerlendirme yapabilmesi, bilgi sahibi olabilmesi ve raporlanması istemindeki hatalar sonucu meydana getirir.

Krizin diğer özellikleri ise şu şekildedir:

- Krizler, karar alıcılar, görevini yapan kişiler ve kurumlarda gerilim oluşturur.
- Krizler, kurumların ve hedeflerini tehdit eder.
- Kriz esnasında harekete geçmek için lazım olan zaman, bilgi ve kaynaklar konusunda sıkıntılar vardır.
- Krizin kontrol altına alınması oldukça güçtür.
- Kriz toplumun amaçlarını ve varlığını tehdit eder.
- Kriz süreci yaşam faaliyetleri için bir dönüm noktası olma özelliğine sahiptir.
- Krizde acil müdahale yapılması gerekir ve özellikle kurumlar üzerinde zaman baskısı yaratır.
- Krizler iyi yönetildiği zaman fırsata dönüştürülebilir.
- Kriz sürecinde toplumun tahmin etme ve önleme mekanizmaları yetersiz kalır.
- Kriz süreci psikolojik ve fiziksel açıdan olumsuz etkiler yaratır.
- Krizlere önceden önlem alıp engellemek oldukça zordur.

1.6.1.2. Kriz Türleri

Günümüzdeki mevcut bilgiler ışığında krizi iki şekilde ortaya koymak mümkündür. Bunlardan birisi, kuruluşun kendisinin sebep olduğu krizler, diğeri ise kendisinin dışında meydana gelen etkenlerden kaynaklanan ve tahmin edilmesi güç krizler şeklinde tanımlanabilir:

Muhtemel Krizler: İş kazaları, patlama, deprem, radyoaktif sızıntı, yangın, kirlilik problemleri, vb.

Tahmin Edilemeyen Krizler: Doğa kaynaklı afetler.

1.6.1.3. Krize Neden Olan Etkenler

Krizler birden fazla etkenin bir araya gelerek oluşturduğu karmaşık süreçlere sahip olan olaylardır. Bu nedenle, krizlerin oluşmasına neden olan etkenler, yönetim yapısı ve sahip oldukları şartlara göre değişiklikler gösterse bile, krizlerin asıl kaynağı olan “değişim” üstünde durulması gereken önemli bir noktadır. Değişim hızlıdır ve kurumlarda meydana gelen değişimlerin ve bu süreçte ayak uyduramamaları durumu krizlerin asıl nedenini oluşturmaktadır (Demir, 2011: 8).

Krize sebebiyet veren ana etkenler, kurumların içinden kaynaklanan ve çevresel etkenler, diğer iç ve dış etkenlerinde etkileşim halinde olmasıdır. Hızlı gerçekleşen çevresel değişimler, kurumların bilgi kaynaklarının yetersizliği, füzuli bilgi, var olan bilgilerin güncelliğinin sağlanamaması, plansızlık, haberleşmenin yetersiz kalması ve koordinasyonun sağlanamaması, farklı değer sistemlerinin varlığı ve buna bağlı bir şekilde artan kurumlar arası çatışma gibi faktörler krizleri meydana getiren etkenler olarak sıralanabilir (Tutar, 2011: 13).

1.6.1.4. Krizin Aşamaları

Krizin her bir süreci kaos ve zorluk içermektedir. Kaos, evrenin düzene girmeden önceki şeklinden yoksun, uyumsuz ve karmaşık durumudur (Kargaşa, Türk Dil Kurumu, TDK). Krizi oluşturan safhaların uzun olması krizin çeşidine, meydana geliş sebebine ve büyüklüğüne bağlıdır. Krizlerin tespit edilmesi, büyümesinin önüne geçilmesi ve krizin meydana gelmesinden sonra sonlandırılabilmesi, tedbir alınabilmesi için krizlerin aşamalı bir şekilde analizlerinin yapılması gerekmektedir (Filiz, 2007: 11). Kriz süreci, kriz öncesi, anı ve sonrası aşamalarından oluşur.

1.6.1.4.1. Kriz Öncesi

Bu dönem, kriz meydana gelmeden önceki dönemdir. Bu dönemde, krizlerin oluşma sebeplerinin göstergesi olan kriz belirtileri meydana gelir ve kriz sonuçlarının hissedilmeye başlanmasıyla son bulur. Kriz öncesi dönem, körlük, yanlış eylemler ve eyleme geçmeme olmak üzere üç aşamadan oluşur (Tüz, 2008: 19).

Körlük: Krizin ayırt edilmesi gereken bu dönemde boşluklar, yetersizlikler ve basiretsizlikler başlar. Kurumlar kriz durumunu daha önce tecrübe edemedikleri için belirtilerini algılayamaz ve bu nedenle çözüm yolu bulamaz.

Eyleme Geçmeme: Krizin sebep olduğu problemler nedeniyle kurumların performansı düşebilir fakat yine krizin algılanamamasından ötürü tedbir alınamaz, eyleme geçilemez. Sonuçta, krizin belirtileri artar ve durum zorlaşır, kalite ve verimlilik düşer.

Yanlış Eylemler: Yönetim tarafından krize neden olan problemler algılanır fakat çözüm için alternatif yollar bulunamaz, sıradan çözümler uygulanmaya çalışılır. Problem çözme işinde doğru olmayan yöntemler, kurumların performansını düşürür ve bunun sonucunda motivasyonun bozulması, gerilim ve huzursuzluk oluşur. Kurumlarda oluşan bu negatif durumlardan dolayı da kriz başlayabilir.

Kriz öncesinde çözümsüzlük yani entropi durumu ve düzensizlik yaşanmaktadır. Daha geniş bir anlamda entropi, faaliyetlerin kesintiye uğraması, karışıklık ve aksamaların meydana gelmesi, dengenin kaybolması ve bunlara bağlı olarak da sistemin faaliyetlerinin tümüyle durması yönünde bir yönelimi ifade eder (Tutar, 2011: 54). Bu düzensizlik ve çözümsüzlüğün hakim olduğu kuruluşlarda krizleri algılamada problemler ortaya çıkar. Bu nedenle de krizi önlemek için ellerine geçen fırsatları değerlendiremezler. Kriz öncesi dönemde krizlerin algılanması, kriz şiddetinin azaltılması, engellenmesi ve krize karşı gereken tedbirlerin zamanında alınması açısından önemlidir.

1.6.1.4.2. Kriz Anı

Bu aşama, kriz sonuçlarının ortaya çıktığı, kriz etkilerinin sert bir biçimde yaşandığı ve bunların son bulması için faaliyetlerin yapıldığı dönemdir. Bu dönem, krizin etkisinin en yoğun şekilde yaşandığı dönemdir. İlk kriz şokunun atlatılmasıyla, krizin cinsine ve büyüklüğüne göre gerekli olan tedbirlerin alınması ve krizin yarattığı etkilerden kurtulma çalışmaları gerçekleştirilir. Kriz anı üç aşamadan oluşur: Tırmanma aşaması, tırmanmanın durması ve gerileme.

Tırmanma Aşaması: Bu aşamada düzen alt üst olur, belirsizlik hali hakimiyet kurar ve ortam tamamıyla kaos içinde kalır.

Tırmanmanın durması ve gerileme: Belirsizlik ve kaos ortamını ortadan kaldırmak için gerekli önlemler alınır ve durma gerçekleşir veya gerileme başlar.

Kriz anında ilk iş, durum tespiti yapılması olmalıdır. Krizi çözebilmek için alınan tedbirlerde, popülist ve gelenekçi yaklaşımlardan uzak durulmalıdır. Kurumların olumsuz unsurları ortadan kaldırabilmesi için hızlı karar vermeleri gerekir. Bu sayede krizin etkileri geriler veya tamamen ortadan kalkabilir.

1.6.1.4.3. Kriz Sonrası

Bu dönemde krizin ortadan kalkma süresi, alınan önlemlere ve bu önlemlerin uygulanıp uygulanmamasına göre değişiklik gösterebilir. İyileştirme ve öğrenme süreçleri bu dönem içinde yer alır.

1.6.2. Kriz Sonuçları

Kriz sonrasında, krizin meydana getirdiği yaraların sarıldığı, güçlendirme çalışmalarının yürütüldüğü süreç bulunmaktadır. Bu süre zarfında kurumların kriz etkilerini yok etmek için çalışmalar yapması gerekir. Bu amaçla, yeni projeler üretilip, krizle oluşan belirsizlik ve etkisizlik durumu ortadan kaldırılmaya çalışılır. Örneğin, bir afet sonrası yıkılan konutların yerine yenisi yapılanaya kadar kişilere barınma yerlerinin sağlanması gibi (Büyükkaracıoğlu, 2016: 202).

1.6.3. Kriz Yönetimi ve Süreci

Modern afet yönetimi sisteminde yer alan etki analizi, müdahale, iyileştirme ve yeniden yapılanma gibi afet sonrasındaki düzeltme çalışmaları kriz yönetimini oluşturur.

Kriz yönetiminin tek başına uygulanması, zamansız, eşgüdüksüz, etkisiz, tepkisel, hedef kitle yanlışlığı, güven vermeyen ve afetin felakete dönüşmesine sebep olan bir sistem olarak karşımıza çıkar. Risk yönetiminin ihmalinde kriz yönetimi başarılı olamaz ve dolayısıyla risk yönetimine önem verilmelidir (Kadioğlu, 2008: 3).

Kriz yönetimi sürecine bakacak olursak, burada dikkate alınması gereken nokta, riskleri ve risklerin meydana getirebileceği kriz çeşitlerini belirleyebilmektir. Çünkü farklı risklerin sebep olacağı kriz çeşitlerinin çözülebilmesi için başka stratejilerin geliştirilmesi gerekebilmektedir (Coombs, 2006: 2).

Kriz yönetimi sürecine krize hazırlık aşamasının da eklenmesi gerekir. Bu aşama da kriz yaşanmadan önce ne yapılması gerektiğine dair hazırlıkların yapılacağı aşamadır (Zincir ve Yazıcı, 2013: 68).

Kriz yönetimi sürecini Augustine (1995), “krizden kaçmak, krizi yönetmek için hazırlanmak, krizi tespit etmek, krizi dondurmak, krizi çözmek ve krizden fayda sağlamak” olmak üzere altı aşamada açıklamaktadır. Bu aşamaları şu şekilde özetlemek mümkündür:

- 1. Aşama – Krizden Kaçmak:** Bir krizi kontrol altına almanın en önemli ve en basit yolu önlem almaktır. Bu sayede meydana gelecek krizlerden kaçmak mümkün olabilir. Gözden kaçırılan herhangi bir durum söz konusu olduğunda meydana gelen kriz, içinden çıkılması zor bir hal alabilir. O nedenle bu aşamanın dikkate alınması gereken bir aşama olduğu söylenebilir.
- 2. Aşama – Krizi Yönetmek İçin Hazırlanmak:** Eğer bir krizi engellemek için yapılan faaliyetler işe yaramıyorsa devreye krize hazırlık faaliyetleri girmelidir. Kriz yönetimi sürecinde hazırlık aşamasında yetkili kişiler krizin kaçınılmazlığını göz önüne alarak ona göre plan yapmalıdır. Kriz durumu ne kadar güçlü olursa olsun yönetim neye hazırlandığının bilinciyle kriz daha kolay atlatılır.
- 3. Aşama – Krizi Tespit Etmek:** Kriz durumu söz konusu olduğunda bu durumu inkar etmek yerine varlığını kabul etmek gerekir. Krizin kabulünden sonraki aşamalar ise daha hızlı ve etkili bir biçimde gerçekleştirilebilir.
- 4. Aşama – Krizi Dondurmak:** Krizle karşı karşıya kalındığı zaman zor kararlar alınması gerekebilir ancak bu kararlara hemen uyulmalıdır. Yani tıp bilimi diliyle, eğer bir kanama varsa, bu kanamaya hemen müdahale edilmelidir. Günümüzde ultra iletişim dünyası göz önüne alındığı zaman ilgili yerlerin göstermesi gereken tepki “sessiz kalmak” olmamalıdır. Kriz masasında görüş ayrılıkları olsa bile kriz ile ilgili gerekli açıklamaların yapılması gerekmektedir. Bu şekilde dış çevreye krizin kontrol altına alınması için gerekli çalışmaların yürütüldüğünü gösterilerek, duruma hakimiyetin sağlandığı izlenimi verilmelidir. Günümüz iletişim dünyasında yukarıda bahsedilenlerin

gerçekleştirilmesi sosyal medya ile oldukça kolay ve hızlıdır. Örgütlerin sosyal medyayı doğru ve aktif kullanımı onların yararına olacaktır.

5. **Aşama – Krizi Çözmek:** Kriz durumunda hızlı hareket edebilmek çok önemlidir ve kriz halini sonlandırmak için doğrudan harekete geçilmelidir. Mesela, 2011 Van depreminde kişilerin mevcut ihtiyaçlarını sosyal medyadan bildirmeleri ile yardım ulaştırıldı ve karmaşa engellenmeye çalışıldı.
6. **Aşama – Krizden Fayda Sağlamak:** Her krizde tecrübe edilecek birçok olay bulunmaktadır. Yönetim ilk beş aşamada başarı sağlayamadıysa bile bundan sonra meydana gelebilecek krizleri yönetmek için daha dikkatli davranmalıdır (Augustine, 1995: 149).

Özetlenecek olursa, kriz yönetiminin asıl amacı, kurumları krize hazırlamaktır ve kriz yönetimi beş aşamada ele alınabilir.

1. Kriz sinyallerinin elde edilmesi,
2. Krize hazırlıklı olmak ve korunmak,
3. Krizi kontrol altına almak,
4. Normal hayata geçiş,
5. Öğrenme ve değerlendirme yapmak.

Kriz yönetiminin ilgili olduğu faaliyetler ise şu şekildedir:

- Krize sebep olacak faktörlerin, kriz etkilerinin ve boyutunun önceden bilinerek hafifletilmeleri ya da ortadan kaldırılmaları.
- Kriz başladığında uygulanacak tekniklerin etkinliğinin artırılması.
- Krize sebep olan olayın etkilerine karşı verilecek yanıtın detaylı bir şekilde geliştirilmesi.
- Kriz etkilerinin yok edilmesi için zarar gören maddi-manevi kaynakların hızlıca ve etkili bir şekilde yeniden yerine konulmasıdır.

Kriz yönetimleri, aktif kriz yönetimi ve tepkici kriz yönetimi olarak iki sınıfta incelenebilir.

Aktif Kriz Yönetimi Anlayışı: Kurum ve kuruluşların kriz meydana gelmeden önce bu olasılığı göz önüne alarak gereken çalışmaları yapmaları temeline dayanır.

Tepkici Kriz Yönetimi Anlayışı: Açık bir hale gelen krizlerin yok edilmesi ya da olumsuz etkilerinin en aza indirilmesi temeline dayanır.

1.6.4. Kriz Yönetiminin Özellikleri

Kriz yönetiminin özellikleri şu şekilde verilebilir:

- Kriz yönetimi, birden fazla aşamadan oluşan bir süreç yönetimidir.
- Kriz yönetimi, sürekli, uzun ve döngüsel olmakla birlikte, karışık ve etkileşimli muamelelerin bütünüdür.
- Kriz yönetimi, bir tehdit unsuru oluşturarak, tehlikeye dönüşebilir ve imkansız hale getirebilecek özellikteki durumları meydana getirebilir.
- Kriz yönetimi, kurumların krizleri önceden tahmin edebilmesini ve buna karşı hazırlıklı olmasını sağlar.
- Disiplinler arası bir yaklaşımdır.
- Kriz yönetimi, krizin çeşidine ve özelliklerine göre değişiklikler gösterebilir.
- Bir kriz yönetiminin etkin olması, krizin kontrol altına alınmasını ve olabilecek en az kayıpla atlatılmasını öngörür.
- Kriz yönetimi devamlılığı temel alan bir durum olmakla beraber, öncesi ve sonrası bulunmamaktadır.
- Kriz yönetiminde, karar vericilerin krizi algılama düzeyleri ve şekilleri, krizi önlemek için değer taşımaktadır. Krizi yönetecek kişilerin de algılama kapasiteleri önemli bir yer tutar (Büyükkaracıoğlu, 2016: 204).

1.7. Afet Yönetimi ve Kriz Yönetimi

Afetler, toplumların işbirliği ile sürekli hazır durumda bulunmalarını gerektiren çevresel ve sosyal problemler arasındadır. Dolayısıyla, ölüm, yaralanma ve sakatlanmanın yanı sıra toplum üzerinde şok etkisi yaratarak uzun dönemli, tedavisi zor psikolojik sorunlara da neden olabilmektedir. Afetler bunlar dışında bulaşıcı ve salgın hastalıkların yayılması riskini artırırken, alt yapı sistemlerini bozarak ekonomiyi de sekteye uğratar ve bu da devletin uzun vadeli planladığı yatırımları geciktirir. Afetler krizlere sebep olan temel unsurlardandır fakat her afet krize sebep olmayabilir. Afetlerin büyüklüğü ya da etkileri bunun belirleyici unsurudur. Yani krizin meydana gelebilmesi için, afetin toplumsal hayatın etkilenmesi, can ve mal kaybına sebebiyet vermesi gerekir.

Afet yönetimi disiplinli, karmaşık ve çok faktörlü bir yönetim şekli olarak tanımlanabilir (Ergünay, 2002: 22). Fakat kriz yönetiminin bir alt dalını oluşturur. Afet

yönetimi, kriz yönetimine göre daha farklıdır ve kriz yönetimi, afet yönetimini içine alacak kadar geniş kapsamlıdır. Krizin aşamalarında yapılması gerekenleri ve alınacak tedbirleri kapsayan bir süreçtir. Sonuçta afetler krizlerin nedenlerini oluşturur (Kızılova, 2014: 30).

1.8. Kriz Yönetimi ve Sosyal Medya

1.8.1. Kriz Yönetiminde Sosyal Medyanın Fonksiyonları

Kriz yönetiminde sosyal medyanın fonksiyonları, kriz yönetimi sürecinde krize hazırlık, kriz durumunu iyileştirme ve krize müdahale evrelerinde nasıl sınıflandırıldığı Tablo 2’de detaylı olarak verilmiştir.



Kaynak: Chan, 2010

1.8.1.1. Bilgi Yayma

Örgütlerdeki etkili yol, ellerinde mevcut bulunan bilgileri bildirmeleri gereken kişilere yayarak onlardan güvenilir bir şekilde geri dönüş alması için sosyal medya platformlarını kullanmasıdır. Bu şekilde gerçekleşecek kriz durumlarına hızlı bir şekilde hazırlanılabilir ve müdahale edilebilir. (Chan, 2010). Bilgi yayma fonksiyonunun bir uygulama alanı, yukarıda “krizi tespit etmek” aşamasında sözü edilen ilgili paydaşlara hemen açıklama yapmaktır.

1.8.1.2. Afet Planlama ve Eğitim

Sosyal medya araçları, afet planı oluşturma ve eğitim mevzularında da kullanılmaktadır. Örnek verilecek olursa, oyun dışı uygulamalarda oyun öğelerinin kullanılması diye bilinen “oyunlaştırma (gamification)”, Y kuşağının fazla olduğu iş hayatında, herhangi bir afet ya da kriz ihtimaline karşı hazırlıklı olmak için uygulanacak senaryonun planlanması ve personellerin eğitilmeleri için olduğu kadar, kamu sektörü, özel sektör ve Sivil Toplum Kuruluşları (STK) arasında kriz yönetimi uygulamaları için işbirliği yapılması faaliyetlerine de kullanılabilir.

Afet eğitimi örneklerinden biri olan “Incident Commander” adlı oyun Amerika Birleşik Devletleri (ABD) Adalet Bakanlığı için 2007 yılında BreakAway adlı şirket tarafından geliştirilmiştir. Bu oyunda, terörizmden bina yıkılmalarına, doğa kaynaklı afetlerden kaçırılma olaylarına kadar birçok acil durum ve kriz durumları için operasyon ekipleri oluşturulur. Her ekibin lideri hemen müdahalede bulunulacak bölgeyi tanıyarak uygun kaynakları ekip üyelerine paylaşır ve görevleri dağıtma işlemlerini üstlenmelidir. Ekip üyeleri de acil durumları en iyi şekilde atlatmak için ekip liderinin yönergeleri doğrultusunda hareket etmelidirler (Hanlon, 2006). Bu oyun gibi oyunlaştırma simülasyonları örgütlerde afet planlaması ve eğitim bakımından hem az maliyetli hem de yararlı olmaktadır.

***Oyunlaştırma (Gamification):** Yaşayarak öğrenme felsefesine bağlı olarak geliştirilen ve bilgisayar teknolojilerinin kullanımı ile içerisinde oyun ögesi bulundurmeyen bir yapıya, uygun öğeleri yerleştirerek gerçekleştirilen ve kişinin öğrenme sürecine yardım sağlayan uygulamaları anlatmaktadır. Bilgisayar simülasyonu sayesinde birey, içinde olması çok da mümkün olmayan bir ortama sokularak buradaki davranışları izlenir. Maksat kişinin aldığı eğitimler ve bilgilendirme ile yetkinliklerinin artırılmasının sağlanmasıdır. Gamification kavramı çerçevesinde Acil Durum Yöneticisi yetiştirilmesi konusunda incelenebilecek örneklerden biri, “Incident Commander Simulation Software for Emergency Personnel” adı altında www.gizmag.com/go/6121/ adresinden incelenebilir (Zincir ve Yazıcı, 2013: 73).

1.8.1.3. Ortak Problem Çözme ve Karar Alma

Örgütlerin “crowdsourcing (Kitle kaynak kullanımı)” uygulamasını kullanmasıyla bilgi akışının aktif ve çeşitli olduğu web tabanlı ve mobil teknolojilerden yararlanılarak örgütler için gerekli bilgiler toplanabilir, bilgi akışı sağlanabilir, ek olarak ortak çalışılması ile ortak problem çözme ve karar alma işlemleri gerçekleştirilebilir (Chan, 2010).

Tarihin en büyük petrol felaketlerinden biri 20 Nisan 2010 tarihinde gerçekleşmiştir. Bu felakette, İngiliz sermayeli British Petroleum (BP) şirketinin Meksika Körfezi’nde yer alan sondaj kulesi “Deepwater Horizon”un yanarak batmış ve dört milyon varil petrol sızıntısının meydana gelmiştir. Bu olaydan sonra, bu ve bunun gibi birçok kurum ve kuruluş karşılaştıkları problemlere çözüm bulabilmek için crowdsourcing faaliyetleri ile çözüm önerileri sunmuş fakat petrol sızıntısı olayında BP, sunulan çözüm önerilerini bakmadan reddetmiştir. BP şirketi bu talebe olumlu yaklaşmış olsaydı daha kısa süre içerisinde petrol sızıntısı engellenebilecek bir çözüm bulunabilirdi ve böylece hem maliyet azaltılmış hem de doğa ve canlılar daha az zarar almış olabilirdi (Kimbarivsky, 2010).

Türkiye’de ise Eskişehir’de karşılaşılan afet ya da acil durumun etki derecesinin ve etki alanının kitle kaynak yönetimi ile hızlı ve güvenilir olarak belirlenmesi adına bir çalışma yapılmıştır. Bu çalışma ile etkin bir acil müdahale ve kamusal bilgilendirme sistemi oluşturularak toplumun refleksi ortaya konulmaya çalışılmış ve böylece acil müdahale planının önemli bir parçası için adım atılmıştır (Tün vd., 2017: 3).

1.8.1.4. Bilgi Toplama

Örgütler için bilgi yayma kadar bilgi toplamada önemli bir yer tutmaktadır. Kriz hallerinde olaylar hakkında çıkan haberlerin toplanması için sosyal medya kanalları izlenmeli ve bu süreç aynı şekilde krize hazırlık, müdahale ve iyileştirme aşamaları içinde kullanılabilir hale gelmelidir (Veleve ve Zlateva, 2012: 43). Örnek olarak, Foursquare-Swarm gibi uygulamalar ile afetlerde kişiler konumlarını belirtebilir ve bu durum müdahale işlemlerini hızlandırabilir. Birden fazla uluslararası örgüt ve kamu birimleri kriz yönetiminde daha çok başarılı olabilmek için sosyal medya teknolojilerinden yararlanmışlardır. Bunun en başarılı örneği, indirilebilir bir yazılım olup bir afet ya da anlaşmazlık durumunda olaya tanıklık eden kişiler tarafından

oluşturulan raporlara ulaşılmasına imkan sağlayan Ushahidi (www.ushahidi.com) adlı bir platform olabilir (Tablo 3). Bu platform 2010 yılında meydana gelen Haiti depremi sırasında depremi yaşayanların crowdsourcing uygulaması aracılığı ile elde edilen verilerin bir harita üzerinde yerleştirilmesiyle oluşturulmuştur. Bu şekilde çeşitli örgütler, “ortak bilgilerden elde edilen raporlar” sayesinde kullanabilecekleri kaynaklara sahip olur. Sahip oldukları kaynaklar ile farkındalık yaratarak krizin iyileştirilmesinde ortak karar alma ve problem çözme fonksiyonlarının gerçekleştirilmesine imkan sağlayacağı bir yer oluşturulur.

Tablo 3. Kriz Yönetiminde Sosyal Medya Fonksiyonları Arasındaki Sosyal Medya Platformlarının Kapasitesi

Platform	Kriz Yönetiminde Sosyal Medya Fonksiyonları		
	Bilgi Yayma	Ortak Problem Çözme ve Karar Alma	Bilgi Toplama
Ushahidi	Farklı kaynaklardan elde edilen veriler filtrelendir. Bir harita üzerinde gösterilir ve topluma iletilir.	Bir kriz durumunda, bilgi paylaşımı ve tartışma ortamı sağlar. Karşı tarafın olayla ilgili farkındalığını artırmak ve bilgi destekli karar alınabilmesini sağlamak amacıyla buradaki veriler kullanılabilir.	SMS, E-mail, akıllı telefon uygulamaları, Twitter ve web üzerinden algıların, endişelerin ve düşüncelerin paylaşıldığı bir online içerik platformu niteliği taşır.

Kaynak: Chan, 2010

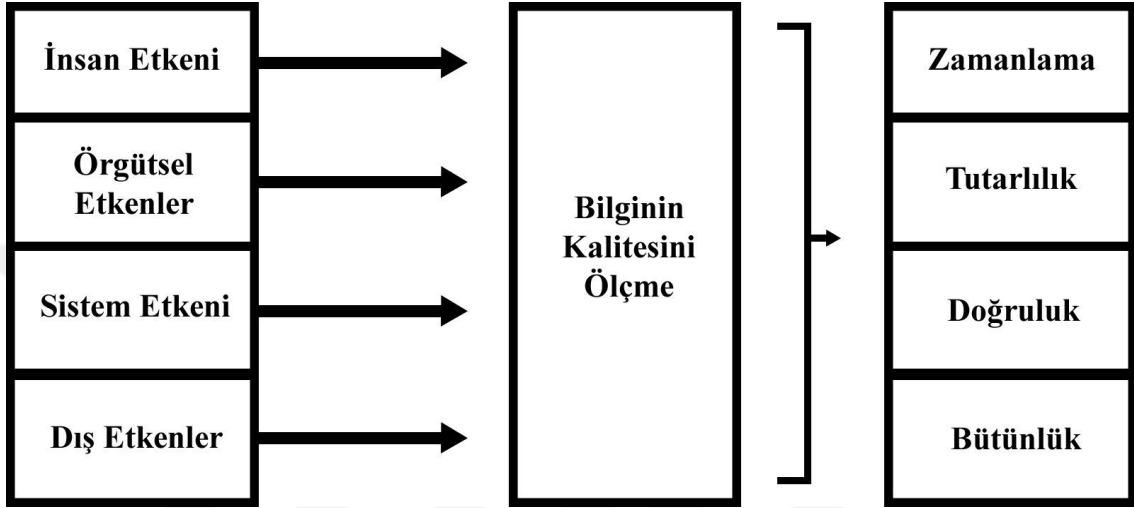
Tablo 3 incelendiğinde, kriz yönetiminde Ushahidi Platformu’nun yukarıda belirtilen üç işlevinin aktif bir şekilde nasıl kullanıldığı görülmektedir. Amerikan Kızılhaçı ve Haiti Depremi’ndeki yardım kuruluşları da bu gibi platformlardan faydalanmışlardır (Chan, 2010).

1.8.2. Bilginin Kalitesini Etkileyen Temel Etkenler

Bilginin kalitesi, bilginin kullanılması için uygun olup olmadığının ölçülmesi olarak tanımlanmaktadır (Wang ve Strong, 1996: 4-35). O nedenle kim tarafından ve nasıl kullanıldığı önemlidir. Bilgi sistemlerinin başarısını etkileyen belirleyici etkenin

bilgi kalitesi olduğunu ifade eden Delone ve Mclean (2003: 9-30), ek olarak bilgi kalitesinin sağlanan bilginin güncelliği, doğruluğu, bütünlüğü ve tutarlılığı ile ölçüldüğünü de belirtmişlerdir. Bilginin kalitesi üzerinde etkili olan unsurlar, bu unsurların ölçülmesi ve kabul edilebilirlik faktörleri Tablo 4’te verilmiştir.

Tablo 4. Bilginin Kalitesini Etkileyen Temel Etkenler



Kaynak: Altunbaş Fuat, Afetlerde Sosyal Medya Kullanımı: Van Depremi Örneği, ss. 6

Tablo 4’te görüldüğü gibi, bilginin kalitesini etkileyen unsurlar, insan etkeni, örgütsel etkenler, sistem etkeni ve dış etkenlerdir.

İnsan etkeni, bilginin kalitesinin ölçülmesinde her zaman önemli bir faktör olmuştur. Bilgiyi paylaşan bireylerin eğitim düzeyi, dini, kültürü ve etnik yapısı gibi faktörler insan etkeni yapısını oluşturmaktadır.

Sistem etkeniyle insan etkeni birbiri ile alakalıdır. Sisteme yüklenmiş olan programların ayarlanmasının ve kontrol edilmesinin düzenli olarak yapılması ile performansın iyi olacağı düşünülebilir. Ancak girilmiş olan bilginin ölçüsü açısından değerlendirildiğinde, yönetici durumundaki birey her şeyi değerlendiremez, bu sebeple insanlara güvenmesi gerekmektedir.

Bilgi teknolojilerini kullananlar sistem kontrolünün daha önemli olduğunu savunurlar. Fakat hesap uzmanları bu düşünceye katılmazlar ve insanların kontrol sürecinin sistemden daha önemli olduğunu savunurlar. Ek olarak, insan etkenlerinin bilginin kalitesi üzerinde büyük bir etkiye sahip olduğu düşünülmektedir.

Kuruluşun yapısı ile sistem yapısı birbirini etkilemektedir. Her bölüm kendi şubelerinden sorumlu olmasıyla birlikte merkez ofis yapması gerekenleri talimatlar ile ifade etmektedir. Bu da insanlara güveni ön plana çıkarmaktadır. Merkez ofisin şubedeki çalışanlarına güvenmemesi durumunda, merkezin daha çok kontrol ettiği bir sistemi meydana getirmektedir.

Günümüze bakılacak olursa, modern kuruluşların dış unsurların etkisinden kaçamadıkları görülür. Bunu etkileyen sebep ise diğer kuruluşlarla ya da başka ülkelerle bağlantılı olmalarıdır. Kuruluşun kendi isteği dışında, dış etkenler onun sistemleri ve bilginin kalitesi üzerinde önemli bir etki oluşturmaktadır. Bu nedenle, dış etkenlerin yönetilmesi çok önemli bir hale gelmektedir. Yapılması gereken ise, çalışanların dış etkenler konusunda bilinçlendirilmesini ve dış etkenlerin kuruluşlar üzerindeki etkilerinin anlaşılmasını sağlamaktır.

1.8.2.1. Zamanlama ve Doğruluk

Bazı kaynaklarda zamanlama, yapılan görev için kullanılacak verilerin güncellenmesi olarak nitelendirilmektedir (Pipino ve Wang, 2002). Bu nedenle, acil durumlar için zamanlama bilginin kalitesini etkileyen önemli bir faktör olarak görülmektedir. Afet durumunda, afet mağdurlarının zamanında kurtarılıp kurtarılamaması açısından önemlidir. Afetlerde mikro blogların bilgileri çok hızlı dağıttıkları üzerinde durularak kaliteli bilginin zamanında ulaştırılabilmesi için bu ağların doğru bir şekilde kullanılması gerekmektedir. Bilginin zamanlaması ve doğruluğuyla alakalı birçok soru bulunmaktadır ve bunları çoğaltmak da mümkündür. Örnek olarak aşağıdaki sorular verilebilir:

- İnsanlar bilgi paylaşıırken zamanla yarışır. Bu nedenle bilginin doğruluğu ne kadar önemsenir?

- Doğruluk ile güncellik birbirileri ile çatışır mı?

- Bilgiyi hem doğru hem de zamanında paylaşmanın bir yolu var mıdır?

Bilgiyi zamanında ulaştırmakla bilginin doğruluğu arasında ince bir çizgi bulunmaktadır. İnsanlar sahip oldukları bilgileri doğru mu yanlış mı diye önemsemeden doğrudan paylaşmaktadırlar. Ancak, bu da bilginin kalitesinin olumsuz yönde etkilenmesine sebep olmaktadır. Bilgiyi doğru bir şekilde elde etmek için hızlı hareket edilmesi bilginin güvenilirliğini düşürmektedir. O nedenle bilgiyi üreten kişinin de bilgiyi

temin eden kişinin de bilgiyi tam olarak doğrulayarak zamanı kullanmaları gerekmektedir.

1.8.2.2. Tutarlılık

Yüksek kaliteli bilgi sağlamak özellikle kuruluşun yapısının farklı alt sistemlerden meydana gelmesinde veya merkezi olmayan sistemlerde tutarlı politika ve metotlara sahip olmak açısından çok önemlidir. Tutarlılık ve doğru politika yürütülmesi bir yerde paralellik göstermektedir. Bir kuruluşun politikası ve yöntemlerinin olması tutarlı olması için önem taşır. Ek olarak, kuruluşun çalışanlarının bu politikaları ve yöntemleri bilmeleri ve takip edebilmeleri için eğitilmeleri gerekmektedir.

1.8.2.3. Bütünlük

Verilerin doğru ve güvenilir olması bütünlük olarak tanımlanmaktadır (Pipino ve Wang, 2002: 212). Kaynakları doğru bir şekilde kullanarak maksimum sayıda insana hızlıca yardımcı olunması bütünlük için önemlidir. Bilginin hatalı olması, zamanın boşa harcanmasına neden olabilmektedir. Örneğin, konunun doğru verilmemesi veya yardıma ihtiyaç olan insanların yanlış değerlendirilmesi ve yardımın çok ihtiyacı olana gitmemesi, ihtiyacı olmayana gitmesi ya da ihtiyaçların yanlış gönderilmesi sonuçlarını doğurmaktadır. Mikro-blogların özellikleri bilgi üretimine ve aynı zamanda üretilen bilgiyi kolektif zeka gücüyle onaylamalarına olanak sağlamaktadır. Bütünlük olmaması durumunda yanlış bilgi kaynaklarından bilgi alınabilirdi. Örneğin, depremde yardıma ihtiyacı olanlara ulaşılamazdı, zaman ve kaynak israfı yapılmış olurdu. Kolektif bilginin gücü, mikro-bloglara üstün bakış açısı ve bütünlük sağlamaktadır.

Bilgiyi kullanacak kişiler için, bilgiye ihtiyaçları olduğunda en kısa, en hızlı ve en kolay yoldan nasıl ulaşacağını gösteren bir sistemin olması gerekir. Bu işlem, kişi ya da kuruluş yönlendirmesi ile de yapılabilir. Ek olarak, bilginin doğru ve güvenilirliğinin de sağlanmış olması gerekir. Bilgiyi yönetecek kişilerin ihtiyaçlara göre yönlendirme yapmaları gerekmektedir. Bilgi eksikliği de karar verme sürecini olumsuz yönde etkileyerek zamanın uzamasına sebep olabilmektedir.

1.8.2.4. Ulaşılabilirlik

Bir bilgi kaynağının kullanılabilirliğine karar vermek için etkin bir kriter olan ulaşılabilirlik, 2011 Van Depreminde önemli bir olgu olmuştur. Van Depremi on beş kentte hissedilmiş, merkezinde ve Erciş ilçesinde altyapılar zarar görmüş, telefonlar susmuş, gaz, su ve elektrik kesintileri yaşanmıştır (Milliyet, 2011). Depremden sonra yaşanan iletişim yoğunluğu sebebi ile cep telefonu iletişimi de imkansız hale gelmiştir. Televizyondan haber takibinin yapılamaması ve telefon aramalarının gerçekleştirilememesi durumunda insanlar sosyal medya araçlarını kullanmaya başlamıştır. Özellikle Twitter kısıtlı karakter özeliğine sahip olsa da tercih edilenlerin başında yer almıştır. Kuruluşların bu tür mecraları kullanmaları ve bilgileri güncel tutmaları ile kişiler doğru bilgilere ulaşabilirler.

İKİNCİ BÖLÜM

2. İLETİŞİM, SOSYAL MEDYA VE TWİTTER

2.1. Afet İletişimi

Afet ve kriz iletişimi genellikle benzer durumları içerirler ve birbirinin yerine geçecek şekilde kullanılabilirler. Bu iki durumda da halk güvenliği ve paydaşlar arasında iletişim zorunluluğu bulunmaktadır. Ancak, afetin büyüklüğüne ve belirli makamların iletişime karışması konularında ayrılırlar (Coombs, 2012: 59). “Bütün afetler krize sebep olurken, bütün krizler afet meydana getirmez” diyen Coombs (2012)’ye göre, krizler daha örgütsel anlamda ele alınırken, afetler de toplumsal anlamda ele alınır. Afetler, kurum ve kuruluşlar için krize sebep olurken halk yalnızca afetle ilgilenmemektedir. Kurumların afet yönetiminde ne derece başarılı olduklarıyla da ilgilenmektedirler (Social Media Use during Disasters, 2012).

Afet iletişimi, risk iletişimi ve kriz iletişimi her ne kadar birbirine yakın olsalar da, Seeger (2006) bu kavramları farklı şekilde açıklamaktadır. Seeger (2006)’ya göre risk iletişimi, sağlık iletişimi ile ilişkilendirilir ve halkın belirli davranışların riskleri hakkında uyarmakla yükümlüdür. Aynı zamanda uygun davranışın ikna iletişiminin esaslarından hareketle uygulanmasını sağlar. Davranışlara örnek; sigara içmek, alkollü araç kullanmak vb. gibi. Kriz iletişimi ise, halkla ilişkiler ile ilişkilendirilerek organizasyonlar düzeyinde işleyen bazı süreç uygulamalarını içerir. Bunun yanında risk ve ikaz iletişimi, afet yönetim sürecinin bir parçası olacak şekilde ele alınır. Kriz iletişiminin kökünde de acil durum ve afet yönetimi bulunmaktadır.

Coombs (2010), kriz iletişimini dört ortak kavramla ilişkilendirir. Bunlar; risk yönetimi, sorun yönetimi, itibar yönetimi ve afet yönetimi. Ortak kavram ile bahsedilen uygulama ve kavramlaştırma da birbirileri ile örtüşmeleridir.

Risk Yönetimi: Amaç, riskin krize dönüşmeden engellenmeye çalışılmasıdır.

Sorun Yönetimi: Sorunları ve olası çözümleri belirlemek için gerekli çabaları içerir.

İtibar Yönetimi: Kurum paydaşları tarafından idrak edilmesinde pozitif etkiler yaratmak için gerekli çabaları içerir.

Afet Yönetimi: Kriz iletişimi ile farkı yapılması zor olan bir alandır. Ancak afet durumunda ön plana çıkan çoklu kurum koordinasyonu veya kriz iletişimde öne çıkan itibar yönetimi gibi konular ile iki alan birbirinden farklılaştırılabilir. Bazen bu iki alan iç içe girebilmektedir. Kriz iletişiminde etkili olan birçok kural afet yönetiminde geçerli olmayabilir veya tam tersi de olabilir. Afet iletişiminde ön planda iki nokta bulunmaktadır. Biri afet halinde gerekli bilgilerin yöneticilere, halka, acil durum ile ilgili kurum ve kuruluşlara sosyal medya veya geleneksel medya ile iletilmesidir. Diğeri ise, afetten etkilenenlerin ve gazetecilerin oluşturduğu bilgilerin kulaktan kulağa sosyal medya ve iletişim aracılığı ile yayılmasıdır (Social Media Use Disaster, 2012).

2.2. Sosyal Medya

Sosyal medya, kullanıcılara ilgi, enformasyon, düşünce ve bilgi paylaşımı olanağı sağlayarak karşılıklı etkileşim oluşturan, çevrimiçi araçlar ve web siteleri için ortak kullanım sağlayan bir terimdir (Sayımer, 2008: 123). Bilginin, farklı düşüncelerin, farklı bakış açılarının ve tecrübelerin kamu oluşumlu web siteleriyle paylaşımına imkan veren ve internet ortamının hızlı bir şekilde hayatımızda yer almasını sağlayan bir uygulama alanı olan sosyal medyanın geleneksel medyaya göre özgünlüğünü ortaya koyan farkı, bireyin kendine has sosyal medya içeriğini yaratabiliyor olması ve bununla birlikte yorum yapıp katkı sağlayabiliyor olmasıdır (Weinberg, 2009: 1; Scott, 2010: 38). Oldukça fazla paylaşımın yapıldığı online medyanın hem yeni bir türü hem de yeni fikirlerinden biri olan sosyal medya, tüm bu içerikleri ile birlikte aşağıdaki özellikleri de içerir:

Toplum: Topluma hızlı ve etkili bir oluşum için müsaade eden sosyal medya, kişilerin istedikleri fotoğraf/video/ses gibi herhangi bir içeriği paylaşabilmelerini, istediği kişi/kanalları takip ederek bilgi sahibi olabilmelerine ve yer bildirimi yapabilmelerini sağlar.

Katılımcılar: Sosyal medya katılımcıları cesaretlendirir. Onlardan geri bildirim alır.

Konuşma: Sosyal medya, sadece içerik aktarımı veya dinleyiciye bilgi paylaşımı yapmak yerine iki yönlü konuşmaya da imkan sağlar.

Açıklık: En çok geribildirime ve katılımcılara açık olan sosyal medya oylama, yorum ve bilgi paylaşımı konularında cesaret aşılayıp çok nadir ulaşma yönelik engeller koyar.

Bağlantılılık: Sosyal medya uygulamaları insanların ilgilendikleri alanlarla, yapılan araştırmalarla ve diğer siteler hakkında link vermesine imkan sağlar (Solmaz vd., 2013: 24).

Gelişen teknolojiyle birlikte günümüzde kullanılan iletişim araçları ve bu araçlarda kullanılan uygulamalar çeşitlilik göstermektedir (Karal vd., 2017: 11). 2000’li yıllardan beri iletişim sistemleri alanında artan sosyal medya kullanıcıları internet aracılığı ile arkadaşlarıyla görüşebilmekte, bilgi, belge, video, konum ve etkinlik paylaşabilmekte, bununla birlikte, sosyal ilişkilerini sanal ortamda da devam ettirebilmektedir (Yıldız ve Demir, 2016). Sosyal medya terimi, herhangi özel ya da tüzel kişinin, yer ve zaman fark etmeksizin, dünyanın her yerindeki insanlarla anında iletişim kurmasını sağlayan, toplumda devam eden her türlü olayı takip edip paylaşımlarını sağlayan internet tabanlı uygulamaları belirtmektedir (Lindsay, 2011; Menteş, 2013; Zincir ve Yazıcı, 2013: 71).

Sosyal medya platformlarını şu şekilde sınıflandırabiliriz:

Sosyal Ağlar (Facebook, Myspace, Google+, LinkedIn vb.): Kişisel web sayfası oluşturulup, bu sayfada içerik paylaşımında bulunabilmeye ve kişilerle iletişim kurmaya yarayan sosyal medya platformlarıdır.

Bloglar (Blogger, Wordpress): Yaygın olarak bilinen bloglar, online olarak içerik paylaşımı yapılmasını sağlayan sitelerdir. “Blogger” olarak adlandırılan paylaşım yapan kişinin paylaşımlarını takip edenlerin olduğu sitelerdir.

Wikiler (Wikipedia, Wikispaces vb.): Ortak bir siteye veri girilmesi ya da daha önce girilmiş olan verilerin düzenlenmesi ile oluşturulan online veri tabanlarıdır.

Resim, Video, Ses Paylaşım Platformları (Youtube, Flickr, Pinterest vb.): Gerek üye olarak gerekse üye olmadan ses, video ve resim dosyalarına erişim sağlayan platformlardır.

Mikro-bloglar (Tumblr, Twitter vb.): Sosyal ağların daha küçük bloglar ile birleştirilmiş halleri olan mikro-bloglar ile paylaşım yapılabilir ve çok büyük kitlelere hızlı bir şekilde ulaşılabilir.

Video-Mesaj Sohbet Ağları (Skype, mobil mesajlar): İnternetli veya internetsiz bir diğer mesajlaşma aracıdır.

Forumlar: İlgi alanları ya da herhangi bir konu hakkında farklı başlıklar açılarak tartışma konularının oluşturulduğu platformlardır ve sosyal medya uygulamalarının öncesinde var olan, güçlü içerik platformlarıdır (Mayfield, 2010; Start, 2012).

“The Social Media Business Equation” kitabının yazarı olan Orsburn, sosyal medyanın neden güçlü olduğunu şu şekilde açıklamıştır:

- Sosyal medya web’ de bir numaralı faaliyet olmuştur.
- Radyo, 38 yılın sonunda 50 milyon kullanıcıya ulaşmıştır.
- Televizyon, 13 yılın sonunda 50 milyon kullanıcıya ulaşmıştır.
- İnternet, 4 yılın sonunda 50 milyon kullanıcıya ulaşmıştır.
- Facebook 9 ayın sonunda 100 milyon kullanıcıya ulaşmıştır.

Yukarıdaki verilere bakıldığında, sosyal medya günümüzde kullanılan en etkili iletişim aracıdır. Bu durum, her geçen gün daha da katlanarak büyüme ve gelişme potansiyeline sahiptir. Bu potansiyel ise, örgütlerin afet ve kriz yönetimi faaliyetlerinde sosyal medyayı kullanmalarını cazip ve kullanışlı kılmıştır (Orsburn, 2012: 6).

2.2.1. Afet Durumunda Sosyal Medya Kullanımı

Afetler, kuruluşların ve toplumun dışında gelişen ve ortaya çıkmasında asıl rolün insanlarda olmadığı, doğa kaynaklı olaylar sonucunda oluşan krizlerdir (Adkins, 2012: 93). Yeni yüzyılın başından itibaren insanları ve örgütleri ciddi şekillerde etkisi altına alan doğa kaynaklı afetlerin yanında, enerji arızaları, terör olayları, petrol sızıntıları gibi birçok afet ya da kriz meydana gelmiştir. Bu olayların sonucunda ortaya çıkan görüntü ise genellikle aynıdır. Zarar görmüş bir yığın insan, örgüt ya da bölge ve çoğunlukla çalışamayacak hale gelmiş altyapı hizmetleri, kargaşa ve kaos içinde kalmış bir toplum söz konusudur. Bu tip durumlarda, olaya en kısa sürede müdahalede bulunmak ve bilgi akışını hızlıca sağlamak çok önemli bir noktadır. Sosyal medyanın sağladığı dayanışma ve yardımlaşma ortamı ile toplum ve kuruluşlar afetlere karşı daha esnek ve dayanıklı bir hal alabilmektedir. Günümüze bakacak olursak afetler karşısında gösterilen elastikiyet (afet direnci, disaster resilience), afet sonrası iyileşmede, toplumların en önemli silahı haline gelmiş bulunmaktadır (Yazıcı, 2013: 55).

Sosyal medya, afetlere karşı toplumun ve kuruluşların esnekliklerini şu şekilde arttırabilir:

- **Afet Risklerinin Azaltılması:** Amaç, afetin meydana getireceği risklerin azaltılabilmesidir. Bu durumda, sosyal medya araçları ile toplumun afet risklerine karşı bilinç düzeylerinin artırılması, risklerin minimum düzeye indirilmesi amacıyla tartışma ortamlarının hazırlanması ve bunların planlarının yapılıp uygulanması, görevlerin yönetilmesi, koordinasyonun sağlanması ve yaşanan durumlardan çıkarılan derslerin dikkate alınması söz konusu olabilir.

- **Acil Durum Yönetimi:** Amaç, bir afete ya da acil bir duruma karşı toplumun emniyetinin sağlanmasıdır. Bu durumda sosyal medya araçları kullanılarak, crowdsourcing ile bir acil durum bilgi sisteminin oluşturulması, toplumun afete hazırlanmasına katkı sağlamak, acil durumlar için uyarıların yapılması, toplumun acil duruma müdahale ve sonrasında iyileştirme çalışmalarını koordine etmek ve öğrenmenin sağlanabilmesi amacıyla, olayla ilgili bütün faaliyetlerin koordinasyonun sağlanması söz konusu olabilir.

- **Sosyal Ağların Oluşturulması:** Amaç, afetlere karşı bir bilgi birikiminin ve sosyal sermayenin oluşturulmasıdır. Sosyal ağların oluşturulması, beraberinde destekleyici sistemlerin oluşmasına ve liderlik mekanizmasının çalışmasına katkı sağlayacaktır. Sosyal ağlarla birlikte yayılan bilgi ile afet anında ve sonrasında afetzedelere destek sağlanabilecektir. Bu ağlar ek olarak, öğrenme ve olaydan ders çıkarma platformu olarak da kullanılabilir (Dufty, 2012: 42).

11 Eylül 2001'de İkiz Kulelere saldırı yapılmıştır ve bu saldırı ile sosyal medyanın afet ve kriz durumunda kullanılmaya başlandığı söylenmektedir. Terör olayının meydana gelmesinden sonra vatandaşlar tarafından wikiler oluşturulmuş ve bu sayede kayıp insanlara ilişkin bilgi sağlamak amacıyla sosyal medya kullanılmıştır (Palen ve Liu, 2007: 729).

Genel olarak, sosyal medyanın afet sonrasında aşağıda belirtilen faydaları sağladığı söylenebilir:

- Konumu değişmiş olan kişiler arasında bağlantı sağlar.
- İnternet ya da SMS güncellemeleri ile afet öncesinde ve sonrasında afet bölgelerinde bulunanlara önemli bilgiler sağlar.
- Sahibi olmayan mal ve olaylara göre cesetler hakkında bilgi verir.

- Afetten etkilenmiş kişi ve kuruluşlara yardım yapılmasını, merkezler ve diğer kaynaklar hakkında bilgi alışverişini sağlar.
- Bağış yapan kişilerin ve gönüllülerin oluşmasını sağlayarak etkilenen bölgelerin dışındakilere farkındalık kazandırır.

Sosyal medya uygulamalarının, acil durum yönetiminde kullanılmasında önemli rol oynayan üç kural vardır (Washington). Bu kurallar şunlardır:

- Özgür bir ortam sağlanmalıdır.
- Diyalog önemlidir.
- Aracılara ihtiyaç kalmamıştır (ara mevkideki kişilere).

Acil durumlarda sosyal medya platformlarının kullanımı, kişilere özgür bir ortam sağlamaktadır. Bu özgür ortam ile ortak problem çözme ve karar alma işlevleri daha rahat gerçekleştirilebilir. Bilgilerin doğruluğu için karşılıklı iletişimde daha birebir temasa dayanan bir bilgi alışverişi sağlanabilmesi önemlidir. Birebir temas ile sözü edilen de doğru kişiye ulaşmanın önemli olduğudur. Ara mevkideki kişilere ihtiyacın kalmaması birebir iletişimin sağlanmasıyla gerçekleşmiştir. Bu da acil duruma daha hızlı müdahale edilmesi için önemlidir (Crowe, 2011: 411).

2.2.2. Afet Durumunda İletişim

Sosyal medya, afet halinde iletişimi sağlayacağı gibi, afetin meydana geldiği bütün alanlarda da iletişimi kolaylaştırabilir. Amerikan Kızıllhaçı'nın internet üzerinden yapmış olduğu bir araştırmaya göre, insanlar bilgi elde etmek ve göndermek için sosyal medya araçlarını gün geçtikçe daha çok seçmektedirler. Amerika Birleşik Devletleri vatandaşlarının % 24'lük kısmı, ülkedeki online kişilerin de % 31'lik kısmı sosyal medya araçlarını yakınlarına güven içinde olduklarını haber etmek için kullanmaktadırlar (American Red Cross, 2010). Ayrıca, yapılan bir çalışmaya göre, meydana gelen herhangi bir afeti yaşayan insanlar ya da yaşayan insanların yakınları, bulundukları alanların sosyal medya içeriklerinde yer aldığını gördüklerinde, gelecek hayatları hakkında daha olumlu düşüncelerine yardımcı olmaktadır ve kendilerinin daha çok desteklendiklerini hissetmektedirler (Taylor vd., 2012: 25). Dolayısıyla, afet iletişimi için "Twitter" gibi mikro blogların tercih edilmesi, daha fazla kişiye ulaşmak ve ulaşılan kişilerle iletişimi sağlamak için çok daha etkili olacaktır.

2.2.3. İletişim Kesintileri ve Sosyal Medya Kullanımı

Meydana gelebilecek herhangi bir elektrik kesintisi, sosyal medyadaki bütün iletişim platformlarını olumsuz yönde etkileyebilmektedir. İnternet bağlantısının bir süre daha sağlanması ile mobil cihazlarla sosyal medyadan iletişim sağlanabilir ve kesinti yaşamadan devam ettirilebilir. Bu konunun önemli olduğu göz önüne alındığında, afet durumunda kurumlar ve bireyler için hayati önem taşımaktadır.

2.3. Twitter

En çok kullanılan, bilinen ve kullanıcı sayısı fazla olan mikroblog odaklı popüler bir sosyal ağ olan Twitter, 2006 yılında hizmete girmiştir. Logosu ile özgürlüğü, umudu, evrenselliği ve sınırsızlığı ifade etmektedir. Tweet/twit diye tabir edilen paylaşım en fazla 280 karakter kullanılarak yazılabilen, insanlar arasında network imkanı sağlayan basit bir ara yüze sahip bir internet sitesidir/uygulamasıdır. Twitter’da tweetlerini okuyacağınız insanları ve kurumları takip edebilirsiniz.

Genel olarak, Twitter’ın kullanım sebepleri şu şekilde sıralanabilir:

- Dayanışmanın ve değişimin mümkün olması,
- Öz iletişimin ve öz ifadenin mümkün olması,
- Diyalog ve sohbet özelliği,
- Reklam ve pazarlama,
- Statü güncelleme ve kontrol etme,
- Haber ve bilgi paylaşımı.

2.3.1. Twitter’ın Özellikleri

Twitter’ın genel özellikleri şu şekilde sıralanabilir:

TT (Trending Topic)

TT, Twitter’da anlık olarak en çok konuşulan yirmi konunun bulunduğu bir bölümdür ve her ülkenin kendine has bir TT listesinin olması yanında ek olarak dünya genelinde TT listesi de bulunmaktadır. Hashtag kullanılan etiketler içerik paylaşan herkesin kapsamına girer ve bu yüzden gündemi takip etmek önemlidir. Yani, bir gazete manşeti ne kadar önemli ise Twitter’ın TT’si de o kadar önemlidir.

RT (Retweet)

Bir başkasının içeriğini/mesajını paylaşma özelliğidir.

DM (Direct Message)

Kişiler arası mesajlaşmayı sağlayan özelliktir.

Mention

Bahsetmek anlamına gelen Mention, Twitter’da birisinden bahsetmek istenildiği zaman kullanılan bir özelliktir. Bu, birine yanıt verme işlemi de olabilir.

Hashtag

“#” işareti ile oluşturulan kelime veya kelime gruplarına hashtag denir ve Türkçe anlamı etiket olarak ifade edilir. Twitter’da herhangi bir konu ile ilgili başlık aramak ya da oluşturmak için # ile kelimeler yazılır. Bu özellik ile istenilen konuya ulaşılabilir. Doğru kitle ile iletişim kurmak daha kolaydır. Herhangi bir konu hakkındaki aramalarda gözükme için hashtag kullanmak önemlidir. Örnek: #Vandepremi, #23Ekim2011, #vanihtiyac.

Listeler

Listeler diye adlandırılan bu özellikte; bireyin kendisi oluşturabileceği bir başlık altına o konu ile ilgili bireyleri ekleyerek ana sayfada kaçırdığı paylaşımlara daha hızlı ve kolay erişim sağlayabilir. Ayrıca bu oluşturulan listeler farklı kullanıcılar ile paylaşılabilir.

An’lar

An diye adlandırılan bu özellik, Twitter’da olan biten en önemli gelişmeleri gösteren haber ve öykü seçkileridir (Solmaz vd., 2013: 24, Koçoğlu, 2018).

Acil durumlarda bilgi alışverişinin sağlanabilmesi için mikro blog, kullanımı daha çok tercih edilen sosyal medya araçlarıdır. Sosyal medya, mobil teknolojiler ve internet ile kullanılır. Afetler sonrasında sosyal medya, haber ve yardımın merkezini oluşturmaktadır. Dünyada ve ülkemizde yaşanan doğa kaynaklı afetlerde sağlamış olduğu katkı ve organize kullanımı ile ne kadar faydalı olacağını da göstermiştir. Bu işlevle de Twitter ön plana çıkmaktadır (Altunbaş: 5).

2.4. Afet İletişimi ve Twitter

Sosyal medyanın çok güvenilir olmadığını bir kenara bırakıp “Afet durumlarında sosyal medyada nasıl bir iletişim sağlanır?” sorusuna yanıt bulmak daha önemlidir. Yapılan araştırmalara bakıldığında, afet durumlarında sosyal medya aracılığıyla yapılan iletişimin afet çeşidi ile de ilgili olduğu ortaya konulmuştur. Bir çalışmada, sel

durumlarında ve ot yangınlarında Twitter'ın kullanımını karşılaştırılarak, ot yangınlarında yer bildirimi yapmak için Twitter daha çok tercih edilmiştir (Vieweg vd., 2010; Hart vd., 2012). Twitter kullanımı afet türüne bağlı olarak da değişkenlik gösterebilmektedir. Afetlerde sosyal medya üzerinden olması muhtemel iletişim şekilleri şu şekilde özetlenebilir:

- Sosyal medya siteleri, kurumlar, haber web siteleri gibi diğer bilgi kaynaklarına bağlantı yapmak,
- Olayla ilgili görüşler, duygusal içerikler ve fikirler,
- Yer bildirimleri, gelişmeleri ve olayın ciddiyetini görerek veya başkalarının söylemleri ile tarif eden kullanıcı gözlemleri (Hart vd., 2012: 9).

Afet durumunda Twitter kullanımı ve tweetlerin içeriklerine dair yapılmış iki çalışma ve iki farklı içerik üretimi saptanmıştır. Biri üretici tweet olarak isimlendirilmiş ve ham madde gibi bilgi içeren mesajlardan oluşurken, diğeri ilk kaynaktan üretilmiş olan tweetleri, web, haber kaynakları ve diğer tweetlerden gelen bilgiler ile sentezleyerek oluşturulan bilgileri içerir. Araştırmada bu iki çeşit bilgi üretiminin yanı sıra, Twitter üzerinde türetilmiş bilgilere de yer verilmiştir (Viewing vd., 2010).

Twitter'ın doğru kullanımı ile kullanıcılar aslında öne çıkmasını istedikleri bilgileri retweet yaparak paylaşmaktadırlar. Bunun yanında URL paylaşımı, hashtag takibi ve dış kaynak bilgilerinin paylaşılmasıyla asıl bilginin daha hızlı yayılmasını sağlamaktadırlar. Yanlış ve art niyetli olarak kullanıldığında ise dezavantajları şu şekildedir:

- Twitter sadece bilgi paylaşımı yapılan bir platform değildir. Karşılıklı etkileşimin de sağlandığı bir platformdur. Bilgi birinci kaynaktan bile üretilmiş olsa, afet durumlarında kullanıcıların Twitter'da paylaşılan bir iletinin aynı anda ve çok fazla etkileşime girmesiyle tekrar üretilmesi, gereksiz ve yanlış bilgilerin yayılmasına neden olup, bu durumun engellenip önüne geçilememesine neden olur.

- Twitter'a herkesin ulaşma şansının olmaması da afetzedeler açısından sorun oluşturmaktadır.

- İster iyi niyetli isterse art niyetli olsun, afet bölgesi için maddi destek sağlamak amacıyla para toplamak gibi bu platform üzerinden başlatılan kampanyalar da olumsuz durum yaratmaktadır.

- Eğer koordinasyon iyi sağlanamazsa, afet bölgesinde yardım isteyen ve dışarıdan yardım ulaştırmak isteyenler arasında kargaşa yaşanma ihtimali bulunmaktadır (Karakulakoğlu, 2015: 289).



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. YÖNTEM VE BULGULAR

Bu bölümde, afet ve krizlerde sosyal medya platformlarından biri olan Twitter üzerinden yapılan çalışmalar incelenerek kullanım örneklerine yer verilmiştir. Doğru ve yararlı nasıl kullanılabilir oluşu ile ilgili ve hatalı kullanımında meydana gelebilecek sonuçların neler olabileceğine değinilmiştir. Bu hatalar, afetlerde müdahale ve iyileştirme safhalarının ve insanların mağduriyet sürelerinin uzamasına sebep olmaktadır. Sosyal medyanın erişim, erişilebilirlik, yaygınlık, yenilik ve kalıcılık özellikleri sayesinde, afet veya kriz yönetiminde bilgi yayma, bilgi toplama, ortak problem çözme ve karar alma ile afet planlama ve eğitim fonksiyonları açısından etkili bir şekilde kullanılmasıyla afet farkındalığı oluşacak ve yardımlaşma sağlanacaktır. Kurumların kriz ya da afet durumunu yönetmesinin daha hızlı ve etkili olabilmesinin ve toplumun afetlerde sosyal medya kullanımını iyileştirerek lojistik destek sağlanması amaçlanmaktadır. Örneklere bakıldığında ise Twitter'ın doğru kullanımının afet ve kriz yönetiminde yarar sağlayabileceği görülmektedir.

3.1. Twitter Örnekleri

3.1.1. 2010 – Van Depremi ve Twitter

1999 Marmara depreminden bu yana Türkiye’de meydana gelen en büyük doğal felaket olan Van depreminde, 23 Ekim 2011 Van-Erciş merkezli ve 9 Kasım 2011 Van-Edremit merkezli olmasıyla toplam 644 kişi hayatını kaybetmiş, 1966 kişide yaralanmıştır (Afet Raporu, 2011: 46). Deprem sırasında şehrin alt yapısının zarar görmesi elektrik ve telekomünikasyon hizmetlerini etkilenmiştir. Deprem sonrası hasar ve yoğunluk sebebiyle telefonla iletişim kesilmiş ancak internet iletişimi zarar görmemiştir (Sarı ve Aksu, 2012: 43). İnsanlar depremin şokunun atlatılmasıyla birlikte, Twitter ve Facebook’tan haberleşmeyi sağlayarak bulundukları yerlerin fotoğraflarını paylaşmışlar ve bu şekilde deprem hakkında kısa sürede bilgi sahibi olmuşlardır.

Time Dergisi’nin yapmış olduğu bir haberde, 1999 Marmara ve 2011 Van depremlerini karşılaştırarak Marmara depreminde ölü sayısının fazla olmasının sebeplerinden biri olarak da o dönemde sosyal medyanın olmayışı gösterilmiştir (Time

World, 2011). Marmara depreminin olduğu dönemde Twitter olsaydı, ulaşılamayan ve enkaz altında kalan insanların yer bildirimi yaparak kurtulma ihtimalleri yüksek olabilirdi. Bu da sosyal medyanın afetlerde ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Türkiye’de ilk defa doğa kaynaklı bir afette sosyal medyanın kullanılması, 2011 Van depremini diğerk afetlerden ayıran afet yapmıştır.

Van depremi sonrasında deprem ile ilgili yazılmış tweetlerde en çok yer alan hashtaglerden Trend Topics listesine göre en önemlileri şu şekilde belirlenmiştir: #van, #vanicintekyurek #EvimEvindirVan #kardeslikzamani #Pray4Turkey (Görsel 1).

#vanicintekyurek

Star TV, NTV, Kanal D ve Fox Tv’nin ortak yapımıyla “Van İçin Tek Yürek” isimli program 26 ve 27 Ekim tarihlerinde Trend Topic listesinde yerini almıştır. Başlatılan bu kampanyayla 62 Milyon TL toplanmıştır.

#EvimEvindirVan

Ahmet Tezcan, İstanbul’daki evini iki Vanlı ailenin bir yıl kadar bedel ödemededen kullanabileceğini Twitter’da duyurması ile Twitter’da bu şekildeki hashtag Trend Topic listesinde yerini almıştır. Bu şekilde valilik devreye girerek kampanya başlatılmıştır.

Görsel 1. #Pray4Turkey



@rihanna
Rihanna

Turkey, we're praying for all of you
#Pray4Turkey

23 Oct via UberSocial for BlackBerry ☆ Favorite ↻ Retweet ↩ Reply

Kaynak: Hilal, 2011

8 milyon takipçiye sahip olan Amerikalı şarkıcı Rihanna’nın Twitter’da “Turkey, we’re praying for all of you #Pray4Turkey” (Türkiye için dua ediyoruz) gönderisini paylaşmasıyla, dünya çapında gündem konusu haline gelmiş ve Van’a daha çok yardım gönderilmesine yardımcı olmuştur.

Depremden sadece birkaç saat sonra, Amerikalı Globalgiving adlı yardım kuruluşu Türkiye için bağış toplamaya başlamıştır (Görsel 2). Rihanna sayesinde #Pray4Turkey hashtagının yayılması bu kuruluşun daha çok yardım toplamasını sağlamıştır.

Görsel 2. Globalgiving – Turkey Earthquake Relief Fund (Türkiye Yardım Fonu)



Kaynak: Hilal, 2011

Yardımların organize edildiği bir platform olan sosyal medyada olayın şoku atlatılıp hasarın ciddiyeti anlaşıldıktan sonra Twitter üzerinden Van'a destek gönderecek kurumların iletişim bilgileri paylaşılmaya başlanmıştır. Twitter'da yaşanan yoğunluklar sebebiyle yardım kuruluşlarının bilgilerinin tek bir platformda toplanması ve deprem bölgesine ihtiyaçların hızlı ve doğru şekilde belirlenip gönderilmesini sağlamak için WordPress'te "Yalnız Değilsin Van" adlı bir site kurulmuştur (Görsel 3). Sitenin sürekli güncellenmesi ile Van ile ilgili bütün haberler paylaşılmıştır (Hilal, 2011).

Görsel 3. YalnızDegilsinVan



Kaynak: Hilal, 2011

Bu sayede Twitter üzerinden yarar sağlamaya çalışan fırsatçı grupların önüne geçilmesi bir nebze sağlanmış, haber ve yardım akışı doğru bir şekilde gerçekleştirilmiştir.

Van'da su eksikliği yaşandığı bir sırada Twitter'da atılan tweetler sayesinde su firmaları harekete geçmiş ve yardımda göndermeye başlamıştır. Yani sosyal medya kullanıcıları sosyal medya üzerinden kriz yönetim planını yürütmeyi başarmışlardır. Su firmaları ya da diğer farklı firmalar bir noktada zorlanmış olabilirler fakat başlattıkları sosyal sorumluluk projeleri ile halkın gözündeki itibarlarını da artırmışlardır (Budak, 2012).

Afet dönemlerinde “ulusal bir sosyal medya afet veri tabanı” oluşturulması önem taşımaktadır. Elde edilecek veriler ile vaka analizi yapılabilecek, sosyal davranışların analizini edebilecek, başarılar ve hatalar değerlendirilebilecek, meydana gelebilecek her türlü afetlere karşı sağlam bir alt yapı oluşturmaktadır (Sarı ve Aksu, 2012: 42-43).

Van-Erçiş'te meydana gelen depremde Arama Kurtarma (AKUT) görevlilerine ulaşan tweetler sayesinde iki insan hayatı kurtarılmıştır. AKUT Başkanı Nasuh Mahruki konuyla ilgili olarak şunları dile getirmiştir:

“Van'a AKUT'tan 194 görevli gönderdik, merkezde 60 görevli vardiyalı olacak şekilde çalıştı. Facebook mesaj sayısı yedi bin, Twitter mesaj sayısı ise beş bindi. On iki

bin mesajın yönetilmesi demek, hepsinin okunup yorumlanması, acaba gerçek mi sorusuna cevap bulması demektir. Amacına ulaşacak mesajları görüp doğru yere gönderebilmek gerekiyordu ve bu oldukça zordu. Bunu yapabileceğimiz alt yapımız olmasa da AKUT öğrenci topluluklarından destek geldi. Sosyal medyayı onlar yöneterek o mesajı görebildik” (Mahruki’den aktaran Karakulakoğlu, 2015: 290).

Yukarıdaki sözlerden de anlaşılacağı gibi, bir kriz ya da afet durumunda sosyal medyayı iyi yönetebilmek örgütler ve kurumlar için çok önemlidir. Eğer doğru bir şekilde yönetilmezse, sosyal medya içinden çıkılmaz bir hal alıp bütün avantaj dezavantaja dönüşür. Ek olarak, sosyal medyanın en kıymetli katkısı enkaz altında kalan kişilere ulaşmak olmuştur. AKUT’a verilen adresler sayesinde insanlara bu şekilde ulaşılabilmiştir. Dernek yazan tüm kişilere cevap vererek başarı sağlamıştır (www.wikipedia.com/vandepremi).

Görsel 4’te görüldüğü gibi, Facebook üzerinden yapılan paylaşımlarda insanlar, durumdan rahatsız olduklarını ifade etmişlerdir. Bunun üzerine, Twitter’a geçilmesini ve oradan daha hızlı hareket edilebileceği belirtilmiştir. Bunun dışında, durumla alakalı alaycı ve gereksiz tweetlerde bulunmaktadır ve bunlar kaldırılmıştır.

Görsel 4. Twitter'a Geç



Kaynak: Eroğlu, 2012

3.1.2. 2010 – Haiti Depremi

2010 yılında, Haiti’de meydana gelen 7.0 büyüklüğündeki depremde resmi kaynaklara göre 316 bin kişi ölmüş, 300 bin kişi yaralanmıştır. Kullanıcılar hem #Haiti hashtagini kullanarak hem de Haiti destekçileri gruplarına katılarak yaptıkları paylaşımlarla, Haiti için yardım yapılmasına yönelik içerik paylaşmışlardır. Bölgeden

gönderilen fotoğraflar ve videolar sayesinde hasar tespiti tahminleri yapılmıştır. Ünlülerin ve kurum başkanlarının yapmış olduğu paylaşımlar ve maddi yardım yapmalarına yönelik teşvikler sayesinde diğer insanlar bölgeye nasıl yardım yapacaklarını araştırmışlar ve yardımlarını yapmışlardır.

Güvenilir hayır kurumlarının yapmış oldukları paylaşımlarda “HAITI” yazıp 9099’a göndererek 10\$ bağışta bulunabileceklerini belirtmişlerdir. Bu paylaşımın da Twitter’da yayılarak daha çok bağış toplanması sağlanmıştır (Smith, 2010: 331; Yunatçı, 2010).

3.1.3. 2014 – Keşmir Selleri, 2015 – Chennai Seli – Nepal Depremi

2014 ve 2015 yıllarında meydana gelen sellerde afet yardımları Twitter’ın yardımları ile sağlanmıştır. Vatandaşlar Twitter’da örgütlenerek çalışmaya başlamıştır. 2016 yılında faaliyete geçen @TwitterIndia topluluğu, afet yardım operasyonlarını gerçekleştirebilmek için STK’ler, özel sektörler ve vatandaşların katılımıyla çalışan bir topluluktur. Bu topluluk daha verimli çalışabilmek için STK’ler için kapasite geliştirme atölyeleri planlamış, en iyi uygulamaların uygulanmasını artırmak için çalışmıştır. Twitter’daki @OxfamIndia ile ortaklaşa “İnsani ve Afet Yardımı” projelerini ortaya koymuştur. @OxfamIndia, krizler sırasında insani yardım sağlayan ve insanların afetlere daha iyi hazırlanmasına yardımcı olan uluslararası bir insani STK’dır.

#TweetToTransform adında bir çalıştay başlatmışlardır (Görsel 5). Bu çalıştayın amacı, vatandaş gruplara, hükümete ve diğer gruplara yaşanan felaketler sırasında Twitter’ın nasıl kullanıldığını göstermek ve en iyi uygulamaları paylaşmaktır.

Görsel 5. #Listeler ya da SMS !



Kaynak: Kaul, 2016

Görsel 5'teki açıklamaya bakılacak olursa, "Kriz anında internetin mevcut olmaması halinde Twitter #Listeler ya da sadece SMS kullanın!" şeklinde bir ifade ile ortaya çıkıyor. Telefonun SMS aracılığı ile tweet atmak o yıllarda kullanılan bir özellikti ve insanlar yaşadığı afetlerden bu özelliği kullanarak kurtarılmış ve yardım sağlanmıştır. Fakat Twitter'da şu anda bu özellik kaldırılmıştır. Bunun dışında, Twitter kullanımının bazı zorluklarından da bahsedilmiştir. Doğru hashtag kullanımı üzerinde durularak afet yardım topluluklarına ve STK'lere, bilgileri güncel tutarak insanları yönlendirecek, toplumu bilgilendirecek içerikler paylaşımları görevi verilmiştir. Halkla iletişimin sağlanması için hızlı, hazırlıklı ve tutarlı olunmalı ve tweet atanlara cevap verilmelidir. Twitter veri analizi yaparak en çok etkilenen bölgelerin belirlenmesi ve oralara öncelik verilmesi gerektiği üzerinde durulmuştur. Bunun sonucunda, Twitter kullanımı ile sahada verimliliğinin % 40 kadar arttığı fark edilmiştir (Kaul, 2016). Dolayısıyla, Twitter verilerinin kullanılmasıyla felaketleri iyileştirme söz konusudur.

Twitter verileri, uluslararası bir "araştırmacılar ekibi" tarafından geliştirilen yeni algoritma sayesinde afet yardım ekiplerine yardım sağlamak ve hayat kurtarmak için gerçek zamanlı bilgi verebilir.

Pensilvanya Eyalet Üniversitesi'nden bir araştırma ekibi, olası afetleri tanımlamak, müdahale faaliyetlerine rehberlik edebilmek, Twitter'dan doğru ve gerçek zamanlı veriler analiz etmek için bir algoritma üzerinde çalışmıştır.

Pensilvanya Eyalet Üniversitesi, Bilgi Bilimleri ve Teknolojisi Yüksek Okulu Dekanı ve bu algoritmada emeği geçen Prasenjit Mitra, "Bir felaket sırasında bilgi almak için en iyi sosyal medya kaynağı Twitter gibi mikro bloglardır" demiştir. Çünkü gönüllüler ve diğer destek personelleri, Twitter üzerinden yayınlanan tweetleri bölgedeki kişilerin ihtiyaçlarını karşılamak ve müdahale etmek için rapor diye kullanmaktadır. Üzerinde çalışılan algoritma, tweetleri yüksek bir doğrulukta tanımlayarak, insan müdahalesi gerekmeksizin hızlı ve doğru bir şekilde sınıflandırabilmektedir. Yalnız olay geçtikçe güncel verilere ulaşabilmek için tweetlerin revize edilmesi gerekmektedir. Araştırmacılar algorithmadan rapor çıkarabilmek için belirli başlıklar oluşturmuş ve (Örneğin; köprü çökmesi – yıkılması, tıbbi yardım gibi) bu tarz başlıkları tweetlerde ne sıklıkla göründüklerine göre sıralamışlardır.

Filipinler'i vuran 2014 Tayfunu, 2014 Pakistan'daki sel ve 2015 Nepal'deki depremde iki buçuk milyondan fazla tweet toplanmış, yapılan algoritma ile özetler ve

raporlar oluşturulup ona göre müdahale işlemleri hızlandırılmıştır (ROUGE-1 F ile % 6-30 arasında daha iyi performans sağlanmıştır).

Mitra, “İyi eğitilmiş bir sistemle Tweet verilerinin kategorilerine ayrılmasına ya da özetlemek için insan müdahalesine gerek yok” şeklinde bir ifade kullanmış ve yapılan bu sistem ile de başarı sağlanmıştır. Fakat daha da iyileştirilmesi üzerinde çalışmalar devam etmektedir (Rudra vd., 2018: 266-267, <https://phys.org>).

3.1.4. 2016 – Ankara – Kızılay Patlama

Sosyal medya terör olaylarından kaynaklı yapılan saldırı sonrasında kaybolan insanların bulunmasına da yardımcı olmaktadır. Örneğin, 13 Mart 2016’da meydana gelen Ankara-Kızılay patlamasının ardından kaybolan insanların isimleri ve fotoğrafları sosyal medyada paylaşılarak bulunması için yardım istenmiştir (Görsel 6). Twitter’da paylaşılan yardım çağrıları üzerine kaybolan kişi, kendi ile ilgili bilgi vermiştir (Karahisar, 2016; 58).

Görsel 6. Kayıp İlanına Cevap – Twitter

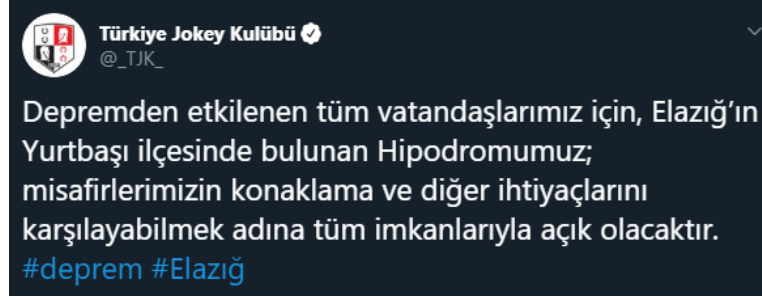


Kaynak: [twitter.com/Kamera Sokak](https://twitter.com/KameraSokak), 2016

3.1.5. 2020 - Elazığ Depremi

Elazığ ilinde meydana gelen, merkez üssü Sivrice olan 6.8 büyüklüğündeki depremle ilişkili olarak yapılan yardımlar hakkında, Twitter’da paylaşılan bazı örnekler aşağıda belirtilmiştir (Görsel 7).

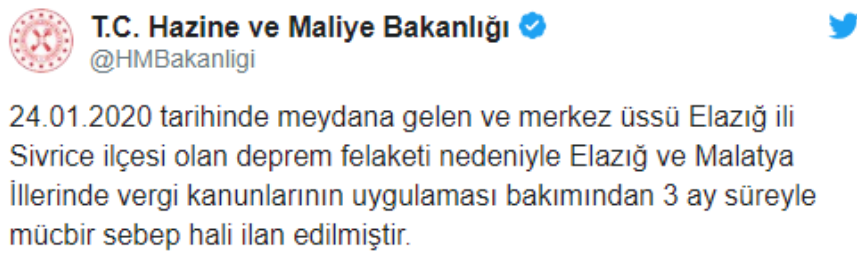
Görsel 7. Türkiye Joker Kulübü - Twitter



Kaynak: https://twitter.com/_TJK_, 2020

- Türkiye Joker Kulübü (TJK), Elazığ'daki hipodromda halkın konaklama ve diğer ihtiyaçlarını karşılamıştır.
- Hazine ve Maliye Bakanlığı, Twitter'dan yapmış olduğu açıklamada, Elazığ ve çevre illeri etkileyen deprem sebebiyle, Elazığ ve Malatya mükelleflerinin vergi borçlarının ve motorlu taşıtlar vergisi taksitini üç ay süreyle mücbir sebep hali ilan edildiğini belirtmiştir (Görsel 8).
- Twitter'da yardım taleplerinin fazla olmasıyla birlikte AFAD, tüm operatörlerden 1866'ya "DEPREM" yazıp gönderilerek 10 TL bağışta bulunulabileceği açıklamasını yaptı. Buna ek olarak da IBAN paylaşarak ilgilileri bağış yapmaya davet etti.

Görsel 8. T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı – Twitter



Kaynak: Sputnik, 2020

- Cumhurbaşkanlığının yapmış olduğu açıklama ile AFAD, "Herhangi bir karışıklığa mahal vermemek için Cumhurbaşkanlığımızın belirtmiş olduğu şekil dışında yardım çağrısında bulunulmamasını rica ederiz" şeklinde açıklama yapmıştır (Görsel 9).

Görsel 9. T.C. Cumhurbaşkanlığı - Twitter



T.C. Cumhurbaşkanlığı
@tcbestepe



Deprem bölgesine ulaştırılmak istenen yardımların 0 312 258 2323 numaralı telefon aranarak AFAD koordinesinde ulaştırılması önem arz etmektedir. #Elazığ

Türkiye Afet Müdahale Planı (TAMP) gereğince kamu kurumları ve sivil toplum kuruluşlarının yapacakları yardımlar AFAD koordinesinde yürütülmektedir.

Bu sebeple deprem bölgesine ulaştırılmak istenen yardımların

0 312 258 2323

numaralı telefon aranarak AFAD koordinesinde ulaştırılması önem arz etmektedir.



Kaynak: Sputnik, 2020

Acun Ilıcalı'nın "Tek Yürek" adlı programında da yardımların AFAD'a gönderilmesi için çağrıda bulunulmuştur. Twitter'da başlatılan #Tv8deTekYürek hashtagi ile insanlar konuya daha çok ilgi göstererek yardımlarını esirgememişleridir. Bu sayede bu afetten fayda sağlayamaya çalışacakların önüne geçilerek, yardımların tek elde toplanarak ihtiyaç sahiplerine iletilmesi sağlanmıştır.

- Tüm operatör servisleri, Twitter'da, Elazığ ve Malatya illerindeki vatandaşlara, iletişimi sağlayabilmeleri adına internet ve konuşma paketleri tanımladığını belirtmiştir.

- AFAD, afet ve acil durumlarda iletişimin kesintisiz bir şekilde sürdürülebilir olması adına paylaşımda bulunmuştur. Bu paylaşımda, haberleşmek için kısa mesaj servisini ve internet tabanlı mesajlaşma uygulamalarının kullanılması gerektiğini, hayati önemler dışında telefon görüşmesinin yapılmaması gerektiğini, yapılacaksa da olabildiğince kısa olması gerektiğini belirtmiştir. Vatandaşlarda bu bilgileri başta Twitter olmak üzere bütün sosyal medya uygulamalarında paylaşarak bilgilendirme yapmıştır.

- Trabzon, İstanbul, Ordu ve diğer pek çok il belediyeleri ile işbirliği yaparak Elazığ ve Malatya'ya göndermek adına kışlık yardımda bulunmuşlardır. #HaydiTrabzon, #HaydiOrdu gibi hashtagler ile kişileri yardıma çağırmışlardır.

- AKUT, Twitter'da yaptığı paylaşımda (Görsel 10), AKUT uygulamasının indirilerek kişilerin, yakınlarının telefon numaralarını eklemesiyle, deprem durumunda

internet gerekmeksizin “güvendeyim” butonuna basarak, yakınlarına konumu ve güvende olduklarına dair kısa mesajın iletileceğinden bahsetmiştir. (<https://www.akut.org.tr/guvendeyim>, https://twitter.com/AKUT_Dernegi, 2020).

- Büyük Kervansaray Otelleri, Twitter’dan, deprem mağdurlarını otellerinde ücretsiz olarak misafir edileceklerini belirten açıklamalarda bulunmuşlardır.

Yukarıda verilen bu örnekler dışında, afet bölgelerindeki kişilere barınmalarını sağlayabilmek için konteyner, mobilya tedariki, yeme-içme-giysi vb. birçok anlamda yardım sağlanmıştır.

Görsel 10. AKUT – Twitter



Kaynak: https://twitter.com/AKUT_Dernegi/, 2020

Elazığ depreminde paylaşılan tweetlere bakacak olursak (Görsel 11), sosyal medya kullanıcıları diğer kullanıcıları kışkırtmak adına birçok tweet atmıştır. Binaların yıkılabilir olması ya da deprem büyüklüğünün farklı belirtilmiş olması bunlardan birkaç tanesidir. Fakat bunları bu şekilde paylaşmak bize yarar sağlamayacağı aşîkardır. Eksikler olabilir fakat bunları bu şekilde giderebilir miyiz? Dolayısıyla, sosyal medyanın daha yararlı bir şekilde kullanılması gerekir.

Görsel 11. Provakasyon



Kaynak: Takvim, 2020

3.1.6. 2020 – Nijerya Meteor

31 Mart tarihinde Twitter gündeminde #meteor hashtagi ile son dakika haberi olarak Nijerya'ya meteorun düştüğü haberi paylaşılmıştır (Görsel 12, Görsel 13). Twitter kullanıcıları bu haberi yayarak ve kendilerince haberi abartarak olay ile ilgili haberler paylaşmaya devam etmişlerdir. Hemen sonrasında ise bu olayın gerçek olmadığı bilgisi paylaşılmıştır (Görsel 14).

Görsel 12. Nijerya'ya Meteor Düştü - Twitter



Kaynak: Twitter- Keşfet, 2020

Görsel 13. Ülkede Haber - Twitter



Kaynak: Ülkede Haber, 2020

Görsel 14. Arakunrin Akeredolu -Twitter



Kaynak: Akeredolu, 2020

Görsel 13'te görüldüğü gibi, bölge yetkilisinin yapmış olduğu açıklamada ülke güneyinde patlayıcı yüklü bir kamyonun infilak olmasından kaynaklanan bir patlamanın gerçekleştiği belirtilmiştir.

Görüldüğü gibi, Twitter'da asılsız bu ve bunun gibi birçok olayla karşı karşıya kalınmakla birlikte, yetkili kişilerin durumun farkında olup aktif kullanımları sayesinde haberlerin doğruluğu hakkında gereksiz ve yalan bilgilerin önüne geçilmesine yardımcı olmaktadır.

3.1.7. 2020 – Koronavirüs Salgını

Koronavirüs, Çin'in Wuhan kentinde ilk kez Aralık 2019 ayında görülmüştür. Tüm dünyaya hızla yayılan bu virüs 10 milyon 620 binden fazla kişiye bulaşarak ve yüz binlerce insanın ölümüne neden olarak küresel bir sorun hale gelmiştir. Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından 11 Şubat'ta koronavirüs kaynaklı hastalığa COVID-19 adı verilmiş ve küresel salgın anlamına gelen “pandemi” olarak ilan edilmiştir (BBC A Haber, 2020). Etkilemediği tek yer Antarktika kıtası olarak ifade edilmektedir. Antarktika kıtasında sadece 4 bin kişi yaşamakta ve ülkeye giriş çıkışlar doktor kontrolünde düzenli olarak yapılmaktadır.

30 Haziran 2020 itibari ile incelenen verilere göre dünya genelinde görülen koronavirüs vakalarının sayıları 10 milyon 629 bini, can kayıpları 514 bini geçtiği, 5 milyon 830 binden fazla kişinin ise gördüğü tedavi sonucunda iyileştiği ifade edilmiştir (Worldometers, 2020).

Dünyada en fazla vaka görülen ülke 2 milyon 230 bini aşan vaka sayısı ile Amerika Birleşik Devletleri olurken, bu ülkeyi Brezilya 1 milyon 400 bini aşan vaka sayısı ve Rusya 650 bini aşan vaka sayısı ile takip etmektedir. En fazla ölüm sayısı ise 130 bini aşan bir sayı ile Amerika Birleşik Devletleri'ndedir.

Türkiye'de ilk vaka 11 Mart 2020'de tespit edilmiş olup, 30 Haziran itibari ile vaka sayısı 199 bin 906, can kaybı ise 5 bin 131 olmuştur.

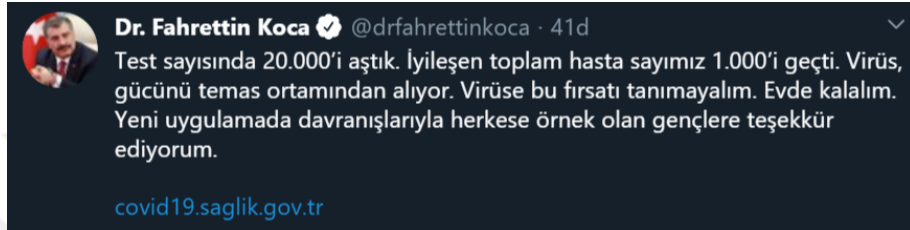
Görsel 15. Kovid – 19 - Twitter



Kaynak: Twitter - Keşfet, 2020

Twitter ana sayfanıza ilk girildiğinde, arama sekmesine tıklandığında Türkiye’deki Kovid-19 haberlerini güncel ve güvenilir olarak takip edebileceği bir sekme eklenmiştir (Görsel 15). Bu sayede Türk resmi makamlar ve medya kuruluşlarından koronavirüs ile alakalı paylaşımlar sınıflandırılmış bir şekilde Twitter kullanıcılarına aktarılmıştır. Türkiye’de koronavirüs ile ilgili çok sayıda paylaşım yapılmıştır (Görsel 16-21, Tablo 5).

Görsel 16. Fahrettin Koca - Twitter



Kaynak: Koca, 2020

Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca, 11 Mart’tan itibaren Twitter’ı aktif kullanarak her gün vaka ile ilgili bilgilendirme yapmıştır (Görsel 16). Tweetinin altına koronavirüsü ile vaka takibinin yapabileceği güncel linki vermiştir. 30 Haziran verilerini de Tablo 5’teki gibi paylaşmıştır.

Tablo 5. Türkiye Günlük Koronavirüs Tablosu

TÜRKİYE GÜNLÜK KORONAVİRÜS TABLOSU					
TOPLAM TEST SAYISI	3.381.650	30 HAZİRAN 2020	BUGÜNKÜ TEST SAYISI	50.492	
TOPLAM VAKA SAYISI	199.906		BUGÜNKÜ VAKA SAYISI	1.293	
TOPLAM VEFAT SAYISI	5.131		BUGÜNKÜ VEFAT SAYISI	16	
TOPLAM YÜZLÜ BAĞIM HASTA SAYISI	1.026		BUGÜNKÜ İYİLEŞEN SAYISI	1.302	
TOPLAM ENTELİJE HASTA SAYISI	368				
TOPLAM İYİLEŞEN HASTA SAYISI	173.111				

Kaynak: Koca, 2020

Tablo 5’te görüldüğü gibi, vaka ve ölüm sayısı günden güne artmaktadır. Bu durumun önüne geçilmesi adına bütün sosyal medya araçlarından tedbirler ve güncel haberler paylaşılmaktadır.

Cumhurbaşkanı Sayın Recep Tayyip Erdoğan’ın paylaştığı twitte, koronavirüs salgınına karşı alınan yeni tedbirler hakkında bilgilendirme bulunmaktadır (Görsel 17). Ülkemizde 30 Haziran’a kadar; 65 yaş üstü ve 20 yaş altına sokağa çıkma yasağı getirilmiş, 30 ile ve akciğer hastalıklarının fazla görüldüğü Zonguldak iline giriş çıkışlar kapatılmıştır. Şehirler kendi içlerinde, ilçeler ve köyler arasında daha tedbirli olmak ve salgını artırmamak için giriş çıkışları kapatmıştır. Pazar yeri ve marketler gibi çalışma alanlarında maske zorunlu hale getirilmiştir. Tüm bunlar alınan tedbirlerin sadece bir kısmı olmakla beraber tüm dünyada bu tür birçok önlem alınmıştır.

30 Haziran olarak geldiğimiz nokta ise, insanlar normal yaşama kontrollü sosyal hayat adı altında belirli bir mesafe ve maske takma zorunluluğu ile devam etmektedir.

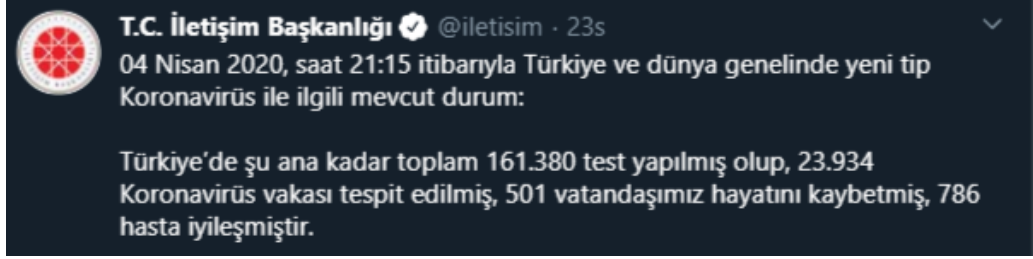
Görsel 17. Recep Tayyip Erdoğan – Twitter



Kaynak: Erdoğan, 2020

Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı’nın 4 Nisan’da paylaşmış olduğu tweet dünyadaki vaka sayılarını göstermektedir (Görsel 18).

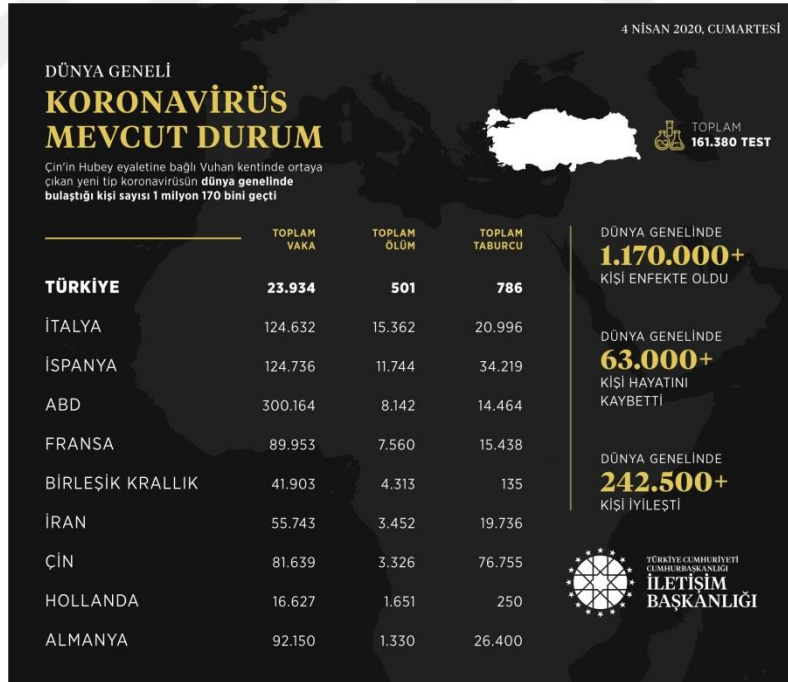
Görsel 18. T.C. İletişim Başkanlığı - Twitter



Kaynak: T.C. İletişim, 2020

Yetkili kişilerin bu tür paylaşımları ile durumun ciddiyeti fark edilip sosyal medya kullanıcıları “Evdekal” çağrıları yapmaya başlamışlardır. Evde yapabilecek aktiviteler önerilmiş, şehir belediye ve camilerinden anonslar yapılmıştır. Tüm dünyayı etkisi alan bu salgın hastalıkla mücadele ile ilgili çalışmalar tüm hızıyla devam etmekte ve anlık olarak sosyal medyada paylaşılmaktadır (Görsel 19).

Görsel 19. Dünya Geneli Koronavirüs Mevcut Durum



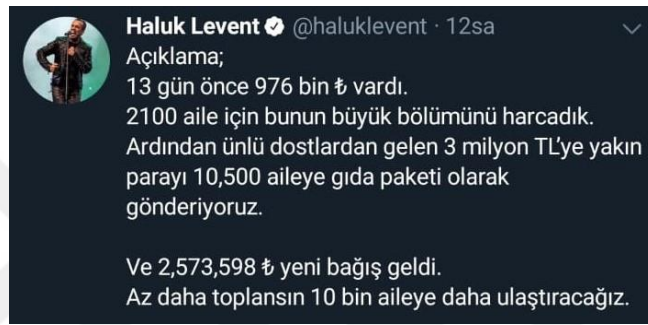
Kaynak: T.C. İletişim, 2020

Cumhurbaşkanlığı'nın başlatmış olduğu “Biz Bize Yeteriz Türkiye'm” adlı milli dayanışma kampanyasına “KORONA” yazarak gönderilecek mesajla 10 TL katkı yapılabileceğinin bilgisini veren tweetle birçok kişi yardım yapmıştır. Fakat belli bir

kesim ise bu yardımın, vatandaş yardım yapmadan devletin yapması gerektiğini paylaşarak hareketlenme başlatmaya çalışmış ve başarı sağlanamamıştır.

Koronavirüs nedeniyle alınan tedbirlerden dolayı birçok işyeri kapatılmıştır. Bu nedenle işsizlik ve geçim sorunları ortaya çıkmıştır. Haluk Levent önderliğindeki Ahbap Derneği'ne yapılan yardımlarla birçok aileye yardım ulaştırılmıştır (Görsel 20). Türkiye'de göz önünde olan insanların Twitter'da bu şekilde paylaşım yapmaları diğer insanları da yardım yapmaya teşvik etmiştir.

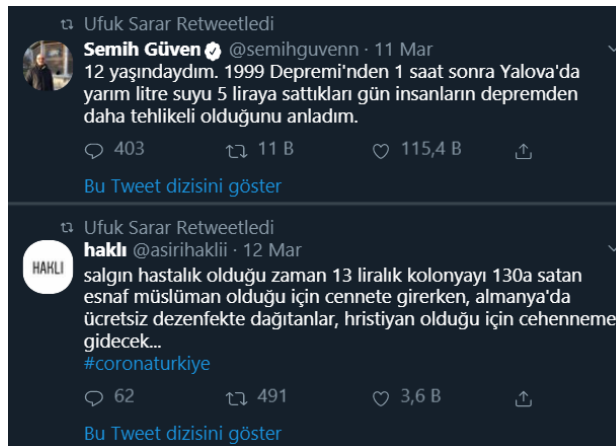
Görsel 20. Haluk Levent – Twitter



Kaynak: Levent, 2020

Görsel 21'de görüldüğü gibi hem 1999 depreminde hem de bu salgın olayında ihtiyacımız olan ürünlerin fiyatlarının yukarı çekildiği görülmektedir. Devletimizde bunun önüne geçebilmek için şikayetlerin yapılabileceği numaraları Twitter ve diğer sosyal medya platformlarından duyurmuş ve fiyatlar bir miktar aşağı çekilmiştir.

Görsel 21. Keşfet – Twitter



Kaynak: Twitter - Keşfet, 2020

3.2. Tartışma

Toplumlar, afet durumlarında güncel bilgilerden haberdar olmak, yardım elini uzatmak veya duyarlılık sağlamak için sosyal medya araçlarını kullanma eğilimindedirler. Çünkü sosyal medya, bilgi akışının hızlı sağlanıp, bilginin yayılmasına imkan sağlayan platformdur. Sosyal medya araçları özelliklerine göre sınıflara ayrılmıştır fakat her sosyal medya aracında afetlerde kullanılabilir özelliğe sahip değildir. Afetlerde kullanılan uygulamalardan biri olan Google, Haiti ve Japonya depremleri için geliştirdiği “kişi bulucu” arama motorunu Van depremi içinde hizmete sunmuştur. Bu arama motoru ile “birini arıyorum” ya da “bir kişi hakkında bilgi sahibiyim” şeklinde iki seçenek sunulmuştur. Yayınlanan kaynakların incelenmesi sonucunda, Haiti depreminde 600.000 kişinin kaydına ulaşıldığı görülmüştür. Kişilerin bulunup bulunamaması adına paylaşım bulunamamıştır.

Antoniou ve Ciaramicoli (2013) yaptığı çalışmada, Amerikan Federal Acil Durum Yönetimi Ajansı’nın (FEMA), 2012 yılında yaşanan Sandy kasırgasında yayılan yanlış bilgileri önleyebilmek için dedikodu kontrol sayfası açtığını belirtmiştir. Bu sayfa ile popüler söylentiler bu sayfada paylaşılmış, doğru yanlış ayrımının yapılmasını kolaylaştırılmıştır.

Bir başka uygulama olan Facebook, Güvenlik Durum Kontrolü (Kriz Yardım Merkezi) ile bir doğa kaynaklı afetin meydana gelmesi ile o bölgede olup olmadığını ve olası afet ile ilgili bilgileri takip edebileceğiniz bir sekme oluşturmuştur. Twitter ise, daha kolay ulaşılabilirliği ve Trend Topic listesi ile bir adım öne çıkmaktadır. Çünkü haber akışı hızlıca sağlanıp bütün özellikleri bünyesinde bulundurmaktadır. Sadece karakter kısıtlaması gibi yeterli özelliğe sahip görünmese bile afetlerde en çok kullanılan uygulama olmaya devam etmektedir.

2007 yılında, Güney Kaliforniya’da meydana gelen orman yangınları sırasında, halk yangının fotoğraflarını çekmiş ve gazeteciler olay yerine ulaşmadan yangın yerlerini öğrenmişlerdir. Bu da Twitter’da #Sandiegofire hashtaginin Trend Topic (TT) listesine girmesiyle gerçekleştirilmiştir. Yangın sırası ve sonrasında bu paylaşımların yapılması hasar tespitinin sağlanmasını ve olayın kaydının oluşmasını sağlamıştır.

Bu çalışma kapsamında verilen tüm araştırmalar ve veriler incelendiğinde, yaşanan afetler sonrasında bölge için yardım edecek kişiler ve ihtiyaçlar listesi genel olarak belirlidir. Fakat sosyal medya üzerinde açılan sahte hesaplar ile bu yardımları

kendi zimmetine geçirmeye çalışan bir grup insanların var olması gerekli yardımların yapılmasına engel olmaktadır. Buna ek olarak, afet bölgesine yardımların ulaşması ile birlikte bölgedeki insanların çıkardıkları kargaşalardan dolayı da ihtiyaçlar sahibine ulaşamamaktadır.

2011 yılında Van'da meydana gelen depremde, Twitter ve diğer sosyal medya araçları üzerinden çok fazla sayıda, her anlamda yardım göndermek isteyen insanlar bulunmaktaydı. İnsanların yardımlarını gönderebileceği ortak bir kanal oluşturulmadan önce bu durumu fırsata çevirmek isteyen insanlar, yardımları toplayıp afet bölgesine ileteceğini belirterek Twitter'dan tweetler atıp, diğer sosyal medya platformlarından bunu duyurarak bir miktar parayı zimmetlerine geçirmiş ve sosyal medya hesaplarını silmiştir. Buna benzer birçok olay hem Van depremi sırasında hem de dünyanın farklı yerlerinde meydana gelen afetlerde yaşanmıştır. Ülkemizde, Van depremi sırasında, bu olumsuz durumun önüne geçebilmek için, WordPress'te "Yalnızdegilsinvan" adlı bir site oluşturulmuştur. Bu sitenin sosyal medya araçlarından duyurulması ile sitede yardımın gönderilmesi gereken yerler, Van ve deprem ile ilgili bütün haberler paylaşılmıştır.

2017 yılında meydana gelen Harvey Kasırgası'ndan hemen sonra Twitter üzerinden açılan #SOSHouston ve #SOSHarvey hashtagleri, yardım çağrısında bulunan birçok kişi sayesinde Trend Topic listesinde yerini alarak insanları harekete geçirmiştir. Şehrin kendi kaynak kapasitesinin ötesine geçen bu olayda, Twitter ile acil durum çalışanlarının ihtiyacı olanları bulmalarına yardımcı olmak amacıyla kurtarma çabalarının sağlanabilmesi için bir platform haline gelmiştir. Twitter kullanıcıları, yardıma muhtaç kişilerin sayısını ve konumlarını paylaşmış ve bu da bölgedeki kurtarma ekiplerinin hızlı bir şekilde yanıt vermesini sağlamıştır.

2020 yılının başında Elazığ'da meydana gelen depremde ise, Van depremindeki gibi sorunların yaşanmasının önüne geçilmesi adına yardımların tek elde toplanması için, Cumhurbaşkanlığı AFAD'ı görevlendirerek, bütün yardımların orda toplanması adına çağrıda bulunmuştur. Bunun üzerine halk Van depreminden elde ettikleri tecrübeden ve daha güvenilir olmasından dolayı bu çağrıya karşılık vermiştir. Bazı ünlülerinde başlatmış olduğu kampanyalarla bu süreç hızlandırılmıştır. Ayrıca, çoğu il belediyeleri yiyecek-giyecek toplama kampanyaları düzenleyerek bünyelerinde yardımlar toplamış, arama kurtarma ekipleri ile afet bölgesine göndermiştir.

Dünyada Twitter kullanımına bakıldığı zaman, farklı coğrafyalarda meydana gelen afetlerde sosyal medya araçları üzerine çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Bunun en iyi örneklerinden biri olan Pensilvanya Eyalet Üniversitesi'ne ait bir araştırma ekibinin üzerinde çalıştığı algoritmadır. Bu algoritma, Nepal depremi, Hagupit tayfunu gibi birçok afetlerde kullanılmıştır. Algoritmanın işlevi ise tweetleri doğruluğu yüksek bir şekilde tanımlayarak sınıflandırma yapabilmektir. Güncel verilere ulaşılması için revize edilmesi gerekir. Olay sonucunda da rapor çıkarmak mümkündür. Yapılması gereken tek şey başlıklardan yararlanmaktır. Oluşturulan raporlar sayesinde müdahale işlemleri hızlı bir şekilde gerçekleştirilmiştir.

Turkcell, ortaya çıkardığı Dronecell ile deprem sırasında arama kurtarma ekiplerine destek sağlamak amacıyla 4.5G internet bağlantısı sağlayabilmektedir. Bu drone, girilen koordinatlara ulaşip güvenli bir bölgede kendisini kapatarak internet erişiminin çalışmasını sağlamaktadır.

Japonya'da meydana gelen bir depremde, Japonca bilmeyen yabancılar, kişiler hakkında bilgi alıp, bilgi paylaşmak ve güncel haberlere ulaşmak için sosyal medya araçlarına başvurmuştur. Seçtikleri uygulama olan Twitter'da, farklı dil seçenekleri sayesinde ve istedikleri bölgelerle şehirler için filtreleme yaparak istedikleri hashtagları aratarak bilgilere ulaşabilmişlerdir. Bu sırada STK'ler, Twitter aracılığıyla sığınma alanlarının konumlarını paylaşmıştır. 2011 yılında Japonya Başbakanı, tahliye bilgileri, basın toplantıları, ülkenin refahı için gerekli bilgileri, afet ve kriz durumunda bilgilendirme yapabilmek adına Twitter hesabı kullanmaya başlamıştır.

Türkiye açısından Twitter kullanımı değerlendirildiğinde, Van depreminde maddi yardımları kendine çevirmeye çalışanlar ve bunu başaranlar olmuştur. Fakat Elazığ depreminde, Cumhurbaşkanlığı'nın Twitter üzerinden yaptığı paylaşımlarla maddi yardımların AFAD üzerinden yapılacağı belirtilerek yardımın tek elde toplanmasını sağlamıştır. AFAD, bu işlem için yapılması gereken adımları içeren bilgileri paylaşmıştır. Bununla birlikte, tanınmış kişilerle ve halkta seferber olup gerekli maddi yardımları yapmıştır. Devletin, halkın, kurum ve kuruluşların koordineli ve işbirliği içinde çalışmasıyla bu işlemler kısa sürede gerçekleşmiştir. Çünkü tecrübe, bilgi düzeyleri ve duyarlılıkları artmıştır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Kriz ve afet yönetiminde sosyal medya kullanmanın en önemli noktalarından biri, konuyla ilgili düzenli güncellemeler yaparak halkın konu hakkında bilgilennemelerini sağlamaktır. Sosyal medya, afet durumunda afetten etkilenenler ve etkilenenlerle ilgilenecekler için hızlı bir iletişim aracı haline gelmiştir.

Kriz ve afet yönetimi için sosyal medya kullanım kılavuzu gibi bir şey önermek çok olası değildir. Fakat sosyal medyaya ait sorunları önlemek için çeşitli çözüm yolları üretilebilir ve uygulanabilir. Günümüz teknolojisine rağmen, afet ve kriz durumlarında sosyal medyanın nasıl kullanılması gerektiği bilinmemektedir. Sosyal medyanın yavaş ve bilinçsiz bir şekilde kullanılması kaosa bile yol açabilmektedir. Bu nedenle, ilk olarak konu ile alakalı strateji belirlenmelidir. Yapılan araştırmalarda afet ve kriz durumlarında sosyal medya kullanımı ile ilgili tercih edilen sosyal medya aracı olan Twitter, hızlı ve etkin bir platformdur. Fakat bu platformun kullanımı ile ilişkili olarak, yerel yönetimlerin, sivil toplum kuruluşlarının daha aktif kullanmaları, kullanırken de bilgileri güncel tutmaları gerekmektedir. Ayrıca, halkın da bilinçlendirilmesi gerekir. Afet durumunda açılan hashtaglerin ve ilgililere gönderilen yardım mesajlarının ayıklanabilmesi için halkın gereksiz kullanımının önüne geçilmesi gerekmektedir. Afet sırasında afet bölgesi dışındakiler için bir süre sınırlaması getirilebilir. Bunun dışında, Twitter’da listeler özelliği ile gruplar oluşturulabilir, haberleşme ve paylaşım sağlanabilir. Afet yaşanmadan önce Twitter’dan yaşanacak herhangi bir olay tahmini paylaşılıp bilgilendirme yapılabilir. Afetle ilgili yapılması gerekenler de güncellenerek kişilerin bilgilenebilmesi sağlanabilir. Tüm bunlar için kurumların ve halkın işbirliği içinde olup bu konu hakkında eğitilmesi gerekmektedir.

Afet ve Acil Durum Müdürlükleri için ek bir mevzuat hazırlanabilir. Bu mevzuat içine sadece Twitter’ı değil bütün sosyal medya platformlarının yönetilmesi için ek bir hizmet birimi yapılması gerektiği eklenebilir. Bu birim bünyesinde, Twitter ve diğer platformlar üzerinden paylaşılan bilgileri analiz edecek yazılımı yapan, personel ve araçların iyi planlanmasını sağlayacak, sosyal medyayı takip edecek, kamuoyu yönlendirmesini doğru yapacak insanların olması gerekir.

Yukarıdaki önerilerin geliştirilmesi ve uygulanması ile sosyal medya afet ve kriz durumunda topluma kolaylık ve fayda sağlayacaktır.

Daha öncede ifade edildiği gibi, sosyal medya platformlarının doğru kullanılmasına yönelik çalışmalar afet öncesi, sırası ve sonrası için yapılması gerekir. Çünkü sosyal medya platformları, afetin her aşamasına katkı sağlayacak özelliğe sahiptir. Özellikle Twitter'ın afet ve kriz yönetimi süresi boyunca daha etkin kullanılmasıyla halk ve kurumlar arası koordine sağlayabilir, müdahale ve yardım işlemleri hızlı ve güvenli bir şekilde devam ettirilebilir. İkaz ve alarm sistemleri ile halka verilecek duyurularda Twitter üzerinden açılan hesaplar içerisinde paylaşılabilir ve bu hesabın takibi sağlanabilir.

Sonuç olarak, Türkiye'de yetkin kişilerin Twitter üzerinden haberleri ve duyuruları paylaşması ile meydana gelebilecek olumsuz durumların önüne geçilmiştir. Bundan sonraki süre zarfında yaşanacak olan herhangi bir afet ve kriz durumunda toplanma alanlarının olduğu yerlere haberleşmenin devamlılığının sağlanabilmesi için seyyar baz istasyonlarının kurulması adına planlamalar yapılabilir. Yaşanılan bir savaş ya da halkın üzerine konuşabileceği herhangi bir konu olduğunda Twitter kullanımı yavaşlatılabiliyor ve duraklatılabiliyorsa, afet durumlarında da kullanımında tweetlerin ayıklanabilmesi adına sınırlamalar ya da sınıflandırmalar getirilebilir.

KAYNAKÇA

- A Haber (2020). Dünya’da tek yer kaldı. 25 Mart 2020 tarihinde <https://www.ahaber.com.tr/galeri/dunya/tek-yer-kaldi-antarktika-kitasinda-koronavirus-vakasi-gorulmedi> adresinden erişildi.
- Adkins G. L. (2012). Organizational networks in disaster response: An examination of the US government network’s efforts in Hurricane Katrina. The Handbook of Crisis Communication. United Kingdom, Blackwell Publishing.
- AFAD (2011). 2011 yılı idare faaliyet raporu. <https://www.afad.gov.tr/> adresinden erişildi. 46.
- AFAD Terimler Sözlüğü. <https://www.afad.gov.tr/aciklamali-afet-yonetimi-terimleri-sozlugu> adresinden erişildi.
- Afete Hazırlık Derneği (2010). Etki derecelerine göre afetler. 5 Mart 2010 tarihinde <http://www.ahder.org/etki-derecelerine-gore-dogal-afetler> adresinden erişildi.
- Akeredolu (2020). Nijerya. 28 Mart 2020 tarihinde <https://twitter.com/RotimiAkeredolu> adresinden erişildi.
- AKUT Derneği (2020a). Güvendeyim. 24 Ocak 2020 tarihinde <https://www.akut.org.tr/guvendeyim> adresinden erişildi.
- AKUT Derneği (2020b). Güvendeyim. 24 Ocak 2020 tarihinde https://twitter.com/AKUT_Dernegi adresinden erişildi.
- Altunbaş Fuat (Yayınlanmamış). Afetlerde sosyal medya kullanımı: Van depremi örneği. 6.
- American Red Cross (2010). “Social media in disasters and emergencies”. 5 Ağustos 2010 tarihinde (Çevrimiçi) <http://i.dell.com/sites/content/shared-content/campaigns/en/Documents/Red-Cross-Survey-Social-Media-in-Disasters-Aug-2010.pdf> adresinden erişildi.
- Antoniou, N., Ciaramicoli, M. (2013). Social media in the disaster cycle - Useful tools or mass distraction? 64th International Astronautical Congress. http://swfound.org/media/119739/IAC-13.E5.5.3_NA.pdf

- Augustine, N. R.(1995). “Managing the crisis you tried to prevent”. Harvard Business Review, Vol. 78, No. 6, 147-158.
- BBC (2020). Türkiye ve Dünya haberleri. 27 Mart 2020 tarihinde <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-51177538> adresinden erişildi.
- Budak B. (2012). Markaların sosyal medya ile imtihanı. 25 Ekim 2012 tarihinde <https://www.slideshare.net/burakbudak/trkiyenin-sosyal-medya-ile-imtihan> adresinden erişildi.
- Büyükkaracıgan N. (2016). Türkiye’de yerel yönetimlerde kriz ve afet yönetim çalışmalarının mevzuat açısından değerlendirilmesi. Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi, 12, 195-219.
- C. Pearson, I. Mitroff (1993). “From crisis prone to crisis prepared: A framework for crisis management”. Academy of Management Executive, Vol. 7, No. 1, 48.
- Chan J. C. (2010). “The role of social media in crisis preparedness, response and recovery”. (Çevrimiçi)
<http://www.oecd.org/governance/risk/The%20role%20of%20Social%20media%20in%20crisis%20preparedness,%20response%20and%20recovery.pdf>, Vanguard, 1-16.
- Coombs W. T. (2006). Code Red in the Boardroom: Crisis Management as Organizational DNA. Praeger Publishers.
- Coombs W. T. (2010). Crisis communication and its allied fields. W. Timothy Coombs, Sherry J. Holladay (Editör). The Handbook of Crisis Communication içinde (s.54-64). (<http://www.imd.inder.cu>)
- Coombs W. T. (2012). Ongoing crisis communication: Planning, managing and responding (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Crowe A. (2011). “The social media manifesto: A comprehensive review of the impact of social media on emergency management”. Journal of Business Continuity & Emergency Planning, Vol. 5, No. 1, 2011, 409-420.
- Delone W. H. and Mclean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: a ten-year update. Journal of Management Information Systems 19(4), 9–30.
- Demir N. (2011). “Türk kamu yönetiminde kriz yönetimi”. Kaymakamlık Tezi, İçişleri Bakanlığı PGM, Ankara, 3.

- Duffy N. (2012). "Using social media to build community disaster resilience". The Australian Journal of Emergency Management, Vol. 27, No. 1, 40-45.
- Erdoğan R. T. (2020). 5 Nisan 2020 tarihinde <https://twitter.com/RT Erdogan> adresinden erişildi.
- Ergünay O. (2002). Afete hazırlık ve afet yönetimi, Ankara. European Commission (2014). 15 Aralık 2010 tarihinde http://ec.europa.eu/echo/civil_protection/civil/vademecum/fr/2-fr-1.html adresinden erişildi.
- Ergünay O. (2009). Afet yönetimi: genel ilkeler, tanımlar ve kavramlar. DSİ, Ankara, 3-9.
- Eroğlu D. (2012). Van'da deprem oldu. 26 Mart 2012 tarihinde <https://www.google.com/amp/s/homoinurrectus.wordpress.com/2012/01/27/van-da-deprem-oldu-yardim-mi-edelim-nefret-mi-edelim/amp/> adresinden erişildi.
- Filiz E. (2007). Türk kamu yönetiminde kriz yönetimi. Alfa Yayınları, İstanbul, 7.
- Ford J. (2018). Improving disaster response through Twitter data. <https://phys.org/news/2018-07-disaster-response-twitter.html>
- Hanlon M. (2006). "Incident commander simulation software for emergency personnel". 6 Eylül 2006 tarihinde (Çevrimiçi) <http://www.gizmag.com/go/6121/> adresinden erişildi.
- Hart T. B, C. Shaw, D. (2012). Crisis communication and social media: The changing environment for natural disaster response.
- Hilal S. (2011). Van depremi sonrasında sosyal medyanın rolü. 25 Ekim 2011 tarihinde <https://sosyalmedya.co/van-depremi-sosyal-medya/> adresinden erişildi.
- İB-İTÜ (İçişleri Bakanlığı ve İstanbul Teknik Üniversitesi Strateji Merkezi Afet Yönetim Merkezi) (2002). Ulusal acil durum yönetimi modeli geliştirilmesi projesi, Nihai Rapor EK-A. İçişleri Bakanlığı ve İstanbul Teknik Üniversitesi Strateji Merkezi Afet Yönetim Merkezi.
- Kadıoğlu M.(2008). Modern, bütünleşik afet yönetimin temel ilkeleri; Kadıoğlu, M. ve Özdamar, E., (editörler), "Afet Zararlarını Azaltmanın Temel İlkeleri"; JICA Türkiye Ofisi Yayınları No: 2, Ankara. 1-34.
- Kamera Sokak (2016). Bulunan kişi haberi. 13 Mart 2016 tarihinde <https://twitter.com/KameraSokak> adresinden erişildi.

- Karahisar T. (2016). Olası bir depremde koordinasyonun sağlanması ve sosyal medyanın rolü. *Beykoz Akademi Dergisi*, Ankara, 43-64.
- Karakulakoğlu S. E. (2015). Doğal afet ve acil durumların yönetiminde sosyal medya kullanımı: Twitter örneği. *İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar* Twitter. Ankara, 283-291.
- Karal H., Fiş Erümit S. ve Erümit A. K. (2017). Sosyal ağlar, sosyal medya iletişimi. Erdem Taşdemir Emre Ş. Aslan (Ed.), Pp. 11-32, Ankara: Gece Kitaplığı Yayınları
- Kaul M.(2016). Twitter for crisis and disaster relief. 28 Temmuz 2016 tarihinde https://blog.twitter.com/en_in/a/2016/twitter-for-crisis-and-disaster-relief-in.html adresinden erişildi.
- Kimbarivsky R. (2010). Crowdsourcing, the gulf oil spill and the arrogance of BP. 25 Haziran 2010 tarihinde (Çevrimiçi) <http://blog.crowdspring.com/2010/06/crowdsourcing-bp-oil-spill-innocentive/> adresinden erişildi.
- Kızılova Ö. (2014). Afet odaklı kriz yönetimi: AFAD örneği. İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Malatya.
- Koca F. (2020). 5 Nisan 2020 tarihinde <https://twitter.com/drfehrettinkoca> adresinden erişildi.
- Koçoğlu S. (2018). Twitter tarihi: Twitter nedir? Nasıl kullanılır? Ne işe yarar?. 17 Şubat 2018 tarihinde <https://www.brandingturkiye.com/twitter-tarihi-twitter-nedir-nasil-kullanilir-ne-ise-yarar/> adresinden erişildi.
- Levent H. (2020). Yardım. 5 Nisan 2020 tarihinde <https://twitter.com/haluklevent> adresinden erişildi.
- Lindsay B. R. (2011). Social media and disasters: Current uses, future options, and policy considerations. Congressional Research Service Report for Congress, USA.
- Mayfield A. (2010). “What is social media?”. An ebook from icrossing, 8 Ağustos 2010 tarihinde (Çevrimiçi), <http://www.icrossing.com/sites/default/files/what-is-social-media-uk.pdf> adresinden erişildi.
- Medikal Arama Kurtarma Derneği (2020). Afet yönetim sistemi. <https://www.medak.org.tr/faydali-bilgiler/faydali-bilgiler/> adresinden erişildi.

- Menteş G. A. (2013). The role of communication and social media in crisis situations case study: Fire in switch building of Vodafone Netherlands. İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi No:49, 133-141.
- Milliyet, (2011). Van'da 7.2 büyüklüğünde deprem. 24 Ekim 2011 tarihinde <http://gundem.milliyet.com.tr/van-da-7-2-buyuklugundedeprem/gundem/gundemdetay/24.10.2011/1454183/default.html> adresinden erişildi.
- Orsburn E. M. (2012). The social media business equation: Using online connections to grow your bottom line. USA: Course Technology PTR, 6-7.
- Özkul B. ve Karaman E. (2007). Doğal afetler için risk yönetimi. TMMOB Afet Sempozyumu, Ankara.
- Palen L., Liu S. B. (2007). "Citizen communication in crisis: Anticipating a future of ICT-Supported public participation". In Proceedings of the Conference on Human Factors in Computing System, San Jose, 727-736.
- Papanikos, G. T. (2012). (Ed.) Proceedings of the tenth annual international conference on communication and mass media. 1- 10, Athens, Greece.
- Pearson C. ve Mitroff I. (1993). "From crisis prone to crisis prepared: A framework for crisis management". Academy of Management Executive, 48-59.
- Pipino L. Lee, Y.W. ve Wang, R. Y. (2002). Data quality assessment. Communications of the ACM, 45, 4, 211-218.
- Rudra K., Goyal P., Ganguly N., Mitra P., Imran M. (2018). Identifying sub-events and summarizing disaster-related information from microblogs. SIGIR'18, 265-274, USA.
- Sarı M. ve Aksu T. (2012). Afetlerde sosyal medya ve algı yönetimi 'Van depremi örneği'. İdarecinin Sesi, 41-46.
- Sayımer İ. (2008). Sanal ortamda halkla ilişkiler. Beta Yayınları, İstanbul.
- Scott D. M. (2010). The new rules of marketing and PR. John Wiley and Sons. New Jersey.
- Seeger M. W. (2006). Best practices in crisis communication: An expert panel process, Journal of Applied Communication Research. Vol. 34 (3).
- Smith B. G. (2010). Socially distributing public relations: Twitter, Haiti, and Interactivity in social media. Public Relations Review. Sayı 36, 329-335.

- Social Media Use During Disasters (2012). A review of the knowledge base and gaps. <http://www.start.umd.edu/>
- Solmaz B., Tekin G., Herzem Z. ve Demir M. (2013). İnternet ve sosyal medya kullanımını üzerine bir uygulama. Selçuk İletişim, 7(4), 24-25.
- Sputnik (2020). Elazığ'da 6.8 büyüklüğünde deprem: 31 kişi hayatını kaybetti. 1556 kişi yaralandı. 26 Ocak 2020 tarihinde <https://tr.sputniknews.com/turkiye/202001251041249011-elazigda-68-buyuklugunde-deprem-20-kisi-hayatini-kaybetti-bin-15-yarali/> adresinden erişildi.
- Start (2012). Social media use during disasters: A review of the knowledge base and gaps. National Consortium for the Study of Terrorism and Responses to Terrorism. A Department of Homeland Security Science and Technology Center of Excellence.
- T.C. İletişim Başkanlığı (2020). 4 Nisan 2020 tarihinde <https://twitter.com/iletisim> adresinden erişildi.
- Takvim (2020). Sosyal medyada provakasyon. 25 Ocak 2020 tarihinde <https://www.google.com/amp/s/m.takvim.com.tr/guncel/2020/01/24/sosyal-medyada-provokasyon-elazigdaki-depremden-siyasi-cikar-elde-etmeye-calistilar/amp> adresinden erişildi.
- Tarhan Ç. ve Aydın C. (2017). Bilişim sistemleri kullanılarak afet direnci artırılabilir mi?, 4. Uluslararası Deprem Mühendisliği Ve Sismoloji Konferansı, Eskişehir, 1-6.
- Taylor M., Wells, G., Howell, G. ve Raphael, B. (2012). "A Facebook study from 'cyclone yasi update': The role of social media as psychological first aid as a support to community resilience building". Australian Journal of Emergency Management, Vol. 27, No. 1, 20-26.
- Time World (2011). Turkey's earthquake: Social media to the rescue. 24 Ekim 2011 tarihinde <https://world.time.com/2011/10/24/turkeys-earthquake-social-media-to-the-rescue/> adresinden erişildi.
- Tutar H.(2011). Kriz ve stres yönetimi. Seçkin Yayıncılık, Ankara, 13-59.
- Tün M., Pekkan E., Mutlu S. ve Helvacı C. (2017). Afet ve acil durum bildirimlerinde kitle-kaynak yönetim uygulaması: Eskişehir örneği. TMMOB Harita ve

- Kadastro Mühendisleri Odası, 16. Türkiye Harita Bilimsel ve Teknik Kurultayı, Ankara, 2-4.
- Türk Dil Kurumu (TDK) Sözlükleri. <https://sozluk.gov.tr/> adresinden erişildi.
- Türkiye Joker Kulübü (2020). Yardım. 24 Ocak 2020 tarihinde. https://twitter.com/_TJK_ adresinden erişildi.
- Türkoğlu H., (2014). Afete dirençli şehir planlama ve yapılaşma. İSMEP Rehber Kitaplar Beyaz Gemi Sosyal Proje Ajansı. 24 Haziran 2014 tarihinde <http://www.guvenliyasam.org/Contents/rehber-kitaplar/ADSPY.pdf> adresinden erişildi.
- Tüz M. (2008). Kriz yönetimi uygulamalar için temel adımlar. Alfa Yayınları, Bursa, 19.
- Twitter - Keşfet (2020). 5 Nisan 2020 tarihinde <https://twitter.com/explore> adresinden erişildi.
- Ülkede Haber (2020). Nijerya'ya meteor. 1 Nisan 2020 tarihinde <https://twitter.com/ulkedehabr> adresinden erişildi.
- Velev D. ve Zlateva P. (2012). "Use of social media in natural disaster management". International Proceedings of Economics Development and Research, Vol. 39, Singapore: IACSIT Press, 41-45.
- Vieweg S., Hughes A. L., Starbird K. ve Palen L. (2010). microblogging during two natural hazards events: What Twitter may contribute to situational awareness. The Proceedings of the ACM 2010 Conference on Computer Human Interaction (CHI 2010), 1079-1088.
- Wang R.Y. ve Strong D.M. (1996). Beyond accuracy: What data quality means to data consumers. Journal of Management Information Systems, 12, 4, 5-34
- Washington C. , "The role of social media during natural disasters". (Çevrimiçi) <http://crystalwashington.com/the-role-of-social-media-during-natural-disasters/> adresinden erişildi.
- Weinberg T. (2009). The new community rules: Marketing on the social rules. O'Reilly Media, USA.
- Wikipedia (2017). Afet. 6 Ekim 2017 tarihinde. <https://tr.wikipedia.org/wiki/Afet> adresinden erişildi.

- Worldometer (2020). Coronavirüs. 28 Mart 2020 tarihinde <https://www.worldometers.info/coronavirus/#countries> adresinden erişildi.
- Yazıcı S. (2013). İş sürekliliği yönetimi: Stratejik bir değerlendirme. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Yıldız A. ve Demir F. M. (2016). Üniversite öğrencilerinin internet ve sosyal medya kullanım amaçlarının belirlenmesine yönelik bir araştırma: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi örneği. Sosyal Ve Beşeri Bilimler Araştırma
- Yunatçı A. (2010). Haiti depremi sonrası bilgi teknolojileri ve sosyal medya. 13 Ocak 2010 tarihinde <https://www.teknoblog.com/haiti-depremi-sonrasi-bilgi-teknolojileri-ve-sosyal-medya/> adresinden erişildi.
- Zincir O. ve Yazıcı S. (2013). Kriz yönetimi ve afetlerde sosyal medya kullanımı. İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, No:49, 65-82

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : Merve ÇANAKÇI

Doğum Yeri ve Tarihi : AKÇAABAT-TRABZON / 12.09.1995

Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi : GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ

ACİL YARDIM VE AFET YÖNETİMİ / İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ

Yüksek Lisans Öğrenimi : GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ

AFET YÖNETİMİ

İletişim

Telefon : 534 828 31 78

e-posta Adresi : mermecan94@gmail.com

Tarih : 30/06/2020

