



Article Arrival : 02/09/2021

Published : 20.10.2021

Doi Number  <http://dx.doi.org/10.26449/sss.3525>Reference  Aydođdu Karaaslan, İ. & Karadađ, Y. (2021). "Risk Yönetiminde Sosyal Medya Gazeteciliği: Koronavirüs (Covid-19) Pandemi Sürecinde Sosyal Medya Kullanım Pratikleri Üzerine Bir Araştırma" International Social Sciences Studies Journal, (e-ISSN:2587-1587) Vol:7, Issue:88; pp:4217-4232

RİSK YÖNETİMİNDE SOSYAL MEDYA GAZETECİLİĞİ: KORONAVİRÜS (COVID-19) PANDEMİ SÜRECİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIM PRATİKLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA ¹

Social Media Journalism On Risk Management: Research Related With Social Media Usage Practices In The Course Of Coronavirus (Covid 19) Pandemic

Doç. Dr. İlknur AYDOĐDU KARAASLAN

Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, İzmir/Türkiye

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2663-6731>

Yađmur KARADAĐ

Doktora Öğrencisi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Genel Gazetecilik, İzmir/Türkiye

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4462-3109>

ÖZET

Küreselleşme, toplumların dijital teknolojilerle olan ilişki ve etkileşimlerini artırmıştır. Bu nedenle küresel sorunlar ile yüze gelmesi kaçınılmaz hale gelmiştir. Küresel dünyanın; toplumsal, ekonomik, nükleer, biyoteknik, ekolojik, vb. riskleri konusunda, sorunların giderilmesi, bireylerin bilgi arama eğilimini artırmıştır. Risk toplumu olarak da adlandırılabilir olan bu süreç, içinde yaşayanlara, korku ve kaygılarla başa çıkma zorunluluğunu dayatmaktadır. Belirli bir sınırlı coğrafyada kalmayıp, tüm gezegenin ortak sorunu haline gelen ve önceden tahmin edilemez, ani ortaya çıkan söz konusu risklerin üzerinde karar verecek bir sosyal kurumun olmaması, riske karşı koruyucu önlemlerin alınmasını zorlaştırmaktadır. Bireyler, söz konusu riskler hakkında bilgi sahibi olma ve bilinçlenme yoluyla ancak kendilerini koruyabilecekleri için, sosyal medya hem riskin kendisinin tanımlanmasında hem de bilgi paylaşımı yoluyla riske karşı olası çözümlerin üretilmesi ve farkındalığın gelişiminde önemli işlevler üretmektedir.

Günümüzde Web 2.0 kullanıcıları arasında yoğun paylaşımlar gerçekleşmektedir. İnternet olanaklarının yaygınlaşması ve mobil teknoloji kullanımının artması, gündelik yaşamın sorunları hakkında bilinçlenme konusunda sosyal medya kullanımını vazgeçilmez hale getirmiştir. COVID-19 salgın sürecinde, haber kaynaklarına erişimde çeşitli sosyal medya ortamlarının kullanımı gerekli olmuştur. Dolayısıyla, sosyal medya okuryazarı olan herkes hem haber kaynaklarına erişim hem de kendi haberini oluşturma ve paylaşım kolaylığı nedeniyle "yeni nesil habercilik pratikleri" içinde yer almaktadırlar.

Sosyal medya bireylerin salgına ilişkin süreç hakkında ulusal ve küresel boyutta iletişim, etkileşim, iş birliği geliştirmelerini olanaklı kılmıştır. Çünkü konuya ilişkin haber, fotoğraf, bilgi ve çeşitli içeriklerin paylaşılması yoluyla, kullanıcıları "potansiyel birer gazeteci" olarak yetiştirmektedir. Bu bağlamda sosyal medya ortamları, geleneksel medyanın tek yönlü ve yavaş haber aktarımı nedeniyle genç kuşaklar tarafından daha çok tercih edilmektedir. Ancak dijital bölünmenin varlığı ve medya okuryazarlığının farklılıkları, bireylerin sosyal medya kullanım pratiklerini değiştirmektedir.

Bu çalışmada, Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde ortaya çıkan riskin giderilmesi, bireysel ve toplumsal düzeylerde riske karşı önlemlerin alınmasında bireylerin sosyal medya kullanım düzeyleri, haberleri takip etme sıklıkları, takip edilen sosyal medya ortamları, tıpkı bir gazeteci gibi konuya ilişkin paylaşımlarının olup olmadığı, bu ortamlarda dolaşımda olan haber ve bilgiye yönelik tercihleri vb. konular demografik değişkenler temelinde sorgulanmaktadır. Araştırma Mart-Nisan 2020 döneminde yapılmıştır. Çalışmaya katılan 205 katılımcı, gönüllülük esası temel alınarak, basit rasgele örnekleme yöntemi ile online ankete cevap veren bireylerden oluşmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Risk Toplumu, Web 2.0 Paylaşımları, (Covid-19) Pandemi Süreci, Sosyal Medya Ortamları, Sosyal Medya Gazeteciliği.

¹ Bu makale, 26-28 Ekim 2020 tarihleri arasında İzmir'de düzenlenen Uluslararası Dijital Çağda İletişim Sempozyumu'nda sunulan bildirinin genişletilmiş ve revize edilmiş halidir.

ABSTRACT

Globalization has increased the relationships and interactions of societies with digital technologies. Therefore, it has become inevitable to face global problems such as social, economic, nuclear, biotech, ecological, etc. of the global world. Solving the problems about the risks increased the individuals' tendency to seek information. It imposes the obligation to cope with fears and anxieties on those who live in this process, which can also be named as risk society. The absence of a social institution to decide on the risks that arise suddenly and unpredictably, which do not remain in a certain limited geography but become the common problem of the whole planet, makes it difficult to take protective measures against risks. Since individuals can only protect themselves through having knowledge and awareness about the risks in question, social media produces important functions both in defining the risk itself and in generating possible solutions against risk through information sharing and in the development of awareness.

Today, intensive sharing is taking place among Web 2.0 users. The widespread use of internet opportunities and the increase in the use of mobile technologies have made the use of social media indispensable in raising awareness about the problems of daily life. During the COVID-19 epidemic process, the use of various social media environments has been necessary to access news sources. Therefore, social media literate people have also been able to take their place in "new generation journalism practices" due to both access to news sources and ease of sharing by creating their own news.

Social media has made it possible for individuals to develop communication and interaction cooperation on the national and global scale about the process of the epidemic. This is because, through the sharing of news, photos, information and various contents on the subject, it trains users as "potential journalists". In this context, social media environments are preferred more by young generations due to the one-sided and slow news transmission of traditional media. However, the existence of digital divide and differences in media literacy change the social media usage practices of individuals.

In this study, individuals' social media usage levels, frequency of following the news, followed-up social media environments, whether they share the subject like a journalist, in order to eliminate the risk arising during the coronavirus (Covid-19) pandemic process, preferences for news and information circulating in these environments. were questioned on the basis of demographic variables. The research was conducted in the period of March–April 2020. The 205 participants participating in the study consisted of individuals who responded to the online questionnaire with simple random sampling method on the basis of voluntariness.

Keywords: Risk Society, Web2.0 Shares, (Covid-19) Pandemic Process, Social Media, Social Media Journalism.

1. GİRİŞ

Gündelik hayatta bireyler, modernleşme süreci ile birlikte risk almaya ve bazı belirsizlikler ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Riskler önceden öngörülemez olduğundan, belirsizlikler karşısında da önlem alınması olanaksızdır. Dolayısıyla modern toplumlarda risklerin farklılaşması risk toplumu kavramını gündeme getirmektedir. Risk toplumunda, bilgisizlik, toplumları teknolojinin gerisinde bırakacağından tehlikelidir.

Koronavirüs (Covid-19) pandemi süreci de bireyler üzerinde bir tehdit oluşturduğundan, hiç beklenmedik bir anda belirsizliğin ortaya çıkması, onların hayatını ciddi boyutta etkilemektedir. Bu süreçte belirsizliklere karşı alacakları her önlem bir risk oluşturabilir. Dolayısıyla Koronavirüs'ün ortaya çıkması bireyler arasındaki iletişimi de etkilediğinden toplum içindeki haber akışı da etkilenmektedir. Koronavirüs salgın hastalığının ilk kez Aralık 2019'da görülmesiyle, toplumda sağlık tehdidinin oluşması, iletişimi önemli ölçüde etkilemiş ve bazı riskler ortaya çıkmıştır. Hastalığın tüm dünyaya yayılmış olması, insanları bazı riskler karşısında önlemler almaya sevk etmiştir. Ancak bu alınan önlemler, salgın hastalık karşısında yeterli olmamakta, başka risklerin ortaya çıkmasını tetiklemektedir. Pandemi süreciyle birlikte teknolojinin bireyler tarafından sıklıkla kullanımı onların toplumunda yer almasına neden olmakta ve bilgi farklılığı ortaya çıkmaktadır. Ancak bu süreç ile birlikte toplumsal sınıf farklılıkları ortadan kalkmış, ekonomik açıdan yeni iş imkânları sağlanmıştır. Dolayısıyla tüm ülkeler Koronavirüs salgınına yönelik bir risk ortaklığı içerisine girmiş ve risk toplumu içerisinde yaşamlarını sürdürmeye başlamıştır.

Koronavirüs'ün sebep olduğu risk toplumu, dünya üzerinde kültürel, siyasal, ekonomik ve toplumsal açıdan değişim, dönüşüm yaratmaktadır. Modernleşme ile risk toplumunun ortaya çıkması, beraberinde teknolojinin kullanılmasında bazı riskleri de gündeme getirmektedir. Pandemi süreci her sektörün etkilediği gibi habercilik anlayışını, bilgi alışverişini de derinden etkilemektedir. Yeni iletişim platformlarının kullanılması yaygınlaşmış, özellikle sosyal medya kullanıcılarının sayıları bu dönemde artmıştır. Çünkü sosyal medya, online ortamda metin, fotoğraf, video, haber ve içerik paylaşımlarına olanak sağlamaktadır. Web 2.0'nin ortaya çıkmasıyla, interaktif, işbirlikçi etkileşimin ve bilgi paylaşımının önemi daha da belirginleşmiştir. Web 2.0 sayesinde kullanıcılar, etkileşim özelliğinin gerçekleştiği Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, LinkedIn gibi sosyal ağları, çift yönlü etkileşim ve geri bildirim özelliklerinden dolayı tercih etmişlerdir. Ayrıca zaman mekân sınırının olmaması, sosyal medya platformları aracılığıyla toplumları siyasal, kültürel, ekonomik konularda bilgi alışverişleri sayesinde paralel düzlemde bir araya

gelmelerini sağlamaktadır. Bu bağlamda bireyler ve hatta toplumlar arasında etkileşimli bilgi alışveriş trafiği oluşmaktadır.

Web 2.0'nın ortaya çıkması, yeni iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması geleneksel gazetecilik anlayışını da değiştirmektedir. Bu anlayışın değişmesi ile bireylerin anlık haber alma ihtiyacını karşılayan yeni nesil habercilik pratikleri ortaya çıkmıştır. Sosyal medya gazeteciliği de yeni nesil habercilik pratiklerinden biridir. Sosyal medya gazeteciliği, haberlerin kullanılan sosyal medya platformu içerisinde yayınlanması tekniği ile yapılan gazetecilik türüdür. Dünyada ve Türkiye'de birçok yerel, ulusal gazete ve haber ajansları sosyal medya gazeteciliği gerçekleştirmektedir. Koronavirüs pandemi sürecinde risk yönetimi noktasında gerçekleştirilen sosyal medya gazeteciliği de büyük önem taşımaktadır.

Bu çalışmada, Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde bireylerin sosyal medya platformları aracılığı ile gelişen haberler hakkında güncel gelişmeleri takip edip etmediklerini ölçmek, gazetelerin, haber ajanslarının ya da farklı meslek gruplarından profesyonel kişilerin yaptıkları paylaşımların sosyal medya gazeteciliği olup olmadığı hakkındaki düşüncelerini, bakış açılarını anlamak, pandemi dönemi ile ilgili sosyal medya platformları üzerinden gerçekleştirilen gazeteciliğin güvenilirliğine yönelik davranışları incelemek, yaşanan ya da duyulan önemli gelişmeleri sosyal medya platformları üzerinden duyurup duyurmadıklarını anlamak amaçlanmaktadır. Bu amaçla 205 kişiye gönüllülük esasına dayalı olarak online anket tekniği kullanılarak veriler elde edilmiştir. Çalışmanın bağımsız değişkenlerini araştırmaya katılan bireylerin cinsiyet, yaş, eğitim ve meslek gibi demografik özelliklerinin yanısıra bireylerin sosyal medya kullanım sıklıkları ve bireylerin kullandıkları sosyal medya platformları oluştururken, bağımlı değişkenleri, pandemi döneminde sosyal medyadaki haberleri takip etme sıklıkları, hangi sosyal medya platformlarını takip ettikleri, sosyal medyanın kamuoyunun bilinçlenmesinde önemli bir rolünün olup olmadığı, haberlere olan güven düzeyinde sosyal medyanın rolüdür.

2. GÜNÜMÜZÜN RİSK TOPLUMU KOŞULLARINDA KORONAVİRÜS (COVID-19) PANDEMİ SÜRECİ

Risk, günümüzde kişilerin içerisinde yaşadıkları endişe verici, tehdit eden durumları ifade etmek amacıyla kullandıkları bir kelimedir. Risk kavramının anlamından yola çıkarak risk toplumu kuramının genel hatlarını ortaya koyan Beck'e göre, insanlar yeniçağ döneminin çok daha öncesinde tıpkı Kolomb gibi yeni dünya ülkeleri ve kıtaları keşfetmek için yola çıktıkları zamanlarda çeşitli risklerin meydana gelebileceğini düşünmüşlerdir. Beck, tüm bu risklerin temel olarak kişiye özel riskler olduğunu ve dünyanın birçok farklı ülkesinde yaşayan insanları tehdit eden küresel riskler olmadığını, yalnızca cesaret ve macerayı içerisinde barındırdığını ifade etmiştir. Aynı zamanda Orta Çağ'da insanların karşılaştıkları risklerin duyular ile algılanabildiğini ama günümüzde teknoloji, sağlık vb. sektörlerde karşılaştığımız riskleri algılamının mümkün olmadığını belirtmiştir. Günümüzdeki tüm risklerin kaynağının sanayideki aşırı üretim ve buna bağlı olarak modernleşme olduğunu vurgulamıştır (Beck, 2019: 24-25). Bu noktada Beck'in modernleşmenin beraberinde getirdiği tehlikeleri risk olarak gördüğünü ve sanayi toplumunda yaşanan gelişmelerin "risk toplumu"na zemin hazırladığını söylemek mümkündür.

Beck'e göre risk toplumu; modernleşme dönemiyle beraber oluşan, klasik sanayi toplumunun dışındaki yeni biçimiyle sanayi toplumunun bir devamı olan, yeni bir toplumdur. Beck'in risk toplumu kuramı en genel anlamıyla; 21. yüzyıl toplumunun yapısını, kültürel, siyasal, ekonomik, toplumsal, teknolojik ve bilimsel farklılıklarını irdeleme amacı taşımaktadır. Aynı zamanda risk toplumu, sanayi toplumunun içinde yaşadığımız dönemdeki sağlığa, çevreye, kültüre, topluma, bilime yönelik etkilerini ve risk unsurlarını içermektedir (Çuhacı, 2007: 136). Ayrıca Beck, risklere yönelik olarak çeşitli tezler ortaya koymuş ve risk toplumunun nasıl oluştuğunu vurgulamıştır.

Risklerin çoğu zaman sistematik ve geri döndürülemez zararlara neden olduğunu belirten Beck, bu risklerin gözle görünmeden, nedensel yorumlamalarla ortaya çıkabileceğini ve bu nedenle bilgi ile var olabildiklerini belirtmiştir. Ayrıca, risklerin büyüklüğü ile beraber bazı toplumsal sınıfların daha fazla etkilendiğini ve çeşitli sınıfsal eşitsizliklerin ortaya çıkabileceğini de vurgulamıştır. Ancak modernleşme ile birlikte bu riskleri üreten ya da bu risklerden gelir elde eden insanların, risklerden etkileneceğini ve sınıf farklılıklarının ortadan kalktığını, kar sağlayan kişilere de bir bumerang etkisi ile döndüğünü belirtmiştir. Beck, bu noktada zenginlerin ve güçlülerin de koruma altında olmadığını, yeni uluslararası eşitsizliklere neden olduğunu ve risklerin sağlığı etkilemesinin yanında; meşruiyeti, mülkiyeti, karı da tehdit ettiğini ifade etmiştir. Aynı zamanda Beck, modernleşmenin getirdiği risklerin ekonomi ile yakından ilgilenen kişiler için büyük bir iş imkânı ve ihtiyaç olduğunu belirtmiştir (Beck, 2019: 27-28). "Beck'in risk



toplumu, sanayi toplumundaki denetim ve güvenlik mekanizmalarının yetersiz kalması sonucu risklerin meşrulaşıp yayılarak daha tehlikeli anlamlar kazandığı, sanayi toplumunun risk toplumu haline geldiği bir modernlik süreci anlamına gelmektedir” (Çuhacı, 2007: 138). Günümüz dünyasında da risklerin denetlenmemesi, kontrol altına alınmaması insanlığı potansiyel bir tehlikenin içine sürükleyebilmektedir.

Beck’in risklere yönelik olarak ele aldığı tezlerin önemli bir noktasını da bilgi ve bilinç kavramları oluşturmaktadır. Risk toplumunda, insanların ve toplumların bilgiden yoksun olması, bilimsel, teknolojik, endüstriyel ilerlemelere yönelik eleştiri yapmalarını ve ilerlemelerini zorlaştırmaktadır. Aynı zamanda sanayi toplumunun en temel sorunlarından biri olan fazla bilgi ve bilginin bilinçsiz bir şekilde kullanılması tüm dünya ülkelerini büyük tehlikelere sürüklemektedir. Beck, toplumların bilgiyi sorgulamamasını, eleştirmemesini bilinçsizlik olarak değerlendirmiştir. Bilinçsizliği modernleşmenin getirdiği bir sorun olarak ifade etmiştir (Soydemir, 2011: 173). Beck’e göre, risk toplumu aynı zamanda bir felaket toplumdur ve risk toplumunda tüm insanlığı ilgilendiren tehlikelerin, beklenmeyen durumların normalleştirilebilme tehlikesi de bulunmaktadır. Ayrıca Beck risk toplumunda meydana gelen tehlikelerin yalnızca bir ülkede, bölgede sınırlı kalmadığını, tüm dünyaya yayıldığını ve böylece tüm insanlığı ilgilendirdiğini ifade etmiştir (Beck, 2019: 29-31). Risk toplumu aynı zamanda dünya ülkelerini eşi benzeri görülmemiş bir risk ortaklığı içerisine de sokmaktadır (Beck, 2019: 68-69). Bu noktada Beck’in “risk toplumu” kuramı, günümüzde tüm dünya ülkelerinin, insanlığın hızla hayatına giren ve onları yakından ilgilendiren Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığı ile benzerlik göstermektedir.

Salgın hastalığının tüm dünya ülkelerine hızla yayılmasının ardından ülkeler birçok koruyucu önlem almıştır. Bu önlemlerin başında okulların tatil edilmesi, kültürel etkinliklerin iptal edilmesi ya da ertelenmesi, ibadet yerlerinin kapatılması, sokağa çıkma yasakları, seyahat kısıtlamaları gelmektedir. Beck’in risk toplumu kuramında ortaya koyduğu önemli noktalardan biri de, risklerin büyümesi ile birlikte bazı toplumsal sınıfların daha çok etkileneceği, toplumsal sınıf eşitsizliklerinin, uluslararası eşitsizliklerin ortaya çıkabileceğidir. Beck, ayrıca sınıf farklılıkları olmadan herkesin bu riskten etkileneceğini de belirtmektedir. Koronavirüs salgın hastalığı da toplumsal sınıf ayrımı yapmadan tüm insanlığı etkilemekte, bu hastalıktan kar elde eden herkes riske maruz kalmaktadır. Dolayısıyla söz konusu salgın hastalık, toplumsal sınıf farklılıklarını ortadan kaldırmaktadır. Ancak salgın hastalık için kullanılması gereken çeşitli ilaçlar ve malzemelere ulaşma noktasında uluslararası eşitsizlikler de yaşanmaktadır. Bu noktada da Beck’in ifade ettiği gibi Koronavirüs salgın hastalığı insan sağlığını etkilemesinin yanında ülkelerin meşruiyetini, mülkiyetini, karını da etkilemiştir. Ayrıca salgın, ekonomik anlamda büyük bir iş imkânı ve kazanç da sağlamıştır.

Son olarak, Beck’in risk toplumunu felaket toplumu olarak görmesi ve bu felaketlerin bir süre sonra insanlar, ülkeler için normal hale gelmesinin de Koronavirüs salgın hastalığında da yaşandığı söylenebilir. Risk toplumunda insanlar artık salgınla ilk karşılaştıkları güne göre medyanın ve çeşitli paylaşımların da etkisiyle bilgilendirilmiş oldukları için kısmen de olsa kamuoyunun gündeminde normalleştirilebilmektedir. Ancak yine de salgın hastalık riski devam etmekte ve riske yönelik tedbirlerin alınması bağlamında bilgilerin, tecrübelerin paylaşılması süreci devam etmektedir. Tüm bu değerlendirmelerin sonucunda, Beck’in risk toplumu tanımında ortaya koyduğu belirsizliklerin devam ettiği görülmektedir. Salgının yarattığı risk koşulları, sürekli sosyal medya ortamını kullanma ve bilgi paylaşım gereksinimini arttırmaktadır.

3. KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİNİN İŞLEVLERİ VE GAZETECİLİĞİN DÖNÜŞÜMÜ

Küreselleşmenin en önemli olumlu katkılarından bir tanesi iletişim-bilişim devrimi ile iletişimin dönüşümü, teknoloji alanında yaşanan büyük ilerleme ve internet kullanımının giderek yaygınlaşmasıdır. “Küreselleşme ile birlikte ülkeler arasındaki sınırlar ortadan kalkmakta, dolayısıyla zaman ve mekân kısıtı olmaksızın bilgi akışı sağlanabilmektedir. Bütün bu gelişmeler, iletişimin önemini, etkinliğini ve sürekliliğini arttırmakta, daha aktif ve karmaşık bir izleyici kitlesinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır” (Örs ve Tetik, 2010: 442).

İletişim-bilişim devriminin temel özellikleri arasında verilerin aktarılması için mikroişlemci ve uydu teknolojilerinin kullanılması, bilginin saklanması, depolanması, işlenmesi ve aktarılmasında dijital ortamlardan yararlanılması, iletişim araçlarının üretim ve kullanım maliyetlerinde büyük bir düşüş yaşanması yer almaktadır (Bayar, 2008: 29). Günümüzde dünya ülkelerini yakından ilgilendiren tüm

bilgilerin, haberlerin, teknolojiler sayesinde dijital ortamlar kullanılarak aktarılması gazetecilik mesleğinin de dijitalleşmesine neden olmuştur.

Çeşitli sosyal medya platformları, yeni medya ve gazetecilik mesleği açısından önemli olanaklar sağlamaktadır. İnternet gazeteciliği de bunlardan birisidir. “İnternet gazeteleri, geleneksel gazetenin haber toplama ve yazılı içeriğini oluşturma sürecinden yararlanan ancak basım işlemi yerine yazılı içeriğin internet aracılığıyla yayımlanması sürecine dayanan yayın organı olarak nitelendirilmektedir” (Gürcañ’dan Aktaran Aral, 2019: 156). İnternet gazeteciliği temel olarak internet üzerinde, yazılım dilinde sayfalar yazılmasına imkân sağlayan çoklu medya ortamının kullanılmasıyla ortaya çıkmıştır. İnternet gazeteciliği içerisinde geleneksel gazetelerin içeriklerinin birebir kopyalanması ile dijital dünyaya adım atmış, basılı gazetelerdeki haberlerin dışında haberlere de yer vermesi ve bu haberlerin başka platformlarda yayınlanması ile devam etmiştir (Aydoğan, 2013: 30). Dolayısıyla sanal ortamda haberlerin üretilmesi, dağıtılması geleneksel gazetecilik anlayışına göre farklılık göstermekte ve gazetecilik sektöründe bir dönüşüm yaşanmaktadır. Günümüzde herhangi bir basın kuruluşuna bağlı olmadan sadece internet üzerinden gazetecilik faaliyeti gösteren, dijital ortamda haber üreten birçok internet gazetesi bulunmaktadır.

İnternet gazeteciliğini geleneksel gazetecilik anlayışından ayıran önemli özellikler bulunmaktadır. Bu özelliklerden bir tanesi, sadece haberleri değil, fotoğraf ve videoları da içerisinde barındırmasıdır. Ayrıca geleneksel medyada tek yönlü bir iletişim sağlanmakta, bireyler sadece bilgiye erişmekteydi. Bu durum bireylerin iletişim sürecinde pasif durumda olmalarına neden olmuştur. İnternet gazeteciliği sayesinde bireyler bilgi alışverişi sürecinin önemli bir noktası olan geri bildirim sürecine dahil olmaktadır ve çift yönlü iletişim gerçekleştirilmektedir.

İnternetin 1990’lı yıllardan sonra kullanımının artmasıyla beraber 2000’li yılların ortalarından sonra “sosyal medya” adını verdiğimiz platformlar da oluşmaya başlamıştır. İnternetin ilk ortaya çıktığı dönemde yani Web 1.0 döneminde insanlar sadece bilgiye erişebilmişlerdir. Birbirleri arasında herhangi bir etkileşim kurma imkanları yoktu ve web siteleri tasarımsal olarak oldukça yetersizdi. Web 2.0 ise Web 1.0’ın aksine kullanıcılarına katılım ve geri bildirim alma imkânı vermekte ve aynı zamanda hayatımıza etkileşim özelliğinin gerçekleştiği Facebook, LinkedIn, Twitter gibi sosyal ağlar dahil olmuştur. Tüm gazeteler sosyal medya platformları üzerinden habercilik faaliyetlerini gerçekleştirmeye başlamışlardır. Haberlerin sosyal medya aracılığı ile paylaşılması, okuyuculara haberleri anlık öğrenme ve karşılıklı etkileşim imkanı sağlarken, yerel ve ulusal gazeteler, haber ajanslarına da okuyuculardan doğrudan geri bildirim alma imkanı sunmaktadır. Web 2.0 dönemi aynı zamanda gazetecilik mesleğinde artık hız kavramının ne kadar önemli olduğunu da ortaya koymuştur. Günümüz ise Web 3.0 dönemi olarak adlandırılmaktadır. Web 3.0 dönemi temel olarak, çevrimiçi çalışmakta ve dijital ortamdaki verilerin anlamsal olarak birbirleriyle ilişkili olma durumlarını içermektedir (Yengin, 2015: 49).

Yeni medya araçlarından olan sosyal medya platformları çift yönlü iletişimi sağlamaktadır. İrvan’a göre, internet gazeteciliğini geleneksel gazetecilikten ayıran önemli özelliklerden biri internet gazeteciliğinin daha hareketli olmasıdır. Haberler okuyucuya sunulmak istendiği gibi ulaştırılabilmektedir. Diğer önemli özelliği ise hipermetinselliklerdir. Bu sayede habere ilişkin bağlantılar yani linkler kolaylıkla okuyucuya iletilmektedir (İrvan: 2014). Günümüzde internet gazeteciliği artık sosyal medya platformları aracılığıyla sıklıkla gerçekleştirilmektedir. Bu durum “sosyal medya gazeteciliği” olarak adlandırılan yeni nesil habercilik pratiklerinden birisi olarak ortaya çıkmaktadır.

4. SOSYAL MEDYA PLATFORMLARININ GAZETECİLİĞE SAĞLADIĞI OLANAKLAR

Sosyal medya gazeteciliği temel olarak, okuyucuya haberlerin sosyal medya platformları aracılığı ile sunulmasıdır. Dünyada ve Türkiye’de birçok yerel, ulusal gazete ve haber ajansları sosyal medya gazeteciliği gerçekleştirmektedir. Sosyal medya gazeteciliğini diğer gazetecilik türlerinden ayıran önemli özellikler bulunmaktadır. Ünal’a (2020: 1018) göre, sosyal medya platformları küresel olarak iletişimin gerçekleştirilmesine olanak sağlamak ve enformasyonların metin, fotoğraf ve video türünde içeriklerle sosyal medya üzerinde anlık oluşturulabilmesine, içeriklerin paylaşılabilmesine, tartışılabilmesine, hashtag ve mention gibi özelliği sayesinde toplumsal konular hakkında gruplar oluşturabilmesine katkı sağlamaktadır. Ünal aynı zamanda sosyal medya platformlarının; bireylerin karşılıklı paylaşımlarda bulunmasına, paylaşımları sayesinde farklı hayat biçimlerini anlamaya imkan vermesine ve trend topic olarak gündemde olan konuların takip edilmesine katkı sağladığını ve bu noktada sosyal medya gazeteciliğinin diğer gazetecilik türlerinden ayrıldığını belirtmiştir.



Bireyler toplumsal, küresel gelişmeleri, söz konusu gelişmelere ilişkin fikirlerini, gündemde olan önemli olayları, gazetelerden, haber ajanslarından önce potansiyel birer gazeteci gibi fotoğraf ve videolar çekerek, canlı yayınlar gerçekleştirerek, yorumlayarak paylaşmaktadır. Halkın gerçekleştirdiği söz konusu habercilik anlayışı “yurttaş gazeteciliği” olarak adlandırılmaktadır (Tokgöz, 2012: 79). Bu bağlamda sosyal medya platformları özellikleri sayesinde bireylerin gazetecilik yapmasına imkân sağlamaktadır. Ancak sosyal medya aracılığı ile yapılan her haberciliğin de sosyal medya gazeteciliği olmadığını belirtmek gerekmektedir.

Sosyal medya gazeteciliğine Facebook’un “instantarticles.fb.com” isimli internet adresi örnek olarak verilebilir. Söz konusu sitenin habercilere sağladığı en önemli avantajlarından birisi takip edilebilir ve ölçülebilir haberler yapmalarına imkân sağlamaktadır. Ayrıca haberciler, kendi haberlerini takip eden kişileri görebilmektedir. Cinsiyet, yaş grupları gibi birçok özelliği analiz edebilecek araçları da bulundurmaktadır (Instantarticles.fb.com: 2020). Facebook bu noktada gazetecilerin, yerel, ulusal gazetelerin ve haber ajanslarının kendi kurumsal sayfalarını oluşturabilmelerine, bu sayfalar üzerinden canlı yayınlar yapabilmelerine ve gruplar aracılığıyla haberlerin aktarılabilmesine de olanak sağlamaktadır. Aynı zamanda Facebook 2019 yılında yalnızca Amerika Birleşik Devletleri’nde “Haberler” sekmesini yayına almıştır. Bu sekme ile Washington Post, Wall Street Journal, Business Insider ve Buzzfeed gibi 200 farklı yayıncının paylaştıkları içerikler kullanıcılara sunulmuştur. Kullanıcılar istedikleri habere bağlantılar aracılığı ile ulaşabilmektedirler (Journo.com.tr: 2019).

Twitter, Instagram ve YouTube sosyal medya gazeteciliği kapsamında yerel, ulusal gazetelerin, haber ajanslarının ve gazetecilik mesleğinde ya da farklı meslek gruplarından profesyonelleşmiş kişilerin sıklıkla kullandıkları platformlardır. Özellikle Twitter’da halkı yakından ilgilendiren toplumsal, küresel olaylarla ilgili paylaşılan tweetler birçok kişi tarafından yeniden ve yeniden paylaşılabilen (retweet edilmekte), dünya çapında gündem olabilmekte ve karşılıklı etkileşim sağlanabilmektedir. Instagram ise temel olarak görsele dayanan bir sosyal medya platformu olması nedeniyle haber kaynağı, hikaye bölümü ve canlı yayın kısmı üzerinden sosyal medya gazeteciliği gerçekleştirilmektedir. Instagram, gündeme ilişkin paylaşılan görsel üzerinden haber metinlerini halka iletebilmektedir. Ayrıca yerel, ulusal gazeteler ve haber ajansları resmi internet sitelerinin linkini de paylaşarak haberin detayları için okuyucuları resmi sitelerine de yönlendirebilmektedir. YouTube üzerinden ise video formatında hazırlanmış haberler sıklıkla yer almaktadır. YouTube’un gazetecilik faaliyetlerine katkı sağlayacak bir özelliği ise geleneksel medyada bulunan televizyon kanallarının yayın yapabilmesidir. Aynı zamanda YouTube gazetecilere bir kuruma bağlı olmayı gerektirmeden gazetecilerin mesleklerini yerine getirebilmeleri için uygun bir alan da sunmaktadır (Pınarbaşı ve Astam, 2020: 75). Profesyonel gazeteciler günümüzde Instagram ve Youtube üzerinden canlı yayınlar yaparak, Türkiye ve dünya gündemine ilişkin içerikler, yorumlar paylaşabilmekte ve canlı yayınlara konuklar olarak sosyal medya gazeteciliği gerçekleştirebilmektedir.

2019 yılının sonu ve 2020 yılının başından itibaren tüm dünyayı etkisi altına alan Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığı ile birlikte sosyal medya kullanımı giderek artmıştır. Anadolu Üniversitesi Sosyal Medya ve Dijital Güvenlik, Eğitim, Uygulama ve Araştırma Merkezi Bilim Kurulu tarafından yapılan araştırmada bireylerin bu dönemde sosyal medya kullanımlarının arttığı ve sosyal medya platformlarının salgın sebebiyle yeni güncellemeler paylaştıklarını belirtmiştir. Facebook bu süreçte “Koronavirüs (Covid-19) Bilgi Merkezi”, Twitter “Koronavirüs Kontrol Paneli” ve Instagram ise farkındalık oluşturmak amacıyla hikaye bölümünde kullanılan “Teşekkür saati, evde kal” etiketlerini kullanıma sunmuştur (Anadolu Ajansı: 2020). Bu noktada salgın hastalık döneminde sosyal medya kullanımının artmasına bağlı olarak risk yönetimi sürecinde sosyal medya gazeteciliğinin önemi de giderek artmıştır. İnsanlık tarihi içerisinde nadir karşılaşılan, yüzyılda bir olan Koronavirüs (Covid-19) gibi bir salgın hastalığın olduğu dönemde, bireyler geleneksel medyanın yanında Facebook, Twitter, Instagram ve YouTube gibi sosyal medya ortamları üzerinden yayın yapan yerel, ulusal gazeteler, haber ajansları tarafından sunulan haberlere anlık olarak ulaşmaktadırlar.

Sosyal medya platformları üzerinden gerçekleştirilen gazetecilik, özellikle Koronavirüs (Covid-19) gibi risk yönetimi gerektiren küresel salgın, kriz ve toplumlara yakından ilgilendiren konuda, çok hassas ve dikkatli bir şekilde gerçekleştirilmelidir. Llewellyn (2020), küresel salgın döneminde sürekli sosyal medya platformları üzerinden yeni fikir ve görüşler paylaşacak kişilerin yaptığı paylaşımların birer gazetecilik örneğine dönüştüğünü ifade etmiştir. Ayrıca sosyal medya platformlarında paylaşılan fikir ve görüşlerin uzman kişiler tarafından paylaşıp paylaşılmadığının anlaşılması oldukça önemlidir. Koronavirüs salgınının devam ettiği risk yönetimi sürecinde gerçekleştirilen sosyal medya gazeteciliğinde, hastalığın



dünya ve Türkiye'deki durumu, alınan tedbirler, uyulması gereken kurallara yönelik bilgiler anlık olarak bireylere ulaştırılarak, hastalığa ilişkin farkındalığın artırılması sağlanmıştır.

British Columbia Üniversitesi'nden Heidi Tworek, risk yönetim sürecinde yapılan sosyal medya gazeteciliğinde bireylere bilgi aktarımında, bilgilerin yoğun bir şekilde aktarımından ziyade kısa ve paylaşılabılır olmasının daha etkili olacağını ifade etmiştir. Ayrıca sosyal medya paylaşımlarında kullanılan görsellerin, videoların bireylere bilgileri hatırlatma noktasında yardımcı olacağını belirtmiştir. Örneğin, TikTok isimli video paylaşım sitesi üzerinden çocukların el yıkamasına ilişkin eğlenceli videolar kullanılmasının, paylaşılmasının etkili olabileceğini dile getirmiştir (Tworek'den Aktaran Llewellyn 2020: 1-2) Bu noktada Koronavirüs gibi risk yönetimi gerektiren zamanlarda yapılan sosyal medya gazeteciliği tüm insanların hayatını etkileme noktasında büyük önem taşımaktadır.

5. ARAŞTIRMANIN UYGULANMASI

5.1 Araştırmanın Amacı

Araştırmada, Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde risk toplumunda yer alan bireylerin sosyal medya platformları üzerinden Koronavirüs (Covid-19) hakkındaki güncel gelişmeleri takip edip etmediklerini ölçmek, gazetelerin, haber ajanslarının ya da farklı meslek gruplarından profesyonel kişilerin salgın hakkında yaptıkları paylaşımların sosyal medya gazeteciliği olup olmadığını, bakış açılarını anlamak, halkın salgın ile ilgili sosyal medya platformları üzerinden gerçekleştirilen gazeteciliğin güvenilirliğine yönelik davranışlarını öğrenmek, halkın çevrelerinde yaşanan ya da duydukları önemli gelişmeleri sosyal medya platformları üzerinden duyurup duyurmadıklarını öğrenmek amaçlanmaktadır.

5.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın çalışma evrenini, online ortamda aktif olan sosyal medya kullanıcıları oluştururken, örneklemini Mart–Nisan 2020 tarihlerinde söz konusu sosyal medya kullanıcılarından gönüllülük esaslı temel alınarak, basit rasgele örnekleme yöntemi ile online ankete cevap veren bireyler oluşturmaktadır. Gönüllülük esasına dayanan örnekleme yöntemi, temel de bireylere erişim kolaylığına dayanmaktadır. Katılımcılar gönüllülük istekleri temelinde araştırmaya dahil olmuşlardır.

5.3. Araştırmanın Yöntemi ve Tekniği

Çalışma alan araştırması olup, veriler, basit rasgele örnekleme yöntemi ile bireylerden gönüllülük esasına göre online anket tekniği kullanılarak elde edilmiştir. Online anket tekniği, araştırmacı açısından zaman, maliyet, hız, emek açısından daha verimli olmaktadır. Zanutto'ya göre, online anketlerinin, hızlı cevaplanma oranına sahip olması, katılımcılara hatırlatıcılar göndermesi, cevapların veri tabanına indirilebilmesi sayesinde veri işlemenin daha kolay yapılması gibi birçok özellikleri vardır (Zanutto'dan Aktaran Karakoyun ve Kavak, 2008: 130-131). Online anketin tercih edilmesinin bir diğer sebebi, Koronavirüs salgını sebebiyle pandemi döneminde yüzyüze görüşmelerin kısıtlanmasıdır. Ayrıca pandemi döneminde bireylerin mecburi yapılan kısıtlamalar nedeniyle sosyal medya kullanım eğilimleri artmıştır. Bu durum çalışmanın online ortamda yapılmasının diğer bir nedenidir. Online anket formu, sosyal medya gazeteciliği literatür taraması yapıldıktan sonra oluşturulmuştur. Verilerin analizine geçmeden önce verilerin dağılımlarının normal dağılıma uymadığı tespit edilmiş bu bağlamda parametrik olmayan testlerden Kikare, Mann Whitney-U, Kruskal Wallis testleri uygulanmıştır. Veriler %5 anlamlılık düzeyinde SPSS 25.0 programı kullanılarak değerlendirilmiş ve yorumlanmıştır.

5.4. Araştırmanın Sorunsalı

Risk toplumunda teknolojilerin hızla yaygınlaşması ve bireylerin bu konuda yeterli bilince sahip olmaması, onların bu süreci nasıl yöneteceğini belirsiz hale getirmektedir. Bu bağlamda Koronavirüs (Covid-19) sürecinde bireylerin güncel gelişmeleri takip etmeleri gerekmektedir. Hem söz konusu süreç hakkında profesyonel bilgiler almak hem de gelişmeleri takip etmek amacıyla zamandan ve mekândan bağımsız, etkileşim özelliği olan online platformların özellikle sosyal medya ortamlarının kullanılması önem arz etmektedir. Sosyal medya kullanımının artması gazetecilik anlayışının da değişmesine neden olduğundan bu süreçte yapılan haberlerin niteliği, bireylerin bu haberlere bakış açıları, güven duyup duymadıkları, sunulan haberlerin sosyal medya gazeteciliği olup olmadığının vurgulanması açısından yapılan çalışma bu süreçte önem arz etmektedir.

5.5. Araştırmanın Sınırlılığı

Araştırma Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinin Türkiye’de ilk ortaya çıktığı dönem olan Mart-Nisan ayları içerisinde online anket tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla araştırmaya katılım gönüllülük esasına dayanmaktadır ve bu durum araştırmanın sınırlılığını oluşturmaktadır. Bu bağlamda çalışmada elde edilen sonuçlar, sosyal medyanın ve sosyal medya gazeteciliğinin risk yönetimindeki işlevlerini betimlemektedir.

5.6. Araştırmanın Değişkenleri

Bağımsız Değişkenler: Bireylerin demografik özellikleri (cinsiyet, yaş, eğitim, meslek), bireylerin sosyal medya kullanım sıklıkları ve bireylerin kullandıkları sosyal medya platformlarıdır.

Bağımlı Değişkenler: Bireylerin sosyal medya platformlarındaki haber takipleri, sosyal medya platformlarında yer alan haberlere güven düzeyleri, haber paylaşım sıklıkları, kamuoyunun bilgilendirme düzeyleri, Koronavirüs (Covid-19) hakkındaki bilgi paylaşım amaçlarıdır.

5.7. Araştırmanın Hipotezleri

H₁: Bireylerin demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş, eğitim, meslek) göre Koronavirüs (Covid-19) hakkında sosyal medyada yer alan haberleri takip etme sıklıkları değişmektedir.

H₂: Bireylerin demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş, eğitim, meslek) göre Koronavirüs (Covid-19) hakkında sosyal medya gazeteciliği yapan yerel, ulusal gazeteleri, haber ajanslarını takip etme sıklıkları değişmektedir.

H₃: Bireylerin sosyal medya kullanım sıklıklarına göre Koronavirüs (Covid-19) hakkında güncel gelişmeleri farklı sosyal medya platformları üzerinden takip etme sıklıkları değişmektedir.

H₄: Bireylerin sosyal medya kullanım sıklıkları, Koronavirüs (Covid-19) ile ilgili yapılan haberlere yönelik bakış açısını olumlu yönde değiştirmektedir.

H₅: Bireylerin sosyal medya kullanım sıklıkları, sosyal medya gazeteciliği yapan yerel, ulusal gazetelere ve haber ajanslarına güvenmelerini desteklemektedir.

H₆: Bireylerin sosyal medya kullanım sıklıkları, Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığı hakkında yerel, ulusal gazetelerin, haber ajanslarının ya da farklı meslek gruplarından profesyonel kişilerin yaptıkları paylaşımların sosyal medya gazeteciliği olduğunu düşünmelerine katkı sağlamaktadır.

H₇: Bireylerin sosyal medya kullanım sıklıkları, Koronavirüs (Covid-19) salgını ile ilgili farklı sosyal medya ortamlarında haber paylaşımlarını etkilemektedir.

H₈: Bireylerin sosyal medya kullanım sıklıkları, onların Koronavirüs (Covid-19) salgını hakkında gazeteci olmayan kişilerin (yurttaşların) çevrelerinde yaşanan ya da duydukları önemli gelişmeleri sosyal medya platformları üzerinden paylaşımlarının sosyal medya gazeteciliği olduğunu düşünmelerini etkilemektedir.

H₉: Bireylerin kullandıkları sosyal medya platformları, Koronavirüs (Covid-19) hakkında bilgilendirilmesinde önemli bir role sahiptir.

H₁₀: Bireylerin kullandıkları sosyal medya platformları onların Koronavirüs (Covid-19) haberlerine olan güvenlerini etkilemektedir.

H₁₁: Bireylerin kullandıkları sosyal medya platformları, Koronavirüs (Covid-19) ile ilgili paylaşılan haberlerin toplum farkındalığının artmasında etkili olmaktadır.

5.8. Araştırmanın Bulguları

Risk toplumunda Koronavirüs pandemi sürecinde sosyal medya gazeteciliği bağlamında sosyal medya kullanım pratikleri üzerine yapılan çalışmada, gönüllülük esasına göre online ankete katılan bireylerin %29.8’i erkek, %70.2’si kadındır. Yaşlarının dağılımları incelendiğinde, %50.2’si “18-24”, %30.7’si “25-34”, %7.8’i “45-54”, %6.3’ü “35-44”, %3.9’u “55-64” ve %1.0’ı 65 yaş ve üzeri olduğu gözlenmektedir. Eğitimleri değerlendirildiğinde, araştırmaya katılanların %84.4 önlisans/lisans ve lisansüstü düzeyde eğitime sahipken, %13.2’si lise veya dengi okul, %1.5’i ortaokul ve %1.0’ı ilkokul düzeyinde eğitime sahip olduğu görülmektedir. Çalışmaya katılanların meslek durumları ele alındığında, %48.3’ü öğrenci, %22.4’ü özel sektör’de çalışmakta, %7.8’i emekli, %6.8’i kamu’da çalışmakta, % 4.4’ü ev hanımı, %3.9’u işsiz,



%2.9'u serbest meslek yapmakta, %2.0'ı çalışmıyor ve %1.5'i geçici işlerde çalışmaktadır. Online ankette mekan kısıtı olmadığından anketi cevaplayanların bölgeleri değerlendirildiğinde, %59.5'inin Ege Bölgesi'nde, %18.0'ının Marmara Bölgesi'nde, %12.7'sinin İç Anadolu Bölgesi'nde, %3.4'ünün Karadeniz Bölgesi'nde, %2.4'ünün Akdeniz Bölgesi'nde, %2.4'ünün Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde ve %1.5'inin ise Doğu Anadolu Bölgesi'nde yaşadıkları ortaya çıkmaktadır. Bireylerin gündelik sosyal medya kullanımlarına bakıldığında, katılan kişilerin %48.3'ü günde "1-3 saat" arasında sosyal medyayı kullanırken, %34.6'sı günde "4-6 saat" kullanmakta, %12.7'si günde sosyal medyayı "7 saat ve üzerinde" kullanmakta, %4.4'ü ise sosyal medyayı günde "1 saatten az" kullanmaktadır. Sosyal medya kullanan kişilerin kullanım yıllarının dağılımına bakıldığında, online ankete katılan kişilerin %34.6'sı sosyal medyayı 9 seneden fazla kullanırken, %31.7'si "7-9 sene" arasında, %26.3'ü "4-6 sene" arasında, %6.3'ü "1-3 sene" arasında ve %1.0'ı 1 seneden az kullandığı görülmektedir.

Katılımcıların sosyal medyayı kullanım amaçları sorulduğunda, %58.5'i sosyal medyayı güncel haberler ve olaylardan haberdar olmak amacıyla kullanırken, %13.2'si eğlence için, %11.2'si yakın çevrenin ne yaptığından haberdar olmak için, %9.8'i başkaları ile iletişim halinde olmak için, %6.8'i tüm bu seçeneklerin dışındaki amaçlar için (diğer), %0.5'i ise yeni insanlarla tanışmak için kullandıklarını ifade etmektedirler. Katılımcıların sosyal medya platformlarını aktif kullanma durumları değerlendirildiğinde, %89.3'ü Koronavirüs (Covid-19) salgını hakkındaki gelişmeleri öğrenmek amacıyla sosyal medya platformlarını (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube vb.) aktif olarak kullanırken, %10.7'si bu platformları aktif olarak kullanmamaktadır. Araştırmaya katılan bireylere kullandıkları sosyal medya platformları sorulduğunda, %53.7'si Koronavirüs (Covid-19) gibi küresel olan durumlarda insanlar arasındaki etkileşimin en yaygın olduğunu düşündükleri ve en çok kullanılan sosyal medya platformu olarak Twitter'ı seçerken, %22.4'ü Instagram, %11.7'si Facebook, %7.3'ü Whatsapp, %3.4'ü Diğer, %1.0'ı Youtube ve %0.5'i ise Bloglar'ı tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Pandemi sürecinde araştırmaya katılan kişilerin %62.4'ü Koronavirüs (Covid-19) salgını ile ilgili gelişmeleri öğrenmek amacıyla sosyal medya platformlarını sıklıkla takip ederken, %32.7'si bazen takip etmekte, %4.9'u ise çok nadir bir şekilde takip etmektedir. Bu durum Koronavirüs döneminde bireylerin sosyal medya kullanımlarının ve amaçlarının değiştiğini göstermektedir. Katılımcılara bu dönemde sosyal medya aracılığı ile gelişmeleri takip edip etmedikleri sorulduğunda ise, kişilerin %83.4'ü Koronavirüs (Covid-19) salgını ile ilgili gelişmeleri yerel, ulusal gazetelerin, haber ajanslarının sosyal medya platformlarından takip ettiklerini ifade ederken, %16.6'sı takip etmediklerini dile getirmişlerdir.

Koronavirüs salgınında sosyal medya platformlarına duyulan güven düzeyi değerlendirildiğinde, araştırmaya katılan kişilerin %73.2'si kullandıkları sosyal medya platformlarının Koronavirüs (Covid-19) salgını ile ilgili olan haberlere güveni etkilediğini belirtirken, %26.8'i güveni etkilemediğini ifade etmiştir. Bu durum sosyal medyada yer alan haberlerin kişilerin güvenlerini etkilese de sosyal medyayı bu amaçla takip ettiklerini göstermektedir. Ayrıca sosyal medya gazeteciliği yapan gazeteler ve haber ajanslarına duyulan güven düzeyi araştırıldığında, katılımcıların %58.5'i Koronavirüs (Covid-19) ile ilgili sosyal medya platformlarında sosyal medya gazeteciliği yapan yerel, ulusal gazetelere ve haber ajanslarının paylaşımlarına güvendiklerini belirtirken, %41.5 ise güvenmediklerini dile getirmişlerdir. Dolayısıyla bu durum katılımcıların gazete ve haber ajanları tarafından sosyal medya platformlarında yapılan haberlere güven düzeyinin düşük olduğu dikkat çekmektedir.

Salgın hakkında yapılan paylaşımların sosyal medya gazeteciliği olup/olmama durumu değerlendirildiğinde, araştırmaya katılan kişilerin ayrıca %81.0'ı Koronavirüs (Covid-19) salgını hastalığı hakkında yerel, ulusal gazetelerin, haber ajanslarının ya da farklı meslek gruplarından profesyonel kişilerin yaptıkları paylaşımların sosyal medya gazeteciliği olduğunu düşündüklerini ifade etmişlerdir. Salgın hakkında yapılan paylaşımların sosyal medya gazeteciliği olup/olmama durumu incelendiğinde, online ankete katılan kişilerin %52.2'si Koronavirüs (Covid-19) salgını ile ilgili çevrelerinde yaşanan, duydukları önemli gelişmeleri sosyal medya platformları üzerinden paylaştıklarını belirtmişlerdir. Paylaşım yapanlara hangi sosyal medya platformunu kullandıkları sorulduğunda ise, %33.2'si Koronavirüs (Covid-19) salgını ile ilgili çevrelerinde yaşanan, duydukları önemli gelişmeleri Twitter üzerinden paylaştıklarını dile getirirken, %24.9'u Whatsapp'dan, %16.6'sı Instagram'den, %10.2'si Facebook'tan, %7.3'ü diğer sosyal medya platformlarından paylaşırken, %0.5'i ise Youtube üzerinden paylaşmaktadır.

Online ankete katılan kişilerin %48.3'ü Koronavirüs (Covid-19) salgını hakkında çevrelerinde yaşanan, duydukları önemli gelişmeleri sosyal medya platformları üzerinden çok nadir paylaştıklarını, %37.1'i bazen ve %14.6'sı ise sıklıkla paylaştıklarını belirtmiştir. Araştırmaya katılan kişilerin %55,1'i



Koronavirüs (Covid-19) salgını hakkında çevrelerinde yaşanan, duydukları önemli gelişmeleri sosyal medya platformları üzerinden paylaşmanın sosyal medya gazeteciliği olduğunu düşünmektedir.

Online ankete katılan kişilere ayrıca sosyal medya platformları üzerinden Koronavirüs (Covid-19) ile ilgili yapılan haberlerin online ortamdaki haberlere yönelik bakış açılarını etkileyip etkilemediği de sorulduğunda, %76.1'i bakış açılarını etkilediğini ifade etmektedir. Aynı zamanda online ankete katılan kişilerin %59.0'ı sosyal medya platformları üzerinden Koronavirüs (Covid-19) ile ilgili yapılan haberlerin online ortamdaki haberlere yönelik bakış açılarını olumlu yönden etkilediğini vurgulamaktadır. Araştırmaya katılan katılımcıların %85.9'u sosyal medya platformlarında yayınlanan haberlerin Koronavirüs (Covid-19) salgını hakkında kendilerini bilgilendirmede önemli bir rol oynadığını dile getirmektedir. Ayrıca sosyal medya platformlarının Koronavirüs haberlerini paylaşmada farkındalık yaratma durumu değerlendirildiğinde, %85.9'u sosyal medya platformlarının Koronavirüs (Covid-19) ile ilgili haberleri paylaşmada farkındalık yarattığını düşünmektedir. Online ankete katılan katılımcıların %50.2'si sosyal medya platformlarını Koronavirüs (Covid-19) ile ilgili haberleri paylaşmada farkındalık yaratmak için aktif olarak kullanmadığını belirtmişlerdir.

5.9. Sosyal Medya Gazeteciliği Bağlamında Sosyal Medya Kullanım Pratiklerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan katılımcıların cinsiyetleri ile sosyal medya platformlarını kullanım amaçları($p=0.008$), aktif kullanımları($p=0.028$) arasında %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur. Erkeklerin sosyal medya platformlarını kullanım pratiklerinin ve aktif kullanım durumlarının kadınlara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, risk toplumu olarak da adlandırabilecek Koronavirüs pandemi sürecinde erkeklerin kadınlara göre sosyal medya platformlarını daha çok kullandıkları ortaya çıkmaktadır (Tablo 1).

Araştırmaya katılan katılımcıların cinsiyetleri ile Koronavirüs (Covid-19) salgını ile ilgili gelişmeleri öğrenmek amacıyla sosyal medya platformlarını takip etme sıklıkları arasında %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur ($p=0.002$). Bu bağlamda erkeklerin Koronavirüs (Covid-19) salgını ile ilgili gelişmeleri öğrenmek amacıyla sosyal medya platformlarını kadınlara göre daha fazla takip ettikleri görülmektedir. Katılımcıların cinsiyetleri ile sosyal medya kullanımlarına ilişkin kullanım ve takip etme arasında bir ilişki söz konusu iken, yaşları, eğitim durumları, meslekleri ve yaşadıkları bölgeler ile Koronavirüs (Covid-19) salgını ile ilgili gelişmeleri öğrenmek amacıyla sosyal medya platformlarını takip etme sıklıkları arasında anlamlı bir ilişki olmadığı da görülmektedir. Dolayısıyla söz konusu değişkenler, katılımcıların Koronavirüs salgını hakkındaki gelişmeleri öğrenmek amacıyla sosyal medya platformlarını takip etme sıklıklarını değiştirmediği ortaya çıkmaktadır (Tablo 1).

Katılımcıların cinsiyetleri ile Koronavirüs (Covid-19) salgını hakkında çevrelerinde yaşanan ya da duydukları önemli gelişmeleri sosyal medya platformları üzerinden paylaşım durumları arasında anlamlı bir ilişki söz konusudur ($p=0.000$). Kadınların erkeklere göre risk toplumu diyebileceğimiz Koronavirüs pandemi sürecinde salgın ile ilgili önemli gelişmeleri sosyal medya platformları üzerinden daha fazla paylaştığını vurgulamak gerekmektedir. Online ankete katılan kişilerin cinsiyetleri ile Koronavirüs (Covid-19) salgını hakkında çevrelerinde yaşanan ya da duydukları önemli gelişmeleri sosyal medya platformları üzerinden paylaşım sıklıkları arasında anlamlı bir ilişki söz konusudur ($p=0.000$). Bu bağlamda erkeklerin Koronavirüs salgını hakkında çevrelerinde yaşanan ya da duydukları önemli gelişmeleri sosyal medya platformları üzerinden paylaşım sıklıklarının da kadınlara göre daha fazla olduğunu belirtmek mümkündür (Tablo 1).

Tablo 1: Cinsiyete Göre Sosyal Medya Kullanım Pratikleri

	Sosyal Medya Platformlarını Kullanım Amaçları	Sosyal Medya Platformlarını Aktif Kullanım Durumu	Sosyal Medya Platformlarında Koronavirüs Hakkındaki Haberleri Takip Etme Sıklıkları	Sosyal Medya Platformlarında Koronavirüs Hakkındaki Haberleri Paylaşım Durumu	Sosyal Medya Platformlarında Koronavirüs Hakkındaki Haberleri Paylaşım Sıklıkları
Mann-Whitney U	3478	3935,500	3361	2871	3055
Wilcoxon W	13918	14375,500	13801	13311	13495
Z	-2,641	-2,193	-3.070	-4,527	-3.523
Asymp. Sig.(p) (2-tailed)	0,008	0,028	0,002	0,000	0,000



Araştırmaya katılan katılımcıların yaşları ile sosyal medya platformlarını kullanım süreleri arasında % 5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki ortaya çıkmaktadır ($p=0.005$). 65 yaş ve üzeri kişilerin sosyal medya platformlarını diğer katılımcılara göre daha uzun süredir kullandıkları ortaya çıkmaktadır. Akabinde “55-64”, “25-34”, “35-44”, “45-54” ve “18-24” yaş grubundaki katılımcılar gelmektedir. Katılımcıların yaşları ile farkındalık yaratmak için Koronavirüs (Covid-19) ile ilgili haberlerini paylaşmada aktif olarak kullanma durumları arasında da anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($p=0.046$). “35-44” yaş grubundaki katılımcılar konu ile ilgili haberleri paylaşmada sosyal medya platformlarını aktif olarak kullanmaktadırlar (Tablo 2).

Tablo 2: Yaşa Göre Sosyal Medya Kullanım Pratikleri

	Sosyal Medya Platformlarını Kullanma Zamanları	Sosyal Medya Platformlarını Koronavirüs Hakkında Farkındalık Yaratmak İçin Aktif Olarak Kullanma Durumu
Kruskal-Wallis H	16,589	11,274
df	5	5
Asymp.Sig.	0,005	0,046

Araştırmaya katılan katılımcıların eğitim durumları ile Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığı hakkında yerel, ulusal gazetelerin, haber ajanslarının ya da farklı meslek gruplarından profesyonel kişilerin yaptıkları paylaşımların sosyal medya gazeteciliği olduğunu düşünüp/düşünmemeleri arasında anlamlı bir ilişki söz konusudur ($p=0.024$) (Tablo 3). Özellikle önlisans/ lisans mezunlarının Covid-19 salgın hastalığı ile ilgili paylaşımları sosyal medya gazeteciliği olduğunu düşündükleri ortaya çıkmaktadır. Bunu lise mezunlarının düşünceleri izlemektedir. Bu durumda eğitim düzeyi, bilinç, farkındalık arttıkça teknoloji artacağından ve haber akışının sağlanması konusunda sosyal medyanın rolünün daha etkili olduğu gözlemlendiğinden, paylaşılan haberlerinde sosyal medya gazeteciliği olduğu düşüncesi giderek artmaktadır.

Tablo 3: Eğitim Durumuna Göre Koronavirüs Hakkında Yerel, Ulusal Gazetelerin, Haber Ajanslarının ve Profesyonellerin Yaptıkları Paylaşımların Sosyal Medya Gazeteciliği Olduğunu Düşünüp/Düşünmeme Ortalaması

	Koronavirüs Salgını Hakkında Paylaşım Yapanların Sosyal Medya Gazeteciliği Yapıp Yapmama Durumu
Kruskal-Wallis H	9,482
df	3
Asymp. Sig.	0,024

Araştırmaya katılan kişilerin meslekleri ile sosyal medya platformlarını günde kaç saat kullandıkları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($p=0.012$) (Tablo 4). Bu noktada Koronavirüs pandemi sürecinde serbest meslekle uğraşan kişilerin, diğer meslek grubundaki katılımcılara göre daha fazla sosyal medyaya zaman ayırdıkları ortaya çıkmaktadır. Bu durumda pandemi döneminde bireylerin daha müsait olmaları, sokağa çıkma kısıtlamalarının olması bireylerin gündemi takip etmek için daha fazla sosyal medyayı kullandıklarını göstermektedir.

Araştırmaya katılan kişilerin meslekleri ile Koronavirüs (Covid-19) salgını ile ilgili gelişmeleri yerel, ulusal gazetelerin, haber ajanslarının sosyal medya platformlarından takip etme/etmeme durumları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($p=0.034$) (Tablo 4). Burada da geçici işlerde çalışan katılımcılar pandemi döneminde iş bulma sıkıntısı yaşadıklarından veya çalıştıkları işlerinde pandemi nedeniyle kapalı olmasından dolayı gündemi, takip etmek için gazetelerin ve haber ajanslarının anlık yayınlanan sosyal medya haberlerini takip etmeyi tercih ettikleri görülmektedir. Bireylerin teknoloji kullanımına bağlı olarak, sosyal medya platformlarını takip etmeleri önemli olduğundan haber almada sosyal medya platformlarını en az kullanan katılımcıların ise ev hanımlarının olduğu ortaya çıkmaktadır.

Araştırmaya katılan katılımcıların meslekleri ile Koronavirüs (Covid-19) salgını hakkında çevrelerinde yaşanan ya da duydukları önemli gelişmeleri sosyal medya platformları üzerinden paylaşma sıklıkları arasında da anlamlı bir ilişki söz konusudur ($p=0.042$) (Tablo 4). Burada araştırmaya katılan işsiz bireylerin, ev hanımlarının ve öğrencilerin Covid-salgını ile duydukları haberleri sıklıkla paylaştıkları dikkat çekmektedir. Kamu ve özel sektörde çalışanların sosyal medya platformlarından haber paylaşımlarının çok nadir olduğu gözlenmektedir. Bu durum bireylerin zamanlarının ne kadarını sosyal medyaya ayırabildiği ile ilişkilidir. Çünkü bireyler özellikle pandemi sürecinde sosyal medyalarını aktif kullanmıştır. Özellikle zaman ile sosyal medya kullanım sıklığı arasındaki ilişki de de bu durum ortaya çıkmaktadır. Risk toplumunda bireyler salgın ile gelecek riskleri anlık olarak öğrenmek istemekte ve çevresi paylaşımları onların haber edinmelerinde sosyal medya platformlarını kullanmalarına neden olmaktadır.

Tablo 4: Mesleğe Göre Sosyal Medya Kullanım Pratikleri

	Sosyal Medya Platformlarını Günlük Kullanım Durumları	Koronavirüs Hakkındaki Gelişmeleri Yerel, Ulusal Gazetelerin, Haber Ajanslarının Sosyal Medya Platformlarında Takip Etme Durumu	Koronavirüs Hakkındaki Gelişmeleri Sosyal Medya Platformlarından Paylaşma Sıklıkları
Kruskal-Wallis H	19,598	16,670	16,003
df	8	8	8
Asymp. Sig.	0,012	0,034	0,042

Araştırmaya katılan katılımcıların yaşadıkları bölgeler ile sosyal medya platformları üzerinden Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığı ile ilgili yapılan haberlerin online ortamdaki haberlere yönelik bakışını etkileyip/etkilememesi arasında anlamlı bir ilişki söz konusudur ($p=0.018$) (Tablo 5). Bölgelere göre değerlendirme yapıldığında, sosyal medya platformlarında yapılan haberler katılımcıların yaşadıkları bölgelere göre farklılık göstermektedir. Sırası ile Akdeniz, Doğu Anadolu, Marmara, Karadeniz, Güneydoğu, Ege ve İç Anadolu bölgelerinde sosyal medya platformlarındaki haberler bireyler üzerinde etkilidir. Ege ve İç Anadolu'da yaşayan bireyler olumlu etkilediğini dile getirirken, diğer bölgeler olumsuz olarak etkilediklerini ifade etmektedirler. Dolayısı ile sosyal medya platformlarında pandemi sürecinde Covid-19 ile ilgili haberlerin bireyleri hem olumlu hem de olumsuz etkilediğinden, sosyal medya gazeteciliğinin de çok dikkatli bir şekilde gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

Araştırmaya katılan kişilerin yaşadıkları bölgeler ile sosyal medya platformlarının Koronavirüs (Covid-19) ile ilgili haberleri paylaşmada farkındalık yaratıp/yaratmaması arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($p=0.013$) (Tablo 5). Özellikle Akdeniz, Marmara ve Karadeniz bölgelerinde yaşayan bireyler açısından online ortamda yapılan sosyal medya gazeteciliği ile Covid-19 ile ilgili haberlerin paylaşılması farkındalık yaratmaktadır. Bu nedenle söz konusu bölgelerde yapılacak çalışmaların, bireylerin farkındalığı açısından önemli olduğundan sosyal medya gazeteciliği kapsamında da paylaşılacak haberler daha bilgilendirici ve hastalık ile ilgili önlem alınması konusunda farkındalık yaratacak şekilde düzenlenmelidir.

Online ankete katılan kişilerin yaşadıkları bölgeler ile Koronavirüs (Covid-19) salgını hakkında çevrelerinde yaşanan ya da duydukları önemli gelişmeleri sosyal medya platformları üzerinden paylaşmanın sosyal medya gazeteciliği olduğunu düşünmeleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($p=0.060$) (Tablo 5). Özellikle Güneydoğu, Doğu Anadolu ve Akdeniz bölgelerinde yaşayan bireyler sosyal medya platformları üzerinden konu ile ilgili yapılan paylaşımları sosyal medya gazeteciliği olarak düşünmektedirler.

Tablo 5: Bölgelere Göre Sosyal Medya Kullanım Pratikleri

	Sosyal Medya Platformlarında Koronavirüs'e Yönelik Yapılan Haberlerle İlgili Bakış Açıları	Sosyal Medya Platformlarında Koronavirüs'e Yönelik Haberleri Paylaşmanın Farkındalık Durumu	Koronavirüs Salgını Hakkında Sosyal Medya Platformlarından Paylaşım Yapmanın Sosyal Medya Gazeteciliği Olup/Olmama Durumu
Kruskal-Wallis H	15,376	16,084	12,101
df	6	6	6
Asymp. Sig.	0,018	0,013	0,060

Araştırmada temel olarak; bireylerin sosyal medya platformları aracılığıyla Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığı hakkındaki güncel gelişmeleri takip ettikleri görülmektedir ($p=0.008$). Çünkü online platformlar özellikle sosyal medya ortamları risk toplumunda yaşayan bireylerin kendilerini bağımsız olarak ifade ettikleri platformlardır. Ancak yeni gelişmeler, modernleşme yeni riskleri de beraberinde getirmektedir. Katılımcıların konu ile ilgili doğru haberler açısından bilgilendikleri gibi, birçok doğru olmayan farklı haberlerin takibini de gündeme getirmektedir. Aynı zamanda katılımcıların Koronavirüs pandemi sürecinde salgına yönelik olarak sosyal medya gazeteciliği yapan yerel, ulusal gazeteleri ve haber ajanslarını takip ettiklerini belirtmek mümkündür ($p=0.780$). Risk toplumunda haberlerin doğru ve anlık olarak alınması da önem arz eden bir konudur. Haberin kaynağı, değeri, kimin tarafından sunulduğu önemli olduğundan bireyler özellikle gazetelerin ve haber ajanlarının sosyal medya platformlarını da takip etmektedir. Sosyal medya ortamlarının sıklıkla kullanılması ve beraberinde haber akışının anlık yapılabilmesi ve sosyal medya gazeteciliğinin gündeme gelmesi, bireylerin söz konusu ortama eğilimlerine neden olmaktadır. Risk toplumu içerisinde yer aldığımız Koronavirüs pandemi sürecinde sosyal medya platformları üzerinden salgına yönelik olarak yapılan haberler kamuoyunun online ortamdaki haberlere yönelik bakış açılarını olumlu yönde etkilediği görülmüştür ($p=0.004$). Bu dönemde yapılan araştırmalar, gelişmeler öyle hızlı takip edilmekteydi ki bireyler anlık haber takibi yapmakta adeta sabırsızlanıyorlardı. Dolayısıyla

Koronavirüs pandemi sürecinde haberin zamandan ve mekândan bağımsız sunulması, toplumun online haberlere bakışını olumlu yönde etkilemiştir. Araştırma kapsamında önemli noktalardan biri de sosyal medyayı aktif kullanan bireylerin, sosyal medya platformları aracılığıyla risk yönetimi sürecinde sosyal medya gazeteciliği yapan yerel, ulusal gazetelere ve haber ajanslarına da güvendiklerinin görülmesidir ($p=0.002$). Risk toplumunda sunulan haberler bireylerin gazeteler ve haber ajanslarına güvenlerini artırması, kurumların haberlerinin bireylerin isteklerine cevap vermesi ve onları habersiz bırakmamasından da kaynaklanmaktadır. Çünkü bu dönemde bireyler gelen her olumlu habere inanmak istemekte, olumsuz haberleri de önlem alma noktasında kaydetmektedirler. Bu bağlamda risk toplumunda ortaya çıkan Koronavirüs döneminde yapılan sosyal medya gazeteciliği de önem kazanmaktadır. Sosyal medya gazeteciliği yapan yerel, ulusal gazetelerin ve haber ajanslarının Koronavirüs salgını ve pandemi sürecine ilişkin yanlış bilgiler vermelerinin toplumda olumsuz sonuçlara neden olabileceğini vurgulamak da gerekmektedir.

Araştırmada kamuoyunun sosyal medya platformlarını risk toplumu olarak da adlandırabileceğimiz Koronavirüs pandemi sürecinde salgına yönelik olarak yapılan haberleri hem paylaşmak hem de noktasında farkındalık yaratmak için kullandıkları da görülmüştür ($p=0.000$). Araştırma içerisinde kamuoyunun Koronavirüs salgını hakkında gazetecilik mesleğini profesyonel olarak yapmayan kişilerin yani yurttaşların paylaştıkları haberlerin sosyal medya gazeteciliği olduğunu düşündükleri ortaya konmuştur. Ancak yurttaşların paylaştıkları haberlerin özellikle risk yönetimi sürecinde sosyal medya gazeteciliği olup olmadığı tartışmaya açık bir konudur. Çünkü risk toplumu modernleşme ile diğer riskleri doğuracağından bireyler tarafından yapılan Covid-19 haberlerinin doğruluğu, geçerliliği ve güvenilirliği test edilemediğinden sosyal medya gazeteciliği olarak düşünülemez. Diğer yandan gazeteler ve haber ajanslarının kendi sosyal medya platformlarında sundukları haberler, bağımsız olarak bireylerin yaptıkları haberlerden farklı haber değeri olan paylaşımlardır.

6. SONUÇ

Toplumsal risklerin özellikleri farklı olsa da her dönemde varlığını sürdürmektedir. Ancak küresel dünyanın dinamiklerinin yarattığı risk koşulları ve yarattığı belirsizlikler, önceki dönemlerden daha güçlü ve kontrol edilemez durumdadır. Risk kavramından hareketle risk toplumu kuramını ortaya koyan Beck, bu kavramı modernleşme süreci ve sanayi toplumunun geldiği son hali üzerinden toplumu tanımayı, anlatmayı amaçlamıştır. Beck'in risk toplumu olarak da adlandırdığı koşullarla Koronavirüs (Covid-19) pandemi süreci döneminde yüzyüze gelmiştir. Dünyanın yaşadığı Covid-19 risk koşulları, tek bir ülke ile sınırlı kalmamış, aniden ortaya çıkmış, bütün dünyaya yayılmıştır. Bu salgın hastalık tüm ülkeleri ekonomik, siyasal, kültürel anlamda etkilemiş ve bilgi, bilinç kavramlarının önem kazanmasına neden olmuştur. Pandemi sürecinde salgın hastalık, toplumsal sınıf farklılıklarını ortadan kaldırmış ve tüm dünya ülkelerinin birer risk ortaklığı içerisine girmelerine neden olmuştur. Bu noktada kamuoyunun salgına yönelik her türlü gelişmeyi, bilgiyi, ayrıntıyı öğrenmesi bir zorunluluk haline gelmiştir.

2000'li yılların ortalarından sonra "sosyal medya" platformlar da giderek artan bir oranda aktif kullanılmaya başlanmıştır. Sosyal medya internet Web 2.0 dönemi ile birlikte insanların hayatlarında yönlendirici olmuş, sosyal medya ortamlarının çift yönlü ve etkileşimli akışı, katılım ve geri bildirim alma imkanları sağlamıştır. Web 2.0 döneminde oluşan sosyal ağlar aracılığıyla Facebook, Twitter, Instagram, Youtube üzerinden topluları yakından ilgilendiren birçok konu hakkında bilgi sahibi olabilmekte ve paylaşımlarda bulunabilmekte ve risk hakkında bilgi akışına katılım göstererek birbirini destekleyebilmektedir. Zaman ve mekân sınırının ortadan kalkmasıyla bireyler aralarında siyasal, toplumsal, ekonomik, kültürel vb. konularda fikir alışverişinde bulunabilmektedir.

Gazetecilik mesleği de çevresinde olup biten teknolojik gelişmelerle birlikte sürekli olarak değişim ve dönüşüm geçirmektedir. Dünyada ve Türkiye'de bilişim teknolojilerinin etkisinin artması ile birlikte insanlar, dijitalleşen dünya içerisinde yaşamlarını sürdürmeye başlamışlardır. Geleneksel gazetecilik anlayışı ise böylelikle etkisini yitirmiştir, yerini internet üzerinden gerçekleştiren sosyal medya gazeteciliğine bırakmıştır. Sosyal medya gazeteciliği temelde yapılan haberlerin kullanılan sosyal medya platformu içerisinde yayınlanması tekniği ile yapılan gazetecilik anlayışıdır. Günümüzde dünyada ve Türkiye'deki birçok yerel, ulusal gazete ve haber ajansları sosyal medya gazeteciliği gerçekleştirmektedir.

Koronavirüs (Covid-19) ve Sosyal Medya Gazeteciliği üzerine gerçekleştirilen bu çalışmada online ankete katılan bireylerin sosyal medyayı güncel haberler ve olaylardan haberdar olmak, Koronavirüs (Covid-19) salgını hakkındaki gelişmeleri öğrenmek için pandemi sürecinde aktif olarak kullandıkları ortaya



çıkılmaktadır. Pandemi sürecinde sıklıkla Twitter sosyal medya platformunu takip ettikleri de görülmektedir. Bu dönemde gelişmeleri takip etmek için yerel, ulusal gazeteler, haber ajanslarını ve en çok da ulusal gazetelerin sosyal medya platformlarını takip ettikleri gözlenmektedir. Ayrıca pandemi sürecinde katılımcıların yerel, ulusal gazetelerin ve haber ajansların sosyal medya platformları üzerinden yaptıkları haberlerine güvendikleri de ortaya çıkmıştır. Toplum içinde haber akışının sağlanması bireylerin kendi aralarındaki iletişim ve enformasyon sağlanması yönünden de önemlidir. Dolayısıyla bireylerin Koronavirüs ile ilgili duydukları önemli gelişmeleri sosyal medya üzerinden özellikle de Twitter üzerinden paylaştıkları dikkat çekmektedir. Twitter, pandemi sürecinde özellikle resmi haberlerin takibinde, paylaşımında, açıklamaların duyurulmasında önemli bir platform olarak ifade edilmektedir. Online ortamda yapılan bu haberler bireylerin bakış açılarını da olumlu yönden etkilemektedir. Katılımcılar sosyal medya platformlarının, özellikle sosyal medyadan sunulan haberlerin, bilgilendirilme aşamasında önemli rol oynadığını dile getirmektedirler. Sosyal medya platformlarının pandemi sürecinde bireyler üzerinde Covid-19 hakkında farkındalık yaratma konusunda da aktif olarak kullanıldığı ortaya çıkmaktadır.

Araştırma için önem taşıyan noktalardan biri de katılımcıların yerel, ulusal gazetelerin, haber ajanslarının ve profesyonellerin yaptıkları paylaşımların sosyal medya gazeteciliği olduğunu düşünmeleridir. Aynı zamanda araştırmada, yurttaşların Koronavirüs salgın hastalığına yönelik sosyal medya platformları üzerinden paylaşımlar gerçekleştirmelerinin de sosyal medya gazeteciliği olarak görüldüğü dikkat çekmektedir.

Katılımcıların cinsiyetleri ile Koronavirüs salgını hakkındaki gelişmeleri öğrenmek amacıyla sosyal medya platformlarını takip etme sıklıkları arasında anlamlı bir ilişki gözlenirken yaş, eğitim, meslekleri ve yaşadıkları bölgeler ile ilgili bir değişimin olmadığı ortaya çıkmaktadır. Araştırmaya katılan erkeklerin sosyal medya kullanım pratiklerinin kadınlara göre daha fazla olduğu ve aktif olarak söz konusu platformları kullandıkları görülmektedir.

Risk toplumu diyebileceğimiz pandemi sürecinde sosyal medya kullanan kadınlar erkeklere göre daha fazla paylaşım yapmaktadırlar. Ancak, Koronavirüs salgını ile ilgili yaşanan veya duydukları önemli haberleri sosyal medya platformları üzerinden paylaşma sıklıklarının daha fazla olduğunu belirtmek mümkündür.

Katılımcıların sosyal medya platformlarını kullanmaları onların boş zamanına bağlı olduğundan, 65 yaş üstü bireylerin sosyal medyayı gündelik yaşamlarında diğer katılımcılara göre daha uzun süre kullanmaktadırlar.

Araştırmaya katılan önlisans/lisans mezunları, Covid-19 salgın hastalığı ile ilgili yapılan paylaşımların sosyal medya gazeteciliği olduğunu düşünmektedir. Eğitim, sosyal medya platformlarının kullanımında önemli bir etken olarak görülmektedir. Çünkü teknoloji kullanımı, bireylerin aktif olarak haber akışını takip etmelerini olumlu etkilemektedir. Bireyler, sosyal medya gazeteciliğini, sosyal medya platformları üzerinden paylaşılan haberler olarak düşünmektedir.

Sosyal medya kullanımı bireylerin zamanı ile doğru orantılı olduğundan, Koronavirüs pandemi sürecinde serbest meslekle uğraşan kişilerin, diğer meslek grubundaki katılımcılara göre daha fazla sosyal medyaya zaman ayırdıkları ortaya çıkmaktadır. Pandemi sürecinde kamu ve özel sektördeki bireyler iş yaşamlarına "home office" olarak devam ettiklerinden işlerinin online ortamda olması onların sosyal medya kullanım durumunu serbest meslek çalışanlara oranla çok etkilememiştir. Çünkü serbest meslek grubundaki kişilerin iş yerlerinden uzak olması onların sosyal medya platformlarını kullanım zamanlarını olumlu etkilemiştir. Bu bağlamda bu kişiler sosyal medya platformlarını pandemi sürecindeki gelişmeleri takip edecekleri mecralar olarak görmektedirler.

Pandemi sürecinde geçici işlerde çalışan katılımcılar iş bulma sıkıntısı yaşadıklarından veya çalıştıkları işlerinde pandemi nedeniyle kapalı olmasından dolayı gündemi, takip etmek için gazetelerin ve haber ajanslarının anlık yayınlanan sosyal medya haberlerini takip etmeyi tercih ettiklerini ifade etmektedirler. Bireylerin teknoloji kullanımlarına bağlı olarak, sosyal medya platformlarını takip etmeleri önemli olduğundan haber almada sosyal medya platformlarını en az kullanan katılımcıların ise ev hanımlarının olduğu ortaya çıkmaktadır. Buna rağmen araştırmaya katılan işsiz bireylerin, ev hanımlarının ve öğrencilerin Covid-19 salgını ile duydukları haberleri sıklıkla paylaştıkları dikkat çekmektedir. Risk toplumunda bireyler salgın ile gelecek riskleri anlık olarak öğrenmek istemekte ve çevresi paylaşımları onların haber edinmelerinde sosyal medya platformlarını kullanmalarına neden olmaktadır.

Bölgelere göre değerlendirme yapıldığında, sosyal medya platformlarında yapılan haberler katılımcıların yaşadıkları bölgelere göre farklılık göstermektedir. Sırasıyla; Akdeniz, Doğu Anadolu, Marmara, Karadeniz, Güneydoğu, Ege ve İç Anadolu bölgelerinde yaşayan katılımcılar sosyal medya haberlerinden etkilendiklerini dile getirmektedirler. Bireyler hem olumlu hem de olumsuz etkilendiklerinden, pandemi sürecinde Koronavirüs ile ilgili haberlerin bireylerde farkındalık yaratmasının yanısıra endişe, panik gibi duygular yaratacağından, sosyal medya gazeteciliği yapılırken bu noktalarında dikkate alınması gerekmektedir.

Risk toplumu bireylere iletişimde ve haber akışında yeni mecralar sunmasının yanısıra doğru olmayan veya eksik enformasyon gibi bazı riskleri de beraberinde getirmektedir. Küresel dünyanın yarattığı risklere karşı bireylerin kendilerini online ortamlarda ifade edebilmeleri, etkileşim sağlamaları, ortama olan güvenlerini de olumlu etkilemektedir. Risk toplumunda haberlerin doğru ve anlık olarak alınması da önem arz eden bir konudur. Haberin kaynağı, değeri, kimin tarafından sunulduğu önemli olduğundan bireyler özellikle gazetelerin ve haber ajanların sosyal medya platformlarını da takip etmektedir. Sosyal medya ortamlarının sıklıkla kullanılması ve beraberinde haber akışının anlık yapılabilmesi ve sosyal medya gazeteciliğinin gündeme gelmesi, bireylerin söz konusu ortama eğilimlerine neden olmaktadır. Pandemi döneminde Koronavirüs salgın hastalığı ile ilgili haberlerin zamandan ve mekândan bağımsız sunulması, toplumun online haberlere bakışını olumlu yönde etkilemiştir. Risk ortamında sunulan haberler, bireylerin duymak istediklerine cevap verme niteliğinde olduğunda habere inanmak istemektedirler, olumsuz olduğunda ise salgın hastalığa karşı önlem alma noktasında değerlendirmektedirler. Dolayısıyla risk toplumunda ortaya çıkan Koronavirüs döneminde yapılan sosyal medya gazeteciliği de önem kazanmaktadır. Sosyal medya gazeteciliğinde verilen her yanlış haber toplumunda olumsuz sonuçlar doğurabileceği de göz ardı edilmemelidir.

Çalışmada, bireylerin kendi aralarında Koronavirüs konusunda yayınlanan yurttaş gazeteciliği bağlamında sunulan haberlerin sosyal medya gazeteciliği olduğunu düşünmeleri ortaya çıkmaktadır. Ancak yurttaşların paylaştıkları haberlerin özellikle risk yönetimi sürecinde sosyal medya gazeteciliği olup olmadığı tartışmaya açık bir konudur. Çünkü risk toplumu küreselleşme diğer riskleriyle beraber Covid-19 haberlerinin doğruluğu, geçerliliği ve güvenilirliği test edilemediğinden sosyal medya gazeteciliği olarak düşünülemez. Diğer yandan gazeteler ve haber ajanslarının kendi sosyal medya platformlarında sundukları haberler, bağımsız olarak bireylerin yaptıkları haberlerden farklı haber değeri olan paylaşımlardır.

Araştırmaya katılan bireylerin demografik özellikleri ile Koronavirüs salgını hakkındaki gelişmeleri öğrenmek amacıyla sosyal medya platformlarını takip etmek sıklıkları ve Koronavirüs salgını ile ilgili haberleri paylaşmada söz konusu ortamlardan aktif olarak paylaşımları arasında anlamlı bir ilişki olmadığı gözlenmiştir. Bir başka deyişle katılımcıların cinsiyeti, yaşı, eğitimi, yaşadığı bölgesi ne olursa olsun, sosyal medya platformlarını takip etme ve farkındalık yaratmak için paylaşımlarında aktif olmalarında bir değişim söz konusu değildir.

Araştırmanın hipotezleri içerisinde; katılımcıların Koronavirüs hakkındaki güncel haberler ve olayları sosyal medya platformları üzerinden takip ettikleri, bireylerin salgın hakkında sosyal medya gazeteciliği yapan yerel, ulusal gazeteleri ve haber ajanslarını takip ettikleri, sosyal medya üzerinden Koronavirüs salgını hakkında yapılan haberlerin kamuoyunun online ortamdaki haberlere bakış açısını olumlu yönde etkilediği, sosyal medyada yayınlanan haberlerin kamuoyunun salgın hakkında bilgilenmesinde önemli bir role sahip olduğu, katılımcıların kullandıkları sosyal medya platformlarının Koronavirüs ile ilgili haberlere yönelik güvenlerini etkilediği, bireylerin Koronavirüs ile ilgili sosyal medya platformlarında sosyal medya gazeteciliği yapan yerel, ulusal gazetelere ve haber ajanslarına güvendikleri, salgına yönelik olarak yerel, ulusal gazetelerin, haber ajanslarının ya da farklı meslek gruplarından profesyonel kişilerin yaptıklarını paylaşımların sosyal medya gazeteciliği olduğunu düşündükleri, bireylerin salgın ile ilgili farklı sosyal medya platformlarında haberler paylaştıkları, bireylerin Koronavirüs salgını hakkında gazeteci olmayan kişilerin (yurttaşların) çevrelerinde yaşanan ya da duydukları önemli gelişmeleri sosyal medya platformları üzerinden paylaşımlarının sosyal medya gazeteciliği olduğunu düşündükleri hipotezlerinin desteklendiği görülmektedir. Ayrıca araştırma hipotezleri içerisinde yer alan; kişilerin demografik özellikleri ile Koronavirüs salgını hakkındaki gelişmeleri öğrenmek amacıyla sosyal medya platformlarını takip etme sıklıkları arasında cinsiyetleri ile bir değişim olduğu gözlenirken, yaş, eğitim, meslekleri ve yaşadıkları bölgeler ile ilgili bir değişimin olmadığı gözlenmektedir. Tüm demografik özellikler ile Koronavirüs salgını hakkındaki gelişmeleri öğrenmek amacıyla sosyal medya platformlarını takip etme sıklıkları



arasında anlamlı bir ilişki gözlenmemektedir. Dolayısıyla çalışmaya katılan bireylerin sosyal medyayı Koronavirüs salgını ile ilgili haberleri paylaşmada farkındalık yaratmak için aktif olarak kullanmadığı ortaya çıkmaktadır.

Sonuç olarak, risk toplumu ve risk yönetimi sürecinde Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığına yönelik olarak yerel, ulusal gazeteler, haber ajansları ve gazetecilik mesleğinde profesyonelleşmiş kişilerin yaptıkları sosyal medya gazeteciliği, bireyler arasında farklı etkiler yaratmaktadır. Bireyler arasında yapılan paylaşımlar temel olarak yurttaş gazeteciliği olmasına rağmen kişilerin konu ile ilgili yeterli bilgi sahibi olmamaları nedeniyle yapılan paylaşımları sosyal medya gazeteciliği olarak düşünmektedirler. Bu araştırma, risk toplumu ve risk yönetimi sürecinde Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığına yönelik olarak yerel, ulusal gazeteler, haber ajansları ve gazetecilik mesleğinde profesyonelleşmiş kişilerin yaptıkları sosyal medya gazeteciliğini ve araştırmaya katılan bireylerin sosyal medya gazeteciliğini pandemi sürecinde nasıl düşündüklerini betimlemektedir.

KAYNAKÇA

Anadolu Ajansı. (2020). Kovid-19 sürecinde sosyal medya platformlarının yaptığı yenilikler, <https://www.aa.com.tr/tr/bilim-teknoloji/kovid-19-surecinde-sosyal-medya-platformlarinin-yaptigi-yenilikler/1830845> (Erişim Tarihi: 15 Eylül 2020)

Aral, E. (2019). Yeni Bir Haber Mecrası Olarak İnternet Gazeteciliği: Facebook ve Twitter Kullanımları Üzerine Bir Araştırma, *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 5 (2), 153-175

Aydoğan, D. (2013). Türkiye’de Dijital Gazetecilik: Habertürk ve Hürriyet Gazeteleri Örneği, *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 3 (3), 26-40

Bayar, F. (2008). Küreselleşme Kavramı ve Küreselleşme Sürecinde Türkiye, *Uluslararası Ekonomik Sorunlar Dergisi*, 25-34

Beck, U. (2019). Risk Toplumu: Başka Bir Modernliğe Doğru, İstanbul: İthaki Yayınları

Çuhacı, A. (2007). Ulrich Beck’in Risk Toplumu Kuramı, *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 3 (14), 129-15

Instantarticles Facebook (2020). <https://www.facebook.com/facebookmedia/solutions/instant-articles> (Erişim Tarihi: 15 Eylül 2020)

İrvan, S. (2014). İnternet gazeteciliğinde fırsatlar ve tehditler. <http://www.yeniduzen.com/internet-gazeteciliginde-firsatlar-ve-tehditler-2981yy.htm> (Erişim Tarihi: 19 Eylül 2020)

Journo (2020). Herkese Para Yok: Facebook, Haberler Sekmesini Yayına Aldı <https://journo.com.tr/facebook-haberler> (Erişim Tarihi: 19 Eylül 2020)

Karakoyun, F. ve Kavak, M. T. (2008). Web Anketin Yararları ve Bir Uygulama Örneği Olarak Fizik Tutum Ölçeğine Uygulanması, *D.Ü. Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11, 129-141

Llewellyn, S. (2020). Covid-19: how to be careful with trust and expertise on social media <https://www.bmj.com/content/368/bmj.m1160> (Erişim Tarihi: 20 Eylül 2020)

Örs, F. ve Tetik, S. (2010). Küreselleşen Dünyada Yeni Yönetim Paradigmaları: Değişim ve İletişim, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 19 (3), 439-455

Pınarbaşı, T. E. ve Astam, F. K. (2020). Haberin Dönü(şü)mü: Sosyal Medya Gazeteciliği Pratikleri, *İNİF E- Dergi*, 5(1), 70-87.

Soydemir, S. (2011). Modernizmin Karanlık Yüzü: Risk Toplumu, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 3 (2), 169-178

Tokgöz, O. (2012). Temel Gazetecilik, Ankara: İmge Yayınevi

Ünal, A. T. (2020). Yeni Medya ile Yeni Gazetecilik Anlayışı: Haber Ajanslarının Sosyal Medya Gazeteciliği Açısından İncelenmesi, *Erciyes İletişim Dergisi*, 7 (2), 1011-1031

Yengin, D. (2015). Yeni Medyanın Olanakları: Semantik Web, *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, Sayı 5(1), 44-53