

MÜLTECİ KRİZİ SIRASINDA DİJİTAL İLETİŞİM ARACI OLARAK SOSYAL MEDYA KULLANIMI: TÜRKİYE'DEKİ SURİYELİ MÜLTECİLER ÜZERİNDEN BİR ARAŞTIRMA

Yasmin Aldamen

GİRİŞ

Kriz iletişimi, yıkıcı bir olay sırasında insanların ve grupların birbirleriyle iletişim kurabilecekleri stratejik bir yaklaşımdır. Bir kriz meydana geldiğinde proaktif, hızlı ve ayrıntılı iletişim kritik önem taşımaktadır. Kriz iletişimi, bir meydan okuma veya tehditle karşı karşıya kalan bir bireyi veya grubu korumak ve savunmakla ilgilidir (Barrera, 2014). Kriz terimi, "yönetimin dikkatle ilgilenmesini gerektiren ciddi olaylar için ayrılmalıdır" (Coombs ve Holladay, 2010). Kriz yönetimi, "krizlerle mücadele etmek ve verilen fiili zararları azaltmak için tasarlanmış bir dizi faktör" olarak tanımlanmaktadır. Etkili kriz yönetimi, kriz sonucunda insanların aldığı zarar miktarını büyük ölçüde azaltma ve hatta bir olayın krize dönüşmesini önleme potansiyeline sahiptir (Coombs, 2010).

Toplumlardaki en önemli konuların öne çıkarılmasında medyaya büyük sorumluluk düşmektedir. İnsanlar bu konuda online medyanın çok daha etkili olduğunu görmekte ve insan hakları konularını takip ederken geleneksel medya yerine sosyal medyayı da içeren online medyayı tercih etmektedirler (Aldamen, 2017). Sosyal medya, görüntülü sohbet ve web araması gibi mevcut dijital araçların etkin kullanımını içeren bir kriz

yönetimi aracıdır. Teknoloji ve elektronik ortamlar aracılığıyla gerçekleşen her türlü iletişim biçimini ifade eden dijital iletişim, 21. yüzyılda büyük bir devrim dalgasına damgasını vurmuştur (Nguyen, 2017). Dijital iletişim biçimleri, yüksek teknolojinin gelişmesi, çeşitli ortam türleri ve araçlarda sayısal iletim için kullanılan çok sayıda iletişim biçimi nedeniyle çeşitlidir. Dijital iletişim denilince insanların aklına genellikle en popüler ortam olarak internet ve günümüzde çevremizde önemli bir rol oynayan sosyal medya gelmektedir (Sarokin, 2015). Son yıllarda, sosyal medyanın, özellikle krizler sırasında, ortalama bir vatandaşın haberlerin toplanmasına, yayılmasına ve analizine katılmasını sağlamada oynadığı rol hakkında çokça tartışma yürütülmektedir. Geleneksel gazetecilik, haberleri yakalamak için Facebook, Twitter, YouTube gibi ağlara ve bloglara bağımlı hâle gelmiştir. Sosyal medyanın krizlerde kullanımının artması öngörülmektedir, çünkü sosyal medya yurttaş gazeteciliği durumlarını ön plana çıkarmış ve hızlı gelişen durumlara yeni bakış açıları katmıştır. Geleneksel medyanın mülteci krizi konusunu ele alışındaki bazı boşluklar nedeniyle, sosyal medyanın mülteci krizinde önemli bir araç olduğu görülmektedir.

Eskiden cep telefonlarında iletişim yöntemi olarak sadece arama ve kısa mesaj sistemi mevcuttu. 2000'li yılların ortalarında 3G ve Wi-Fi özellikli akıllı telefonların ve son yıllarda 4G'nin çığır açması sayesinde, cep telefonları birden fazla pratik iletişim türüne sahip dijital iletim cihazlarına dönüşmüştür. Multimedya mesajları, sesli ve görüntülü aramalar artık bu elektronik ortam üzerinden yapılabilmektedir. Sosyal medya platformlarının dijital iletişime devrim niteliğindeki etkisinden de bahsetmek gerekmektedir. "Sosyal medya teknolojisi (SMT) terimi, bireylerin çok yönlü iletişim yoluyla dijital ortamlarda kullanıcı tarafından oluşturulan veya mevcut yeni içerik oluşturmasına, etkileşimde bulunmasına ve paylaşmasına olanak tanıyan web tabanlı ve mobil uygulamaları ifade etmektedir" (Davis vd., 2012).

Büyük platformlardaki sosyal medya kullanıcı sayısı önemli istatistiklere ulaşmıştır. Facebook, 1,6 milyarlık toplam nüfusu ile sosyal siteler sıralamasında lider şirket olurken, YouTube 1 milyarı aşkın kullanıcısıyla ikinci sırada yer almaktadır. Sosyal medya kullanıcılarının 2020 yılında

dünya nüfusunun üçte birini oluşturan 2,95 milyarı geçebileceği belirtilmiştir (Statista, 2017). Ayrıca hem katılımcı sayısında artış yaşanmakta hem de insanların bu sitelerde geçirdikleri süre büyük rakamlar yakalamaktadır.

Dijital iletişim, kriz iletişiminde iletişim, bilgi, hizmetlere erişim sağlayan ve görüşlerini ifade eden, hatta mevcut çağımızdaki bireyler ve gruplar için yardım isteyen önemli bir araç hâline gelmiştir. Bu nedenle, dijital iletişimin krizlerde etkili olduğu süreçlerden biri sosyal medyayı kullanmaktır. Çünkü kriz zamanlarında sosyal medya neredeyse en önemli bilgi kaynağı hâline gelmektedir.

Suriye'de başlayan gösterilerin daha sonra bir iç savaşa dönüştüğü görülmektedir. 2011 yılında başlayan iç savaş, hâlâ net bir sonu ve çözümü olmadan devam etmektedir. İç savaş birçok Suriyeliyi ülkelerini terk etmesi sonucunu ortaya çıkarmış ve bu durum, dünyanın en büyük mülteci krizine yol açmıştır. Milyonlarca Suriyeli başta Türkiye ve Ürdün gibi komşu ülkeler olmak üzere birçok ülkeye sığınmıştır.

Suriyeli Mülteciler, kitlesel, bireysel ya da grup düzeyinde yola çıkmıştır. Yola çıkan insanların bazılarının telefonlar üzerinden sağladıkları internet bağlantısı ile sosyal medya platformlarına giriş yapmak için en önemli araç olarak cep telefonlarını kullandıkları fark edilmektedir. İnsanlık tarihinde ilk kez göç yoluna düşen insanlar, bu zorlu sürecin her aşamasında birbirleriyle iletişim kurmayı ve her şeyden haberdar olmayı başarmıştır.

Sosyal medyanın mevcudiyeti, insanlar için iletişimi kolay, erişilebilir, rahat ve işlevsel hâle getirmiştir. Ayrıca her türlü yanlış bilgi, yanıltıcı haber ve yorum, sansür ve ana akım medya engellerinden uzak durarak tüm bilgilendirme sürecini ihtiyaçlar ve koruma üzerine kurgulamıştır. Ancak, bir yandan kimliklerin korunması ve hareketliliklerinin devamlılığı gibi olumlu etkiler sağlanırken diğer yandan merhamet yorgunluğu gibi olumsuz etkiler uluslararası kamuoyuna taşınmıştır.

İç savaşın başlamasından önce Suriye halkının çeşitli kısıtlamalar nedeniyle interneti ve sosyal medya platformlarını çok az kullandığı bilinmektedir. İç savaşın patlak vermesinden sonra durum değişmeye başlamış ve

savaş ortamındaki insanlar yurt dışından temin ettikleri farklı bağlantı kanallarından internet ve sosyal medya platformlarına girerek birbirleriyle ağlar oluşturarak iletişim kurabilmişlerdir.

Dijital iletişimin işlevselliğinden hareketle, bu çalışmada, sosyal medyanın mültecilerin yaşamları üzerinde olumlu ya da olumsuz etkiye sahip olup olmadığı ve hangi nedenlerle işlevsel görüldüğü anlaşılmaya çalışılmaktadır. Ayrıca Suriyeli mültecilerin algı ve görüşlerinin oluşumunda sosyal medyadan etkilenme düzeyleri çalışmanın önemini ortaya koymaktadır. Çalışma kapsamında nitel ve nicel yaklaşımlar uygulanmıştır. Veri toplama tekniği olan anket ile 303 Suriyeli mülteciye ulaşılmış ve İstanbul'da toplam 15 mülteci ile odak grup görüşmesi yapılmıştır.

DÜNYA VE TÜRKİYE'DEKİ SURİYELİ MÜLTECİLER

Mültecilik yeni bir kavram değildir, insanlığın başlangıcından beri var olmuştur. Küresel bir kavram olarak mültecilik, korumasız vatansızlığa sahip olmak anlamına gelir ve göçmenlikten farklı bir kavram olarak görülür (Shacknove, 1985). Göçmenlik, ülkede yaşanan ekonomik zorluklar nedeniyle zaruret sonucu ortaya çıkan bir kavramdır.

BMMYK'ye göre 2000 yılından bu yana yaşanan savaşlar ve krizler 22.86 milyondan fazla insanın sığınmacı olmasına yol açmıştır. BM'nin 2019 raporunda Suriyeliler mülteciler arasında ilk sırada yer almaktadır. Suriye'deki çatışma, 2015'te 12 milyon insanı yerinden etmiş ve İkinci Dünya Savaşı'ndan bu yana Avrupa'yı vuran en büyük mülteci dalgasını yaratmıştır (DePillis vd., 2015). Dünya Savaşı'ndan bu yana ilk kez 50 milyondan fazla mülteci olduğu bildirilmiştir (Sherwood, 2014). BM Mülteciler Yüksek Komiseri António Guterres 2014'te "Suriyeli mülteci krizi yüzyılın en büyük insani acil durumu hâline gelmektedir. Ancak dünya mültecilerin ve ev sahibi ülkelerin ihtiyaçlarını karşılayamıyor" demiştir.

Krizin uzaması hem Suriyeli mültecilere hem de ev sahibi ülkelere yüksek bedeller oluşturmuştur (Achilli, 2015). Mayıs 2011'den bu yana sınırları aşan binlerce insan iç savaştan kaçarak Ürdün, Irak, Türkiye ve Lübnan'a sığınmıştır.

Göç İdaresi Başkanlığı verilerine göre, Aralık 2016'da İstanbul, yaklaşık 418.000 kayıtlı Suriyeli ile ülkedeki en büyük Suriyeli nüfusa ev sahipliği yapmıştır. BM Temmuz 2020 verilerine göre ise Türkiye, 3.594.980'den fazla kayıtlı Suriyeli mülteci ile Suriyeli mültecilere en fazla ev sahipliği yapan ülkedir. Şanlıurfa'da 477.161, İzmir'de 135.769, Bursa'da 143.387, Mersin'de 205.784, Konya'da 104.565, Adana'da 192.542, Hatay'da 445.460, Gaziantep'te 377.506, Kilis'te 130.57 Suriyeli yaşamaktadır (Elibol, 2018).

ÇALIŞMANIN UYGULAMA ÇERÇEVESİ

Çalışmanın temel sorusu kriz iletişiminde dijital iletişim aracı olarak sosyal medyanın Suriyeli mülteciler tarafından nasıl kullanıldığıdır. Çalışmanın temel amacı, mültecilerin sosyal medyayı kullanma nedenlerini, yaşamlarında kapladığı yeri ve sosyal medya paylaşımlarının duygu ve düşünceleri üzerindeki etkisini görmektir.

Çalışmada tutarlı bulgulara ulaşmak için hem nicel hem de nitel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Nicel yaklaşım tekniği için Türkiye'de 18 yaş üstü 303 Suriyeli sığınmacıya anket uygulanmıştır. Mültecilerin pek çok endişe nedeniyle genel olarak anketlere katılmak istemedikleri gözlemlenmiştir. Bunun üzerine anketler sosyal medya platformları ve Kartopu Tekniği aracılığıyla dağıtılmış, 12 Ekim 2018 - 31 Ocak 2019 tarihleri arasında anketler doldurulmuş ve analize uygun olmayan anketler değerlendirmeye alınmamıştır. Daha sonra nicel verileri derinleştirmek ve desteklemek amacıyla İstanbul'da yaşayan farklı yaşlardaki toplam 15 Suriyeli ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Örneklemin Demografik Özellikleri

Cinsiyete göre, katılımcıların %51,8'ini erkekler, %48,2'sini kadınlar oluşturmuştur. Katılımcıların %29,4'ü 18-22, %35'i 23-29, %25,1'i 30-39, %5,9'u 40-49, %3,6'sı 50-59 ve %1'i 60-69 yaşlardan oluşmaktadır. Katılımcıların yüzde 45,5'i "Evli", yüzde 3,6'sı "Eşi Ölmüş" ve yüzde 1,7'si "Boşanmış" olduğunu bildirmiştir. Eğitim durumuna bakıldığında katılımcıların %10,6'sının Ortaokul, %26,4'ünün Lise, %10,6'sının Meslek

Okulu, %39,9'unun Lisans, %2'sinin Yüksek Okul, %4'ünün Yüksek Lisans ve %6,6'sının Doktora mezunu olduğu görülmektedir. Anket katılımcılarının %5'inin Türkiye'de ev sahibi, %79,9'unun kiracı olduğu gözlenmektedir. Yanıtlara göre, yaşanan illere göre, sığınmacı oranının en yüksek olduğu ilk üç şehir sırasıyla İstanbul, Hatay ve Kilis'dir.

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Sosyal Medyanın Krizlerde Bir İletişim Aracı Olarak Kullanılması Açısından Bulgular

Kriz döneminde dijital iletişim aracı olarak sosyal medyanın kullanımına ilişkin olarak katılımcılar en çok Facebook'u kullandıklarını (292 kişi) ifade etmişlerdir. 139 katılımcı Youtube, 181 katılımcı Instagram, 80 katılımcı Twitter ve 29 katılımcı diğer platformları kullanmaktadır. Katılımcılar bu soruya yanıt olarak birden fazla cevap verebilmişlerdir.

Katılımcıların %97,7'si Facebook kullanırken, bu katılımcıların %67,7'si Facebook'taki gruplara iç savaştan sonra katıldığını belirtmiştir. Elde edilen verilere göre, katılımcıların %86,8'i sosyal medyada gerçek kimliğini kullanmakta, %81,5'i ise yaş, cinsiyet, adres, fotoğraf gibi kişisel bilgilerine yer vermektedir. Her dört katılımcıdan üçü günde ortalama dört saat sosyal medya kullanmaktadır. Katılımcıların %82,8'i Suriye'den ayrıldıktan sonra sosyal medya kullanımlarının arttığını belirtmiştir. Katılımcıların %71,6'sı sosyal medyayı eğitim amaçlı, %70,6'sı zanaat ve beceri kazanmak, %66'sı yeni bir dil öğrenmek ve %24,4'ü iş amaçlı kullanmaktadır.

Katılımcıların %76,2'si mülteci krizinin uluslararası gündem üzerinde etkisi olduğunu düşünmektedir. Katılımcıların yüzde 45,5'i sosyal medyayı endişelerini ve sorunlarını paylaşmak, %44,2'si mülteci hakları ile ilgili bilgilere ulaşmak, %66'sı nereden ve nasıl yardım alacağını öğrenmek, %38,9'u mültecilere yardım etmek için kullanmaktadır. Katılımcıların %81,2'si ise sosyal medyayı sığındıkları ülkenin örf ve adetleri hakkında bilgi sahibi olmak için kullandığı bildirmiştir.

Katılımcıların %74,3'ü sosyal medyanın Suriye'de olup bitenler ve Suriye dışındaki mültecilerin yaşadıkları hakkında kamuoyunu bilgilendirmede etkili olduğunu düşünürken, %78,3'ü sosyal medyanın kadınlar ve çocuklarla ilgili konulara odaklanılmasında etkili olduğunu düşünmektedir. Ayrıca sosyal medyada sunulan mesaj ve görsellerin mültecilere yönelik olumlu algı ve empati oluşmasına olumlu katkısı olduğunu düşünenlerin oranı %32,0 iken, olumsuz algıya yol açtığını düşünenlerin oranı %17,2'dir. Katılımcıların %48,8'i aktivistlerin paylaşımlarını olumlu bulmaktadır. Katılımcıların %79,9'u sosyal medyada Suriyeli mültecilerle ilgili bir görsel, haber ya da yorum gördüğünde memnun olmadığını, %11,2'si umursamadığını, %21,8'i ise sosyal medyanın dostluğu arttırdığını söylemiştir.

Yukarıda sunulmuş olan nicel verilere ek olarak nitel görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Anket bulgularının ne ölçüde desteklendiğini görmek için İstanbul'da yaşayan farklı yaşlardaki kadın ve erkek on beş Suriyeli mülteci ile odak grup görüşmesi yapılmıştır.

Katılımcılar, kendi ülkelerinde sosyal medya kullanımının çok zor olduğunu belirtmiştir. Türkiye'de durumun daha iyi olduğunu ve sosyal medyayı kullanarak Suriye'dekinden daha rahat ve daha ucuz bir şekilde internet yoluyla iletişim kurabildiklerini söylemiştir. Katılımcılar sığındıkları ülkedeki teknolojik gelişmişlikle akıllı telefonları uygun fiyatlara bulabildiklerini ve böylelikle internet kullanımlarının arttığını belirtmiştir.

Katılımcılar sosyal medya kullanım artışlarını sahip oldukları boş zaman üzerinden değerlendirmiş ve sosyal medyayı stres ve kaygıdan kurtulmanın aracı olarak gördüklerini ifade etmiştir. Suriye'deki veya yurt dışındaki akraba ve arkadaşlarla iletişim kurma ihtiyacının yanı sıra, telefon görüşmesi yapmanın zorluğuna ve maliyetine karşı sosyal medya üzerinden iletişim kurmanın avantajları öne çıkarılmıştır. Ayrıca sosyal medya aracılığıyla dijital iletişim kuran katılımcıların daha uygun bir çalışma ortamına ve daha motive edici eğitim olanaklarına ve etkileşim olanaklarına sahip oldukları, okul ve kurs arama olanağı buldukları ve bu nedenle sosyal medya kullanımının arttığı belirtilmektedir.

Katılımcılara göre, kendi ülkelerindeki çatışma sırasında yardım kuruluşlarına ulaşmak ve destek almak için de sosyal medya kullanılmıştır. Katılımcılara göre sosyal medya, mültecilerin içinde buldukları durumu anlatmak, görüşlerin diğerleri tarafından anlaşılması ve yaşanan sorunlara dair kamuoyunun bilinçlendirmesi konusunda önemli bir iş yapmıştır. Sosyal medyada birçok konuda destek gördüğünü ifade eden katılımcılar mevcuttur. Katılımcılar, sosyal medyanın mültecilere yardım sağlayan yerel ve uluslararası kuruluşlarla ilgili bilgi ve farkındalıklarının artmasına katkıda bulunduğunu ve yardım kuruluşlarının da destek sağlamak için sosyal medyayı kullandığını düşünmektedir.

Kriz İletişiminde Bir Dijital İletişim Aracı Olan Sosyal Medyanın Mültecilerin Yaşamına Olumlu Etkileri

Sosyal medya, mültecilere başkalarıyla iletişim kurmak, yolculukları hakkında bilgi toplamak ve maddi yardım bulmak gibi birçok avantaj sağlamıştır. Çeşitli ülkelere yayılan mültecilerin durumunun izlenmesinde sosyal medya platformları en önemli iletişim aracı olmuştur.

İletişim araçları ve ortamları, sosyal ilişkiler ve yaşam biçimleri değişmiştir. Bu yeni yaşam biçimlerinin, ilişki ağlarının, taleplerin, trendlerin ve tüketim süreçlerinin bir gereği olarak sosyal medya araçları ortaya çıkmıştır. Başka bir deyişle, yeni yaşam biçimleri, yeni iletişim ortamlarının ve araçlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Yeni dünyanın yeni normallerinden birinin krizlerle yaşanan bir dünya olduğu açıktır. Kriz iletişimde sosyal medyayı iletişim aracı olarak kullanmak aslında çok özel bir ilişki biçiminin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Çünkü kriz zamanlarında dijital iletişim bilgi edinmenize yardımcı olmaktadır (Sutton vd., 2008).

Yurttaş gazeteciliği olgusu olaylara hızla yeni bakış açıları kazandırdığı için dijital iletişimin bir aracı olarak sosyal medyanın krizlerde kullanımı artmaktadır. Bu bağlamda sosyal medya da mülteci krizine ilişkin bilgi ve algı oluşturmak için kullanılmıştır. Bu platformlar aracılığıyla insanların mültecilerin hikâyelerini paylaşmaları ve durumlarıyla yakın ilişki kurmaları mümkün olmuştur (Agyemang, 2016). Mültecilerin sosyal medya

aracılığıyla gönderdikleri fotoğraflar, onlara sempati duyulmasında, mültecilere yardım edilmesinde ve zor durumlarını tüm dünyanın görmesinde etkili olmuştur. Twitter'da mültecilere destek için birçok hashtag açılmıştır. Bu hashtag'ler mültecilere sempati yaratmak için kullanılmış ve bu dijital iletişim aracı aracılığıyla mültecilere yardım etmek için çalışan birçok sivil toplum kuruluşu kurulmuştur.

Sosyal medya, dünyayı mültecilerin hikâyeleri hakkında bilgilendirmekle kalmadı, aynı zamanda onlara maruz kaldıkları durumları akılda tutma ve gelecek nesiller için tarihe not alma avantajı da sağladı (Kirişçi, 2016). Bu, dijital iletişim üzerinden bir hafıza bankası oluşturmak anlamına gelmektedir. Örneğin, bir sosyal medya platformu olan YouTube'un kolektif hafızada önemli bir rol oynadığını ve platformun ücretsiz olması nedeniyle gerçekleşen olaylarla ilgili daha fazla video yükleme fırsatı bulduğunu söylemek mümkündür. Böylelikle anılar korunabilmekte ve insanların kendi aralarında konuşmalarına izin verilmektedir (Smit vd., 2016).

Sosyal medya platformları, mültecilerin gittikleri ülkelerde dil ve kültürel yeterlilik kazanmalarını, sosyal sermayelerini korumalarını ve birbirleriyle bağlantı kurarak köprüler kurmalarını sağlamıştır. Ev sahibi toplumun mültecilere yönelik entegrasyon politikaları ve olumlu tutumları, mültecilerin sosyal medya aracılığıyla dil öğrenmelerini ve başkalarıyla bağlantı kurmalarını da sağlamıştır (Alencar, 2017). Mülteciler için sosyal medyanın önemli işlevsel alanlarından biri, mülteciler için fon ve mali destek yerleri ve kaynakları hakkında bilgi sahibi olmak için kullanılmasıdır. Mülteciler bu platformlar aracılığıyla ihtiyaçları için maddi yardıma erişebilmiştir. Mültecilerin hikâyelerini ücretsiz, hızlı ve kolay bir şekilde paylaşmalarına olanak sağlayan sosyal medya platformları, yardımların dolaylı olarak bu kişilere ulaşmasını da sağlamıştır. Paylaşılan anlık videolar, mültecilerin yolculuk sırasında ve sonrasında yaşadıkları ve yeni evlerine nasıl yerleştikleri hakkında bilgiler aktarmıştır. Bu paylaşımlar, mültecilerin yaşadıkları zorlukların paylaşılması açısından faydalı olmuştur (DWNews, 2019).

Sosyal medya platformları, mültecilere yönelik olumsuz algılarla mücadele etmede, kamusal alanda kişisel hatıralarını korumada ve böylece

toplumsal dayanıklılığı geliştirmede mülteciler ve sivil toplum kuruluşları için en etkili araç olmuştur. STK'lar ayrıca mültecileri bir araya getirmek ve ihtiyaçları hakkında konuşmak için sosyal medya platformlarını kullanmıştır (Jdaitawi vd., 2018).

Katılımcılar, sosyal medya platformlarında mültecilerle ilgili yayınlanan haber, fotoğraf, video ve yorumların içeriği ve bunlarla ilgili algıya ilişkin olarak, haberlerde tarafsızlığın olmaması ve haberlerin yoruma açık olması nedeniyle sosyal medyanın olumsuz bir etkiye sahip olduğunu belirtmişlerdir. Tamamen kontrolsüz kullanım, mültecilerin kabulünü ve onlara yönelik tepkileri etkilemektedir. Bazı katılımcılar sosyal medyada mültecilere yönelik olumsuz görüşleri okuduklarında üzüldüklerini belirtmiştir. Bir kısmı ise bu görüşlerin az sayıda olduğundan kendileri için bir sorun teşkil etmediğini ve kamuoyunun büyük bir kısmının mültecilere tarafsız veya sempatik baktığını söylemiştir. Bazı katılımcılar dijital iletişimin mülteciler hakkında olumsuz bir tablo çizmek, hatalı bilgilerin yayılması ve küçük sorunları büyütme için için kullandığını düşünse de yine katılımcılara göre sosyal medya mültecilerin karşılaştıkları sorunlara ve bunları nasıl çözeceklerine odaklanmalarına da olanak sağlamıştır.

Kriz İletişiminde Bir Dijital İletişim Aracı Olan Sosyal Medyanın Mültecilerin Yaşamına Olumsuz Etkileri

Sosyal medya insanların küresel olayları algılama biçimini şekillendirmektedir. Örneğin, YouTube'da savaşa yönelik yayınlanan içeriklerde, mültecilere nasıl bakıldığını ve tanımlama yapıldığını anlamak mümkündür (Meis, 2016). Dijital iletişim yoluyla izleyicilerin sorunu tartışma biçimleri etkilenebilmekte ve propoganda yapılabilmektedir.

Sosyal medya platformlarında mültecilerle ilgili haberlerin aşırı tekrarı, bir tür "merhamet yorgunluğuna" neden olma potansiyeli açısından tartışılabilir. Olumsuz tekrarlanan öykülerle yoğun karşılaşma, kitlelerde "maruz kalma" olarak da ifade edilebilecek tepkisel duygu, düşünce ve tutumların oluşmasına yol açabilmektedir (Aldamen, 2023). Yaşanan olaylar ilk başlarda toplumları derinden etkilerken ve dayanışma giri-

şimlerini hızlandırırken zamanla girişimlerde bağlılık azalması görülmektedir (Thomas vd., 2018). Sürekli maruz kalınan durumlara hızla uyum sağlanması birçok konuda yansımalar bulabilmekte ve hoşnutsuzluklar yaratabilmektedir (Altay, 2017).

Medya organlarında mültecilerle ilgili dile getirilen endişeler belirli gerginlik yaratabilmektedir. Örneğin Twitter vb. platformlarda olumsuz tartışmaların yürütüldüğü çeşitli hashtag'ler oluşturulabilmektedir. Bu sorun tüm dünya için benzerlik arz ederken, mültecilerin yaşadıkları tüm ülkelerde medya temsilinin önemli olduğunu kanıtlamaktadır. Merkezi uygulamalarla birlikte (Tremblay, 2014) mültecilerin "diğerleri" olarak görülebilme potansiyeli bazı durumlarda olumsuz agılanmalarını beraberinde getirmektedir (Danilova, 2014). Mülteciler kimi durumlarda güvenilmez, aciz vb. sıfatlarla gündeme getirilerek topluma bir yük olarak konumlandırılabilir ve böylelikle olumsuz bir algı inşa edilebilmektedir. Mağdur konumuna düşen insanlar öz güven kaybedebilmekte veya kendini yetersiz hissedebilmektedir (Nooran 2017). Medya birçok konuda olduğu gibi mültecilerle ilgili konularda da yanlış söylemler üzerinden yanlış algılar oluşturabilmektedir. Sosyal medya denetimsiz yapısıyla mültecileri ekonomik ve sosyal sorunlarla eşleştirerek bir imaj yaratabilmektedir. Sosyal medya aracılığıyla gerçekleştirilen yanlış temsiller mülteciler ile yerel halk arasında çeşitli problemler yaşanmasına sebebiyet verebilmektedir.

SONUÇ

Kriz dönemlerinde bir dijital iletişim aracı olarak sosyal medyanın olumlu ve olumsuz olmak üzere olası iki etkisinin olduğu söylenebilmektedir. Bu durum ülkelerden bağımsız olarak düşünülebilmektedir. Mülteciler gittikleri ülkelerde belirli problemler yaşayabilmektedir. Krizlerde bir iletişim aracı olarak sosyal medya, tüm kitlesel olaylarda önemli bir rol oynamaktadır.

Araştırma sonuçları, sosyal medyanın mülteci krizinde dijital iletişim için önemli bir araç olarak hizmet ettiğini ve mültecilerin Facebook veya diğer sosyal medya platformlarında oluşturulan sayfalarda birbirleriyle

iletişim kurmalarına yardımcı olduğunu göstermiştir. Araştırmada, sosyal medyanın Suriyeli mültecilerin yaşamlarına olumlu ve olumsuz katkıları olduğu ortaya çıkarılmıştır. Facebook, Twitter, Instagram, Youtube ve Instagram gibi sosyal medya platformları yardımıyla insanlar yakınlarıyla iletişim kurabilmiş ve mevcut durum ile ilgili bilgiler dolaşıma girme imkânı bulmuştur. Mültecilerin eğitim, bilgi arama, sosyal ihtiyaçlar, aile ve arkadaşlarla iletişim kurma, duygularını ifade etme, belirli bir alanda bilgi ve becerilerini artırmak gibi amaçlarla bu uygulamadan yararlandıkları görülmektedir. Sosyal medyanın mülteci krizindeki olumlu etkileri, mültecilerin yardım kurum ve kuruluşlarıyla bağlantı kurabilmesi, eğitim, iletişim, bilgiye erişim ve mültecilerle empati kurulmasının sağlanması olarak sıralanabilmektedir.

Genel anlamda mülteci krizinde dijital iletişim için önemli bir araç olan sosyal medya, bu çalışmanın sonuçlarına göre dört düzeyde hem olumlu hem de olumsuz etkilere sahip olmuştur. Birinci olarak mültecilerin kendilerinin sosyal medyaya katılım sağladığı görülmüştür. İkinci olarak, ilgili konuda sosyal medyanın mülteci olmayan diğer aktörlerden tarafından etkilendiği öne sürülmüştür. Üçüncü olarak, sosyal medyanın yardım toplama amaçlı çeşitli kuruluşlar tarafından kullanıldığı görülmüştür. Dördüncü olarak, yardım toplayan kurumların da sosyal medyayı etkileyen birer aktör olduğu gözlenmiştir. Bu nedenle, sosyal medya, insanların çevrimiçi ortamda bilgi paylaştığı, değiş tokuş yaptığı ve tartıştığı bir tür dijital aktarım olarak kabul edilebilir.

Sosyal medya platformları aracılığıyla kişi ve kuruluşlar kendileri ile ilgili bilgileri özgürce oluşturabilmekte ve paylaşabilmektedir. Kurumlar ve kişiler, sosyal medya sayesinde çeşitli dijital kanallar üzerinden mesaj gönderip alabilmektedir. Sosyal medya platformlarının bazı göze çarpan örnekleri Facebook, Twitter, LinkedIn ve Youtube'dur. Bu uygulamalar, insanların küresel ölçekte içerik paylaşmasına ve belirli konularda gerçek zamanlı sohbetlere katılmasına olanak tanmaktadır. İnternet ve telekomünikasyon endüstrilerinin birleşme aşamasında olduğu çağda, sosyal medya bu durumun mıknaatısı hâline gelmiştir.

Sosyal medyanın olumlu etkilerinin yanı sıra olumsuz etkileri de olmuştur. Daha önce de belirtildiği gibi, mülteciler sosyal medya aracılığıyla

olumsuz bir biçimde temsil edildiğinde ev sahibi ülkelerdeki yaşamları etkilenmektedir. Olumsuz algılanmak mülteciler ile yerel halk arasında sorunlar yaratabilmektedir.

Mültecilerin ihtiyaç duydukları her türlü bilgiye ulaşmak ve kendilerine sunulan destekten faydalanmak için sosyal medya platformlarına üye olduğu iddia edilebilir. Kriz durumlarında bilgi ve desteğe ulaşmak önemlidir ve sorunların iletişim sayesinde üstesinden gelinebilmektedir.

KAYNAKÇA

- Achilli, L. (2015) Brief policy Syrian refugees in Jordan: A reality check. *Eu Publications*. 2.
- Agyemang, G. (2016). Perilous journeys across the seas: The accounting logic in Europe's agenda for migration. *Accounting in Conflict: Globalization, Gender, Race and Class* içinde (s. 1-27). Emerald Group Publishing Limited.
- Alencar, A. (2017). Refugee integration and social media: A local and experiential perspective. *Information, Communication & Society*, 21(11): 1588–1603.
- Aldamen, Y. (2023). Can a negative representation of refugees in social media lead to compassion fatigue? An analysis of the perspectives of a sample of Syrian refugees in Jordan and Turkey. *Journalism and Media*, 4(1), 90-104. <https://doi.org/10.3390/journalmedia4010007>
- Aldamen, Y. (2017). The Role of Print and Electronic Media in the Defense of Human Rights: A Jordanian Perspective. *Jordan Journal of Social Sciences* 10. <https://doi.org/10.12816/0040694>
- Altay, I. (2017). "Refugee Crisis: a Closer Look at the Media's Role". *DailySabah*, 16.09.2018 tarihinde <https://2u.pw/pleup> adresinden alınmıştır.
- Barrera, A. (2014). When Public Scrutiny Requires Crisis Communications. *Gutenberg Communications*. 16.09. 2018 tarihinde <http://gutenbergpr.com/blog> adresinden alınmıştır.
- Coombs, W. T., ve Holladay, S. J. (2010). *Examining the effects of mutability and framing on perceptions of human error and technical error crises: Implications for situational crisis communication theory*. W. Timothy Coombs ve Sherry J. Holladay (Ed.) *The Handbook of Crisis Communication* içinde (s. 181-204), UK: Wiley-Blackwell
- Coombs, W. T.. (2010). *Parameters for Crisis Communication*. W. Timothy Coombs ve Sherry J. Holladay (Ed.) *The Handbook of Crisis Communication* içinde (s. 17-53), UK: Wiley-Blackwell
- Danilova, V. (2014). Media and their role in shaping public attitudes towards migrants, institute of globalization, *Culture and Mobility*.
- Davis III, C. H., Deil-Amen, R., Rios-Aguilar, C., Gonzalez Canche, M. S. (2012). Social media in higher education: A literature review and research directions. *Report printed by the University of Arizona and Claremont Graduate University*, 8.

- Dekker, R., Engbersen, G., Klaver, J., Vonk, H. (2018). Smart refugees: How Syrian asylum migrants use social media information in migration decision-making, *Social Media + Society*, (3):
- DePillis, L., Saluja, K., Lu, D. (2015). A visual guide to 75 years of major refugee crises around the world. *Washington Post*, 21.
- DWNews (2019). How are Syrian Refugees Who Fled to Germany Faring? Dw News, 27.03.2019 tarihinde <https://www.dw.com/en/how-are-syrian-refugees-who-fled-to-germany-faring/av-47674104> adresinden alınmıştır.
- Elibol, K. (2018). Türkiye'deki Suriyeli Mülteci Sayısı Açıklandı, Sözcü, 18.02.2019 tarihinde <https://www.sozcu.com.tr/2018/gundem/turkiyedeki-suriyeli-multeci-sayisi-aciklandi-2331976/> adresinden alınmıştır.
- Jdaitawi, A., Uren, V. S., Rodríguez-Espíndola, O. (2018). The use of social media by ngos to promote social resilience: The case of Syrian crisis. In *the Third International Conference For Refugees in the Middle East: International Community: Opportunities And Challenges*.
- Kirişçi, K. (2016). Turkey's role in the Syrian refugee crisis. *Georgetown Journal of International Affairs*, 17(2): 80-85.
- Meis, M. (2016). When is a conflict a crisis? on the aesthetics of the Syrian civil war in a social media context. *Media, War & Conflict*, 10(1): 69-86.
- Nguyen, N. (2017). A tool for digital communication implementation in the marketing funnel. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Arcada University of Applied Sciences, Helsinki
- Nooran, A. (2017). His name was Ahmad, 12.06.2018 tarihinde <https://stepfeed.com/his-name-was-ahmad-syrian-child-raped-and-murdered-in-jordan-8334> adresinden alınmıştır.
- Reynolds, B. (2005). W Seeger M. Crisis and emergency risk communication as an integrative model. *J Health Commun*, 10(1): 43-55.
- Sarokin, D. (2015). Types of Digital Communication. 10.11.2018 tarihinde <https://www.techwalla.com/articles/types-of-digital-communication> adresinden alınmıştır.
- Shacknove, A. E. (2017). *Who is a Refugee? In International Refugee Law*. Routledge.
- Sherwood, H. (2014). Global Refugee Figure Passes 50m for First Time since Second World War, *The Guardian*, 21.12.2017 tarihinde <https://www.theguardian.com/world/2014/jun/20/global-refugee-figure-passes-50-million-unhcr-report> adresinden alınmıştır.
- Smit, R., Heinrich, A., Broersma, M. (2016). Witnessing in the new memory ecology: Memory construction of the Syrian Conflict on Youtube. *New Media & Society*, 19(2): 289-307.
- Statista. (2017). Statista. 15.04.2018 tarihinde <https://www.statista.com/topics/1164/social-networks/> adresinden alınmıştır.
- Sutton, J., Palen, L., Shklovski, I. (2008). *Backchannels on the front lines: Emergent uses of social media in the 2007. Southern California Wildfires*.

- Thomas, E., Cary, N., Smith, L., Spears, R. McGarty, C. (2018). The role of social media in shaping solidarity and compassion fade: How the death of a child turned apathy into action but distress took it away. *New Media & Society*, 14(1):
- Tremblay, P. (2014). Anti-Arab Sentiment on Rise in Turkey, Almonitor, 12.12.2017 tarihinde <http://www.al-monitor.com/pulse/originals/2014/08/turkey-syria-anti-arab-sentiment-tremblay.html#ixzz502gvdaoe> adresinden alınmıştır.