

**SOSYAL MEDYANIN SALGIN HASTALIKLAR DÖNEMİNDE KORKU ALGISINA
ETKİSİ: "COVID-19"
THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA ON THE PERCEPTION OF FEAR IN THE ERA
OF EPIDEMICS: "COVID-19"**

Prof. Dr. Birol GÜLNAR

Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, , Radyo-TV, Sinema Anabilim Dalı,
Mail: abc@mail.com Tel: 000 000 00 00 ORCID: 0000 0000 0000 0000

Arş. Gör. Nihal ACAR

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Anabilim Dalı,
Mail: abc@mail.com Tel: 000 000 00 00 ORCID: 0000 0000 0000 0000

ÖZET

2007 yılında kullanımı yaygınlaşan sosyal medya platformlarının son dönemler itibari ile sadece eğlence ya da boş zamanları geçirme kanalı olmadığı görülmektedir. Sosyal medya platformları günümüzde ticaretten; sosyal sorumluluk projelerine; turizme kadar pek çok farklı alanda kullanılmaktadır. Sosyal medya ağlarına atfedilen bu değer sağlık iletişimi alanında özellikle de salgın hastalıklar döneminde belirginleşmeye başlamıştır. Yeni iletişim teknolojileri ile ortaya çıkan sosyal medya ağları -salgın hastalıklar gibi- risk iletişimi dönemlerinde olayların merkezinde yer almaktadır

Sosyal medya platformları salgın dönemlerinde iletişim aracı olarak kullanılmasının yanında kullanıcıların, ruhsal ve fiziksel durumlarını etkileyen bir araç olarak nitelendirilmeye başlanmıştır. Geçmiş dönemlerde görülen EBOLO, SARS, MERS ve H₁N₁ gibi salgınlarda platformlar, kullanıcıları hem bilgilendirmiş hem de onların ruhsal/fiziki durumları üzerinde olumsuz etkiler ortaya çıkarttığı literatürde sıklıkla vurgulanmıştır.

31 Aralık 2019'da Çin'in Wuhan eyaletinde ortaya çıkan Covid-19 virüsü ile sosyal medya ağlarının salgın iletişiminde kullanımı katılımcılarda, fizyolojik ve psikolojik etkiler ortaya çıkartmıştır. Bu araştırma Covid-19 sürecinde sosyal medya kullanımının korku algısına olan etkisini betimlemek üzere yarı yapılandırılmış veri toplama tekniği ile nitel desende ele alınmıştır. Araştırmada, sosyal medya platformlarında yer alan Covid-19 paylaşımlarının, kullanıcıların ruhsal iyilik halleri üzerinde korku algılarını farklı düzeylerde tetiklediği saptanmıştır. Katılımcıların korkuları en çok; aile/sevdiklerini kaybetme ile kişisel/milli ekonomik kayıplar altında kümelenmiştir. Sosyal medya platformlarının yoğunlukla haber/bilgi fonksiyonunda avantaj; yalan haber/bilgi özelinde dezavantaj sağladığı saptanmıştır. Araştırmada katılımcıların sosyal medya platformlarının dezavantajlarına daha çok maruz kaldıkları ortaya çıkmıştır. Son olarak ise geleneksel medyaya kıyasla sosyal medyanın korku algısını daha fazla etkilemesine rağmen platformların süreçte kullanıcıları, virüs hakkında bilinçlendirdiği de diğer bulgular arasında yer edinmiştir.

Anahtar kelimeler: Sosyal Medya, Korku, Covid-19, Maruz Bırakılma, Salgınlar.

ABSTRACT

It seems that social media platforms, whose use became widespread in 2007, are not just a channel for entertainment or leisure as of recent times. Social media platforms are currently used in many different areas, from trade; Social Responsibility projects; to tourism. This value attributed to social media networks has become evident in the field of health communication, especially during the period of epidemics.

Social media networks emerging with new communication technologies-such as epidemics - are at the center of events during periods of risk communication social media platforms have started to be used as a means of communication during periods of epidemic, as well as a tool

that affects the mental and physical status of users. In past outbreaks such as EBOLO, SARS, MERS and H1N1, platforms have often been highlighted in the literature that have both informed users and revealed negative effects on their mental/physical condition.

The use of social media networks in epidemic communication with the Covid-19 virus, which appeared in Wuhan province, China on December 31, 2019, revealed physiological and psychological effects in participants. This research was examined in a qualitative pattern using a semi-structured data collection technique to describe the effect of social media use on fear perception in the Covid-19 process. In the study, it was found that Covid-19 shares on social media platforms trigger different levels of users' perceptions of fear over their spiritual well-being. Participants' fears most; personal/national economic losses are clustered under the loss of family/loved ones. It has been found that social media platforms provide an advantage in news/information function and a disadvantage in false news/information. The study found that participants were more exposed to the disadvantages of social media platforms. Finally, despite the fact that social media affects the perception of fear more compared to traditional media, platforms raise users' awareness about the virus in the process, among other findings.

Keywords: Social Media, fear, Covid-19, exposure, outbreaks.