

Afet iletifimi ve dijital mizah: YouTube'da deprem söyleminin kamusal algı ¼zerindeki rol¼

Disaster communication and digital humor: The role of earthquake discourse on YouTube in public perception

Davut Atmaca^{1*} , Serkan Akbulut² 

¹ Çanakkale Biga Balıklıçeşme Ortaokulu, Çanakkale, Türkiye

² İzmir Buca Makbule Süleyman Alkan Ortaokulu, İzmir, Türkiye

Özet: Bu çalışmanın amacı YouTube'da deprem temalı bir içerik etrafında oluşan kullanıcı yorumlarının dijital mizah, bilimsel merak, toplumsal eleştiri ve yanlış bilgi eksenlerinde nasıl bir söylem yapısı ürettiğini incelemektir. Çalışma nitel araştırma yaklaşımıyla tasarlanmış, veri toplama sürecinde doküman incelemesi yöntemi kullanılarak 10.09.2025 tarihinde erişilebilir durumda olan 500 kullanıcı yorumu içerik analizi kapsamında değerlendirilmiştir. Veriler tematik analiz ve duygu tonu analizi olmak üzere iki ayrı kodlama sistemiyle çözümlenmiş, yorumların dağılımını ortaya koymak için frekans ve yüzde hesaplamalarından yararlanılmıştır. Bulgular, yorumların %42'sinin ironi ve mizah, %24'ünün bilimsel merak ve sorgulama, %18'inin toplumsal eleştiri ve %10'unun yanlış bilgi veya eksik anlayış içerdiğini göstermektedir. Ayrıca duygu tonu analizinde ise %55 oranında mizahi/ironik, %25 eleştirel, %15 merak odaklı ve %5 destekleyici ifadeler tespit edilmiştir. Emoji kullanımının özellikle mizahi çerçeveyi güçlendirdiği ve dijital etkileşimde kolektif anlam üretimini görünür kıldığı belirlenmiştir. Sonuç olarak deprem söyleminin dijital ortamda ağırlıklı olarak mizah ve ironi üzerinden yeniden üretildiği, bunun bir yandan katılımı ve kolektif yorumlamayı artırdığı diğer yandan bilimsel bilginin gündelik söylem içinde yeniden çerçevelenmesine yol açtığı görülmüştür. Buna karşılık yanlış bilgi ve kavramsal eksikliklerin aynı etkileşim alanında varlığını sürdürmesi afet iletifimi açısından önemli bir kırılma alanı oluşturmaktadır ve bu nedenle dijital afet iletifiminde hedef odaklı doğru bilgi stratejileri ile medya okuryazarlığı uygulamalarının güçlendirilmesi gerekmektedir.

Anahtar Sözcükler: Afet iletifimi, dijital mizah, kamusal algı

Abstract: The aim of this study is to examine how user comments on YouTube, surrounding earthquake-themed content, generate a discourse structure based on digital humor, scientific curiosity, social criticism, and misinformation. The study was designed using a qualitative research approach, and 500 user comments accessible as of September 10, 2025, were analyzed using document analysis. The data were analyzed using two separate coding systems: thematic analysis and sentiment analysis. Frequency and percentage calculations were used to reveal the distribution of comments. The findings show that 42% of the comments contained irony and humor, 24% scientific curiosity and questioning, 18% social criticism, and 10% misinformation or incomplete understanding. Furthermore, sentiment analysis revealed that 55% were humorous/ironic, 25% critical, 15% curiosity-focused, and 5% supportive. The use of emojis was found to particularly strengthen the humorous framework and make the collective meaning-making in digital interaction visible. In conclusion, it has been observed that the discourse surrounding earthquakes is predominantly reproduced in the digital environment through humor and irony, which on the one hand increases participation and collective interpretation, and on the other hand leads to the reframing of scientific knowledge within everyday discourse. Conversely, the persistence of misinformation and conceptual deficiencies in the same interaction space constitutes a significant area of vulnerability for disaster communication, and therefore, it is necessary to strengthen targeted, accurate information strategies and media literacy practices in digital disaster communication.

Keywords: Disaster communication, digital humor, public perception

Citation: Atmaca, D. & Akbulut, S. (2026). Disaster communication and digital humor: The role of earthquake discourse on YouTube in public perception. *International Journal of Communication and Art*, 7(17), 114-128.

Extended Abstract

The rapid expansion of digital media has significantly transformed the ways in which societies access, interpret, and disseminate information. Platforms such as YouTube enable direct interaction between experts and the public, allowing users to pose questions, share opinions, and construct collective meanings through comments and symbolic expressions. In the context of disaster communication, these digital interactions provide valuable insight into public knowledge levels, risk perception, and misinformation patterns. In Türkiye, where seismic risk is structurally embedded due to tectonic conditions, understanding how earthquake discourse circulates in digital environments is critically important. The examined case centers on a YouTube interaction in which a participant asked whether earthquakes could be prevented by relocating fault lines, and geologist Celal Şengör responded ironically, "How are we going to do that, sister?" This exchange triggered extensive user engagement, making it a suitable case for analyzing digital humor, public perception, and disaster communication dynamics.

Method: This study is designed within a qualitative research framework and is based on the content analysis of 500 publicly accessible YouTube comments that were visible on September 10, 2025. Due to the fluctuation of digital comment counts over time, the dataset was limited to comments accessible on the specified date. A full count method was applied, and all visible comments were included in the analysis. Comments consisting only of repetitive symbols or lacking semantic consistency were excluded. User identities were anonymized, and only publicly available data was used. The analysis consisted of four stages: (1) Data organization and identification of analysis units. (2) Segmentation into semantic units. (3) Inductive coding and categorization. (4) Theme creation and interpretation. Two parallel coding frameworks were applied: Thematic analysis and sentiment tone analysis. Frequencies and percentages were calculated to support qualitative interpretation. Coding reliability was enhanced through repeated review and expert consultation.

Findings: The findings indicate that the dominant thematic category in user comments is irony and humor (42%). Scientific curiosity and inquiry constitute 24% of comments, while public criticism accounts for 18%. Comments reflecting misinformation or incomplete understanding represent 10%, and supportive or positive reactions constitute 5%. Emotional tone analysis reveals that 55% of comments carry a humorous or ironic tone, 25% are critical, 15% reflect curiosity or questioning, and 5% are supportive. These results show that even serious issues such as earthquakes are frequently reframed through humor in digital communities. Emoji analysis further reinforces this pattern. Laughing emojis were the most frequently used (f=134), indicating that the expression was widely interpreted within a comedic frame. Emojis expressing surprise or embarrassment (f=42), admiration or support (f=27), and mild humor or sympathy (f=19) reveal multiple emotional layers coexisting within the discourse. Emojis function not only as emotional signals but also as symbolic tools structuring digital meaning-making. Regarding misinformation, 10% of comments included incorrect assumptions, such as the belief that earthquakes could be prevented by relocating faults, that only certain regions are at risk, or that early warning systems are unreliable. These findings indicate persistent conceptual gaps in public understanding of seismic processes.

Conclusion: The study demonstrates that YouTube comments constitute a multidimensional communicative space in which earthquake discourse is reproduced through humor, irony, scientific curiosity, and public criticism. Digital humor operates as both a community-building mechanism and a strategy for indirect critique. While users frequently engage in comedic reinterpretation, a significant portion also seeks scientific clarification and expresses expectations regarding public responsibility. However, the presence of misinformation highlights the need for strengthened digital disaster communication strategies. Overall, the findings suggest that digital platforms are not merely channels for information exchange but arenas where collective meaning, emotional framing, and public perception of disaster risk are actively constructed. Integrating humor-aware communication strategies and addressing specific misconceptions may enhance the effectiveness of digital disaster communication efforts. In conclusion, this study demonstrates that television cooking programs function not only as entertainment products but also as cultural learning environments that shape gastronomic aesthetics and culinary behaviors. The findings reveal that such programs enhance aesthetic awareness, encourage innovative cooking practices, increase motivation for food preparation, and strengthen the role of social approval in domestic dining experiences. By examining these multidimensional effects, the study contributes to the literature on media influence and gastronomy. It also provides practical insights for media producers, gastronomy educators, and culinary professionals. Future research may explore the impact of digital food content on social media platforms and compare its influence with traditional television cooking programs in shaping contemporary culinary practices.

Giriş

Günümüzde dijital medya ortamlarında afetlere ilişkin söylemler bilgi aktarımı ile sınırlı kalmamaktadır. Bu tür söylemlerin mizah, ironi ve popüler kültür unsurlarıyla yeniden üretildiği görülmektedir. Özellikle deprem gibi yüksek risk içeren ve toplumsal etkileri son derece ciddi olan bir olgunun dijital ortamlarda mizahi bir çerçevede ele alınması afet iletifimi açısından önemli bir tartışma alanı oluşturabilmektedir.

Son yıllarda dijital medya araçlarının toplumun bilgi edinme biçimleri üzerindeki etkisi giderek artmaktadır. YouTube, sosyal medya ve diğer çevrimiçi platformlar halkın doğrudan uzmanlara ulaşabildiği, sorular sorabildiği ve yorumlar aracılığıyla görüşlerini paylaşabildiği önemli araçlar hâline gelmiştir. Bu durum afet iletifimi bağlamında halkın bilgi düzeyini ve risk algısını anlamak için yeni araştırma fırsatları sunmaktadır (Veil vd., 2011). Dijital platformlar aracılığıyla yapılan etkileşimler afet bilgisi ile yanlış algılar arasındaki boşluğu ve iletifim süreçlerinin etkinliğini değerlendirmek açısından değerli veri kaynaklarıdır.

Bu araştırma dijital mizahı eğlence unsuru olmanın da ötesinde toplumsal anlam üretimi ve eleştirel söylem aracı olarak ele almaktadır. Güncel çalışmalar dijital mizahın özellikle sosyal medya ortamlarında kolektif kimlik üretimi, eleştirel söylem geliştirme ve kriz durumlarında duygusal başa çıkma mekanizması olarak işlev gördüğünü ortaya koymaktadır (Shifman, 2014; Highfield, 2016; Milner, 2016). Bu bağlamda çalışma dijital mizahı otoriteyi sorgulayan, kullanıcılar arasında ortak bir anlam alanı oluşturan ve söylemi yeniden üreten bir pratik olarak değerlendirmektedir. Ayrıca son dönem araştırmalar mizahın yanlış bilgiyle ilişkili biçimde dolaşıma girebildiğini ve özellikle ironi içeren içeriklerin bilgi ile yanlış bilgi arasındaki sınırları bulanıklaştırabildiğini göstermektedir (Young, 2020; Vraga & Bode, 2020). Bu yönüyle dijital mizah hem bir direniş ve eleştiri aracı hem de kimi durumlarda yanlış bilgiyi görünür kılan veya yeniden üreten bir risk alanı olarak çift yönlü bir işleve sahiptir.

Bu çerçevede araştırmanın temel amacı YouTube platformunda deprem söyleminin dijital mizah aracılığıyla nasıl yeniden üretildiğini ortaya koyarak bu üretimin hangi tematik ve duygusal örüntüler üzerinden gerçekleştiğini ve söz konusu söylemlerin kamusal algı ile afet iletifimi bağlamında ne tür sonuçlar doğurduğunu ortaya koymaktır. Dolayısıyla YouTube kullanıcı yorumlarından doküman incelemesi yoluyla elde edilen veriler üzerinde içerik analizi yöntemiyle betimsel istatistiğe tabi tutulmuştur.

Araştırma sahası Türkiye'de geniş kitleler tarafından takip edilen bir yer bilimciye yöneltilen soru ve bu soruya verilen yanıt etrafında oluşan yoğun dijital etkileşim alanı ile sınırlandırılmıştır. İncelenen içerik YouTube platformunda yüksek görünürlük ve etkileşim düzeyine ulaşarak yüzlerce kullanıcı yorumunun üretildiği bir dijital söylem alanı oluşturmuştur. 10.09.2025 tarihi itibarıyla erişilebilir durumda olan 500 yorumun tamamının analize dâhil edilmesi söz konusu dijital mizah ve söylem üretiminin belirli bir kütleli yoğunluğa ulaştığını ve bu bağlamın bilimsel inceleme açısından yeterli bir veri zemini sunduğunu göstermektedir. Araştırmaya konu olan örnekte Türkiye'de yer bilimleri alanında öne çıkan bilim insanlarından Celal Şengör, YouTube üzerinden gerçekleştirdiği bir yayında izleyicilerden gelen soruları yanıtlamaktadır. Bu süreçte bir katılımcı tarafından yöneltilen "Fay hatlarını yerinden değiştirirsek depremleri önleyebilir miyiz?" sorusuna Şengör'ün "Nası yapacağız onu abla be" şeklindeki ironik yanıtı kısa sürede yoğun dijital etkileşim üretmiştir. Söz konusu etkileşim bir yandan deprem olgusuna ilişkin bilgi eksiklikleri ve yanlış algıları görünür kılarken diğer yandan kullanıcı yorumları aracılığıyla mizah, ironi ve eleştirel söylemin kolektif bir biçimde yeniden üretildiği bir dijital söylem alanı ortaya çıkarmıştır.

Deprem gibi doğal afetlerin sıklığı ve etkileri göz önünde bulundurulduğunda halkın doğru bilgiye erişimi ve risk farkındalığı büyük önem taşımaktadır. Ancak toplumda depremle ilgili bilgi eksiklikleri ve yanlış algılar yaygın olarak görülmektedir. Bu durum bilim insanlarının halkla kurduğu iletifim biçiminin salt bilgi aktarımının ötesinde bireylerin risk algısını, bilinçli karar verme süreçlerini ve toplumsal dayanışmayı şekillendirme potansiyelini de ortaya koymaktadır.

Afet iletifimine yönelik literatürde Demiröz (2020) yaptığı çalışmada derleme (literatür taraması) yöntemini kullanmıştır. Çalışmada sosyal medyanın afet yönetimi süreçlerinde etkili bir iletifim ve koordinasyon aracı olduğu ayrıca sosyal medyanın yanlış kullanımı durumunda krizleri derinleştirme potansiyeli taşıdığı sonucuna ulaşmıştır. Mavi (2020) rnek olay ve doküman incelemesine dayalı araştırmasında medyanın afet kriz yönetimi sürecinde bilgilendirme, etkileşim sağlama, toplumsal tepkileri yansıtma ve bireyleri bir araya getirme gibi işlevlerle önemli bir rol üstlendiği sonucuna ulaşmıştır. Oran ve Akan (2021) alışmasında içerik analizi yöntemi kullanmış olup, çalışmada AFAD'ın sosyal medya izerinden yürüttüğü eř zamanlı ve sistemli iletifimin kriz süreçlerinde toplumdaki kaygı ve belirsizliğin azaltılmasında etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Umunç (2022) tarafından yapılan çalışmada eleştirel söylem analizi yöntemi kullanılmış olup çalışmada siyasi liderlerin afet dönemlerinde Twitter'ı etkin biçimde kullandıkları ve söylem türleri bakımından farklılaşarak bu platformun önemli bir dijital kamusal tartışma alanı işlevi gördüğü sonucuna ulaşılmıştır. Aslantaş (2023)'te derleme (literatür incelemesi) yöntemi kullanılmış olup, iletifim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte sosyal medyanın afet-toplum etkileşiminde daha hızlı, katılımcı ve yönlendirici bir rol üstlendiği sonucuna ulaşılmıştır. Sarihan (2024) tarafından gerçekleştirilen çalışma bibliyometrik analiz yöntemi doğrultusunda gerekleştirilmif olup çalışmada Türkiye'de afet iletifimi alanındaki çalışmaların büyük ölçüde deprem odaklı olduğu ve özellikle 2023 yılında belirgin bir artış gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bal ve Yılmaz (2024) tarafından yapılan çalışmada sosyal medyanın doğal afet krizlerinde bilgi yayılımı, iletifim ve olayların izlenmesi açısından stratejik bir araç olarak öne çıktığı sonucuna ulaşılmıştır. lmez (2025) tarafından gerçekleştirilen çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılmış olup çalışma sonunda yerel yönetimlerin sosyal medya kullanımında farklılıklar olduğu ve bazı belediyelerin afet yönetimi sürecinde bu araçları yeterince etkin kullanamadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu alışmalar afet iletifiminin yalnızca bilgi aktarımıyla sınırlı olmadığını; bireylerin risk algısını, bilgi edinme süreçlerini ve toplumsal dayanışma biçimlerini şekillendirdiğini ortaya koymaktadır.

Bu alışma söz konusu literatürden farklı olarak belirli bir dijital ifade etrafında oluşan kolektif mizah, dram ve söylem dinamiklerini inceleyerek afet iletifimi alanına özgün bir katkı sunmayı hedeflemektedir. Bu doğrultuda çalışmada aşağıdaki alt araştırma sorularına yanıt aranmıştır:

- YouTube'de deprem içerikli videolara yapılan kullanıcı yorumları hangi temalar çerçevesinde şekillenmekte ve bu temalar yorumlar içerisinde hangi sıklık ve oranlarda temsil edilmektedir?
- Deprem videolarına yapılan YouTube yorumları, kullanıcıların hâkim duygusal eğilimlerini ve algılarını ortaya koyacak şekilde hangi duygu tonlarına göre sınıflandırılabilir?
- YouTube yorumlarında ortaya çıkan mizah ve ironi örnekleri, dijital topluluklarda nasıl bir söylem üretmektedir?
- Deprem videolarına yapılan yorumlarda ortaya çıkan bilimsel merak ve toplumsal eleştiriler kullanıcıların deprem bilgisi, eğitim düzeyi ve kamu politikalarına yönelik algılarını nasıl yansıtılmaktadır?
- Celal şengr'n "Nası yapıcaz onu abla be" ifadesine gelen YouTube yorumlarında kullanılan emojiler, kullanıcıların olayı hangi duygusal erevde anlamlandırdığını nasıl yansıtılmaktadır?
- YouTube yorumlarında deprem ile ilgili yanlış bilgi ve eksik anlayış nasıl görünmektedir?

Kuramsal ereve

Afet iletifimi

Afet iletifimi; modern literatürde afet risklerinin azaltılması ve toplumsal dayanıklılığın artırılması bağlamında ele alınan çok boyutlu bir süreç olarak tanımlanmaktadır. Birleşmiş Milletler Afet Riskini Azaltma Ofisi (UNDRR, 2015) afet iletifimini risklerin toplum tarafından

anlaşılmasını sağlayan, erken uyarı mekanizmalarını destekleyen ve afetlere karşı hazırlık kapasitesini güçlendiren temel bir bileşen olarak değerlendirilmektedir. Bu yaklaşım afet iletişimini davranış değişikliği ve risk farkındalığı oluşturma süreci olarak da konumlandırmaktadır. Aitsi-Selmi ve Murray (2015) afet iletişimini afet yönetiminin tüm aşamalarına entegre edilmesi gereken bir yapı olarak ele almaktadır. Özellikle afet iletişiminin afet öncesi hazırlık, afet anı müdahale ve afet sonrası iyileştirme süreçleri arasında süreklilik sağlayan bir köprü işlevi gördüğünü vurgulamaktadır. Bu çerçevede afet iletişimi sürekli ve planlı bir risk yönetimi bileşeni olarak değerlendirilmektedir. Böylece toplumların afetlere karşı bilinç düzeyinin artırılması ve doğru davranış kalıplarının geliştirilmesi hedeflenmektedir.

Dünya Sağlık Örgütü (WHO, 2018) risk ve kriz iletişimini belirsizlik durumlarında güvenilir bilginin sağlanması, yanlış bilginin yayılmasının önlenmesi ve toplumsal güvenin korunması açısından kritik bir araç olarak tanımlamaktadır. Dolayısıyla afet iletişimi toplumun doğru bilgiye erişimini kolaylaştıran bir koordinasyon süreci olarak da görülmektedir. Özellikle kriz anlarında bilginin doğruluğu ve zamanında paylaşılması afetin etkilerinin azaltılmasında belirleyici bir rol oynamaktadır.

Son yıllarda literatürde afet iletişimi, dijital medya ve sosyal ağların etkisiyle daha karmaşık bir yapıya bürünmüştür. Houston vd., (2015) sosyal medyanın afet iletişimini hızlandıran ve katılımcı hale getiren bir araç olduğunu belirterek, sosyal medyanın yanlış bilgi yayılımı ve bilgi kirliliği riskini de artırdığını ifade etmektedir. Bu nedenle afet iletişimi günümüzde gerek kurumsal gerekse dijital ağları kapsayan, doğrulanmış bilginin etkin biçimde üretildiği ve paylaşıldığı bütüncül bir sistem olarak değerlendirilmektedir.

Dijital Mizah

Dijital mizah; dijital ortamların yaygınlaşmasıyla birlikte kullanıcıların gündelik deneyimlerini, toplumsal olayları ve kültürel pratikleri esprili bir dille yeniden üretmesi olarak tanımlanmaktadır. Shifman (2014) internet mizahını özellikle “meme” kültürü üzerinden ele alarak bu içeriklerin bireysel üretimden çok kolektif anlam üretimine dayandığını ve sosyal ağlar aracılığıyla hızla yayıldığını vurgulamaktadır. Dolayısıyla dijital mizah salt bir içerik üretimi olmaktan öte ortak kültürel kodların paylaşıldığı bir iletişim biçimi olarak değerlendirilmektedir.

Dijital mizahın en belirgin özelliklerinden birisi kullanıcı katılımına açık ve yeniden üretilebilir bir yapıya sahip olmasıdır. Jenkins vd., (2013) katılımcı kültür çerçevesinde dijital içeriklerin kullanıcılar tarafından sürekli dönüştürüldüğünü ve bu dönüşümün anlamın çoğalmasına yol açtığını belirtmektedir. Bu durum mizahın sabit bir içerik olmaktan çıkıp farklı bağlamlarda yeniden yorumlanan dinamik bir yapıya dönüşmesini sağlamaktadır. Özellikle sosyal medya platformlarında dijital mizah toplumsal olaylara verilen tepkilerin görünür hale geldiği bir alan olarak da işlev görmektedir. Shifman (2014) bu tür mizahi içeriklerin bireylerin duygusal tepkilerini ifade etmelerine imkân tanıyarak toplumsal meseleler karşısında eleştirel bir duruş geliştirmelerine aracılık ettiğini ifade etmektedir. Bu nedenle dijital mizah salt bir eğlence olmaktan çıkarak sosyal yorum ve eleştiri üretiminin de bir aracı olarak değerlendirilmektedir.

Kamusal Algı

Kamusal algı, bireylerin belirli bir olay, konu ya da duruma ilişkin geliştirdikleri bireysel değerlendirmelerin zamanla etkileşim, iletişim ve bilgi akışı yoluyla ortak bir toplumsal çerçeveye dönüşmesi olarak ele alınmaktadır. Kamusal algı, sosyal etkileşim süreçleri içinde sürekli yeniden üretilen dinamik bir yapı olarak tanımlanmaktadır. Chong ve Druckman (2017) kamusal algının özellikle çerçeveleme (framing) süreçleriyle şekillendiğini ve bireylerin aynı olayı farklı bilgi sunumlarına göre farklı biçimlerde anlamlandırabildiğini vurgulamaktadır.

Kamusal algının oluşumunda medya ve iletişim kanalları belirleyici bir rol oynamaktadır. Özellikle günümüz dijital medya ortamları bireylerin içerik üreticisi olmasını sağlayarak algı oluşum sürecini daha katılımcı bir hale getirmiştir. Papacharissi (2015) dijital ağlarda oluşan “duygusal kamusalı” kavramı üzerinden bireylerin sosyal medya etkileşimleri aracılığıyla

olaylara ilişkin ortak duygusal ve bilişsel tepkiler geliştirdiğini belirtmektedir. Bu durum kamusal algının salt rasyonel bilginin ötesinde duygusal paylaşım süreçlerine de dayandığını göstermektedir. Özellikle afetler krizler ve toplumsal olaylar gibi belirsizlik içeren durumlarda kamusal algı daha hızlı ve yoğun bir şekilde şekillenmektedir. Veil vd., (2011) kriz iletişiminde sosyal medyanın bilgi yayılımını hızlandırarak yanlış bilginin dolaşımını artırıp algı yönetimini karmaşık hale getirdiğini ifade etmektedir. Bu nedenle kamusal algı kriz anlarında resmi bilgi kaynakları ile kullanıcı üretimi içerikler arasındaki etkileşimden doğan çok katmanlı bir yapı olarak değerlendirilmektedir.

Sonuç olarak kamusal algı modern iletişim ortamlarında statik bir düşünce yapısı olmaktan çıkmıştır. Özellikle dijital etkileşimler, medya çerçeveleri ve toplumsal deneyimlerin birleşimiyle sürekli dönüşen bir olgu haline gelmiştir. Bu dönüşüm özellikle sosyal medya platformlarının etkisiyle daha hızlı gerçekleşmekte ve bireylerin olaylara ilişkin ortak anlam üretme süreçlerini doğrudan etkilemektedir.

Afet İletişiminde Mizah: Dram ve Mizah Arasındaki Kuramsal İlişki

Afet iletişimi literatüründe mizah, kriz ve belirsizlik durumlarında bireylerin yaşanan olayları anlamlandırma ve başa çıkma süreçlerini etkileyen önemli bir iletişim aracı olarak ele alınmaktadır. Özellikle afetler gibi yüksek stres ve duygusal yoğunluk içeren durumlarda mizahın “dram” olarak tanımlanan ciddi, trajik ve yıkıcı olayları yeniden çerçeveyerek daha katlanabilir hale getirdiği ifade edilmektedir. Bu bağlamda mizah, dramatik gerçekliğin doğrudan karşıtı olarak değil de onunla etkileşim içinde gelişen tamamlayıcı bir anlam üretme biçimi olarak değerlendirilmektedir (Kuipers, 2015).

Dram ve mizah arasındaki kuramsal ilişki, bireylerin kriz durumlarında geliştirdikleri bilişsel ve duygusal tepkiler üzerinden açıklanmaktadır. Martin ve Ford (2018) mizahın özellikle stresli ve travmatik durumlarda psikolojik dayanıklılığı artıran bir başa çıkma mekanizması olduğunu ve bireylerin olumsuz deneyimleri yeniden yorumlamasına imkân sağladığını belirtmektedir. Bu çerçevede dram olayın yıkıcı ve duygusal yönünü temsil ederken mizah, bu yıkıcılığı dönüştüren ve hafifleten bir yeniden anlamlandırma süreci olarak işlev görmektedir. Afet iletişimi anlamında mizahın bu çift yönlü yapısı sosyal medya ortamlarında daha görünür hale gelmektedir. Shifman (2014) dijital mizahın özellikle “meme” kültürü aracılığıyla kolektif deneyimleri paylaşma açtığını ve ciddi olayların bile mizahi bir çerçeve içinde yeniden üretilebildiğini ifade etmektedir. Bu durum afet gibi dramatik olayların salt korku ve endişe üzerinden değil mizahi anlatılar üzerinden de toplumsal olarak tartışıldığını göstermektedir. Dolayısıyla afet iletişiminde mizah ve dram arasındaki ilişki birbirini dışlayan değil aksine birbirini tamamlayan bir kuramsal yapı olarak değerlendirilmektedir. Mizah, dramatik olayların yarattığı yoğun duygusal yükü hafifletirken diğer taraftan eleştirel düşünme ve toplumsal farkındalık üretme potansiyeli de taşımaktadır.

Yöntem

Bu araştırma nitel araştırma yaklaşımı çerçevesinde tasarlanmış olup veri toplama sürecinde doküman incelemesi yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırmaların temel özelliği bireylerin herhangi bir gerçekliği kendi sosyal dünyalarıyla etkileşimleri içinde nasıl inşa edildiği üzerine yoğunlaşması olarak nitelendirilmektedir (Merriam, 2013). Bu yöntemin seçilme nedeni YouTube yorumları gibi doğal olarak oluşan dijital verilerin katılımcıların kendi sosyal bağlamları içinde ürettikleri anlamları ve gerçeklik inşalarını doğrudan ortaya koymaya imkân vermesidir.

Evren ve Örneklem

Bu araştırmada Youtube'de yer alan kullanıcı yorumları veri kaynağı olarak kullanılmıştır. Çalışmanın veri setini 10.09.2025 tarihinde ilgili YouTube videosu altında erişilebilir ve görünür durumda olan toplam 500 kullanıcı yorumu oluşturmaktadır. Dijital platformlarda içerik ve yorum sayıları zaman içerisinde artabilmekte, silinebilmekte ya da erişim kısıtlamalarına bağlı olarak değişebilmektedir. Bu nedenle araştırma kesitsel (cross-sectional) bir tasarım çerçevesinde planlanmış ve veri seti belirli bir tarihte erişilebilir olan içerikle

sınırlandırılmıştır. Veri toplama tarihinde sistem üzerinde görünür durumda olan tüm yorumlar kapsama alınmış, bu doğrultuda örnekleme yoluna gidilmeksizin çalışma grubu oluşturulmuştur. Dolayısıyla araştırma belirlenen zaman diliminde dijital ortamda üretilen söylemin bütüncül bir görünümünü ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Veri Toplama Süreci

Araştırmadaki veriler YouTube platformunda herkese açık olarak paylaşılan kullanıcı yorumlarından 10.09.2025 tarihinde derlenerek dijital ortama aktarılmıştır. Veri toplama tarihinde görünür durumda olan toplam 500 yorumun tamamı analiz kapsamına dâhil edilerek bu doğrultuda erişilebilir veri seti üzerinde tam sayım yöntemi uygulanmıştır. Yorumların platformda “X yıl önce” veya “X ay önce” şeklinde görelî zaman ifadeleriyle sunulması nedeniyle analizde paylaşım zamanları yerine veri toplama tarihinde erişilebilir olma durumu esas alınmıştır. Veri seti oluşturulurken içerikler özgün biçimleri korunarak kaydedilmiştir. Bununla birlikte veri temizleme sürecinde tekrar eden, sadece sembolik ifadelerden oluşan veya anlam bütünlüğü taşımayan içerikler analiz dışı bırakılmıştır. Çalışmada kamuya açık içerikler kullanılmış olup kullanıcı kimlikleri etik ilkeler doğrultusunda anonimleştirilmiştir.

Veri Analizi

Araştırmadaki veriler içerik analizi çerçevesinde değerlendirilmiştir. İçerik analizi; verilerin sistematik biçimde kodlanmasını, kategorilere ayrılmasını ve tematik yapılar altında yorumlanmasını amaçlayan bir yöntemdir (Bengtsson, 2016; Mayring, 2014). Bu doğrultuda analiz sürecinde içeriklerin yanı sıra yorumların üretildiği dijital bağlam ve etkileşimsel özellikler de dikkate alınmıştır. Analiz süreci nitel bir yaklaşımla yürütülmekle birlikte temaların yoğunluk düzeyini ortaya koymak amacıyla frekans ve yüzde dağılımlarından da yararlanılmıştır. Bu kullanım bulguların nicel olarak genellenmesi amacıyla değil temaların veri içindeki görelî ağırlığını göstermek amacıyla tercih edilmiştir. Araştırmadaki tematik analiz ile duygu tonu analizi ayrı kodlama çerçeveleri üzerinden yürütülmüştür. Tematik analiz yorumların içeriksel yapısını ortaya koymayı amaçlarken duygu tonu analizi yorumların duygusal ve söylemsel niteliğini belirlemeye odaklanmıştır. Bu nedenle her iki analiz süreci farklı kategorik sınıflandırmalar üzerinden gerçekleştirilmiştir. Araştırmadaki duygu tonu analizi araştırmacılar tarafından önceden belirlenen kodlama kategorileri doğrultusunda manuel olarak gerçekleştirilmiştir. Bu süreçte yorumlar duygusal ve söylemsel özelliklerine göre sınıflandırılmış ve her bir yorum ilgili kategori altında değerlendirilmiştir. Araştırmanın güvenilirliğini artırmak amacıyla kodlama süreci birden fazla kez gözden geçirilmiş ve kodlama sürecinde iki eğitim bilimleri uzmanının görüşüne başvurulmuş görüş birliği sağlanmıştır.

Bulgular

Bu bölümde Celal Şengör'ün YouTube'daki “Nası yapacağız onu abla be?” ifadesine 10.09.2025 tarihinde görünür durumda olan 500 adet yorum, içerik analizi yöntemiyle incelenerek öne çıkan temalar etkileşim sıklıkları ve duygu tonları üzerinden analiz edilmiştir.

YouTube'de Deprem İçerikli Videolara Yönelik Yorumların Tematik Dağılımı ve Yoğunluk Analizi

YouTube'de “Nası yapacağız onu abla be?” videosuna yönelik kullanıcı yorumlarının tematik dağılımı ve sıklık oranları Tablo 1'de yer almaktadır. Tablo 1 incelendiğinde YouTube yorumlarında en yüksek frekansa sahip temanın “ironi ve mizah” olduğu görülmektedir (%42). Bu durum kullanıcı söyleminin önemli ölçüde esprili ve ironik bir çerçevede üretildiğini göstermektedir. Bunu %24 oranıyla “bilimsel merak / sorgulama” teması izlemektedir. Bu iki temanın toplamda %66'lık bir dağılıma sahip olması yorumların ağırlıklı olarak mizah ve sorgulama ekseninde yoğunlaştığını ortaya koymaktadır. “Toplumsal eleştiri” teması %18 oranında görülürken “bilgi eksikliği / yanlış algı” teması %10 düzeyinde kalmıştır. En düşük frekansa sahip tema ise %6 oranıyla “destekleyici / pozitif tepki” olmuştur. Bu dağılım kullanıcıların yorumlarda çoğunlukla mizahi, eleştirel ve sorgulayıcı bir dil benimsediklerini ayrıca doğrudan destekleyici ve olumlu ifadelerin ise sınırlı kaldığını göstermektedir.

Tablo 1. YouTube yorumlarında öne çıkan temaların frekans ve yüzde dağılımı

Program	f	%
Bilimsel Merak / Sorgulama	120	24
İroni ve Mizah	210	42
Toplumsal Eleştiri	90	18
Bilgi Eksikliği / Yanlış Algı	50	10
Destekleyici / Pozitif Tepki	30	6
Toplam	500	100

YouTube'de Deprem Videolarına Yapılan Yorumların Duygu Tonlarına Göre Sınıflandırılması

Bu başlıkta YouTube'de "Nası yapacağız onu abla be?" videosuna yapılan kullanıcı yorumları içerik analizi kapsamında duygu tonlarına göre sınıflandırılmıştır. Duygu tonu analizi yorumların içeriksel temasından bağımsız olarak söylemin duygusal ve ifade biçimsel niteliğini belirlemeyi amaçlamaktadır. Bu çerçevede yorumlar dört temel duygu kategorisi altında Tablo 2'de aktarılmıştır.

Tablo 2. Yorumların duygu tonları dağılımı

Duygu / Ton	%
Mizahi / İronik	55
Eleştirel	25
Merak / Sorgulama	15
Destekleyici	5
Toplam	100

Tablo 2 incelendiğinde yorumların duygu tonu açısından en baskın kategorisinin mizahi ve ironik ifadeler olduğu görülmektedir (%55). Yorumların yarısından fazlasının bu kategoride yer alması kullanıcı söyleminin deprem gibi ciddi bir konuya rağmen önemli ölçüde mizah ve ironi üzerinden üretildiğini göstermektedir. Eleştirel ton taşıyan yorumlar %25 oranında olup kullanıcıların kayda değer bir bölümünün olaylara sorgulayıcı ve eleştirel bir perspektiften yaklaştığını ortaya koymaktadır. Merak ve sorgulama içeren yorumlar %15 düzeyinde kalırken, destekleyici ve olumlu ifadeler %5 ile en düşük oranı oluşturmaktadır.

Genel olarak değerlendirildiğinde kullanıcı yorumlarının ağırlıklı olarak mizahi ve eleştirel tonlar etrafında şekillendiği; doğrudan destekleyici veya pozitif ifadelerin ise sınırlı kaldığı görülmektedir. Bu dağılım dijital ortamlarda afet konulu içeriklere yönelik duygusal tepkinin homojen olmadığını ancak mizahın önemli bir ifade stratejisi olarak öne çıktığını göstermektedir.

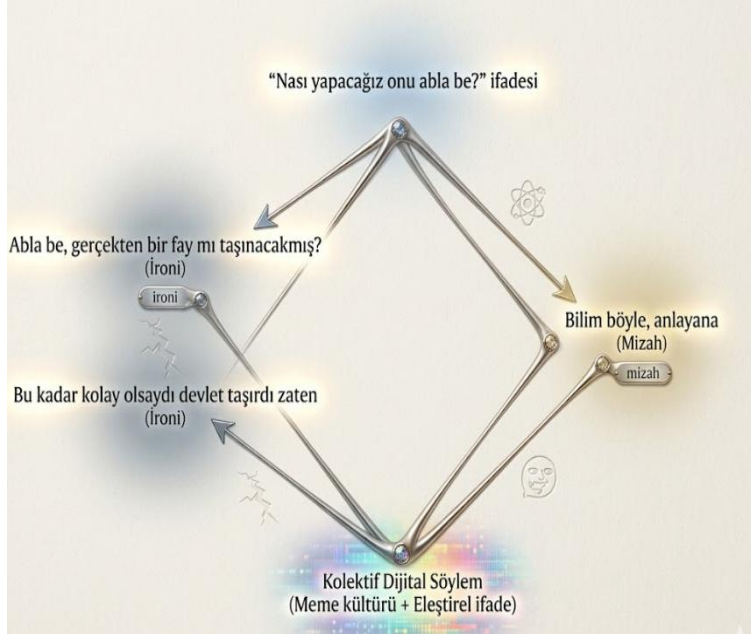
YouTube Yorumlarında Mizah ve İroninin Dijital Topluluk Söylemine Etkisi

Youtube yorumlarında öne çıkan temaların %42'sinde "Nası yapacağız onu abla be?" ifadesi mizah ve ironi ekseninde yeniden üretilmiştir. Bu tekrar eden ifade dijital topluluk içinde ortak bir referans noktası oluşturarak meme kültürü niteliği kazanmıştır. Böylece bireysel yorumlar kolektif bir söylem kalıbı üzerinden yeniden dolaşıma sokulmuştur. YouTube yorumlarında mizah ve ironi yoluyla kolektif söylem oluşumu Şekil 1'de gösterilmiştir.

Şekil 1'de yer alan söylemler kullanıcıların "fay taşınması" gibi gerçeklikten uzak veya abartılı bir öneriye doğrudan karşı çıkmak yerine ironik ve mizahi bir dil aracılığıyla tepki verdiklerini göstermektedir. İlk iki yorum önerinin absürtlüğünü vurgulamak amacıyla sorgulayıcı ve alaycı bir üslup kullanmaktadır. Üçüncü yorum ise bilgiye atf yaparken hafif bir mizah tonu benimsemekte ve dolaylı bir eleştiri üretmektedir. Mevcut durum mizah ve ironinin dijital topluluklarda eğlence amacı taşıdığı kadar eleştirel bir söylem üretme aracı olarak da işlev

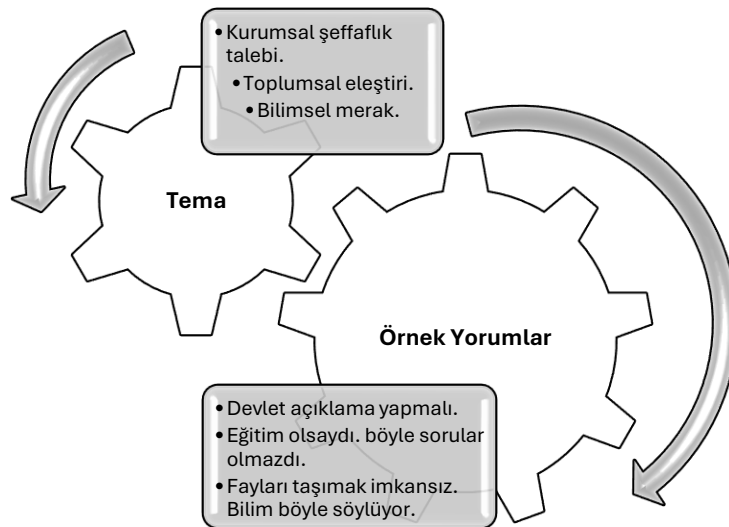
gördüğünü ortaya koymaktadır. Tekrarlanan ifade kalıpları ve ortak referanslar kullanıcılar arasında paylaşılan bir anlam alanı oluşturarak deprem gibi ciddi bir konunun bile kolektif bir mizah dili üzerinden yeniden çerçevlendiğini göstermektedir. Bu durum dijital kamusal alanda mizahın topluluk içi bağ kurmanın yanında dolaylı eleştiriyi üretme işlevine de sahip olduğunu göstermektedir.

Şekil 1. Dijital topluluklarda mizah ve ironinin söylem üretim süreci



YouTube Yorumlarında Bilimsel Merak ve Toplumsal Eleştirinin Kullanıcı Algılarına Yansımaları

Bilimsel merak ve toplumsal eleştiriyeye yönelik kullanıcı söylemlerine yönelik durum değerlendirildiğinde kamu otoritesine yönelik beklenti, bilimsel merak ve toplumsal eleştiri temalarının öne çıktığı belirlenmiş olup bu temalara ilişkin örnek yorumlar Şekil 2'de sunulmuştur.



Şekil 2. Bilimsel merak ve toplumsal eleştiriyeye yönelik örnek yorumlar

Şekil 2'de yer alan örnekler incelendiğinde bilimsel merakın daha çok bilgiye dayalı düzeltme ve açıklama çabası içerdiği tespit edilmiştir. Ayrıca toplumsal eleştirinin ise kamusal sorumluluk ile beklenti ve bilinç düzeyi izerinden Şekillendiği anlaşılmaktadır. Sonuç olarak bilimsel merak, toplumsal eleştiri ve kamu otoritesine yönelik beklenti temaları birlikte değerlendirildiğinde dijital topluluklarda deprem konusunun bilgi ¼retimi ve kamusal hesap verebilirlik bağlamında tartışıldığı söylenebilir. Kullanıcılar bir yandan bilimsel doğruluğa vurgu yaparken diğer yandan kamu otoritelerinden daha Őeffaf ve açıklayıcı bir tutum beklemektedir.

YouTube Yorumlarında Emoji Kullanımı ve Duygusal ereveleme

YouTube yorumlarının incelenmesi sonucunda kullanıcıların Celal Şengör'¼n "Nası yapıcaz onu abla be?" ifadesine verdikleri tepkilerin b¼y¼k l¼de emojiler aracılığıyla ifade edildiği belirlenmiştir. Bu çerçevede emoji kullanımı ve duygusal çerçeveleme tematik olarak sınıflandırılmış olup buna ilişkin iř akışı Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3. YouTube yorumlarında mizah, ironi ve eleştirinin emoji ¼zerinden yansımaları

Emoji	Frekans	Tema	Açıklama
🤔🤔🤔	134	Mizah / Alay	Olayın komik bulunduğunu, kahkahaya dn¼řt¼r¼ld¼ę¼n¼ gösterir.
🤔🤔🤔	42	Şaşkınlık / Utanç	Sorunun abs¼rtl¼ę¼ne, inanılmazlığına verilen tepkiyi yansıtır.
❤️👉	27	Hayranlık / Destek	Celal Şengör'e duyulan sevgi, saygı ve alkışlama anlamı taşır.
😊😊	19	Hafif Mizah / Sempati	Daha yumuşak, eğlenceli ve olumlu bakış açısını ifade eder.
Diğer (🤔🤔🤔 vb.)	11	çeşitli tepkiler	Bireysel farklı tepkiler; ironi, d¼ř¼nme, aldırmalık içerir.

Tablo 3 incelendiğinde en y¼ksek frekansın mizah ve alay kategorisinde yoğunlaştığı gr¼lmektedir (f=134). Bu durum kullanıcıların söz konusu ifadeyi öncelikle eğlenceli ve meme niteliği taşıyan bir içerik olarak erevelediğini göstermektedir. Kahkaha emojisi, olayın ciddi bir bilimsel tartışmadan ziyade dijital mizah k¼lt¼r¼ içinde yeniden ¼retildięine işaret etmektedir. Şaşkınlık ve utanç emojileri (f=42) ise kullanıcıların ifadenin abs¼rtl¼ę¼n¼ vurguladığını ve durumu ciddiye dışı bir bağlamda değerlendirdiğini ortaya koymaktadır. Bu kategori mizahi çerçevenin yanında eleştirel ve sorgulayıcı bir duygusal tepkinin de var olduğunu göstermektedir. Hayranlık ve destek emojileri (f=27) Celal Şengör'¼n bilimsel otoritesine duyulan g¼ven ve saygıyı yansıtmaktadır. Bu bulgu yorumların mizaha ek olarak bilgi otoritesine yönelik olumlu bir algı ¼zerinden de Şekillendiğini göstermektedir. Hafif mizah ve sempati içeren emojiler (f=19) ise olayın daha yumuşak ve olumlu bir duygusal çerçevede değerlendirildiğine işaret etmektedir.

Genel olarak emoji kullanımı söz konusu ifadenin dijital toplulukta ağırlıklı olarak mizahi bir çerçevede anlamlandırıldığını ancak bu mizahi çerçevenin Şaşkınlık, eleştiri ve otoriteye duyulan saygı gibi farklı duygusal katmanlarla birlikte var olduğunu göstermektedir. Bu durum emojilerin duygusal tepkiye olduğu kadar dijital söylemin duygusal kodları olarak da işlev grd¼ę¼n¼ ortaya koymaktadır.

YouTube Yorumlarında Depreme İlişkin Bilgi Eksikliği ve Yanlış Algıların Gr¼n¼m¼

YouTube'de "Nası yapıcaz onu abla be?" videosuna yapılan yorumların değerlendirilmesi sonrasında deprem konusunda yanlış yönlendirmeler veya eksik bilgiler içeren örneklerin yer aldığı tespit edilmiştir. Bu başlık altında yer alan yorumlar içeriklerine göre alt temalara ayrılarak nitel olarak da değerlendirilmiştir. Buna göre kullanıcı yorumlarının frekans ve y¼zde dağılımları ile bir kısım örnek içerik Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. Bilgi eksikliği
ve yanlış algılar içeren
yorumlar

Alt Tema / Örnek Yorum	f	%
Fiziksel olarak imkânsız örnek çözüm önerisi / <i>Bu fay hatlarını sökülüp, taşırırsak depremin önüne geçmiş olur muyuz?</i>	15	3
Mekânsal risk yanlılığı / <i>Deprem sadece belirli bölgelerde olur, biz burayı etkilenmez sanıyoruz.</i>	20	4
Bilim ve teknolojiye güvensizlik / <i>Sismik uyarılar genelde yanlış çıkar, güvenilmez.</i>	15	3
Toplam	50	10

Tablo 4 incelendiğinde toplam 500 YouTube yorumu içerisinde 50 yorumun (%10) deprem konusunda bilgi eksikliği veya yanlış algı içerdiği görülmektedir. Bu yorumlar içeriklerine göre üç temel alt tema altında toplanmaktadır. İlk alt tema olan “fiziksel olarak imkânsız çözüm önerileri”, depremlerin oluşum mekanizmasına ilişkin temel jeolojik süreçlerin yeterince kavranmadığını göstermektedir. İkinci alt tema olan “mekânsal risk yanlılığı”, bireylerin deprem tehlikesini belirli bölgelerle sınırlı görerek kendi yaşadıkları alanları güvenli olarak değerlendirme eğiliminde olduklarını ortaya koymaktadır. Üçüncü alt tema olan “bilim ve teknolojiye güvensizlik” ise erken uyarı sistemlerine yönelik şüpheli yaklaşımları yansıtmaktadır. Bu bulgular dijital ortamlarda deprem bilgisine ilişkin yanlış anlamlandırmaların belirli kavramsal eksenler etrafında kümelenildiğini göstermektedir. Dolayısıyla afet iletişimi süreçlerinde bu tür yaygın yanlış inanışları doğrudan hedef alan bilgilendirme stratejilerinin geliştirilmesi önem taşımaktadır.

Tartışma

Bu araştırmada Celal Şengör'ün YouTube'daki “nası yapacağız onu abla be?” ifadesine yapılan kullanıcı yorumları içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Elde edilen bulgular dijital topluluklarda deprem söyleminin büyük ölçüde mizah ve ironi ekseninde üretildiğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda en dikkat çekici sonuçlardan biri bilimsel otoritenin yoğun bir bilgi aktarımı sürecinde dahi kullanıcı etkileşimiyle gündelik dil, mizah ve ironiye açık bir söylem alanına dönüşebilmesidir. Nitekim bir bilim insanının afet riskine ilişkin ciddi bir anlatı üretmeye çalıştığı bir anda kullanıcı tarafından dile getirilen “fayları taşıyalım” gibi gerçeklikten kopuk bir önerinin doğrudan çatışma yerine “nası yapcaz onu abla be?” şeklinde ironik bir yanıtla karşılık bulması yalnızca bir iletişim anı olmanın ötesinde bilimsel söylemin dijital ortamda yeniden çerçevelenme biçimini göstermektedir. Bu durum bilimsel bilginin tek yönlü aktarımından ziyade kullanıcı etkileşimiyle birlikte yeniden anlamlandırıldığı ve mizah aracılığıyla kolektif bir söylem alanına dönüştüğü bir iletişim örüntüsüne işaret etmektedir.

Afet iletişimi literatürü sosyal medyanın kriz anlarında bilgi akışını hızlandıran, etkileşimi görünür kılan ve kamusal tartışmaları taşıyan bir zemin sunduğunu ortaya koymaktadır. Bunun yanında yanlış bilginin yayılması ve belirsizliklerin artması gibi kırılğanlıklar da aynı ortamda belirginleşmektedir. Demiröz (2020) ve Mavi (2020) bilgi akışı ve etkileşim boyutuna dikkat çekmektedir. Oran ve Akan (2021) kurumsal iletişimin kaygı ve belirsizlik üzerindeki etkisini vurgulamaktadır. Ayrıca Umunç (2022) ise söylemin farklılaşarak dijital bir tartışma alanı ürettiğini göstermektedir. Bu çerçeve afet iletişiminin teknik bir bilgilendirme sürecinin ötesinde toplumsal anlam üretimiyle ilişkili bir pratik olduğunu ortaya koymaktadır.

Bu çalışmada elde edilen bulgular söz konusu çerçevenin dijital kültür dinamikleriyle yeniden şekillendiğini göstermektedir. Özellikle yorumların %42'sinin tematik olarak, %55'inin ise duygu tonu açısından mizah ve ironi içermesi deprem gibi yüksek risk ve ciddiyet içeren bir konunun kullanıcılar tarafından ağırlıklı olarak mizahi bir çerçeve içinde anlamlandırıldığını ortaya koymaktadır. Bu durum afet iletişiminde klasik olarak öne çıkan korku, kaygı ve dramatisasyon temelli söylemden belirgin bir sapmaya işaret etmektedir. Başka bir ifadeyle dramatik temsil bireylerde tehdit algısını artırmayı hedeflerken bu çalışmada ortaya çıkan mizahi temsil tehdidi doğrudan yoğunlaştırmak yerine onu yeniden çerçeveyerek sosyal olarak işlenebilir hale getirmektedir. Bu bulgu mizahın risk ve kriz iletişiminde duygusal

hafifletmeden ziyade bilişsel yeniden çerçeveleme işlevi gördüğünü ortaya koyan Nabi vd., (2017)'nin çalışmasıyla örtüşmektedir. Söz konusu çalışmada mizahın korku temelli mesajlara kıyasla savunmacı tepkileri azalttığı ve bireylerin mesajı daha işlenebilir bulmasına katkı sağladığı belirtilmektedir. Dolayısıyla mizah eğlence odaklı bir ifade biçiminin de ötesinde bir bilişsel başa çıkma ve anlamlandırma stratejisi olarak da işlev görmektedir.

Kullanıcıların "Nası yapacağız onu abla be?" ifadesini tekrar ederek meme kültürü içinde dolaşıma sokmaları bireysel tepkilerin kolektif bir söylem yapısına dönüştüğünü göstermektedir. Bu durum Umunç'un (2022) dijital ortamda söylemin yeniden üretimi ve dönüşümü ile ilgili bulgularıyla örtüşmektedir. Aynı zamanda bu kolektif mizah dili kullanıcılar arasında ortak bir anlam alanı oluşturarak sosyal bağ kurma işlevi de üstlenmektedir. Bununla birlikte mizahın algı üzerindeki etkisi çift yönlüdür.

Araştırmadaki bulgular mizahın bir yandan bilimsel merakı (%24) ve dolaylı eleştiriyi (%18) desteklediğini göstermektedir. Nitekim kullanıcıların önemli bir kısmı mizahi söylem içinde dahi bilimsel doğrulara atıf yapmakta ve kamusal sorumluluk beklentisini dile getirmektedir. Bu yönüyle mizah dramatik temsilden farklı olarak katılımı artıran ve kullanıcıyı pasif alıcıdan aktif yorumlayıcıya dönüştüren bir iletişim biçimi ortaya koymaktadır. Bu durum Demiröz (2020) ve Mavi (2020)'nin sosyal medyada etkileşim ve katılımın artışı yönündeki bulgularıyla paralellik göstermektedir.

Öte yandan mizahın bu dönüştürücü etkisi her zaman olumlu sonuçlar doğurmamaktadır. Araştırmada %10 oranında tespit edilen bilgi eksikliği ve yanlış algılar mizahi söylem içinde dolaşıma girerek normalleşebilmekte ve görünürlüğünü artırabilmektedir. Özellikle abartı ve ironi içeren ifadelerin bazı kullanıcılar tarafından gerçeklik olarak algılanabilme riski afet iletişimi açısından kritik bir kırılma noktası oluşturmaktadır. Bu durum Oran ve Akan (2021)'in vurguladığı belirsizlik ve güvensizlik üretimiyle ilişkili olup mizahın dramatik temsilden farklı olarak risk algısını zayıflatma potansiyeline de sahip olduğunu göstermektedir. Emoji kullanımına ilişkin bulgular da bu durumu desteklemektedir. Kahkaha ve mizah içerikli emojiğin baskınlığı içeriğin duygusal olarak ciddiyetten uzaklaştırıldığını ve eğlence eksenine kaydırıldığını göstermektedir. Bununla birlikte şaşkınlık ve eleştiri içeren emojiğin varlığı mizahi çerçevenin tamamen yüzeysel olmadığını aksine çok katmanlı bir duygusal yapı içerdiğini ortaya koymaktadır. Bu yönüyle emojiğin dijital söylemin anlam kurucu unsurları olarak işlev görmektedir.

Araştırmadaki bulgular değerlendirildiğinde afet iletişiminde mizahın dramatik temsilden farklı olarak üç temel etki ürettiğini göstermektedir: (1) kolektif söylem ve katılımı artırma, (2) eleştirel ve sorgulayıcı düşünmeyi dolaylı biçimde teşvik etme ve (3) bazı durumlarda risk algısını zayıflatarak yanlış anlamlandırmaları görünür kılma. Bu durum afet iletişimi stratejilerinin içerik olarak doğruluğundan ziyade söylem biçimine ve kültürel ifade kodlarına da odaklanması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Sonuç

Bu araştırma dijital topluluklarda deprem temalı içeriklerin ağırlıklı olarak mizah ve ironi çerçevesinde yeniden üretildiğini ortaya koymuştur. Araştırmada öne çıkan sonuçlara göre afet iletişiminin sosyal medya ortamında klasik anlamda dramatik temsil üzerinden değil daha çok gündelikleştirilmiş ve mizah aracılığıyla yeniden kodlanmış bir söylem yapısı üzerinden kurulduğunu göstermektedir. Bu durum dramatik temsilin bireyde tehdit ve risk algısını yükselten doğasına karşılık mizahi temsilin aynı içeriği doğrudan tehdit üretmek yerine sosyal olarak paylaşılabilir ve dolaşıma açık bir anlam formuna dönüştürdüğünü ortaya koymaktadır. Dolayısıyla mizah afet iletişiminde duygu hafifletme işlevine ek olarak riskin yeniden çerçevelemesini sağlayan bir iletişim mekanizması olarak da konumlanmaktadır.

Araştırmada öne çıkan sonuçlardan bir diğeri ise mizahi çerçevenin kullanıcıları pasif alıcı konumdan çıkararak bilimsel içeriklere yönelik sorgulama, eleştiri ve kamusal beklenti üretme davranışlarını da görünür kıldığını göstermektedir. Bu sonuç sosyal medya ortamında afet söyleminin tek yönlü bir bilgi aktarımı olmaktan çıkarak çok aktörlü bir anlam üretim sürecine dönüştüğünü ortaya koymaktadır.

Bununla birlikte mizah temelli söylem yapısının yanlış bilgi ve kavramsal eksikliklerin görünürlük kazanmasına da zemin hazırlayabildiği anlaşılmaktadır. Bu nedenle afet iletişimi açısından sosyal medya içeriklerinin yalnızca bilgi doğruluğu üzerinden değil aynı zamanda üretildiği söylem biçimi ve kültürel kodlar üzerinden de değerlendirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu araştırma dijital ortamlarda afet iletişiminin ağırlıklı olarak mizah üzerinden kurulduğunu ve bunun katılımı artırarak risk algısını yeniden şekillendirdiğini göstermektedir.

Öneriler

Araştırmadan elde edilen sonuçlar doğrultusunda şu öneriler geliştirilmiştir:

- Araştırmada belirlenen bilgi eksikliği ve yanlış algıların (%10) özellikle depremin önlenilebilirliği, mekânsal risk algısı ve erken uyarı sistemlerine güvensizlik alanlarında yoğunlaştığı görülmektedir. Bu nedenle afet iletişiminde bu spesifik yanlış inanışları hedefleyen, kısa ve doğrudan düzeltici içerik stratejileri geliştirilmelidir.
- Mizah temelli söylemin dijital platformlarda yüksek dolaşıma sahip olması nedeniyle YouTube, Instagram ve X gibi etkileşimi yüksek mecralarda bilimsel içeriklerin görünürlüğünü artırmaya yönelik algoritma destekli yayılım ve uzman katılımı temelli iletişim modelleri geliştirilmelidir.
- Emoji ve görsel sembollerin yoğun kullanımı dikkate alındığında afet iletişiminde görsel-duygusal kodları da içeren bütüncül iletişim tasarımları kullanılmalıdır. Bu yaklaşım mesajların dikkat çekiciliği ve akılda kalıcılığını artırabilir.
- Dijital medya okuryazarlığı programları özellikle mizahi içeriklerin yoğun olduğu sosyal medya ortamlarını dikkate alacak şekilde yeniden yapılandırılmalıdır. Ayrıca kullanıcıların ironi, abartı ve gerçek bilgi ayırımı yapabilme becerileri güçlendirilmelidir.
- Afet iletişiminde dijital topluluklarda gözlenen destekleyici ve dayanışma temelli etkileşimleri güçlendiren psikososyal içeriklere de yer verilmelidir.

Yazar Katkısı / Author Contribution

Yazarlar çalışmaya eşit katkıda bulunmuştur / All authors contributed equally to the study.

Finansman ve Teşekkür / Funding and Acknowledgements

Uygulanamaz / Not applicable.

Çıkar çatışması / Disclosure statement

Yazar çıkar çatışması olmadığını belirtmiştir / The author report there are no competing interests to declare.

Etik kurul beyanı / Ethics committee declaration

Araştırma, kamuya açık dijital içeriklerin doküman incelemesi ve netnografik analizine dayalıdır. Çalışmada özel ve hassas kişisel veri kullanılmamış, katılımcılarla herhangi bir etkileşim gerçekleştirilmemiştir.

The research is based on a document review and netnographic analysis of publicly available digital content. No private or sensitive personal data was used in the study, and no interaction took place with the participants.


Yapay zeka beyanı / Artificial intelligence declaration

Çalışmada üretken yapay zeka desteği alınmamıştır / No generative AI was used in this study

Veri erişilebilirliği / Availability of data

Uygulanamaz / Data sharing not applicable.

Orcid

Davut Atmaca  <https://orcid.org/0000-0001-7149-2952>

Serkan Akbulut  <https://orcid.org/0000-0001-7597-8415>

Kaynakça

- Aitsi-Selmi, A. ve Murray, V. (2015). The Sendai framework: disaster risk reduction through a health lens. *The Lancet*, 386(10001), 2132-2134. <https://doi.org/10.2471/BLT.15.157362>
- Aslantaş, M. (2023). Geleneksel medyadan sosyal medyaya afet iletifimi, toplum ve afet ilifkisi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32(2), 776-789. <https://doi.org/10.35379/cusosbil.1333879>
- Bal, F. ve Yılmaz, E. S. (2024). Doğal afet krizlerinde sosyal medyanın rolü izerine yapılmış çalışmaların bibliyometrik analizi. *Afet ve Risk Dergisi*, 7(1), 128-138. <https://doi.org/10.35341/afet.1321350>
- Bengtsson, M. (2016). How to plan and perform a qualitative study using content analysis. *NursingPlus Open*, 2, 8-14. <https://doi.org/10.1016/j.npls.2016.01.001>
- Chong, D. ve Druckman, J. N. (2017). Framing theory. *Annual Review of Political Science*, 10, 103-126. <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.10.072805.103054>
- Demiröz, K. (2020). Afet kriz ynetiminde sosyal medyanın işlevselliği ve zararları izerine bir inceleme. *Resilience*, 4(2), 293-304. <https://doi.org/10.32569/resilience.735807>
- Houston, J. B., Hawthorne, J., Perreault, M. F., Park, E. H., Goldstein Hode, M., Halliwell, M. R., Turner McGowen, S. E., Davis, R., Vaid, S., McElderry, J. A. ve Griffith, S. A. (2014). Social media and disasters: A functional framework for social media use in disaster planning, response, and research. *Disasters*, 39(1), 1-22. <https://doi.org/10.1111/disa.12092>
- Highfield, T. (2016). *Social media and everyday politics*. Cambridge: Polity Press.
- Jenkins, H., Ford, S. ve Green, J. (2013). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. In *Spreadable media*. New York University Press: New York.
- Kuipers, G. (2015). *Good humor, bad taste: A sociology of the joke*. Walter de Gruyter GmbH & Co KG: Berlin & Boston.
- Martin, R. A. ve Ford, T. (2018). *The psychology of humor: An integrative approach*. Academic Press: Cambridge.
- Mavi, E. E. (2020). Afet kriz ynetiminde medya: 30 Ekim 2020 İzmir depremi. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletifim Araştırmaları Dergisi*, 10(2), 31-53.
- Mayring, P. (2014). *Qualitative content analysis: Theoretical foundation, basic procedures and software solution*. Klagenfurt: Beltz.
- Merriam, S. B. (2013). *Nitel araştırma desen ve uygulama için bir rehber* (ev. S. Turan). Nobel Akademik Yayıncılık: Ankara.
- Milner, R. M. (2016). *The world made meme: Public conversations and participatory media*. MIT Press: Cambridge.
- Nabi, R. L., Moyer-Gusé, E. ve Byrne, S. (2007). All joking aside: A serious investigation into the persuasive effect of funny social issue messages. *Communication Monographs*, 74(1), 29-54. <https://doi.org/10.1080/03637750701196896>
- Oran, F. . ve Akan, B. B. (2021). Pandemi döneminde afet yönetimi açısından risk iletifimine ilifkin bir değerlendirme: Sosyal medya paylaşımları içerik analizi. *Selçuk İletifim*, 14(3), 1371-1397. <https://doi.org/10.18094/josc.882578>
- lmez, M. (2025). Kurumsal iletifim aracı olarak sosyal medyanın afet yönetimine etkisi: yerel yönetimler izerine bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletifim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 13(1), 243-275. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.1583188>
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press: New York.

- Sarıhan, Z. (2024). Türkiye'de "afet iletifimi" temali çalışmaların bibliyometrik analizi. *Urban 21 Journal*, 2(1), 10-23.
- Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. MIT press: London.
- Umunç, C. (2022). Doğal afetlerde siyasi liderlerin kriz iletifimi ve sosyal medya söylemi: Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu'nun Twitter paylaşımları. *Nosyon: Uluslararası Toplum ve Kltr alışmaları Dergisi*, 9, 24-51.
- Veil, S. R., Buehner, T. ve Palenchar, M. J. (2011). A work-in-process literature review: Incorporating social media in risk and crisis communication. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 19(2), 110-122. <https://doi.org/10.1111/j.1468-5973.2011.00639.x>
- Vraga, E. K. ve Bode, L. (2020). Defining misinformation and understanding its bounded nature. *Political Communication*, 37(1), 136-144. <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1716500>
- WHO (World Health Organization). (2018). *Managing epidemics: Key facts about major deadly diseases*. Geneva: WHO. https://m2m.org/?gad_source
- Young, D. G. (2020). *Irony and outrage: The polarized landscape of rage, fear, and laughter in the United States*. Oxford University Press: New York.