e-GİFDER Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi | Gumushane Unıverstiy e-journal of Faculty of Communication
CİLT/VOLUME: 14 SAYI: 1 MART / MARCH 2026

DİJİTAL MEDYA PLATFORMLARDA MİZAH YOLUYLA HABERCİLİĞİN DÖNÜŞÜMÜ: ELEŞTİREL SÖYLEM, ESTETİK ANLATI VE ALGORİTMİK YAYILIM

Ayşen YALMAN[1]

Araştırma Makalesi
Başvuru Tarihi: 21.04.2025
Kabul Tarihi: 07.02.2026

ÖZ

Bu çalışma, dijital medya ortamlarında haber sunumunun biçimsel ve içeriksel dönüşümünü, mizah temelli anlatı pratikleri üzerinden ele almaktadır. Özellikle Instagram Reels gibi kısa video formatlarına dayalı sosyal medya platformlarında, haber içeriklerinin parodi, ironi, absürd mizah ve sarkazm gibi söylemsel stratejiler aracılığıyla nasıl yeniden üretildiği ve dolaşıma sokulduğu incelenmiştir. Araştırmada, Türkiye'de en yüksek kullanıcı sayısına sahip dijital mecralardan biri olan Instagram üzerinde faaliyet gösteren ve mizahi haber anlatılarıyla öne çıkan Cezmikalorifer ve 1incicaps adlı hesaplar örneklem olarak seçilmiştir. Nitel içerik analizi yöntemiyle yürütülen çalışmada, söz konusu hesaplarda yayınlanan 14 kısa video, özel olarak geliştirilen bir kodlama cetveli çerçevesinde çok boyutlu olarak değerlendirilmiştir. Analiz kapsamında, haber içeriklerinin mizah türleri, tematik yönelimleri, anlatım tonları, görsel-işitsel ögeleri ve izleyici etkileşimi bakımından taşıdığı özellikler incelenmiştir. Bulgular, mizahın dijital habercilikte yalnızca estetik bir süsleme değil, aynı zamanda eleştirel söylemin üretiminde işlevsel bir araç olarak konumlandığını ortaya koymaktadır. Parodi ve absürd mizahın özellikle politik, kültürel ve gündelik temalarda yoğunlaştığı; izleyiciyle duygusal ve bilişsel bağ kurmada etkin bir rol üstlendiği belirlenmiştir. Çalışma, dijital medya platformlarının algoritmik yapılarının da etkisiyle, mizahi haber içeriklerinin yüksek etkileşim düzeylerine ulaştığını ve bu içeriklerin toplumsal normlar ile kültürel pratikler üzerine alternatif söylemler inşa etme kapasitesine sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Sonuç olarak, mizah temelli haber anlatılarının, geleneksel habercilik normlarını aşındırarak, postmodern medya anlatısının dinamikleri doğrultusunda yeniden şekillendiği ve dijital medya kullanıcıları nezdinde güçlü bir toplumsal etkileşim aracı olarak işlev gördüğü sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yeni medya, Mizah, Mizahi haber, Dijital habercilik, Reels haber.

DIGITAL THE TRANSFORMATION OF JOURNALISM THROUGH HUMOR ON MEDIA PLATFORMS: CRITICAL DISCOURSE, AESTHETIC NARRATIVE AND ALGORITHMIC DIFFUSION

ABSTRACT

This study examines the formal and contextual transformation of news presentation in digital media environments through humor-based narrative practices. It examines how news content is reproduced and circulated through discursive strategies such as parody, irony, absurd humor and sarcasm, especially on social media platforms based on short video formats such as Instagram Reels. In the study, Cezmikalorifer and 1incicaps, which operate on Instagram, one of the digital media platforms with the highest number of users in Turkey and stand out with their humorous news narratives, were selected as the sample. In this qualitative content analysis study, 14 short videos published on these accounts were evaluated multidimensionally within the framework of a specially developed coding chart. Within the scope of the analysis, the characteristics of the news content in terms of humor types, thematic orientations, narrative tones, audiovisual elements and audience interaction were examined.

[1] Dr. Öğr. Gör., Akdeniz Üniversitesi, Serik GSS MYO, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, aysenyalman@akdeniz.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2280-2824

The findings reveal that humor is positioned in digital journalism not only as an aesthetic embellishment but also as a functional tool in the production of critical discourse. Parody and absurd humor are especially concentrated on political, cultural and everyday themes and play an active role in establishing an emotional and cognitive bond with the audience. The study reveals that humorous news content reaches high levels of interaction and has the capacity to construct alternative discourses on social norms and cultural practices due to the algorithmic structures of digital media platforms. As a result, it is concluded that humor-based news narratives are reshaped in line with the dynamics of postmodern media narrative by eroding traditional journalistic norms and function as a powerful social interaction tool for digital media users.

Keyword: New media, Humor, Humorous news, Digital journalism, Reels news

GİRİŞ

Dijital medya ortamlarının gelişimi, haberin üretim, sunum ve tüketim biçimlerinde köklü değişimlere yol açmıştır. Özellikle sosyal medya platformlarının yaygınlaşmasıyla birlikte, geleneksel habercilik pratikleri yerini daha hızlı, görsel-işitsel ve etkileşimli içerik biçimlerine bırakmaktadır (Hermida, 2010). Bu dönüşümün en dikkat çekici boyutlarından biri, haber içeriklerinin mizah yoluyla yeniden kurgulanması ve sunulmasıdır. TikTok ve Instagram Reels gibi kısa video tabanlı platformlarda, haber niteliği taşıyan içerikler; ironi, parodi, abartı ve kara mizah gibi anlatı teknikleri kullanılarak eğlenceli bir formatta izleyiciye ulaştırılmaktadır (Highfield, 2016). Bu tür içerikler, klasik haber anlatısından farklı olarak "infotainment" yani bilgiyle eğlenceyi harmanlayan bir anlatı yapısı içindedir (Thussu, 2007). Geleneksel habercilik normlarına uymayan bu formatlar, hem genç izleyici kitlesiyle güçlü bir etkileşim kurmakta hem de gündeme dair eleştirel bir söylem üretmektedir (Boukes, 2019). Ancak mizahın bu denli merkezi bir rol üstlendiği haber içeriklerinin, bilgi aktarımı, tematik yönelim, eleştirel bakış ve izleyici algısı bağlamında nasıl bir habercilik anlayışı sunduğu sorusu hala akademik olarak sınırlı biçimde ele alınmaktadır. Literatürde haberin mizahi temsili, genellikle hiciv programları, politik komedi ya da parodik haber bültenleri çerçevesinde incelenmiştir (Baym, 2005). Ancak sosyal medyada ortaya çıkan yeni nesil mikro içerikler, bu geleneksel biçimlerden farklı olarak amatör üretime dayalı, kısa, montaj ağırlıklı ve çoğunlukla anonim hesaplar üzerinden üretilmektedir. Dolayısıyla bu yeni formatlar, yalnızca haberciliğin değil, aynı zamanda medya kültürünün, politik eleştirinin ve izleyici alışkanlıklarının da yeniden şekillendiği alanlardır (Papacharissi, 2015). Bu araştırma, Instagram üzerinde mizah temelli haber içerikleri üreten iki popüler hesabın içerik analizi üzerinden, dijital medyanın toplumsal olayları ve gündemi nasıl şekillendirdiğine dair derinlemesine bir inceleme sunmayı amaçlamaktadır. Çalışmanın özgünlüğü, mizahın haber sunumundaki rolünü postmodern bir bakış açısıyla ele alarak, geleneksel haberciliğin sınırlarını aşan yeni anlatı biçimlerinin ortaya çıkışını vurgulamasında yatmaktadır. Bu araştırma, sosyal medya platformlarında hızla yayılan

mizahi içeriklerin, izleyici kitlesiyle olan etkileşimini ve toplumsal düşünceyi nasıl dönüştürdüğünü ortaya koymayı hedeflemektedir. Ayrıca, mizah temelli içeriklerin, haber algısını yeniden şekillendiren ve toplumsal eleştiriyi daha ulaşılabilir kılan bir araç olarak işlevini tartışarak, dijital medya çalışmalarına katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

1.Yeni Medyada Haberin Dönüşümü

Dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte medya ortamı sadece teknik olarak değil, yapısal ve kültürel düzeyde de köklü bir dönüşüm geçirmiştir. Özellikle 2010'lu yılların ardından geleneksel gazetecilik normları, dijital platformların sunduğu olanaklar karşısında yeniden şekillenmek zorunda kalmıştır. Bu dönüşüm, haberi yalnızca içeriğiyle değil, sunumu, erişimi ve etkileşim biçimleriyle birlikte ele almayı gerektirmektedir. Yeni medya teknolojileri, haberin doğrusal, tek yönlü ve metinsel ağırlıklı sunum biçimlerini aşındırmış; bunun yerine etkileşimli, görsel-işitsel, kullanıcı merkezli ve algoritmik temelli bir anlatı düzeni getirmiştir (Deuze, 2007; Pavlik, 2013). Özellikle mobil cihazların yaygınlaşması ve sosyal medya uygulamalarının günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmesi, haberin tüketim dinamiklerinde de büyük değişimlere yol açmıştır. Geleneksel haber metinlerinin yerini, kısa, dikkat çekici, estetik olarak kurgulanmış ve duygusal etkileşim yaratmayı hedefleyen mikro içerikler almaya başlamıştır. TikTok, Instagram Reels ve YouTube Shorts gibi kısa video tabanlı sosyal medya platformları, bu yeni anlatı formunun en belirgin temsilcilerindendir. Bu mecralarda kullanıcıya ulaşan haber içerikleri, çoğunlukla yalnızca bilgilendirmeyi değil, aynı zamanda eğlendirmeyi, düşündürmeyi ve duygusal bir bağ kurmayı da amaçlamaktadır (Maares & Hanusch, 2020). Bu bağlamda, yeni medya ortamında habercilik, klasik "5N1K" kuralının ötesine geçmekte; hikayeleştirme, görsel kurgulama, müzik ve efekt kullanımı, kişisel yorum ve mizahi ögelerin bir arada sunulduğu çok katmanlı bir yapıya evrilmektedir. Haberin kendisi artık yalnızca içerdiği bilgiyle değil, nasıl anlatıldığıyla, ne kadar etkileşim aldığıyla ve hangi kullanıcı profiline hitap ettiğiyle değerlendirilmektedir. Bu da haberi bir "ürün" olmaktan çıkararak, kullanıcıyla kurduğu bağ üzerinden "deneyim" haline dönüştürmektedir (Hermida, 2010; Jenkins vd., 2013). Ayrıca sosyal medya platformlarının algoritmik doğası, haberi yalnızca üretilen bir içerik olmaktan çıkarıp, aynı zamanda platform ekonomilerinin şekillendirdiği, performansa dayalı bir veri nesnesine dönüştürmektedir (Gillespie, 2018). Bu algoritmik filtreleme mekanizmaları, kullanıcıların ne tür haberlerle karşılaşacağını belirlemekte; böylece haberin görünürlüğü, etkileşimi ve dolaşımı platform tarafından yönlendirilmiş olmaktadır. Bu durum, hem haber üreticileri hem de tüketiciler açısından yeni stratejik davranışları ve anlatı tekniklerini gündeme getirmektedir. Bu dönüşüm aynı zamanda

haberin toplumsal işlevini de yeniden tanımlamaktadır. Artık habercilik, yalnızca kamusal bilgilendirme işleviyle değil; kimlik inşası, toplumsal aidiyet, eleştirel ifade biçimleri ve popüler kültürle iç içe geçme biçimiyle de değerlendirilmektedir. Sosyal medya platformlarında dolaşıma giren haber içerikleri, sıklıkla kullanıcıların kendi mizah anlayışları, kültürel referansları ve duygusal dünyalarıyla harmanlanmakta; bu yönüyle haber, hem bireysel hem de kolektif anlatıların bir parçası haline gelmektedir (Baym, 2005; Hansson vd., 2021).

Kısacası, yeni medyada haberin dönüşümü yalnızca teknik bir evrim değil, aynı zamanda anlatısal, kültürel ve ideolojik bir yeniden yapılanma anlamına gelmektedir. Bu dönüşüm, mizahın, estetiğin ve anlatı stratejilerinin merkezi bir rol oynadığı; izleyici ile haber arasındaki ilişkinin ise giderek daha çok katılım, etkileşim ve kimlik temsili üzerine kurulu olduğu bir medya evreni ortaya çıkarmaktadır.

2. Postmodern Mizahın Habere Etkisi: Haber İçerikleri ve Gündemle İlişkisi

Postmodern mizah, haber içeriklerinin sunum biçiminde köklü bir dönüşüme yol açarak geleneksel habercilik normlarını derinlemesine sorgulamaktadır. Klasik habercilik anlayışı, haber metinlerini çoğunlukla nesnellik ve doğruluk ilkeleri çerçevesinde üretirken; postmodern mizah, bu ilkelere eleştirel bir mesafeyle yaklaşarak haberin anlamını çoğul perspektifler üzerinden yeniden inşa etmektedir. Modern-sonrası dünyada gerçek ile simülasyon arasındaki sınırların bulanıklaştığını belirtmektedir; bu bağlamda, haber içerikleri de salt bir gerçek aktarımı olmaktan çıkarak simülasyonun bir parçası haline gelmektedir. Dolayısıyla, habercilik artık yalnızca bilgi verme işleviyle sınırlı kalmaz; izleyici algısına, toplumsal normlara ve kültürel bağlama göre yeniden şekillenen bir temsil üretimine dönüşmektedir. Mizahi unsurlar taşıyan haber içerikleri, ironi, abartı ve parodi gibi araçlarla gerçeği yeniden kurarak izleyicinin hem bilgi edinme hem de eğlenme ihtiyacına eş zamanlı biçimde hitap etmektedir. “Hipergerçeklik” kavramı, bu dönüşüm sürecinin teorik zemini açısından belirleyici bir öneme sahiptir. Hipergerçeklik, gerçekliğin kendisinden ziyade, medya aracılığıyla inşa edilen ve zamanla daha baskın hale gelen bir gerçeklik algısını ifade etmektedir (Baudrillard, 1994). Medyanın artık yalnızca gerçekliği sunan bir araç değil, aynı zamanda görünüş ve imaj üzerinden işleyen bir temsiliyet alanı olduğu ileri sürülmektedir (Lyon, 2007). Bu dönüşüm, özellikle dijital mecralarda belirgin hale gelmektedir. Sosyal medya platformları aracılığıyla mizahi içerikler büyük bir hızla dolaşıma girmekte ve geniş kitlelere ulaşmaktadır. Dijital çağda haberciliğin yalnızca bilgi aktarma değil, aynı zamanda toplumsal anlam üretme işleviyle donatıldığı vurgulanmaktadır (Kovach & Rosenstiel, 2008). Bu bağlamda mizah, bilgi

üretiminin ötesinde kültürel eleştiri, sosyal farkındalık ve kolektif yorum üretimi için önemli bir araç işlevi görmektedir. Görsel mizah öğeleri, caps'ler, parodiler ve absürt anlatılar aracılığıyla oluşturulan haber içerikleri, gündemdeki olayları çarpıtarak ya da yeniden kurgulayarak izleyiciye ulaştırmaktadır. Bu tür içerikler, postmodernizmin temelini oluşturan çoklu bakış açıları ilkesine paralel biçimde, tekil doğrulara dayalı geleneksel medya anlatılarını sorgulamaktadır. Bu durum, özellikle siyasal içeriklerin mizah yoluyla yeniden ele alınması sürecinde daha görünür hale gelmektedir. Nitekim, siyasal bir skandalın mizah ekseninde ele alınması, yalnızca olayın gülünç yönlerini öne çıkarmakla kalmaz, aynı zamanda iktidar ilişkilerini, politik söylemleri ve toplumsal tepkileri de eleştirel biçimde gündeme taşımaktadır (Dahlgren, 2009). Sosyal medyanın sunduğu etkileşimli yapılar, postmodern mizahın dinamik doğasını daha da pekiştirmektedir. Bu kültürel ortamda kullanıcılar, mizahi haber içeriklerini sadece tüketmekle kalmaz; aynı zamanda yorum yaparak, yeniden üreterek ve yayarak aktif biçimde katkı sağlamaktadır. Hashtag kullanımı, kullanıcılar arası diyalog ve görsel-metin uyumları, bu sürecin katmanlı anlamlarla zenginleşmesine olanak tanımaktadır. Bu içerikler, haberin yalnızca bilgi iletimine odaklanmadığı, aynı zamanda toplumsal olaylara ilişkin eleştirel, eğlenceli ve çok yönlü okumaların üretildiği bir mecra haline geldiğini göstermektedir. Mizah bu yönüyle, sadece bir eğlence aracı değil; izleyiciyi düşünmeye, sorgulamaya ve yeniden anlamlandırmaya teşvik eden güçlü bir söylem biçimi olarak öne çıkmaktadır.

3. Mizah Yoluyla Haberin Yeniden İnşası: Alternatif Bir Habercilik Biçimi Olarak Dijital Mizah

Mizah, tarih boyunca sadece bir eğlence biçimi olmanın ötesinde, eleştirel düşünceyi ifade etmenin etkili bir yolu olarak değerlendirilmiştir. Özellikle baskıcı dönemlerde sansür mekanizmalarını aşmak, toplumsal çelişkileri görünür kılmak ve iktidar ilişkilerini sorgulamak adına mizahın kullanımı önemli bir kültürel pratik haline gelmiştir. Medya bağlamında ise mizah, modern haberciliğin farklı dönemlerinde hem içerik hem de anlatı düzeyinde belirleyici bir unsur olarak yer almıştır. Günümüzde ise bu tarihsel işlevsellik, dijital medya platformları aracılığıyla yeniden biçimlenmiş ve yeni bir anlam katmanı kazanmıştır (Baym, 2005).

Parodi, ironi, abartı, kara mizah ve hiciv gibi anlatım biçimleri, dijital platformlarda yalnızca gülmece üretmek için değil, aynı zamanda mevcut siyasal, toplumsal ve kültürel düzene dair eleştirel söylemler inşa etmek için kullanılmaktadır (Gray vd., 2009). Bu anlatı biçimleri, Reels gibi kısa video sunan platformlarda, geleneksel haber anlatılarından oldukça farklı bir medya diliyle karşımıza çıkmaktadır. Bu farklılık sadece içerikte değil, anlatı yapısında, sunum biçiminde ve kullanıcıyla kurulan ilişkide de kendini göstermektedir. Bu

platformlarda üretilen içerikler, doğrudan klasik haber değeri taşımasa da gündeme ilişkin olaylara dair yorumlayıcı, eleştirel ve kültürel kodlarla yüklü alternatif anlatılar sunmaktadır. Bu nedenle bu tür üretimler, "mizahi habercilik" olarak tanımlanmaktadır (Baym, 2005). Mizahi habercilik, haberin nesnel sunumu ilkesinden uzaklaşarak, izleyiciyle kurduğu duygusal ve kültürel bağ üzerinden bir anlatı stratejisi geliştirmektedir. Bu bağlamda mizah, haberin etkisini artıran bir estetik unsur olmanın ötesinde, toplumsal bilinç oluşturma ve kamusal tartışmayı canlandırma potansiyeline sahip bir medya pratiğine dönüşmektedir (Hmielowski vd., 2011). Bu dönüşümde en çok dikkat çeken unsur, haber ile mizah arasındaki sınırların bulanıklaşmasıdır. Özellikle genç kuşaklar, bilgiye ulaşmak için artık klasik haber bültenlerine değil; daha az ciddi, daha hızlı tüketilebilen ve estetik olarak daha yaratıcı içeriklere yönelmektedir (Molyneux & Holton, 2015). Sosyal medya kullanıcıları, mizah yoluyla sunulan içeriklerle sadece habere erişmekle kalmaz, aynı zamanda onu yeniden yorumlar, paylaşır ve dijital kamusal alanda yaygınlaştırmaktadır. Bu da mizahi içerikleri pasif birer medya ürünü olmaktan çıkararak, aktif anlam üretim süreçlerine katılan söylemsel özneler haline getirmektedir (Baym, 2005; Jenkins vd., 2013). Bununla birlikte, bu tür içeriklerin dijital platformlardaki yayılımı, sadece sosyal ya da kültürel değil, ekonomik ve yapısal motivasyonlarla da şekillenmektedir. Platform ekonomilerinin merkezinde yer alan algoritmalar, kullanıcı etkileşimlerini esas alarak içeriklerin görünürlüğünü belirlemektedir. Mizahi içerikler; yüksek paylaşım, beğeni ve yorum oranlarıyla algoritmalar açısından daha avantajlı hale gelerek dolaşıma girmektedir (Gillespie, 2018).

4. Dijital Medya ve Haberin Biçimsel Dönüşümü: Kısa Video Formatlarının Yükselişi

Günümüzde dijital medyanın sunduğu hız, görsellik ve etkileşim olanakları, bireylerin haber tüketim pratiklerinde köklü bir dönüşüme neden olmuştur. Özellikle geleneksel haber formatları kullanıcılar nezdinde giderek daha az tercih edilmekte; bunun yerine kısa, dinamik ve dikkat çekici dijital formatlara yönelim artış göstermektedir. Bu dönüşüm sürecinde sosyal medya platformlarının sunduğu kısa video içerikleri, özellikle Instagram Reels gibi formatlar, belirleyici bir işlev üstlenmektedir (Napoli, 2011; Tandoc Jr, 2014). Bilgiye erişim süreci artık yalnızca bilişsel ihtiyaçlara dayanmamakta, aynı zamanda görsel-işitsel doyum, zaman tasarrufu ve sosyal paylaşım eğilimleriyle de şekillenmektedir. Bu çerçevede Reels gibi kısa video içerikleri, haberin metinsel yoğunluğunu azaltarak, izleyiciyle daha hızlı ve duygusal bir bağ kurabilen, etkileşim temelli bir yapı sunmaktadır (Maares & Hanusch, 2020). Örneğin Ofcom'un (Ofcom, 2022) yaptığı bir araştırmanın sonuçlarına göre, 12-15 yaş arası gençlerin en çok haber kaynağı olarak tercih ettiği mecralar arasında Instagram (%29), TikTok (%28) ve

YouTube (%28) yer almaktadır. "Haber Tüketicisi 2.0" araştırmasına göre, 18-24 yaş arası gençlerin %46,88'i kısa ve özet haber formatlarını tercih etmektedir. Dolayısıyla bu eğilim, haberi yalnızca bir bilgi kaynağı olmaktan çıkararak, tüketilebilir bir medya nesnesi haline dönüştürmektedir (Twentify, 2023). Bu bağlamda kısa video olarak da tanımlanabilen Instagram Reelsleri, kullanıcıların haberle olan etkileşimini pasif bir izleme eyleminden çıkararak, paylaşma, yorum yapma ve yeniden üretme gibi aktif katılım biçimlerine dönüştürmektedir. Söz konusu eğilim, dijital medya ortamında haberin estetikleştirilmesi, kültürelleştirilmesi ve aynı zamanda ticarileştirilmesi süreçlerini de beraberinde getirmektedir (Gillespie, 2018; Postman, 1985). Instagram Reelsleri, haberin estetik ve eğlence unsurlarını birleştiren bir mecra olarak önemli bir rol oynamaktadır. Bu format, geleneksel haberin ciddi ve metinsel anlatım tarzından farklı olarak, daha sosyal, göz alıcı ve izleyicinin ilgisini hızla çeken bir dil geliştirmektedir. Kullanıcılar, haberi izlerken yalnızca bilgi edinme amacını değil, aynı zamanda eğlenmeyi, etkileşimde bulunmayı ve içerikleri yeniden şekillendirerek paylaşmayı tercih etmektedirler (Molyneux & Holton, 2015). Özellikle genç kullanıcılar arasında, haberin eğlenceli bir formatta sunulmasına olan ilgide dikkat çekici bir artış gözlemlenmektedir. Örneğin, bir araştırmada (PewResearchCenter, 2021), 18-29 yaş arasındaki kullanıcıların %55'inin haberleri geleneksel televizyon ve gazetelerden değil, sosyal medya platformlarından ve özellikle kısa video içeriklerinden takip ettiğini ortaya koymaktadır. Bu veriler, sosyal medya platformlarının, özellikle Instagram'ın haber tüketiminde nasıl güçlü bir mecra haline geldiğini göstermektedir. Benzer şekilde, yayımlanan başka bir raporda (Spotify, 2022), dijital platformlardan haber almanın, geleneksel medya kanallarına kıyasla genç kullanıcılar arasında %60 oranında daha yaygın olduğu vurgulanmaktadır. Yapılan bir araştırmada Instagram'ın Türkiye'de yaklaşık 58 milyon kullanıcısı bulunduğunu bildirmiştir (WeAreSocial, 2025). Instagram kısa videolar yoluyla haberlerin daha hızlı yayılma işini de üstlenmektedir. Bu süreç, haberi sadece izlemekle kalmayıp, aynı zamanda yeniden üretmek, paylaşmak ve sosyal çevrelerde etkileşimde bulunmak isteyen kullanıcıların aktif katılımını teşvik etmektedir (Bruns, 2008). Bu bağlamda, dijital medyanın haber içeriklerini nasıl dönüştürdüğünü ve özellikle genç kullanıcıların bu içerikleri nasıl tükettiklerini anlamak adına yapılan araştırma, bu sürecin dinamiklerini daha kapsamlı bir biçimde ortaya koymayı hedeflemektedir.

5. Haberin Mizahla Buluştuğu Noktada Etik Sınırlar

Geleneksel habercilik, kamuoyunu bilgilendirme, doğruluk, tarafsızlık ve toplumsal sorumluluk gibi etik ilkeler üzerine temellenmiş bir yapıyı benimsemektedir. Ancak dijital

medya ortamında, haber ile mizahın giderek iç içe geçtiği bir anlatı formunun ortaya çıkması, bu etik ilkelerin yeniden düşünülmesini gerekli kılmaktadır. Mizahi anlatımlar, haberin bağlamından koparılmasına ya da çarpıtılmasına yol açabilen esnek anlatı biçimlerini beraberinde getirmektedir. Parodi, ironi ve absürd mizah gibi tekniklerin kullanılması, olayın gerçekliğini sarsan ve izleyicinin haberi ciddiyetinden uzak bir biçimde algılamasına neden olabilecek bir "algısal kayma" meydana getirebilmektedir (Baym, 2005). Bu bağlamda, mizahi haber içerikleri, gerçek ile kurgu arasındaki sınırın bulanıklaştığı postmodern bir medya evreninde etik sorularla yüklenmiş melez anlatılar olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle toplumsal travmalar, krizler ya da bireysel mağduriyetleri konu alan içeriklerde mizahın kullanımı, haber etiği açısından ciddi eleştirilere açıktır. Örneğin, afetler, ölüm, cinsiyet temelli şiddet gibi konular mizah yoluyla sunulduğunda, bilgilendirme ve kamusal duyarlılık yaratma amacının gölgelenmesi olasılığı vardır; bu durum hem mağdurlar hem de kamuoyu açısından etik dışı bir sunum olarak değerlendirilebilir. Bu noktada, haberciliğin eğlenceli hale gelmesinin bilgilendirici işlevi zayıflatabileceğini ve kamu çıkarı ile medya tüketimi arasında bir gerilim doğurabileceği vurgulanmaktadır (McNair, 2011). Bununla birlikte, haberin mizahla sunulması ifade özgürlüğünün bir biçimi olarak da değerlendirilebilir. Mizah, özellikle otoriteyi sorgulama, tabuları kırma ve alternatif söylemler üretme gücüyle kamusal tartışmaları canlandıran bir araçtır. Ancak bu ifade biçimi, gerçekliği ortaya koyma sorumluluğu ilkesini ihlal ettiğinde, haberciliğin temel kimliğini yitirme riskiyle karşı karşıya kalabilmektedir. İzleyicilerin içeriklerin hem eğlenceli hem de bilgilendirici bir şekilde üretildiğini ayırt edebilmesi, yalnızca içerik üreticilerinin değil, aynı zamanda medya tüketicilerinin de etik bilinç geliştirmelerini gerektirmektedir (Georgiou & Silverstone, 2007).

6. Metodoloji

Bu araştırma, İnstagram Reels platformunda mizah temelli içeriklerin haber formatında nasıl kullanıldığını ve bu içeriklerin toplumsal anlam üretimindeki rolünü incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma, sosyal medya haberleri üzerine yapılan literatürdeki boşlukları doldurmayı hedefleyerek, mizah türlerinin (caps, parodi, absürd mizah vb.) haber anlatımındaki etkisini anlamayı amaçlamaktadır. Mizah, haberciliğin geleneksel biçimlerinden farklı olarak, daha eğlenceli ve etkileşimli bir formatta izleyicilere sunulmaktadır (Kovach & Rosenstiel, 2008). Bu bağlamda, mizah temelli içeriklerin toplumsal olayları nasıl yeniden şekillendirdiği ve bu içeriklerin haber anlatımındaki işlevlerini çözümlemeyi hedefleyen bir içerik analizi gerçekleştirilecektir (Neuendorf, 2018). İçerik analizi, medya içeriklerinin sistematik bir şekilde incelenerek temalar, kalıplar ve yapılar hakkında bilgi elde edilmesini sağlayan nitel bir

araştırma yöntemidir. Bu yöntem, metin veya görsel içeriklerin toplumsal, kültürel ve politik bağlamda anlamlı sonuçlar üretmesini amaçlamaktadır (Krippendorff, 2004). Medyanın dilsel ve görsel unsurlarını inceleyerek, içeriklerin ilettiği mesajları, tematik vurguları ve toplumsal etkilerini analiz etmeye olanak tanır. Ayrıca, içerik analizi, medya içeriklerinin toplumsal ideolojilerle ilişkisini değerlendirmek ve zaman içindeki evrimini gözlemlemek için kullanılır. Çalışmada şu sorulara yanıt aranacaktır;

- Instagram Reels platformunda yer alan mizah temelli haber içeriklerinde hangi mizahi öğeler (örneğin, caps, parodi, ironik anlatım) öne çıkmaktadır ve bu öğeler haberin sunumunu nasıl dönüştürmektedir?
- Mizah temelli haber içerikleri, toplumsal normlar ve değerler çerçevesinde nasıl bir eleştirel perspektif geliştirmektedir?
- Dijital medya platformlarında sunulan mizah temelli haber içerikleri ile geleneksel haber sunumu arasındaki yapısal, biçimsel ve içeriksel farklar nelerdir?
- Mizah temelli içeriklerin toplumsal olaylar üzerindeki anlam üretme sürecine etkisi nedir ve bu etki, haberin toplumsal işlevini nasıl yeniden şekillendirmektedir?
- Instagram Reels gibi dijital medya platformlarında, mizah temelli haber içeriklerinin izleyiciyle etkileşimi ve anlam üretimi üzerine etkileri, geleneksel haberciliğe kıyasla ne gibi farklılıklar ve benzerlikler göstermektedir?

Araştırmanın odak noktası olarak, Türkiye'deki en fazla kullanıcıya sahip sosyal medya platformu olan Instagram seçilmiştir. Bu tercih, Instagram'ın Türkiye'deki kullanıcı sayısının 58 milyon olması nedeniyle yapılmıştır. Araştırma evreni sosyal medyada mizah haber paylaşan tüm hesaplardır. Örneklem olarak, mizah temalı haber içerikleriyle tanınan ve Reels videolarıyla dikkat çeken, etkileşim ve takipçi sayıları dikkate alınarak Cezmikalorifer ile 1incicaps hesapları belirlenmiştir. Veri toplama süreci, 15 Mart-15 Nisan 2025 tarihleri arasında 30 gün ile sınırlandırılmıştır. Her iki hesapta, bu tarihlerde yayınlanan, haber niteliği taşıyan reels videoları analiz edilmiştir. Böylece toplamda 14 adet kısa video derinlemesine analiz edilmiştir.

Tablo 1

Kodlama Cetveli

Kategori	Alt Kategoriler	Açıklama
Mizah Türü	Parodi	Haber içeriği, alaycı veya eğlenceli şekilde taklit edilir.
	Absürd Mizah	Gerçek dışı veya mantıksız bir şekilde sunulan mizah içerikleri.

	Karikatürizm	Kişilerin veya olayların abartılı ve çizgi roman tarzında sunulması.
	Alaycı Mizah	Bir olay ya da durumu küçümseyerek, eleştirel bir şekilde sunmak.
Haberin Türü	Siyasi	İçerik, siyasi olaylara ya da kişilere odaklanır.
	Ekonomik	İçerik, ekonomiyle ilgili haberleri kapsar.
	Kültürel/Yerel	İçerik, kültürel veya yerel olayları işler.
	Doğa/Çevre	İçerik, doğa olayları veya çevresel meseleler hakkında haber sunar.
Ton ve Anlam	Ciddi	İçerik, ciddi bir mesaj iletmeye yönelik olsa da mizahi bir anlatımla sunulur.
	Hafif/Eğlenceli	İçerik, eğlenceli bir dil ve mizahi öğelerle sunulur.
	Eleştirel	İçerik, toplumsal normlar veya kişiler üzerine eleştirel bir bakış açısı içerir.
Görsel ve Ses Kullanımı	Animasyon	İçeriğe animasyonlar veya çizimler eklenmiş mi?
	Müzik	Müzik içeriğe uygun mu kullanılmış?
	Efektler	Mizahi efektler, sesli efektler veya görsel efektler kullanılmış mı?
İzleyici Etkileşimi	Yorumlar	İzleyicilerin içerikle ilgili yorumları, etkileşimleri ve paylaşım durumu
	Beğeniler ve Paylaşımlar	İçeriğe yapılan beğeniler ve paylaşımlar üzerinden analiz.
Haber Sunumu	Kısa ve Öz	Haber, kısa bir özet şeklinde sunuluyor mu?
	Detaylı	Haber daha fazla detay içeriyor mu?
	Başlık Kullanımı	Başlık, dikkat çekici bir şekilde yazılmış mı?

Bu çalışmada geliştirilen kodlama cetveli, Instagram üzerinde paylaşılan mizah temelli haber içeriklerinin yapısal ve tematik özelliklerini sistematik biçimde analiz edebilmek amacıyla oluşturulmuştur. İçerik analizi süreci altı ana kategori altında yapılandırılmıştır: mizah türü, haber türü, anlatım tonu, görsel ve işitsel öğeler, haber sunum biçimi ve izleyici etkileşimi. *Mizah türü* kategorisi altında içeriklerin parodi, absürd mizah, karikatürizm ve alaycı mizah biçiminde sınıflandırılması, dijital mecrada kullanılan anlatı stratejilerinin belirlenmesine olanak tanımaktadır. *Haber türü* kategorisi, incelenen içeriklerin siyasal, ekonomik, kültürel/yerel ve doğa/çevre temaları bağlamında dağılımını tespit etmeye yöneliktir. *Anlatım tonu* kapsamında ise içeriklerin ciddi, eğlenceli ya da eleştirel bir üslup üzerinden kurgulanıp kurgulanmadığı değerlendirilmektedir. *Görsel ve işitsel öğeler* başlığı altında animasyon, müzik ve efekt kullanımı gibi görsel-işitsel zenginleştirme unsurlarının varlığı analiz edilerek, içeriğin biçimsel boyutu irdelenmektedir. *Haber sunum biçimi* kategorisi ise içeriklerin kısa ve öz ya da detaylı sunulup sunulmadığını, ayrıca başlıkların dikkat çekiciliğini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Son olarak, *izleyici etkileşimi* başlığı altında yorumlar, beğeni ve paylaşım sayıları gibi nicel veriler üzerinden içeriklerin kullanıcılarla kurduğu etkileşim düzeyi analiz edilmektedir. Bu çerçeve, dijital habercilikte mizahın nasıl biçimlendiğini, hangi içerik

stratejileriyle sunulduğunu ve izleyici ile kurduğu ilişkiyi anlamlandırmaya yönelik bütüncül bir analiz zemini sunmaktadır.

7. Bulgular

7.1. Cezmikalorifer Hesabının Analizi

Cezmikalorifer adlı Instagram hesabı, gündelik ve toplumsal olaylara ilişkin haber içeriklerini parodi, absürd mizah ve nostaljik referanslarla yeniden inşa ederek, dijital kültürün içinde habere dair yeni bir temsil biçimi sunmaktadır. Söz konusu hesap, izleyiciyle kurduğu mizahi ve duygusal etkileşim yoluyla, haberi yalnızca bilgilendirme aracı olarak değil, aynı zamanda eleştirel bir ifade alanı olarak da konumlandırmaktadır. Bu yönüyle *Cezmikalorifer*, haberin dijital medya ortamında estetik ve kültürel kodlarla yeniden biçimlenmesine olanak sağlayan örneklerden biridir. Mart 2013 tarihinde kurulmuş olan hesap, 9,9 milyon kişi tarafından takip edilmektedir.

Şekil 1

Cezmikalorifer Hesabının İnstagram Görüntüsü



Cezmikalorifer İnstagram hesabı, mizah temelli kısa video içerikleriyle dijital haberciliğin dönüşümünü gözler önüne seren nitelikte bir örnek sunmaktadır. Hesap, toplumsal

olayları ve gündeme dair gelişmeleri alaycı, nostaljik ve yaratıcı anlatılarla harmanlayarak izleyiciye sunmakta ve bu yönüyle geleneksel haber sunum pratiklerinden belirgin biçimde ayrışmaktadır. Araştırmanın temel amacı, söz konusu içeriklerin hangi mizah türleriyle yapılandırıldığını, haberin nasıl kurgulandığını ve izleyiciye nasıl bir anlam dünyası sunduğunu analiz etmektir. Bu bağlamda *Cezmikalorifer* hesabı, dijital medya ortamında mizahın haber üretiminde nasıl işlevselleştiğini ve bu bağlamda haberciliğin estetik, eleştirel ve toplumsal yönlerinin nasıl dönüştüğünü ortaya koymak açısından özgün bir inceleme alanı sunmaktadır.

Bu sayfada yer alan, haber değeri bulunan 9 Reels haberi analiz edilmiştir.

Tablo 2

Cezmikalorifer Hesabının İçerik Analizi

Video Başlığı	**Mizah Türü**	**Haber Türü**	**Ton ve Anlam**	**Görsel ve Ses Kullanımı**	**İzleyici Etkileşimi**	**Haber Sunumu**	**İzlenme/ Yorum Sayısı**
1-Attığı basket ile bir anda sınıfın kahramanı olan ufaklık	Absürd Mizah	Kültürel/Sosyal	Hafif/Eğlenceli/Eleştirel	Efektler	Yorumlar, Beğeniler	Kısa ve Öz	2,4 Milyon/ 589 yorum
2-Sevginin iyileştirici gücü	Absürd Mizah	Doğa/Çevre & Kültürel/Sosyal	Hafif/Eğlenceli	Efektler, müzik	Beğeniler ve Paylaşımlar	Kısa ve Öz	1,4 Milyon/575 yorum
3-Soğuk havaya aldırış etmeden, denize düşen kediyi kurtarmak için atlayan kadın	Alaycı Mizah / Parodi	Kültürel/Sosyal	Ciddi	Efektler, müzik	Yorumlar, beğeniler, paylaşımlar	Kısa ve Öz	4,9 Milyon/2.120 yorum
4-Jokeylerin gözünden Yeşiloba Hipodrumu Koşusu	Alaycı Mizah	Kültürel/Yerel	Eğlenceli	Müzik, efektler	Paylaşımlar, Yorumlar, beğeniler	Kısa ve Öz	1,2 Milyon/127 Yorum
5-Yıllardır kurduğu araba hayalini evlatları sayesinde	Alaycı Mizah + Duygusal Unsurlar	Duygusal, Eleştirel ve Eğlenceli	Eleştirel	Efektler, müzik	Yorumlar, Paylaşımlar, beğeniler	Kısa ve Öz	2,9 Milyon/1.062 yorum

gerçekleştiren babanın mutluluğu							
6-Malatya'da polislere kavga ihbarı yapan bir grup esnaf pastalı ve konfetili polis haftası sürprizi yapmış	Parodi & Absürd Mizah	Kültürel/Yerel	Eğlenceli ve Duygusal	Efektler & Müzik	Yorumlar, Paylaşımlar, beğeniler	Kısa ve Öz	4,3 Milyon/2.293 yorum
7-Yaptığı diorama ile bizi eski mahalle kültürüne götüren sanatçı	Karikatürizm & Hafif Mizah	Kültürel/Yerel	Duygusal & Eleştirel	Animasyon & Müzik	Yorumlar, Beğeniler	Kısa ve Öz	1 Milyon/176 yorum
8-Baba ve bebeği Ezhel konserindeyken, tüm dinleyiciler aynı anda "baby shark" şarkısını söyledi	Absürd Mizah	Kültürel/Yerel	Hafif/Eğlenceli	Efektler & Müzik	Yorumlar & Beğeniler, paylaşım	Kısa ve Öz	2,6 Milyon/473 yorum
9-Trenin içinde "Türk Kanı" parçasını çalan çocuklar	Alaycı Mizah	Kültürel/Yerel	Hafif/Eğlenceli	Müzik	Yorumlar, Beğeniler	Kısa ve Öz	1,4 Milyon/643 yorum

Videoların analizine odaklanıldığında, dijital medya platformlarında yayımlanan mizah temelli haber içeriklerinin toplumsal eleştirinin ve kültürel farkındalığın gelişmesine katkı sunduğu ve geleneksel haber sunumlarından farklı olarak daha esnek ve dinamik bir yapı sergilediği görülmektedir. Örneğin, "Trenin içinde 'Türk Kanı' parçasını çalan çocuklar" adlı video, geleneksel Türk müziği parçasını, çocuklar tarafından eğlenceli bir biçimde icra edilen mizahi bir unsura dönüştürerek, kültürel mirasa dair toplumsal referansları yeniden şekillendirmektedir. Bu tür içerikler, yalnızca eğlence aracı olarak kullanılmakla kalmayıp, aynı zamanda toplumsal hafıza, kimlik ve kültür üzerine eleştirel bir bakış açısı getirmektedir. Mizah türlerinin analizinde, parodi, absürd mizah, alaycı mizah ve karikatürizm gibi çeşitlerin, içeriklerin izleyiciye ulaşmasında belirleyici rol oynadığı anlaşılmaktadır. Bu türler, geleneksel haberciliğin ciddi ve tekdüze yapısına karşı bir alternatif oluşturmakta ve toplumsal olaylara

dair farklı bakış açıları sunmaktadır. Örneğin "Baba ve bebeği Ezhel konserindeyken, tüm dinleyiciler aynı anda 'Baby Shark' şarkısını söyledi" başlıklı video, geleneksel kamusal alan normlarını ve kuşaklar arası kültürel etkileşimi mizahi bir çerçevede ele almaktadır. Genç yetişkinlere yönelik bir rap konseri sırasında, küçük bir çocuğun varlığı ve izleyici kitlesinin spontane bir şekilde "Baby Shark" şarkısını söylemesi, hem beklenmedik bir kolektif eylem örneği hem de toplumsal rollerin esnetilmesine dair anlamlı bir göstergedir. Bu durum, çocukların kamusal kültürel etkinliklerdeki yerini, onların bu alanlara katılımına dair yerleşik normları ve yaşa göre şekillenen kültürel ayrışmaları sorgulayan bir mizahi anlatı yaratmaktadır. Video, absürd mizah ve duygusal etkiyi harmanlayarak, izleyicide hem şaşkınlık hem de sıcaklık uyandırmaktadır. Aynı zamanda, bireylerin gündelik yaşam içindeki rollerini yeniden tanımlama kapasitesine sahip olan dijital medya içeriklerinin gücünü göstermektedir. Bir diğer dikkat çekici unsur, görsel ve ses kullanımının mizahi etkiler üzerinde önemli bir rol oynadığını gözler önüne sermektedir. İncelenen videolarda kullanılan animasyonlar, müzik ve efektler gibi öğeler, içeriklerin etkileşimini güçlendirirken, izleyicinin duygusal bir bağ kurmasına olanak tanımaktadır. Örneğin, "Soğuk havaya aldırış etmeden, denize düşen kediyi kurtarmak için atlayan kadın" videosu, dramatik bir durumu mizahi bir biçimde ele alırken, ses ve görsellerin kullanımı izleyicinin empati hislerini harekete geçirmektedir. Bu, dijital medya içeriklerinin duygusal bir deneyim sunduğunu ve izleyiciyi pasif bir gözlemci olmaktan çıkarıp aktif bir katılımcıya dönüştürdüğünü göstermektedir. Bu videonun 4,9 milyon izlenme ile en çok izlenen video olması, yorumların ve etkileşiminin yüksek olması dijital medya platformlarının geleneksel haberciliğe kıyasla sunduğu en önemli farklardan biri olarak görülmektedir. Yorumlar, beğeniler ve paylaşımlar, içeriklerin ne kadar etkili olduğunu ve izleyicinin bu içeriklerle ne derecede etkileşime girdiğini gösteren somut veriler sağlamaktadır. Mizah temelli içerikler, genellikle daha fazla beğeni, yorum ve paylaşım alırken, bu da içeriklerin hızla yayıldığı ve geniş bir kitleye ulaştığı anlamına gelmektedir. Bu etkileşim, içeriklerin daha geniş bir toplumsal yansıma bulmasına ve viral hale gelmesine olanak tanımaktadır.

"Malatya'da polislere kavga ihbarı yapan bir grup esnafın, olay yerine gelen ekiplere pasta ve konfetilerle sürpriz yapması" başlıklı video, mizah ile duygusallığın harmanlandığı bir anlatı sunarak dijital haberciliğin geleneksel medyadan ayrışan yapısını görünür kılmaktadır. Geleneksel medya bu tür içeriği genellikle haber bülteni formatında, ciddi ve resmi bir dille aktarırken; bu video, mizahi kurgusuyla izleyicinin dikkatini çekerken aynı zamanda duygusal bir bağ kurmayı başarmaktadır. İçerikte yer alan mizahi kurgu –yani sahte bir kavga ihbarı

üzerinden gelişen sürpriz– izleyicide şaşkınlık, tebessüm ve takdir duygularını tetikleyerek haberi yalnızca bilgi vermekle sınırlı bırakmaz; aynı zamanda izlenme ve paylaşılma motivasyonunu artırır. Video, polislik mesleğine duyulan toplumsal saygıyı eğlenceli ve yaratıcı bir yolla görünür kılarken, dijital medyanın anlatı çeşitliliği ve duygusal derinlik katma potansiyelini de sergilemektedir. Bu video en fazla izlenen ikinci video olmuş, 4,3 milyon kişiye ulaşmıştır. Böylece dijital platformlarda mizahın, haber değeri taşıyan olayları farklı anlatı biçimleriyle sunarak izleyiciyle daha etkileşimli ve katılımcı bir ilişki kurduğu anlaşılmaktadır. Bir başka önemli fark ise haber sunumunun biçimiyle ilgilidir. Dijital medya, geleneksel haberciliğin aksine daha kısa ve öz içerikler sunar. "Yıllardır kurduğu araba hayalini evlatları sayesinde gerçekleştiren babanın mutluluğu" gibi videolar, izleyiciye yalnızca bir duygusal anı hızlı bir şekilde aktarırken, dijital medya üzerinden yapılan haber sunumları daha hızlı bir şekilde bilgi edinilmesini sağlar. Bu özellik, dijital medya içeriklerinin zaman ve mekan bağımsızlığı sayesinde daha geniş bir kitleye hitap etmesine olanak tanımaktadır. Dijital medya üzerinden yayımlanan mizah temelli haber içerikleri, geleneksel haberciliğin ciddi, katı yapısından farklı olarak, eğlence, mizah ve toplumsal eleştiri öğelerini bir arada sunarak izleyiciyi etkilemekte ve toplumsal olaylara dair farkındalık yaratmaktadır. Bu içerikler, izleyicinin interaktif bir şekilde içeriklerle etkileşimde bulunmasını sağlar ve toplumsal normlarla ilgili eleştirel bir bakış açısı geliştirir. Dijital medya platformları, geleneksel medya biçimlerine göre daha hızlı, dinamik ve etkileşimli bir haber sunumu imkanı sunduğundan, bu platformlar üzerinden yayılan içerikler toplumsal hafızada önemli değişimler yaratma potansiyeline sahiptir.

Hesap, dijital medya ekosisteminde haber içeriklerinin sunumuna alternatif bir yaklaşım getirmesi bakımından dikkat çekici bir örnek teşkil etmektedir. Güncel toplumsal olayları, haber niteliği taşıyan gelişmeleri ve gündeme dair unsurları mizahi biçimlerde yeniden yapılandırmakta; özellikle parodi, absürd mizah, nostalji ve alaycı anlatım gibi araçları kullanarak, izleyici ile hem duygusal hem bilişsel düzeyde etkileşim kurmaktadır. Geleneksel haberciliğin nesnel ve bilgilendirici üslubunun aksine, *Cezmikalorifer*'in içerikleri, ironik bir dil ve estetik görsellik ile bezeli olup, izleyiciye haberi yalnızca aktarmakla kalmayıp, onunla eleştirel bir düzlemde ilişki kurmasını da teşvik etmektedir. Böylece dijital haberciliğin eğlence kültürüyle iç içe geçtiği bir biçim ortaya çıkmakta, haber içeriği bir yandan bilgi verme amacını korurken, diğer yandan toplumsal normlar, kültürel alışkanlıklar ve bireyler arası ilişkiler üzerine düşündürücü bir çerçeve sunmaktadır. Bu tür melez içerikler medya pratiklerinin yalnızca bilgi aktarımıyla sınırlı kalmayıp, toplumsal gerçekliğin yeniden inşasında önemli bir

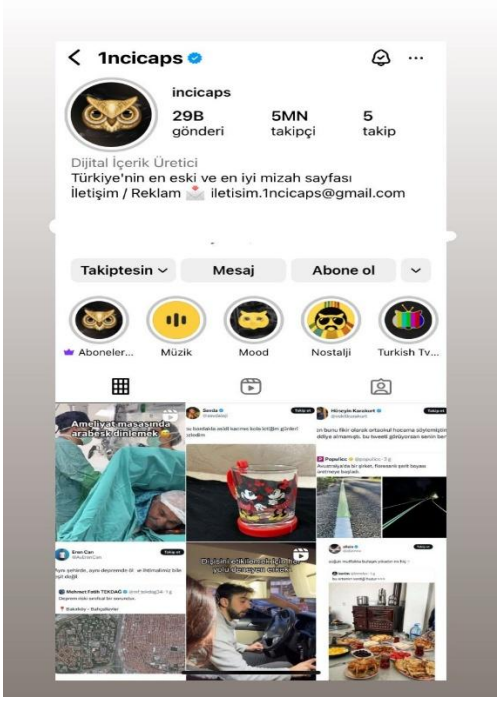
rol üstlendiğini göstermektedir (Chouliaraki, 2013; Couldry, 2008). Bu bağlamda *Cezmikalorifer*, haber ve mizahın iç içe geçtiği, dijital çağın kültürel kodlarıyla uyumlu bir anlatı formu geliştirerek, dijital platformlarda habercilik pratiklerinin dönüşümünü yansıtan önemli bir medya aktörü olarak değerlendirilebilir.

7.2. 1inciCaps Hesabının Analizi

Instagram'ın görsel odaklı ve hızlı tüketilen içerik yapısı, dijital mizahın biçimsel ve anlamsal dönüşümünü belirgin bir şekilde etkilerken, bu dönüşümün önemli örneklerinden biri de *Incicaps* adlı sosyal medya hesabında gözlemlenmektedir. *Incicaps*, güncel olayları, gündelik yaşam sahnelerini ve sosyal davranış kalıplarını ironik bir perspektifle yeniden yorumlayarak, dijital mizahın hem bireysel hem de kolektif hafızayı nasıl şekillendirdiğine dair önemli veriler sunmaktadır. Hesap, özellikle "O sırada biz" gibi başlıklar altında sunulan Reels videolarıyla, toplumsal olaylara mizahi bir çerçeveden yaklaşmakta ve izleyici ile güçlü bir kültürel rezonans kurmaktadır.

Şekil 2

1inci Hesabının Instagram Görüntüsü



Geleneksel haber sunumundan farklı olarak bilgi verme amacı taşımaktan ziyade, gündelik yaşamın absürtlüğünü ya da çelişkilerini görünür kılmayı amaçlayan bu içerikler, izleyiciyi yalnızca güldürmekle kalmamakta, aynı zamanda sosyal normlar, popüler kültür ve

bireysel deneyimler üzerine düşündürmektedir. Yüksek izlenme ve paylaşım oranları, kullanıcıların bu içeriklerle kurduğu duygusal ve bilişsel bağın bir göstergesi niteliğindedir. Böylece *Incicaps*, dijital platformlarda haber ile mizahın sınırlarının bulanıklaştığı bir ara alan oluşturmakta, bu yönüyle yeni medya anlatılarına özgü hibritleşme eğilimlerinin güçlü bir temsilini sunmaktadır. 5 Milyon takipçisi bulunan hesapta yayınlanmış haber değeri taşıyan 5 reels haberi analiz edilmiştir.

Tablo 3

1inci Hesabının İçerik Analizi

Video Başlığı	Mizah Türü	Haber Türü	Ton ve Anlam	Görsel ve Ses Kullanımı	İzleyici Etkileşimi	Haber Sunumu	İzlenme/Yorum Sayısı
1-O sırada Biz	Parodi/Alaycı Mizah	Kültürel/ Magazin	Hafif/Eğlenceli	Efektler	Yorumlarbeğeniler,paylaşımlar	Kısa ve Öz	1,7 Milyon/89 Yorum
2-Pandemide semazen olmak	Parodi/Absürd Mizah	Kültürel/ Yerel	Hafif/Eğlenceli	Efektler, müzik	Beğeni ve Yorumlar	Kısa ve Öz	1,1 Milyon/316 yorum
3-Siyaset Yüzünden Sevdiklerinizle Neden Küsmemelisiniz”	Alaycı Mizah	Kültürel/ Yerel	Eleştirel	Efektler	Beğeniler ve Paylaşımlar	Kısa ve Öz	1,6 Milyon/860 yorum
4- El Arabası Ne Geziyor	Absürd Mizah	Kültürel/ Yerel	Hafif/Eğlenceli	Efektler, müzik	Beğeniler ve Paylaşımlar	Kısa ve Öz	3 milyon/270 yorum
5- Sesi Atatürk’e	İroni	Kültürel ve Sosyo-	Nostaljik /kültürel	Doğal Ses,	Beğeniler ve	Kısa ve Öz	1,5 milyon/353 yorum

Benzeyen Amca		psikolojik		Benzetim Etkisi	Paylaşımlar		

Mizah, dijital medya platformlarında haber sunumunun önemli bir bileşeni haline gelmiştir. Özellikle 1ncicaps gibi hesaplar, toplumsal olayları ve güncel gelişmeleri mizahi bir üslupla sunarak, geleneksel medyanın genellikle ciddi, mesafeli ve zaman zaman yorucu anlatım tarzlarından farklılaşmaktadır. Mizah, izleyicilerin ilgisini çekmenin ötesinde, izleyicinin içerikle etkileşimde bulunma ve içeriği paylaşma eğilimlerini artırmaktadır. Bu etkileşim, içeriklerin daha geniş bir kitleye ulaşmasına ve yayılmasına olanak tanımaktadır. Dijital medyanın sunduğu bu dinamik etkileşim, geleneksel medya anlayışından önemli bir fark yaratmıştır. Bu durum, mizahın etkisini pekiştirir, çünkü mizahın özü, izleyicilerin olaylar hakkında düşünmelerini ve bu düşünceleri paylaşarak toplumsal bir etkileşime katılmalarını gerektirir. Dijital medya, mizah aracılığıyla izleyici kitlesine toplumsal olayları daha anlaşılır bir biçimde sunar. Bu tür içerikler, genellikle gündelik yaşamda karşılaşılan karmaşık veya zorlayıcı konuları daha rahat bir dille ifade eder. Örneğin *Pandemide Semazen Olmak* adlı video, elektronik bir aracın üzerinde sema yapan bir kişinin görüntüsüyle, geleneksel kültür ile modern teknolojinin çelişkisini eleştiren bir mizah örneği sunmaktadır. Sema, manevi bir anlam taşıyan geleneksel bir ritüelken, bu ritüelin ticari bir amaçla teknolojiyle birleşmesi, kültürel değerlerin nasıl yozlaştırılabileceğini vurgular. Video, pandeminin toplumsal yaşam üzerindeki etkilerine dair eleştirel bir bakış açısı geliştirirken, izleyiciyi hem eğlendirir hem de düşündürür. Bu içerik, izleyicilere toplumsal ve kültürel değişimleri sorgulama fırsatı sunar. Dijital medya, izleyicilerin sadece içerikleri izleyip geçmesini değil, aynı zamanda bu içerikler üzerinde yorum yapmalarını, beğenmelerini ve paylaşmalarını teşvik eder. Böylece, izleyiciler içeriklere pasif bir şekilde değil, aktif bir şekilde katılırlar. Bu etkileşimli yapı, geleneksel medyada nadiren görülen bir özelliktir ve dijital medyanın avantajlarını gözler önüne serer. Mizahın bu gücü, içeriklerin toplumsal eleştiriler içermesine olanak tanır. *Sesi Atatürk'e Benzeyen Amca* gibi içerikler, tarihsel bağlamı mizahi bir anlatımla eleştirirken, izleyiciye hem eğlenceli bir deneyim sunar hem de toplumsal hafıza ve kültürel normlar üzerinde düşünme fırsatı verir. Bu içerikler, eğlencenin ötesine geçer ve izleyicilerin toplumsal olaylar karşısında daha eleştirel bir bakış açısı geliştirmelerini teşvik eder. Mizah, yalnızca eğlence aracı olarak kullanılmakla kalmaz, aynı zamanda toplumsal olaylara dair daha derinlemesine bir farkındalık yaratılmasını sağlar. Dijital medyada mizahın haberle birleşimi, geleneksel haber sunumunun ötesine geçer. Geleneksel medya, haberleri genellikle objektif bir biçimde ve ciddi bir üslupla sunmayı

amaçlarken, dijital platformlarda mizah, bu haberlerin sunum biçimini değiştiren ve onları daha etkileşimli hale getiren bir rol oynar. Mizahi içerikler, toplumsal normları sorgulayan ve izleyiciyi düşündüren bir etki yaratır. 1ncicaps gibi hesaplar, bu dinamiği başarıyla kullanarak haberlerin bilgi verme amacının ötesine geçmesini sağlar. Mizah hem izleyicinin dikkatini çeker hem de toplumsal olaylara dair farkındalık oluşturur.

Sayfada 3 milyon izlenme oranı olan *El Arabası Ne Geziyor* başlıklı videosu, toplumsal bir olayı mizahi bir üslupla ele alırken, geleneksel protesto hareketlerinden farklı bir bakış açısı sunmaktadır. Videoda, protestolara katılan bireylerin çoğu polis müdahalesinden kaçarken, bir kişi el arabasıyla koşmaktadır. Bu görüntü, protesto hareketinin ve toplumsal olayların ciddiyetini mizahi bir dille sorgulayan bir anlatım biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır. El arabası, protestonun sembolik bir öğesi haline gelirken, protestoların halkın gözünde bazen absürdleşebilecek yanlarını vurgular. Polis müdahalesi ve kaçış, toplumun karşılaştığı baskı ve otoriter müdahalelere karşı gösterilen tepkileri yansıtırken, el arabasının bu süreçteki yerinin ironik bir anlam taşıması, protestoların gerçekliğini sorgulayan bir bakış açısını ortaya koyar. Bu video, izleyiciye, toplumsal olayların ve protestoların bazen ne kadar karmaşık ve çelişkili olabileceğini düşündürürken, aynı zamanda mizahın gücüyle toplumsal olaylara dair daha geniş bir farkındalık yaratır. Geleneksel haber sunumlarında ciddi ve mesafeli bir dil tercih edilirken, bu tür dijital medya içerikleri, toplumsal olaylara dair eleştirel bir bakış açısı sunmanın yanı sıra, izleyiciyi daha etkileşimli ve katılımcı bir hale getirmektedir. Videolar incelendiğinde, özellikle absürd mizah, ironi ve hızlı tempolu anlatımlar gibi çeşitli mizah türlerinin birleştirildiği görülmektedir. Ancak bu mizahi yaklaşımın yanı sıra, videoların kısa süreli olması da içeriklerin cazibesini artıran önemli bir faktördür. Bu özellik, dijital medya platformlarının hızlı tüketim kültürüne ve izleyicilerin sınırlı dikkat sürelerine uyum sağlamaktadır. Kısa videolar, genç izleyici kitlesi ve yeni nesil için daha çekici hale gelir, çünkü hızlı bir şekilde bilgi edinmek ve eğlenmek isteyen izleyicilere hitap etmektedir. Geleneksel medyanın genellikle daha uzun ve ciddi anlatım tarzının aksine, *1ncicaps* içerikleri mizahi bir dille, hızlı ve öz bir şekilde sunmaktadır. Bu yaklaşım, izleyiciyi hem eğlendirir hem de toplumsal olayları düşündürmektedir.

7.3. Dijital Medyada Mizahi Haber İçeriklerinin Etik Sorunları ve Geleneksel Medyadan Farklılıklar

Araştırma bulguları, dijital medya ortamında mizah ile sunulan haberlerin, geleneksel habercilik anlayışından önemli ölçüde farklılaştığını ortaya koymaktadır. Özellikle İnstagram

Reels gibi kısa video platformlarında yayımlanan mizahi haber içerikleri, geleneksel medyanın doğruluk, tarafsızlık ve toplumsal sorumluluk gibi etik ilkelerinden sapmalar göstermektedir. Bu bulgular, dijital medyanın mizahi anlatılar aracılığıyla haberin biçimsel ve içeriksel yapısındaki dönüşümü ve bunun etik sorumluluklar üzerindeki etkisini açıklığa kavuşturmaktadır.

Birinci bulgu, mizahi içeriklerin haberin bağlamından koparılarak sunulmasıdır. Geleneksel habercilikte, haberin doğruluğu ve bağlamı, izleyicinin doğru bilgiye erişimi açısından hayati önem taşır. Ancak dijital medya platformlarında mizahi anlatılar, genellikle haberin orijinal bağlamından saparak, olayları parodi, ironi ve absürd mizah gibi tekniklerle yeniden şekillendirir. Bu durum, haberin doğru bir şekilde algılanmasını engelleyebilir ve izleyicinin haberi ciddiyetinden uzak bir şekilde değerlendirmesine yol açabilir. Sonuç olarak, mizahi içerikler, izleyicinin gerçeklik algısını bozan bir "algısal kayma" yaratabilir (Baym, 2005). Bu tür bir anlatım biçimi, geleneksel haberciliğin etik sorumluluklarıyla uyumsuzdur ve haberin doğruluğu ilkesine zarar verebilir.

İkinci bulgu, dijital medyada mizahın toplumsal travmalar ve şiddet gibi hassas konularda kullanımıyla ilgilidir. İncelenen videolar, afet, ölüm ve cinsiyet temelli şiddet gibi ciddi toplumsal olayların mizahi bir şekilde ele alındığını göstermektedir. Mizahın bu tür ciddi konularda kullanılması, izleyicilerin olayları hafife almasına ve mağdurlara yönelik empati eksikliğine yol açabilir. Bu da geleneksel habercilikte beklenen duyarlılığı zayıflatarak, toplumsal sorumluluk anlayışını ihlal etmektedir. Özellikle afetler ve şiddet gibi konularda, mizah yoluyla sunulan haberler, bu olayların ciddiyetini ve kamusal etkisini göz ardı edebilir, böylece toplumsal duyarlılığı olumsuz yönde etkileyebilir (McNair, 2011).

Üçüncü bulgu, dijital platformların haber içeriklerine sağladığı görünürlük ile ilgilidir. Mizahi haber içerikleri, sosyal medya algoritmaları tarafından hızla yayılarak büyük kitlelere ulaşmaktadır. Ancak bu durum, haberin doğruluğunu ve güvenilirliğini tehdit etmektedir. İzleyiciler, mizahi içerikleri doğru haberlerden ayırt etmekte zorlanabilmektedir. Sonuç olarak, mizahi haber içerikleri, izleyicinin doğru bilgiye ulaşma hakkını tehlikeye atmaktadır. Geleneksel medyada, haberlerin güvenilirliği ve doğruluğu ön planda tutulurken, dijital medyada etkileşim ve görünürlük kazanma isteği, haberin güvenilirliğini zayıflatmaktadır.

Özetle, dijital medyada mizah ile sunulan haber içeriklerinin, geleneksel habercilik ilkeleriyle örtüşmeyen etik sorunlar taşıdığı söylenebilir. Mizah, haberin bağlamından saparak izleyicinin doğru bilgiye ulaşmasını engelleyebilir, ayrıca toplumsal duyarlılığı ve empatiyi

zayıflatarak etik dışı sunumlara yol açabilir. Dijital medyanın özgürleştirici ve etkileşimli yapısı, haberciliğin doğruluğu ve etik sorumlulukları açısından önemli zorluklar yaratmaktadır. Bu bulgular, dijital haberciliğin etik sorumlulukları ve güvenilirliği açısından daha derin bir incelemeyi gerektirmektedir.

SONUÇ

Bu araştırma, dijital medya çağında haberin mizahla iç içe geçerek nasıl yeniden üretildiğini ve bu dönüşümün toplumsal, kültürel ve medyatik sonuçlarını sorgulayan özgün bir çerçeve sunmaktadır. Instagram Reels gibi kısa video temelli platformlar üzerinden analiz edilen içerikler, haberi yalnızca bilgilendirme aracı olarak değil, aynı zamanda duygusal, eleştirel ve estetik bir anlatı biçimi olarak yeniden inşa etmektedir. Bu bağlamda çalışma, dijital medya kullanıcılarının yalnızca pasif alıcılar olmadığını, aynı zamanda mizah yoluyla yeniden ürettikleri, paylaştıkları ve dönüştürdükleri içerikler aracılığıyla aktif öznelere dönüştüğünü göstermiştir. Çalışmanın en temel bulgusu, mizahın yalnızca eğlenceye hizmet eden bir araç olmadığı, aksine dijital habercilikte güçlü bir anlatı stratejisi olarak işlev gördüğüdür. Özellikle parodi, absürd mizah, alaycı anlatım ve nostaljik referanslar, haberin duygusal bağ kurma ve eleştirel düşünceyi tetikleme kapasitesini artırmaktadır. Mizah dijital çağın politik ve kültürel söylemlerini yeniden biçimlendirirken, mizahi içerikler toplumsal olaylara dair farkındalık yaratma, politik eleştiri sunma ve kültürel normları sorgulama açısından etkili bir araç olarak öne çıkmaktadır. Bu tür içerikler, izleyiciye yalnızca gülme deneyimi sunmaz; aynı zamanda bir anlamlandırma süreci başlatmaktadır.

Çalışmada analiz edilen videoların çoğunun kısa, hızlı tüketilebilir ve estetik olarak zenginleştirilmiş olması, dijital medya kullanıcılarının dikkat süresinin kısaldığı ve bilgiyi daha yoğun, daha görsel biçimlerde alma eğiliminde olduğu düşüncesiyle de örtüşmektedir (Leaver vd., 2020). Bu bağlamda sosyal medya platformlarının algoritmik yapısı, yüksek etkileşim potansiyeli taşıyan içerikleri öne çıkarmakta ve böylece mizahi anlatılar daha görünür hale gelmektedir. Nitekim çalışmada analiz edilen videoların yüksek beğeni, paylaşım ve yorum oranları, mizahın izleyiciyle kurduğu etkileşimin ne kadar güçlü olduğunu somut biçimde göstermektedir. Araştırma ayrıca, geleneksel haberciliğin bilgi odaklı, ciddi ve nesnel anlatım tarzına kıyasla dijital mizahi içeriklerin çok daha katılımcı, yaratıcı ve çok sesli bir anlatı sunduğunu ortaya koymuştur. Bu anlamda çalışma, Baym (2005)'ın "discursive integration" (söylemsel bütünleşme) kavramıyla da ilişkilendirilebilir. Baym'a göre geleneksel haber söylemleri ile popüler kültürün anlatı pratikleri birbirine karışmakta, ortaya hibritleşmiş yeni

medya formları çıkmaktadır. Bu çalışmanın ortaya koyduğu dijital içerikler de tam olarak bu hibritleşmiş medya formlarına örnek teşkil etmektedir. Özellikle Cezmikalorifer'in toplumsal duyarlılık içeren haberleri mizahi biçimde işlemesi, klasik habercilik normlarının sınırlarının aşıldığını ve haberin estetikleşerek "deneyimsel bir ürüne" dönüştüğünü göstermektedir (Hermida, 2010). Çalışmada mizahın biçimsel unsurlarla (efektler, müzikler, hızlı geçişler) birlikte kullanılması, içeriklerin hem dikkat çekiciliğini hem de etkileşim potansiyelini artırmaktadır Postman (1985)'in ifade ettiği gibi, haberin "eğlenceleşmesi" (infotainment) değil, bilginin duygusal ve kültürel deneyimle harmanlandığı yeni bir anlatı biçimi olduğunu düşündürmektedir. Araştırmada siyasi içerikli videolara dair bulgular, dijital mizahın yalnızca toplumsal olaylara değil, aynı zamanda politik figürlere ve iktidar pratiklerine yönelik eleştirel bir araç olarak da kullanıldığını göstermektedir. Bu tür içerikler, siyasal mizahın, yalnızca politik aktörleri hedef almadığını, aynı zamanda toplumsal uzlaşı ve duygusal bağların nasıl zarar gördüğünü de görünür kıldığını göstermektedir. Video, parodi ve alaycı mizah teknikleriyle izleyiciyi güldürürken, aynı zamanda kutuplaşma atmosferini sorgulamaya açmakta, böylece yalnızca bilgi aktaran değil, eleştirel farkındalık yaratan bir işlev üstlenmektedir. Bu durum, Baym (2005)'ın "discursive integration" kavramı çerçevesinde değerlendirildiğinde, politik içeriğin popüler anlatılarla iç içe geçerek yeni bir kamuoyu oluşturma biçimi geliştirdiğini göstermektedir. Dolayısıyla siyasi içerik taşıyan mizahi videolar, medya ile iktidar arasındaki ilişkileri dolaylı biçimde sorgulayan ve izleyiciyi bu ilişkinin bir parçası haline getiren önemli bir dijital anlatı formu olarak değerlendirilebilir. Ayrıca, içeriklerin kültürel kodlarla yüklü olması (örneğin nostaljik müziklerin, popüler referansların kullanımı), toplumsal belleği harekete geçiren bir işlev de görmektedir. Dijital medyada anlatılar artık yalnızca bilgi aktarımı değil, kimlik inşası ve kültürel aidiyet üretimiyle de doğrudan ilişkilidir.

Araştırma bulguları, dijital medya ortamında mizahi içeriklerle sunulan haberlerin, geleneksel habercilik ilkelerinden sapmalar gösterdiğini ortaya koymaktadır. Mizahi haber içerikleri, haberin bağlamından koparılarak parodi, ironi ve absürd mizah gibi tekniklerle yeniden şekillendirilmektedir. Bu durum, haberin doğruluğunu ve bağlamını izleyiciye doğru iletme konusunda zorluklar yaratmakta, izleyici algısında "algısal kayma"ya neden olabilmektedir (Laughey, 2007). Ayrıca, mizahın toplumsal travmalar ve hassas konularda kullanımı, ciddi olayların ciddiyetini küçümseme riskini taşıyarak toplumsal duyarlılığı zayıflatmaktadır (Niven, 2002). Dijital platformların algoritmalarının etkisiyle mizahi içerikler hızla yayıldığında, haberin doğruluğu sorgulanmakta ve izleyicinin doğru bilgiye ulaşma hakkı

tehlikeye girmektedir (Tandoc Jr, 2014). Bu bulgular, dijital medyada mizahi haber içeriklerinin, geleneksel haberciliğin doğruluk ve toplumsal sorumluluk ilkeleriyle uyumsuzluklar taşıdığını ve etik sorunlar yarattığını göstermektedir. Sonuç olarak bu çalışma, dijital medyada mizahın haberin biçimsel ve içeriksel dönüşümünde merkezi bir rol üstlendiğini ortaya koymaktadır. Instagram gibi görsel-işitsel yoğunluğu olan platformlarda mizah, haberin yalnızca daha çekici hale gelmesini sağlamamakta, aynı zamanda onu daha eleştirel, daha katılımcı ve daha duygusal bir biçimde yeniden üretmektedir. Bu yönüyle mizahi içerikler, haberin toplumsal işlevini dönüştürmekte; bilgi, eğlence ve eleştiriyi bir arada sunan melez anlatı formları yaratmaktadır.

Gelecek araştırmalar, dijital mizah haberlerinin uzun vadeli etkilerini, özellikle siyasal katılım, medya okuryazarlığı ve toplumsal farkındalık gibi değişkenler üzerindeki yansımalarını daha kapsamlı biçimde ele alabilir. Ayrıca bu içeriklerin eleştirel medya pedagojisi bağlamında kullanımı, genç kuşakların medyayla ilişkisini şekillendirmede önemli potansiyellere sahiptir. Bu bağlamda, dijital medya okuryazarlığı eğitimlerinde mizahi haber içeriklerinin analizi hem eleştirel düşünmenin gelişimi hem de medya metinlerinin çok katmanlı yapısının anlaşılması açısından değerli bir kaynak oluşturabilir.

KAYNAKÇA

Baudrillard, J. (1994). *The illusion of the end*. Stanford University Press.

Baym, G. (2005). The Daily Show: Discursive integration and the reinvention of political journalism. *Political communication*, *22*(3), 259-276. https://doi.org/10.1080/10584600591006492

Boukes, M. (2019). Social network sites and acquiring current affairs knowledge: The impact of Twitter and Facebook usage on learning about the news. *Journal of Information Technology & Politics*, *16*(1), 36-51. https://doi.org/10.1080/19331681.2019.1572568

Bruns, A. (2008). 3.1. The active audience: Transforming journalism from gatekeeping to gatewatching. In: Academic Press.

Dahlgren, P. (2009). *Media and political engagement: Citizens, communication and democracy*. Cambridge University Press.

Deuze, M. (2007). Convergence culture in the creative industries. *International journal of cultural studies*, *10*(2), 243-263. https://doi.org/10.1177/1367877907076793

Georgiou, M., & Silverstone, R. (2007). Diasporas and contra-flows beyond nation-centrism. *Media on the move: Global flow and contra-flow*, 30-43.

Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.

Gray, J., Jones, J. P., & Thompson, E. (2009). *Satire TV: Politics and comedy in the post-network era*. nyu Press.

Hansson, K., Sveningsson, M., & Ganetz, H. (2021). Organizing Safe Spaces:# MeToo Activism in Sweden: Hansson Karin et al. *Computer supported cooperative work (CSCW)*, *30*(5), 651-682. https://doi.org/10.1007/s10606-021-09410-7

Hermida, A. (2010). From TV to Twitter: How ambient news became ambient journalism. *Media/Culture Journal*, *13*(2). https://doi.org/https://doi.org/10.5204/mcj.220

Highfield, T. (2016). News via Voldemort: Parody accounts in topical discussions on Twitter. *New Media & Society*, *18*(9), 2028-2045. https://doi.org/10.1177/1461444815576703

Hmielowski, J. D., Holbert, R. L., & Lee, J. (2011). Predicting the consumption of political TV satire: Affinity for political humor, The Daily Show, and The Colbert Report. *Communication monographs*, *78*(1), 96-114. https://doi.org/10.1080/03637751.2010.542579

Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). New York University Press. https://doi.org/doi:10.18574/nyu/9780814743515.001.0001

Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2008). The shape of journalistic excellence. *The big picture: Why democracies need journalistic excellence*, *39*.

Krippendorff, K. (2004). Reliability in content analysis: Some common misconceptions and recommendations. *Human communication research*, *30*(3), 411-433. https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2004.tb00738.x

Laughey, D. (2007). *Key themes in media theory*. McGraw-Hill Education (UK).

Leaver, T., Highfield, T., & Abidin, C. (2020). *Instagram: Visual social media cultures*. John Wiley & Sons.

Lyon, D. (2007). Surveillance, security and social sorting: emerging research priorities. *International criminal justice review*, *17*(3), 161-170. https://doi.org/10.1177/1057567707306643

Maares, P., & Hanusch, F. (2020). Exploring the boundaries of journalism: Instagram micro-bloggers in the twilight zone of lifestyle journalism. *Journalism*, *21*(2), 262-278. https://doi.org/10.1177/1464884918801400

McNair, B. (2011). Journalism at the movies. *Journalism Practice*, *5*(3), 366-375. https://doi.org/10.1080/17512786.2011.564885

Molyneux, L., & Holton, A. (2015). Branding (health) journalism: Perceptions, practices, and emerging norms. *Digital journalism*, *3*(2), 225-242. https://doi.org/10.1080/21670811.2014.906927

Napoli, P. M. (2011). *Audience evolution: New technologies and the transformation of media audiences*. Columbia University Press.

Neuendorf, K. A. (2018). Content analysis and thematic analysis. In *Advanced research methods for applied psychology* (pp. 211-223). Routledge.

Niven, P. R. (2002). *Balanced scorecard step-by-step: Maximizing performance and maintaining results*. John Wiley & Sons.

Ofcom. (2022). https://www.ofcom.org.uk/phones-and-broadband/service-quality/the-communications-market-2022

Papacharissi, Z. (2015). The unbearable lightness of information and the impossible gravitas of knowledge: Big Data and the makings of a digital orality. *Media, Culture & Society*, *37*(7), 1095-1100. https://doi.org/10.1177/0163443715594103

Pavlik, J. V. (2013). Innovation and the future of journalism. *Digital journalism*, *1*(2), 181-193. https://doi.org/10.1080/21670811.2012.756666

PewResearchCenter. (2021). *Striking findings from 2021*. https://www.pewresearch.org/short-reads/2021/12/17/striking-findings-from-2021/?gad_source=1&gad_campaignid=22378837192&gbraid=0AAAAA-ddO9ELvzAlWJdK714vUO4jxp8qI&gclid=CjwKCAjwyYPOBhBxEiwAgpT8Pz3f7XUncusJ0ovPyXjmxxkxRQ9Fni69JLfXCOtZQJADkniSsveIiBoCu0MQAvD_BwE

Postman, N. (1985). Chapter X: Media and Technology as Educators. *Teachers College Record*, *86*(5), 183-200. https://doi.org/10.1177/01614681850860051

Spotify. (2022). *Dijital News Report*. https://open.spotify.com/playlist/34AsZbfQBbajSX3dGcMB4f

Tandoc Jr, E. C. (2014). Journalism is twerking? How web analytics is changing the process of gatekeeping. *New media & society*, *16*(4), 559-575. https://doi.org/10.1177/1461444814530541

Thussu, D. K. (2007). TheMurdochization'of news? The case of Star TV in India. *Media, Culture & Society*, *29*(4), 593-611. https://doi.org/https://doi.org/10.1177/016344370707619

Twentify. (2023). *Tüketicilerin Değişen Algısı ve Davranışları 2023*. https://www.twentify.com/tr/raporlar/tuketicilerin-degisen-algisi-ve-davranislari-2023

WeAreSocial. (2025). *Digital 2025: The essential guide to the global state of digital*. https://wearesocial.com/uk/blog/2025/02/digital-2025-the-essential-guide-to-the-global-state-of-digital/

Extented Abstract

Research Background & Aim

The rapid expansion of digital media platforms has fundamentally transformed the production, circulation, and consumption of news. Social media environments, particularly short-video-based platforms such as Instagram Reels, have challenged conventional journalistic norms by prioritizing speed, visuality, emotional engagement, and algorithmic visibility. Within this evolving media ecology, humor has emerged as a central narrative strategy reshaping news presentation. Parody, irony, absurd humor, and sarcasm are increasingly employed to reinterpret current events, political developments, and everyday social issues in formats that blend information with entertainment. While humor has long been examined within the context of satire, political comedy, and television-based infotainment, its function in micro-video news content on social media remains underexplored. Existing studies often focus on traditional satire programs, overlooking the rise of user-centered, algorithm-driven humorous news narratives produced and circulated through digital platforms. This gap is particularly visible in the Turkish media context, where Instagram has become one of the most widely used platforms for news consumption. The aim of this study is to examine how humor-based news narratives on Instagram Reels contribute to the transformation of digital journalism. By analyzing humorous news content produced by popular Instagram accounts, the study seeks to reveal how humor operates not merely as an aesthetic embellishment but as a functional tool for critical discourse, audience engagement, and alternative meaning-making. In doing so, the research explores the relationship between postmodern humor, algorithmic dissemination, and the reconfiguration of journalistic norms in digital environments.

Methodology

This study adopts a qualitative content analysis approach to investigate humor-based news narratives on Instagram Reels. Qualitative content analysis enables a systematic

examination of media texts by focusing on thematic patterns, narrative structures, and discursive strategies within their socio-cultural context. The research universe consists of Instagram accounts that regularly produce humorous news-related content. The sample was purposively selected based on visibility, follower count, and engagement levels. Two prominent Turkish Instagram accounts—Cezmikalorifer and 1incicaps—were chosen due to their widespread recognition for humorous news storytelling. Data collection was limited to a 30-day period between 15 March and 15 April 2025**,** during which all Reels videos containing news-related content were identified. A total of 14 short videos were analyzed. A coding scheme specifically developed for this study was employed to conduct a multidimensional analysis. The coding categories included: (1) humor type (parody, absurd humor, caricaturization, sarcastic humor), (2) news type (political, economic, cultural/local, environmental), (3) narrative tone (serious, entertaining, critical), (4) visual and auditory elements (animation, music, effects), (5) news presentation style (short/summary-based or detailed), and (6) audience interaction (likes, comments, shares). This analytical framework allowed for an in-depth examination of both the structural and discursive characteristics of humor-based news content.

Findings

The findings indicate that humor plays a central role in reshaping digital news narratives on Instagram Reels. Rather than functioning solely as a decorative element, humor operates as a strategic tool for critical expression and audience engagement. Among the humor types identified**,** parody and absurd humor were the most prevalent, particularly in content addressing political, cultural, and everyday social issues. These forms enabled creators to challenge dominant narratives, expose contradictions, and encourage reflective interpretation. The analyzed videos frequently employed strong visual and auditory elements, including nostalgic imagery, popular music, sound effects, and rapid editing techniques. Such elements enhanced emotional resonance and contributed to higher engagement levels. The narrative tone was predominantly critical yet entertaining, allowing sensitive or controversial topics to be presented in an accessible and shareable format. Audience interaction metrics revealed that humorous news content achieved high levels of engagement, suggesting a strong emotional and cognitive connection between creators and viewers. Comments often extended the narrative by adding interpretations, jokes, or critiques, demonstrating that users actively participate in meaning-making processes. The algorithmic

structure of Instagram further amplified the visibility of humorous content, reinforcing its circulation and impact within digital public spaces.

Conclusion & Discussion

This study demonstrates that humor-based news narratives on Instagram Reels represent an alternative form of digital journalism that challenges traditional norms of objectivity, seriousness, and linear storytelling. By blending humor with news, content creators construct postmodern media narratives in which reality, representation, and critique coexist in fluid and hybrid forms. Humor enables the erosion of rigid journalistic boundaries while fostering emotional engagement, cultural resonance, and participatory interpretation. However, this transformation also raises ethical considerations, particularly regarding the potential trivialization of serious issues and the blurring of boundaries between information and entertainment. Despite these challenges, humor-based digital news content holds significant potential as a tool for critical discourse, especially among younger audiences who increasingly rely on social media for news consumption. Overall, the study contributes to digital journalism and media studies literature by highlighting humor as a powerful narrative and discursive mechanism in algorithm-driven media environments. It suggests that future research should further examine the ethical dimensions, audience literacy, and long-term societal effects of humorous news storytelling in digital platforms.

Yazarların çalışmaya katkı oranları eşittir.

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.