



GAZİANTEP UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Journal homepage: <http://dergipark.org.tr/tr/pub/jss>



Araştırma Makalesi • Research Article

Bir Mizah Unsuru Olarak Dijitalleşme: Karikatürler Üzerinden Bir İçerik Analizi

Digitalization as a Humor Element: A Content Analysis Through Caricatures

Hakan AYZA^{a*}

^a Arş. Gör. Dr. Gaziantep Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, Gaziantep / TÜRKİYE
ORCID: 0000-0001-5083-1150

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 19 Şubat 2021

Kabul tarihi: 20 Nisan 2021

Anahtar Kelimeler:

Mizah,
Karikatür,
Dijitalleşme,
Dijital yurttaşlık

ARTICLE INFO

Article History:

Received February 19, 2021

Accepted April 20, 2021

Keywords:

Humour,
Caricature,
Digitalization,
Digital citizenship

ÖZ

Dijitalleşme, özellikle 2000’li yıllardan sonra gündelik hayatımızda daha çok kendini hissettirmektedir. Söz konusu olgu hem akademik ortamlarda hem de medyada çeşitli boyutlarıyla ve olası etkileriyle tartışılmaktadır. Bu çalışma dijitalleşmenin etkili bir iletişim aracı olan karikatürler aracılığıyla nasıl sunulduğunu ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu amaç Google arama motoru aracılığıyla erişilen 100 karikatür nicel içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda karikatürlerin %51’inin dijitalleşmeye karşı olumsuz yönde bir tutum sergiledikleri ortaya çıkmıştır. Olumsuz eleştirilerin odak noktasında “dijital oyun bağımlılığı/bağımlılık” ana teması bulunmaktadır. Dijitalleşmeye karşı olumlu tutum sergileyen sadece 10 karikatür vardır. Bu karikatürlerin de ağırlıklı olarak (f=6) “dijital dünyaya ilişkin tabirler” ana temasına sahip olduğu, eleştirmekten çok dijital tabirleri kullanarak güldürme amacıyla olduğunu ifade etmek mümkündür. Sonuç olarak dijitalleşmeye ilişkin karikatürlerde yansıtılan temel sorunlar arasında “bağımlılık”, “iletişimsizlik”, “sanallık”, “siber zorbalık”, “kişisel bilgilerin deşifre edilmesi” dikkat çeken örüntülerdir. Ek olarak dijital yurttaşlık temalı karikatürlerde dijital dünyaya ilişkin farkındalığın oluşmasının olumlu etkilerinin de sıklıkla vurgulandığı söylenebilir (f=14).

ABSTRACT

Digitalization has had substantial effects on our daily life; especially after 2000s. This phenomenon is discussed both in academic environments and in media with its many dimensions and in terms of its effects. This study discusses how digitalization is presented through caricature art, which is an effective means of communication. To achieve this purpose, 100 caricatures accessed via Google search engine were analyzed by using content analysis method. According to the analysis, 51% of the caricatures reflect a negative attitude towards digitalization. The main theme of the negative criticisms is “digital game addiction/ addiction”. There are only 10 caricatures with a positive attitude towards digitalization. The results showed that these caricatures mainly reflect “terms related to digital word” theme and aim to entertain by using the terms related to digital world rather than criticize it (f=6). Among the problems reflected in caricatures about digitalization, “addiction”, “lack of communication”, “virtuality”, “cyber bullying”, “divulging personal information” stand out in the analysis. In addition, positive effects of increasing awareness about digital world are often highlighted in the caricatures having “digital citizenship” theme (f=14).

* Sorumlu yazar/Corresponding author.
e-posta: hayaz@gantep.edu.tr

EXTENDED ABSTRACT

Digitalization has been an important part of our lives due to recent advancements of internet technology. Computers, technological devices, mobile phones, smart watches and interactive televisions are devices used in order to increase the prominence of digitalization; whose reflections are discussed in many contexts. One of such contexts are caricatures, through which we reflect our daily life experiences by using a humorous language that one might call “the essence of words”. In other words, the message we give through caricatures are exactly what we mean, i.e., the main idea. The aim of this study is exploring how digital world is reflected through caricatures. Within the scope of this purpose, Google search engine was used to find related contents of caricatures by entering the following key words into the search engine: “new media”, “digital citizen”, “digital communication”, “digital access” and “social media”. The first 100 caricatures, which were relevant to the theme of the study and were not repeated in the search results, were selected for the analysis. The content analysis revealed 6 main and 36 subthemes, and coding procedure was completed by two independent coders and the consistency between these coders was 91%.

The results of the analysis showed that the main theme of the study-specific caricatures is “expressions related to digital words” (43%), which is followed by “digital addiction” (27%). The caricatures often depicted people who are computer addicts and leave the room with their computer when they are told “please, go out” so that they give a fake image of “going out”. The caricatures dealing with “addiction” frequently use computers as the visual element (f=5), which is followed by adults (f=13) and children (f=9). There are 14 caricatures referring to the qualities of “digital citizenship”, and these caricatures emphasize the importance of digital citizenship concept and explain the characteristics of a conscious digital citizen, which implies a positive attitude towards the concept. The most common subtheme of the study-specific caricatures is “the spread of new communication technologies to every fields of life” (74,1%), which is depicted in every fields including personal relationships, school homework, leisure times and shopping. This subtheme was followed by “decrease in real communication” (7,8%), which was reflected through new means of communication due to new media such as using social media expressions also in daily life and people’s preferring the internet while expressing issues that they should express during face-to-face communication. “Cyber bullying/undesired events experienced on the internet” subtheme was also covered in the caricatures (f=8). Especially, children and young people are subthemes of these caricatures. The subthemes “difficulty of passwords used on the internet/necessity to avoid sharing personal information” and “cyber bullying/undesired events experienced on the internet” are often reflected under the main theme “digital citizenship”.

The common element of humor in the study is “lack of communication/ changes in life and, in turn, in the means of communication” (f=35). This finding indicates how our social life and means of communication have changed when new communication technologies became a part of our lives. This element is followed by “addiction” (f=22). The internet and technology addiction has been an issue that we frequently come across in our daily lives and is discussed in media.

19 caricatures in the study are in the form of “informative visuals”, which encourages thinking about the issue rather than making people laugh. As for the “user image”, the main image is “addicted/non-stop user of the internet” (f=61; 56,5%). The reason lying behind this finding is the high number of caricatures depicting addiction and proliferation of internet technologies in every part of our lives. This main user image is followed by “sensitive/questioning/knowledgeable/entrepreneur” image (f=30; 27,8%), which is employed in the caricatures with the main themes “the qualities of digital citizenship” (f=13) and “terms related to digital world” (f=9). In other words, digital citizenship concept implies an image of more conscious users with higher levels of awareness rather than an image only based on addiction. The other common user image is “lazy/fake/aggressive” (f=6; 5,6%). Especially, there were caricatures depicting people who copy and paste from the internet contents while doing homework, present a fake image with their profile photographs on social media and are disrespectful for others’ personal rights.

The common visual elements used in study-specific caricatures are “computers” and “adults” (f=76; 38%). When the use of computers become very common, computers were more common elements while adults were more common when new communication technologies change adults’ lives. The next most common visual element is “children” (f=32; 16%), which is often depicted in the subthemes related to “cyber bullying/ undesired events experienced on the internet” (f=6). “Telephone” is another important visual element (f=18; 9%). The considerable increase in mobile phone use especially as of 2000s and the advantage of doing everything on the internet easily allowed mobile phone to be a part of our lives more rapidly and comprehensively than computers. Thus, caricatures with “telephone” theme constituted an important percentage of the data set. The contents involving parents reflect the main theme “digital game addiction/ addiction” and the subtheme “involvement of new communication technologies in every part of our lives”.

In conclusion, digitalization in the caricatures published on the internet are reflected on every part of our lives in the form of the use of digital word expressions also in our daily lives, digital addiction, cyber bullying and digital citizenship. 51% of the study-specific caricatures highlighted internet-related problems such as addiction, cyber bullying, virtualization of life, more cases of copying/cheating in exams or homework and decrease in communication and socialization. The caricatures reflecting positive opinions about digitalization emphasize “digital citizenship” concept. These findings highlight the benefits of digital citizenship and the problems that might occur when internet technology is not used for good intentions.

Giriş

Dijitalleşme özellikle 2000’li yıllardan itibaren hayatımızın her alanında kendini göstermektedir. Cep telefonlarımızdan televizyonlarımıza, bilgisayarlarımıza hatta akıllı saatlerimize kadar hayatımıza dahil olan internet teknolojileri günlük hayatımızı ve iletişim biçimlerimizi değiştirmiştir. Bu değişime dünya toplumlarının gösterdiği uyum giderek hız kazanmıştır.

Karikatürler gerçeği mizahi bir dille ve çoğu zaman eleştirel bir tutumla yansıtan görsel iletişim araçlarıdır. Yeni medya teknolojilerindeki değişimler, toplumların iç dinamiklerini etkilerken karikatürler de konunun dışında kalmamışlardır. Değişen ve dönüşen dijital dünya karikatürlerde kendine yer bulmuştur. Bu çalışma günümüz dünyasında günlük hayatımıza daha çok dahil olan dijitalleşme olgusunun karikatürlere yansımaları ortaya koymayı amaçlamaktadır. Dijitalleşmenin iletişim biçimlerimize, sosyal yaşamımıza etkilerinin sıklıkla ele alındığı karikatürlerde dijitalleşmeye ilişkin olumlu ve olumsuz eleştirilerin irdelenmesi dijitalleşmenin izdüşümlerinin, dijital dünyanın nasıl algılandığının ortaya konması ve dijital dünyada yaşanabilecek problemlere bir öngörü sağlaması bakımından faydalı olacaktır.

Çalışmada ilk olarak “geleneksel medyadan yeni medyaya” yaşanan değişimler, “karikatürler ve etkileri”, “dijitalleşme ve karikatürler” ayrı başlıklar halinde irdelenerek konunun genel çerçevesi ortaya konmuştur.

Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya

Etimolojik olarak kökeni Latince “medium” kelimesinden gelen medya, iletişim alanında daha çok kitle iletişim araçlarının aracılığıyla sağlanan enformasyon, his, fikir paylaşım ortamları olarak tanımlanmaktadır (Kılıç, 2019, s. 230)

İnternet teknolojisinde meydana gelen gelişmeler hem yeni kavramların ortaya çıkmasını sağlamış hem de var olan kavramlara yeni boyutlar eklemiştir. Sosyal bilimlerde özellikle de iletişim, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyasi ve kültür çalışmalarında kendisine yer bulan ve tarihsel olarak 1970’li yıllarda ortaya çıkan yeni medya kavramının günümüzde kullanım alanı genişlemekle birlikte tanımını üzerinde hala tam bir fikir birliği sağlanamamıştır (Askeroğlu ve Karakulakoğlu, 2019, s. 511).

Kılıç’a (2019, s. 230) göre yeni medya kavramında kullanılan; durağan olmamayı, sürekliliği ve değişkenliği ifade eden yeni sözcüğü, bir bakıma en son olana işaret etme bağlamında kullanılmaktadır.

Tanımsal anlamda tam bir netlik kazanamamasına rağmen yeni medyanın gündelik hayatın pratiklerini oldukça etkilediği söylenebilir. Binark, (2007, s. 21) yeni medya araçlarının hayatımızın bir parçası ve uzantısı haline geldiğini ve bu araçların biz farkında olmasak bile gündelik hayatımızdaki faaliyetlerimizi derinden etkileyerek kullanımının gün geçtikçe arttığını ifade etmektedir.

Yeni medyanın kendisine özgü bazı karakteristik temel özellikleri bulunmaktadır. Yeni medya konusunda çalışmalarıyla ön plana çıkan Manovich (2001), bu temel özelliklere dikkat çekmekte ve yeni medyayı 5 öge üzerinden açıklamaya gitmektedir. Bu ögeler;

- Dijital temsil,
- Modülerlik,
- Otomasyon,
- Değişkenlik ve
- Kod çevrimidir.

Manovich'e (2001, s. 50) göre yeni medya ortamlarında yer alan bütün nesnelere; birer dijital koda sahiptir ve bunlar artık dijital bir temsili ifade eder. Modülerlik ise yeni medya ortamlarında yer alan görsel, işitsel, metinsel vb. ürünlerin kendisine özgü yapıları bulunmakta ve bu ürünlerin bir araya gelip oluşturduğu bir web sayfasında bir değişiklik yapılması durumunda her birinde değişikliğe gidilmektedir.

Aytekin ve Sütçü'ye (2012, s. 4) göre otomasyon; medya sistemlerinin meydana getirilmesi aşamasında basit algoritmalar kullanılması, bu sistemler üzerindeki insan müdahalesini bir miktar olsa da azaltmaktadır. Değişkenlik hem modülerliğin hem de dijital temsilin bir uzantısıdır (Yanık, 2016, s. 902). Son olarak kod çevrimi ise görsel, işitsel ve metinsel öğelerin yapısal değişikliğe uğrayarak liste, kayıt dizi gibi birtakım yapılara dönüşmesini ifade eder (Aytekin ve Sütçü, 2012, s. 4).

İnternet teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler hem içerik olarak hem de yapısal olarak var olan geleneksel medyayı da etkilemiştir. Adıgüzel'e (2017, s. 28) göre iletişim teknolojilerdeki gelişmeler; zamanın en büyük kitle iletişim aracı olan gazeteyi geleneksel bir konuma getirmiştir. Başka bir deyişle yeni medya kavramının yaygınlaşmasıyla birlikte medya olarak adlandırılan (gazete, radyo, televizyon vb) kitle iletişim araçlarının artık geleneksel medya olarak kavramsallaştırılmasına neden olmuştur.

Yeni iletişim teknolojilerinin getirmiş olduğu olanaklarla birlikte bu teknolojilerin medya bağlamında kullanılması, geleneksel medya ile yeni medya arasında temel bazı farkların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu temel farklar genel olarak etkileşim, kitlesizleştirme ve eş zamansızlık bağlamında değerlendirilmektedir. Geray'a (2003, s. 18) göre yeni iletişim teknolojileri bünyesinde yer alan bütün araçların etkileşim özelliği bulunmaktadır. Başka bir ifadeyle yeni medya araçları; eski tek yönlü olan veri akışını çift yönlü veri akışına dönüştürüp bir bakıma yeri geldiği zaman kaynağı alıcı, alıcıyı da kaynak pozisyonuna getirebilmektedir.

Yeni medyanın en karakteristik özelliklerinden birisi olan etkileşimin yanı sıra kitlesizleştirme de yeni medyanın önemli özelliklerinden birisini oluşturmaktadır. Kılıç, kitlesizleştirme olgusunu, geleneksel medya ile yeni medya kıyaslaması üzerinden yapmaktadır. Kılıç'a (2019, s. 231) göre geleneksel medya aracılığıyla üretilen ileti belirli bir kitleye ulaşabiliyorken; yeni medya aracılığıyla üretilen ileti, belirli bir kitlenin yanı sıra her bir bireye ayrı ayrı olacak şekilde de ulaşabilmektedir. Başka bir ifadeyle yeni medyaya ait kitle iletişim araçlarıyla üretilen içeriğin kitlelerin yanı sıra bireye özel olarak da iletilebilmekte; böylece her bir birey, yeni medyanın kitlesizleştirme özelliği sayesinde farklı içeriklere erişim sağlayabilmektedir.

Son olarak eşzamansızlık ise yeni medyanın zaman unsuruna bağlı olmaksızın mesaj gönderip almaya imkân vermesi olarak tanımlanmaktadır. Başka bir ifadeyle bireylerin istedikleri zaman mesajlarını okuyup istedikleri zaman bu mesajlara cevap verebilme imkânı bulunmaktadır (Yolcu, 2016, s. 23).

Yeni medyanın etkileşim, kitlesizleştirme ve eşzamansızlık özelliklerinin yanı sıra geleneksel medyadan yeni medyaya dönüşümde etkili olan bazı temel dinamikler bulunmaktadır. Bu dinamiklerin başında; dijitalleşme ve yöndeşme gelmektedir. Dilimizde sayısal sözcüğü ile karşılığını bulan dijital sözcüğü; verilerin ekran aracılığıyla elektronik şeklinde gösterilmesi olarak tanımlanmaktadır¹

¹http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5cd140bc44adf1.84654809

Değirmencioğlu'na (2016, s. 593) göre dijital teknolojiye ait her türlü ses, görüntü, veri, müzik vb. öge; mikro işlemciler aracılığıyla bit'lere dönüşebilmektedir. Bununla birlikte dönüşüme uğrayan her türlü enformasyonun üretimden tüketime kadar geçirdiği süreç, doğal olarak çok basit hale gelmiştir. Başka bir ifadeyle habercilikte önemli yeri olan fotoğraf, metin, görüntü vb. öğelerin yeni medya döneminin en önemli teknolojik oluşumlarından birisini oluşturan dijitalleşmeyle birlikte önemli bir yapısal değişikliğe uğradığı; bu bağlamda geleneksele özgü gazetecilik anlayışında da önemli dönüşümlerin meydana geldiği söylenebilir.

Dijitalleşme ile birlikte geleneksel medyanın dönüşümünde etkili olan diğer önemli bir kavram ise yöndeşmedir. Kavram, ilk olarak 1983 senesinde Ithiel de Sola Pool tarafından ortaya atılmış olup farklı medya oluşumlarının teknolojik araçlar ve dijitalleşmenin sağlamış olduğu imkanlarla bir araya gelerek oluşturdukları ve içi içe geçen medya oluşumlarını ifade etmek adına kullanılmıştır (Chen, 2013, s. 185). Bununla birlikte medyanın yöndeşmesi; ağlar, hizmetler ve kurumsal yapılar bağlamında üç temel oluşumda değerlendirilmektedir (Abanoz, 2017: 289).

Yıldırım'a (2010, s. 231) göre ise yöndeşme; medyanın yaşamış olduğu değişimde önemli bir etkidir. Bununla birlikte yöndeşme neticesinde geleneksel yolla yayın yapan kuruluşlar ile dijital olarak yayın yapan kuruluşlar bir bakıma ortak bir platform haline gelmişlerdir. Geray'a (2003, s. 18) göre yöndeşmenin dijital teknolojilerin gelişiminde önemli katkıları bulunmaktadır. Diğer taraftan geleneksel medyaya ait haberler hem yöndeşme hem de dijitalleşme ile birlikte dönüşüme uğramıştır.

Jenkins'e (2006, s. 2) göre birden çok medya platformunda içerik akışının olduğu, birden çok medya endüstrisi arasındaki iş birliğinin yaşandığı ve medya izleyicilerinin istedikleri eğlence türlerini bulmak için her türlü mecraaya ulaşmak adına gösterdikleri göçmen davranışların yöndeşmenin temel karakteristik özelliklerini oluşturmaktadır.

Sonuç olarak zaman içerisinde dijital teknolojilerde meydana gelen değişimler, geleneksel medyanın yeni medyaya dönüşmesine ve dijitalleşmenin hız kazanmasına imkân sağlamıştır. Yeni medyanın avantajlarının yanında dezavantajları da tartışılmakta; bu avantaj ve dezavantaj unsurları, çeşitli iletişim çalışmalarında dile getirilmektedir. Çalışmanın alt başlıklarında, yeni medyanın beraberinde getirmiş olduğu olumlu/olumsuz durumlar karikatürler bağlamında kısaca ele alınacak ve ardından "dijitalleşme ve karikatür" ekseninde birleşen çalışmalar detaylandırılacaktır.

Bir İletişim Alanı Olarak Karikatür

Karikatür kelimesi, İtalyanca "caricare" kelimesinden türetilmiştir. Bu kelimenin manası ise "doldurma ya da yükleme" şeklinde ifade edilmiştir (Pope, 2012, s. 1). Balcıoğlu (1987, s. 7-8) ise karikatürün cari-care (saldırı) kelimesinden türediğini ifade etmekte ve toplumsal aksaklıkları konu edindiğine işaret etmektedir. Topuz (1986, s. 3) karikatürü: "*günlük yaşamın bir enstantanesi, bir mikro sahnesi*" şeklinde ifade etmektedir. Özer (2007, s. 1) karikatüristin düşünce ve duygularını ve dünya görüşünü bu görsel sanatla ortaya koyduğunu belirtmektedir. Şenyapılı (2003, s. 129) karikatürü "*çizgide mizah yapma sanatı*" kelimeleriyle ifade etmektedir. Dolayısıyla "doldurma, yükleme, saldırı" gibi anlamlar olarak açıklanan karikatür insana dair her şeyi abartılı çizgilerle süsleyerek anlatan, güldüren, düşündürten ince bir zekâ ürünü olan görsel bir sanat olduğu noktasında birleşmektedir. Bir karikatürün herhangi

başka bir görselden farklılaşmasını sağlayan en önemli özellik “aydınlanmış ve eleştirel” bir düşünce sistemine sahip bir bilincin üretimi olmasıdır (Kaya ve Acarlı, 2018, s. 128).

Karikatüristlerin toplumsal hayatı gözlemlediği ve gözlemlediklerini görsel olarak yansıttıkları düşünüldüğünde karikatürlerin bir iletişim mecrası olarak toplumsal değişimin aynası olarak değerlendirilebileceği söylenebilir. Nze'ye (1998, s. 21) göre karikatürlerin önemi sadece siyasi ve toplumsal yorum aracı olmalarından kaynaklanmamaktadır. Amerikan İç Savaşı sırasında karikatürün Kuzey'i destekleyen güçlü bir silah olarak New York hükümetini kontrol etmesi söz konusudur.

Karikatürlere ilişkin alanyazın tarandığında karikatürlerin toplumsal, politik, dini ve ideolojik boyutlarının daha çok işlendiği ortaya çıkmaktadır. Örneğin Çiftçi ve Birinci (2018) toplumsal değişimi yansıtan bir unsur olarak ele aldığı karikatüre dair araştırmasında Akbaba Dergisi'nde 1923-1929 yılları arasında yayımlanan 19 karikatürü belge incelemesi metodu ile incelemiştir. Çalışmasının sonucunda dönemin toplumsal dönüşümünün karikatürlere yansıdığını ortaya koymuşlardır.

Şahin (2019) ise karikatürlerin toplumsal değişimin aynası olmanın yanında ifade özgürlüğü bağlamında da olumlu etkilerine değinmiştir. Davalara konu alan karikatürleri incelediği çalışmada araştırmacı, karikatürlerin toplum tarafından benimsenmesinin iktidarları daha fazla hoşgörüyü iteceğini ifade ederek karikatürün politik boyutuna dikkat çekmiştir. Toplumsal hayattaki dönüşümlerin ve politikanın karikatürlere yansımaya işaret edebilecek başka bir çalışma da Tuncer'e (2020) aittir. Tuncer “küreselleşme ve yeni dünya düzeni” kavramları bağlamında Covid 19 karikatürlerine yönelik bir analiz gerçekleştirdiği çalışmada küreselleşmenin topluma yönelik olumsuz etkilerinin karikatürlerle ifade edildiğini ortaya koymuştur.

Karikatürlere politik bir bakış açısından bakan Büyüktopçu ve Gündoğdu (2019) Almanya'da yayımlanan İslam karşıtı görüşlerin ortaya konduğu karikatürlerde İslam ve Müslüman imgesini irdelemişlerdir. Araştırmacılar çalışmanın sonucunda karikatürlerin İslam'a ve Türklere karşı korkuya neden olduğunu ortaya koymuşlardır. Karikatürleri hem politik yönden hem de toplumsal cinsiyet bağlamında irdeleyen Deniz (2017) ise 1950 Genel Seçimleri çerçevesinde gazetelerde yayımlanan karikatürlerdeki kadınların politik konumunu irdelemişlerdir. Dört gazetede resmedilen kadınların imajlarını eleştirel söylem analiziyle irdeleyen araştırmacı kadının “modern” ancak siyasi hayatta aktif olmayan, erkeklerin gerisinde kalan bir imajla işlendiğini ortaya çıkarmıştır.

Karikatür analizler uluslararası alanyazında araştırıldığında yine politik söylemlere ilişkin analizlerin ön plana çıktığı söylenebilir. Örneğin Sani vd. (2012) Nijerya basınında yayımlanan politik karikatürleri Gündem Belirleme Kuramı dahilinde incelemişlerdir. Çalışmanın sonucuna göre karikatürlerin %80'inin Nijerya'daki siyasi gündemi yansıttığı sonucuna ulaşmışlardır. Onakpa (2014) karikatürlerin politik ve eleştirel yönlerine vurgu yapan başka bir araştırmacıdır. Gündem Belirleme Yaklaşımı bu çalışmada da kullanılmış ve karikatürlerin ifade özgürlüğü konusunda Nijerya'da çok etkili olduğuna vurgu yapılmıştır.

Karikatür bir iletişim unsuru olarak değerlendirildiğinde toplumsal yapıyı yansıtan, politik ya da dini boyutları olan, abartarak eleştirme yönleriyle öne çıktığı ve tüm bu detaylarla güçlü bir iletişim aracı haline geldiği söylenebilir. “Kıssadan hisse” çıkaran karikatürlerin söz konusu dijitalleşme olunca mizahi ve eleştirel üslubunu nasıl ortaya koyduğu, dijital dünyayı ve bu dünyanın toplumsal yansımalarını anlamamızı kolaylaştıracaktır.

Dijitalleşme ve Karikatürler

Mizah dergilerinin ana unsuru olan karikatürlerde; gündelik olayların yanı sıra içinde bulunulan döneme ait politik, sosyal, ekonomik vb. temelli sorunlar mizahi bir şekilde işlenebilmektedir. Diğer taraftan karikatürler bir bakıma toplumsal izdüşümün bir yansıması olduğu için sosyolojik temelli çalışmalara kaynaklık da etmektedir (Gönden ve Güzel, 2017, s. 170). Bununla birlikte dijitalleşmenin dönüşüme uğrattığı mizah ve karikatürler ile ilgili yeni medya temelli yapılan çalışmalar, gün geçtikçe literatürde kendisine daha fazla yer bulmaktadır.

Yeni medya ekseninde mizah ve karikatürlerle ilgili yapılan çalışmaların genel olarak mizahın ve karikatürlerin yeni iletişim teknolojileriyle birlikte geçirdiği dönüşümlerin ortaya konulması amacıyla yapıldığı görülmektedir; ayrıca sosyal paylaşım ağlarında özellikle teknolojinin gündelik yaşam pratiklerinde nasıl yer aldığı iğneleyici bir üslupla yapılan çalışmalarda ele alınmaktadır. Örneğin mizah ilgili sosyal medya ekseninde yapılan çalışmada Konuk (2020) sosyal medyada mizahın üretilme sürecinde dilin nasıl kullanıldığını araştırmıştır. Konuk, ilk olarak 30 üniversite öğrencisinin komik bulduğu sosyal medya mesajlarıyla ilgili 150 mesajın içerisinde olduğu bir havuz oluşturmuş; daha sonra bu mesajlardaki anlamların ortaya çıkarılması adına söylem analizi yöntemiyle mesajları çözümleme yoluna gitmiştir. Son olarak Konuk, alanında uzman olarak değerlendirdiği Türkçe öğretmenliğinde eğitim gören 40 üniversite öğrencisine mesajlarda yer alan mizah unsurlarından neler anladıklarını sormuştur. Çalışmanın sonuçlarına göre sosyal medyada üretilen mizah unsurlarında hem yazı dili hem de konuşma dili özellikleri bulunmaktadır. Bununla birlikte güncel konulardan sosyal konulara, siyasi konulardan mizah unsuru olabilecek herhangi bir konu, sosyal medya kullanıcıları tarafından mizah unsuru haline getirilebilmektedir. Kullanıcıların sosyal medyada üretmiş oldukları mizah unsurlarında; iğneleyici, abartılmış, ironik, karmaşık, kıyaslayıcı vb. bir dil kullandıkları sonucu ortaya çıkmıştır.

Türkiye'deki karikatürlerin dijital dönüşümünü Uykusuz dergisi üzerinden inceleyen Uçan (2013) çalışmasında; yeni iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin özellikle milenyum çağıyla birlikte dijitalleşmenin de etkisiyle gündelik yaşam pratiklerinde önemli bir yer tutmaya başladığını dile getirmektedir. Diğer taraftan araştırmacı dijitalleşmenin gündelik yaşam pratiklerindeki etkisinin yanı sıra sanat gibi alanlarda da görülmeye başladığını, bu bağlamda karikatür sanatının da dijitalleşmeden etkilenerek hem içerik hem de yapısal olarak önemli dönüşümler yaşadığını belirtmektedir. Aynı çalışmada; dijitalleşme ile birlikte basılan karikatür dergilerinin sayısının azaldığı, karikatürlerin gün geçtikçe dijital ortamlarda okuyucuların hizmetine sunulmaya başladığı ve bu sayede yeni medyanın önemli öğelerinden biri haline geldiğini ortaya koymuştur (Uçan, 2013, s. 41).

Yeniceler ve Karadağ (2019) "Dijitalleşmeyle birlikte mizah yayıncılığın dönüşümü" adlı çalışmalarında; dijital teknolojilerde yaşanan gelişmelerden mizah unsurunun da etkilendiğini dile getirmektedirler; ayrıca araştırmacılar, dijital ortamlarda üretilen karikatürlerin geleneksel yollarla üretilen karikatürlerden çok farklı olduğunu ve dijital ortamlardaki karikatürlerin en güçlü tarafının içinde bulunduğumuz dünya ile etkileşimini oldukça seri bir şekilde gerçekleştirebildiğini ve dijital mecralara ait mizahi içeriklerin kendi kitlesine anında ulaşabildiğini yaptıkları çalışmalarında vurgulamaktadırlar.

Sosyal medya, karikatürlerin sıklıkla ele aldığı alanlardan biri haline gelmiştir. Gönden ve Güzel (2017) "Türkiye'de sosyal medyanın mizahi: Sosyal paylaşım ağlarındaki deneyimlerin karikatürlere yansıması" adlı çalışmalarında; karikatürler aracılığıyla sosyal paylaşım ağlarının günlük hayattaki rolünü incelemiştirlerdir. Çalışmalarını Türkiye'nin sosyal paylaşım ağı tecrübesini ülkenin en çok okunan *Leman*, *Penguen* ve *Uykusuz* mizah dergileri

üzerinden gerçekleştirmişlerdir. Araştırmacıların nitel bir yöntem izlediği çalışmanın sonuçlarına göre gündelik yaşam pratiklerinin konu edinildiği sosyal paylaşım ağlarındaki karikatürlerde; bu paylaşım ağlarına ilişkin yapılan eleştiriler, yoğun bir şekilde işlenmektedir. Eleştiriler; genel itibarıyla sosyal paylaşım ağlarının bireyler tarafından bilinçsiz bir şekilde kullanılması, bu ağların karşılıklı iletişimin yerine geçmesi ve gösteri toplumunun bir parçası haline gelmesi çerçevesindedir.

Dijitalleşmeyle birlikte dönüşüme uğrayan mizah ve karikatürler, ulusal çalışmaların yanı sıra uluslararası çalışmalarda da kendisine yer bulmaktadır. Bu bağlamda Hussein ve Aljamili'nin (2020) "Ürdün sosyal medyasında COVID-19 mizahı: Sosyo-semiyotik bir yaklaşım" adlı çalışması, uluslararası çalışmalarda toplumsal ve güncel olayların sosyal medyada karikatürize edildiğini göstermektedir. Araştırmacıların şu an küresel çapta etkisi devam eden salgını konu edinen çalışmalarında; sosyal medyanın insanların salgınla ilgili kaygılarının üstesinden gelmesinde ne derece etkili olabileceğini ortaya koymak amacıyla toplam 1274 katılımcıyla çalışmalarını yürütmüşlerdir. Bununla birlikte katılımcılara salgınla ilgili sosyal medyada yer alan karikatürler gösterilmiş; Likert tipi ölçek kullanılarak katılımcılardan karikatürler hakkında ne düşündüklerini söylemeleri istenmiştir. Katılımcıların sosyal medyada yer alan karikatürler sayesinde salgınla ilgili gerilim, korku, endişe gibi duygularında az da olsa bir rahatlama sağladığını ve bu karikatürleri diğer insanlarla da paylaştıkları çalışma sonucunda ortaya çıkmıştır.

Freeman (2000) "Komik sayfalarda görüşürüz: Karikatürler ve Sosyal Ağlar" adlı çalışmasında; Amerika'daki medya organlarında yayınlanan bazı karikatürler özelinde sosyal ağları ve iletişim biçimlerimizi yorumlamıştır. İnsanların sosyal ağlarla birlikte değişen iletişim şekillerine değinen bu çalışma sosyal ağların eğlenceli olduğunu, sosyal ağlardaki insan davranışlarının ayrıntılarını karikatürler aracılığıyla ortaya koymaktadır.

Junhasavasdikul ve arkadaşlarının (2017) "Facebook'ta karikatürler: Yeni bir tıp eğitimi aracı" adlı çalışmalarında; tıp eğitiminde karikatürlerin giderek daha fazla kullanıldığını, bunları internette yayınlamanın geniş kitlelere ulaşmada etkili bir yol olduğunu dile getirmektedirler. Bununla birlikte sosyal medyanın karikatürler aracılığıyla tıp eğitiminde etkili bir araç olabileceği düşüncesiyle çalışmasını yürüten araştırmacılar, web sitesinde çizgi film bulunan sağlık uzmanlarının öğrenme sonrası test puanlarının yüksek olduğunu belirlemişlerdir. Bu çalışma hem eğitim hem de sosyal medya alanlarında olması bakımından örnek teşkil etmektedir.

Gerek ulusal gerekse uluslararası alanyazında karikatürler ve dijitalleşme ilişkisinin mizah yayma eylemiyle, sosyal paylaşım ağlarının bilinçsiz kullanımıyla, duygusal rahatlama rolleriyle, iletişim ilişkileri ve eğitim işleviyle ilişkili olarak ele alındığı tespit edilmiştir; ancak dijitalleşme olgusunun karikatürlerde nasıl ifade edildiğine ilişkin bir çalışmaya erişilememiştir. Bu çalışmanın bu alandaki boşluğu doldurması bakımından alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Amaç ve Yöntem

Bu çalışmanın amacı dijitalleşmenin internet ortamındaki karikatürlerde nasıl sunulduğunu ortaya koymaktır. Bu temel amaç doğrultusunda aşağıdaki alt amaç sorularına yanıt aranmıştır:

- Karikatürlerdeki ana tema nedir?
- Karikatürlerdeki yan temalar nedir?
- Mizah unsuru nedir?
- Görsel konusu nedir?

- Dijital medyaya yönelik tutum nedir?

Çalışmanın evreni dijitalleşme ile ilgili internette bulunan tüm karikatürlerdir. Bu karikatürler arasından örneklem seçilirken Google üzerinden “yeni medya”, dijital vatandaş” ve “sosyal medya” anahtar kelimeleriyle arama yapılmış ve ilk 100 karikatür içerik analizine tabii tutulmuştur. 6 ana 42 yan kategoride tamamlanan içerik analizinde kodlamalar birbirinden bağımsız iki ayrı kodlayıcı tarafından geliştirilen bir kodlama cetveli aracılığıyla (Ek-1) gerçekleştirilmiş ve kodlayıcılar arası uyum %91 şeklindedir.

Bulgular

Bu başlık altında çalışmanın bulguları ayrı alt başlıklar halinde ele alınmıştır.

Ana Tema ve Yan Temalar

Bu başlık altında karikatürlerdeki ana tema ve yan temalar detaylandırılmıştır. Karikatürlerin ana temasına ilişkin detaylar Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1: Ana tema

Ana tema	Frekans	Yüzde
Dijital dünyaya ilişkin tabirler	43	43
Dijital bağımlılık	27	27
Dijital yurttaşlığın nitelikleri	14	14
Dijital dünyadaki bilginin kazandırması	5	5
Dijital dünyanın sanallığı	4	4
Siber zorbalık/Sanal dünyadaki sorunlar	4	4
Diğer	3	3
Toplam	100	100

Çalışmada incelenen karikatürlerin ana teması ağırlıklı olarak “dijital dünyaya ilişkin tabirler”dir (f=43). “Bağlanmak”, “uyku modu”, “bağlanmak”, “profil fotoğrafı”, “etkinliklere katılım daveti”, “sosyal medyada toplanmak”, “sosyal medya arkadaşları” gibi pek çok tabirin geleneksel hayatla karşılaştırdığı ve mizah unsurunun olduğu ortaya çıkmıştır. Onu “dijital bağımlılık” izlemektedir (f=27). Karikatürlerde sıklıkla bilgisayara bağlı yaşayan, dışarı çıkması konusunda uyarılan ama bilgisayarı alıp başka bir ortama geçerek “dışarı” çıktığı imajı veren kişilerin mizah unsuru haline geldiği tespit edilmiştir. Bağımlılığın işlendiği karikatürlerde görsel unsur ağırlıklı olarak bilgisayarlardır (f=5). Onu yetişkinler (f=13) ve çocuklar (f=9) izlemektedir. Dijital yurttaşlığın nitelikleri”ne işaret eden karikatürler 14 adettir. Bunlar tam anlamıyla dijital yurttaşlık kavramının önemine işaret eden, bilinçli bir dijital vatandaşın niteliklerini açıklayan karikatürlerdir. Bu anlamda olumlu bir tutum içinde oldukları söylenebilir. “Dijital dünyadaki bilginin kazandırması”na işaret eden karikatürler (f=5) ise ağırlıklı olarak genç nüfusun ya da dijital dünyaya hâkim olan kişilerin buradan gelir elde edebildiklerini ya da fayda sağlayabildiklerini ifade etmektedir. “Dijital dünyanın sanal” olduğuna işaret eden 4 karikatür dijitalleşmeyi eleştirmekte, gerçeklikle ve samimiyetle ters oranda bir ilişkisi olduğuna dikkat çekmektedir. Aynı zamanda “siber zorbalık/sanal dünyadaki kötü davranışlar”a işaret eden karikatürler de (f=4) internet dünyasının insan psikolojisi üzerinde olumsuz etkilerine işaret etmesi bakımından önemlidir. Özellikle kişisel verilerin paylaşılması tehdidi gibi tehditler karikatürlerde konu edilmiştir.

Diğer kategorisindeki ana temalar şunlardır: “Dijital dünyanın sanallığı” (f=1), “Dijital dünyanın emek sömürsü ortamı olduğu” (f=1) ve “Twitter tartışmaları” (f=1).

Ana tema ve tutum bağlamında karikatürlerde anlamlı farklılık görüldüğü tespit edilmiştir ($X^2=30,578$; $p<0.05$). “Dijital dünyaya ilişkin tabirler” ana temasındaki karikatürler ağırlıklı olarak nötr ($f=23$) ve “olumsuz” ($f=14$) tutuma sahiptir. Dijital oyun bağımlılığı/bağımlılık konulu karikatürler ağırlıklı olarak “olumsuz” tutuma sahiptir ($f=23$). “Dijital yurttaşlığın nitelikleri”ne yönelik karikatürler ise ağırlıklı olarak “nötr” ($f=8$) ve “olumsuz” ($f=5$) tutuma sahiptir.

Tablo 2: Yan temalar

Yan temalar	Frekans	Yüzde
Yeni iletişim teknolojilerinin hayatın her alanına yayılması	86	74,1
Gerçek iletişimin azalması	9	7,8
Siber zorbalık/İnternette maruz kalınan kötü olaylar	8	6,9
İnternette kullanılan şifrelerin zor olması/kişisel bilgilerin paylaşılmaması gerektiği	8	6,9
Diğer	5	4,3
Toplam	116	100

Çalışmada incelenen karikatürlerin yan teması ağırlıklı olarak “yeni iletişim teknolojilerinin hayatın her alanına yayılması”dır ($f=86$; %74,1). Bu yan tema özel ilişkilerde, okul ödevlerinde, bireysel geçirilen zamanlarda, alışverişte olmak üzere her alanda resmedilmiştir. Onu “gerçek iletişimin azalması” teması izlemektedir ($f=9$; %7,8). “Gerçek iletişimin azalması” yan teması internetteki sosyal ortamlarda kullanılan ifadelerin günlük hayata da yansımaları, insanların kişisel olarak belirtmesi gereken konuları internet üzerinden belirtmesi gibi yeni medyanın değiştirdiği iletişim şekilleri üzerinden ifade edilmiştir. “Siber zorbalık/İnternette maruz kalınan kötü olaylar” yan teması da karikatürlerde sıklıkla işlenmektedir ($f=8$). Özellikle çocuklar ve gençler bu karikatürlerin yan temasıdır. Sekiz karikatürün 6’sında görsel unsur çocuklardır. “İnternette kullanılan şifrelerin zor olması/kişisel bilgilerin paylaşılmaması gerektiği” ve “siber zorbalık/internette maruz kalınan kötü olaylar” yan temaları da ağırlıklı olarak dijital yurttaşlık ana temalı karikatürlerde işlenmiştir. Toplam 16 yan temanın 12’si dijital yurttaşlık ana temalı karikatürlerin yan temalarıdır.

Diğer kategorisindeki yan temalar şunlardır: “Gerçek bilgi arayışından kopyalamaya geçilmesi” ($f=2$), “kuşak çatışması/dijital göçmenler” ($f=1$), “İnternetteki bilgilerin kontrol edilmesi gerektiği” ($f=1$), “İnternette ayak izlerimizin (footprint) olduğu” ($f=1$).

Mizah Unsuru ve Kullanıcı İmajı

Bu başlık altında karikatürlerdeki mizah unsuru ve teknolojileri kullanan kişilerin imajları detaylandırılmıştır.

Çalışmada mizah unsuru ağırlıklı olarak “İletişimsizlik/hayatın ve dolayısıyla iletişim biçimlerinin değişmesi”dir ($f=35$). Bu bulgu yeni iletişim teknolojilerinin hayatımıza dahil olmasıyla sosyal yaşamımızın ve iletişim biçimlerimizin nasıl farklılaştığına ve kimi aşamalarda iletişimsizliğin de hayatımıza dahil olduğuna işaret etmektedir. Onu “bağımlılık” takip etmektedir ($f=22$). İnternet ve teknoloji bağımlılığı günlük hayatımızda sürekli karşılaştığımız ve medyada da tartışılacak bir olgu haline gelmiştir. Çalışmada 19 karikatür “bilgi verme amaçlı görsel” türündedir. Bu nedenle güldürmekten çok konu hakkında düşünmeyi teşvik etmektedir.

Tablo 3: Mizah unsuru

Mizah unsuru	Frekans	Yüzde
İletişimsizlik/Hayatın ve dolayısıyla iletişim biçimlerinin değişmesi	35	35
Bağımlılık	22	22
Bilgi verme amaçlı görsel	19	19
İnternete ilişkin tabirler	15	15
Uygulamalar/Oyunlar/Sosyal ortamlar	5	5
Diğer	4	4
Toplam	100	100

Ana temalar ve mizah unsuruna göre anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır ($X^2=159,184$; $p<0.05$). “Dijital yurttaşlık ana temalı karikatürler ağırlıklı olarak “bilgi amaçlı”dır. “Dijital dünyaya ilişkin tabirler” ana temasında olan karikatürlerin mizah unsuru ağırlıklı olarak “iletişimsizlik/ilişki biçimlerinin/hayatın değişmesi”dir. “İnternete ilişkin tabirler”i (f=15) mizah unsuru olarak kullanan karikatürlerde günlük hayatta sıklıkla kullanılan ifadeler bulunmaktadır. Örneğin “bağlanmak, profil fotoğrafı, sosyal medyada toplanmak, etkinliğe “belki katılıyorum” diye cevap vermek, uyku modunda kalmak, takip etmek, hacklemek, kopyalamak, tıklamak, sayfaya gömmek, tweetlemek, beğenmek, like atmak, selfie çekmek, mesaj çekmek, e-mail takılmak, ilişki durumu belirtmek, kanala abone olmak, yediklerini paylaşmak, tweet saati, şifre paylaşmak, arkadaş bulmak, dijital saat, dijital ayak izleri, link yollamak, yer bildirimini yapmak, durum bildirimini yapmak, takip etmek, durum güncellemesi yapmak, arama motorunda aramak, story yapmak, sosyal medya uzmanı, Facebook’tan eklemek” bu tür tabirlere örnek olarak verilebilir. Ayrıca “uygulamalar/oyunlar/sosyal ortamlar” mizah unsuru olarak ön plana çıkan diğer bir unsurdur (f=5).

Diğer kategorisindeki mizah unsurları şunlardır: “Profil fotoğrafı” (f=2), “bildirimler” (f=1), “özbenliğin beğenilerle sağlanması” (f=1).

Tablo 4: Kullanıcı imajı

İmaj	Frekans	Yüzde
Bağımlı/İnterneti sürekli kullanan	61	56,5
Duyarlı/Sorgulayan/Bilgili/Girişimci	30	27,8
Mağdur/Muhtaç/Utangaç	8	7,4
Tembel/Sahte/Saldırgan	6	5,6
Aşık	3	2,7
Toplam	108	100

Çalışmada kullanıcı imajı ağırlıklı olarak “bağımlı/interneti sürekli kullanan” bir imaj sergilemektedir (f=61; %56,5). Bağımlılığa ve internet teknolojilerinin hayatımızın her alanına yayılmasına işaret eden karikatürlerin ağırlıklı olması kullanıcı imajının bu şekilde ağırlık kazanmasını beraberinde getirmiştir. Onu “duyarlı/sorgulayan/bilgili/girişimci” kullanıcı imajı izlemektedir (f=30; %27,8). Bu kullanıcı imajı ağırlıklı olarak “dijital vatandaşlığın nitelikleri” (f=13) ve “dijital dünyaya ilişkin tabirler” (f=9) ana temalı karikatürlerde kullanılmıştır. Dolayısıyla dijital yurttaşlık kavramının bağımlılığın ötesinde daha bilinçli ve farkındalık

sahibi bir kullanıcı imajı algısını beraberinde getirdiği tespit edilmiştir. “Tembel/sahte/saldırgan” kullanıcı imajı izleyen diğer imajlardır (f=6; %5,6). Özellikle internette ödev hazırlarken kopyalama yapan, profil fotoğrafı ile sahte bir imaj sunan, başkalarının kişisel haklarına saldıran kullanıcıların resmedildiği de tespit edilmiştir. Onu aşk ilişkilerinin internetle olan bağlantısını yansıtan ve kullanıcı imajının “aşık” şeklinde şekillendiği karikatürler izlemektedir (f=3).

Görsel Konusu ve Tutum

Bu başlık altında karikatürlerdeki görsellerin konusu ve dijitalleşmeye ilişkin tutum detaylandırılmıştır.

Tablo 5: Görsel konusu

Görsel konusu	Frekans	Yüzde
Bilgisayarlar	38	19
Yetişkinler	38	19
Çocuklar	32	16
Telefon	18	9
Emojiler/çizgi karakterler	16	8
Ebeveynler	15	7,5
Hayvanlar	15	7,5
Sevgililer	9	4,5
Semboller	8	4
Yaşlılar	6	3
Diğer	5	2,5
Toplam	200	100

Çalışmada görsel konusu ağırlıklı olarak “bilgisayarlar” ve “yetişkinler”dir (f=76; %38). Bu bulgu, bilgisayar kullanımının artması ile bilgisayarların, yetişkinlerin hayatında yeni iletişim teknolojilerinin değişim yapmasıyla beraber de yetişkinlerin daha çok işlendiğini göstermektedir. İzleyen diğer görsel unsur “çocuklar”dır (f=32; %16). Özellikle siber zorbalık/internete yaşanan kötü olaylar’a ilişkin yan temalarda çocuklar daha fazla resmedilmiştir (f=6). “Telefon” izleyen diğer önemli görsel unsurdur (f=18; %9). Özellikle 2000’li yıllardan sonra cep telefonu kullanım oranlarının artması ve ayrıca telefonla internette hemen hemen her türlü işlemin yapılabilir hale gelmesi telefonu belki de bilgisayarlardan daha fazla hayatımıza dahil etmiştir. Bu nedenle çalışmadaki anahtar kelimelerle birlikte “telefon” içerikli karikatürler de önemli oranda çalışmaya dahil olmuştur. “Emojiler/çizgi karakterler” (f=18; %9) de izleyen diğer önemli görsel unsurdur. Sembollerle iletişimin giderek daha fazla ağırlık kazandığı günümüzde karikatürler de bu durumdan etkilenmiştir. İnsan figürlerinin yerini emojiler, çizgi karakterler almış, onlarla verilen mesajların mizahi unsuru arttırabileceği düşünülmüştür. “Ebeveynler” izleyen diğer önemli görsel unsurdur (f=15; %7,5). Ebeveynlerin dahil olduğu içerikler ağırlıklı olarak “dijital oyun bağımlılığı/bağımlılık” ana ve “yeni iletişim teknolojilerinin hayatımızın her alanına dahil olması” yan temalıdır. “Hayvanlar”, “sevgililer”, “semboller” ve “yaşlılar” izleyen diğer önemli görsel unsurlardır.

Diğer kategorisindeki görsel unsurlar şunlardır: “Öğretmenler” (f=2), “oyunlar” (f=1), “politikacılar” (f=1) ve “antik karakterler” (f=1).

Tablo 6: Dijitalleşmeye ilişkin tutum

Tutum	Frekans	Yüzde
Olumsuz	51	51
Nötr	39	39
Olumsuz	10	10
Toplam	100	100

Çalışmada dijitalleşmeye ilişkin tutum ağırlıklı olarak “olumsuz”dur (f=51). Onu “nötr” tutum izlemektedir (f=39). Dijitalleşmeye tamamen olumlu bir tutumla yaklaşan sadece 10 karikatür bulunmaktadır. Bu 10 karikatürün 6’sının ana teması “dijital yurttaşlığa ilişkin tabirler”dir. Olumsuz tutuma sahip olan karikatürlerin ana temaları ağırlıklı olarak (f=23) “dijital oyun bağımlılığı/bağımlılık” şeklindedir. “Nötr” tutuma sahip olan karikatürlerin ana teması ise ağırlıklı olarak “dijital dünyaya ilişkin tabirler” şeklindedir (f=23)

Sonuç

Giderek hayatımızın bir parçası ve uzantısı haline gelen yeni medya yaşam pratiklerimizi değiştirmiş; dijital temsil, modülerlik, otomasyon, değişkenlik ve kod çevirimi gibi özellikleriyle iletişim ve iş alanlarımızı da ele geçirmiştir. Dijitalleşmeye uyum sağlayamayan kişilerin hayatının giderek daha da zorlaştığı günümüz dünyasının bu hızlı değişiminin olası sonuçları alanyazında tartışılmaktadır.

Her toplumsal değişim gibi bilgi ve iletişim çağında yeni iletişim teknolojilerinin yayılmasıyla meydana gelen değişiklikler de karikatürlere konu edilmiştir. Bu çalışmada tam da bu tespitten hareketle dijitalleşme unsurunun karikatürlerde nasıl temsil edildiği irdelenmeye çalışılmıştır.

Bu bakış açısı doğrultusunda yapılan analiz sonucunda karikatürlerin ana temalarının ağırlıklı olarak “dijital dünyaya ilişkin tabirler”, “dijital bağımlılık” ve “dijital yurttaşlığın nitelikleri” üzerinde durduğu söylenebilir. Dijital dünyaya ilişkin tabirler hayatımıza ne kadar dahil olduğu konuştuğumuz dil üzerinden aktardığımız kelimelerle ortaya çıkmaktadır. “Bağlanmak, uyku moduna geçmek, arkadaş aramak, bulmak, durum güncellemek, tweetlemek, hacklemek, katılım bilgisi paylaşmak, sosyal medyada toplanmak, like atmak” gibi pek çok tabir günlük dilde giderek daha çok kullanılır hale gelmiştir. Dilin kültür ile ilişkisinin büyüklüğü düşünüldüğünde bu durum ciddi bir kültürel farklılaşmayı beraberinde getirmiştir.

“Dijital bağımlılık” ya da “teknoloji bağımlılığı” kavramları sosyoloji, psikoloji, iletişim alanları gibi temel alanlarda yoğun olarak tartışılır hale gelmiştir (Irmak ve Erdoğan, 2016; Yengin, 2019). Dolayısıyla incelenen karikatürlerde de dijital bağımlılığın ağırlıklı olarak olumsuz bir bakış açısıyla verildiği söylenebilir. Bilgisayara ya da telefona bağımlı bir şekilde yaşayan yetişkin ve çocukların resmedildiği karikatürlerde “dışarı çıkmak” kelimesini bile “dışarda ama yine internete bağlı olmak” şeklinde algılamak isteyen kullanıcılara sıklıkla yer verilmiştir. Dolayısıyla karikatürlerin işaret ettiği temel eleştiri noktası “bağımlılık”tır.

“Dijital yurttaşlık” olgusu ise üçüncü sırada ağırlık kazanan ana temadır. Bu kavram internet teknolojilerinin bilinçli kullanılması ve tehlikeler konusunda farkındalığın artması amacıyla özellikle eğitim alanında çalışan uzmanların irdelediği ve yaymaya çalıştığı ilkeleri barındırmaktadır. Söz konusu ana tema genellikle “nötr” bir tutumla irdelenmiştir. İnterneti daha verimli kullanmak ve internette gelecek tehlikelerin önünü almak bu ilkelerin temel çıkış noktasıdır. İrdelenen karikatürlerde de bilgi amaçlı bir üslupla bu ilkelere değinilmektedir.

Çalışmada incelenen karikatürlerin yan teması ağırlıklı olarak “yeni iletişim teknolojilerinin hayatın her alanına yayılması”dır (f=86; %74,1). Özel ilişkilerde, evde, okul ödevlerinde, bireysel geçirilen zamanlarda, alışverişte yani gündelik hayatın her alanında internete bağlılık hali sıklıkla resmedilmiştir. “Gerçek iletişimin azalması” yan teması da eleştirel bir üslupla yinelenen öne çıkan yan temalardandır. İnsanların evlerine misafir geldiğinde bile internet ortamında kaldıkları, gerçeği yansıtmayan profil fotoğrafları, birlikte yemeğe çıkan ama telefondan başka yere bakmayan yetişkinler, evde ailesi ile iletişim kurmayan gençler, yaşlı akrabalarının ölümünü internetten öğrenen aile bireyleri gibi pek çok figür bu yan tema altında işlenmiştir

“Siber zorbalık/İnternette maruz kalınan kötü olaylar” yan teması da karikatürlerde sıklıkla işlenmektedir. Özellikle çocuklar ve gençlerin bu karikatürlerin yan teması olduğu ortaya çıkmıştır. Mahremiyet ihlali ve siber zorbalığın önüne geçilmesi gerektiği mesajı veren karikatürler ağırlıklı olarak “dijital yurttaşlık” ana temasında birleşmektedir.

Karikatürlerde mizah unsuru ağırlıklı olarak “İletişimsizlik/İletişim biçimi ve hayatın değişmesi” şeklindedir. Onu “bağımlılık” izlemektedir. İnternet ortamında yemeğini paylaşan insanlar, tuvaletteki görüntüsünü paylaşan insanlar karikatürlere yansımış ve eleştirilmiştir. Aldığı beğenilerle kişiliğini besleyen, web sitesi yoksa kendini yoksul hisseden insanlar resmedilerek dijitalleşmenin insan egosunu doyurma işlevine dikkat çekilmiştir. Yine “internet tabirleri” de mizah unsuru olarak ağırlık kazanmaktadır.

Kullanıcı imajı ağırlıklı olarak “bağımlı/internet dünyasına aşına” bir imaj sergilemekte, onu “duyarlı/sorgulayan/bilgili/girişimci” kullanıcı imajı izlemektedir. Farkındalık sahibi olan kullanıcı imajı ağırlıklı olarak “dijital vatandaşlığın nitelikleri” ana temalı karikatürlerde kullanılmıştır. Dolayısıyla dijital yurttaşlık ilkelerinin bağımlılığın ötesinde daha bilinçli bir kullanıcı imajı algısını beraberinde getirdiği söylenebilir.

Görsel unsur ağırlıklı olarak “bilgisayarlar”, “yetişkinler” ve “çocuklar”dır. Yeni iletişim teknolojileri deyince akla daha çok bilgisayar gelse de “telefonların” da giderek daha fazla kullanıldığı ve karikatürlere yansıdığı söylenebilir. Ancak başat olarak bilgisayar başından ayrılamayan kullanıcı görseli ağırlıklı olarak işlenmiştir.

Karikatürlerin dijitalleşmeye yönelik tutumu %51 oranında negatif, sadece %10 oranında pozitifdir. Dolayısıyla karikatürler dijitalleşmeye yönelik eleştirel bir tutum içindedir. Yansıyan temel sorunların “bağımlılık”, “iletişimsizlik”, “sanallık”, “siber zorbalık”, “kişisel bilgilerin deşifre edilmesi” “mahremiyet ihlali” konuları çerçevesinde şekillendiği söylenebilir. Karikatürlerden yansıyan en olumlu fikir ise dijital yurttaşlık ilkelerinin yerleşmesinin önemine işaret etmektedir. Dolayısıyla yeni iletişim teknolojilerini bilinçli kullanmak, mahremiyet ihlaline, siber zorbalığa izin vermemek, güvenli şifreler belirlemek, çocukları sanal ortamda karşılaştıkları kötü olaylara ilişkin olarak ebeveynleriyle iletişime geçme konusunda uyararak bilgi verme amaçlı karikatürlerin temel önerilerindedir.

Kaynakça

- Abanoz, E. (2017). Yöndeşmenin haber endüstrisindeki etkisi: haber ajansı çalışanları üzerine bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(2), 287-303.
- Adıgüzel, Y. (2017). Geleneksel medya ile ilişkiler. İ. Vural ve U. Eriş (Ed.), *Medya ilişkileri* (s. 26-45). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim yayımları.
- Askeroğlu, E.D ve Karakulakoğlu, S.E. (2019). Geleneksel medyadan yeni medyaya geçiş sürecinde değişen gazetecilik yurttaş gazeteciliği: kuşaklar üzerine bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(1), 508-536.

- Aytekin, Ç ve Sütçü, C.S. (2012). Yeni medya ve ağ nesli: Türkiye örneği. *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3, 1-13.
- Balcioğlu, S. (1987). *Cumhuriyet dönemi Türk karikatürü*. (2. Baskı). Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Binark, M. (2007). Yeni medya çalışmalarında yeni sorular ve yöntem sorunu. M. Binark (Ed.), *Yeni medya çalışmaları* (s. 21-44). Ankara: Dipnot Yayınları.
- Büyüktopçu, B. ve Gündoğdu, S. (2019). Alman karikatürleri örneğinde İslamofobi. *Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sonbahar 2019, Ek sayı 2, 91-102. doi:10.9775/kausbed.2019.020
- Chen, L.C. (2013). Convergence of new and old media: new media representation in traditional news. *Chinese Journal of Communication*, 2(6), 183-201
- Çiftçi, M. ve Birinci, M. (2018). Karikatürler üzerinden toplumsal değişimi anlamak. *Çekmece İZÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(13), 121-160. Erişim tarihi: 18.02.2021, https://www.researchgate.net/publication/330737841_Karikaturler_Uzerinden_Toplumsal_Degisimi_Anlamak_Understanding_Social_Change_Through_Cartoons/link/5c51a43ba6fdccd6b5d4d55b/download.
- Değirmencioglu, G. (2016). Dijitalleşme çağında gazeteciliğin geleceği ve inovasyon haberciliği. *TRT Akademi*, 1(2), 592-606.
- Deniz, D. (2017). Politik karikatürlerde kadının temsili: 1950 seçimleri ve nesneleştirilen kadın. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2), 490-511. Erişim tarihi: 19.02.2021, [http://johut.karabuk.edu.tr/Makaleler/535140392_6.%20Didem%20Deniz%20D%20c3%20czeltme%20\(Yrd\).pdf](http://johut.karabuk.edu.tr/Makaleler/535140392_6.%20Didem%20Deniz%20D%20c3%20czeltme%20(Yrd).pdf)
- Freeman, L. C. (2000). See you in the funny papers: cartoons and social networks. *Connections*, 23(1), 32-42.
- Geray, H. (2003). *İletişim ve teknoloji: Birikim düzeninde yeni medya politikaları*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Gönden, M ve Güzel, M. (2017). Türkiye’de sosyal medyanın mizahı: sosyal paylaşım ağlarındaki deneyimlerin karikatürlere yansması. *Milli Folklor Dergisi*, 29(116), 169-188.
- Hussein, A.T ve Aljamili, L.N. (2020). Covid- 19 humor in Jordanian social media: a socio-semiotic approach. *Heliyon*, 6, 1-12.
- Irmak, A. Y. ve Erdoğan, S. (2016). Ergen ve genç erişkinlerde dijital oyun bağımlılığı: güncel bir bakış. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 27(2), 128-137. doi: 10.5080/u13407
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture*. New York: New York University Press.
- Junhasavasdikul, D., Srisangkaew, S., Kanokporn, S. ve Dellow, A. (2017). Cartoons on Facebook: a novel medical education tool. *Medical Education*, 51(5), 539-540. doi: 10.1111/medu.13312
- Kaya, M. ve Acarlı, M. (2018). Cumhuriyet’in ilk yıllarına kadar Türkiye’de karikatürün tarihsel gelişimi. *Milli Kültür Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 127-133. Erişim tarihi: 18.02.2021, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/609054>.
- Kılıç, N. (2019). Geleneksel medya ile yeni medyanın karşılaştırılması. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(36), 227-239.
- Konuk, S. (2020). Sosyal medya mesajlarındaki mizahi söylemin analizi: Sosyal medya metinlerinde mizah yaratmak için dil nasıl kullanılıyor? *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Bilimleri Sempozyumu Kitabı* (s. 517-529) içinde. Üsküp: Uluslararası Balkan Üniversitesi.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. MIT Press: The USA. Erişim tarihi: 14.02.2021, http://benschmidt.org/dighist17/Readings/manovich_language_2001.pdf

- Nze, C. (1998). *Cartoons: beyond amusement and laughter*. Nsukka: University Publishing Company.
- Onakpa, M. (2014). Cartoons, cartoonists and effective communication in the Nigeria print media. *African Research Review*, 8(1), 32-41.
- Özer, A. (2007). *Karikatür yazıları*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınları.
- Pope, M. (2012), *Karikatür hakkında öğrenmek istediğiniz her şey*. İstanbul: Profil Yayıncılık.
- Sani, I., Abdullah, M. H., Abdullah, F. S. ve Ali, A. M. (2012). Political cartoons as a vehicle of setting social agenda: the newspaper example. *Asian Social Science*, 8(6), 156-164.
- Şahin, Z. B. (2019). Karikatürler ve ifade özgürlüğü. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 10(17), 2208-2244. doi: 10.26466/opus.515034
- Şenyapılı, Ö. (2003). *Neyi, neden, nasıl anlatıyor. Karikatür kim niye çiziyor?* Ankara: ODTÜ Yayıncılık.
- Topuz, H. (1986). *İletişimde karikatür ve toplum*. Eskişehir: Eskişehir Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Tuncer, F. F. (2020). Öngörülemeyen bir küresel düzen ve Covid-19: Covid-19 karikatürleri ile yeni düzen okuması. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Special Issue, 42-58. Erişim tarihi: 18.02.2021, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1171906>
- Uçan, B. (2013). Türkiye’de karikatürün dijital dönüşümü: Uykusuz Dergisi. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 3(3), 41-50.
- Yanık, A. (2016). Yeni medya nedir ne değildir? *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(45), 898-910.
- Yengin, D. (2019). Teknoloji bağımlılığı olarak dijital bağımlılık. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 9(2), 130-144. doi: 10.7456/10902100/007
- Yeniceler, İ ve Karadağ, G.H. (2019). Dijitalleşmeyle birlikte mizah yayıncılığın dönüşümü. *e-Journal of New Media*, 3(2), 102-118.
- Yıldırım, B. (2010). Gazeteciliğin dönüşümü: yöndeşen ortam ve yöndeşen gazetecilik. *Selçuk İletişim Dergisi*, 6(2), 230-253.
- Yolcu, Ö. (2016). *Türk filmlerinin sosyal medya kullanımı: sosyal medya ve sinema*. İstanbul: E-kitap.

Ek-1: Kodlama Cetveli**TEMA**

1. Dijital yurttaşın nitelikleri
2. Dijital dünyaya ilişkin tabirler
3. Dijital oyun bağımlılığı/bağımlılık
4. Siber zorbalık/siber sorunlar
5. Dijital dünyadaki bilginin kazandırması
6. Diğer

YAN TEMA

1. Şifrelerin zor olması gerektiği
2. Siber zorbalık/İnternette maruz kalınan kötü olaylar
3. Kişisel bilgilerin paylaşılmaması gerektiği
4. İnternetin hayatımızın her alanına yayılması
5. Gerçek iletişimin azalması
6. Diğer

MİZAH UNSURU

1. Bilgi içerikli karikatür
1. İnternete ilişkin tabirler (Uyku modu, bağlanmak vb.)
2. İletişim biçimlerinin/hayatın değişmesi/iletişimsizlik
3. Bağımlılık
4. Uygulamalar/oyunlar/sosyal medya
5. Diğer

KULLANICI İMAJI

1. Duyarlı/sorgulayan/bilgili
2. Tembel
3. Bağımlı/İnternet dünyasına aşına
4. Sahte
5. Utangaç/Mahçup
6. Mağdur/Muhtaç
7. Diğer

GÖRSEL KONUSU

1. Çocuklar
2. Bilgisayarlar
3. Emojiler
4. Ebeveynler
5. Sevgililer
6. Yaşlılar
7. Oyunlar
8. Telefon
9. Çizgi film karakteri/çizgi karakterler
10. Öğretmenler
11. Yetişkinler
12. Semboller
13. Hayvanlar

14. Diğer

YENİ MEDYAYA İLİŞKİN TUTUM

1. Olumlu
2. Olumsuz
3. Nötr