

T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



TÜRKİYE’DE KARİKATÜR, MİZAH VE SOSYAL MEDYA
İLE KARİKATÜRÜN DEĞİŞİMİ
YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN **HAZIRLAYAN**
Dr. Öğr. Üyesi Sevtap KANAT **Hüseyin SOYLU**

MALATYA 2021

T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GRAFİK TASARIM BİLİM DALI
GRAFİK ANASANAT DALI

TÜRKİYE’DE KARİKATÜR, MİZAH VE SOSYAL MEDYA İLE MİZAHIN DEĞİŞİMİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Hüseyin SOYLU

Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Sevtap KANAT

Malatya-2021

ONUR SÖZÜ

Dr. Öğrt. Üyesi Sevtap Kanat'ın danışmanlığında yüksek lisans tezi olarak hazırlamış olduğum “**TÜRKİYE’DE KARİKATÜR, MİZAH VE SOSYAL MEDYA İLE MİZAHIN DEĞİŞİMİ**” başlıklı çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın tarafımdan yazıldığını ve yararlandığım bütün yapıtların hem metin içinde hem de kaynakçada yöntemine uygun biçimde gösterilenlerden oluştuğunu belirtir, bunu onurumla doğrularım.

Hüseyin SOYLU

ÖNSÖZ/TEŞEKKÜR SAYFASI

Yapılan bu çalışmada; geleneksel mizah yayını incelenirken, sosyal medyayla birlikte mizahın değişimine değinilmiştir.

Bu çalışmanın ortaya çıkmasında; kıymetli bilgi ve tecrübelerini benimle paylaşan danışman hocam sayın Dr. Öğr. Üyesi Sevtap Kanat'a teşekkürlerimi sunarım.

Tez hazırlama sürecimde, desteğini esirgemeyen eşim Zeynep Özden Soylu' ya, varlığıyla içimi ısıtan oğlum Erkin Özden Soylu' ya, abim İnan Soylu' ya başta olmak üzere, desteklerini esirgemeyen kardeşim Canan Özden'e, arkadaşlarım Derya İlter ve Ahmet Can'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Çalışmam boyunca önerileriyle, muhabbetiyle desteğini esirgemeyen Canol Kocagöz'e, yüksek lisans ders aşamasındaki sabrı ve içtenliğinden ötürü değerli hocam Prof. Dr. Fatih Özdemir'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Hüseyin SOYLU

ÖZET

SOYLU, Hüseyin, Türkiye’de Karikatür, Mizah ve Sosyal Medya İle
Mizahın Değişimi,
Yüksek Lisans Tezi
Malatya, 2021

Ülkemizde karikatür üretimi 1870 yılında ilk karikatürün yayınlanmasından günümüze yayınlanma alanlarını genişleterek devam etmiştir. Karikatürün bir düşünciyi anlatmadaki ve okunmasındaki kolaylığı, toplumun ilgisini çekmiş; karikatür her zaman ilgiyle izlenen bir mizah türü olmuştur. Yakın zamana kadar, mizah dergileri ve gazeteler toplumun karikatürlere ulaşması için en yakın kaynakların başında gelmiştir. Yirminci Yüzyıl’ın son on yılından itibaren internetin kullanılmaya başlanmasıyla, insanların bilgiye erişmesi kolaylaşmış; daha geniş kitlelerin karikatürü yakından tanıma fırsatı doğmuştur. Günümüzde etkisini giderek arttıran, birçok insanın dahil olduğu ve etkin rol oynayabildiği internet, sağladığı imkanlarla insanlara bireysel ifade alanları yaratmıştır. Yirmi birinci yüzyılın başlarından itibaren ortaya çıkan sosyal medya uygulamalarıyla birlikte kullanıcıların kendi mizah içeriklerini oluşturdukları görülmüştür.

Bu çalışmada, Türkiye’de mizahın ve özelde karikatürün tarihsel gelişimine değinilmiş, sosyal medyayla birlikte mizahın değişimi incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Karikatür, Sosyal Medya, Mizah, Mizah Dergileri, Yeni Mizah

ABSTRACT

Caricature creation in our country has been carried on by extending its means of published media till our era since first cartoon was published in 1870. The people has been attracted to the way caricatures can express and read a thought with an ease, therefore, caricature has been a kind of humor which is always been interested in. Until recently, humor journals and newspaper had been among pioneering sources that people could find caricatures in. However, with the usage of internet that has been started since the last decade of twentieth century, people can easily access to information; thereby, an opportunity has been risen for more diversified demographic group of people to get interacted with caricature closely. Nowadays, internet of which effect is gradually increasing, can get many people involved and play a key role, has created an environment for people to express themselves as individuals by providing opportunities. It is also seen that with the social media channels that have been emerged since the first years of twentieth century, internet users have created their own humor contents.

In this study, as development of specific fields such as humour and caricature, is examined, with social media inclusion in daily lives, new types of humours are discovered as well as adaptation of the caricature to this process and the changes over humour with influences of social media are investigated further.

Key words: Caricature, Social Media, Humour, Humour Journals, New Humour

İÇİNDEKİLER

JÜRİ ONAY SAYFASI.....	iii
ONUR SÖZÜ.....	iv
ÖNSÖZ / TEŞEKKÜR SAYFASI	v
ÖZET	vi
ABSTRACT.....	vii
İÇİNDEKİLER	viii
KISALTMALAR	xi
RESİM LİSTESİ.....	xii
TABLolar LİSTESİ.....	xiv

BÖLÜM I

1. MİZAH VE KARİKATÜR.....	1
1.1 Mizah.....	2
1.2 Karikatür.....	4
1.3 Mizah ve Karikatür İlişkisi.....	5

BÖLÜM II

2. TÜRKİYE’DE KARİKATÜRÜN TARİHİ.....	7
2.1 İlk Mizah Dergilerimiz: Terakki (Terakki Eğlencesi, Letaifi Asar) Diyojen Dergileri.....	8
2.2 İstibdat ve İkinci Meşrutiyet Döneminde Karikatür ve Mizah Basını (1878-1908, 1908-1920).....	10
2.3 Kurtuluş Savaşı Dönemi ve Cumhuriyet'in İlk Yıllarında Karikatür.....	11
2.4 Güçlü Muhalefeti İle Markopaşa Dergisi.....	15
2.5 1950’lerde Türk Karikatürü.....	16
2.5.1 1950 Kuşağı.....	17

2.6	1960'lar ve 1970'lerde Türk Karikatürü.....	19
2.6.1	Gırgır Dergisi.....	19
2.7	1980'lerde Türkiye'de Karikatür.....	23
2.8	1990'lardan Günümüze Türkiye'de Karikatür.....	24
2.9	Türkiye'de Karikatür Üretiminin Diğer Alanları.....	26

BÖLÜM III

3.	İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ VE YENİ MEDYA.....	30
3.1	Sosyal Medya Uygulamalarının Kısa Tarihçesi.....	34
3.2	Türkiye'de Sosyal Medya İstatistikleri.....	36

BÖLÜM IV

4.	TÜRKİYE'DE SOSYAL MEDYADA MİZAH VE KARİKATÜR.....	38
4.1	Sosyal Medyada Mizahın Değişimi.....	39
4.2	Sosyal Medyada Üretilen Mizah Unsurları.....	42
4.2.1	Tweetler.....	43
4.2.2	Capsler.....	46
4.2.3	Videolar.....	48
4.2.4	Gifler, Çıkartmalar.....	51
4.2.5	Fotoğraflar ve Diğer Görseller.....	52
4.2.6	Karikatürler.....	53
4.3	Sosyal Medyada Mizah, Karikatür ve Geleneksel Mizah Yayıncılığı.....	60

BÖLÜM V

5. SONUÇ.....	69
5.1 KAYNAKÇA.....	71
5.1.1 Görsel Kaynakça.....	77



KISALTMALAR

age. :	Adı Geçen Eser
vb. :	Ve Benzeri
yy. :	Yüz Yıl
Tv:	Televizyon
TRT:	Türkiye Radyo Televizyon Kurumu



RESİM LİSTESİ

Resim 1: Diyojen Mizah Dergisi.....	10
Resim 2: Terakki Mizah Eki.....	10
Resim 3: Semih Balcıoğlu, Yazısız Çizgiler, 1971.....	18
Resim 4: Gırgır Dergisi.....	22
Resim 5: Penguen Dergisinin İlk Sayısı.....	26
Resim 6: Penguen Dergisini Son Sayısı.....	26
Resim 7: We Are Social ve Hootsuite 2020 Türkiye İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım İstatistikleri.....	36
Resim 8: We Are Social ve Hootsuite 2020 Ocak verilerine göre Türkiye’de Sosyal Medya İstatistikleri.....	36
Resim 9: Nasreddin Hoca Karikatürü.....	40
Resim 10: Nasreddin Hoca Karikatürü.....	40
Resim 11: Gezi Parkı Eylemleri Sırasında Sosyal Medyada Paylaşılmış Bir Caps Örneği.....	42
Resim 12: Gezi Parkı Eylemleri Sırasında Açılmış Bir Döviz Örneği.....	42
Resim 13: Bir Tweet Örneği.....	44
Resim 14: Bir Tweet Örneği.....	45
Resim 15: Bir Tweet Örneği.....	45
Resim 16: Bir Tweet Örneği.....	45
Resim 17: Bir Tweet Örneği.....	45
Resim 18: Bir Caps Örneği.....	48
Resim 19: Bir Caps Örneği.....	48
Resim 20: Yiğit Özgür’ün Karikatürlerinden Oluşturulmuş Çıkartmalar.....	52
Resim 21: Yiğit Özgür’ün Karikatürlerinden Oluşturulmuş Çıkartmalar.....	52
Resim 22: Twitterda Paylaşılmış Bir Fotoğraf.....	53
Resim 23: Sosyal Medyada Sıkça Paylaşılan Bir Fotoğraf.....	53
Resim 24: Erdil Yaşaroğlu Karikatürü.....	55

Resim 25: Yiğit Özgür Karikatürü.....	55
Resim 26: Emrah Ablak'ın Instagram'da paylaştığı karikafilm videoları.....	56
Resim 27: Emrah Ablak'ın Instagram'da paylaştığı karikafilm videoları.....	56
Resim 28: Fırat.....	58
Resim 29: Fırat.	58
Resim 30: Fırat.	58
Resim 31: Sosyal medyada farklı biçimde oluşturulup paylaşılmış Bahattin karakteri	59
Resim 32: Sosyal medyada farklı biçimde oluşturulup paylaşılmış Bahattin karakteri	59
Resim 33: Facebook'ta paylaşılan Bahattin karakteri.....	61
Resim 34: Facebook'ta paylaşılan Bahattin karakteri.....	61
Resim 35: Erdil Yaşaroğlu Tweeti.....	63
Resim 36: Gazete ve dergilerin yıllara göre sayısı 2010-2019.....	65
Resim 37: Gazete ve dergilerin yıllara göre tirajı 2010-2019.....	66
Resim 38: Dergilik'in mizah kategorisinde yer alan mizah dergileri.....	67
Resim 39: Serkan Altuniğne'nin Instagram hesabında paylaştığı Bobo isimli bant karikatürleri.....	67
Resim 40: Yılmaz Aslantürk'ün Instagram hesabında paylaştığı bant karikatürlerinden biri.....	68
Resim 41: Bülent Üstün'ün Instagram hesabında paylaştığı karikatürlerden biri.....	68

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 4.1: Instagram’da Fenomen Olmuş Mizahçıların Takipçi ve Gönderi sayıları..	50
https://www.instagram.com	
Tablo 4.2: Youtube’ta Mizah İçeriği Üreten Bazı Kanallar ve Abone Sayıları.....	51
https://www.youtube.com	
Tablo 4.3: Bazı Profesyonel Karikatüristlerin Instagram’daki Takipçi ve Gönderi Sayıları.....	54
https://www.instagram.com	
Tablo 4.4: 2015-2020 Yılları Arasında Gazetelerin Kasım Ayının Son Haftası Tirajları.....	61
http://gazetetirajlari.com/	

BÖLÜM I

1. MİZAH VE KARİKATÜR

İnsanlık, dünyada varlığını göstermeye başladığı ilk günden bu yana çok farklı ifade biçimleri bulmuştur. 30-40 bin yıl öncesinde insanlar mağara duvarlarına hayvan figürlerini, avlanma yöntemlerini, dini ritüellerini ve yaşam biçimlerini detaylarıyla resmetmişler; bu görüntüleri binlerce yıl öncesinden bizlere aktarabilmişlerdir. Mağara resimlerinin neden yapıldığıyla ilgili kesin bir bilgi olmasa da, insanlar, ilk çağlardan itibaren dünyayı yorumlama ve anlama çabası içerisinde olmuşlar, yaşamları için önemli olan birtakım figür ve nesnelerin resimlerini, heykellerini, anıtlarını yapmışlardır. Bu resimlere, heykellere ve anıtlara bakılarak açıklamalar yapılmaya çalışılmıştır. Bu mağara resimleri ve insan elinden çıkmış diğer unsurlar, genel olarak resim sanatının ve diğer plastik sanatların ilk örnekleri olarak kabul görmektedir. İnsanlar, gündelik ihtiyaçlarını gidermek adına buldukları yöntem ve tekniklerin yanında kendilerini ifade etme yollarını da bulup geliştirmişlerdir. Mağara duvarlarına yapılan resimler, tuval resimlerine; çivi yazısı ve hiyeroglif yazılar, modern alfabelere dönüşmüştür. İnsanlığın sanat üretme eylemi, mağara duvarlarına yapılan resimlerden bu yana gelişerek devam etmiş, toplumların estetik algısı geliştikçe farklı sanat türleri ortaya çıkmıştır. Plastik sanatların dallarından ve aynı zamanda bir mizah alanı olarak olarak karikatür, yazılı mizah türlerinin gazete, dergi ve kitaplarla yaygınlaşmasıyla birlikte karikatür de bu mecralarda görünmeye başlamıştır.

İnsanlar gündelik yaşamlarında, temel fizyolojik ihtiyaçları kadar mizaha da ihtiyaç duymuşlardır. İnsanlar gündelik yaşamdaki zorlukları kolay aşmak, bu zorluklarla baş edebilmek veya çeşitli dayatmalarla, baskılarla mücadele edebilmek adına mizahtan yararlanmışlardır. Gülme eylemiyle insanlar, her türlü baskıya ve zorbalığa karşı durabilmiştir. İnsanların geçmişte bir araya gelerek çeşitli eğlence biçimleriyle vakit geçirmeleri çok daha farklı eğlenme yöntemlerinin ve mizah türlerinin doğmasını sağlamıştır. Sözlü olarak var olan mizah türleri baskı tekniklerinin yaygınlaşmasıyla yazılı hale gelmiş, yazılı mizah sözlü mizahın yanında güçlü bir şekilde var olmaya ve

etkisini arttırmaya başlamıştır. Dilden dile, nesilden nesle sözlü olarak aktarılan mizahın, baskı tekniklerindeki ilerlemeler sayesinde, ifade biçimi, iletim yöntemi değişerek sonraki kuşaklara aktarımı daha da kolaylaşmıştır.

1.1 Mizah

Mizah; bir durumu, olayı, düşünceyi veya olguyu çelişkili yönleriyle ele alıp dikkat çekmeyen gülünç yanlarını ortaya çıkararak ve bu gülünç yanları abartıp zenginleştirerek ifade etme biçimidir. Mizah kelimesi dilimize Arapça'dan girmiş bir kelime olup Türkçe karşılığı olarak gülmece kelimesi kullanılmaktadır. <http://www.atilaozermuzeevi.com/2004/05/mizah-ve-karikatur.html> (08.05.2020)

İlk etapta dikkat çekmeyen durum, düşünce, olay ve olgu mizahın kendine özgü anlatım biçimiyle ilgi çekici hale gelmiştir. Bu bağlamda mizah, toplumların sesini duyurmasında kitlesel bir etki yaratabilmiştir. Mizah insanların otoriteyle, baskıyla, tahakkümle ve her türlü olumsuz durumla mücadele etmesinde insanlara bir direnç kazandırmıştır. Mevcut şartlarıyla olumsuz durum karşısında mücadele olanağı bulamayan toplumlar mizahı kullanarak olumsuz olanı nispeten bertaraf edebilmiş ve gündelik yaşamdaki olumsuzluklarla baş etmeyi öğrenmiştir.

Topluma etki eden tüm olaylar mizahın anlatım biçimiyle topluma yeniden aktarılmış ve mizah toplumda farkındalık yaratma görevini yerine getirmiştir. Mizah, tarih boyunca insanların en temel ihtiyaçlarından biri olan gülmeyi sağlamada etkin ve vazgeçilmez bir unsur olmuştur. Gülme ve buna bağlı olarak eğlenme gereksinimi mizahın ortaya çıkmasını ve mizah türlerinin yaygınlaşmasını sağlamıştır.

Karikatürist Atıla Özer mizah ve insan arasındaki ilişkiyi şu şekilde ifade etmiştir;

Olumlu anlamdaki sağlıklı gülme, bir gereksinmedir. Bu gereksinimin karşılanması için kişinin, kendisinin yarattığı durumlar dışında bir de "mizah" yaratılmıştır. Yazıyla, şiirle, sözle, müzikle, oyunla, mimik ve hareketlerle, en önemlisi çizgi ile mizah yaratılmıştır. Öyle bir kaynaşmıştır ki insanoğlu mizahla; pahalılığın, kargaşanın, geçim sıkıntısının, işsizliğin, anarşinin,

öldürme ve öldürülmelerin olabildiğine arttığı yıllarda bile onsuz edememiş, üstelik ondan daha çok şeyler bekler olmuş ona daha çok sarılmıştır (1994: 1).

Gülme, toplumların en temel bağlayıcı eylemlerinden biriyken; gülme eylemi toplum tarafından her dönem üretilen bir ifade özgürlüğü ortamı yaratmıştır. Gülme eylemi, her türlü tahakküme, zorbalığa, baskıya karşı toplumların elindeki bir güç olmuştur.

Tarih boyunca her çağın kültürel değerleri ile toplumsal şartları o dönemin mizahını şekillendirmiştir. Matbaa ve baskı tekniklerinin olmadığı dönemde sözlü mizah geleneği hakim olmuştur. Sözlü mizah döneminde anlatımlarla kuşaklararası bir iletim söz konusudur. Matbaanın bulunması ve baskı tekniklerinin gelişmesiyle birlikte basılı yayınlar çoğalmış yazılı ve görsel mizah unsurları ortaya çıkmıştır.

Eski çağlardan günümüze toplumların eğlenme ihtiyacının bir sonucu olarak ortaya çıkan mizahın, Anadolu'da Hititler'de verimli geçecek bir hasat zamanını karşılamak için düzenlenen Purulli ayinleri ile ilk örnekleri görülmüştür (Öngören, 1998: 40). Anadolu'da Hititler'le başlayan mizah oluşumları, Hititler sonrasında, Antik Yunan'da şarap ve eğlence tanrısı Dionysos adına düzenlenen şenliklerde rastlanmaktadır (Öngören, 1998: 41). Selçuklular'da, Antik Anadolu mizahından farklı olarak kendine has bir mizah görülmektedir. Türk mizahı, sözlü gelenekten günümüze kadar aktarılan masal, fıkra, ve destan gibi türlerin içerisinde ortaya çıkıp olgunlaşmış ve günümüze kadar ulaşmıştır. Fıkra, tekerleme, masal, taşlama, şiir, bilmece türünde mizah unsurları Selçuklu mizahının içerisinde yer almış; Dede Korkut, Keloğlan ve Nasreddin Hoca figürleri Selçuklu mizahının öne çıkan figürleri olmuştur (Öngören, 1998: 43). Türk mizahının en güzel örnekleri Nasreddin Hoca fıkralarıyla günümüze kadar gelmiştir. Nasreddin Hoca, Bekri Mustafa ve Bektaşî fıkraları halkın adaletsizliklere, haksızlıklara, zorbalıklara karşı verdiği mücadelenin mizah alanındaki yansımaları olmuştur (Öğüt Eker, 2014: 100).

Osmanlı mizahını ele aldığımızda Hacivat ve Karagöz ile orta oyunları karşımıza çıkmaktadır. Bunun yanında Bektaşî fıkralarının, Selçuklu döneminde olduğu gibi Osmanlı'da da içerisindeki güçlü muhalif ifadelerle varlığını sürdürdüğü görülmektedir. Osmanlı'nın mizah unsurları arasında Hacivat ve Karagöz, meddah

oyunları, Bektaşı fıkraları, Bekri Mustafa, İncili Çavuş, Ortaoyunu, Divan ve Halk Edebiyatı içerisindeki mizahi metinler ve hiciv şiirleri sayılabilir (Öngören, 1998: 59).

1.2 Karikatür

Karikatür herhangi bir düşüncenin, durumun, kişinin ve olayın kusurlarının, olumsuz yanlarının, mantıksızlıklarının abartılarak mizahi bir üslupla çizilip ifade edilmesidir. Koloğlu'na göre karikatür; bir kişi, tip ya da eylemin çizgiyle çarpıtılmış, abartılmış sunuluşudur (2005: 21). Karikatür; İtalyanca yük, yüklemek anlamlarına gelen "caricare" sözcüğünden türemiştir (Balcıoğlu 1998: 11). Karikatür İtalya ve Fransa'da görünmeye ve gelişmeye başlamış, sonraları sanat türü olarak kabul görmüştür. Karikatür, baskı tekniklerinin dünyada kullanılmaya ve yaygınlaşmaya başlanmasıyla Türkiye'de 19. yüzyılın sonlarından itibaren dergi ve gazetelerde yer bulmaya başlamış ve günümüze kadar ilgiyle takip edilen bir mizah türü olmuştur (Çeviker, 2010: 15). Baskı tekniklerindeki ilerlemeler dergi ve gazetelerde görsel unsurların çoğalmasına olanak sunmuş, karikatürün de gelişmesi için bir zemin oluşturmuştur. Matbaanın dünyada yaygınlaşmasıyla beraber, basılı yayınlar çoğalmış ve mizahın da bir türü olarak karikatür ortaya çıkmıştır. Öngören'e göre basının etkinliğini arttırması, sözlü mizahın egemen olduğu dönemde, adı bile telaffuz edilmeyen karikatürün kendini ortaya koymasını ve popülerleşmeye başlamasını sağlamıştır (1998: 22).

Karikatür, başlangıçta sadece insanların yüzlerinin karakteristik özelliklerinin abartılarak ön plana çıkartıldığı çizimleri ifade etmek için kullanılan bir kelime olmuştur. Sonraları karikatür kelimesi, tüm mizahi çizim türlerini ifade etmek için kullanılmaya başlanmıştır. Fransızca'da "dessin humoristique" olarak anılan karikatür, çizgi ile mizah yapma, mizahi çizim anlamında kullanılmıştır (Özer, 94, 9). İngilizce'de "cartoon" kelimesi genel olarak çizgi film ve karikatür için kullanılmıştır. Bizde karikatür kelimesi bütün mizahi portre ve mizahi çizimleri ifade etmek için kullanılmakta fakat farklı dönemlerde farklı karikatürcü ve mizah yazarları "grafik mizah" adlandırmasını da kullanmışlardır. Özellikle "50 Kuşağı" karikatürcüleri çizgi ile mizahı benimsemişler ve çizdikleri karikatürlerine grafik mizah adlandırmasını yapmışlardır.

Karikatür günümüzde oldukça ilgi gören ve popüler olan bir mizah türüdür. Geçmişte İslam inanç sisteminin figüratif resim sanatına olan olumsuz bakışı, İslam toplumlarında ve bu bağlamda Türk resim sanatında bazı gecikmelere neden olmuş, karikatür de bundan nasibini almıştır. Diğer yandan matbaanın dünyada yaygınlaşmaya başlamasından yaklaşık iki yüz yıl sonra Osmanlı topraklarında kullanılmaya başlanması da basın ve karikatürü etkileyen etmenler olmuştur.

1.3 Mizah ve Karikatür İlişkisi

Mizahtan söz edildiğinde ilk akla gelen mizah alanlarından biri karikatür olmuştur. Mizah herhangi bir durumun, olayın veya olgunun çelişkili, absürt yanlarının abartılarak sözlü, yazılı veya görsel olarak ifade edilmesiyken karikatür de tüm bu ifadeler ek olarak bu olayların, durumların, olguların çizgiyle aktarılmasıdır diyebiliriz. Anadolu mizah geleneğinin sözlü mizah örneklerinden Nasreddin Hoca Fıkraları, Keloğlan Masalları, Bektaşî fıkraları, Karagöz ve Hacivat oyunlarındaki mizah unsurları günümüzde çizilen yazılı karikatür örneklerinde yeni bir anlatım biçimiyle ortaya çıkmıştır. Nasreddin Hoca'nın gölü mayalayıp yoğurt yapma çabasını gören köylünün "Hocam göl hiç maya tutar mı?" sözüne karşılık verdiği "Ya tutarsa!" cevabıyla beklenmedik bir şekilde dinleyiciyi güldürebilmekte, aynı zamanda düşünmeye sevk etmektedir. Anadolu mizahının en büyük sembollerinden olan Nasreddin Hoca, yüzyıllar boyu Türk mizahının en büyük ve iz bırakmış mizah figürlerinden biri olmuştur.

Türk mizahının önemli unsurlarından olan Karagöz ve Hacivat oyunları, iki boyutlu figürlerin bir perdede oynatılma esasına dayanan bir gölge oyunudur. Burada oyun metni doğaçlama olarak ortaya çıkmaktadır. Hacivat ve Karagöz'de Karagöz, Hacivat'ın Karagöz'e ifade etmeye çalıştığı, söylediği sözleri her seferinde kendine göre yorumlayıp ve çoğu zaman da yanlış anlayarak insanları güldürmektedir. Hacivat, eğitilmiş, bilgili, mantıklı, ciddi ve burjuvaziyi temsil eden biriyken; Karagöz eğitimsiz, çevresinde olup bitenleri çok ciddiye almayan, saf, halk kültürünü temsil eden biri konumundadır. Karagöz ve Hacivat oyunları halk tarafından ilgiyle izlenmiş ve takip

edilmiştir, öyle ki Tanzimat Dönemi mizah dergilerinde Hacivat ve Karagöz ile ilgili karikatürlere sıklıkla rastlanmıştır.

Karagöz ve Hacivat oyunlarında görülen burjuva-halk, eğitilmiş-eğitimsiz, bilgili-cahil, ciddi-umursamaz ve benzeri zıtlıklar karikatürümüzde de kentli-köylü, patron-işçi, zengin-fakir, cahil-bilgili, kötü-iyi gibi zıtlıklarla kendini göstermektedir. Diğer yandan Hacivat ve Karagöz ikilisi arasında geçen diyaloglarla sağlanan mizah, günümüzde karikatürlerde de benzer biçimde oluşturulmaktadır. Yiğit Özgür'ün karikatürlerinde bu tür ikili diyaloglar fazlasıyla görülmektedir.

Karikatür, geleneksel mizah türlerinin toplum belleğinde oluşturduğu ortak kültürel tepkileri oluşturabilecek bir geçmişe sahip değildir; ancak günümüz koşulları düşünüldüğünde karikatürün geniş kitlelerce görünürlük kazandığını söyleyebilmekteyiz. Günümüz koşullarında mizah türü olarak sadece karikatürde değil diğer tüm mizah türlerinde de aynı durum söz konusudur. Karikatür, tüm diğer mizah alanlarının ürünlerinden beslenebildiği gibi bir fıkranın, hikayenin, anlatının , gündelik yaşamdaki komik anların da karikatürü çizilebilmektedir. Bu bağlamda karikatür geleneksel mizah kültüründen de yararlanmıştır.

Mizahın geçmişi karikatürden daha eskidir. Sözlü mizahın geçmişi ise yazılı mizahtan daha eskidir. Sözlü olarak başlayan mizah matbaanın dünyada yaygınlaşması ile yazılı hale gelmiş ve yaygınlaşmıştır. Baskı tekniklerinin çeşitlenmesi mizahın birçok insana ulaşmasına olanak sağlamış, gazete ve dergi yayınlarının artması ile mizahın ulaşılabilirliği kolaylaşmıştır. Bu süreçte sadece yazılı mizahtan söz edilirken, karikatür de yavaş yavaş gazetelerdeki yerini almış, karikatür yayınlayan gazeteler daha çok ilgi görmüş ve sonraki yıllarda karikatür gazetelerin vazgeçilmezi olmuştur. Günümüzde görsel mizahın yazılı mizaha göre daha çok tercih edilmesi, karikatürün yazılı mizaha göre daha çok ilgi görmesini sağlamıştır.

BÖLÜM II

2. TÜRKİYE’DE KARİKATÜRÜN TARİHİ

15. yüzyılda Avrupa, Orta Çağ’ın karanlığından çıkarak Rönesans’la birlikte bir yeniden doğuş yaşamıştır. Bilim, sanat , teknoloji alanındaki yenilikler ve üretimler matbaanın sağladığı imkanlarla Rönesans’ın etkileri tüm Avrupa’ya yayılmıştır. Osmanlı İmparatorluğu matbaayı yaklaşık iki yüz yıl sonra topraklarına getirmiş, bu nedenle basın ve yayının gelişmesi için gerekli altyapı oluşmamıştır. Bu anlamda Osmanlı İmparatorluğu Avrupa’nın gerisinde kalmıştır.

Osmanlı İmparatorluğu, 17. yüzyıl’da savaşlarda elde edilen başarısız sonuçlar neticesinde Avrupa’daki askeri üstünlüğünü yitirmiş; bilim, sanat, edebiyat ve teknolojiye geri kalmış ve kendi bekası için yeniliklere ayak uydurmanın gerekliliğinin kaçınılmaz olduğunu görmüştür. 1715-1718 yıllarında Osmanlı-Avusturya-Venedik savaşları neticesinde bu devletlerle 21 Temmuz 1718 tarihinde Pasarofça Antlaşması imzalanmış ve zevk, eğlence ve yenilik dönemi olan Lale Devri başlamıştır. 1730 yılında Patrona Halil İsyanı’na kadar devam edecek bu dönemde yeniliklerden biri de ilk Türk matbaasının kurulması olmuştur. Matbaanın gelişiyile birlikte Türkçe kitapların basımı başlamış, sanat ve edebiyatta yeni örnekler ortaya çıkmıştır (Çeviker, 1986, 13). Matbaanın Osmanlı’ya gelmesinden iki yıl sonra 31 Ocak 1729 tarihinde ilk olarak bir çeviri kitap olan Vankulu Lügatı basılmıştır. <https://www.iienstitu.com/blog/turkiyede-basilan-ilk-turkce-kitap-vankulu-lugati> (25.05.2020) Matbaanın Osmanlı topraklarına girişi, Osmanlı’da yayın hayatının hareketlenmesini sağlamış, gazete ve dergi yayınının başlamasına temel oluşturmuştur.

Osmanlı topraklarında yayınlanan ilk gazeteler, bizzat Osmanlı sınırları içinde yaşayan Fransız vatandaşları tarafından Fransızca yayınlanmıştır (Ulusoy Nalcıoğlu, 2013: 41).

Osmanlı İmparatorluğu sınırları içerisinde Ermeni, Hovsep Vartanyan tarafından 1852 yılında ilk mizah dergisi “Boşboğaz Bir Adem” yayımlanmış, karikatürleri ise yayıncısı tarafından çizilmiştir (Çeviker, 1986: 17).

Osmanlı İmparatorluğu’nda 1808 yılında 2. Mahmut’un tahta geçmesinden sonra reform hareketlerine ağırlık verilmiş, Osmanlı İmparatorluğu’nun modernleşmesi yolunda ciddi adımlar atılmıştır. 2 Aralık 1828 tarihinde, Osmanlı İmparatorluğu’nun sınırları içerisinde yarı Türkçe yarı Arapça bir gazete olan “Vekayi-i Mısriye”, Osmanlı’nın Mısır vilayetinin valisi olan Kavalalı Mehmet Ali Paşa tarafından çıkarılmaya başlanmıştır. Devlet işlerinin, icraatlarının ve diğer hizmetlerinin duyurulması, ilan edilmesi, halka ulaştırılması için 1831 yılında ilk Türkçe resmi gazete olan, “Takvim-i Vakayi” yayımlanmaya başlamıştır. 1849 yılına gelindiğinde “Vakayi-i Tıbbiye” gazetesinde ilk resim görülür (Çeviker, 1986: 14-17).

1860 yılında kişisel sermayeyle, ilk özel gazete olan “Tercüman-ı Ahval” İbrahim Şinasi ve Agah Efendi tarafından çıkarılmaya başlanır. Bu gazetelerde karikatür görmek hala mümkün değildir; fakat “Tercüman-ı Ahval” gazetesi muhalif yayıncılık yolunda önemli bir adım olmuştur. Tercüman-ı Ahval’in ilk sayısındaki önsözde Şinasi’nin ifadesiyle, “...halkın, vatanın yararı için söylemesi de yazması da hakkıdır...” deniliyordu (Ulusoy Nalcioğlu, 2013, 95). Demek oluyor ki, ülkenin çıkarları gereği her türlü siyasi, toplumsal, kültürel alanlarda sorunların dile getirilmesi, eleştirilmesi, bu sorunların çözümü için fikirlerin beyan edilmesi gerekiyordu. Şinasi 1861 yılında Tercüman-ı Ahval’den ayrıldıktan sonra 1862’de “Tasvir-i Efkar” gazetesini kurar. Yine aynı yıl “Mir’at” dergisi çıkar ve bu dergi ilk resimli Türk dergisi olma özelliği taşır. 1867 yılında ise “İstanbul “dergisinde ilk karikatür yayınlanır (Çeviker, 1986: 21).

2.1 İlk Mizah Dergilerimiz: Terakki (Terakki Eğlencesi, Letaif-i Asar) ve Diyojen Dergileri

1868 yılında yayın hayatına başlayan *Terakki* gazetesi, 1870 yılında aynı adı taşıyan bir mizah eki ile yayın hayatına devam etmiştir. Karikatüre yer vermeyen *Terakki*,

kısa süre sonra, aynı yıl içinde adını değiştirerek yayın hayatına “*Terakki Eğlencesi*” olarak devam etmiştir. Sayfalarında çizgiyi görmek mümkün olsa da karikatüre rastlanmamıştır. 1871 yılında tam sayfa karikatür yayımlanmıştır. *Terakki Eğlencesi* 13 sayı yayımlandıktan sonra derginin adı *Letaif-i Asar* olmuştur. *Terakki* gazetesi ilk Türkçe mizah dergisi unvanının sahibidir; fakat 1870’te Teodor Kasap’ın yayımladığı ilk bağımsız mizah dergisi *Diyojen*’de imzasız olarak ilk karikatür yer alır (Çeviker, 1986: 21). *Diyojen* aralıklarla sürekli olarak karikatür yayınlamaya devam etmiştir. Karikatür yayınlayan ilk bağımsız mizah dergisi *Diyojen*; fakat ilk mizah dergisi bir gazetenin bünyesinde yayımlanan *Terakki*’dir. Çeviker’in ifadesiyle;

İlk Türk mizah dergisinin, yıllardır, hep *Diyojen* (12.11.1870) olduğu yazılmış, söylenmiştir. Birkaç kaynak bunun dışına çıksa bile, hala aynı yanlış sürdürülmektedir. *Diyojen*’den önce olayın gelişimi şöyledir: 1868’de politik düşünce gazetesi olarak yayımlanan *Terakki*, aynı adı taşıyan bir mizah gazetesini ek olarak verir: *Terakki* (23.10.1870). Abonelerine ücretsiz, diğer okurlarına parayla satılan *Terakki*, *Diyojen*’den önce yayımlandığı için ilk olma onuru onundur (1986: 21).

Diyojen dergisinin yayın hayatına başlamasından 1. Meşrutiyet’e kadar geçen sürede birçok mizah dergisi yayın hayatına başlamış, kimi uzun sayılabilecek kadar yayın hayatını sürdürmüş kimi mizah dergileri ise çok kısa süreli olmuştur. 1. Meşrutiyet’e kadar, *Letaif-i Asar* (*Terakki Eğlencesi*’nin devamı olarak 1871’den 1872 yılına kadar yayınlanmaya devam eder.), *Kara Sinan* (1871), *Şarivari* (1872), *Çingiraklı Tatar* (1873), *Hayal* (1873-1877), *Şafak* (1874), *Latife* (1874), *Şarivari Medeniyet* (1874), *Tiyatro* (1874), *Letaif-i Asar* (1874) (Önceki *Letaif-i Asar*’dan bağımsız, farklı kişiler tarafından çıkarılan bir dergidir.), *Latife* (1875), *Kahkaha* (1875), *Geveze* (1875) adlı mizah gazeteleri ve dergileri yayınlanmıştır (Ünver, 2016). 1. Meşrutiyet’in ilanına kadar geçen sürede yayınlanan bu dergilerin çoğunun ömürleri kısa olsa da muhalif dil açısından önemlidirler ve ciddi destek görürler (Cantek, Gönenç, 2017: 9).

Karikatür bakımından en zengin sayılabilecek dergiler başta “*Hayal*” olmak üzere “*Çingiraklı Tatar*, *Çaylak* ve *Latife*” dergileridir. Bu dergilerde yayımlanan karikatürlerin çoğu imzasızdır; fakat bu dergilerde çizen adı sanı belli iki çizerdendir bahsedebiliriz: Nişan G. Berberyan ve Ali Fuat Bey. Tanzimat döneminde gazete ve

dergilerde çizen ilk Türk karikatürcüsü Ali Fuat Bey, karikatürcülüğü meslek olarak kabul edilmiş bir çizerdir (Özer, 2007: 2).



Resim 1: Diyojen Mizah Dergisi



Resim 2: Terakki Mizah Eki

2.2 İstibdat ve İkinci Meşrutiyet Döneminde Karikatür ve Mizah Basını (1878-1908, 1908-1920)

1876 yılında Kanun-i Esasi'nin kabul edilişinden iki yıl sonra 1878'de Osmanlı-Rus Savaşı'nı bahane eden 2. Abdülhamit, Kanun-i Esasi'yi yürürlükten kaldırmıştır. Kontrolü tamamen eline alan 2. Abdülhamit, 30 yıl gibi çok uzun bir süre boyunca devam edecek İstibdat Dönemi'ni (1878-1908) başlatmıştır. Bu dönemde baskı rejimi, her alanda olduğu gibi gazete ve dergi yayınının da fazlaca etkilenmesine hatta durma noktasına gelmesine neden olmuştur. Bu dönemde gazete ve dergiler yurt dışında çıkarılıyor ve kaçak yollarla ülke topraklarına sokulmaya çalışılıyordu (Çeviker, 1986: 16).

Jön Türklerin Abdülhamit'in basın-yayına müdahalesi sonucu yurt dışında çıkardıkları gazete ve dergiler arasında; Hayal (Paris, 1878; Londra, 1879), İstikbal (Cenevre, 1880), Gencine-i Hayal (Paris, 1881) gibi gazeteler vardır (Çeviker, 1986, 271). Diğer ülkelerde yayımlanan mizah dergileri; Hayal (Londra, 1895), Hamidiye (Londra,?), Pinti (Kahire, 1898), Beberuhi (Cenevre, 1898), Laklak ve Curcuna (Mısır, 1906) gibi dergilerdir (Çeviker, 1986: 272). Yurt dışında yayımlanan bu dergi ve

gazeteler baskı rejiminin son bulmasına ve II. Meşrutiyet Dönemi'nin başlamasına zemin hazırlamıştır. 1908 yılında II. Meşrutiyet'in ilan edilmesiyle birlikte, 30 yıllık baskı rejiminin sonucunda mizah dergileri de arka arkaya çıkmaya başlamıştır. Çok sayıda mizah dergisi ve gazetesi yayın hayatına başlamıştır. Bu dönemde yayınlanan bazı mizah dergileri ve gazeteleri şunlar olmuştur: Zıdır (1908), Karagöz (1908), Geveze (1908), Hacivat (1908), Eşref (1909), Cadalo (1911), Köylü (1913), Feylesof (1914), Kalem (1908), Cem (1912), Dalkavuk (1908), Davul (1908), Boşboğaz ile Güllabi (1908), Laklak (1909), Kartal (1909), Kara Sinan (1911), Karikatür (1914), Diken (1918), Eşek (1910), Gece Kuşu (1912), Hande (1918), Kibar (1910), Alafranga (1910), El Malum (1910), El Üfürük (1908), Mahkum (1908). Ali Fuat Bey tarafından 1908 yılında çıkarılan “Karagöz” dergisi 1935 yılına kadar yayın hayatına devam etmiş, uzun soluklu yayımlanan dergiler arasında yer almıştır (Ünver, 2016: 16-156) II. Meşrutiyetin ilanından sonra beş ay içinde kırk bir mizah dergisi, 1909 yılında sekiz, 1911 yılında ise otuz mizah dergisi yayın hayatına başlamıştır. Bu dergi sayılarındaki hızlı artış baskıdan sonra hürriyete duyulan özlemi ifade etmektedir. Halkın gülme açlığı mizah dergilerine olan ilgiyi de beraberinde getirmiş, zaman zaman satışlarda azalma olsa da bu dönemde ilgi hep taze kalmıştır (Cantek, Gönenç, 2017: 10).

Tanzimat ve İstibdat dönemindeki mizah dergi ve gazetelerinde karikatür resim olarak anılmış, Kalem dergisinde ilk kez karikatür sözcüğü kullanılmış ve tanımlanmaya çalışılmıştır (Çeviker, 1988: 20). Dönemin en önemli karikatürcüsü Cemil Cem'dir diyebiliriz. Cemil Cem batılı ve modern anlamda karikatürün öncüsü olmuştur. İttihat ve Terakki Partisi'nin hedefindeki Abdülhamid'i devirmek için yurtdışında önemli bir çizgi muhalafeti yaratmıştır. II. Meşrutiyet'in ilanı ile birlikte İstanbul'a gelerek Kalem dergisinde çizmeye başlamış, Kalem dergisi dönemin önemli ve etkin bir mizah dergisi olmuştur (Öngören, 1998: 66).

Cemil Cem, Kalem dergisinden ayrıldıktan sonra kendi adını taşıyan Cem dergisini çıkarır. Dönemin diğer önemli karikatürcüsü, Sedat Nuri İleri'dir. Sedat Nuri; Cem, Kalem dergisinden ayrıldıktan sonra Kalem dergisinin baş çizeri olur. Dönemin diğer çizerleri arasında; Ali Sami Boyar, Kenan Bey, Sedat Simavi, Ramiz, Fatma Zehra, Ahmet Cemil, Ali Dino, Damat Fahir Bey, Selim, Fellah, Mehmet Baha, Halit Naci, Cevat Nuri, Münir Osman, İzzet Ziya, A. Enver, Andonyan ve Mehmet Fazlı'yı

sayabiliriz. Osmanlı döneminde ilk karikatür sergisini 1918 yılında Sedat Simavi açmış ve sergide yer alan karikatürleri, “Yeni Zenginler” adıyla albüm haline getirmiştir (Çeviker, 1988: 82).

2.3 Kurtuluş Savaşı Dönemi ve Cumhuriyet'in İlk Yıllarında Karikatür

I. Dünya Savaşı sona erdiğinde Osmanlı Devleti ağır bir yenilgi almış, topraklarının büyük bir kısmını kaybetmiş ve İtilaf Devletleri'nin işgalleriyle boğuşmak durumunda kalmıştır. Bir tarafta İtilaf devletlerinin isteklerine teşne bir İstanbul Hükümeti varken, diğer yanda Anadolu'da Kurtuluş Savaşı'yla Milli Mücadele'yi başlatan Mustafa Kemal'in Ankara'da oluşturduğu hükümet vardır. Mizah basını da iki tarafa ayrılmış, bir taraf İstanbul Hükümetini destekleyen karikatürler çizerken diğer taraf ise Ankara Hükümeti'ni destekleyen karikatürler çizmiştir. Dönemin önemli dergilerinden Refik Halit Karay tarafından çıkarılan Aydede İstanbul Hükümeti tarafında, Sedat Simavi tarafından çıkarılan Güler yüz dergisi ise Ankara Hükümeti tarafında yer almıştır (Cantek, Gönenç, 2017: 11).

Güler yüz dergisi, Milli Mücadele yanlısı tek dergi olarak dönemin mizahında önemli bir yer teşkil eder. I. Dünya Savaşı sona erdiğinde İstanbul'da sadece Karagöz dergisi varken, Diken dergisi de yayın hayatına 1918 yılında başlamış, Cem ve Kalem dergilerinin üslubunu sürdürmüştür (Çeviker, 1991: 16).

I. Dünya Savaşı bittiğinde İstanbul'da çıkan tek dergi olan Karagöz, zaman zaman iktidarın yanında olmuş, zaman zaman da muhalefet etmeyi bilmiş, halk tarafından oldukça sevilen ve ilgi gören bir dergi olmuştur. 1935 yılında Karagöz dergisini, Sedat Simavi 1. sayıdan itibaren tekrar çıkarmaya başlamıştır. 1936 yılından 1948 yılına kadar Karikatür adlı dergiyi çıkarmıştır. Sedat Simavi, Meşrutiyet'in sonundan Cumhuriyet'in ilk yarısına kadar Türk mizahına önemli katkılar sunmuştur (Öngören, 1998: 69). Kurtuluş Savaşı Dönemi'nde işgalciler karikatürlerde ağır bir dil ile eleştirilmiş, mizah dergileri işgalcilerle mücadelede etkin bir rol üstlenmiştir. Dönemin bu mücadeleyi destekleyen önemli dergilerinden biri Diken dergisidir. Kurtuluş Savaşı Dönemi'nde Deccal (1919), Ortaoyunu (1919), Cadı (1919), Alay (1920) ve Tatlı Sert (1921) gibi

mizah dergileri yayımlanmıştır (Ünver, 2016: 16-156). Dönemin çizerleri arasında Sedat Simavi, Ratip Tahir, Mehmet Baha, Münif Fehim, İzzet Ziya, Cevat Şakir, Nurullah Cemal gibi önemli çizerler vardır. *Aydede* dergisi kapandıktan sonra *Akbaba* dergisi Yusuf Ziya ve Orhan Seyfi tarafından 7 Aralık 1922’de kurulmuştur. Cumhuriyet tarihinin en uzun soluklu mizah dergisi olma özelliği gösteren *Akbaba*, 28 Aralık 1977’de kapanmıştır (Cantek, Gönenç, 2017: 139).

Cumhuriyet’in ilan edilmesi ile birlikte her alanda büyük değişiklikler olmuş; arka arkaya gelen yeniliklere toplumun ayak uydurması zaman almıştır. Cumhuriyet’in 1923 yılında ilan edilmesinden 1928’de gerçekleşen Harf İnkılabı’na kadar geçen sürede eski harflerle yapılan bir mizah söz konusudur (Öngören, 1998: 79-82). Cumhuriyet’in ilanı ile birlikte oluşan ortamda mizah dergileri de hareketli ve demokratik bir döneme girmiş, Şeyh Sait Ayaklanması ve Atatürk’e suikast gibi olaylarla bu özgür ortam sona ermiştir. 1928 yılında gerçekleşen Harf İnkılabı’yla birlikte mizah alanında da önemli değişiklikler gözlenmiştir. Yeni harflerin kabul edilmesinden sonra karikatürcülerin de çizgi üslupları değişime uğramıştır (Öngören, 1998: 77-78). 1928 yılında Harf İnkılabı ile birlikte Kahkaha ve Babacan dergileri yayınlanmış; fakat bu dergiler henüz Latin harflerine yabancı olan halk tarafından yeterli ilgiyi görememiş ve bu dergilerin yayın hayatları sadece birer sayı olarak kalmıştır. Harf İnkılabı’ndan sonraki birkaç yılda mizah dergisi görülmemiştir. Bu noktada karikatürün okunabilmesindeki kolaylığı fark eden Cemal Nadir yazının olmadığı veya çok az olduğu karikatürler çizmiştir. Dönemin dergi ve gazetelerinde Dalkavuk, Akla Kara, Dede ile Torun ve Amcabey tipleri ile karikatüre olan ilgiyi artırmıştır. Karikatür dergi ve gazetelerin aranılan unsuru haline gelmiş; dergi ve gazetelerdeki yerini sağlamlaştırmıştır. Ramiz Gökçe de dönemin etkin ve aranılan çizerlerinden biri olmuştur. 1930’lu yıllarda Cemal Nadir Akşam gazetesinde günlük karikatürler çizerken Ramiz Gökçe ise mizah dergilerinde görülmüştür (Balcıoğlu, 1998, 10).

Akbaba dergisi ele aldığı konular itibariyle toplumun beğenisini kazanmış, toplumun sorunlarını mizah diliyle anlatma yöntemlerini benimsemiştir. Akbaba dergisi 1922 yılından 1955 yılına kadar Cumhuriyet Halk Partisi yanlısı bir yayın politikası sürdürmüş, bir dönem halkın desteğini yitirmiş ve zaman zaman kapanmak zorunda

kalmıştır. *Akbaba* tüm yayın hayatı boyunca iktidar yanlısı tutumuyla ayakta kalmıştır (Cantek, Gönenç 2017: 12). 1922 yılında yayın hayatına başlayan *Akbaba* dergisi, Cumhuriyet'in ilk yıllarında mizah dergisi boşluğunu dolduran tek dergi olmuştur. Zaman zaman bazı mizah dergileri çıksa da yayın hayatları çok kısa olmuştur. 1936 yılına gelindiğinde Sedat Simavi tarafından çıkarılan ve büyük ilgi gören *Karikatür* adlı dergi, *Akbaba* ile birlikte mizah dergiciliğini Türkiye'de o dönemde temsil eden dergiler olmuştur. Cemal Nadir ve Ramiz Gökçe bu dergilerin iki usta çizerleridir. *Karikatür* dergisi çizerleri arasında Sedat Simavi, Ramiz Gökçe, Münif Fehim, Sedat Nuri, Semih Balcıoğlu, Orhan Peker ve Cevdet Oklay yer almış, *Akbaba* dergisinde ise Cemal Nadir başta olmak üzere, Necmi Rıza, Ali Ulvi gibi çizerler yer almıştır (Özer, 2007: 4-5).

Osmanlı döneminde sadece mizah dergilerinde yer alan karikatür, Cumhuriyet döneminde gazetelerde de boy göstermiştir (Çeviker, 2008: 21). Cumhuriyet gazetesinde çizen Cemal Nadir aynı zamanda *Amcabey* dergisinde de başarılı karikatürler çizmeye devam etmiştir.

1930 yılında çok partili hayata geçiş denemesi olarak Serbest Cumhuriyet Fırkası'nın kurulması mizah dergilerini yakından ilgilendirmiş, politik mizah yapma eğilimi artmıştır. Bu girişimin de kısa sürmesi mizahı etkilemiş, sonraki on yıllık tek partili dönemde politik mizah yapılmamış, mizah ve karikatür üretimi farklı konular etrafında kalmıştır.

Türkiye İkinci Dünya Savaşı'na katılmamış; fakat Türkiye'de İkinci Dünya Savaşı yıllarında karikatür güçlü bir etki göstermiştir. 1939 ile 1948 yılları arasında otuz dört karikatür albümü yayımlanmıştır (Öngören, 1998: 88). İkinci Dünya Savaşı yıllarında karikatür ciddi etkiler göstermiş, halk karikatürü yakından tanımış ve karikatür geniş kitlelere ulaşmıştır. Halk tarafından karikatüre gösterilen bu ilgi, karikatür üretiminin artmasını sağlamıştır. İkinci Dünya Savaşı sonrası karikatürün gazetelerde tam sayfa boy göstermesi ise karikatürün geniş halk kitlelerine ulaşmasına olanak sağlamıştır (Öngören, 1998: 88).

2.4 Güçlü Muhalefeti İle Markopaşa Dergisi

25 Kasım 1946 tarihinde yayın hayatına başlayan Markopaşa Dergisi'nin Sabahattin Ali başyazarlığını, Mustafa Mim Uykusuz da çizerliğini üstlenmiştir. Aziz Nesin ve Rıfat Ilgaz da derginin diğer yazarları arasında yer almışlardır. [https://tr.wikipedia.org/wiki/Markopaşa_\(dergi\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Markopaşa_(dergi)) (17.05.2020)

Tek partili dönemin en önemli basın muhalefeti üstlenen Markopaşa, sürekli olarak tek parti iktidarı tarafından soruşturmalar geçirmiş, kapatılmalar yaşamış ve farklı grupların hedefi haline gelmiştir (Cantek, 2005: 14). Markopaşa içinde bulunduğu dönemin koşullarının bir yansıması niteliğinde, halk tarafından oldukça sevilmiş ve yüksek satış başarısı göstermiş bir dergi olmuştur. Markopaşa dergisi yaşanan tüm olumsuzlukları açığa çıkarma gayreti göstermiş diğer yandan tüm bu olumsuz koşullardan beslenmiştir. Tüm bu şartlar altında Markopaşa, dönemin iktidarı tarafından sürekli olarak tehditlerle ve hapis cezalarıyla uğraşmak durumunda kalmıştır. (Cantek, 2005: 15). Markopaşa, demokrasiye geçiş döneminin siyasi ortamının şartlarıyla şekillenen bir muhalif mizah yaratmış, önemli bir dönem dergisi niteliği kazanmıştır. Markopaşa dönemin mizah dergilerinde sıklıkla konu edinilen kadın erkek ilişkilerinin bulunduğu karikatürler yayınlamamakta ve karikatürden çok yazı içeriğiyle dikkat çekmektedir (Cantek, 2005: 188).

Markopaşa dergisinin karikatürcüsü Mim Uykusuz, karikatürlerinde işçi ve köylü; faşizm ve emperyalizm konularına değinmiş, ezilenlerin yanında yer alan bir mizah anlayışını benimsemiştir. Dönemin en etkin mizah dergisi, tek partili döneme yönelik en sert ve açıktan muhalefeti; diğer dergi ve gazetelerin yapamadığı eleştiriyi cesurca yapmıştır. Markopaşa, o güne değin yapılmış mizah anlayışından farklı olarak eleştiri oklarını doğrudan ve net bir şekilde hedefe yöneltmek farklılığını göstermişlerdir. Markopaşa, ideolojik olarak bir parti sempatanlığı içerisinde olmamış, tarafsız bir şekilde halkın yanında, iktidara karşı güçlü bir muhalefet sürdürmüştür.

Türkiye'de çok partili dönemin başladığı yıllarda siyasetin hareketlenmesi, karikatürcüleri de iştahlandırmış ve o güne kadar yapılmamış ya da yapılamamış mizah

muhalefeti iyiden iyiye kendini hissettirmeye başlamıştır. Tek partili dönemde ve Demokrat Parti'nin kurulduğu ilk yıllarda yapılamayan mizah muhalefeti yerini daha özgür bir mizah ortamına bırakmıştır. Tek partili dönemin iktidar nezdinde üretilen mizahının dışında kalan Markopaşa dergisi sıkı muhalefetini sürdürmüş, defalarca kapatılıp Malumpaşa, Merhumpaşa, Yedi-sekiz Paşa, Hür Markopaşa, Bizim Paşa gibi isimlerle yeniden çıkmıştır (Öngören, 1998: 91).

Dönemin iktidarının sarsılmasında mizah kanadında büyük pay Markopaşa dergisine aittir. Markopaşa mizahçıları, muhalefetleriyle hapse girmek gibi birtakım yaptırımları göze almış, bu cesur tutumlarıyla halk tarafından benimsenmiş ve derginin tirajları altmış binlere kadar çıkmıştır (Öngören, 1998: 92). Dönemin şartlarına göre bu çok yüksek satışlara sahip olan Markopaşa dergisinin birçok benzeri de yapılmaya çalışılmış fakat hiçbir zaman Markopaşa'nın başarısını yakalayamamış ve bu dergiler kısa sürede kapanmak durumunda kalmışlardır.

Sabahattin Ali'nin 1948 yılında öldürülmesinden sonra Markopaşa dergisi bir süre daha yayınına devam etse de kovuşturmalar ve mahkeme süreçleri, Markopaşa muhalefetini besleyen siyasi ortamın değişmesi derginin eski satış başarısına ulaşamamasına neden olmuştur (Öngören, 1998: 92).

2.5 1950'lerde Türk Karikatürü

14 Mayıs 1950 tarihinde Demokrat Parti'nin iktidar olmasıyla, tek partili dönemin basın yayındaki etkisi yerini kısa da olsa görece daha özgürlükçü bir ortama bırakmış, mizah açısından oldukça hareketli bir dönem başlamıştır. Demokrat Parti'nin 1950 yılında yürürlüğe soktuğu Basın Yasası'yla birlikte karikatür ve mizah basını bir süre rahat bir nefes almıştır (Çatalcalı, 2016: 182).

İktidardan düşen Cumhuriyet Halk Partisi'ne karşı oluşan ortamda Karakedi ve 1952 yılında yeniden yayınlanan Akbaba dergisi de Cumhuriyet Halk Partisi'ne karşıt tavırlarını belli etmişlerdir. Akbaba dergisi tek partili dönemde de çok partili dönemde de iktidarın yanında bir tutum sergilemiştir. Akbaba dergisinin çok partili dönemde otuz yıl

boyunca yanında olduğu partiye karşı tutumu eleştirilmiştir (Öngören, 1998: 93). Çok partili dönemin en önemli dergileri arasında yer alan Tef ve Dolmuş dergilerinin yazar ve çizer kadrosu bakımından oldukça zengin bir kadroya sahip olduğu görölmüştür. Birçok usta çizer bu dergilerde yetişmiş, kendilerinden sonraki çizerlere örnek teşkil etmişlerdir.

Siyasi ortamın hareketlenmesine bağılı olarak karikatürde de bir üretim artışı görölmüştür. Dönemin karikatür yayınlayan dergi ve gazeteleri şunlar olmuştur: Tef, Akbaba, 41 Buçuk, Dolmuş, Taş, Karikatür, Cumhuriyet, Milliyet, Vatan, Akşam, Siyasi Halk Gazetesi, Taş-Karikatür, Yeni Sabah, Ulus, Dolmuş (Çeviker, 2010: 24).

Romen asıllı Amerikalı karikatürcü Saul Steinberg'in 1940'lerden itibaren başlattığı yazısız karikatür anlayışı 1950'lerden itibaren bütün dünyada olduğu gibi Türkiye'de de çizerleri etkilemiş, karikatürcülerimizin yazısız karikatüre yönelmelerini sağlamıştır (Özer, 2007: 7-8). Seul Steinberg'in yazısız karikatür anlayışını benimseyen bu doğrultuda karikatür çizen karikatürcüler, 50 Kuşağı karikatürcüleri olarak adlandırılmışlardır.

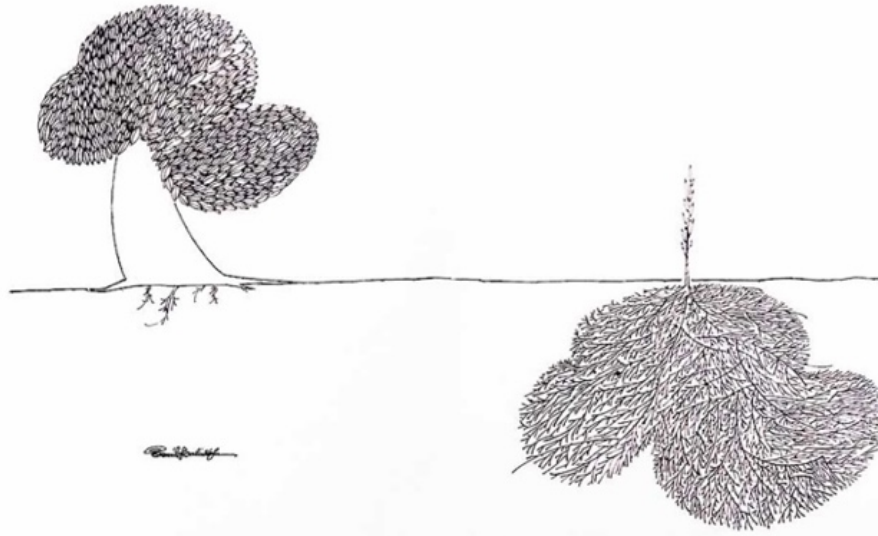
2.5.1 1950 Kuşağı

1942-45 yılları arasında mizah dergilerinde ileride “50 Kuşağı” diye isimlendirilecek olan karikatürcüler görölmüştür. Selma Emiroğlu, Mim (Mustafa) Uykusuz, Semih Balcıoğlu, Ali Ulvi, Turhan Selçuk, Oğuz Aral, Ferruh Doğan, Yalçın Çetin ve Nehar Tüblek bu dönemin Mizah dergilerinde sürekli çizmeye başlamışlardır. Sonradan kişisel değerlerini bulacak olan bu isimler sanat hayatlarının ilk yıllarında Cemal Nadir'in etkisindedir (Balcıoğlu, 1998: 11).

1940 ile 1950 yılları arasında karikatür çizmeye başlayan, Amerika ve Avrupa'daki yazısız karikatür anlayışını benimseyen karikatürcülere “50 Kuşağı” karikatürcüleri denmeye başlanmıştır. Özellikle Amerika'da Seul Steinberg'in öncüsü kabul edildiğı modern karikatür anlayışının, Avrupa'daki temsilcileri Sempe, Chaval, Bosc ve Mose'tur (Cantek, Gönenç, 2017: 57). Turhan Selçuk, Ferruh Doğan, Bedri

Koraman, Ali Ulvi Ersoy, Eflatun Nuri ve Nehar Tüblek bu karikatür akımının Türkiye’deki temsilcileri olmuşlardır (Balcıoğlu, 1998: 11).

50 Kuşığı ile birlikte karikatür, yeni bir anlatım dili kazanmış; karikatürlerden yazılar atılmış ve sade çizgilerle konunun anlatılması yöntemi benimsenmiştir. 50 Kuşığı öncesinde üretilen karikatürlerde ikili konuşmalara dayalı konular ele alınmıştır. Tamamıyla konudan bağımsız çizilen karikatürlere yazılar sonradan eklenmiştir. Yazılar olmadan karikatürleri anlamak mümkün olmamıştır. 50 Kuşığı’nın ısrarla yazısız karikatürler çizmeleri, toplumun yazısız karikatürü benimsemesini hızlandırmıştır (Cantek, Gönenç, 2017: 60). 50 Kuşığı Dergileri, 41 Buçuk, Tef, Dolmuş, Taş, Karikatür ve Taş- Karikatür’dür. Tef mizah dergisinde Oğuz Aral, Turhan Selçuk, Ferruh Doğan gibi Türk karikatürünün büyük ustaları yer almıştır (Özer, 2007: 10).



Resim 3: Balcıoğlu, Yazısız Çizgiler, (1971: 16)

2.6 1960'lar ve 1970'lerde Türk Karikatürü

27 Mayıs askeri darbesiyle Demokrat Parti iktidardan düşürülmüş, 1961 anayasasıyla beraber karikatürcüler daha özgür davranabilmiş, toplumcu karikatürler çizmişlerdir. Kalkan baskı ortamıyla birlikte DP'ye karşı yoğun bir hiciv saldırısı ortaya çıkmış ancak bu durum kısa sürmüştür (Öngören, 1998: 97).

Gazeteler içinde Milliyet, Akşam, Cumhuriyet karikatüre verdiği önem bakımından hemen belirginleşmişlerdir (Çeviker, 2010: 25). Dönemin karikatür yayınlayan önemli dergi ve gazeteleri arasında; Akbaba, Cumhuriyet, Milliyet, Akşam, Tef, Tercüman ve Dolmuş sayılabilir. 1965'te Süleyman Demirel başkanlığında kurulan Adalet Partisi'nin iktidara gelmesi karikatür için işlerin pek iyi gitmeyeceğine işaret etmiş, yeni anayasa özgürlükleri Demirel'in iktidarda kaldığı yıllar boyunca kısıtlamış, karikatür ve iktidar savaşını genişletmiştir (Çeviker, 2010: 25).

1970'lerden itibaren ofset baskı tekniği karikatürlerin basımını daha kolay hale getirmiştir. Ofset baskı tekniği , karikatürlerin gazete ve dergilerde sıkça kullanımı neticesinde karikatüre olan ilginin de hem okur hem üretici bakımından artmasına olanak sağlamıştır (Öngören, 1998, 104). 1970'lerin siyasi ortamında kaos yaşanmış, 12 Mart 1971 muhtırasından sonra çok sıkı bir sansür politikası izlenmiş; baskılar ve ölümler olmuş, şiddet olayları baş göstermiştir. 1970'lerdeki başlıca yayınlar şunlardır: Akbaba, Gırgır, Çarşaf, Fırt, Mikrop, Toplum, Nokta, Yankı, Özgür İnsan, Bilim ve Sanat; Cumhuriyet, Milliyet, Hürriyet, Günaydın, Barış, Yeni Halkçı, Tercüman, Vatan, Politika (Çeviker, 2010: 25).

2.6.1 Gırgır Dergisi

27 Şubat 1971 yılında başta Gün gazetesinin iç sayfalarından birinde Oğuz Aral tarafından bir köşe olarak hazırlanan Gırgır, okuyucunun ilgisinin artmasıyla aşama aşama sayfa sayısını arttırarak yayımlanmaya devam etmiştir. 1972 yılında, Gün gazetesinin yanında verilen bir dergiye dönüşmüş, bu hızlı büyümenin sonunda 1973 yılında Haldun Simavi'nin isteğiyle, bağımsız bir dergi olmuştur. Gırgır dergisi hedef

kitle olarak gençliği almış ve gençliğin sorunlarına kulak veren bir dergi olmuştur. Çizgi roman ve bant karikatürün, tek karelik karikatürlerden fazla olduğu dergi kısa sürede kendinden önceki mizah dergilerinin satışlarını katlayarak büyük bir tiraja ulaşmıştır (Balcıoğlu, 1998, 19).

Gırgır Cumhuriyet tarihinin en çok satan dergilerinden biridir (Cantek, Gönenç, 2017: 153). Gırgır'ın tirajı Oğuz Aral'ın kendi beyanıyla yıllar içinde şu şekildedir: “1972’de ilk tirajı: 40.000; 1973 sonu: 100.000; 1976: 200.000; 1978: 300.000; 1981’den itibaren: 400.000; 1981 Temmuz’u kapatıldıktan sonra: 500.000; 1983-1984: 390.000-360.000 arası” (Koloğlu, 2005: 342).

Gırgır'ın bu tirajları elde etmesinin nedenlerinden biri, kullanılan dilden yaratılan karakterlere kadar sokağa, sokaktaki insana ağırlık vermesidir. Doğal olarak “kenar mahalle” kavramı da öne çıkmıştır. Oğuz Aral, sokağı ve kenar mahallelerde yaşayan insanların hayatlarını karikatürlerinde konu edinmiştir. Dergi, kadrosunu, çiçeği burnunda karikatürcüler köşesine karikatür yollayan okurları arasından oluşturmuştur. Böylelikle dergi halkın dertlerini ve isteklerini bilen yazar ve çizerlerle dolmuştur. Gırgır, hem sokak ağzına yakınlaşarak karakterlerine ve konularına sahicilik katmış hem de sonraki yıllarda çıkacak olan mizah anlayışlarına öncülük etmiştir (Cantek, Gönenç, 2017, 165). Gırgır dergisi yayımlanmaya başladığı yıllarda yüksek tirajlarıyla dikkat çekmiş, dönemin en çok satan diğer gazeteleri de mizah dergisi yayımlama yarışına girmiştir (Cantek, 2020: 37).

1970’lerden itibaren televizyonun ortaya çıkmasıyla halk yeni bir eğlence aracıyla tanışmıştır. İnsanlara, televizyonda gördükleri tipleri Gırgır'ın sarı siyah-beyaz sayfalarında komik biçimleriyle görmek oldukça eğlenceli gelmiştir. Baskı tekniklerindeki yenilikler, Gırgır'ın çizgi ağırlıklı bir dergi olmasını sağlamış, bu yeniliklerle Gırgır'ın günceli yakalaması kolay olmuştur. Gırgır öncesi dergiler, klişe hazırlamak zahmetli ve uzun süren bir iş olduğu için karikatürlerinde günceli yakalamakta güçlük çekmiş ve tiraj kaybedip kapanmak zorunda kalmışlardır. Oğuz Aral, karikatürlerin altına yazılan yazıları karelerin içinde balonlara yerleştirerek karikatürlerin izlenebilmesini kolaylaştırmış, bu da Gırgır karikatürlerinin ilgi çekmesini

hızlandırmıştır. Diğer yandan Gırgır dergisi ilk yıllarında çizer kadrosunun kısıtlı olmasından hep aynı konular etrafında kalmıştır.

Oğuz Aral dergi kadrosunu, üslubunu çeşitlendirmek ve karikatürü geniş kitlelere ulaştırmak adına, “Çiçeği Burnunda Karikatürcüler” köşesinde genç çizerlere tavsiyeler vermiştir. Örneğin günümüz karikatürcülerinden Haslet Soyöz için o dönem yazdığı eleştiride şunları belirtmiştir:

“Karikatürlerinizi çok çok sevdim Haslet kardeş, yalnız çizerken kendinize ‘Ben bunları kimin için çiziyorum?’ diye sık sık sormalısınız. Sanatın kaymağını yiyen beş on kişilik bir ‘entelektüel tabakası’ için karikatür yapacaksanız bir diyeceğim yok. Ama hiç olmazsa gazete okuyan vatandaşımızın karikatürünüzü anlamasını istiyorsanız çizgileriniz daha az modern (!) olmalı. Okur karikatüre bulmaca çözer gibi bakmamalı” (Gırgır, 1975: 129; Aktaran, Cantek, Gönenç, 2017: 173)

Bu örnek Gırgır’ın yayın politikası hakkında özet bir açıklama getirmiştir. Oğuz Aral’ın dergi kadrosunu genişletme fikrinin neticesinde yeni ve yetenekli birçok çizerin dergi kadrosunda yer alması ve bu çizerlerin çok başarılı işlere imza atmaları derginin sonraki yıllarda Gırgır Okulu olarak adlandırmasını sağlamıştır.

Gırgır zaman zaman politik karikatürlere yer verse de bir siyasi düşüncenin lehinde ya da aleyhinde bir yol izlememiştir. Bu durum Gırgır’ın geniş kitleler tarafından izlenmesini sağlayan bir başka nedendir. Gırgır’ın bu apolitik duruşu sıkça eleştirilmiş, 1973 seçimleri sonrasında Gırgır’daki siyasi espriler ve eleştiri dozu artmıştır. Yine de Gırgır’ın siyasi duruşu, yakaladığı yüksek tirajları kaybetme kaygısıyla pek netleşmemiştir (Cantek, Gönenç, 2017: 179).

1975 yılında Çarşaf dergisi Gırgır’a rakip olarak kurulmuş, Gırgır’a karşı beklenen etkiyi gösteremeyen dergi 1992 yılında kapanmıştır <http://sanatkaravani.com/gecmisten-gunumuze-turk-mizah-dergileri/> (14.05.2018). Dönem dönem Gırgır’dan ayrılan bir grup çizer başka dergiler çıkarmaya başlamıştır. Bunlardan biri Ergin Ergönültaş ve arkadaşları tarafından çıkarılan Mikrop’tur. Mikrop,

Gırgır'a göre daha net bir eleştiri ve politik duruş sergilemiştir (Gönenç, 2007: 112). Mikrop kısa sürede kapanınca çizimleri baba ocağına dönmüştür (Demirkol, 2018: 89).

1985'te ise Gırgır'dan Tuncay Akgün, Suat Gönülay, Mehmet Çağçağ ve Can Barslan Limon dergisini kurmuşlardır. Yine de çıkan bu dergiler Gırgır'ın tirajını etkilememiştir. (Öngören, 1998: 120)

1989'da, aralarında Latif Demirci, Bülent Arabacıoğlu, Hasan Kaçan, Ergün Gündüz, Atilla Atalay, İrfan Sayar ve Abdülkadir Ekşioğlu'nun da bulunduğu yirmiden fazla yazar-çizer dergiden ayrılarak Hıbrı adlı yeni bir dergi çıkarmışlardır. 1989 yılının Kasım ayında Gırgır'ın Simavi ailesi tarafından Gölge Adam lakabıyla tanınan ve aynı isimde bir gazete çıkaran Ertuğrul Akbay'a satılması üzerine editör Oğuz Aral, birlikte çalıştığı çoğu çizerle Gırgır'dan ayrılarak, -Oğuz Aral'ın Gırgır'daki sevilen tipinden ismini alan- Avni dergisini yayımlamaya başlamıştır. Tüm kadrosu değişen Gırgır, aynı ismi taşısa da içerik olarak farklı bir dergiye dönüşmüştür. Tirajı kısa zamanda fazlasıyla düşen Gırgır, birçok yeni çizerin çalışıp ayrıldığı bir dergi olmuştur.

Gırgır, isim hakkı davalarından dolayı 1993'te kapanıp yeniden çıkmıştır. Bu yeni Gırgır, Ertuğrul Akbay'ın 1989'dan sonraki Gırgır'ının devamı niteliği taşımıştır.



Resim 4: Gırgır Dergisi Kapağı Sayı: 238

Gırgır, 16 Mayıs 2015 tarihinden itibaren *Sözcü* gazetesinin eki olarak verilmekteydi. 2017'nin Şubat ayı içerisinde yayımladığı son sayısında Seyfi Şahin'in çizdiği Hz. Musa ile ilgili karikatürden dolayı 17 Şubat 2017 tarihinde yayıncı kuruluş tarafından basımı durdurulmuş ve dergi kapanmıştır [https://tr.wikipedia.org/wiki/Gırgır_\(dergi\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Gırgır_(dergi)) (14.05.2018).

2.7 1980'lerde Türkiye'de Karikatür

12 Eylül 1980 tarihinde ordunun ülke yönetimine el koyması, birçok alanda olduğu gibi basın yayın hayatında da sarsıcı ve yıkıcı etkiler yaratmıştır. Karikatür, tarih boyunca iktidarlar tarafından pek sevilen bir mizah türü olmamıştır. Dolayısıyla korkulan olmuş, 12 Eylül darbesiyle siyasi ve sosyal alanda baskı ve yasaklamalar kendini göstermiş, karikatür de bundan nasibini almıştır. Basın yayının denetiminde sansür vazgeçilmez bir öge haline gelmiş, neredeyse tüm yayınlar kısmi olarak ya da tamamen sansürlenerek halka ulaşmıştır.

12 Eylül öncesi faaliyet gösteren birçok dernek, vakıf, sivil toplum kuruluşu ve partiler kapatılmış; üyeler ve parti mensupları ağır cezalarla cezalandırılmışlardır (Cantek, Gönenç, 2017: 18).

Bu dönemin mizahının eleştirel yanı yok denecek kadar azdır. Genel olarak mizah cinsellik, aşk, kadın-erkek ilişkileri ve benzeri apolitik konular etrafında dönüp durmuştur. Dönemin belirgin mizah dergileri arasında Gırgır, Fırt ve Çarşaf görülmektedir (Cantek, Gönenç, 2017: 18). Gırgır mizahı eleştiri dozunu fazla kaçırmamış ve darbecileri huylandıracak bir harekette bulunmamıştır.

80'li yılların ikinci yarısına gelindiğinde, sonrasında devamı gelecek ayrılıkların ilki yaşanmıştır. Gırgır dergisinden ayrılan bir grup mizah yazarı ve çizer, dönemin iyi tirajlı gazetelerinden Güneş'in bünyesinde Limon dergisini çıkarmaya başlamışlardır (Cantek, Gönenç, 2017: 18).

1980'lerin başlıca dergileri arasında Hıbrır, Çuval, Tebessüm, Curcuna, Laklak, Gıcık, Cins, Sıfır ve Dıgıl dergileri yer almıştır.

2.8 1990'lardan Günümüze Türkiye'de Karikatür

1980'lerin ikinci yarısına kadar satış grafiğini çok değiştirmeden gelen Gırgır dergisi, 1989 yılında bir grup çizerin ayrılıp Hıbrır dergisini kurmasıyla, kan kaybetmiştir. Aynı yıl Gırgır dergisi Gölge Adam gazetesinin sahibi gazeteci Ertuğrul Akbay'a satıldıktan sonra Oğuz Aral Gırgır'dan ayrılarak dergideki çizerlerle, Gırgır dergisindeki çok sevilen karakterinin adıyla, Avni dergisini kurmuştur. Çehresi değişen Gırgır dergisi o dönemlerden itibaren oldukça fazla tiraj kaybetmeye başlamıştır.

Gırgır dergisi el değiştirip çok önemli çizerleri kaybettikten sonra bir daha eski haline dönememiş, dergi 2015 yılında Sözcü gazetesinin bünyesinde ücretsiz olarak verilmeye başlanmıştır. 2017 yılında Musa peygamber ile ilgili yayınlanan bir karikatürden dolayı dava edilmiş, bu süreçler sonrasında kapanmıştır. <https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/girgir-dergisi-kapatildi-tum-calisanlari-isten-cikarilacak-677907> (08.05.2019)

1985'te Gırgır'dan ayrılan ekibin kurduğu Limon dergisinin 1991'de kapanmasının ardından, tam olarak aynı ekip bir araya gelerek bu yıl içerisinde Leman dergisini kurmuştur. Böylelikle günümüzde hala yayımlanan en köklü mizah dergilerinden Leman'ın yayın hayatı başlamıştır. Derginin kurucuları, Gırgır okulundan Oğuz Aral'ın öğrencileri olan Mehmet Çağçağ, Tuncay Akgün ve Can Barslan olmuştur. <https://tr.wikipedia.org/wiki/Leman> (23.05.2019)

Leman tüm iktidarlar dönemindeki net duruşuyla, zaman zaman baskılarla, linç kampanyalarıyla, sansürle, tehditlerle uğraşmak durumunda kalmıştır. Leman dergisi Gırgır'dan sonra Türkiye'nin en çok satan mizah dergilerinden biri olmuştur. 90'lı yıllarda siyasi iktidarlara muhalifliği ve toplumsal konulara olan hassasiyetiyle, döneminin en sevilen ve ilgiyle izlenen mizah dergisi olmuştur.

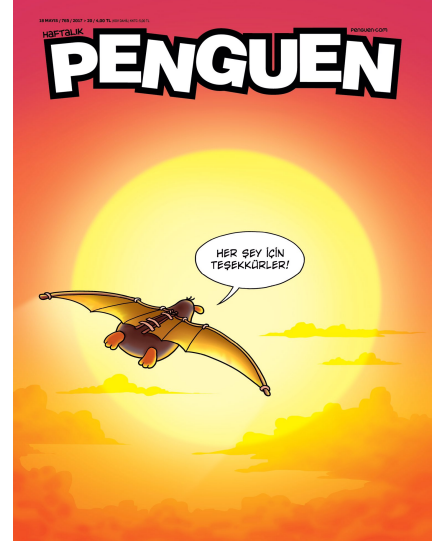
25 Eylül 2002 tarihinde Leman Dergisi'nden ayrılan Bahadır Baruter, Selçuk Erdem, Metin Üstündağ, Erdil Yaşaroğlu, Bülent Üstün ve arkadaşları tarafından kurulan Penguen dergisi yayın hayatına başlamıştır. Penguen dergisi de ilgiyle karşılanmış, kısa süre sonra ülkenin en çok satan mizah dergisi olma özelliğini kazanmıştır. Penguen dergisi, Leman'a benzer bir formatta hazırlanmış, ilk iki sayfasında ülkenin gündemiyle ilgili güncel karikatürler yer almıştır. Penguen dergisi de yine Gırgır ekolünün devamı niteliğinde bir dergi olmuştur. Yayınlandığı süre zarfında oldukça ilgi gören bir mizah dergisi haline gelmiştir.

Çizerleri arasında Yılmaz Aslantürk, Ersin Karabulut, Yiğit Özgür, Uğur Gürsoy, Suat Gönülay, Galip Tekin, Kutlukhan Perker, Özer Aydoğan, Hakan Karataş, Emrah Ablak, Kenan Yazar, Sarkis Paçacı, Gökhan Dabak, Esin Özbek, Semra Can yer almıştır.

Dergi 18 Mayıs 2017 tarihinde yayın hayatına son vermiştir. Penguen dergisinin kapanmasının ardından derginin birkaç çizeri Uykusuz dergisine transfer olmuştur. Penguen dergisinin yayın hayatına son vermesinde birkaç neden etkili olmuştur. Farklı karikatüristlerle yapılan röportajlarda derginin kapanmasında: tiraj kaybı ve beraberinde yaşanan maddi sıkıntılar, derginin okuyucu nabzını yakalayamaması, siyasi baskılar, kağıt ve dağıtım maliyetlerinin artması, internet ve sosyal medya gibi etmenlerin rol oynadığı dile getirilmiştir. Penguen dergisinde on iki yıl çizen Kenan Yazar, mizah dergilerinin kapanmasındaki en önemli sebeplerden birinin internet medyası olduğunu belirtmiştir. <https://journo.com.tr/penguen-girgir-mizah-dergileri> (10.04.2020).



Resim 5: Penguen dergisinin ilk sayısı



Resim 6: Penguen dergisinin son sayısı

Uykusuz dergisi, 2007 yılında Penguen dergisinden ayrılan Yiğit Özgür, Oktay Gencer (Oky), Umut Sarıkaya, Uğur Gürsoy ve Mehmet Çilingir (Memo Tembelçizer) tarafından kurulmuş ve yayın hayatına 5 Eylül 2007 tarihinde başlamıştır. Uykusuz dergisi biçimsel olarak Penguen dergisine benzemekte, ilk iki sayfasında güncel ve siyasi olayları konu edinmektedir; iç sayfalarda ise çizerlerin kendilerine ait köşeleri yer almaktadır. Uykusuz dergisi de kısa sürede okurlar tarafından sevilmiş ve en çok satan mizah dergisi olmuştur.

Uykusuz dergisinin çizerleri arasında Yiğit Özgür, Ersin Karabulut, Memo Tembelçizer, Cem Dinlenmiş, Bülent Üstün, Uğur Gürsoy, Emrah Ablak, Serkan Altuniğne, Fırat Budacı, Cihan Kılıç, Sönmez Karakurt yer almaktadır.

2.9 Türkiye’de Karikatür Üretiminin Diğer Alanları

Türkiye’de karikatür üretimi, bilindik popüler mecralar dışında çeşitli alanlarda üretilmeye devam etmektedir. Karikatür üretiminin diğer alanları arasında: yarışmalar ve yarışma sergileri, çeşitli atölye çalışmaları ve karikatür kursları, kişisel ve karma sergiler, televizyon programları, internet siteleri, çeşitli vakıf ve dernek faaliyetleri, yerel ve ulusal yayınlar yer almaktadır.

Aydın Doğan Uluslararası Karikatür Yarışması 1983 yılından itibaren bu isimle düzenlenmeye başlanmış, yüksek ödüllü ve dünyanın en prestijli karikatür yarışması olma özelliği taşıması bakımından oldukça dikkat çekicidir. Aydın Doğan Uluslararası Karikatür Yarışmasına bugüne dek 137 ülkeden 9000'e yakın karikatürcünün katılmış olması da bu organizasyonun önemini göstermektedir <https://aydindoganvakfi.org.tr/tr/aydin-dogan-uluslararasi-karikatur-yarismasi-23-pg>, (08.05.2020). Aydın Doğan Uluslararası Karikatür Yarışması'nın sergileri de başta İstanbul olmak üzere Ankara, İzmir, Antalya, Adana ve Diyarbakır şehirlerinde açılmıştır. Yarışmaya yurtdışından olduğu kadar yurtiçinden de oldukça yoğun bir katılım söz konusudur. Ayrıca yarışmaya bugüne kadar katılmış, ödül almış veya almamış tüm karikatürlere www.aydindoganvakfi.org.tr adresinde oluşturulan sanal müzeden ulaşmak mümkündür. Karikatür yarışmalarının çoğunda olduğu gibi bu yarışmaya da amatör veya profesyonel tüm çizerler katılabilmekte ve ödüller kazanabilmektedirler. Yarışmaya gönderilen karikatür türü genel olarak yazısız olarak adlandırılan karikatürlerdir. Buradaki amaç, yarışmanın uluslararası olmasından kaynaklı olarak her millettten insanın anlayabileceği karikatürler üretmektir. Yarışma neticesinde ödül alan ve sergilemeye değer görülen eser sahiplerine karikatür albümleri yollanmaktadır. Bu karikatür albümleri, kütüphanelerde diğer insanları ilgisine sunulmaktadır.

Ülkemizde düzenlenen karikatür yarışmaları arasında bir diğer önemli yarışma da Nasreddin Hoca Uluslararası Karikatür Yarışması'dır. Karikatürcüler Derneği tarafından 1974 yılından bu yana organize edilen bu yarışmaya, yurtiçinden ve yurtdışından yoğun bir katılım sağlanmaktadır. Hali hazırda düzenlenmeye devam eden Turhan Selçuk Uluslararası Karikatür Yarışması, Yunus Nadi Uluslararası Karikatür Yarışması ve diğer kuruluş, dernek ve belediyelerin karikatür yarışmaları da vardır.

Çeşitli illerde profesyonel karikatürcülerin açtıkları karikatür kursları bulunmaktadır. Usta karikatürcü Nezih Danyal'ın kurduğu Karikatür Vakfı çalışmalarının bir devamı niteliğinde Ankara'da karikatürist Emre Yılmaz tarafından kurulan Karikatür Atölyesi kurulmuştur. Bu atölye bünyesinde karikatür kursları yanında

birçok önemli karikatürcünün de katılımıyla sergiler açılmakta, bu karikatürcülerle atölye çalışmaları yapılmaktadır.

1999 yılından itibaren yayımlanmaya başlayan Homur mizah dergisi, bir grup yazar ve çizerin “Homur Mizah ve Karikatür Grubu” adı altında bir araya gelerek çıkardıkları, kolektif bir çalışmanın ürünüdür. Homur Mizah ve Karikatür Grubu dergi oluşumunun yanında çeşitli sergi ve toplumsal konularla ilgili etkinliklerle bir araya gelmektedirler. Homur dergisinin belli bir yayınlanma süresi yoktur. Çeşitli sivil toplum kuruluşu, sendika ve dernek destekleriyle yayınlanmaya devam etmektedir (Malgaç, 2020: 59) Karikatür yayını konusunda geçmişte oldukça öne çıkan Cumhuriyet gazetesi birçok önemli çizere sayfalarında yer vermiştir. 50 Kuşağı’nın büyük ustalarından Turhan Selçuk ölümüne kadar Cumhuriyet gazetesinde çalışmıştır. Tan Oral 2008’de gazeteden ayrılana kadar gündemi etkili şekilde anlatan başarılı karikatürlere imza atmıştır. Semih Poroy 1977 yılında çizerliğe başladığı Cumhuriyet gazetesinde, 1989’da yarattığı Harbi adlı tiptemesini 2016’da gazeteden ayrılana kadar çizmeyi sürdürmüştür. Cumhuriyet gazetesinde başarılı karikatürlere imza atan diğer karikatüristler ise: Kamil Masaracı, Mümtaz Arıkan, Nuri Kurtcebe, Behiç Ak, Musa Kart, Hakan Çelik ve Zafer Temoçin’ dir.

Karikatüristler, sanat hayatları boyunca oluşturdukları karikatürlerin toplanmış olduğu albümler yayımlayarak insanlara ulaştırmışlardır. Kütüphanelerde de yer alan bu albümler karikatür araştırmaları için de kaynak oluşturmaktadır. Dergilerde çizen çizerlerin yayımlanmış tüm karikatürlerinin toplanmış olduğu albümler de bulunmaktadır. Karikatür albümleri de karikatür izlemek, okumak isteyenler için başka bir kaynak olmuştur. Dernekler, kuruluşlar, belediyeler , diğer kamu ve özel kurumlar ;ulusal ve uluslararası yarışmalar düzenlemektedir. Birçok çizer de sürekli olarak yarışmalar için karikatür üretmektedir. Bu yarışmalarda üretilen karikatürler yarışma neticesinde düzenlenen sergilerle ve yayınlanan albümlerle insanlara ulaştırılmaya çalışılmıştır. Kişisel veya karma karikatür sergileri de ayrıca düzenlenmektedir. 90’lı yıllardan sonra internetin iyiden iyiye hayatımıza girmesiyle birlikte karikatürcülerin web sayfaları da hızla artmaya başlamış, internet siteleri karikatürcülerin çalışmalarını sergilemeleri için yeni bir ortam olmuştur.

Karikatür müzeleri karikatür tarihini oluşturmak, gelecek nesillere karikatürü ve karikatür ustalarını tanıtmak, toplum belleğini karikatür müzeleri üzerinden oluşturmak ve geçmişin kültür değerlerini korumak adına oluşturulmuştur. Dünyanın birçok yerinde olduğu gibi ülkemizde de İstanbul, Eskişehir ve İzmir kentlerinde karikatür müzeleri oluşturulmuştur. İstanbul'da Karikatürcüler Derneği projesiyle İstanbul Belediyesi tarafından 1975 yılında Tepebaşı'nda Karikatür ve Mizah Müzesi açılmış, 12 Eylül 1980'de kapatılmıştır. <https://www.istanbul.net.tr/istanbul-rehberi/istanbul-muzeleri/karikatur-ve-mizah-muzesi/112/4> (19.06.2019)

1989 yılında Gazanferaga Külliyesi'nde yeni bir müze açılmıştır. Usta karikatürist Atilla Özer adına Eskişehir'de, Atilla Özer'in eşi Vicdan Bulunmaz Özer tarafından, 2012 yılında ikamet ettikleri ev "Karikatür Sanatçısı Atilla Özer Müze Evi" adı altında müze haline getirilmiş ve karikatür severlerin ziyaretine açılmıştır. <https://sanat-magazin.com/yazarlarimiz/harikaoren/eskisehirde-prof-dr-atilla-ozer-muze-evi/> (10.10.2020) Yine Eskişehir'de Anadolu Üniversitesi bünyesinde eski bir Odunpazarı evinin restore edilmesiyle Eğitim Karikatürleri Müzesi kurulmuştur. Konak Belediyesi tarafından 2012 yılında Alsancak'ta tarihi bir bina restore edilerek Neşe ve Karikatür Müzesi kurulmuştur.

Karikatürist Kamil Masaracı öncülüğünde Karaburun (2008), Milas (2010), İskenderun (2011), Küçükkuyu (2012) ve Tepebaşı-Eskişehir'de (2012) Karikatürlü Ev adında karikatür ile ilgili etkinliklerin yapıldığı yerler açılmıştır. Karikatürcü İzel Rozental Açık Radyo adlı radyoda "Haftanın Karikatürleri" adıyla gazete, dergi ve internet sayfalarından seçtiği karikatürleri anlatmaktadır.

BÖLÜM III

3. İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ VE YENİ MEDYA

İletişim; insanların duygu, düşünce, istek ve görüşlerini karşılıklı olarak doğrudan veya birtakım araçlar ile eşzamanlı şekilde paylaşımları ve etkileşim içine girme sürecidir. İletişim bilgi ve haberlerin karşılıklı olarak paylaşılmasıdır (Crowley, d., P. Heyer 2019: 17).

Gündelik hayatın tüm alanlarında evde, işte, okulda, sokakta, kişiler arası bir iletişim söz konusudur. İnsanlığın dünya üzerinde ilk görünmeye başladığı zamanlardan bu yana her zaman iletişime ihtiyacı olmuş ve bu ihtiyaç insanları farklı iletişim biçimleri geliştirmeye itmiştir. Bu bağlamda, insanlar içinde bulundukları dönemin teknolojik olanaklarını kullanarak iletişim kurmaya çalışmışlardır. İnsanlar mağara duvarlarına yaptıkları resimlerden yazının bulunmasına, dumanla iletişim kurma noktasından da oturduğu yerden parmağının bir hareketiyle iletişime geçme noktasına gelmiştir.

Özellikle günümüzde tüm dünyayı çevreleyen internet ağları insanlar arasındaki iletişimin anlık gerçekleşmesi adına geniş çaplı etkileşim ortamı oluşturmuştur. Yeni iletişim teknolojileriyle dünya üzerinde herhangi bir yerden başka bir yere yazılı, sesli ve görüntülü bilgilerin aktarılması mümkün hale gelmiştir.

İletişimin amaçlarından bir tanesi paylaşma isteği olmuştur. İnsanlığın var olduğu günden bu yana iletişim de hep var olmuş, kullanılan iletişim araçları da bu süreçte gelişip ilerlemiştir. Mağara duvarlarına yapılan resimler baz alındığında mağara duvarları ve kullanılan boyalar bir nevi o çağın iletişim araçlarıyken, zamanla iletişim araçları da teknolojik gelişmelerle çeşitlenip ilerlemiş, günümüzde kullandığımız bilgisayarlar da içinde bulunduğumuz dönemin iletişim araçları olmuştur.

Toplumların diğer toplumlarla ve kendi aralarında olan etkileşimini sağlayan kitle iletişim araçları günümüzde bilgisayar ve internet teknolojilerinin yardımıyla geniş çaplı iletişim olanakları sağlamıştır. Böylelikle yeni medya olarak adlandırılan bu iletişim

şekli gündelik hayatlarımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Günümüzdeki bu yeni iletişim şekliyle geleneksel iletişim ve haberleşme yöntemleri tamamen farklılaşmaya başlamış ve bu yöntemlerin değişimleri kaçınılmaz olmuştur. Yeni medya, internet ağlarını temel alan, herhangi bir sınırlamanın olmadığı, anlık etkileşimli bir yapıdadır. Yeni medya ile insanlar, farklı ağlarla anlık yeni etkileşim ortamları sağlayarak, çoklu ortam etkileşimini gerçekleştirmektedir. Bilgisayar ve internet tabanlı iletişimle oluşan yeni medya video, ses, belge, resim ve benzeri verileri anlık olarak karşıdaki kişiye aktarma olanağı sunmaktadır. Bu imkânı telekomünikasyon şirketlerinin belirlediği aylık veya kişinin belirlediği ölçülerde kullanıma göre ücretlendirilmektedir.

Bu ücretlendirmenin de kişilere sunulan hizmetle kıyaslandığında çok fazla maliyetli olmaması ve sıralanan diğer tüm olanaklar düşünüldüğünde yeni medyanın çok yaygın bir kullanım ağına ulaştığı söylenebilir. Yeni medya, geleneksel medyaya göre kullanıcılarını tek yönlü ve sınırlı bir konumdan aktif ve sınırsız bir konuma götürmüş, alıcı ve vericiyi aynı anda internet ortamında içerik üreticisi ve tüketicisi haline getirmiştir.

İletişim teknolojilerindeki ilerlemeler sosyal hayatı ve toplumsal yapıyı etkilemiş, toplumsal yapının ihtiyaçları da teknolojik gelişmelere zemin hazırlamıştır (Başlar, 2013: 826).

21. yüzyıl için iletişim teknolojileri çağı diyebiliriz. İletişim teknolojilerindeki gelişme geleneksel medya anlayışını kökünden değiştirmiştir. İletişim teknolojilerindeki gelişmeler insanlar için dünyayı daha ulaşılabilir kılmış, insanları birbirlerine yaklaştırmıştır. İletişim teknolojilerindeki gelişmeler birbirini tetikleyen bir devamlılıkla, kendisinden önceki geleneksel medyayı da kendi içerisinde evirerek ilerlemeye devam edecektir.

Yeni iletişim teknolojileri denildiğinde akla ilk internet gelmektedir. İnternet, dünya çapında birbirine bağlı bilgisayar ağlarının küresel sistemidir. İnternet Çok çeşitli elektronik, kablosuz ve optik ağ teknolojileriyle dar çevreden dünya çapındaki kapsama; özel, kamu, akademik, iş ve devlet ağlarından oluşan bir sistemdir.

1969'da günümüz internetinin öncüsü olan ilk paket anahtarlama ağı ARPANet, ABD Savunma Bakanlığı'nda bir proje olarak kurulmuştur. Üniversitelerin araştırma birimleri ARPANET'in ilk kullanıldığı yerler olmuştur. İlk bağlantı Kaliforniya Üniversitesi, Stanford Araştırma Enstitüsü, Utah Üniversitesi ve California Üniversitesi arasındaki ana bilgisayarlar birbirine bağlanarak gerçekleşmiştir. Zamanla geliştirilerek daha fazla sunucunun bağlanmasına olanak veren ARPANET, insanlar tarafından her geçen gün daha çok desteklenmiş; günümüzde kullandığımız internetin atası konumuna gelmiştir. Birkaç yıl içinde birçok araştırma enstitüsü ve üniversite kademeli olarak ARPA'ya bağlanmış, 1972 yılına gelindiğinde ise iki bilgisayar arasında ilk elektronik posta gönderilmiştir. 1981'de IBM ilk kişisel bilgisayarı tanıtmıştır. İnternetin her evde olabilmesi için bilgisayarların her eve sığabilecek boyutta olması gerekiyordu. 1985 yılında birbirine bağlı ağlar anlamına gelen interconnected network kelimelerinin kısaltılmış hali olan (inter+net) kelimesi ortaya çıkmış, aynı yıl alan adı ".com" kullanılmaya başlanmıştır. Bu süreci takiben internet hızla yayılmaya devam etmiştir. 1990 yılında İngiliz bilgisayar mühendisi Tim Berners Lee tarafından CERN'de (Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi) word wide web (www) ile ilk internet sitesi açılmıştır. Sitede html ile ilgili bilgilere yer verilmiş, bir internet sitesinin nasıl kurulacağı ve internet sitesinin nasıl kullanılacağı açıklanmıştır (Crowley, Heyer, 2019: 377-383)

Türkiye'de 12 Nisan 1993'te PTT'den kiraladığı hat ile ODTÜ Bilgi İşlem Daire Başkanlığındaki yönlendiricilerle ilk internet bağlantısı gerçekleşmiştir. 1994 yılında internet ortamındaki forumlar ortaya çıkmıştır. Forumlar kullanıcılarına herhangi bir konuyla ilgili bilgi ve deneyim paylaşımını sağlamıştır. 1995'te Boğaziçi ve Bilkent Üniversiteleri internet ağına bağlanmışlardır. Yine aynı yıl IRC sunucuları üzerinden bağlanarak anında mesajlaşmaya olanak tanıyan mIRC ve yine bir chat programı olan ICQ kurulmuştur. 1996'da Türkiye'de web bazlı elektronik posta sitesi Hotmail hizmet vermeye başlamıştır. İçinde birçok devlet kurumunun bulunduğu toplam 176 birime hizmet veren Ulusal Akademik Ağ UlakNet kuruldu. Ayrıca 1996'da ticari kuruluşların ve internet servis sağlayıcılarının internetten yararlanmasını sağlayan ulusal internet omurgası Turnet projesi hayata geçirilmiştir. 1996 yılı Türkiye'de dijital yayıncılık için bir dönüm noktası olmuştur. Milliyet gazetesi internet üzerinden de yayınlanmaya

başlanan ilk gazete olmuştur. 1997'de weblog terimi dünyada yaygınlaşmaya başlarken Türkiye'de internet servisi alan ve internet erişimi olan ticari şirket sayısı 10 bine, internete bağlı bilgisayar sayısı 30 bine, internet kullanan kişi sayısı ise yaklaşık 300 bine ulaşmıştır. Tüm dünyada internet üzerindeki bilgiyi derleyip ulaşılabilir ve kullanılabilir hale getiren Google 1998'de kurulmuştur. 1999'da online anlık mesajlaşma sağlayan Microsoft Chat, ICQ ve MSN Messenger, yine aynı yıl kullanıcılarının herhangi bir konu hakkında bilgilerini ve düşüncelerini paylaştığı sosyal platform ve mikro blog sitesi *ekşi sözlük* kurulmuştur. 2001 yılında dünya genelinde internet sitesi yaklaşık 350 milyona ulaşmıştır. https://www.youtube.com/watch?v=_FXkSRczhPQ (22.11.2019) Aynı yıl, insanların araştırma ve inceleme için sıkça başvurduğu ansiklopedilerin raflarda tozlanmasına neden olacak yeni bir internet bilgi kaynağı Vikipedi kurulmuştur. <https://tr.wikipedia.org/wiki/Vikipedi> (01.11.2020)

90'ların başında cep telefonları ilk defa kullanılmaya başlanmış, 90'ların sonundan itibaren dünya çapında oldukça yaygın bir kullanıma kavuşmuştur. Cep telefonları başta sadece konuşma ve sonrasında mesajlaşmaya olanak vermektedir. 1993 yılında IBM tarafından satışına başlanan IBM Simon; dokunmatik ekranlı cep telefonu, bilgisayar, faks makinesi ve çağrı cihazı özellikleriyle günümüzde yaygın olarak kullanılan akıllı telefonların atası olarak kabul edilmektedir. <https://www.mobiletisim.com/dosyalar/cep-telefonunun-tarihcesi> (27.07.2020)

Sonraki yıllarda Nokia, Sony Ericsson, BlackBerry ve Microsoft gibi firmalar da ilk akıllı telefon örneklerini piyasaya sürmüşlerdir. 2007 yılına gelindiğinde Apple firması, CEO'su Steve Jobs ile ilk iPhone akıllı telefonunu piyasaya sürerek o yıllarda akıllı telefon dünyasına yeni bir soluk getirmiştir. iPhone kendi iOS işletim sistemiyle, geniş ve dokunmatik ekranıyla insanların yoğun ilgisini çekmeyi başarmıştır. 2008 yılında Android işletim sistemi piyasaya çıkmış ve akıllı telefon firması HTC tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Kısa süre sonrasında diğer firmalar da Android işletim sistemiyle yeni akıllı telefonlar piyasaya sürmüştür. Akıllı telefonlar yaygınlaşmaya başladıkça sosyal medya uygulamaları da bu paralelde ortaya çıkmaya başlamış ve çeşitlenmiştir. <https://www.milliyet.com.tr/teknoloji/cep-telefonlarinin-tarihi-1272159> (27.07.2020)

Web 2.0 uygulamalarının 2004 yılında başlamasıyla internet kullanımı yeni bir döneme girmiştir. Web 2.0, Web 1'e göre kullanıcıyı internet üzerinde sadece bilgiyi alan değil aynı zamanda bilgiyi veya veriyi internete yükleyen, kaynak üreten konuma da getirmiştir. Web 1'in internet kullanıcısı sadece alan konumundaydı ve hiçbir şekilde içeriğe müdahale edemiyordu. Web 2.0, internet ve sosyal medya olanaklarından yararlanan kullanıcıların diğer kullanıcılarla etkileşim içine girmelerine ve kendini temsil etmelerine olanak sunmaktadır (Bank 2015'ten aktaran Cereci, 2019:21).

Sosyal medya, insanlara birbirlerine eş zamanlı olarak mesaj, fotoğraf, video, haber gönderme gibi olanaklar sağlamıştır. Geleneksel medyaya göre daha kolay ulaşılabilir olması ve kolay kullanılabilmesi nedeniyle sosyal medya, geleneksel medyayı geride bırakarak günümüzün en çok kullanılan iletişim araçları olmuştur (Jan vd., 2017'den aktaran Cereci, 2019: 8).

3.1 Sosyal Medya Uygulamalarının Kısa Tarihçesi

2003'te kullanıcıların iş deneyimlerini, diğer becerilerini profillerine yazdıkları ve kendi ilgi alanları ile ilgili paylaşımlarda bulundukları veya diğer sektörlerdeki insanlarla bağlantı kurmayı sağladıkları LinkedIn kurulmuştur. <https://tr.wikipedia.org/wiki/LinkedIn> (20.11.2020). 2004 yılında Facebook kurulmuş, kısa sürede kullanıcı sayısını bir hayli arttırmıştır. <https://medyaakademi.com.tr/2020/03/23/facebookun-kurulusu-ve-gelistirilmesi/> (20.11.2020)

İnternette kullanıcının kontrolünde diğer kullanıcılarla iletişim ve arkadaşlıklar kurulabilen, kişiye özel profillerin, grupların, resimlerin, blogların, özellikle müzik ve videoların paylaşılabileceği bir sosyal iletişim web sayfası My Space 2004 yılında kurulmuştur. My Space genel olarak henüz pek fazla kimsenin tanımadığı müzisyenlerin, müzik gruplarının şarkılarını veya eserlerini siteye yükleyip diğer insanlara hiçbir ücret talep etmeden paylaşma ve kendilerini tanıtmaya imkanı vermiştir. Aynı yıl fotoğraf ve video paylaşımına olanak veren Flickr ve haber paylaşım platformu Digg kuruldu. 2005

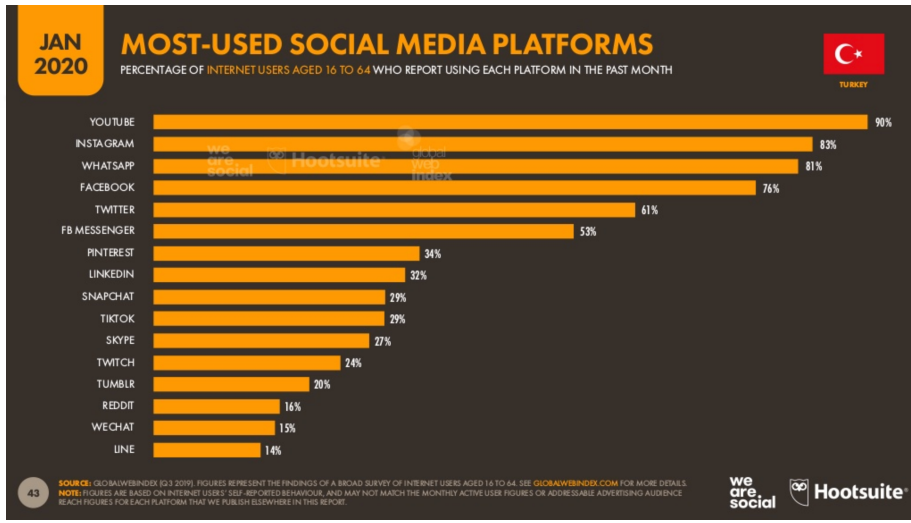
yılına gelindiğinde kullanıcıların video içeriği paylaşabileceği Youtube kurulmuştur. Kullanıcıların bağlantı veya kendilerine ait yazıları paylaşabildikleri Reddit yine 2005 yılında kurulmuştur. 2006 yılında herkesin 140 karakter sınırlamasıyla durum yazıları (tweet) paylaşabildikleri bir uygulama olan Twitter kurulmuştur. Twitter'da kullanıcılar diğer kullanıcıları takip edilip, profillerini sadece arkadaşlarının görebildiği şekilde ayarlayıp diğer tweetlere yorum yapabilmışlerdir. Bu tweetleri retweetleyip tekrardan paylaşabilmışlerdir. Twitter başlarda fotoğraf ve video paylaşılmasına olanak vermemiş ancak bir süre sonra fotoğrafa ve video paylaşımına uygun hale gelmiştir. Kullanımı cazip hale getiren bu özellikleriyle Twitter, kısa zamanda milyonlarca kişinin kullandığı bir sosyal medya uygulaması olmuştur. 2007'de bir mikroblog sitesi olan Tumblr kurulmuş, kısa sürede popülerlik kazanmıştır. 2008 yılına gelindiğinde Facebook MySpace'i geçerek insanların en çok ziyaret ettiği site olmayı başarmıştır. 2008 yılında Facebook, Amerika Birleşik Devletleri başkanlık seçimlerinde önemli bir rol oynamıştır. <https://www.dijitalajanslar.com/sosyal-medya-tarihcesi/> (23.03.2020)

2009 yılında Pinterest kurulmuş; fakat 2010 yılına kadar resmi olarak kullanıma açılmamıştır. 2010 yılında kullanıcılarının birbirlerine video, fotoğraf ve belge gönderebildiği, sesli veya görüntülü arama yapabildiği, yazılı mesajlaşma özellikleri olan Whatsapp kurulmuştur.

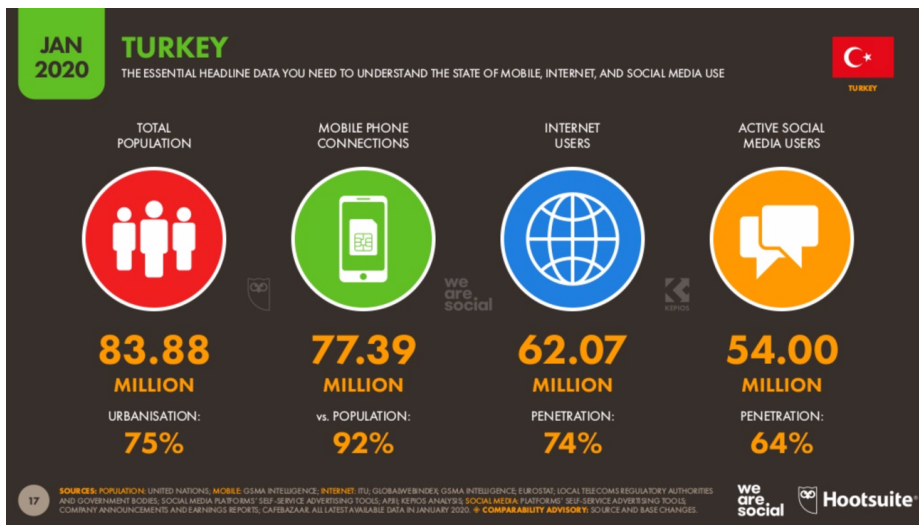
2010 yılında Instagram kurulmuştur. Kısa sürede kullanıcılar tarafından oldukça beğenilen ve kullanıcı sayısını her geçen gün arttıran bir sosyal medya uygulaması olmuştur. 2011 yılında Facebook Messenger, Google+, Snapchat ve WeChat; 2012 yılında Vine, Pheed, Sulia, Thumb ve Tinder; 2013 yılında, Patreon, Medium, Kleek ve Viddy; 2014 yılında Atmospheir ve Learnist, 2015 yılında Periscope ve Scorp kurulmuştur. 2016 yılında kullanıcılarının farklı türlerde 15 saniyelik kısa süreli videolar yapmalarını sağlayan bir sosyal medya uygulaması TikTok kurulmuştur. <https://www.dijitalajanslar.com/sosyal-medya-tarihcesi/> (23.03.2020)

3.2 Türkiye Sosyal Medya İstatistikleri

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de sosyal medyanın insanların hayatına girmesinden sonra internet kullanım oranları da bu paralelde artmış, internet kullanan insanların yaş aralığı da genişlemiştir. Türkiye'de karikatür ve mizah üretimi alanlarının dönüşümünü daha iyi anlayabilmek adına, We Are Social 2020 Ocak raporuyla birkaç grafik üzerinden internet ve sosyal medya kullanım oranları değerlendirilmektedir:



Resim 7: We Are Social ve Hootsuite 2020 Türkiye İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım İstatistikleri (<https://datareportal.com/reports/digital-2020-turkey?rq=turkey>)



Resim 8: We Are Social ve Hootsuite 2020 Ocak verilerine göre Türkiye'de Sosyal Medya İstatistikleri (<https://datareportal.com/reports/digital-2020-turkey?rq=turkey>)

We Are Social ve Hootsuite'nin yukarıdaki Ocak 2020 raporuna göre Türkiye nüfusunun yüzde 92'si olan 77.39 milyon kişi cep telefonu kullanıcısı, yüzde 74'ü olan 62.07 milyon kişi internet kullanıcısı ve nüfusun yüzde 64'ü olan 54 milyon kişi aktif sosyal medya kullanıcısıdır. 2020 yılında, 2019 yılına göre aktif sosyal medya kullanıcı sayısı yüzde 4.2 oranında artmıştır. 2019'un Nisan ayı ile 2020'nin Ocak ayları arasında toplam 2.6 milyon mobil telefon kullanıcısı artış göstermiş, bu paralelde de 2.2 milyon yeni sosyal medya kullanıcısı olmuştur. Bu da toplam nüfusun yüzde 92'si demektir. Sonraki yıllarda, önceki yıllara göre bu oran artmaya devam etmiştir <https://datareportal.com/reports/digital-2020-turkey?rq=turkey> (04.04.2020).

We Are Social ve Hootsuite 2020 verilerinin yer aldığı yukarıdaki grafikte 16 ile 64 yaş arasındaki kullanıcıların hangi sosyal medya uygulamalarını ne oranda kullandıkları görülmektedir. Bu grafiğe göre Türkiye'de internet kullanıcılarının yüzde 90'ı Youtube, yüzde 83'ü Instagram, yüzde 81'i WhatsApp, yüzde 76'sı Facebook ve yüzde 61'i de Twitter kullanmaktadır. Facebook Messenger, Pinterest, LinkedIn, Snapchat, Tik tok, Skype, Twitch, Tumblr, Reddit, Wechat ve Line gibi sosyal medya uygulamaları da Türkiye'de çokça kullanılan diğer sosyal medya uygulamalarıdır. Yine We Are Social'in 2020 Türkiye'de sosyal medya kullanımının yaş grafiğini incelediğimizde en yüksek kullanım oranının 25-34 yaş arasında olduğunu görmekteyiz. Yine We Are Social ve Hootsuite verilerine göre Türkiye'de internet kullanıcılarının dokuzar tane sosyal medya hesapları mevcuttur ve günlük ortalama 2 saat 51 dakikalarını sosyal medyada geçirdikleri görülmektedir. Türkiye'de 2014 yılında sosyal medya kullanıcı olan 38 milyon kişi, nüfusun yüzde 47'sini; 2015'te 40 milyon kişi, nüfusun yüzde 52'sini; 2016'da 42 milyon kişi, nüfusun yüzde 53'ünü; 2017'de 48 milyon kişi, nüfusun yüzde 60'ını; 2018'de 51 milyon kişi, nüfusun yüzde 63'ünü ve 2019'da 52 milyon kişi, nüfusun yüzde 63'ünü oluşturmaktadır. Bu veriler ışığında her geçen yıl sosyal medya kullanıcı sayısının artış gösterdiğini söylemek mümkündür.

BÖLÜM IV

4. TÜRKİYE'DE SOSYAL MEDYADA MİZAH VE KARİKATÜR

İnternet ve sosyal medya öncesinde insanların mizaha ulaşması farklı dönemlerde farklı şekillerde gerçekleşmiştir. Sözlü mizah döneminde insanlar, anlatılarla mizaha ulaşmıştır. Yazılı mizah ürünlerinin ortaya çıktığı dönemlerde ise

2000'li yılların başından itibaren hayatımıza girmeye başlayan, gündelik hayatımızın bir parçası olan sosyal medyada, insanların kolayca, çabucak içerik oluşturabilmeleri ve oluşturdukları içeriklerle ilgili anında dönüt alabilmeleri sosyal medyayı insanlar için vazgeçilmez kılmıştır.

Kuşkusuz sosyal medyada üretilen içerik türlerinin başında da mizahi içerikler gelmektedir. İnsanlığın var olmaya başladığı zamanlardan günümüze kadar kendini döneminin şekline sokan mizah da bu yeni ortamda sosyal medyanın etkisiyle kendine genişçe bir yer bulmuştur. İnsanların her an ulaşabilecekleri sosyal medya uygulamalarında birçok mizah unsuruna rastlamak mümkün olmuştur. Sosyal medyanın çeşitliliğiyle paralel olarak mizah da farklı form ve biçimlerde izleyici, okuyucu ya da kullanıcının karşısına çıkmıştır.

İnternetin yoğun şekilde kullanılmaya başlanmasıyla kullanıcılar, yeni alışkanlıklar edinmiş bununla beraber yeni bakış açıları geliştirmişlerdir. İnsanlık tarihi boyunca hep var olmuş olan mizah, bu yeni bakış açıları ve yeni alışkanlıklarla değişime uğramıştır (Ergün Takan, D., M. Y. İçelli 2016: 501) Gündüz'ün ve Pembecioğlu'nun (2016: 537) ifade ettiği gibi, “70'lerin ve 80'lerin sarı renkli Gırgır sayfalarının yerini akıllı telefon, tablet, bilgisayar ekranları ve sosyal medya paylaşımlarındaki mizahi unsurlar almaktadır”

Hali hazırda yayınlanmaya devam eden mizah dergilerini satın alan insanlar, bu dergilerdeki karikatürlerin fotoğrafını çekip sosyal medyada paylaşmaktadırlar.

Karikatürlerin sosyal medya ortamına taşınması, dergiyi satın almayan sosyal medya kullanıcılarının dergiye veya orada yayımlanan karikatürlere kısmen ulaşması anlamına gelmektedir. Sosyal medyada paylaşılan mizahi içerikleri takip eden kullanıcılar, bunun yanında karikatür içeriklerini de bu sayede izleyebilmektedirler. Diğer yandan bu durum mizah dergilerinden haberdar olmayan insanları bu paylaşımlarla mizah dergilerinden haberdar etmektedir. Mizah dergilerinden haberdar olan sosyal medya kullanıcıları bu mizah dergilerini satın alabilmektedirler.

4.1 Sosyal Medyada Mizahın Değişimi

20. yüzyılın sonlarından itibaren internet, bilgiye ulaşmada sağladığı kolaylıkla kısa sürede insanlar tarafından yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. İnternet kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte sosyal medya uygulamalarının ortaya çıkması kolaylaşmıştır. Sosyal medya uygulamalarının her türlü görüntü, ses, fotoğraf, yazı ve diğer dosya paylaşımlarını yapmaya olanak sağlaması, bu uygulamaların her geçen gün daha fazla insan tarafından kullanılmasını sağlamıştır. Mobil cihazlardan, insanların içeriklere her an ulaşılabilmesi de sosyal medyanın bu denli yaygınlaşmasını sağlayan bir başka faktör olmuştur. Günümüzde internetin sağladığı olanaklarla sosyal medyada bireysel anlamda üretimler de hızla artmıştır. Sosyal medya uygulamalarında kullanıcıların kendi oluşturdukları içeriklerin diğer insanlar tarafından beğenilmesi, yorumlanması ve tekrar paylaşılması gibi olanaklar, sosyal medya kullanımını artıran unsurlar olmuştur. İnternet sayesinde dünyanın her yerindeki bilgiye erişme kolaylığı insanların farkındalık düzeyini artırmış, sosyal medyanın hayatımıza girmesiyle beraber insanların kendilerini ifade etme yolları da çeşitlenmiştir. Bu ifade biçimlerinden mizah da sosyal medya içerisinde kendine yeni bir alan açmış ve sosyal medya farklı mizah türlerinin ortaya çıkmasına olanak sağlamıştır. Bireyler sosyal medyada bilgiye ulaşma ve bilgiyi takip etmenin yanında yeni içerik oluşturma, var olan içeriğe yorum yapma, etiketleme ve paylaşma yoluyla bilgiyi kendi ihtiyaçları doğrultusunda inşa etme imkanı bulmuşlardır. Bu da sosyal medyanın insanların gündelik hayatlarının bir parçası haline gelmesini ve sosyal medyanın vazgeçilmez olmasını sağlamıştır. Gündelik hayatta insanlar, bir yerden bir yere koşuşturup dururken her an her yerde bir soluklanma yolu olarak sosyal medya hesaplarından o anda veya daha önce paylaşılmış içeriklere göz

gezdirmeyi, okumayı, izlemeyi seçmektedir. Sosyal medya, modern zamanların bir gereği olduğunu insanlara aşılarken kendi olanaklarını da cezbedici bir şekilde sunarak insanları kendine bağlamıştır (Badea, 2014'ten aktaran Cereci, 2019: 34-35).

Sosyal medyaya ulaşmadaki ve sosyal medyayı kullanmadaki kolaylık, kullanıcıların farklı içeriklerin yanında mizah içerikleri de üretip paylaşımları konusunda kullanıcıları harekete geçiren etken olmuştur. Videolar, gündelik hayatla veya çeşitli konularla ilgili tespitler, fıkralar, komik fotoğraflar, duvar yazıları, hikayeler kullanıcılar tarafından oluşturulabilmekte geleneksel medyadan farklı olarak içerik yine kullanıcılar tarafından anlık paylaşılabilir. Sosyal ağlara katılmanın veya sosyal ağları kullanmanın herhangi bir ücretlendirmesinin olmaması, sosyal medyanın daha fazla insan tarafından kullanılmasının bir başka nedeni olmuştur. Capsler, gifler, fotoğraflar, resimler, karikatürler, tweetler ve videolar sosyal medyada sıkça paylaşılan içerikler olmuştur. Böylelikle bir anlamda insanların kolayca ulaşabildikleri ve hızlıca görüp izleyebilecekleri içerikler oluşmaya başlamıştır.

Halk kültüründe, fıkralarda, hikayelerde, çeşitli anlatılarda yer alan mizah karakterleri de sosyal medya mizahının içerisinde kendilerine yer bulmuşlardır. Nasreddin Hoca karakteri ve fıkraları günümüz karikatürlerinde yeni esprilerle sıkça karşımıza çıkmaktadır. Sözlü mizah kültürü ürünü olan tipler, karikatür formunda farklı bir mizah unsuru haline gelmiştir. Sosyal medya ortamında kullanıcılar, sosyal medya öncesinde gazete, dergi ve televizyonda üretilmiş içerikleri de değiştirerek yeni formlarda dolaşıma sokmaktadırlar.



Resim 9: Nasreddin Hoca karikatürü



Resim 10: Nasreddin Hoca karikatürü

Sosyal medya, kullanıcıların düşüncelerini ifade edebilecekleri, özgür davranabilecekleri bir ortam yaratarak kullanıcıların sosyal medyayı daha fazla kullanmasını teşvik etmiştir. Mizah içerikleri, sosyal medyada kullanıcılar tarafından en çok rağbet gören içeriklerin başında gelmiştir. Mizah dergilerinde yer alan mizah yazıları ve karikatürler gibi mizah içerikleri de, sosyal medya ortamına taşınarak kendine has bir anlatım biçimi kazanmıştır. Youtube, Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Tiktok vb. sosyal medya uygulamalarında yeni mizah unsurları kullanıcılar tarafından oluşturulmuştur.

2013 yılında gerçekleşen Gezi Parkı eylemleri sırasında, duvar yazıları, fotoğraflar, mizah dergilerinde yer alan karikatürler, sosyal medya ortamına taşınarak paylaşılmış ve tüm bu mizah unsurlarının sosyal medya ile birlikte görünürlüğünü artmıştır. Eylemler sırasında duvarlara yazılan komik yazılar, açılan dövizler, pankartlar fotoğraflanıp sosyal medya ortamına taşınarak geniş kitlelere ulaşmıştır. Buna bağlı olarak Gezi Parkı eylemleri sosyal medya ortamında mizahla yayılan bir eylem olmuştur.

Gezi Parkı eylemleri sırasında üretilen mizah, o dönemde sosyal medyada sıkça yer bulmuştur. Gezi Parkı eylemleri boyunca kullanılan pankart ve dövizlerdeki sloganların önemli bir kısmını mizahi sloganlar oluşturmuştur. Bu mizahi sloganların birçoğu diğer kullanıcılar tarafından sosyal medyada sıklıkla paylaşılmıştır. Diğer yandan Gezi Parkı eylemleri süresince sosyal medyadan da “#direngezi” hashtagiyle mizahi paylaşımlar yapılmış, bu paylaşımlar da aynı şekilde pankartlarla, duvar yazılarıyla sokağa taşınmıştır.

Bahadır Baruter verdiği bir röportajda şunları ifade etmiştir:

Mizah yapmayı mizah dergilerinden öğrenmiş, aynı zekâda olmuş olan çocuklar birdenbire o enstrümanları keşfettiler. Bizim kalemimiz, kâğıdımız, dergimiz vardı. Onların Twitter’ları, Facebook’ları var. Bir tuşla iki kelimeyi bir araya getirip şahane bir espri çıkarabiliyorlar. Ve bizi aşıtlar. Bizim yaptığımız mizahı aşıtlar. Artık biz mizahçıları bile imrendirecek cinsten bir şey yapıyorlar. Bu bir mizah patlaması. Sokağa geri döndü mizah. Oğuz Abi’nin yıllar önce sokaktan toparlayıp, devşirip dönüştürdüğü dilden beslenen mizah, 30 küsur sene sonra yeniden sokağa döndü. Ben çok eminim ki bu çocukların mizah dergisi kültürleri olmasa ya da Cem Yılmaz’ı seyretmeseler, Zaytung’u, Ekşi Sözlük’ü takip ediyor olmasalar

bunu yapamazlardı. <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/mizah-30-yil-sonra-sokaga-geri-dondu-23522576> (11.05.2020)



Resim 11: Gezi Parkı eylemleri sırasında sosyal medyada paylaşılmış bir caps örneği



Resim 12: Gezi Parkı eylemleri sırasında açılmış bir döviz örneği

İnsanlar toplum içerisinde kendilerini var etmek adına gülmeye ve güldürmeye ihtiyaç duymuştur. Buna bağlı olarak gülme eylemi insanlar arasındaki sosyal ilişkileri güçlendiren bir eylem olmuştur. Sosyal ilişkileri güçlendirmenin yanında Mizah, yaratıcı esprilerle yeni bir gündem yaratabilmekte ve kitlesel bir hareketle gündemi oluşturabilmektedir (Ergün Takan, D., M. G. İçelli, 2016: 501). Toplamların, kendi sorunlarını, çatışmalarını çözmelerine yardımcı olmaktadır. Herhangi bir karşıt görüşü mizahsız ya da mizahla ifade etmek arasında büyük farklar vardır. Mizah durumu yumuşatmakta, olumsuz sonuçları yok etmektedir (Öğüt Eker, 2014: 29). Mizah otoriteyle savaşıma, eğlenme, sosyalleşme, hayatın güçlüklerini savuşturma noktasında toplumlara yarar sağlamıştır. Mizahın insana gündelik yaşamın gerginlikleriyle, maddi ve manevi sıkıntılarla ve baskılarla mücadele gücü vermesi mizaha olan ihtiyacı da zaruri kılmıştır. Birtakım sıkıntılarla baş edemeyen insan, mizah yoluyla eğlenme, rahatlama ihtiyacı duymaktadır. Bu rahatlama, insana daha sonraki sıkıntılarla mücadele etmede güç vermektedir (Öğüt Eker, 2014: 30).

4.2 Sosyal Medyada Üretilen Mizah Unsurları

İnternet öncesinde geleneksel mizah unsurlarımız olan fıkra, mizahi hikaye, stand-up, hiciv yazıları ve karikatürlerin sosyal medya ortamında bambaşka formlarda tekrar karşımıza çıktığını görmekteyiz. Değişen yayıncılık anlayışıyla birlikte, mizah

dergiciliği de bu yeni ortamda var olmaya çalışmıştır. Sosyal medyanın her an ulaşılabilirliği, sığağı sığağına mizah üretiminin olmasını sağlamıştır. Mizah dergilerinin gündemle ilgili karikatürlerini, mizah yazılarını görmek için bir süre beklemek gerekirken sosyal medya uygulamalarında böyle bir zaman kısıtlaması yoktur. Bu ise sosyal medyanın geleneksel mizah yayınına göre daha avantajlı bir yerde durduğunu göstermektedir. Mizah dergilerinde üretilen tiplerin sosyal medya ile birlikte dönüşümünü görmek de mümkün olmuştur. Diğer yandan sosyal medya ile birlikte ortaya çıkan yeni mizah türleri de yeni bir mizah janrının oluşmasını sağlamıştır.

Sosyal medyayla kullanıcılar, hem mizah üreticisi hem de mizah izleyicisi, okuyucusu ve dinleyicisi konumuna gelmiştir. Kullanıcıların ürettiği mizah içerikleri geleneksel mizah içerikleriyle harmanlanarak sosyal medyada yer almıştır. Sosyal medyada oldukça yaygın bir şekilde paylaşılan mizah unsurları olan tweetler, videolar, gifler, capsler, karikatürler, animasyonlar vb. gibi içerikler kullanıcılar tarafından üretilmektedir.

4.2.1 Tweetler

Bir mikro blog uygulaması olarak 2006 yılında kullanıma açılmış olan Twitter, kullanıcılarının 280 karakter ile “tweet” adıyla gönderiler yazıp paylaştıkları bir sosyal medya uygulamasıdır. Türkçe karşılığı “cıvılda” olan Twitter, Türk kullanıcılarının yoğun kullanımından sonra Türkçe dil desteğini 2011 yılında hizmete sunmuş ve Türkiye’de kullanıcı sayısını hızla arttırmıştır.

<https://www.beyaztarih.com/makale/twitterin-tarihcesi> (12.05.2020)

Kullanıcıların gündemle ilgili sıkça tweet attıkları ve aynı zamanda gündemi takip ettikleri Twitter, adeta bir haber sitesi niteliği taşımaktadır. Birçok gazete, dergi ve TV kanalı da yine Twitter üzerinden paylaşımlarda bulunmaktadır. Twitter’da ilk sıralarda yer alan yirmi başlık, ülke gündeminin özetini teşkil etmekte ve sürekli değişmektedir. Bu yirmi başlık da Twitter’da gönderi paylaşan kullanıcıların bir konuyla ilgili “hashtag”lerin çokluğuyla belirlenmektedir. # işaretiyle birlikte bir konu etrafında milyonlarca insan görüş bildirip bu konuyla ilgili gündem oluşturabilmektedir. Twitter

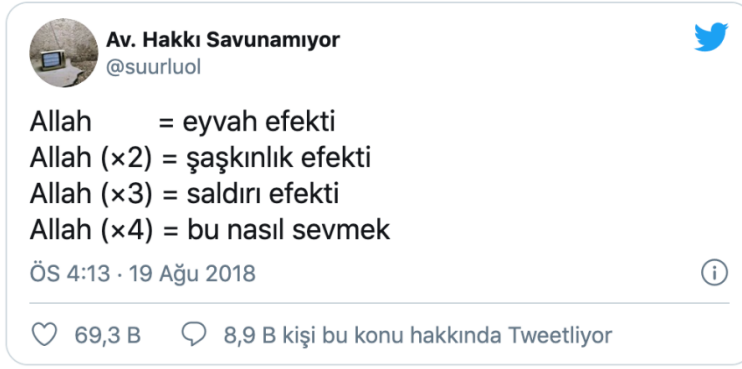
Türkiye’de en çok kullanılan beşinci sitedir. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-turkey?rq=turkey> (12.05.2020)

Twitter’da yoğun bir şekilde yapılan paylaşımların başında mizahi tweetler gelmektedir. Ülke gündemiyle ilgili çoğu konuda binlerce mizahi tweet atılmaktadır. Yaşanan siyasi ve toplumsal olaylar Twitter’da kullanıcıların sıkça tweet attıkları konuların başında gelmiştir. Twitter’ın popüler bir sosyal medya uygulaması olmasının nedenlerinin başında, konu başlıklarının altına yazılan tweetlerin mizahi öğeler barındırması ve ele alınan konuların mizahi ifadeleriyle kullanıcıları güldürebilmesidir. Twitter, kullanıcılarının sık ziyaret ettiği, tweetleri okuyarak eğlendikleri, bilgilendikleri ve kendi mizahlarını yaptıkları bir alan olmuştur. Atılan mizahi tweetler elektronik duvar yazılarıdır.

Twitter sayesinde değişen gündemi takip etmek gündemin mizahını geciktirmeden hızlıca yapmak oldukça kolay bir hal almıştır. Gündemi geleneksel medyadan takip eden okurların, Twitter’la beraber gündemi geciktirmeden takip etmeleri ve hatta gündem ile ilgili kendi düşüncelerini ifade etmeleri kolaylaşmıştır. Geleneksel medya organlarında bir haberin okuyuculara ulaşması için okuyucunun bir gün beklemesi gerekirken Twitter’da bir haberin okuyucuya ulaşması çok kısa bir sürede gerçekleşmektedir. Kullanıcılar da gündemle ilgili mizahi tespitlerini ve yorumlarını çok hızlı bir şekilde yapabilme imkanı bulabilmişlerdir. Kullanıcılar yazdıkları tweetlerle kısa süre içerisinde gündemle ilgili düşüncelerini diğer kullanıcılarla paylaşabilmektedir.



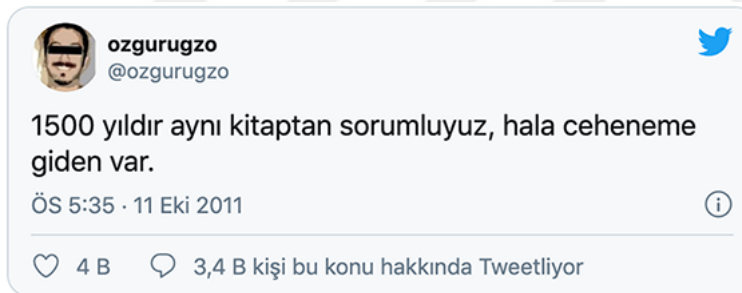
Resim 13: Bir tweet örneği



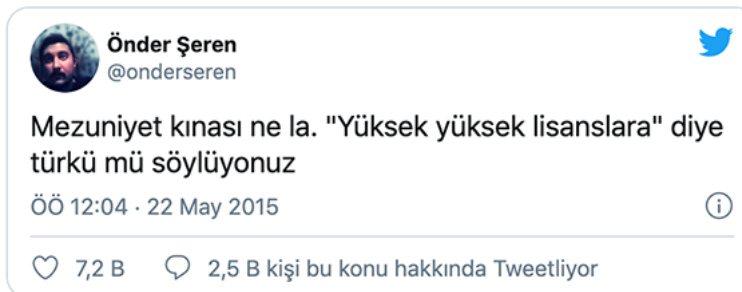
Resim 14: Bir tweet örneği



Resim 15: Bir tweet örneği



Resim 16: Bir tweet örneği



Resim 17: Bir tweet örneği

Yukarıdaki tweet örneklerinde görüldüğü gibi, yazılan tweetler binlerce kişi tarafından beğenilmiş, yüzlerce kişi tarafından tekrar paylaşılmıştır. Twitter’da, diğer sosyal medya uygulamalarında olduğu gibi mizahi içerik üreterek milyonlarca takipçiye ulaşan kullanıcılar bulunmaktadır. Bu hesaplardan yapılan paylaşımlar takipçiler tarafından paylaşarak diğer kullanıcılara ulaşmakta, onlarında paylaşmasıyla bu mizahi içerikler geniş bir kitleye ulaşmaktadır.

Takipçi sayıları yüz binlerce kişi olan, mizahi içerikler üreten Twitter kullanıcıları da vardır. Twitter’da mizahi içerik üreten ve oldukça fazla takipçiye sahip olan Baho’nun 4 Milyon takipçisi, Gaf Ebesi’nin 3,6 Milyon takipçisi, Odun Herif’in 2,8 Milyon takipçisi, Zaytung’un 5,7 Milyon takipçisi ve İncicaps’in 2.7 Milyon takipçisi vardır. Öte yandan önceden mizah dergilerinde çalışmış veya çalışmakta olan profesyonel mizahçıların Twitter hesaplarını incelediğimizde de ciddi takipçi sayılarına ulaştıklarını görmek mümkündür. Örneğin Twitter’da içerik paylaşan karikatürcülerin takipçi sayılarına bakıldığında; Erdil Yaşaroğlu’nun 3,7 milyon takipçisi, Serkan Altuniğne’nin 650.6 bin takipçisi, Ersin Karabulut’un 25,9 bin takipçisi, Tuncay Akgün’ün 37.2 bin takipçisi, Cem Dinlenmiş’in 105 bin takipçisi, Memo Tembelçizer’in (Mehmet Çilingir) 35.6 bin takipçisi, Yılmaz Aslantürk’ün 91.3 bin takipçisi, Selçuk Erdem’in 3.4 milyon takipçisi, Bahadır Baruter’in 34 bin takipçisi, Serkan Yılmaz’ın 74,8 bin takipçisi ve Metin Üstündağ’ın 1.6 milyon takipçisi bulunmaktadır. Bu örneklerle bakıldığında profesyonel mizahçıların Twitter’da oldukça fazla takipçiye sahip oldukları görülmektedir. Belli başlı mizah dergilerinin Twitter’daki takipçi sayılarına bakıldığında; Lemn dergisinin 377.8 bin takipçisi, kapanan Penguen dergisinin 3.3 milyon takipçisi, Uykusuz dergisinin 624.2 bin takipçisi, Bayan Yanı dergisinin 80.7 bin takipçisi, Naber dergisinin 50.3 bin takipçisi ve çocuklara özel hazırlanan Süper Penguen dergisinin de 41.5 bin takipçisi bulunmaktadır.

4.2.2 Capsler

Bir fotoğrafın altına; fotoğraftaki jest, mimik veya görüntüye uygun gelecek şekilde basitçe çeşitli görsel düzenleme programlarıyla, kırmızı bant üstüne yazılan mizahi yazılardan oluşturulan Caps, İngilizce “capture”

(yakalamak) kelimesinin çoğuludur. <https://tr.wikipedia.org/wiki/Caps> (13.05.2020). Capsler fotoğraflarla oluşturulabildiği gibi, videolardan alınan ekran görüntüleriyle de oluşturulmaktadırlar.

Bir Ekşi Sözlük yazarına göre, kısaca görsele uygun altyazı yazmaktır. (<https://eksisozluk.com/caps--134622?p=1>). Capslerdeki yazı ve görsele ayrı ayrı bakıldığında bir anlam ifade etmezken, bir araya uygun şekilde getirildiklerinde birbirlerini tamamlayarak bir mizah unsuru haline gelirler.

Capsler ilk defa 2009 yılında İnci Sözlük kullanıcıları tarafından oluşturulmuştur. Başta sözlük yazarlarının kendi aralarında kullandığı bir mizah unsuruyken sonrasında Facebook ve Twitter'da yoğun bir şekilde diğer kullanıcılar tarafından paylaşılmıştır. <https://webrazzi.com/2014/07/25/mizah-dikeyinde-dijital-icerik-makinesi-inci-capsin-viral-basarisi-infografik/> (19.04.2020)

İnci Sözlük kurucusu Serkan İnci'nin sağladığı verilere göre 2009 ile 2014 yılları arasında toplam 729.869 caps üretilmiş, Facebook'ta 12.320.000 kişi caps sayfalarını takip etmiş ve Twitter'da haftalık 87.400 kere paylaşılmıştır. <https://webrazzi.com/2014/07/25/mizah-dikeyinde-dijital-icerik-makinesi-inci-capsin-viral-basarisi-infografik/> (19.04.2020). Caps her ne kadar şimdilerde çok popüler olmasa da paylaşımlar devam etmekte, caps türüne benzer fotoğraf içerikleri paylaşılmaktadır. Capsler, özellikle Facebook, Instagram ve Twitter vb. sosyal medya uygulamalarında sıklıkla karşımıza çıkan mizah unsurlarıdır. İnci Caps'in Instagram'da 1,4 milyon, Twitter'da 2.7 milyon, Facebook'ta 1.8 milyon takipçisi bulunmaktadır.

Oluşturulmasındaki kolaylık sayesinde kullanıcıların sosyal medyada en çok ürettikleri, paylaştıkları mizah unsuru olan capsler, sosyal medyada diğer mizah unsurlarını geride bırakabilmiştir (Ergün Takan, D., M. G. İçelli, 2016: 511).



Resim 18: Bir Caps Örneği



Resim 19: Bir Caps Örneği

4.2.3 Videolar

Videolar sosyal medya kullanıcıları tarafından en çok rağbet gören içeriklerdir. Kullanıcılar daha çok sosyal medyada okumak yerine izlemeyi tercih etmektedirler. Birçok sosyal medya uygulamasında belli süreler çerçevesinde video içeriği paylaşılmasına olanak sunulmuştur. Yine sosyal medyada en çok tercih edilen ve izlenen videolar mizah içeriği olan videolardır. Tv yayınlarının geleneksel sınırlayıcı yönünün aksine sosyal medyada video izleyen kullanıcılar, diledikleri şekilde videoyu durdurup ileri sarıp diledikleri zaman izleyebilmektedirler. Özellikle Youtube’ta milyarlarca insan video izlemekte, kullanıcılar her konuda video içeriği bulabilmektedirler. Bir video işleme sitesi olan Youtube’a herkes üye olabilmekte ve kanal oluşturup içerik paylaşabilmektedir. Youtube, video izlemek için insanlar tarafından diğer sosyal medya uygulamalarına göre nispeten daha çok tercih edilmektedir; insanlar okumak yerine yorulmadan izlemeyi ve dinlemeyi tercih etmektedirler. <https://netvent.com/youtube-kitle-olusturma-arttirma/> (29.04.2020) Görsel-İşitsel sosyal medya içeriklerinin daha çok tercih edilmesiyle ilgili Nebi Özdemir makalesinde şunları ifade etmiştir:

Özellikle sinema ve televizyon gibi yaşamı dönüştüren iletişim araç ve bağlamları, sanal mizah sitelerinin altyapısını hazırlamıştır. Görsel-İşitsel mizah alanının ve ürünlerinin

ortaya çıkışı ve gelişmesi, bu sürecin başlangıcıdır. Sanal dünyada görsel-işitsel mizah, diğer türlere nazaran daha hızlı bir gelişme göstermiştir. Zamanla komik videoları içeren müstakil görsel- işitsel mizah siteleri, ortaya çıkmıştır. Bir bakıma görsel ve görsel-işitsel mizah, yazılı mizahtan ayrılmış, özerkliğini ilân etmiştir. Kuşkusuz bunda, kitle kültürü/popüler kültür/ tüketim kültürü kısıracındaki çağdaş dünyanın ve dolayısıyla sanal dünyanın hızlı tüketime dayalı kurgulanışının ve işleyişinin de etkisi büyüktür. Yaşamın, dolayısıyla tüketimin hızlandığı, dahası çılgırından çıktığı bu çağda, bu türden ürünlerin rağbet göreceği açıktır. Bu nedenle de yazılı mizahın modası geçmeye, kolay ve hızlı tüketilebilen görsel ve görsel-işitsel mizah öne çıkmaya başlamıştır (2007, 1296).

İnsanların yorulmadan izlemeyi ve dinlemeyi tercih etmelerinin bir yansıması olarak yazılı ve basılı ürünler kullanıcılar tarafından video haline getirilerek Youtube’ta yayınlanmaktadır. Hemen hemen her türlü mizah türü video olarak Youtube, Dailymotion, Vimeo gibi site veya uygulamalarda fazlasıyla karşımıza çıkmaktadır. Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok başta olmak üzere birçok sosyal medya uygulaması video içerikleri paylaşılmasına olanak sağlamaktadır. Paylaşılan videoların önemli bir kısmını mizah içerikli videolar oluşturmaktadır.

Başta kullanıcıların sadece fotoğraf ve resim paylaşımına olanak veren Instagram sonradan video paylaşım özelliğini de getirmiştir. Bu özelliğiyle birlikte kullanıcılar çok çeşitli video içerikleri paylaşmaktadırlar. Mizah içeriği üreten kullanıcıların takipçi ve videoların beğeni sayılarına bakıldığında, oldukça yoğun ilgi gördüklerini söylemek mümkündür. Aşağıdaki tabloda Instagram’da mizahi video içeriği üreten bazı kullanıcıların takipçi ve gönderi sayıları görülmektedir.

Instagram Kullanıcı Adı	Takipçi Sayısı	Gönderi (İçerik) Sayısı
aykutelmas	6 Milyon	307
asliinandık	499 Bin	1014
tansudayan	1.6 Milyon	511
bongomytv	169 Bin	402
annenin.icsesi	365 Bin	1326
varboyletipler	1.1 Milyon	594
alican.alicanturan	219 Bin	129
uberkuloz	2.1 Milyon	97
kaan.sekban	396 Bin	1010
roportajadam	1.5 Milyon	207
kosifozlem	747 Bin	1604

Tablo 4.1: Instagram’da fenomen olmuş mizah içeriği üreten kullanıcılar.

Yukarıdaki tabloda Instagram’da video mizah içeriği üreten birkaç kullanıcı hesabına ait takipçi ve gönderi sayılarına bakıldığında, üretilen mizah içerikli videoların diğer kullanıcılar tarafından oldukça ilgi gördüğü görülmektedir.

Youtube’ta da mizah içerikleri üreten oldukça fazla kanal mevcuttur. Aşağıdaki tabloda Youtube’ta birkaç kanalın abone ve üretilen video sayıları görülmektedir.

Kanal Adı	Abone Sayısı	Video (İçerik) Sayısı
Kamusal Mizah	316 Bin	49
Batesmotelpro	356 Bin	141
Nasıl Olurdu?	484 Bin	60
Post42	1.18 Milyon	369
Hayrettin	2.13 Milyon	432
Röportaj Adam	1.67 Milyon	154
Konuşanlar	1.71 Milyon	110
Kalt	170 Bin	188
Hiç Komik Değil	176 Bin	103
Müebbet Muhabbet	155 Bin	480
Yorekok	635 Bin	205

Tablo 4.2: Youtube’ta mizah içeriği üreten bazı kanallar ve abone sayıları

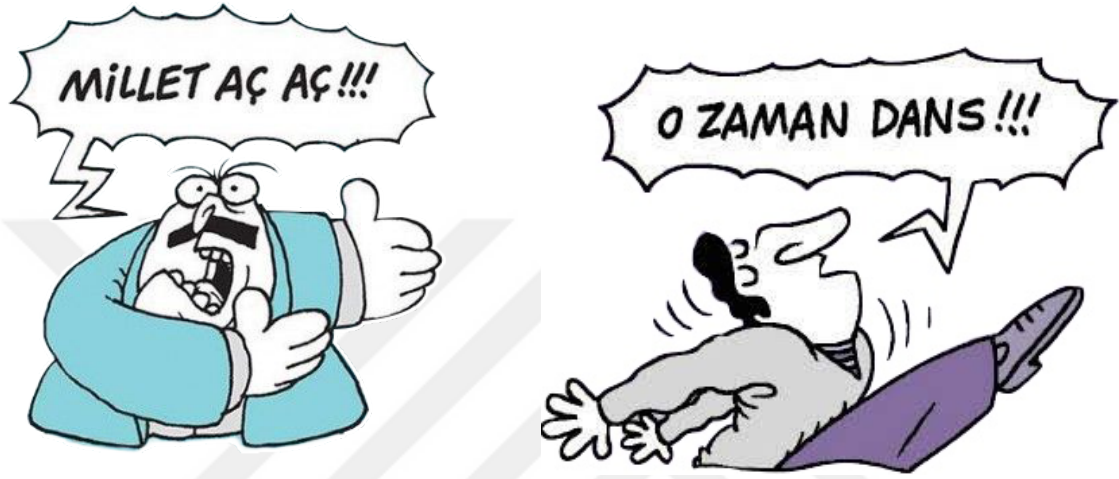
Dergi ve gazetelerde yer alan karikatürler ile sosyal medya ortamında paylaşılan karikatürler, diğer kullanıcılar tarafından peş peşe sıralanarak, video formatında Youtube’ta yayınlanabilmektedir. Bu tür video içeriklerinde Selçuk Erdem, Yiğit Özgür, Erdil Yaşaroğlu, Özer Aydoğan, Uğur Gürsoy, Serkan Altuniğne gibi çizerlerin karikatürleri yoğunlukla görülmektedir. Uykusuz Dergisi çizerlerinden Emrah Ablak, kendi adlandırmasıyla “karikafilm”lerini Instagram hesabından yayınlamakta ve bu videoları oldukça ilgi görmektedir.

Sosyal medyada yayınlanan videolarda, video kolajları, komik dublajlar, karikatürler, insanların başına gelen komik olaylar, hayvan videoları, bebek videoları, film ve dizilerden komik kesitler, kamera şakaları, komik sokak röportajları ve benzeri içerikler yer almaktadır.

4.2.4 Gifler, Çıkartmalar

GIF’in açılımı Graphics Interchange Format’tır (<https://tr.wikipedia.org/>). Bir iki saniyelik videolarla oluşturulan, bir hareketin sürekli tekrar ettiği kısa videolardır. Gifler, sosyal medya uygulamalarında, özellikle anlık mesajlaşma uygulamaları olan,

Facebook Messenger, WhatsApp, Telegram vb. gibi birçok uygulamada kullanılmaktadır. Gifler daha çok yazışmalarda kelimeler yerine kullanılır. Çıkartmalar da gif mantığıyla kullanılan mizahi unsurlardır. Anlık mesajlaşma uygulamalarında, yazışmaların uygun düşen yerlerinde ifade edilmek istenen durumlar, gifler ve çıkartmalar kullanılarak ifade edilirler.



Resim 20/21: Yiğit Özgür’ün karikatürlerinden oluşturulmuş çıkartmalar

Çıkartmalar, her türlü görselden yapılabildiği gibi, resim 20 ve 21’de de görüldüğü gibi karikatürlerin bir kısmının kullanılmasıyla da oluşturulmaktadır.

4.2.5 Fotoğraflar ve Diğer Görseller

Sosyal medyada belki de en çok paylaşılan içeriklerden biri fotoğraflardır. Görsel olanın hızlı anlaşılması, görsel mizah içeriklerinin daha çok paylaşılmasını sağlayan bir etmendir. Duvar yazıları, gazete resimleri, komik anlar, karikatürler, ekran görüntüleri, araba arkası yazıları gibi mizah barındıran unsurlar fotoğraflanarak sosyal medyada dolaşıma sokulmaktadır. Dergilerde, gazetelerde, televizyon kanallarında yer alan görseller ve görüntüler de fotoğraflanarak sosyal medya kullanıcıları tarafından paylaşılmaktadır. Sosyal medya kullanıcılarının birtakım müdahaleleriyle yeni formlarda yaratılan görseller, sosyal medya kullanıcıları paylaşılmaktadır.



Resim 22: Twitter’da paylaşılmış bir fotoğraf



Resim 23: Sosyal medyada sıkça paylaşılan bir fotoğraf

4.2.6 Karikatürler

Karikatür, ilk örneklerinin ortaya çıkmasından bu yana oldukça sevilen bir mizah türü olmuştur. Karikatürün bu denli ilgi görmesini sağlayan unsurlardan biri, görsel anlatımın diğer yazılı unsurlara göre daha avantajlı olmasıdır. Sosyal medyada en çok paylaşılan karikatür türü olan yazılı karikatürlerde iki aşamalı gülmece unsuru bulunmaktadır. Karikatürdeki figürlerin abartılı, komik ve absürt çizimleri görsel mizah unsuruyken, karikatürde yer alan yazılar da mizah unsuru olabilmektedir.

Karikatür, mizah dergilerinin en temel ve vazgeçilmez unsurlarındandır. İnternet yayınından önce karikatür izlemek için bir mizah dergisi veya gazete satın almak gerekiyordu. Günümüzde, sosyal medyaya mobil cihazlardan, özellikle cep telefonlarından her an ulaşmak mümkün olmaktadır. Gündelik hayatın yoğunluğunda, rahat bir nefes almak gibi, internette karikatür izlemek, okumak da kullanıcılar için oldukça eğlenceli olmaktadır.

Düşünsel bir çaba gerektirmeden, çabucak anlaşılabilen, güldüren, zaman zaman da düşündürebilen karikatür içerikleri tüketmek çoğu kullanıcıya daha cazip gelmektedir (Özer, 2007: 49).

Sosyal medya uygulamalarının yaygınlaşmasıyla birlikte, paylaşılan birçok içerik gibi karikatürler de kullanıcılar tarafından en çok paylaşılan mizah türlerinden biri olmuştur. Profesyonel karikatürcülerin dergilerdeki ve gazetelerdeki karikatürleri, o dergi ve gazeteleri alan insanlar tarafından kolaylıkla sosyal medya ortamına taşınabilmektedir. Bunun yanında profesyonel karikatürcülerin kendi internet sayfalarında ve özellikle sosyal medya hesaplarında paylaştıkları karikatürler de diğer kullanıcılar tarafından paylaşıp daha çok insana ulaşmaktadır. Çeşitli sosyal medya uygulamalarında, özellikle Instagram’da, karikatürcülerin karikatürlerini düzenli olarak paylaştıkları görülmektedir.

Aşağıdaki tabloda Instagram hesaplarında karikatürlerini paylaşan karikatürcülerin takipçi ve paylaşım sayıları görülmektedir.

Kullanıcı Adı (Karikatürist Adı)	Takipçi Sayısı	Paylaşım Sayısı
Erdil Yaşaroğlu	261 Bin	1252
Yılmaz Aslantürk	19.6 Bin	480
Emre Ulaş	4390	743
Bülent Üstün	71.6 Bin	4029
Serkan Altuniğne	127 Bin	1363
Selçuk Erdem	197 Bin	593
Özer Aydoğan	49.4	165
Uğur Gürsoy	19.3 Bin	127
Emrah Ablak	351 Bin	762
Yiğit Özgür	160 Bin	206
Aslı Alpar	31.7 Bin	2622

Tablo 4.3: Bazı profesyonel karikatüristlerin Instagram’daki takipçi ve paylaşım sayıları

Yukarıdaki tablo incelendiğinde, mizah dergilerinde profesyonel olarak karikatür çizen birçok karikatüristin sosyal medya hesaplarını etkin kullandıkları görülmektedir. Halihazırda mizah dergilerinde çalışmış ve çalışmakta olan karikatüristler, kişisel sosyal medya hesaplarıyla biraz daha fazla görünür hale gelmiştir.

Penguen dergisi kapandıktan sonra Uykusuz dergisinde karikatürlerini çizmeye devam eden karikatürist Cem Dinlenmiş, Yenie dergisinden Buket Demir'e verdiği söyleşide; karikatürlerin geleneksel medya yayınından ziyade sosyal medyada paylaşıldığında, karikatürün görünürlüğü açısından bir değişime yol açmakta olduğunu belirtmiştir. Dinlenmiş; dergi sınırlılıklarına uymak zorunda olan çizerlerin, bir sınırlılık olmadan kendi sosyal medya hesaplarından karikatürlerini paylaşarak takipçilerine ulaştırdıklarını ve bunun da beraberinde çeşitliliği getirdiğini belirtmiştir (2020: 58).

Mizah dergilerinin sınırlılığında, köşe, sayfa sayısı gibi, karikatürlerini üreten karikatüristler, sosyal medyanın sınırsızlığıyla beraber paylaşım yaparak karikatürlerini diğer insanlara ulaştırabilmektedir.



Resim 24: Erdil Yaşaroğlu Karikatürü



Resim 25: Yiğit Özgür Karikatürü

Uykusuz dergisi çizerlerinden Emrah Ablak karikatürlerini, Instagram hesabından, tamamen kendi bulduğu bir formatla takipçilerine sunmaktadır.



Resim 26: Emrah Ablak’ın Instagram’da paylaştığı karikafilm videoları

Emrah Ablak, Instagram’ın video paylaşma özelliğinden yararlanarak “karikafilm” adını verdiği karikatürlerini düzenli olarak paylaşmaktadır. Emrah Ablak, sosyal medyada paylaşılmış videoların seslerine, şarkılara, komik anekdotlara uygun olarak çizdiği karelerin video kaydını yaparak paylaşmaktadır. Emrah Ablak sosyal medya için hazırladığı bu içerikleriyle ilgili TEDx Talks konuşmasında bu süreci şöyle aktarmıştır:

Her yeni jenerasyon için yeni bir dil keşfetmek gerekiyor. Mizah dergileri sokağın dili konumundaydı, Geldiğimiz noktada sosyal medya o kadar güçlendi ki, sokağın dili mizah dergilerinden sosyal medyaya kaydı. Çizdiğimiz karikatürler hemen sosyal medyaya anında taşınabiliyor, paylaşılabiliyor. Bu nedenle mizah dergilerimizin işi zorlaşıyor, tirajlarımız düşüyor. Bunun üzerine ben de sosyal medya için içerik üretmeye karar verdim. Halihazırda sosyal medyada bir sürü karikatür vardı. Ekstra bir şey yapmam gerekiyordu ve karikatürlere ses eklemeye karar verdim. Var olan seslere uygun olarak karikatür çizip bunları videoya çektim ve karikafilm adını verdiğim yeni bir inovatif içerik oluşturdum.

<https://www.youtube.com/watch?v=zs-iG-WmnBs&t=239s> (10.02.2021)

Emrah Ablak’ın “karikafilm” adını verdiği karikatür videoları sosyal medyada oldukça ilgi görmektedir.



Resim 27: Emrah Ablak’ın Instagram’da paylaştığı karikafilm videoları

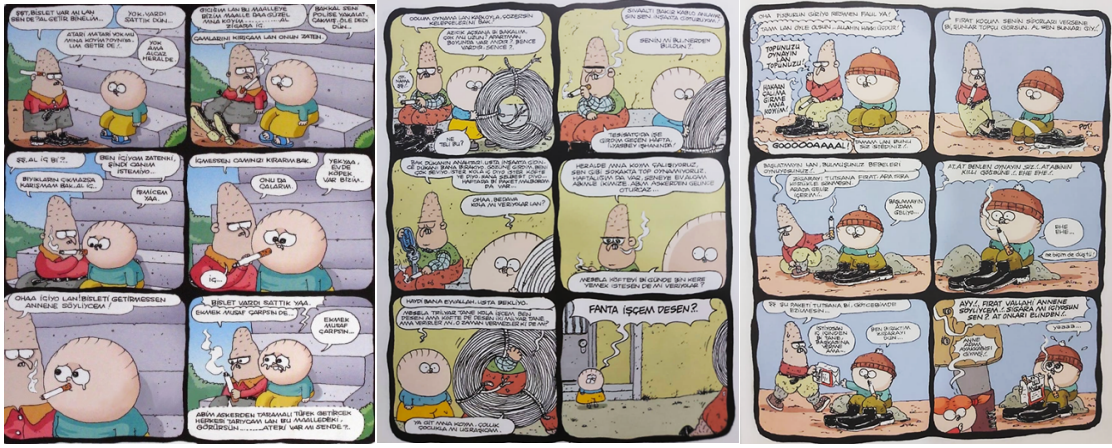
Karikatür, sosyal medya ile beraber ilgiyle izlenmeye devam etmiş; diğer mizah türleri gibi sıkça paylaşılan bir mizah unsuru olmuştur. Sosyal medyada beğenme, beğenmeme, yorum yapma, paylaşma gibi avantajların olması insanların paylaşım yapmalarını teşvik eden unsurlar olmuştur. Sosyal medyadaki içeriklerin kullanıcılar tarafından oluşturulurken herhangi bir kısıtlamaya ve izne tabi olmadan yayınlanabilmesi, paylaşılabilmesi kullanıcılar için oldukça cazip bir ortam yaratmakta; kullanıcıların çok yoğun bir şekilde paylaşım yapmalarını sağlamaktadır. Bu yoğun bilgi akışı, çok hızlı bir tüketimi de beraberinde getirmektedir. Günümüz insanı için, bir içeriğe hızlıca göz atmak, taramak, daha görsel olanı izlemek ve bu içerikleri kullandıkları sosyal medya hesaplarında paylaşmak cazip gelmiştir. Birden çok sosyal medya hesabı bulunan kullanıcılar, yoğun paylaşım hızına yetişmek adına, hızlıca açıp izleyebilecekleri içerikleri tercih etmektedirler. Karikatürün izlenmesi, okunması ve anlaşılmasındaki kolaylık; yukarıda değinildiği gibi insanların hızla göz atma ve daha görsel olanı tercih etme gibi alışkanlıklarına uygun düşmektedir.

Karikatürcüler de sosyal medyanın kullanım kolaylığı ve avantajlarından yararlanmış; kişisel sosyal medya hesaplarında karikatürlerini yayımlamış, binlerce takipçiye ulaşmışlardır. Hemen hemen her çizerin karikatürlerine sosyal medyadan ulaşmak mümkün olmuştur. Karikatürler sosyal medya kullanıcıları tarafından sıkça paylaşılar olmuş ve hemen hemen her yerden ulaşılır hale gelmiştir. Sosyal medya karikatürün devamlılığı sağlamak ve bilinirliğini artırmak açısından uygun bir ortam yaratmıştır. Aynı zamanda sosyal medya kullanıcılarının, karikatürü değiştirdiği, anonimleştirdiği ve kaynağından uzaklaştırdığı görülebilmektedir. Karikatür kavram olarak farklı ve aslından uzak bir kimlik de kazanabilmektedir.

Sosyal medyanın geleneksel medyaya göre kullanımındaki sınırsızlıklar sosyal medya kullanıcılarının, herhangi bir karakteri farklı formlarda tekrardan dolaşıma sokarak yeni mizah karakterleri ortaya çıkarmalarına zemin hazırlamıştır. Sosyal medya öncesi seslerini duyuramayan, dikkat çekemeyen kitleler hali hazırda var olan kültür ürünlerini dönüştürüp kendi ifadeleriyle birlikte yayınlarak dikkatleri toplamayı başarmış, seslerini geniş kitlelere duyurabilmişlerdir (Boz, 2014: 156).

Kimi karikatür figürleri fenomen haline gelmiş ve başka bir mizah unsurunun oluşmasına zemin hazırlamıştır. Her ne kadar bunun sosyal medyada net bir isimlendirmesi olmasa da bu karikatürler genel anlamda karikatür figürlerinin görselinin yanına ya da balonlara yazılan mizahi yazılardan oluşmaktadır.

Uykusuz dergisi çizerlerinden Uğur Gürsoy'un yarattığı bir tiplere olan Fırat'ın mahalleden arkadaşı Bahattin karakteri sosyal medyada diğer kullanıcılar tarafından, fizyolojik görüntüsü aynı kalmak şartıyla, manipüle edilerek dolaşıma sokulmuş ve oldukça ilgi gören bir tiplere yaratılmıştır. Bu karakterin Facebook'ta, Instagram'da ve Twitter'da adına hesaplar açılmış, açılan bu sayfalar binlerce takipçiye ulaşmıştır.



Resim 28: Fırat

Resim 29: Fırat

Resim 30: Fırat

Uğur Gürsoy'un Fırat adlı bant karikatürlerindeki Bahattin karakterleri

Bahattin karakteri, orijinal karikatür karakteri dışında; sadece tek bir görüntüsüyle sağ tarafına yerleştirilen balon veya kareler içine kullanıcılar tarafından eklenen komik aforizmalar, mizahi yazılar, fıkralar ve durum tespitleriyle yeni bir tiplere dönüşmüştür. Google'da "Bahattin karikatürleri" diye arama yapıldığında karakterin bu yeni haliyle ilgili birçok görsel çıkmaktadır. Sosyal medyanın içerik oluşturma konusunda kullanıcılarını kısıtlamaması; paylaşma, beğenme, yorum yapabilme özellikleriyle içeriği oluşturanla içeriği izleyen arasındaki etkileşime olanak vermektedir. Bu anlamda paylaşımı teşvik etmesi, paylaşılabilirlik ilgi çekici içerik bulma adına bazı mizah unsurlarının dönüştürülerek yeni bir formda sunulduğunu görmekteyiz. Buna bağlı olarak Bahattin karakterinin sosyal medyada, farklı isimlendirmelerle açılan birçok sayfasıyla karşılaşmak mümkündür.



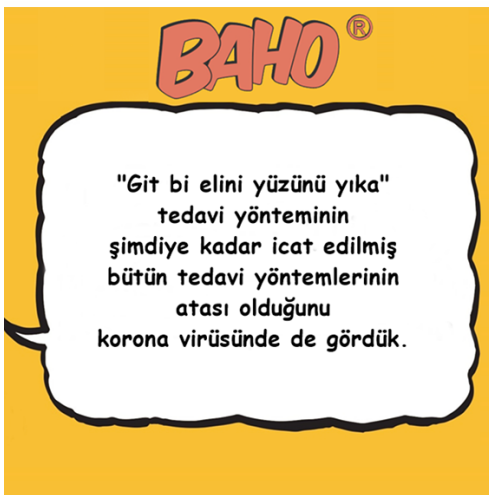
Resim 31:

Sosyal medyada farklı biçimde paylaşılan Bahattin karakterleri

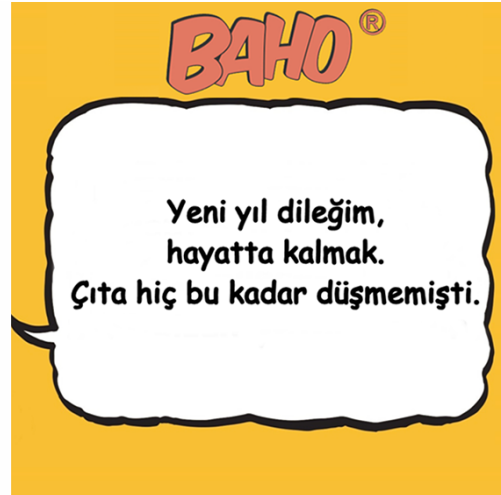


Resim 32:

Twitter’da Baho, Baattin, Bahattin Reis, Baattin Marley gibi sayfalar onlarca sayfadan birkaçıdır. Twitter’da Baho başlığıyla açılan sayfanın 4 milyon takipçisi vardır. Aynı sayfanın Facebook ve Instagram hesaplarında toplamda 7 milyon 200 bin takipçisi bulunmaktadır. Yine aynı hesabın bir de internet sitesi mevcuttur. Bu internet sitesinde güncel olaylarla ilgili haberlerin yanında, mizah içerikleri farklı başlıklar altında oluşturulmuştur. Örneğin; “daha önce görmediğiniz en komik karikatürler”, “güldüren karikatürler serisi”, “kahkaha tufanı karikatürler”, “sizi eğlendirecek karikatürler” yayınlanan karikatür seçkileri arasında yer almaktadır.



Resim 33: Facebook’ta paylaşılan Bahattin karakteri



Resim 34: Facebook’ta paylaşılan Bahattin Karakteri

Karikatürist Uğur Gürsoy'un Fırat adlı karikatür tiplerinin mahalle arkadaşı Bahattin, karikatür tipleri dışında bambaşka bir sosyal medya fenomenine dönüşerek farklı bir mizah unsuru haline gelmiştir.

Uğur Gürsoy, Sibel Ateş Yengin'e verdiği röportajda şunları aktarmıştır:

Sosyal paylaşım sitelerinde dolaşan Bahattin esprilerinin benimle hiçbir ilgisi yok. O yüzden söyledim. Her telefon açan “Bahattin'i konuşalım” diyor. Ne dergiyi ne Bahattin'in Fırat'ın yan karakteri olduğunu bilir. İnternette görüp sevmiş.

Bahattin fenomen oldu, hoşunuza gitmedi mi?
Tipin bilinmesi güzel tabii ama derginin satışı artar mı, sanmam. Bu maceranın kitabıyla kimse ilgilenmiyor. Esas karakter Fırat'tı ve ilk çıktığında deli gibi bir tipti. Hayal görürdü. Sonra Bahattin gibi daha ilginç yan karakterler çıktı. Fırat'ı kadınlar, Bahattin'i erkekler daha çok seviyordu. Bahattin mahalledeki korkulan, sinirli çocuktur. Fakirdir, türküler, arabesk şarkılar söyler. Duygusal biridir, kendi kendine hezeyanlar yaşar. Mesela bir şey anlatırken bir anda ağlamaya başlar. Şimdi kadınlar hakkında acayip konuşan bir tip haline sokuldu. <https://www.aksam.com.tr/pazar/bana-bahattini-sormayin/haber-268896> (16.05.2018)

4.3 Sosyal Medyada Mizah, Karikatür ve Geleneksel Mizah Yayıncılığı

Türkiye'de mizah yayınının ilk ve en temel unsuru olan mizah dergilerinin tarihi 1870 yılında iki mizah dergisi, Terakki ve Diyojen'le, başlayıp günümüzde yayınlanan Leman ve Uykusuz dergileriyle devam etmektedir. Mizah dergilerinin yanı sıra radyo ve televizyonlar da halkın mizah içeriklerine ve programlarına ulaşılabilceği mecralar olmuştur. TRT'yle başlayıp 1990'ların başında özel kanallarla devam eden televizyon yayınları, geleneksel medya organları içerisinde halkın eğlence unsuru haline gelmiştir.

Mizah içeriği olarak karikatür yayınının mizah dergileri dışındaki en önemli yayın organları gazeteler olmuştur. Günümüzde karikatür yayınlayan gazeteler arasında Evrensel, Sabah, Hürriyet, Sözcü, Milliyet ve Cumhuriyet gazeteleri yer almaktadır.

Gazete	2015	2016	2017	2018	2019	2020
SABAH	306.948	301.267	303.255	289.897	243.790	191.520
HÜRRİYET	357.652	328.916	316.249	271.038	211.686	192.114
SÖZCÜ	287.108	273.819	264.303	253.652	243.195	182.034
MİLLİYET	144.053	138.088	130.196	127.098	125.609	123.631
CUMHURİYET	53.228	44.168	36.535	32.438	30.363	24.557

Tablo 4.4: 2015-2020 yılları arasında gazetelerin Kasım ayının son haftası tirajları

Yukarıda belirtilen gazetelerin tirajları incelendiğinde 2015 yılından 2020 yılına kadar tirajların düşüşler yaşadığı gözlenmektedir. Gazete satışlarının düşüşünde internet medya kanallarının etkisi oldukça belirginleşmiştir.

<https://www.gazeteduvar.com.tr/gundem/2020/06/14/tiraj-tepetakla-kagit-gazetede-sorun-ne> (08.12.2020). Evrensel Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Fatih Bolat; internet yayınının artması ile birlikte okurun internetten haberlere, basılı gazeteden daha erken ulaştığını ve bu durumunda gazete satışlarını olumsuz etkilediğini belirtmiştir.

<https://www.gazeteduvar.com.tr/gundem/2020/06/14/tiraj-tepetakla-kagit-gazetede-sorun-ne> (08.12.2020).

İnternet ve sosyal medya öncesinde, halkın karikatüre ulaşabilmesini dergi ve gazeteler sağlıyordu. Gırgır dergisinin 70’lerden 80’lerin sonlarına kadar yüksek tirajlara ulaşmasının nedenlerinden biri; tek kanallı televizyon döneminde halkın mizaha olan ihtiyacını karşılaması açısından önemli bir boşluğu doldurmasıydı. Karikatürist Memo Tembelçizer, verdiği bir röportajda şunları ifade etmiştir: “Gırgır’ın ‘beş yüz bin’ tiraj yaptığı dönemde, özel televizyonlar yükselişe geçiyor. Tek kanallı devlet televizyonunun olduğu dönemde, halk gerçek haberleri mizah dergileri sayesinde öğrenmiştir” (Öner, 2017: 34). 1970’li yıllarda mizah dergilerinin satışını etkileyen unsurlardan biri televizyonun yaygınlığı olmuştur. Mizah dergileri televizyonda anlatılmayanın arayışına girmek zorunda kalmıştır. Bu yüzyılın başında yaygınlaşan internet ve sosyal medya ise bir başka rakip olmuştur (Cantek, Gönenç, 2017: 29).

Gırgır dergisi, kendi dönemi açısından ele alındığında geniş kitlelerin karikatüre ulaşmasını sağlamıştır. Günümüzde kitlelerin karikatürle karşılaşma olasılığını yükselten unsur ise sosyal medya olmuştur. Sosyal medya ortamında paylaşılan karikatürler, sosyal medyada kullanıcıların en çok karşılaştıkları mizah içeriklerinden biridir. Sosyal medyada karikatürü, türleri açısından incelediğimizde genel olarak mizah dergilerinde yayımlanan karikatürlerin paylaşıldığı görülmektedir. Dergilerde yayımlanmış karikatürlerin paylaşıldığı düşünüldüğünde ise mizah dergilerinin, karikatür paylaşımı yapan hesaplar ve diğer kullanıcılar için kaynak niteliğinde olduğu görülmektedir.

Profesyonel karikatüristlerin sosyal medyada kendi hesaplarından paylaştıkları karikatürler de dahil olmak üzere, dergi ve gazetelerde yayımlanan karikatürlerin paylaşıldığı sosyal medya hesaplarının binlerce takipçisi bulunmaktadır. Özellikle Instagram'da karikatür adına açılan sosyal medya hesaplarını incelediğimizde takipçi ve gönderi sayıları net olarak görülebilmektedir. Aşağıda bu hesaplardan birkaçının takipçi ve gönderi sayıları verilmiştir.

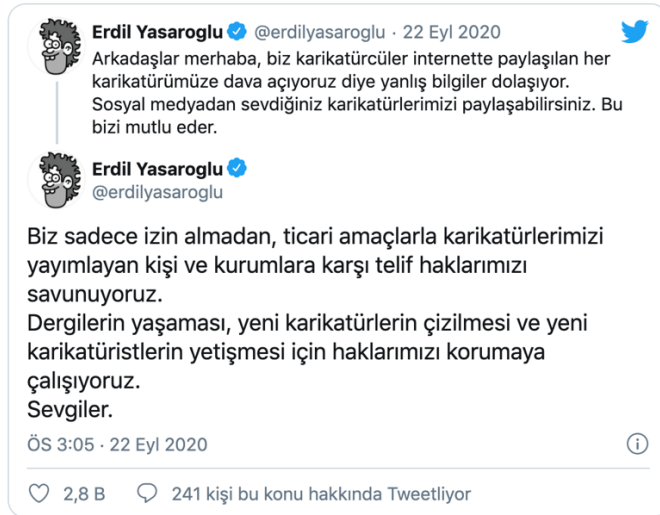
karikaturmix: 65.5 bin takipçi, 3015 karikatür paylaşımı
sobostyan: 323 bin takipçi, 6414 karikatür paylaşımı
karikatur_gezegeni: 354 bin takipçi, 9778 karikatür paylaşımı
karikaturcaps: 255bin takipçi, 6.974 karikatür paylaşımı
karikaturk06: 43,6 bin takipçi, 1063 karikatür paylaşımı
karikaturyeni: 767 bin takipçi, 37336 karikatür paylaşımı
uykusuzgram: 142 bin takipçi, 5246 karikatür paylaşımı
yigitOzgur: 75.2 bin takipçi, 902 karikatür paylaşımı
uykusuz dergisi: 784 bin takipçi, 2216 karikatür paylaşımı
34ksk35: 182 bin takipçi, 6959 karikatür paylaşımı
delihuni: 527 bin takipçi, 6018 karikatür paylaşımı
lemanistkarikatur: 292 bin takipçi, 6906 karikatür paylaşımı
karikatuk: 50.1 bin takipçi, 7537 karikatür paylaşımı
karikatüre.bak.bi: 38.6 bin takipçi, 1736 karikatür paylaşımı
karikaturevreni: 46.4 bin takipçi, 949 karikatür paylaşımı
karikaturlubisey: 101 bin takipçi, 3710 karikatür paylaşımı

mizah35: 105 bin takipçi, 2555 karikatür paylaşımı

karikaturika: 128 bin takipçi, 5947 karikatür paylaşımı

<https://www.instagram.com> (30.06.2020)

Yukarıda takipçi sayıları ve karikatür gönderi paylaşımı sayısı verilen birkaç hesap incelendiğinde karikatür paylaşımlarının ve takip eden kişi sayısının fazlalığı dikkat çekmektedir. İnsanların, mobil cihazları kullanımı dikkate alındığında, sosyal medyada paylaşılan karikatürlerin beğeni ve yorum sayısı, Instagram hesaplarının takipçi ve paylaşılan karikatürlerin beğeni sayıları, karikatüre olan ilginin fazlalığını gözler önüne sermektedir. İnsanların sosyal medyada paylaşılan karikatürlere, dergi ve gazetelerde yayımlanan karikatürlerden daha fazla eriştiği görülebilmektedir. Bu noktada sosyal medya karikatürün bilinirliğini artırmakta fakat bu bilinirliğin içerikte yer alan karikatürlerin çizerlerine maddi anlamda bir getiri sunmamaktadır. Sosyal medyada oldukça fazla takipçiye ulaşan bu hesaplar reklam anlaşmalarıyla gelir elde edebilmektedirler. Karikaturist Erdil Yaşaroğlu, bu duruma tepkisini twitter hesabı üzerinden aşağıdaki tweetiyle dile getirmiştir.



Resim 35: Erdil Yaşaroğlu tweeti

Öte yandan sosyal medyada paylaşılan karikatür içeriklerine bakıldığında, büyük bir çoğunluğunun mizah dergilerinde yayınlanan karikatürler olduğu ve konu olarak; aşk, kadın erkek ilişkileri, evlilik ve aile gibi konuların seçildiği görülmektedir. Bu sosyal medya hesaplarında haftalık mizah dergilerinde yayınlanan en komik

karikatürlerin bir derlemesi halinde insanların ilgisini çekebilecek, çabucak izlenip okunabilecek karikatürler yer almaktadır. Dergilerde yer alan ve karikatürcülerin sosyal medya hesaplarında paylaştıkları karikatürlerin, sosyal medyada bu denli yoğun paylaşılması ve bunların ilgi görmesi mizah dergilerinin tirajını da olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

Levent Cantek, Yenie dergisinde kaleme aldığı yazısında şunları ifade etmiştir:

Bugün gazete karikatürü de mizah dergileri de dikkat çekecek ölçüde “görünmüyor”, çok satmıyor ve geçimlik telif getirmiyor desek yanlış olmaz. Buna karşın internet dolayısıyla büyük bir görünürlük içindeler... Kimi karikatürcülerin çalışmaları (maddi getirisi olmamakla birlikte) milyonları aşan ölçüde, tıklanıyor, paylaşıyor ve beğeniliyor. Dergiciliği internetten sürdürebilmek için denemeler yapılıyor ama karikatürün ve mizah dergilerinin yeni mediuma uyum gösterip gösteremeyeceği henüz belli değil. Üreticiler ve tütün takipçileri arasında genel bir karamsarlık göz ardı edilemeyecek ölçüde hissediliyor. Bu durum doğal olarak sadece bizde değil, hemen her ülkede yaşanıyor. Telif haklarının korunduğu ve gelişkin olduğu kültürlerde bize nazaran daha az hissedildiği iddia edilebilir elbette. Karikatürün ve çizgili sanatların yüz elli yıl sonra kendilerine yeni bir medium aradıkları bir eşikteyiz sanki. Yazımı özellikle telif ile ilgili bir bağlamda kurmamın nedeni de bu, internet çağındayız, bir çözüm olacaksa bunun telif haklarıyla ilgili yeni bir düzenlemeden çıkabileceğine inanıyorum. Neler olacağını hep birlikte göreceğiz. (2020: 37).

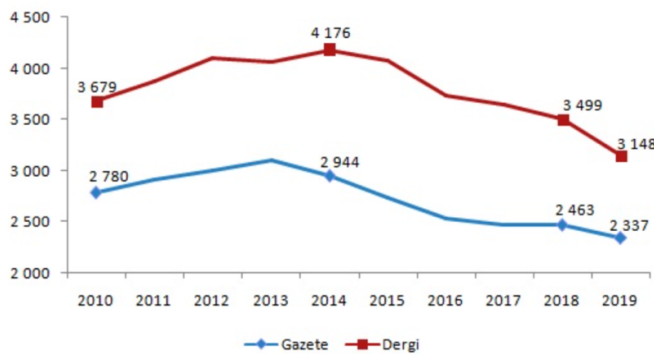
Ayrıca Cantek ve Gönenç; karikatürlerin sosyal medyada dolaşıma sokulmasının dergilerdeki karikatürlerin bir bütün olarak eskimesine neden olduğunu, okurun mizah ihtiyacını sosyal medyadan karşılamasıyla da dergilerin satılmadığını ifade etmişlerdir (2017, 12: 30). Görsel bir mizah öğesinin sosyal medyaya aktarılmasıyla anında yüzbinlerce insana ulaşması mümkün hale geliyorken dergileri satın almak bu noktada okuyucular için külfetli bir durum olabilmektedir.

2002 yılında Oğuz Aral’a Karikatürcüler Derneği tarafından Cemal Nadir Onur Ödülü verilmiş, gerekçe olarak; karikatürü halkın günlük yaşamına sokması ve karikatürü geniş kitlelere ulaştırması gösterilmiştir <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/cemal-nadir-onur-odulu-oguz-aral-in-61914> (23.05.2020). Sosyal medyadaki her türlü mizahi içeriklerle mizah ihtiyacını karşılayan okurun alışkanlıkları da değişmiştir. Oğuz Aral’ın Gırgır dergisini gençlere açmasından sonra, çok satan Gırgır’da karikatürlerini

yayımlatmak isteyen genç amatör karikatürcülerin farklı üsluplarını görmek mümkün olmuştur. Oğuz Aral halkın içinden gelen gençleri dergiye çizer olarak almış, gençliğin, halkın ve sokağın dilini iyi bilen bir kadro oluşturmuştur. Böylelikle dergi halkın rahatlıkla anlayabileceği, gülebileceği bir dergi haline gelmiş ve çok satar olmuştur. Oğuz Aral'ın yıllar önce karikatürü ve mizah dergisi Gırgır'ı halka ulaştırma konusundaki başarısını bugün sosyal medya ile hem okuyucu hem üretici konumuna gelen sosyal medya kullanıcıları göstermektedir. Sosyal medya ile birlikte amatör çizerler kendi mizahlarını, herhangi bir kısıtlama olmaksızın, fazla teknik becerilere ihtiyaç duymadan, herhangi bir çizim becerisi gerektirmeden kendi mizahlarını caps, tweet, fotoğraf, yazı şeklinde sosyal medya hesaplarından paylaşabilmektedirler.

Amatör çizerler sosyal medya hesaplarından karikatürlerini paylaşarak diğer insanlara ulaştırabilmekte, beğeni ve yorum alabilmektedirler. Sosyal medya hesapları bulunan profesyonel çizerler de karikatürlerini sosyal medya hesaplarından paylaşmakta ve binlerce kişiye ulaştırmaktadırlar. Sosyal medya hesaplarından düzenli olarak karikatürlerini paylaşan profesyonel karikatüristler arasında; Emrah Ablak, Yiğit Özgür, Selçuk Erdem, Bülent Üstün, Yılmaz Aslantürk, Rewhat Aslan, Erdil Yaşaroğlu, Emre Ulaş, Kamil Masarası, Aslı Alpar, Serkan Altuniğne, Cem Güventürk gibi karikatüristler sayılabilir.

Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2019 yılı yazılı medya istatistiklerine bakıldığında, gazete ve dergi sayılarının 2018 yılına göre yüzde 8 oranında azaldığı görülmektedir. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Yazili-Medya--Istatistikleri-2019-33620> (07.12.2020)

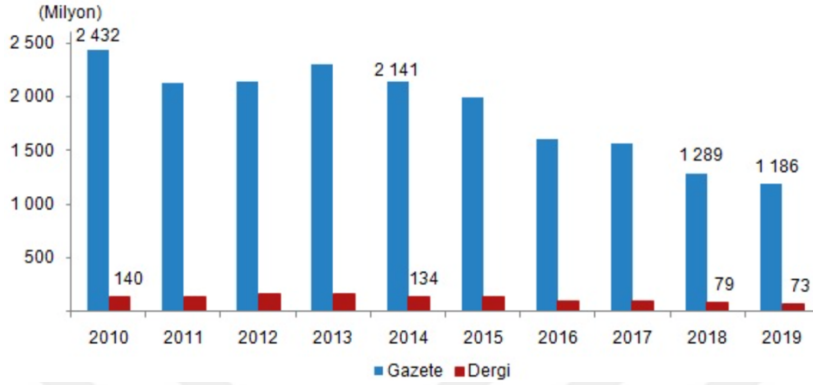


Resim 36: Gazete ve dergilerin yıllara göre sayısı, 2010-2019

Yine Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2019 yılı yazılı medya tirajlarına bakıldığında 2018 yılına göre yine yüzde 8 oranında azaldığı görülmektedir.

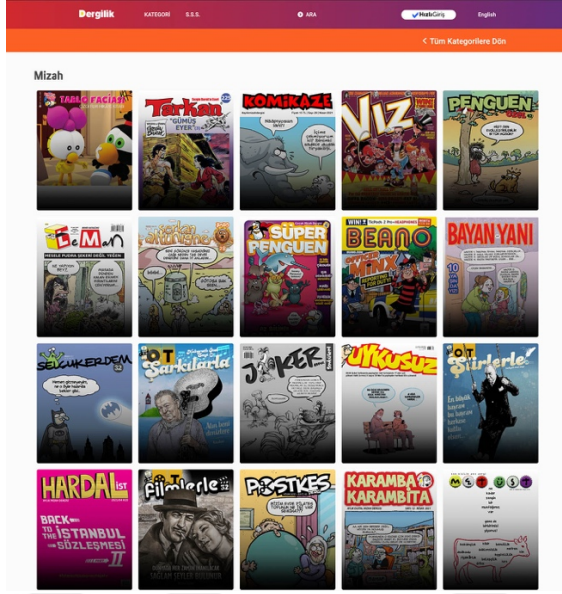
<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Yazili-Medya--Istatistikleri-2019-33620>

(07.12.2020)



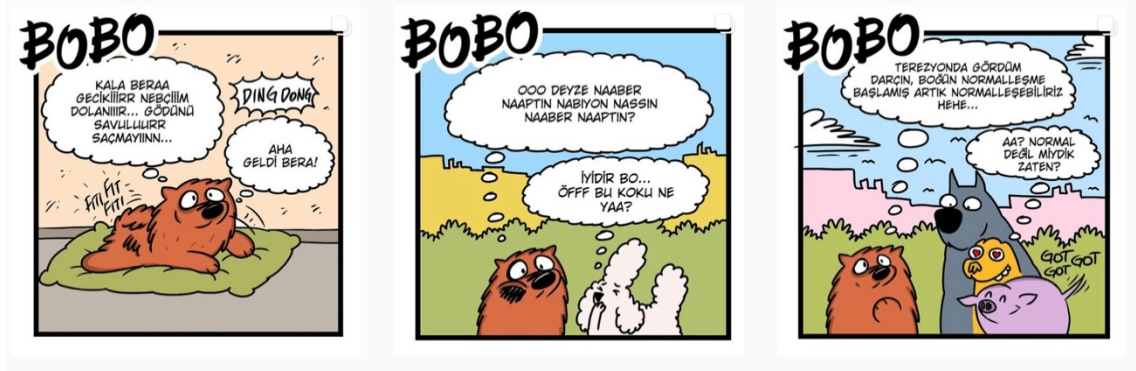
Resim 37: Gazete ve dergilerin yıllara göre tirajı, 2010-2019

Yukarıdaki istatistikler incelendiğinde basılı yayın organlarının yıllara göre azaldığı görülmektedir. Bu azalmanın nedenlerinden birinin dijital yayıncılığın yükselişe geçmesi olarak gösterilebilir. Her türlü bilgi ve içeriğin internet ortamında bulunabilme kolaylığı internet kullanımının çok geniş kitlelere yayılmasını sağlamış, geleneksel yayınlar insanların bilgiye ve habere ulaşması konusunda internet medyasının gerisinde kalmıştır. İnternet medyasının ve buna bağlı olarak sosyal medyanın yaygınlaşması mizah dergiciliğini de etkilemiştir. Basılı medya yayınlarının tiraj kaybetmesiyle birlikte gazeteler ve dergilerde çalışan karikatüristlerin de teliflerinde düşüşler yaşanmaktadır (Cantek, 2020: 37). Daha önce mizah dergilerinde çalışmış karikatüristlerden Metin Üstündağ, Serkan Altunigine ve Selçuk Erdem kendi isimleriyle hazırladıkları karikatür dergilerini Dergilik adlı internet sayfasından satışa sunmuşlardır. Uykusuz, Leman, Karamba Karambita, Komikaze, Hardal, Postkes, Bayan Yanı, Süper Penguen ve Penguen Özel dergileri de dijital olarak Dergilik internet sayfasından satışa sunulmaktadır.



Resim 38: Dergilik'in mizah kategorisinde yer alan mizah dergileri

Dijital dergilerinde üretimlerine devam eden çizerler aynı zamanda sosyal medya hesaplarından da karikatürlerini mizah severlerle paylaşmaya devam etmektedirler. Uykusuz dergisi çizerlerinden Serkan Altunigüne Instagram hesabı için hazırladığı Bobo isimli karikatürlerini paylaşmaktadır.



Resim 39: Serkan Altunigüne'nin Instagram hesabında paylaştığı Bobo isimli bant karikatürleri

Bir dönem Uykusuz dergisinde çalışmış olan karikatürist Yılmaz Aslantürk karikatürlerini Patreon uygulaması üzerinden "Otisabi" adlı köşesini çizmeye devam etmektedir. Aynı zamanda Yılmaz Aslantürk kendi Instagram hesabında, Instagram paylaşım formatına uygun olarak karikatürlerini paylaşmaktadır.



Resim 40: Yılmaz Aslantürk'ün Instagram hesabında paylaştığı karikatürlerden biri

Yine uykusuz çizerlerinden Bülent Üstün Instagram hesabında karikatürlerini Instagram formatına göre paylaşmaktadır.



Resim 41: Bülent Üstün'ün Instagram hesabında paylaştığı karikatür örnekleri

Geçmişte mizah dergilerinde çalışmış ve halihazırda çalışmaya devam eden çizerler, mizah yazarları, mizah içeriklerini üretip geleneksel mizah yayıncılığına güçlü bir alternatif olarak ortaya çıkan sosyal medyada kendi sayfalarından paylaşmaya devam etmektedirler.

BÖLÜM V

5. SONUÇ

Karikatür, Türkiye’de basılı medyada görünmeye, yayınlanmaya başladığı günden bu yana birçok mizah dergisi ve gazetede varlığını sürdürmeye devam ettirmiştir. Karikatürün geçmişten günümüze çok sevilen ve ilgiyle izlenen bir mizah unsuru olması, karikatüristleri her dönem üretmeye teşvik etmiş, karikatür çizerlerini mizah dergileri çatısı altında bir araya getirmiştir. Toplumun nabzını iyi tutan, güncel olaylara sayfalarında verdiği reaksiyonla halkın duygularına tercüman olan mizah dergileri yayın hayatlarını sürdürebilmişlerdir. Diğer yandan mizah dergileri yazılarıyla ve karikatürleriyle dillerini sivriltiltiklerinde iktidarların baskılarıyla uğraşmış ve bir süre sonra kapanmak durumunda kalmıştır. Suya sabuna dokunmayan yayınlar, iktidarlar tarafından desteklenmiş, yayınları uzun süre devam etmiştir. Karikatür yayını Terakki ve Diyojen’le başlayıp, Akbaba, Markopaşa, Gırgır, Penguen gibi dergiler ile sürmüş günümüzde yayınlanan Lemar ve Uykusuz dergileriyle devam etmiştir.

Karikatür, internetin yaygın kullanımıyla birlikte, yepyeni bir ortam içinde varlığını sürdürmüştür. İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte yeni bir kültür alanı açılmış, internet kültürü doğmuş, internetin gelişimi de kendi içinde yeni dinamiklerin oluşmasına olanak vermiştir. Bu durum sonucunda ortaya çıkan sosyal medya, kullanıcı etkileşimini sağlayarak, kullanıcıların kendi mizahlarını üretmelerine ve paylaşımlarına imkan tanımıştır. Capsler, videolar, fotoğraflar, gifler, yazılar, özlü sözler, tespitler kullanıcılar tarafından oluşturulan mizah içerikleri olmuştur. Sosyal medya uygulamalarındaki sınırsızlıklar bu mizah türlerinin yaygınlığını arttırmıştır. Mizahın sosyal medyadaki bu yaygınlığı, geleneksel medya mizahına olan ilginin azalmasına neden olmuştur. Bu değişimle birlikte, dergi ve gazetelerde çalışan mizahçılar, sosyal medya ortamında üretimlerine devam etmeye başlamışlardır. Sosyal medya, amatör çizerler ve mizahçıların, üretimlerini diğer insanlara ulaştırabilmelerine olanak vermiştir. Böylelikle amatör ve profesyonel çizerler karikatürlerini sosyal medya ile birlikte daha fazla kişiye aktarma fırsatı yakalamışlardır. Sosyal medyada mizah unsurlarının çoğalması ve yeni mizah içeriklerinin ortaya çıkması, okuyucuların bu mizah içeriklerine kolay bir şekilde

ulaşmaları, mizah dergilerinin tirajlarını olumsuz yönde etkilemiştir. Mizah dergilerinin tirajlarının düşmesi, bu dergilerde çalışan yazar ve çizerlerin mizah üretimlerini bu yeni ortama göre şekillendirmelerine neden olmuştur.

Sosyal medya kullanıcılarının, özellikle Facebook ve Twitter’da, güncel olaylarla ilgili haberleri anında paylaşmaları, güncel olaylarla ilgili mizahi yorumların yapılması, kullanıcıların etkileşim içinde mizah içeriğini oğaltmalarını sağlamıştır. Sosyal medyada halk kendi gündemini oluşturulmakta, geleneksel medya organlarından farklı olarak, kullanıcılar bilgiye ve güncel haberlere anında ulaşabilmektedirler. Sosyal medyanın sağladığı bu kolaylık sayesinde insanlar geleneksel medyayı takip etmek yerine sosyal medyada var olan içerikleri izlemeye yönelmişlerdir. Mizah, sosyal medyadaki etkileşim ortamında sosyal medya kullanıcıları arasında başlı başına bir iletişim dili haline gelmiştir.

Sosyal medya kullanıcıları, kendi mizah unsurlarını oluşturarak geleneksel mizah yayıncılığına güçlü bir alternatif yaratmışlardır. Bu noktada mizah dergilerinin sosyal medya mizahı karşısında yayın hayatlarına devam edebilmesi için içeriklerini dönüştürüp içerik kalitelerini artırarak, okuyucuların ilgisini yeniden çekmeleri gerekmektedir.

5.1 KAYNAKÇA

Balcıoğlu, S., (1998), Cumhuriyet'in 75 Yılında Türk Karikatürü, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.

Başlar, G., “Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijitalleşen Kapitalizm”, Akademik Bilişim 2013 – XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, Antalya, 2013, ss. 823-831.

Boz, U., “Toplumsal Eleştiri Yöntemi Olarak Mizah ve Türk Mizahı: Yeni Medyadan Bahattin Örneği” Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Antalya, 2018, ss. 146-159.

Cantek, L., (2015), Markopaşa Bir Mizah ve Muhalefet Efsanesi, İletişim Yayınları, İstanbul.

Cantek, L., “Karikatürün Telifle Seyrüseferi” Yenie, 07.07.2020.

Cantek, L., Gönenç L., (2017) Muhalefet Defteri Türkiye'de Mizah Dergileri ve Karikatür, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

Cantek, L., Gönenç L., “Mizah Dergiciliği Bitiyor mu?” Birikim Dergisi, 07.07.2020.

Cereci, S., (2019), Sosyal Medya Çağlar, Ağlar, Bağlar, Onto Yayınları, İstanbul.

Crowley, D., Heyer, P., (2019) İletişim Tarihi Taş Devri Sembollerinden Sosyal Medyaya, çev. Berkay Ersöz, (5. Baskı), Siyasal Kitabevi, Ankara.

Çatalcalı A., (2016) "Türkiye'de Mizah Dergilerinin Tarihsel Gelişimi, Medya ve Mizah, (1. Baskı), ed. Huriye Kuruoğlu, Mikail Boz, Nobel Yayınları, Ankara.

Çeviker, T., (1986), Gelişim Sürecinde Türk Karikatürü 1, Tanzimat ve İsdibdat Dönemi, Adam Yayınları, İstanbul.

Çeviker, T., (1988), Gelişim Sürecinde Türk Karikatürü 2, Meşrutiyet Dönemi, Adam Yayınları, İstanbul.

Çeviker, T., (1991), Gelişim Sürecinde Türk Karikatürü 3, Kurtuluş Savaşı Dönemi, Adam Yayınları, İstanbul.

Çeviker, T., (1997), Karikatür Üzerine Yazılar, İris Yayınları, İstanbul.

Çeviker, T., (2010), Karikatürkiye Karikatürlerle Cumhuriyet Tarihi 2 27 Mayıs'tan Liberalizme, NTV Yayınları, İstanbul.

Çeviker, T., (2010), Karikatürkiye Karikatürlerle Cumhuriyet Tarihi 1 Tek Parti ve Demokrat Parti Dönemi, NTV Yayınları, İstanbul.

Çeviker, T., (2010), Karikatürkiye Karikatürlerle Cumhuriyet Tarihi 3 Merkezin Çöküşünden Muhafazakar Demokrasiye, NTV Yayınları, İstanbul.

Demir, B., “Cem Dinlenmiş: Türkiye On Yılı Aşkıdır Yeni Genç Çizerler Çıkaramadı” Yenie Dergisi, 07.07.2020

Demirkol, G., (2018), Gırgır, İletişim Yayınları, İstanbul.

Koloğlu O., (2005), Türkiye Karikatür Tarihi, Bileşim Yayınevi, İstanbul.

Malgaç H., “Homur Mizah Dergisi” Yenie Dergisi, 07.07.2020

Öğüt Eker, G., (2014) İnsan Kültür Mizah, Eğlence Endüstrisinde Tüketim Nesnesi Olarak Mizah, (2. Baskı), Grafiker Yayınları, Ankara.

Öner, A., “Mizah ve Çizgi Roman Dergileri Birbiri Ardına Kapanırken” Birikim Dergisi, 17.07.2020

Öngören, F., (1998), Cumhuriyet'in 75 Yılında Türk Mizahı ve Hicvi, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.

Özdemir, N., “Sanal Mizah” 2007, ss. 1277-1301

Özer, A., (1994), İletişimin Çizgi Dili Karikatür, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.

Özer, A., (2007), Karikatür Yazıları, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.

Ulusoy Nalcıoğlu, B., (2013) Osmanlı’da Muhalif Basının Doğuşu 1828-1878, Yeditepe Yayınevi, İstanbul.

Ünver, M., (2016), İstanbul'un 100 Mizah Dergisi, İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kültür A.Ş. Yayınları, İstanbul.

E-KAYNAK

Mizah ve Karikatür

<http://www.atilaozermuzevi.com/2004/05/mizah-ve-karikatur.html> (08.05.2020)

Türkiye’de Basılan İlk Türkçe Kitap

<https://www.iienstitu.com/blog/turkiyede-basilan-ilk-turkce-kitap-vankulu-lugati>
(25.05.2020)

Markopaşa Dergisi

[https://tr.wikipedia.org/wiki/Markopaşa_\(dergi\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Markopaşa_(dergi)) (17.05.2020)

Geçmişten Günümüze Türk Mizah Dergileri

(<http://sanatkaravani.com/gecmisten-gunumuze-turk-mizah-dergileri/>, (14.05.2018).

Gırgır Dergisi

[https://tr.wikipedia.org/wiki/Gırgır_\(dergi\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Gırgır_(dergi)) (14.05.2018).

Gırgır Dergisi'nin Kapatılması

<https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/girgir-dergisi-kapatildi-tum-calisanlari-isten-cikarilacak-677907> (08.05.2019)

Leman Dergisi

<https://tr.wikipedia.org/wiki/Leman> (23.05.2019)

Penguen, Gırgır, mizah dergilerinin ömrü ve ölümü

<https://journos.com.tr/penguen-girgir-mizah-dergileri> (10.04.2020).

Aydın Doğan Uluslararası Karikatür Yarışması

<https://aydindoganvakfi.org.tr/tr/aydin-dogan-uluslararasi-karikatur-yarismasi-23-pg>, (08.05.2020).

Atila Özer Müze Evi

<https://sanat-magazin.com/yazarlarimiz/harikaoren/eskisehirde-prof-dr-atilla-ozermuze-evi/> (10.10.2020)

Karikatür ve Mizah Müzesi

<https://www.istanbul.net.tr/istanbul-rehberi/istanbul-muzeleri/karikatur-ve-mizahmuzesi/112/4> (19.06.2019)

İnternetin Tarihi

https://www.youtube.com/watch?v=_FXkSRczhPQ (22.11.2019)

Wikipedi Tarihi

<https://tr.wikipedia.org/wiki/Vikipedi> (01.11.2020)

Cep Telefonunun Tarihçesi

<https://www.mobiletisim.com/dosyalar/cep-telefonunun-tarihcesi> (27.07.2020)

Sosyal Medya Tarihçesi

<https://www.dijitalajanslar.com/sosyal-medya-tarihcesi/> (23.03.2020)

<https://tr.wikipedia.org/wiki/LinkedIn> (20.11.2020).

<https://medyaakademi.com.tr/2020/03/23/facebookun-kurulusu-ve-gelisimi/>
(20.11.2020)

Digital 2020: Turkey

<https://datareportal.com/reports/digital-2020-turkey?rq=turkey> (04.04.2020).

Mizah 30 Yıl Sonra Sokağa Geri Döndü

(<https://www.hurriyet.com.tr/gundem/mizah-30-yil-sonra-sokaga-geri-dondu-23522576>)
(11.05.2020).

Twitter'in Tarihçesi

<https://www.beyaztarih.com/makale/twitterin-tarihcesi> (12.05.2020)

Caps

<https://tr.wikipedia.org/wiki/Caps> (13.05.2020)

Mizah dikeyinde dijital içerik makinesi İnci Caps'in viral başarısı

[İnfografik]<https://webrazzi.com/2014/07/25/mizah-dikeyinde-dijital-icerik-makinesi-inci-capsin-viral-basarisi-infografik/> (19.04.2020)

Youtube'ta Kitle Oluşturma ve Artırmanın Yolları Nelerdir?

<https://netvent.com/youtube-kitle-olusturma-arttirma/> (29.04.2020).

Bana Bahattin'i Sormayın

<https://www.aksam.com.tr/pazar/bana-bahattini-sormayin/haber-268896>

(16.05.2018)

Tiraj Tepetakla, Kağıt Gazetede Sorun Ne?

<https://www.gazeteduvar.com.tr/gundem/2020/06/14/tiraj-tepetakla-kagit-gazetede-sorun-ne> (08.12.2020).

Karikatür Paylaşan Sayfalar

<https://www.instagram.com> (30.06.2020)

Cemal Nadir Ödülü Oğuz Aral'ın

<https://www.hurriyet.com.tr/gundem/cemal-nadir-onur-odulu-oguz-aral-in-61914>

(23.05.2020)

Yazılı Medya İstatistikleri 2019

<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Yazili-Medya--Istatistikleri-2019-33620>

(07.12.2020)

Karikafilm'den CERN'e, Emrah Ablak TEDxİstanbul

<https://www.youtube.com/watch?v=zs-iG-WmnBs&t=239s> (10.02.2021)

5.1.1 Görsel Kaynakça

Resim 1: <https://seyriadem.com/diyojen-osmanlica-mizah-gazetesi/>

Erişim Tarihi: 10.09.2020

Resim 2: <https://seyriadem.com/terakki-1871/>

Erişim Tarihi: 10.09.2020

Resim 3: Semih Balcıoğlu, Yazısız Çizgiler, 1971, İstanbul

Resim 4: <http://mithatsarcan.blogspot.com/2012/09/grgr.html>

Erişim Tarihi: 10.09.2020

Resim 5: <https://onedio.com/haber/ve-penguen-son-kez-bayilerde-her-sey-icin-tesekkur-etti-ve-gunesli-gunlere-kanat-acip-gitti-770526>

Erişim Tarihi: 10.09.2020

Resim 6: <https://onedio.com/haber/ve-penguen-son-kez-bayilerde-her-sey-icin-tesekkur-etti-ve-gunesli-gunlere-kanat-acip-gitti-770526>

Erişim Tarihi: 10.09.2020

Resim 7: <https://datareportal.com/social-media-users>

Erişim Tarihi: 23.04.2020

Resim 8: <https://datareportal.com/social-media-users>

Erişim Tarihi: 23.04.2020

Resim 9: <http://karikaturborsasi.blogspot.com/2013/03/nasreddin-hoca-karikatur-esprili.html>

Erişim Tarihi: 21.10.2020

Resim 10: <http://www.cizgidiyari.com/forum/karikaturler/61868-nasreddin-hoca-karikaturleri.html>

Erişim Tarihi: 21.10.2020

Resim 11: <https://twitter.com/tuhafamagercek/status/342345039852228608?lang=ar>

Erişim Tarihi: 21.10.2020

Resim 12: <https://www.facebook.com/Haberim-Yokmuş-Gibi-Sık-Kanka-267484506694686/>

Erişim Tarihi: 21.10.2020

Resim 13: <https://listelist.com/2018-en-komik-tweetler/>

Erişim Tarihi: 23.10.2020

Resim 14: <https://listelist.com/2018-en-komik-tweetler/>

Erişim Tarihi: 23.10.2020

Resim 15: <https://onedio.com/haber/mizahin-besigi-twitter-da-bugune-kadar-yazilmis-en-komik-47-tweet-707763>

Erişim Tarihi: 23.10.2020

Resim 16: <https://onedio.com/haber/mizahin-besigi-twitter-da-bugune-kadar-yazilmis-en-komik-47-tweet-707763>

Erişim Tarihi: 23.10.2020

Resim 17: <https://onedio.com/haber/mizahin-besigi-twitter-da-bugune-kadar-yazilmis-en-komik-47-tweet-707763>

Erişim Tarihi: 23.10.2020

Resim 18: https://www.sozcu.com.tr/hayatim/yasam-haberleri/birbirinden-komik-capsler/29/?_szc_galeri=1

Erişim Tarihi: 15.10.2020

Resim 19: <http://capskafa.blogspot.com/2015/01/blog-post.html>

Erişim Tarihi: 15.10.2020

Resim 20: <https://whatsapp.sticker.fan/tr/pack/37129/>

Erişim Tarihi: 15.10.2020

Resim 21: <https://whatsapp.sticker.fan/tr/pack/37129/>

Erişim Tarihi: 15.10.2020

Resim 22: <https://twitter.com/loldebug/status/1052795519075045376>

Erişim Tarihi: 15.10.2020

Resim 23: <https://www.ensonhaber.com/galeri/sosyal-medyada-paylasilan-komik-fotograflar>

Erişim Tarihi: 16.10.2020

Resim 24: <https://www.instagram.com/erdil/>

Erişim Tarihi: 16.10.2020

Resim 25: <https://www.instagram.com/yigitozgur/>

Erişim Tarihi: 16.10.2020

Resim 26: <https://www.instagram.com/emrahblak/>

Erişim Tarihi: 21.10.2020

Resim 27: <https://www.instagram.com/emrahblak/>

Erişim Tarihi: 21.10.2020

Resim 28: Grsy U., (2010), Fırat, Komik Şeyler Yayınevi, İstanbul

Resim 29: Grsy U., (2010), Fırat, Komik Şeyler Yayınevi, İstanbul

Resim 30: Gürsoy U., (2010), Fırat, Komik Şeyler Yayınevi, İstanbul

Resim 31: <https://tr.pinterest.com/begiternde/bahattin/>

Erişim Tarihi: 20.10.2020

Resim 32: <https://tr.pinterest.com/begiternde/bahattin/>

Erişim Tarihi: 20.10.2020

Resim 33:

[https://www.facebook.com/pg/Baho/photos/?tab=album&album_id=357633874359089
&ref=page_internal](https://www.facebook.com/pg/Baho/photos/?tab=album&album_id=357633874359089&ref=page_internal)

Erişim Tarihi: 20.10.2020

Resim 34:

[https://www.facebook.com/pg/Baho/photos/?tab=album&album_id=357633874359089
&ref=page_internal](https://www.facebook.com/pg/Baho/photos/?tab=album&album_id=357633874359089&ref=page_internal)

Erişim Tarihi: 20.10.2020

Resim 35: <https://www.toplumsal.com.tr/kultur-sanat/erdil-yasaroglu-karikaturlerini-paylasan-herkese-18-bin-liralik-dava-h51593.html>

Erişim Tarihi: 11.10.2020

Resim 36: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Yazili-Medya--Istatistikleri-2019-33620>

Erişim Tarihi: 21.10.2020

Resim 37: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Yazili-Medya--Istatistikleri-2019-33620>

Erişim Tarihi: 21.10.2020

Resim 38: <https://dergilik.com.tr/category/mizah-dergileri/5>

Erişim Tarihi: 21.10.2020

Resim 39: <https://www.instagram.com/serkanaltunigne/?hl=tr>

Erişim Tarihi: 21.10.2020

Resim 40: <https://www.instagram.com/otisabi/?hl=tr>

Erişim Tarihi: 21.10.2020

Resim 41: <https://www.instagram.com/hayvanbustun/?hl=tr>

Erişim Tarihi: 21.10.2020

