

T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI

GAZETE KARİKATÜRLERİNDEKİ
İDEOLOJİK KODLARIN 2009 YEREL SEÇİMLERİ ÖRNEĞİNDE
ANALİZİ

Betül Meral SARIİZ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman
Yrd. Doç. Dr. Banu TERKAN

KONYA - 2010



T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



BİLİMSEL ETİK SAYFASI

Öğrencinin	Adı Soyadı	Betül Meral SARIİZ	
	Numarası	074222001003	
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Gazetecilik	
	Programı	Tezli Yüksek Lisans <input checked="" type="checkbox"/>	Doktora <input type="checkbox"/>
	Tezin Adı	Gazete Karikatürlerindeki İdeolojik Kodların 2009 Yerel Seçimleri Örneğinde Analizi	

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Öğrencinin İmzası
(İmza)

Betül Meral SARIİZ



T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU

Öğrencinin	Adı Soyadı	Betül Meral SARIİZ	
	Numarası	074222001003	
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Gazetecilik	
	Programı	<input checked="" type="checkbox"/> Tezli Yüksek Lisans	<input type="checkbox"/> Doktora
	Tez Danışmanı	Yrd. Doç. Dr. Banu TERKAN	
	Tezin Adı	Gazete Karikatürlerindeki İdeolojik Kodların 2009 Yerel Seçimleri Örneğinde Analizi	

Yukarıda adı geçen öğrenci tarafından hazırlanan Gazete Karikatürlerindeki İdeolojik Kodların 2009 Yerel Seçimleri Örneğinde Analizi başlıklı bu çalışma 15/09/2010 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunarak, jürimiz tarafından yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Ünvanı, Adı Soyadı
Doç. Dr. Ahmet Yalçın Kaya

Başkan

İmza

Ünvanı, Adı Soyadı
Yrd. Doç. Dr. Banu TERKAN

Danışman

İmza

Ünvanı, Adı Soyadı
Yrd. Doç. Dr. Nejat ÖZİPEK

Üye

İmza



T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Adı Soyadı	Betül Meral SARIIZ
Numarası	074222001003
Ana Bilim Dalı	Gazetecilik Ana Bilim Dalı
Programı	Tezli Yüksek Lisans <input checked="" type="checkbox"/> Doktora <input type="checkbox"/>
Tez Danışmanı	Yrd. Doç. Dr. Banu TERKAN
Tezin Adı	Gazete Karikatürlerindeki İdeolojik Kodların 2009 Yerel Seçimleri Örneğinde Analizi

ÖZET

29 Mart 2009 Yerel Seçimleri'nin gazete karikatürlerine nasıl yansıdığına söylemsel ve ideolojik analizinin yapıldığı bu çalışmada, karikatürlerin içerdiği ideolojik kodların çözümlemesi amaçlanmıştır. Cumhuriyet, Milliyet ve Zaman gazetelerinde yayınlanan karikatürlerin incelendiği çalışmada gazete karikatürlerinde seçimlere ilişkin ana temaların neler olduğu, gazete karikatürlerinin gazetelerin ideolojileri çerçevesinde hareket edip etmedikleri, gazete karikatürlerinin bir muhalefet aracı olarak bir işlev üstlenip üstlenemedikleri, ne derece muhalif bir söylem üretebildikleri, gazete karikatürlerinde seçim konusu ele alınırken, seçimlerle ilişkilendirilen ve ön plana çıkarılan konularda gazetelerin ideolojik yönelimlerinin etkisinin olup olmadığı, gazete karikatürlerinde siyasal aktörlerin sunumunda ideolojik konumlanışın ne derece belirleyici olduğu sorularına cevap aranmıştır.

Çalışmada gazete karikatürlerinin, bağlı oldukları gazetelerin ideolojileri ve yakın oldukları siyasi oluşumların ideolojilerini yansıtmakta ve pekiştirmekte oldukları bulgulanmıştır. Gazetelerde yer alan karikatürler gazetenin ideolojisi ve egemen söylemi çerçevesinde konumlanmaktadır. Gazete karikatürleri ideolojik yönelimlerine paralel olarak kendi doğrularını gazete karikatürleri üzerinden meşrulaştırmaya çalışmakta ve ideolojinin doğallaştırma işlevi ile hegemonik bir süreçte kendi kendine işlemekte, rıza üretimi de ideoloji ve hegemonyanın çeşitli stratejileriyle sağlanmaktadır. Gazete karikatürlerinde siyasal partilere yaklaşım ile gazetelerin temsil ettikleri ideolojik konumlanış arasında bir paralellik olduğu görülmektedir. Çalışmada ele alınan gazeteler çerçevesinde yapılan çözümlemeler doğrultusunda, gazete karikatürlerinin muhalif bir söylem üretme potansiyelinin, iktidara ve egemen söyleme ne derece yakın ve uzak olduklarıyla ilişkili bir konu olduğu açıkça söylenebilir.



T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Öğrencinin	Adı Soyadı	Betül Meral SARIİZ	
	Numarası	074222001003	
	Ana Bilim Dalı	Gazetecilik Ana Bilim Dalı	
	Programı	Tezli Yüksek Lisans <input checked="" type="checkbox"/>	Doktora <input type="checkbox"/>
	Tez Danışmanı	Yrd. Doç. Dr. Banu TERKAN	
	Tezin İngilizce Adı	The Analysis of the Ideological Codes in Journal Cartoons of 2009 Local Elections	

SUMMARY

In this work where the ways for Local Elections in March 29th 2009 to be reflected through the newspaper cartoons are analysed ideologically and discursively it's aimed to decode the ideological codes featured by the cartoons. In the work where the cartoons issued in the newspapers Cumhuriyet, Milliyet and Zaman are studied, the answers are searched for the questions as what the main themes related to the elections are in the newspaper cartoons, whether the newspaper cartoons fall into line with the newspapers ideologies, whether the newspaper cartoons function as means of opposition, to what extent they could produce an opposed discourse, whether there was the effect of ideological orientation of the newspapers on the subjects which were made related to the locations and highlighted when the election was considered in the newspaper cartoons and what extent the ideological positioning was determinant in political actors' presentations in the newspaper cartoons.

It is found that the newspaper cartoons have been reflecting and reinforcing the ideologies of the newspapers they belong to and the political stance they are close to. The cartoons which take place in the newspapers are positioned within the scope of the newspaper's ideology and hegemonic discourse. The newspaper cartoons have been trying to legitimize their own rights as parallel to their ideological orientation and naturalization function of ideology works itself in a hegemonic process, therefore producing consent is provided by the various strategies of ideology and hegemony. It is seen in the newspaper cartoons that there is a paralellism between the approach to the political parties and the ideological positioning of the newspapers. In the direction of the analyses in the scope of the newspapers considered in this work it can clearly be stated that the newspaper cartoons' potential to produce an opposed discourse is related to the fact what extent they are close or far from power and hegemonic discourse.

İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER VE TABLOLAR LİSTESİ	iv
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

MİZAH-KARİKATÜR VE TÜRLERİ

1.1. MİZAH KAVRAMI	5
1.2. MİZAH TÜRLERİ	7
1.2.1. Fıkra	9
1.2.2. Şiir	10
1.2.3. Karikatür	11
1.2.4. Mizah Hikâyesi	12
1.3. KARİKATÜR KAVRAMI	13
1.4. KARİKATÜR TÜRLERİ	17
1.4.1. Siyasi Karikatür	18
1.4.2. Portre Karikatürü	20
1.4.3. Yazısız Karikatür	20
1.4.4. Reklam Karikatürü	22
1.4.5. Gazete Karikatürü	24
1.5. KARİKATÜR VE MİZAHIN TÜRKİYE’DEKİ GELİŞİMİ	27
1.5.1. Antik Anadolu Dönemi	27
1.5.2. Selçuklu Dönemi	28
1.5.3. Osmanlı Dönemi	30
1.5.4. Kurtuluş Savaşı Dönemi	36
1.5.5. Cumhuriyet Sonrası Dönem	
1.5.5.1. 1923-1950 Dönemi	38
1.5.5.2. 1950-1980 Dönemi	40
1.5.5.3. 1980 ve Sonrası	46
1.6. KARİKATÜR VE MİZAHIN MUHALEFET İŞLEVİ	53

İKİNCİ BÖLÜM

MEDYA METİNLERİNİN İDEOLOJİK İŞLEVİ

2.1. İDEOLOJİ KAVRAMI.....	61
2.2. İDEOLOJİ VE HEGEMONYA EKSENİNDE MEDYA SÖYLEMİ.....	68
2.2.1. İktidar ve İdeoloji	70
2.2.2. İdeoloji ve Hegemonya.....	71
2.3. İDEOLOJİ-DİL-SÖYLEM VE ANLAM İLİŞKİSİ.....	75
2.3.1. Dil ve Anlam ile Oluşturulan Söylem Yapıları	76
2.3.2. Dil ve Söylem Yapılarının Gerçeklikle/Hakikatle İlişkisi.....	83
2.4. MEDYA VE İDEOLOJİ.....	86
2.4.1. Medyada Gerçekliğin Yeniden İnşası.....	87
2.4.2. Medya İletilerinin İdeolojik Boyutu	90
2.5. GAZETE KARİKATÜRÜNÜN İDEOLOJİSİ VE SÖYLEMİ	92

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

2009 YEREL SEÇİMLERİNİN GAZETE

KARİKATÜRLERİNDE TEMSİLİ

3.1. METODOLOJİ.....	99
3.2. ARAŞTIRMA BULGULARI.....	106
3.2.1. Cumhuriyet Gazetesi	106
3.2.1.1. Cumhuriyet Yıllarına Gönderme, Laiklik ve Kemalizm Vurgusu	107
3.2.1.2. İlimli İslam ve Muhafazakârlık Vurgusu	112
3.2.1.3. Seçimlerde Şaibe Vurgusu	117
3.2.1.4. Temsil Figürü Olarak Politikacı İmgesi.....	125
3.2.1.5. Politik Özne Olarak Seçmen ve Demokrasi Vurgusu.....	130
3.2.1.6. CHP Vurgusu	133
3.2.2. Milliyet Gazetesi.....	135
3.2.2.1. Seçimlerde Şaibe Vurgusu	137
3.2.2.2. Seçim Yarışı Vurgusu	141
3.2.2.3. Yolsuzluk Vurgusu.....	144
3.2.2.4. Temsil Figürü Olarak Politikacı İmgesi.....	146
3.2.2.5. Muhafazakârlık Vurgusu.....	148

3.2.2.6. Politik Özne Olarak Seçmen Vurgusu	151
3.2.3. Zaman Gazetesi	156
3.2.3.1. Temsil Figürü Olarak Politikacı İmgesi.....	157
3.2.3.2. Siyasilerin Seçim Dönemlerindeki Söylemlerinin ve Vaatlerinin Eleştirisi	165
3.2.3.3. CHP'nin Muhafazakarlık Açılımı Vurgusu	169
3.2.3.4. Politik Özne Olarak Seçmen Vurgusu	170
3.2.3.5. Karşıt Medya Söylemleri	172
SONUÇ	174
KAYNAKÇA	179

ŞEKİLLER VE TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Fowler'ın Mizah Sınıflandırması.....	7
Tablo 2: Cumhuriyet, Milliyet ve Zaman Gazetelerindeki Karikatürlerin Kategorileri	104
Şekil 1: “SESSİZ SEDASIZ” Nuri KURTCEBE, 8 OCAK 2009-CUMHURİYET.....	109
Şekil 2: “SESSİZ SEDASIZ” Nuri KURTCEBE, 19 MART 2009-CUMHURİYET	111
Şekil 3: “OTOBÜSTEKİLER” Kemal URGENÇ, 13 ŞUBAT 2009-CUMHURİYET	113
Şekil 4: “SESSİZ SEDASIZ” Nuri KURTCEBE, 2 NİSAN 2009-CUMHURİYET	114
Şekil 5: “OTOBÜSTEKİLER” Kemal URGENÇ, 3 NİSAN 2009-CUMHURİYET	115
Şekil 6: “ÇİZMEDEN YUKARI” Musa KART, 10 MART 2009-CUMHURİYET	118
Şekil 7: “ÇİZGİLİK” Kamil MASARACI, 10 ŞUBAT 2009-CUMHURİYET	118
Şekil 8: “EPIKHAYATTİYATROSU” MUSTAFABİLGİN, 12 ŞUBAT 2009-CUMHURİYET	119
Şekil 9: “UYDUDAN NAKLEN” HAKAN ÇELİK, 15 ŞUBAT 2009 -CUMHURİYET	120
Şekil 10: “UYDUDAN NAKLEN” HAKAN ÇELİK, 8 ŞUBAT 2009-CUMHURİYET	121
Şekil 11: “UYDUDAN NAKLEN” HAKAN ÇELİK, 5 NİSAN 2009-CUMHURİYET	122
Şekil 12: “UYDUDAN NAKLEN” HAKAN ÇELİK, 8 MART 2009-CUMHURİYET	123
Şekil 13: TURHAN SELÇUK, 31 MART 2009-CUMHURİYET	124
Şekil 14: “UYDUDAN NAKLEN” HAKAN ÇELİK, 25 OCAK 2009-CUMHURİYET	125
Şekil 15: “UYDUDAN NAKLEN” HAKAN ÇELİK, 15 MART 2009-CUMHURİYET	128
Şekil 16: “UYDUDAN NAKLEN” HAKAN ÇELİK, 1 ŞUBAT 2009 -CUMHURİYET	129
Şekil 17: “EPIKHAYATTİYATROSU” MUSTAFABİLGİN, 2 NİSAN 2009-CUMHURİYET	130
Şekil 18: “KİM KİME DUM DUMA” BEHİÇ AK, 16 ŞUBAT 2009 -CUMHURİYET	131
Şekil 19: “KİM KİME DUM DUMA” BEHİÇ AK, 23 MART 2009-CUMHURİYET	132
Şekil 20: “ÇİZGİLİK ” KAMİL MASARACI 31 MART 2009-CUMHURİYET	133
Şekil 21: “İĞNELİ FIRÇA” ZAFER TEMOÇİN, 1 NİSAN 2009-CUMHURİYET	134
Şekil 22: “BULUT BEBEK” NURAY ÇİFTÇİ, 4 NİSAN 2009-CUMHURİYET	134
Şekil 23: ERCAN AKYOL, 6 ŞUBAT 2009 - MİLLİYET	137
Şekil 24: ERCAN AKYOL, 12 ŞUBAT 2009-MİLLİYET	138
Şekil 25: ERCAN AKYOL, 28 MART 2009 - MİLLİYET	139
Şekil 26: ERCAN AKYOL, 1 NİSAN 2009 - MİLLİYET	140
Şekil 27: HASLET SOYÖZ, 12 ŞUBAT 2009-MİLLİYET	141
Şekil 28: HASLET SOYÖZ, 3 MART 2009 -MİLLİYET	142
Şekil 29: HASLET SOYÖZ, 14 MART 2009-MİLLİYET	142
Şekil 30: HASLET SOYÖZ, 5 MART 2009-MİLLİYET	143
Şekil 31: ERCAN AKYOL, 2 NİSAN 2009-MİLLİYET	144
Şekil 32: ERCAN AKYOL, 29 OCAK 2009- MİLLİYET	145

Şekil 33: HASLET SOYÖZ, 27 MART 2009-MİLLİYET	146
Şekil 34: HASLET SOYÖZ, 19 MART 2009 - MİLLİYET	147
Şekil 35: ERCAN AKYOL, 29 MART 2009- MİLLİYET	147
Şekil 36: HASLET SOYÖZ, 2 NİSAN 2009-MİLLİYET	149
Şekil 37: ERCAN AKYOL, 22 MART 2009-MİLLİYET	150
Şekil 38: ERCAN AKYOL, 20 MART 2009-MİLLİYET	152
Şekil 39: HASLET SOYÖZ 31 MART 2009-MİLLİYET	152
Şekil 40: ERCAN AKYOL, 31 MART 2009-MİLLİYET	153
Şekil 41: ERCAN AKYOL, 3 NİSAN 2009-MİLLİYET	154
Şekil 42: ERCAN AKYOL 4 NİSAN 2009-MİLLİYET	154
Şekil 43: ERCAN AKYOL, 5 NİSAN 2009-MİLLİYET	155
Şekil 44: DAĞISTAN ÇETİNKAYA, 10 MART 2009-ZAMAN	158
Şekil 45: DAĞISTAN ÇETİNKAYA, 12 MART 2009-ZAMAN	159
Şekil 46: DAĞISTAN ÇETİNKAYA, 13 MART-2009-ZAMAN	159
Şekil 47: DAĞISTAN ÇETİNKAYA, 16 MART 2009-ZAMAN	160
Şekil 48: DAĞISTAN ÇETİNKAYA, 22 MART 2009- ZAMAN	161
Şekil 49: DAĞISTAN ÇETİNKAYA, 23 MART 2009-ZAMAN	162
Şekil 50: DAĞISTAN ÇETİNKAYA, 26 MART 2009- ZAMAN	162
Şekil 51: OSMAN TURHAN, 02 NİSAN 2009-ZAMAN	163
Şekil 52: OSMAN TURHAN, 03 NİSAN 2009 -ZAMAN	163
Şekil 53: DAĞISTAN ÇETİNKAYA, 05 OCAK 2009-ZAMAN	165
Şekil 54: DAĞISTAN ÇETİNKAYA, 15 MART 2009 – ZAMAN	166
Şekil 55: DAĞISTAN ÇETİNKAYA, 17 MART 2009-ZAMAN	167
Şekil 56: DAĞISTAN ÇETİNKAYA, 19 MART 2009-ZAMAN	167
Şekil 57: DAĞISTAN ÇETİNKAYA, 20 MART 2009-ZAMAN	168
Şekil 58: DAĞISTAN ÇETİNKAYA, 24 MART 2009-ZAMAN	169
Şekil 59: CEM KIZILTUĞ, 21 ŞUBAT 2009-ZAMAN	170
Şekil 60: OSMAN TURHAN, 26 MART 2009-ZAMAN	171
Şekil 61: OSMAN TURHAN, 27 MART 2009-ZAMAN	171
Şekil 62: CEM KIZILTUĞ, 29 MART 2009-ZAMAN	172
Şekil 63: DAĞISTAN ÇETİNKAYA, 20 ŞUBAT 2009 - ZAMAN	172

GİRİŞ

Eleştirel iletişim çalışmalarının en temel kavramlarından biri medyanın ürettiği içeriklerin ideolojik boyutudur. Doğrudan ve dolaylı bir biçimde ideoloji kavramı üzerinde duran bu çalışmalar, medyanın sahip olduğu ideolojik rol ve işlevler, medyada veya medya dolayısıyla çeşitli ideolojilerin kuruluşu, medyanın farklı nitelikli meseleler hakkında ürettiği ideolojiler ve medyanın kendisi hakkında üretilen ideolojiler gibi birçok konuyu ele almaktadır (Çam, 2008:7). İdeolojinin dil, özne, anlam ve söylemle ilişkili maddi bir pratik olarak kavramlaştırılması ve metin-anlam ilişkisine yönelik yapılan çalışmalar, medya metinlerine yöneltilen araştırmaların artmasında önemli rol üstlenmektedirler.

Medya metinleri, kendi içinde belirlenmiş anlama sahip olma/olmama sorunu açısından başka metin türlerinden daha sorunlu metinlerdir. Medya metinlerinin biçimi ve içeriği üzerinde egemen ideolojinin etkisi vardır. Gazete haberlerinin, fotoğraflarının, reklamların, karikatürlerin, televizyon programlarının, dizilerin, haber bültenlerinin belli bir anlatsal yapısı vardır. Kamera açısından yansıyan görüntülerden, gazete haberlerinin sözsel yapısına, reklâmlardaki sloganlardan, gazete karikatürlerine kadar her türlü medya metninde ideolojik bir yapıya rastlamak mümkündür. Meydana gelen olayların ya da anlatılan olguların medya metinleri veya metinlerin tamamlayıcı unsurlarına (fotoğraf, görüntü, karikatür, grafik vb.) yansımaları medya şirketinin yapısına, politikasına ve sistemdeki yerine bağlıdır. Medya kuruluşunun ideolojik yapısının medya metinlerine yansımaları, her medya kuruluşunun meydana gelen olaylar karşısındaki tutumlarının kendi ideolojik görüşlerine göre farklılaşmasına ve medya metinlerindeki gerçeklik algısının değişmesine neden olmaktadır.

Medya üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde büyük çoğunluğunun ideoloji kavramı üzerine odaklandığı, medyanın ideolojilerin yeniden üretilmesindeki rolünün sıkça tartışılan konulardan biri olduğu görülmektedir. “Egemen söylemin onaylanmasını sağlayan araçlardan medya ya da basın, egemen sistemin istediği yönde bir söylem üretirken, bazı ideolojilerin, kitle iletişim araçları tarafından ön plana çıkarıldığı, meşrulaştırıldığı, ayrıntılı olarak ele alınarak, geniş izleyici kitlelerine ikna edi-

cilik ve parıltılı bir çekicilik içinde dağıtıldığı” (Lull, 2001:22) yönündeki görüşler, medya dolayımıyla çeşitli ideolojilerin kuruluşu düşüncesini yansıtmaktadır.

Medya aracılığı ile üretilen ideolojilerin özneleri etkisi altına almasında görsel öğelerin önemli bir rolü bulunmaktadır. Bu görsel malzemelerden ön plana çıkanlar; fotoğraf, grafik, logo, karikatür, illüstrasyon’dur. Gazetelerde yer alan görsel malzemelerin başında karikatürler gelmektedir ve karikatürler hem bir ideolojinin aktarıcısı hem de toplumsal muhalefetin aracı olarak değerlendirilebilir. Karikatürler, kimi zaman düzendeki aksaklıkların gösterilerek giderilmeye çalışılmasına katkı sağlarken, kimi zaman gazetenin egemen ideolojisini yansıtarak okuyucuyu etkilemeye çalışmaktadır. Gazeteler, okuyucunun neyi, nasıl ve ne şekilde tüketeceğini kendi politikaları çerçevesinde belirlemektedir.

29 Mart 2009 Yerel Seçimleri’nin gazete karikatürlerine nasıl yansıdığına söylesel ve ideolojik analizinin yapıldığı bu çalışmada, karikatürlerin içerdiği ideolojik kodların çözümlenmesi amaçlanmıştır. Medya belli ideolojilerin taşıyıcısı durumundadır ve özellikle medya-siyaset ilişkisini belirleyen dinamiklerden birinin de ideolojik boyut olduğu bilinmektedir. *Cumhuriyet*, *Milliyet* ve *Zaman* gazetelerinde yayınlanan karikatürlerin incelendiği çalışmada gazete karikatürlerinde seçimlere ilişkin ana temaların neler olduğu, gazete karikatürlerinin gazetelerin ideolojileri çerçevesinde hareket edip etmedikleri, gazete karikatürlerinin bir muhalefet aracı olarak bir işlev üstlenip üstlenemedikleri, ne derece muhalif bir söylem üretebildikleri, gazete karikatürlerinde seçim konusu ele alınırken, seçimlerle ilişkilendirilen ve ön plana çıkarılan konularda gazetelerin ideolojik yönelimlerinin etkisinin olup olmadığı, gazete karikatürlerinde siyasal aktörlerin sunumunda ideolojik konumlanışın ne derece belirleyici olduğu sorularına cevap aranmıştır.

Çalışma, diğer medya ürünlerinin olduğu gibi karikatürlerin de gazetelerin ideolojilerini ve egemen söylemlerini, ideolojinin doğallaştırma ve meşrulaştırma işlevi ile yeniden ürettiği ve gazete karikatürlerinin gazetenin egemen söylemi dışında muhalif bir söylem üretmediği varsayımı üzerine temellenmiştir. Bu çalışma medya metinleri üzerinde ideolojinin etkisini gazete karikatürü gibi üzerinde çok fazla durulmayan bir medya metni üzerinden analiz etmeye çalıştığı için önemli görülmekte-

dir. Bu alanda yapılan çalışmalar incelendiğinde, ideolojik çözümlerinin ağırlıklı olarak haber üzerinden yapıldığı, diğer medya metinlerine daha az odaklanıldığı görülmektedir. Karikatürlerin, ideolojileri yansıtırma sürecinde çok çeşitli roller üstlenebileceği noktasından hareket edildiğinde karikatür üzerine çalışmanın önemi bir kez daha artmaktadır. Karikatür, olaylar ve hikayeler üzerinden kendine has bir anlatımla olayları çizgileştirirken, gündemdeki bazı konuları öne çıkarmada haberin sahip olduğu ideolojik, politik, kültürel vb. alanlardaki gücü içinde barındırmaktadır.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde; mizah ve karikatür kavramları üzerinde durulmuş, mizah ve karikatürün özellikleri, çeşitleri ve tarihsel gelişimine değinilerek, muhalefet işlevinden söz edilmiştir. Tarihsel süreç içerisinde karikatür ve mizahın konumu belirlenerek, Türkiye’de karikatür ve mizahın tarihsel gelişimi incelenmiştir. Egemen yapının izlediği politikalara karşı olma olarak ifade edilen muhalefetin ortaya çıkış biçimleri, bir muhalefet türü olarak mizah ve karikatürün güldürü aracı olmanın dışında gülme yoluyla nasıl muhalefet ettiği, mizahın iktidara nasıl direnme oluşturduğu ve bu direniş sonucunda ne gibi tehdit ve cezalandırmalarla karşı karşıya kaldığı sorgulanmıştır.

İkinci bölümde, ideoloji kavramı tarihsel süreç içerisinde incelenerek medya ile ilişkisi irdelenmiştir. İdeoloji ve hegemonya ekseninde medya söylemi irdelenerek medyanın hegemonya kurma işlevi üzerinde durulmuş, iktidar ve ideoloji, ideoloji ve hegemonya arasındaki ilişkilerin medya söylemini nasıl şekillendirdiği incelenmiştir. İdeoloji, dil, söylem ve anlam ilişkisinin kuramsal çerçevesi oluşturularak medya metinlerinde anlamın nasıl yeniden inşa edildiği sorgulanmıştır. Medya metinlerinin ideolojik sürecin işleyişindeki rolü tartışılmış, ideolojinin medyadaki tasarımı dil, anlam ve söylem ekseninde değerlendirilmiştir. Gerçeklik algısının farklılaşmasında medyanın rolüne değinilmiş, gerçekliğin medya yoluyla nasıl değiştiği ve düzenlendiği üzerinde durularak, medya metinleri ve bu metinleri tamamlayıcı unsurların anlatsal yapıya dayanarak nasıl üretildiği tartışılmıştır. Eleştirel yaklaşımlar çerçevesinde medya çözümlemesi incelenerek medyanın egemen söylemi yeniden üretip oluşturulan hegemonya ortamında öznenin medya tarafından konumlandırılışı ele alınarak gazete karikatürlerinin ideolojik boyutları irdelenmiştir.

Üçüncü bölüm ise, daha önceki bölümlerde açıklanan ideolojik unsurların, 2009 Yerel Seçimleri'nde gazete karikatürlerine nasıl yansıdığı, gazete karikatürlerinde yerel seçimlerin hangi temalar çerçevesinde ele alındığı, karikatürlerde nasıl bir ideolojik konumlandırma içerisine girildiği, gazetelerin ideolojisine bağlı olarak karikatürlerin ideolojik kodlar içerip içermediği incelenmiştir. *Cumhuriyet*, *Milliyet* ve *Zaman* gazetelerinin karikatürlerinin incelendiği çalışmada, karikatürlerin egemen söylemi meşrulaştıran bir tavırda mı yoksa muhalif bir yapıda mı verildiği irdelenmiş ve bu süreçte verilen mesajların ideolojik çözümlemesi yapılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

MİZAH-KARİKATÜR VE TÜRLERİ

1.1. MİZAH KAVRAMI

Siyasi, kültürel ve toplumsal hayatta uzun bir geçmişe sahip olan mizah, tarihin her döneminde toplumsal muhalefet işlevini üstlenmiş ve toplumdaki çarpıklıkların ifade edilmesinde bir anlatı aracı olarak kullanılmıştır.

Arapça kökenli olan mizah sözcüğünün Türkçe'deki karşılığı incelendiğinde “gülmece” olduğu görülmektedir. “Müzah” olarak okunan sözcük zamanla dilimize mizah olarak yerleşmiştir. Olaylara gülere yaklaşım ve bu yaklaşımın da tiyatroya, edebiyata ve resme uyarlanarak ifade edilmesiyle ortaya çıkan sanat dalına mizah denilmektedir (Eşegül, 2002:III). Aristo'dan başlayarak insanlık tarihi boyunca “gülmece” kavramı sürekli gündemde olmuş ve tanımlanmaya çalışılmıştır (Fidan, 2007:18). Aristo'ya göre, insanlar uyumsuzluklara tepki olarak gülmektedir. Bu uyumsuzluklar; politik düzene, dönemin koşullarına veya devlet ile ilgili meseleler olabilmektedir ve insanlar yaşanan olaylara veya durumlara tepkilerini mizah sayesinde gülere vermektedirler. Saklı tutulan ve baskı altında olan duygu ve düşünceler mizah yoluyla ifade edildiğinde, gülme yoluyla dışarı atılmaktadır.

Morreal'e (1997:60) göre, mizah, uyumsuzluk sonucu ortaya çıkmakta ve bireyin dünya görüşü, deneyimleri ve kişiliği gülme durumunu belirlemektedir. Mizahı yaratıcı eylem olarak açıklayan Koestler (1999:10) de, gülmenin bir tepki olduğunu ve insanı rahatlatmış ancak ruhsal istekleri doyumadığını iddia etmektedir. Gülme eyleminin yararları ve toplumsal işlevleri üzerinde duran Bergson ise (1998:88) mizahın yani komik olanın insan zihnini eğlendiren bir tarafı olduğunu söylemekte toplumsal yaşamdan kopmaması ve hoşgörü ile dolu olması gerektiğini ifade etmektedir.

Mizahın kökeninde eğlence ve hoşgörünün yer aldığı noktasında bir fikir birliğinin olduğu söylenebilir. Yeryüzünde, hemen bütün alanları içine alan mizah, eğlence ve hoşgörü boyutları ile kişilik kazanmış ve temel gelişimini sürdürebilmiştir. Elbette eğlence, bütünü ile mizah değildir, mizahın bütünü de eğlence değildir. Ancak, eğlence; mizaha tüm insanlarca ortak ve hemen tanınır yapısını kazandırmıştır.

Eğlencenin sosyal bir olay olması, en önemli yanı sayılmaktadır. İnsanlık, eğlencenin bu sosyal yapısını başlangıçta kavramış, ona topluluğun dili olma görevini yüklemiştir (Öngören,1983: 11).

Eğlence işlevi dışında her mizah türü belli belirsiz de olsa bir saldırı ögesi içermektedir. Bazen bu öge çok belirgin ya da son derece örtük olabilmektedir. Saldırma ya da savunma duyguları her mizah örneğinde bulunduğu için, kimi yazarlar mizahın işlevinin bu duyguları toplumca kabul edilir tarzda dışa vurmak olduğunu, kimileriye saldırganlık ve acımasızlığa dayanmakla birlikte mizahın insanı özgürleştirici yönünü vurgulamışlardır (Hünerli, 1993:5). Morreal (1997:32-33) baskı altında tutulan ruhların kimi zaman taşlamayla, öykünmeyle, soytarılıkla rahatlatılan insanların bu sayede baskılardan öç aldığını, bunu gülererek gösterdiklerini ifade etmektedir. Fenoglio ve Georgeon Petit Larousse sözlüğüne göre (2007:9) mizahın, halk belleği tarafından üretilmiş kelime oyunlarının ve gülünç öykülerin en az saldırgan biçimine dayanan bir savunma aracı olduğunu aktarmaktadırlar. Mizah toplumsal alanda ve genellikle modalar, yeni kültürel etkinlikler, modernite ve benzeri türde güncel yaşam içinde fazla ciddiye alınan olaylara karşı bir tepki olarak kullanılmaktadır. Mizahı kullananlar, kendilerini ciddiye alanları umursamadan saldırganlığı kullanarak alay etmekte, boyun eğmeden meydan okumaktadırlar. Acı alay ile yapılan güldürü toplumsal sahnenin mevcut düzenini bozmakta, böylelikle mizah başkaldırıcı ve yıkıcı etkisini ortaya çıkarmaktadır. Mizah, bastırılanı söküp atmasa da onun ağırlığını azaltmaktadır. Mizah toplumsal yaşamın zorluklarına ve bunlardan kaynaklanan acılara karşı koymayı örtülü olarak yaptığı saldırganlıkla gerçekleştirmektedir. Riches (1998:366) şaka ya da ritüel edimlerin ciddi şiddet tehditleri olarak tasarlandığını, toplumda şiddete başvurmanın taşıdığı değerın oyun olarak simgeleştirdiğini ifade etmektedir.

Sonuç olarak temelinde hoşgörü ve eğlenceyi barındıran mizah, kimi zaman toplumsal olaylar karşısında, toplumun dili olmuş, aksaklıklar ve sıkıntılar karşısında bir mücadele aracı olarak işlev üstlenmişken, kimi zaman da egemen düşüncenin, iktidarın yeniden üretilmesinin bir aracı olmuştur.

1.2. MİZAH TÜRLERİ

Ülkeden ülkeye hatta bölgeden bölgeye değişiklik gösteren mizah ürünleri çeşitli türlerde karşımıza çıkmaktadır. Fenoglio ve Georgeon mizah türlerini ortaya koyarken, mizahın çeşitli öğeleri ve yönlerinin vurgulanarak incelenmesi gerektiğini belirtmektedirler. Fenoglio ve Georgeon'a (2007:12) göre mizah; türüne, kullanılan yönteme, taşıyıcısına, üreticisine ve araçlarına göre çeşitlendirilebilmektedir. Tür olarak mizah; İroni, hiciv, acı alay, kendiyle alay şeklinde ortaya çıkmaktadır. Kelime oyunları, (kelimelerin, söylemlerin, durumların...) anlam esnekliklerinin öne çıkarılması ve çelişkilerin sergilenmesi de mizahta yöntem olarak ifade edilmektedir. Mizahın taşıyıcısı olarak da geleneksel kahramanlar, film ve çizgi kahramanları "oynayan" ya da ikinci dereceden bir mizah içinde bu kişilikleri sunan oyuncular gösterilmektedir. Fenoglio ve Georgeon'a göre gündelik yaşam içinde mizahı kullanan sokaktaki adamdan belirli karikatürleriyle meşhur sanatçıya kadar herkes mizah üreticisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Mizahın araçlarını da konuşma dili (nükteler, fıkralar, halk deyimleri, şarkılar); kağıt (basın, resim); ses kayıtları ve filmlerle işitsel ve görsel alanlar; hatta görüntü, ses ve sözü birleştiren temsiller olarak ortaya koymaktadırlar.

Mizah türlerinin motifleri, amacı, alanı, metodu ve araçlarının tespit edilmesi yönünde çalışmalar yapmış olan Fowler (1926) bu unsurları göz önüne alarak şu şekilde bir mizah tasnifi ortaya koymaktadır (Fowler, 1926, akt:Türkmen, 2000:2);

Çeşit	Motif veya Amaç	Alan	Metot veya Araç	Dinleyici
Mizah	Keşfetme	İnsan tabiatı	Gözlem	Sempatik tipler
Nükte	Aydınlatma	Kelimeler ve fikirler	Sürpriz	Zeki tipler
Hiciv	Düzeltilme	Ahlâk ve davranış	Vurgulayarak etkileme	Kendinden emin tipler
Acı şaka	İstirap verme	Hatalar ve zaafılar	Tersine çevirme	Kurban (fail) ve seyirciler
Tahkir	İtibarı zedeleme	Kötü muamele	Doğrudan söyleme	Kamu (Halk)
İroni	Kendi çevresine has olma	Gerçeklerin söylenmesi	Efsaneleştirme	Daha dar bir çevre
İstihza	Kendini kanıtlama	Ahlâk	Açık seçik bütün çıplaklığıyla ortaya koyma	Saygıdeğer tipler
Alay	Kendini rahatlatma	Düşmanlık	Kötümser	Kendisi

Tablo 1: Fowler'ın Mizah Sınıflandırması

Öngören ise (1983:43-44) mizah ürünlerinin değişik türlerde ortaya çıktığını, bunların başlıcalarının fıkra, mizahi hikaye, mizahi şiir, karikatür, yazısız karikatür, kukla ve komedi olduğunu belirtmekte ve mizahın iki ana grupta toplanabileceğini ifade etmektedir:

- Söze Dayalı Mizah
- Görüntüye Dayalı Mizah

Mizah türlerinin ortaya çıkmasında toplumun teknik güçlerinin yön verici bir etkisi olduğu söylenebilir. Matbaanın icadından önce mizah, bütünü ile sözlü bir nitelik taşımıştır. Güzel anlatım, iyi taklit yapabilme özellikleriyle ayrı bir öneme sahip olmuştur. Sözlü yapıya uyabilen mizah türleri canlı ve işlek olmuşlardır (Öngören, 1983: 44).

Basından önce mizah bir meddahın etrafında ya da Karagöz perdesinin önünde toplanmış seyircilerin küçük halkasıyla sınırlı bir iletişim alanını ifade etmektedir. Bireysel gülmeyi yaygın gülmeye, kalabalıkların gülmesine dönüştüren matbaa olmuştur. Nasreddin Hoca, orta oyunu, Karagöz temsili gibi geleneksel mizah biçimlerinden içerik konusunda mizah gazeteleri birçok unsur almışlardır. Mizah basınının ortaya çıkışı o zamana dek kulaktan kulağa dolaşan çok sayıda mizahi malzeme açısından sözden yazıya geçiş anlamına gelmektedir. Ama bu yeni araç beraberinde yeni biçimler, yeni içerikler, yeni temalar, kısacası yeni gülme olanakları da getirmiştir (Georgeon, 2007: 90-91). Basından sonra çizgili mizah doğmuş, kültürel ve siyasal hayata yön vermiştir. Devlet denetimine ve resmi sansüre uğrayan mizah dergileri, siyasal yaşamın simgesi, entelektüel çevrelerde hem sıkıntıları dile getirmek, hem de eğitmek için halk sınıflarına ulaşmanın bir aracı sayılmıştır. Görsel, işitsel kültürün küresel erişim kapsamı arttıkça yayıncılık hayatı da büyük bir dönüşüm geçirmiştir (Kandiyoti ve Saktanber, 2005:187). Karikatür önceleri sadece kişilerin portreleriyle ilgilenirken daha sonra olayları, sosyal konuları ele almış ve bu gelişmeler sırasında çizgi anlayışı ve teknik açıdan da değişimler göstermiştir. Karikatür gazetelerle, dergilerle, sergilerle hedef kitesine ulaşmaya çalışırken daha sonra televizyona, bilgisayara girmiş ve internet ağı ile yepyeni bir iletişim olanağına kavuşmuştur (Özer, 2004:1).

Sonuçta bazı mizah türleri görüntü yapısının özelliğine göre doğrudan önermelerden yola çıktığı gibi, (fıkra, mizah hikayesi, mizahi şiir) bazı mizah türleri de görüntüden yola çıkmakta (karikatür), diğer bazı mizah türlerinde ise hareket ön planda bulunmaktadır (kukla, komedi, pandomim). Yalnızca söze dayalı mizah türleri, bu sözler ile gerçekte bir görüntüyü, hareketi betimlemeye çalışarak mizahı ortaya çıkardığı gibi, yalnızca görüntüye dayalı mizah türleri de bizim zihnimize, belirli önermeleri yaratmaya çalışarak mizahı gerçekleştirir (Balcıoğlu ve Öngören, 1973:25).

Hünerli (1993:18) mizahın; hikâyenin, şiirin, resmin, tiyatronun, gösteri sanatlarının olanaklarından yararlandığını, mizahın hemen hemen tüm imkânları kullanarak kendini ortaya koymaya çalıştığını, bu sebeple mizah türleri şeklinde kesin bir çerçeve çizmenin zor olduğunu belirtmektedir. Çalışmada en yaygın mizah türleri üzerinden bir değerlendirme yapılmıştır.

1.2.1. Fıkra

Fıkra bir mizah yükünü en kolay taşıyabilen, en çabuk yayabilen bir mizah türü olarak bütün çağlarda kullanışlı bulunmuştur. Hoşgörü yönünden açıkça söylenmeyen mizah bölümleri hep fıkraya yükletilerek, ülkenin her tarafına ağızdan ağza aktarılmıştır. Bu nedenle en sert, en sakıncalı mizah örnekleri, fıkra türü ile bütün bir topluma duyurulmuştur. Sahne, dergi, çizim istemeden, her yerde ve her durumda kullanılabilmesi onun vazgeçilmez bir tür olarak yerleşmesine yol açmıştır (Öngören, 1983: 45).

Boratav (1996:91-92) fıkrayı, bir düşünceyi örnek vererek güçlendirmek, karşısındakini ona inandırmak ya da direnişinde yanıldığını tanık göstermek, herhangi bir durumu açıklamak gibi vesilelerle anlatılan, kısa ve yoğun bir hikaye olarak açıklamaktadır. Öztürk (1985:221) Türk Anonim Edebiyatı isimli kitabında fıkrayı; yaşanmış olaylardan konusunu ve malzemesini alan, kısmen yazıya geçmiş olmakla beraber sözlü gelenekte yaşayarak gelişen edebi bir tür olarak tanımlamaktadır. Fıkra, insanları bazen güldürmek ve eğlendirmek, bazen de düşündürmek ve ders ver-

mek amacıyla anlatılan, genellikle gerçek olaylara dayanan, kısa nesir şeklindeki halk anlatımları olarak da nitelendirilmektedir (Gönen, 2004:217)

Sözlü mizahın en yaygın örneği olan fıkraların konuları olaylar, insanlar arası ilişkiler, çatışmalar, kısacası insana ait her şeyin gülünç yanlarıdır. Mizahi yönü en ağır basan, az sözle çok şey anlatan, kıvrak zekânın bir ürünü olan bu tür, eğlenmenin, hoşgörünün, baskının olduğu ortamda üstü kapalı anlatımın bir aracı durumundadır (Eşegül, 2002: 38).

1.2.2. Şiir

Şiir, mizahçı için, daha çok bir hiciv ve taşlama aracı olarak kullanılmaktadır. Geleneksel şiirin herkesçe ortak kurallarında yapılan değişiklikler ve şairin vezin, kafiye konusunda gösterdiği hüner, hem hoşgörünün hem de eğlence motifinin başlıca kaynağı olmuştur. Mizahçı şiirde imgelerin yerine, esprileri geçirerek amacına ulaşmaktadır. Bu açıdan mizahi şiirlerin günlük bir konusu ve somut bir diyeceği olmuştur. Mizah, şiirin açık anlamlarından birisi olagelmıştır (Öngören, 1983: 45).

Mizahi şiir, geleneksel şiir kalıbının mizahi öğelerle işlenmesi sonucu ortaya çıkmaktadır. Mizahi şiir, hem şairin hüner göstermesini, hem de mizahı kullanarak insanları eğlendirmesine ortam sağlamaktadır. İmgeler yerine günlük hayata ait komik unsurlar şiirde yer almaktadır (Eşegül, 2002: 40).

Özellikle, aşık edebiyatında mizah öğelerinin çok sık kullanıldığı görülmektedir. Aşıkların karşılıklı rekabet içinde söyledikleri atışma, deyişme ve taşlama gibi şiirler buna örnek verilebilir. Aşıkların karşılıklı atışma şeklinde gerçekleştirdikleri taşlama, düzeltme, iyileştirme, yoluna koyma amaçlarını içinde barındırmaktadır. Alay konusunun da işlendiği taşlamalar, bir kişi veya topluluğu yermek, toplumun aksayan yönlerini eleştirmek amacıyla yönelik olarak yazılmışlardır. Taşlama şairinin kişisel kını ve öfkesinin bir kişi veya kuruma yönelik örneklerine de rastlanmaktadır. Taşlama, kişi ya da kurumların aksayan yönlerini hem mizahi hem de eleştirel bir boyutuyla ele almaktadır (Balkaya, 2007:138-147).

1.2.3. Karikatür

Görüntünün ön planda olduğu bir tür olarak karşımıza çıkan karikatür, gerçeği çizgiler yoluyla abartarak aktarmaktır (Eşegül, 2002: 40). Karikatür çizgi sanatının bir türevidir. Çizginin imkânlarından doğmuş yeni bir sanatsal arayış, yeni bir ifade tekniğidir. Karikatür, çağımızda etkin olan bir mizah türüdür. Uzun yüzyıllar insanlarca kullanılmış, köklü gelenekler kazanmış değildir. Karikatürün bir tür olarak kendini kabul ettirmesi basın yoluyla geniş kitlelere açılmasıyla olmuştur. Bugün dünyanın en etkin mizah araçlarından biri konumundadır. Gerek somut gerek soyut olarak gerçeği yansıtmayı ve insanları şaşırtarak güldürmeyi sürdürmektedir (Eşegül, 2002: 41). Mizah gibi karikatür de çizgisel anlatımıyla sorunların üzerine gitmekte sorunun gerçek nedenlerini hicvederek irdelemektedir (Danyal, 2004). Karikatürü çizgiyle mizah yapma sanatı olarak tanımlayan Danyal'a (2004) göre, karikatürün hem çizgisinde hem de içeriğinde mizah vardır. Karikatür mizah öğelerini olduğu gibi kullanmamakta, çizgiyle anlatılacak biçimde yeniden oluşturmaktadır. Karikatür hem eğlendirmek hem de eleştirmek için topluma ayna tutmakta (Watson, 2003), toplumun özgürleşmesine bağlı olarak da gelişmektedir (Erdost, 2003).

Karikatürün ne tek başına gülmece ne de hiciv olduğunu belirten Arıkan (2003), karikatürün toplumdan aldığı konuları hiciv, çarpıtma ve gülmece sentezinden geçirerek verilmek istenen bilgiyi/mesajı topluma ulaştırdığını ifade etmektedir. Karikatür sanatı toplumun dışında kalmamakta, mutlaka topluma ve toplumsal olaylara karşı duyarlılık göstermektedir. Çünkü karikatür, toplumla aydın arasında iletişim kurmanın en kolay, en açık ve en samimi yollarından biridir (İlikçi, 2003).

Karikatürü bozguncu gücü olan birer taşlama olarak açıklayan Brummett'e (2003:43) göre ise, karikatürler doğaları gereği, zaman, mekan, dil ve algıların gerçeklik boyutlarını bozmak için tasarlanmaktadır. Bir karikatürün etkisi hem "gerçekliğin" belirli bir tarzda algılanışını sağlamasına hem de bu algılanışın sınırlarını ihlal edebilmesine bağlıdır. Karikatür gerçekliği hem alışılmış tarzda hem de insanı şaşırtacak tarzda değiştirmektedir.

1.2.4. Mizah Hikâyesi

Karikatür gibi mizah hikâyesi de varlığını basından alan, yazılı mizah türlerindedir. Ancak, mizahi hikâyelerin sözlü mizah döneminden çok antik dönemlere kadar uzanan eski bir geçmişi ve gelenekleri söz konusudur. Acayip hikâyeler, meddah hikâyeleri, fıkra yapısı içinde geçen mizah hikâyeleri, masal kimliği içinde geçen hikâye anlatma tekniği, mizahi destanlar v.b. gibi birçok gelenekler sayılabilir. Bütün bu geleneklerden yararlanmış ve esinlenmiş olsa da mizah hikayesi apayrı bir kökten türemiştir ve gelişmesini basının koşulları sürdürmektedir (Öngören, 1983: 46-47).

Mizah hikâyesi dışında mizah türleri arasında kukla ve orta oyunu da ayrı bir öneme sahiptir. Meddah, köy seyirlik oyunları, orta oyunu ve Karagöz Kukla gösterileri halkın mizah ve temaşa ihtiyacını kendi geleneği içinde önemli derecede karşılamıştır (Coşar ve Usta, 2009: 2). Türk gölge oyunu Karagöz, orta oyunu ve kukla gibi bir halk tiyatrosu türüdür (Güven, 2008:77).

Öngören'e (1983: 47) göre, mizah eserlerinin türleri daha da çoğaltılabilir. Bu türlerin karikatür ve mizah kökeninden türediğini, bu koşullar altında yeni mizah imkânlarının ortaya çıktığını ifade eden Öngören, özellikle karikatür ve mizah işbirliğinden doğan resimli romanların ve sinema ile ortaya çıkan karton filmlerin yeni türler olduğunu söylemektedir. Çizgi roman gerek teknik, gerekse yayımlanan ortamlar açısından karikatüre yakın bir anlatı alanıdır (Alsaç, 1994:15). Çizgi roman öykü kurgulama sanatı olarak da tanımlanmaktadır. Çizgi romanlar masal özellikleri taşımaktadır. Kahramanları doğüstü yeteneklere sahip olmakta, öykünün gerektirdiği şekilde belli davranış biçimleri sergilemektedirler. Cantek'e göre (1996:19) çizgi roman çağdaş kültürü oluşturan unsurlardan biri, modern çağda oluşmuş yeni bir sanat türüdür. Çizgi roman birbirinden tamamıyla farklı iki ana öğenin, yazı ve çizginin birleşmesiyle gerçekleşen bir anlatım sanatıdır. Güngör (2008:17), toplumun hemen hemen tüm kesimlerinden ilgi görmesi, popüler kültürün ve popüler edebiyatın anlatım ve sunum olanaklarından geniş ölçüde yararlanması nedeniyle çizgi romanı bir popüler kültürel form olarak kabul etmekte ve çizgi ve yazının birlikteliğinde kolay okunur ve anlaşılır bir tür olması, ürün ve dağıtım koşullarının diğer yazınsal ve kültürel formlara göre çok daha elverişli olmasının çizgi romanın geniş okur

kitlelerine ulaşabilmesini kolaylaştırdığını belirtmektedir. Politik karikatüristler çalışmalarında popüler kültür doğrultusunda yer alan konulara sıklıkla yer vermekte ve popüler kültür ile politik kültürü karikatürlerinde yansıtmaktadırlar (Connors, 2007:264).

Çizgi film ise sinemanın sağladığı olanakların geliştirilmesine dayanan bir anlatım biçimidir. Çizgi film bir öykü anlatmakta, teknik açıdan belirli bir kurguya dayanmaktadır. Sinema türleri gibi bir ileti vermesi, bir bildirisinin olması eğitici, öğretici yönlerinin bulunması çizgi filmin başlıca özellikleri arasındadır. Çizgi film bir kerelik bir izleni oluşturmaktadır (Alsaç, 1994:21-22).

Karikatür, çizgi roman ve çizgi filmin en önemli ortak yanı, bir kez yaratıldıktan sonra çok kolay çoğaltılabilir, dolayısıyla geniş kitlelere seslenebilir olmalarıdır. Her üç yaratı alanı ile gerçek dış dünya arasında benzerlik bulunabilmektedir.

Tüm okuyucuya aynı mesajı iletebilmek, güncel olayları ele alabilmek, anlaşılır olabilmek, haberlerden haberdar edebilmek, yorumlarını kabul ettirebilmek gibi bir takım anlatım kaygıları taşıyan karikatürün (Uslu, 2004), anonim kalıplar kullanması geniş kitlelerle ilişki kurmasını sağlamaktadır. Ancak mizahın kendine dönebilmesi, yani bazı gülme biçimlerini de alay konusu yapabilmesi, karikatürü bireyin sanatı haline getirmekte, bu tavır, karikatüre anonim bir dil kullanılsa bile kalıpların dışına çıkma olanağı da sağlamaktadır.

1.3. KARİKATÜR KAVRAMI

Karikatür, resim sanatlarında çoğunlukla, belirli bir kişinin veya bir insan tipinin ayrıntılara önem vermeksizin (ve genellikle acayip ve gülünç bir şekilde) bazı özelliklerinin mübalağalı bir şekilde betimlenmesi olarak tanımlanmıştır. Detayları yadsıyan ama kimi ayrıntıları abartılı kılan betimleme sanatı olarak ifade bulan karikatür, bugün toplumsal ilişkilerin gücüne göre biçimlenen mizahın direniş diline işaret etmektedir (Yücel, 2008:23).

Baudelaire (1997:5) karikatürü, resmi çizenle, resme bakını yakınlaştıran, vurgulanan öğeyi öne çıkarmak suretiyle karakteristik özellikleri belirlemeye dayanan

bir sanat olarak tanımlamaktadır. Topuz (1996:9) karikatürü, iletişim açısından mi-zahsal ve ikonik görsel bir mesaj olarak değerlendirmektedir. Karikatür; bir iletişim aracıdır. Karikatürü çizen kişilerin diğer kişilerle iletişimini sağlayan bu sanat, tüm iletişimlerde olduğu gibi genel iletişim kuramlarına uygun bir yapı göstermektedir. Kaynaktan kodlanarak çeşitli araçlarla hedefe ulaşan iletiler hedef tarafından açım-lanmakta ve bir anlamlandırma süreci başlamaktadır (Özer, 1985:26).

Annibal ve Augustin Carrache kardeşler, Rönesans'ın klasik sanatını açık seçik kurallarla düzenlenmeye ve öğretilmeye elverişli bir "ideal" durumuna getirmiş ve karikatür sanatının yaratıcısı olmuşlardır. Bu iki sanatçı, akademi öğretiminin klasik kurallarına aşırı bağlılığı dengelemek amacıyla günlük yaşama ve halk tiplerine canlı bir ilgi duymuşlardır. 1646'da, Bolonya'da, Annibal Carrache'nin çizdiği portrelere göre oluşturulmuş bir gravür derlemesi yayımlanmıştır. Önsözde yayımcı Mosini Annibal'ın bu desenleri çizerken, ressamlık çalışmalarının o yürek bitirici yorgunlu-ğundan kurtulduğunu, dinlendiğini belirtmektedir. İlk kez bu bağlamda ortaya çıkan "caricatura" kavramı, İtalyanca "caricare" -abartmak, gülünçleştirmek- kelimesinden gelmektedir. Karikatür, biçimsizliğin doğallığının ve doğal biçimsizliklerin abartıla-rak ön plana çıkarılması ve bu yolla gerçeğin karakterize edilmesi biçiminde tanım-lanmıştır. Bu bağlamda Carrache biçimsizin güzelliğinin tuhaf ama mantıksal olabi-leceği sonucunu anımsatmıştır (Baudelaire, 1993:15).

Abartmanın komik olabilmesi için onun bir amaç gibi değil, çizerin doğada or-taya çıkmaya hazırlanan yüzdeki biçimsizlikleri görüp, bunları göz önüne sermekte kullandığı yalın bir araç gibi görünmesi gereklidir. Önemli olan, ilgimizi çeken bu biçimsizliklerdir. İşte bu nedenle bunları yüzün devingen olmayan öğeleri içinde, bir burnun eğriliğinde hatta bir kulağın biçiminde aramaya kadar gidilebilir. Çünkü bi-çim bir devinim çizimidir. Bir burnun boyutunu değiştirip de formülüne dokunma-yan, örneğin onu daha önce doğanın tam uzattığı yönde uzatan karikatürcü bu burnu gerçekten de daha gülünç duruma getirmektedir (Bergson, 2006:22).

Karikatüre ilişkin tanımlarından biri de, XVII. yüzyılın ünlü sanat kuramcıla-rından olan Filippo Balduci'nin 1681 yılında yayınladığı Sanat Sözlüğü'ndeki "Res-samların ve heykeltıraşların bu imgeden anladıkları, bir portre yapma yöntemidir; bu

yöntemi uygulayan sanatçılar, oluşturulan bütünün, resmedilen kişiye olabildiğince benzemesini amaçlarlar, ancak bu arada şakadan hoşlandıklarından ya da kimi zaman alay etmek için, resmettikleri çizgilerdeki aksaklıkları aşırı büyütüp vurgularlar, böylece portre, ayrıntılarda yapılan değişikliklere karşın, sonunda yine de bir bütün olarak modele benzer” şeklindeki tanımdır (Arık, 1998, 4).

XVII. yüzyılın sonuna doğru, karikatür kelimesi, zamanla İtalya’dan dünyanın diğer ülkelerine de taşınmaya başlamıştır. Önce İngiltere’de kullanılmaya başlanmış ve demokratik rejimin kurulmasıyla özgürlük kazanan basın sayesinde de bu bölgeye yerleşmiş ve gelişmiştir. Bu dönem karikatürleri altyazılıdır ve konularını da fıkralardan ve eleştirilerden alan portre karikatürleridir. Mizahın çizgiden çok yazıda olması, çizgiyi sözün resimlemesi konumuna sokmuş ve yazısız karikatürü imkânsız kılmıştır. Özellikle William Hogarth’ın yapmış olduğu karikatürlerin, İngiliz karikatür sanatına çok katkısı olmuştur. Çalışmalarında sadece yaptığı portreleri çarpıtmakla kalmamış, aynı zamanda kişilikleri ile ilgili de ipuçları veren oyma basma tekniklerini kullanarak gerçek karikatürün öncülüğünü yapmıştır. Bir diğer önemli isim Roma’da yaşayan Pier Leone Ghezzi’dir ki, yapmış olduğu çizimlerle XVIII. yüzyıl karikatürüne büyük katkısı olmuştur. Bunların dışında İngiliz James Gillary ve Thomas Rowlandson ile Giovanni Tiepolo’da dönemin önemli karikatürcülerindedir. Rowlandson yağlıboya ve suluboya olarak başladığı sanat hayatını zamanla karikatüre kaydırmıştır. Gillary ise sosyal ve siyasi alandaki karikatürleriyle dikkatleri üzerine çekmiştir. Dönemin diğer karikatürleri gibi Gillary’nin karikatürleri de olaylarla doludur fakat tekniği kuvvetli ve hicvi de son derece serttir (Meydan Larousse, cilt 10,1969:560).

XVIII. yüzyılda yazıda olan mizahın, artık yavaş yavaş çizgiye de kaymaya başladığı görülebilir. Bu dönemde Thomas Beick’in tahta oymacılığı, 1798’de Aloys Senefelder tarafından icat edilen Litoğrafya ve diğer teknolojik gelişmelerle karikatürün yaygınlaşması hız kazanmıştır. Karikatür dergileri ve gazeteler çoğalmış, başka ülkelerde de bu tür yayınlar artmaya başlamıştır (Meydan Larousse, cilt 11, 1969:1).

XIX. yüzyılda karikatür sanatı altın çağını yaşamıştır. Gülmece gazetelerinin yayınıyla karikatür yeni bir içerik kazanmıştır. İlk gülmece gazetesi *Fischietto*

Torino’da basıldı. O dönemin önemli gülmece gazeteleri İtalya’da *Passatempo*, *Lampione*, *Arlec-chino*, *Lanturna di Diogene* ve *Îl Pupazzetto*’dur (Topuz, 1997:43). Fransa’da *La Caricature* (Topuz, 1997:51); Almanya’da *Die Fliegende Blatter* (Topuz, 1997:86)’dir. XIX. yüzyıl başlarında karikatür gazetecilik mesleğinin bir kolu olarak kabul edilmiştir. İngiliz karikatürü bu dönemde önemli bir teknik aşamaya girmiştir. Yeni baskı teknikleriyle karikatürler daha ucuza ve daha kolay basılmaya başlanmış, karikatür böylelikle basında kullanılmaya başlanmıştır. XIX. yüzyılın sonlarında Fransa’da bir karikatür çeşidi olan toplumsal komedi¹ adlı yeni bir tür gelişmiştir (Topuz, 1997: 78).

Karikatür tarihi açısından en önemli gelişmelerden biri XX. yüzyılda yaşanmıştır. XX. yüzyılda İngiltere’de günlük basında siyasal karikatüre yer verilmiştir. Birinci Dünya Savaşı sonrasında günlük basında önemli teknik gelişmeler olmuştur. Baskı tekniklerinin gelişmesinin yanı sıra gazeteler sayfa düzeni ve biçimde de önemli değişiklikler yapmışlardır, daha dinamik, daha renkli yayına geçmişlerdir. Günlük basında çıkan siyasal karikatürler, siyasal yaşamda uzun süre etkin olmuştur. Birinci Dünya Savaşı’ndan sonra karikatür genel olarak bir gerileme devresine girmiştir. Gazete ve dergilerde fotoğraf yoluyla klişeden yapılan resimlere yer verilmesi karikatür sanatının gerilemesine neden olmuştur (Topuz, 1997:81-82). 1970’li yıllarda Amerika’da Robert Crumb’ın kurduğu “Underground press²” ekolü karikatürde yeni bir akım yaratmıştır. Amerikan karikatür anlayışına karşı bir tepki niteliğinde ortaya çıkan “Underground press” ekolü temsilcileri anarşist ve yıkıcı bir düzene yönelmişler, insanların ve toplumun yanlış ve çirkin yanlarını ortaya çıkararak abartma yoluna gitmişlerdir (Topuz, 1997:192). Amerika’da 1970’li yıllarda yaşanan skandallar Amerikan karikatürünü geliştirmiştir. Yöneticilerin ve başkanların karikatürlerinin sık sık çizildiği Amerika’da karikatüre yasak konulmamıştır. Rozantal’a göre (2002), Abraham Lincoln’dan başlayarak hemen hemen tüm başkanlar karikatürcülerin malzemesi olmuşlardır. Ancak bu başkanlardan iki tanesi var ki; çizilen karikatürleri sayesinde kamuoyu önünde önemli derecede bir imaj değişikliğine uğramışlardır: İki

¹ Kayış’a göre (2009:20) toplumsal eleştiri olarak da adlandırılan toplumsal komedi, toplumdaki dengelessizliklerin, aksaklıkların ve olumsuzlukların toplumda yer alan kimlikler üzerinden mizah yoluyla anlatılmasıdır.

² Yer altı dergiciliği olarak bilinen ekolde, çirkinlik, sertlik ve şiddetin ağır bastığı karikatürler ön plana çıkmaktadır (Topuz, 1997:192).

1970'li yılların Nixon'udur. Watergate skandalının patlamasıyla birlikte karikatürcülerin hedefi haline gelen Nixon'un, kısa sürede onbinlerce karikatürü çizilmiştir. Amerikan karikatür yazarları Nixon'dan sonra portre karikatürcülüğünün de sona ereceğini, artık çizilebilecek birşey kalmadığını yazmışlardır. Gerçekte Nixon ve Watergate skandalı Amerikan karikatürcülüğü açısından da bir dönüm noktası olmuştur. Nixon karikatürlerinin ilgi gördüğünü ve iş yaptığını farkedenden gazete yöneticileri, gazetelerinde editoryal karikatür köşelerini bir bir açmaya başlamışlardır. Bir diğer deyişle Nixon'un sonunu hızlandıran karikatürler, Amerikan editoryal karikatürünün yeniden can bulmasını sağlamıştır. Rozantal'a göre (2002) çizilen karikatürleri sayesinde Nixon'dan sonra imajını ve kaderini değiştiren ikinci Amerika başkanı Clinton'dur. 2000'li yıllarda karikatür, neredeyse dünyanın her köşesine ve günlük yaşamın hemen her boyutuna sızmıştır. Okullarda öğretim, asker ve işçi eğitimi, halkın toplumsal bilinç düzeyinin yükseltilmesi, toplumsal değişimi benimsetilmesi, ürünlerin ve adayların pazarlanması ve tabii eğlendirme amacıyla kullanılmıştır.

1.4. KARİKATÜR TÜRLERİ

Karikatür anlatılmak istenen mesaj ve ulaşılmak istenen amaca göre sınıflandırılmaktadır. Konduk (1986:24), mizahın türünün toplumun yapısına bağlı olduğunu söylemektedir. Mizah yapma sanatının toplum üzerinde derin etkiler yarattığını dile getiren Konduk, mizah ve karikatürün etkin olmasını toplumun gereksinimlerine bağlamaktadır. Büyük oranda sıkıntıları aşmış, sorunlarını çözmüş olan toplumların gülmececi ile işsizlik, açlık, siyasi baskıları ve özgürlük kısıtlamalarını yaşayan toplumların gülmece tarzlarındaki değişikliğe dikkat çeken Konduk, sorunları olan toplumların karşı koyamadığı sorunlara mizah ile güldüğü ve boşalım sağladığını ifade etmektedir. Karikatür, ulaşmak istediği amaca ve anlatmak istediği konuya göre sınıflandırılmaktadır. Topuz (1986:38), karikatürü iletisi açısından beş kategoriye ayırmaktadır. İlki, günlük basında sürekli olarak yer alan editoryal karikatür ismi de verilen siyasal karikatürdür. İkincisi ise, gerçeklikten zamanla uzaklaşan gülmececi portre karikatürdür. Üçüncü kategoride yer alan karikatür türü ise, saçma grafik gülmececiştir. Bu kategori, tuhaf, garip ve gerçeküstü gülmececiyi kapsamaktadır. Güncellikten kopuk olmayan saçma grafik gülmececi genellikle kara mizahtan oluşmaktadır. Dördüncüsü, reklam karikatürüdür. Beşincisi ise, tüm konuları kapsayan (aile, ero-

tizm, cinsellik, toplum, moda, spor vb.) gülmece desenidir. Bu çalışmada, karikatür alanında ön plana çıkan ve en sık karşılaşılan türler üzerinden bir değerlendirme yapılmıştır. Bunlar, siyasi karikatür, portre karikatürü, yazısız karikatür, reklam karikatürü ve gazete karikatürüdür.

1.4.1. Siyasi Karikatür

Siyasal karikatür, güncel siyasi olayları ve bunlara neden olan kişileri konu edinen karikatürlerdir (Şenyapılı, 2003:109). Siyasi karikatür bir sanat biçiminden çok, bir propaganda biçimidir. Karikatürcü, kamuoyunda varolan düşünce ve bilgileri kullanarak, onları değişik bakış açısıyla sunmaktadır. Siyasi karikatür etkinliği politik ve sosyal olayları mizah yoluyla yorumlamak ve okuyucunun düşüncelerini etkilemektir (Başdemir, 1991:25). Siyasi karikatürler toplumda yaşanan güncel siyasi olayları, politikacıları, ülke yöneticilerini, dünyadaki siyasi gelişmeleri ve uluslar arası ilişkileri konu edinen, günlük gazetelerde ve haftalık mizah dergilerinde düzenli ve sürekli olarak yer alan karikatürlerdir (Erdem, 2007:182). Güncel siyasi karikatürün yaygın olduğu ülkelerde bu türe daha çok ikna aracı gözüyle bakılmaktadır. Ancak, güncel siyasi karikatürler aslında bir ifşa aracıdır. Siyasi karikatürlerin en başarılısı insanın temel inançlarında değişime yol açan değil, insanı yaşadığı dünya hakkında yepyeni bağlantılar kurmasını, yepyeni ilişkilerin varlığını kavramasına yardımcı olanıdır (Baran, 2009:26-27). Sıklıkla gazetelerin editoryal sayfalarında yer alması nedeniyle editoryal karikatürler olarak da anılan politik karikatürler, haber niteliği taşıyan olaylar ya da insanlar hakkındaki düşünceleri yansıtmaktadır. Bu karikatürler alenen subjektif nitelik taşımakta ve bu nedenle kişisel köşe yazılarına diğer gazetecilik türlerinden daha fazla benzerlik göstermektedir (Qassim, 2007:19).

Mizahi çizginin karikatür sözcüğü adı altında ilk ortaya çıkışı siyasal amaçlıdır ve XIX. yüzyıl başındadır. Fransa'da "*La Caricature*" adlı siyasi mizah dergisi 1830'da yayın hayatına girmiştir. Siyasi karikatür dünyadaki siyasal gelişmelerin ışığında doğmuştur. Güncel gerçeği kendi doğruları çerçevesinde değiştiren karikatür, bu dönemde siyasetin bir parçası olmuştur (Oral, 2001).

Oral'a (2001) göre, XX. yüzyılda, I. Dünya Savaşı'nın eleştirisinden yola çıkan o dönemin siyasi karikatürü, faşizm tehlikesine karşı demokrasilerin ve özgürlüklerin yaygınlaşması, sosyal adaletin ve barışın korunması için etkili bir mücadele vermiştir ve karikatür siyasetin bir parçası olmuştur. Siyasi karikatürün mizahı ve çizgisi yeni ve şaşırtıcıdır. Siyasal ve sosyal çalkantılardan, baskılardan ortaya çıkmaktadır. Gerçeği kuşkuyla karşılamakta ve değiştirmeye çalışmaktadır.

Siyasi karikatürün amacı, gücün uygulamalarını deşifre ederek eleştirmektir. Güç ve güce sahip olanların egemenliğini sürdürmek amacıyla ideolojilerini meşrulaştırma çabalarını, karikatürler bu güç ilişkilerini açığa çıkararak ifşa etmektedir. Siyasi karikatür güç ve gücün uyguladığı baskılara karşı bir direniş noktası oluşturmaktadır. Gücün ve baskıların arttığı dönemlerde siyasi karikatürler sesini yükseltmekte ve güce karşı bir direniş göstermektedir (Erdem, 2007:181).

Siyasi karikatür, bir eleştiri sanatı olarak kötü ile, iyi olmayanla uğraşmaktadır. Çizimleriyle çarpıklıkları anlatmakta ve ideolojik bir anlam taşımaktadır (Oral, 1998:102). Ancak şunu belirtmek gerekir ki siyasi karikatürler gazete ve dergilerde sürekli olarak yayımlandığı için anlaşılabilirlik kaygısı diğer karikatürlere oranla daha fazladır. Bu nedenle siyasi karikatürler toplum tarafından bilinen simgeler ve daha açıklayıcı olmak için alt yazılar kullanmayı tercih etmektedirler. Siyasi karikatür çizerleri de tıpkı birer gazeteci gibi günlük haberleri ve siyasi gelişmeleri yakından takip ederek savundukları düşünceleri çeşitli ideolojik kodlarla aktarmaya çalışmaktadırlar (Erdem, 2007:183). Politik karikatür çizimini "politik iletişimin ihmal edilen türü" olarak tanımlayan Speedling (2004:10), gazeteciliğin, politik bilimin, eğitim ve sosyoloji gibi birçok disiplinin bu alanla ilgisinin bulunduğunu ancak hiçbir disiplinin politik karikatür alanını tam anlamıyla içermediğini ifade etmektedir. Oliphant'e göre (2004:25), bir zamanlar fikirlerin güçlü ilham kaynağı, karşılıklı konuşma ve tartışmanın öncüsü politik karikatür, cezalandırmalar nedeniyle körelmeye terk edilmiştir ve bütünüyle yok olma tehlikesi altındadır.

1.4.2. Portre Karikatürü

Gazetelerde en sık rastlanan karikatür türlerindedir. Kişinin belli özellikleri abartılır ve kişiliği ele veren özellikleri vurgulanır (Çeviker, 1988:32). Lent (2004), portre karikatürü mizahtan öte sanatsal bir yapı ve insanların abartılı tasviri olarak tanımlamaktadır. Duc (2004) portre karikatürün özelliklerini şu şekilde değerlendirmektedir:

“Portre karikatürü mizah aracılığıyla her zaman abartır ve çizimde çarpıtır, böylece insanları güldürür. İnsanlar eğer güzel yüzlü bir bayan gerçek yaşamda hoşlarına gidiyorsa gülmezler. Karikatüristler hoş ve çekici bayanın yüzüne mizah anlayışı ile çizilebilecek bir özellik bulmak için bakarlar. Bunun daha uzun çizilir. Gözler daha büyük olarak vurgulanır. Baş, narin vücuda abartılı bir biçimde büyükçe konur. Birkaç çizgi ile karikatürist hoş görünen bir bayanı gürültülü bir kahkahayla oluşturabilir. Portre karikatürü, bir nesnenin abartılı çizimi anlamına geldiği için bir insanın sadece mizah yapmak için abartılı çizimidir. Mizah, karikatür ve portre karikatürü yaratmak için önde gelen ve gerekli bir unsurdur. Eğer mizah içermezlerse karikatürler var olamazlar”.

İlk karikatürlerin çoğu portre çizimine dayalı çalışmalardır. XVII. yüzyıl karikatüristlerinden Baldinucci, portre karikatürü; sanatçıların resimlerini çizdiği kişi ile alay etmek için çizgilerdeki aksaklıkları aşırı büyütüp ayrıntıları açığa çıkarma olarak tanımlamaktadır (Lekesiz, 2003:20). Portre karikatürü gerçeklikten uzak, abartılmış çizgilerle tanınmış insanların belli bir takım özellikleri ön plana çıkararak anlatılmaktadır. Özellikle Süleyman Demirel şapkası, Erdal İnönü uzun burnu, Turgut Özal da gözlüğü ile tasvir edilir. Karikatürde yer alan bu öğeler kişiliklerden bağımsız düşünülemez. Portre karikatüründe kişilerin nesnelere ya da fiziksel özellikleri abartılır ve bu kişiliklerin bir uzantısı veya bir parçası olarak aktarılır. Portre karikatürleri, karikatürcülerin en sık kullandığı türlerin başında gelmekte çizgilerdeki gerçek dışılık ile gülmece unsuru yaratılmaktadır.

1.4.3. Yazısız Karikatür

Yazı kullanılmayan “grafik gülmece” adıyla da anılan bu yöntem karikatürün evrensel olma çabalarıyla doğmuştur. Çizginin tüm kıvraklığı ve karikatürcünün kullandığı sembollerle sonuca gidilen bir türdür. Kalıcı diye nitelendirilen karikatürler daha çok bu türden çıkmaktadır. Yazısız karikatür çıktığında, uzun süre okuyucuları

alıştırmak amacıyla, karikatürün altına yazısız ibaresi yerleştirilmiştir (Hünerli, 1993:69). Bildirici (2001), karikatürün konuşma balonlarının esaretine girdiğini ve bu yüzden çizginin karikatürün bir unsuru olmaktan çıktığını, hâkimiyetini yitirdiğini ifade etmektedir. Yazısız karikatürün en önemli unsurunun çizgi olduğunu ve çizgiyle mizah yapmanın karikatürün özü olduğunu savunmaktadır. Bildirici'ye (2001) göre açık ve basit olsa da çizgilerin ardında saklı olan mizahta barınan gerçeği anlamak için okuyucunun da biraz çaba sarf etmesi gerekmektedir. Çünkü "mizah, kolay yutulan hap değildir". Bu nedenle yazısız karikatürlerde baş gösteren konuşma balonlarına kesin bir tavırla karşı çıkmaktadır. Karikatürde yazının kullanılması çizgiyi geri plana itmiştir. Bildirici, karikatürlerde konuşma balonlarıyla birlikte artan yazı kullanımını 'televizyonların insanları okumaktan uzaklaştırıp bakıcı kitle haline getirmesi'ne benzetmektedir. Karikatürlerde yazının kullanılmasının yaygınlaşmasının insanları çizgiye yoğunlaşmaktan uzaklaştırıp "okuyup geçme alışkanlığı"nı yerleştirdiğini belirtmektedir.

Şenyapılı'ya göre (2003:11) çizgi sürekliliğin yanında, yalın bir kesinliğin de en etkili aracıdır. Çizgi desenin temeli, belkemiğidir, bu yüzden karikatürün özünü oluşturur. Çizgiler düz ve eğri oluşlarına göre durağanlık ve devingenlik etkisi yaratmakla kalmaz, bir araya getirilişlerine, bir arada düzenlenişlerine bağlı olarak duygulara da seslenebilirler. Karikatürist de sevincini, kederini, tasesını, korkularını, kaygılarını, coşkusunu, düş kırıklığını vb. görsel dille anlatmakta çizgilerden yararlanabilir. Çizgiler, hem doğada gözlediklerimizi hem de kimi tinsel kavramlara doğaya ilişkin gözlemlerden çıkışla yüklediğimiz anlamları andırmalarıyla önem kazanmaktadırlar. Çizgilerin kendine özgü bir dili vardır ve bu dil duygusal çağrışımlara yol açmaktadır.

Turhan Selçuk'a göre karikatürcü çizgiyle düşünen, söylemek istediğini çizgiyle ileten kişidir. Grafik çizgi mizahla yüklüdür ya da bu çizginin eğiliminde mizah vardır (Cumhuriyet, 11 Mart 2010). Yazısız karikatür yani grafik mizah, çizgi ile tüm anlatmak istenen aktarmakta, okuyucuya düşünme eylemine geçirmektedir. Yazısız karikatür okuyucuya, düşünerek çözümleme yapma olanağı sağlamakta ve olayların ya da konuların üzerinde dikkatle durmasını, değerlendirmesini sağlamaktadır.

1.4.4. Reklam Karikatürü

Reklam bir iletişim sürecidir. Reklamda çeşitli göstergeler kullanılır. Mesajın anlatımında kullanılan göstergelerden biri de karikatürdür. Reklamda karikatürün kullanımı yapılan iletişim sürecinde marka ile bütünlük sağlayacak bir mizahi anlatım yolunu seçmektir. Mizah ögesi olarak karikatürün kullanılmasının nedeni, toplumda artık karikatür görsellerinin benimsenmiş olması, komik öge olmasının yanısıra mizah ögesi olarak kabul görmesi ve bununla birlikte tüketici-müşteri nezdinde çekicilik ögesi olmasıdır (Fidan, 2007:138). Reklam karikatüründe amaç, müşterilerin çoğalmasını sağlamak için hoş bir hava yaratmaktır. Bu türde, gülmece deseninin semantik ve estetik yanlarına özeli bir önem verilmekte hemen hemen tüm iletişim ortamlarında kullanılmaktadır (Topuz, 1986:40).

Reklamda mizahi öge olan karikatür ile ürün, tüketicide daha net yer edinebilmekte, daha uzun süre akılda kalmakta ve satın alma kararı verildiğinde o anda mizahi öge satın almaya yönlendirebilmektedir (Fidan, 2007:142). Reklam karikatürlerine baktığımızda genellikle rakip firmaların ürünlerini kullanan tüketicinin gülünç duruma düşürüldüğü görülmektedir. Tüketicide rakip firmanın ürününü kullanan bir başka tüketicinin gülünç duruma düşebileceği imgesi yaratılmaktadır.

Reklam gülmececi, düzene ve otoriteye karşı çıkan türde bir gülmece değildir. İyimser ve sempattir. Amaç, müşterinin tutumunda olumlu bir değişiklik yaratmaktır (Fidan, 2007:146). Reklam için yapılan karikatürler hem gazete ve dergilerde hem de televizyonda yer almaktadır. Gazete, kitap, dergi, yıllık, broşür, el ilanı, televizyon reklamlarında sıkça kullanılmaktadır. Amerika'da, Fransa'da, Almanya'da sadece reklam karikatürü çizerek hayatını kazanan çizerler vardır. Dünyaca tanınmış ünlü karikatürcülerden Andre Çois, Paul Flora, Tomi Ungerer, Rolant Topor, Jean Michel gibi çizerler reklam karikatürü konusunda önde gelen isimlerdendir. Reklam için yapılan karikatürler daha çok basılı yayınlarda yer almaktadır (Özer, 1985:38).

Televizyonda, gazetede ve dergide reklamlarda karikatür kullanımı yaygınlaşmış, hatta karikatür kahramanları reklam yıldızlarına bile dönüşmüştür.

Reklam karikatürcülüğünün Türkiye’deki tarihine baktığımızda Çeviker (1997:331) Tanzimat dönemi mizah dergilerinde reklam karikatürcülüğünün olmadığını söylemektedir. Çeviker’e göre, II. Meşrutiyet döneminde *Karagöz* dergisinde Halit Naci ve Mehmet Baha’nın çizdiği birden çok reklam karikatürüne yer verilmiştir. Cemil Cem’in ilk iki sayfası reklama ayrılmış ve Abdülhamid’in yer aldığı karikatürde kolonya reklamı yapılmıştır. *Laklak* mizah dergisinde çizgili bir reklamın da bulunduğunu ifade eden Çeviker (1997:332) *Güteryüz* dergisinde de bir terzinin reklamının sıkça yapıldığını söylemektedir. Kurtuluş Savaşı sırasında da *Hakimiyet-i Milliye*’de bir lokanta reklamının yayınlandığını ifade eden Çeviker, reklam karikatürlerinin bir çoğunun birkaç dilden verildiğini ve dönemin usta hakkakları tarafından hazırlandığını belirtmektedir.

1980’lerde basında özellikle banka reklamları kitlelere, karikatür anlatımla sunulmuştur (Fidan, 2007:144). Reklam kampanyasında kullanılan ve en bilindik reklam karikatürü de aile planlamasıyla ilgili olan karikatürdür. Sırtında küfe olan baba ve küfe içindeki çocuklar insanların dikkatle baktığı reklamlar arasında bulunmaktadır. “Yapabildiğin kadar değil bakabildiğin kadar” sloganıyla verilen reklam karikatürü insanların zihninde yer etmiş, insanların tutumunda olumlu yönde değişiklik yapması amaçlanmıştır. Günümüzde ise, Süttaş reklamları buna en güzel örnektir. Çocuklarda süt içme alışkanlığını pekiştirmek amacıyla yapılan reklamlarda, ineklere kişilikler yüklenmekte, konuşturulmakta ürün cazibesi çocukların ve tüketicinin nezdinde arttırılmaktadır. Reklam karikatürlerinde kullanılan tiplerin başında kültürel bir öge olan Karagöz figürü de gelmektedir. Karagöz figürü özellikle Ramazan aylarında hemen hemen her sektörün başlıca figürü haline gelmiştir.

Reklam karikatürcülüğü, içinde barındırdığı mizahi öğelerle ürünün tüketiciye sempatik görünmesini sağlamakta ve dikkati komik ve mizahi öğelere yönlendirerek akılda kalıcılığı sağlamaktadır. Mizahın insanda uyandırdığı rahatlama eğilimi sayesinde reklam karikatürü tüketiciyi savunmasız hale getirmekte ve ürüne karşı olumlu düşünce yaratmaktadır. Reklam karikatürü sayesinde imaj, marka ve iletişim süreci akılda kalıcı hale gelmekte hatta tutumlarda değişikliğe yol açabilmektedir. Ürünün pazarlanabilmesi için en önemli araçlardan biri olan reklam, mizahın ve karikatürün

insanlarda uyandırdığı etkiden ve eğlence isteğinden önemli ölçüde yararlanmaktadır. Reklam karikatürleri etkisi geçici olduğu için güncel olmak durumundadır.

1.4.5. Gazete Karikatürü

Karikatür, yayılma olanağını matbaa ile birlikte yakalamıştır. Matbaanın bulunmasıyla biçimsel özellikleri de belirlemeye başlayan karikatür, bundan sonra da gazetelere girmeyi başarmıştır. Gazete karikatürü çizgisel olarak incelendiğinde, bu özelliği belirleyen ana unsurun, gazetenin basım tekniğiyle doğru orantıda olduğu görülmektedir (Hünerli, 1993:45).

XIX. yüzyıl ortalarında gazetelere düzenli olarak giren karikatür, fotoğrafın bulunmasıyla geliştirilen optik olarak hazırlanan klişelerle, çizgisel bir rahatlama içine girmiştir. Çizgili klişe, çizgili ve noktalı klişe, karikatür çizerinin yaratıcılıklarını geliştirmesine olanak tanımıştır (Topuz, 1986:50). Karikatür gazetelere girmeden önce de vardır ve gelişmesini gazete dışında da sürdürmüştür. Fakat yinede karikatürün çizim biçimlerini günümüze kadar hep gazete çizerleri belirlemiştir. Çünkü karikatürle ilk tanışma gazetelerle olmuştur (Baran, 2009:60).

Karikatürist Turhan Selçuk (1979:12), gazete karikatürü konusunda şunları söylemektedir: “Çoğu kez olayların içinde, yönelişinde mizahi bir eğilim, mizahi bir unsur, mizahi bir çelişki bulup çıkarmak olasıdır ve bunu uğraş edinmiş kişiler için kolaydır. Bu mizahi eğilim ya da çelişkiyi yakaladıktan sonra çizgilemek de yeterlidir. Ama bu yol, daha çok her gün bir konu ile okuyucu karşısına çıkmak zorunda olan çizerlerin çoğunlukla seçtiği kolay yoldur. Benim sevdiğim yol, kendine özgü dünyası ve bakış açısı içinde insanları, olayları bir düşünür, bir psikolog, bir felsefeci, bir eleştirici gibi izlemek, incelemek, irdelemek, kendi gerçekçi ve devrimci dünya görüşü doğrultusunda bir sonuca vardıktan sonra, kişileri olumlu ve doğru olana yöneltecek eleştiriye sunarken, mizahi fikrini ve söylediğini sarsıcı, etkileyici, vurucu bir şekilde çizgiye dönüştürmektir. Zor olan da budur”.

Türkiye’de karikatür basılı kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasına koşut olarak gelişmiştir. Tanzimat’ı izleyen yıllarda gazete ve dergilerin çoğalması, baskı tekniklerindeki ilerlemeler, grafik sanatlarından yararlanmayı da birlikte getirmiş, gaze-

telerde, dergilerde, haberleri anlatan ya da destekleyen çizimler, resimleme çalışmaları görülmeye başlamıştır. Bir süre sonra bu anlatım biçimlerinden eğlendirme amacıyla yararlanma düşüncesi ortaya çıkmış, bu da eleştirel gülmeceye giden yolu açmıştır. Bilinen en eski Türk karikatürü 1867 yılında adı daha sonra *İstanbul* olan *Ayine-i Vatan* gazetesinde çıkmıştır. Teodor Kasap 1869'da ilk Türk gülmece dergisi olan *Diyojen*'i yayınlamış, karikatürlerini de kendisi çizmiştir. 1928'de yeni Türk alfabesinin benimsenmesi kısa süre içinde okur yazar sayısını çoğaltmış, basın yayın yaşamında önemli bir canlanmaya yol açmıştır. Gazete ve dergilerin çoğalmasıyla birlikte karikatür de günlük gazetelere girmiştir. Karikatürün gündelik olmaya başlamasıyla çizgiyle iletilen bir anlatım oluşmaya başlamıştır. Çizim düzeyindeki gelişmelerin en önemlisi Batı karikatüründen alınmış simgelerin kullanılmasıdır. Yazı bu dönemde gülmeceyi ileten en önemli öğedir. Karikatür çoğu kez resimlendirilmiş bir fıkra olarak ele alınmaktadır (Alsaç, 1994:25-26). Topuz'a göre (1997:238), gazete karikatürü günlük olaylar ve siyasal gelişmeler üzerine karikatüristin yorumudur. Topuz, gazete karikatürçüsünün tarih yazarı olduğunu belirterek dönemin olaylarını, siyasal entrikaları, yolsuzlukları gençliğin savaşımını, işkence olaylarını ve direnişleri tarihe geçirdiklerini söylemektedir.

Cumhuriyet'in ilk yıllarında gazetelerde dikkat çeken karikatürler hem güncelliğin yakalanabildiği bir görsel unsur, hem toplumsal eleştiri, hem de mizahın ana kaynaklarından biri durumundadır. Tiraj kaybeden gazetelerin okuyucularına sundukları bir yenilik olan karikatür bu dönemde birinci sayfada yerini almıştır. Dönemin gazetelerinde çizgileri yayınlanan başlıca karikatüristler Münif Fehim, Cemal Nadir, Ramiz ve zaman zaman da Abidin Dino'dur. Cemal Nadir *Akşam*'ın, Ramiz de *Cumhuriyet*'in sürekli çizerleridir. Her iki gazete de birinci sayfalarının sol alt köşelerinde güncel karikatürler yayınlamıştır. Ayrıca, *Akşam*, iç sayfalarında Cemal Nadir'in "Amcabey" bant karikatürüne sürekli yer vermiştir. Dönemin sonlarına doğru Zahir Güvemli, *İkdam* ve *Vakit*'te yayınlanan karikatürleriyle dikkat çekmektedir (Altun, 2009:107). Topuz (1997:237) 1950'li yıllarda Türk karikatüründe başını Turhan Selçuk'un çektiği grafik mizahı ekolü döneme damgasını vurmuş, karikatürde yenileşme hareketi başlamıştır. Çizgiyle mizah anlayışı ilk olarak gazete karikatüründe denenmiştir (Topuz, 1997:238). 1950 kuşağı olarak bilinen genç karikatürçüler

yapıtlarından gülmeceye katkısı olmayan her türlü ayrıntıyı ve anlatımları çıkarmışlardır (Alsaç, 1994:28). 1960'lı yıllarda karikatür bir duraklama dönemine girmiştir. Gülmece dergilerinin sayısı azalmış, niteliği düşmüştür. 1960'dan sonra karikatürde duraklamaya yol açan nedenlerin başında karikatürün giderek soyut bir grafik sanat görünümüne bürünmesi, anlatacaklarını karmaşık simgeler ve çizim teknikleriyle iletmesi olmuştur. Çizerler toplumsal sorunları dile getiren yapıtlara ağırlık vermişler, karamsar bir gülmeceye olgu ve olay resimlemeciliğine dönüşmüştür. Bu yaklaşım geniş izleyici kesim tarafından tutulmamıştır. 1970'li yıllarda ise başını Oğuz Aral'ın çektiği bir yenileşme hareketi ortaya çıkmıştır. Bu dönemde yayınlanan karikatürlerde soyut simgeler ve anlatımlardan uzaklaşmış, çizgi romana özgü bir takım özelliklerden yararlanılmaya başlanmıştır. Alt yazılar kalkmış, konuşma ve düşünce balonlar içine alınarak çizime katılmıştır.

Yakın siyasi tarihimize ışık tutan diğer bir mizah türü de Bizimcity'dir ve 1992 yılından beri Sabah gazetesinde, 1993 yılından itibaren de ATV ana haber bülteni içinde izleyicilere sunulmaktadır. Bizimcity'deki karikatür anlayışı daha önceki dönemin Türk karikatür anlayışı ile belirgin farklılıklar göstermektedir. Daha öncelerin yalın çizgili, az sözü, az yazılı, çok sembolik anlatımlı karikatür anlayışı Bizimcity'de yerini detaylı çizimlere, kalabalık arka planlara, bol yazıya, bir sürü konuşma balonuna bırakmaktadır (Memecan, 1996:1442). Bizimcity'de siyah beyaz politik karikatürlerin yerine renkli karikatürler yer almaktadır. Karikatürün geldiği son nokta olarak değerlendirebileceğimiz Bizimcity, elle çizildikten sonra bilgisayar ortamında renklendirilmektedir. Artık karikatürler gazete sayfaları ve dergilerden çıkıp televizyona yerleşmiştir. Bizimcity ile birlikte karikatürler, en etkili kitle iletişim araçlarından olan televizyonda bir tür olarak yer almaya başlamıştır.

1.5. KARİKATÜR VE MİZAHIN TÜRKİYE’DEKİ GELİŞİMİ

Halk gülmecesinin ve halktan yana gülmecenin örneklerini incelediğimizde, gülmecenin toplumun belli dönemlerinde belirli koşullar içinde olduğu görülmektedir (Nesin, 2001:43). Anadolu’nun ilk çağlardan bu yana bir çok medeniyete ev sahipliği yapmış olması sözlü ve yazılı edebiyatın farklı biçimler ve koşullar tarafından biçimlenmesine neden olmuştur. Anadolu’da toplumların yaşayış şekillerinden edebi ürünlerine, hukuk anlayışlarından adet, gelenek ve göreneklerine kadar zengin bir çeşitliliği içinde barındırdığı söylenebilir. Gülmece ve mizahın tarihin değişik dönemlerinde değişik şekillerde ortaya çıktığı görülmektedir. Bu çalışmada karikatürün ve mizahın Türkiye’deki gelişimi Antik Anadolu, Selçuklu Osmanlı, Kurtuluş Savaşı ve Cumhuriyet Sonrası dönem başlıkları altında ele alınmıştır.

1.5.1. Antik Anadolu Dönemi

Geçmişten bugüne Anadolu değişik kültürlerin beşiği olmuş buna bağlı olarak da zengin bir kültüre ve mizah birikimine sahip olmuştur. Anadolu mizahında karşımıza çıkan en eski motifler “Hitit” dönemini işaret etmektedir. Hititlerde, “Purulli” törenleri, bol ürünü karşılama şenlikleri olarak, mizahın en eski biçimlerini sergilemektedir. İlbaharda yapılan ve ürün sevincini işaret eden bu eğlenceler, sınırsız bir şenliğin, dünyada bilinen en eski örnekleridir. Bu çılginca eğlenişler, içki içişler, her türlü bağırsızlık, Anadolu mizahının en eski kaynakları sayılabilir (Öngören, 1983:51).

Eyuboğlu (1977:14-17) gülmenin yurdunun Anadolu olduğunu belirtmektedir. Hitit döneminden sonra karşılaşılan mizah motifleri Diyanizos ile ilişkilidir. Diyanizos Eski Roma’da bağların ve kırsal ürünlerin koruyucusu olarak tanınır (Topuz, 1997:21). Diğer tanrılarca deli edilen tanrı Diyanizos’un, bugünkü Ankara yöresinde iyileştirildiği, kendisine bağ ekiminin öğretildiği ve Grek’e yeniden geri döndüğü ifade edilmektedir. Divan şiirinin “Cam-ı Cem” motifindeki “Cem” de Diyanizos ile bağlantılıdır. Ayrıca, Frigya Kralı “Midas”ın eşek kulakları ve her tuttuğunun altın olması sonucu, açlıktan ölme tehlikesi geçirmesi, mizah motifleri taşımaktadır (Öngören, 1983:51).

Anadolu mizahının antik dönemi tanıtılırken, önemli bir kişilik olarak karşımıza “Ezop” çıkmaktadır. Ezop Anadolu olduğu halde Batı mizahına kaynaklık etmiştir (Öngören, 1983:52). Hayvanların başından geçen olayları anlatan, insanları ders vermek amacı güden masallarıyla tanınan Ezop, M.Ö. VI. yüzyılda Frigya’da doğmuştur. Ezop masalları, önceleri manzum olarak anlatılmış, daha sonra yazıya geçirilmiş didaktik ürünlerdir. Bu masallar, insanları toplumsal düzen içinde mutlu yaşama yollarını göstermeye çalışır, ahlaki değerleri benimsetme amacı güder. Fabl türünün kurucusu olarak anılan Ezop, bir halk ozanı görevi de görerek toplumun belleğinde birikmiş olan anlatılarla birlikte kendi deneyimlerini ve gözlemlerini de dile getirmiştir (Derdiyok, 2003).

1.5.2. Selçuklu Dönemi

Selçuklu mizahı, Anadolu aşiret kültürünün bütün mizah çeşitlemelerine işaret etmektedir ve kendisine özgü bir Selçuklu mizahından söz edilebilir. Masal, tekerleme, bulmaca, fıkra, şiir, hikaye gibi çeşitlemeleri ile Selçuklu mizahı saf bir yapı taşımaktadır. Bu mizaha sarayın ve tarikatların sahip çıkmaması onun ayırıcı başlıca niteliği gibidir. Selçuklu mizahı, Osmanlı döneminde de halk arasında etkin biçimde varlığını sürdürebilmiştir. Dede Korkut masallarında beliren mizah, Keloğlan Masalları, bir de Nasrettin Hoca fıkraları, Selçuklu mizahının başlıca örnekleridir (Öngören, 1983:55).

Selçuklu dönemi halk edebiyatında, toplumsal ve siyasal yaşamın izlerini açık bir şekilde görmek mümkündür. O dönem Türk insanının sorunlarını, düzenin bozukluklarını, yoksulluğunu alaya alan, insanı gülümseten ozan ve yazarlar yetişmiştir. Daha çok din ve tarikat konularını işleyen ozanlar vardır. Türk halk edebiyatında özellikle taşlamalar, yeren, kötöleyen ve alay eden özellikleriyle dikkat çekmektedir. Güldürürken iğnelemektedirler. Anonim Türk Halk Edebiyatı, halkın ortak malı olarak doğmuştur ve maniler, türküler, atasözleri, bilmeceler, masallar, halk öyküleri, Karagöz-Hacivat, Orta Oyunu da bu edebiyatın ürünleri arasında yer almaktadır (Özcan, 2002:39-40).

Dede Korkut hikayeleri Oğuz Beyleri’nin gerçek hikayelerini dile getirmiştir. Oğuz Beylerinin yaşantılarını dile getiren gerçek halk hikayelerinin derlemesi olan

Dede Korkut masalları zengin bir mizah içeriğine sahiptir. Tek tanrılı dine geçmenin halk içinde yarattığı etkileri konu edinen Deli Dumrul hikayeleri, Karagöz'ün ortaya çıkışında da etken olmuştur. Dede Korkut masallarındaki Deli Dumrul Azrail'e kafa tutuşuyla, Tanrı ile aracısız konuşmak için ölüm meleğinin aradan çekilmesi isteğinde direnmesiyle halk fıkralarının Bektaşî'sini andırır. Dede Korkut masallarında gerçek üstü yaratıklar yer almakta toplumsal yaşamdaki kurallar töre ile uygulanmaktadır. Dede Korkut törenin yaptırım gücünde etkilidir. Bir diğer örnek de Keloğlan hikayeleridir. Saray-aşiret çatışmaları, başkaldırıları, yarı destansı bir dille Keloğlan hikayelerine konu olmuş ve güzel bir biçimde özetlenmiştir. Keloğlan'ın çarpıştığı tipler genelde saray çevresidir. Dede Korkut'ta olduğu gibi töreler artık söz konusu değildir. Keloğlan masallarındaki gerçekçilik Dede Korkut'ta olduğundan daha azdır. Canavarları, kötülerini bilek gücüyle değil, akıl, kurnazlık ve zeka ile yenmektedir; en büyük mizahi durum ise bu olaylar içinde gizlidir. Selçuklu Anadolu mizahın bütün öğelerini en uç noktalarına kadar yaşamış ve yaşatmıştır.

Selçuklu'nun son dönemlerine doğru çok zengin bir aydın kesim ortaya çıkmıştır. Hacı Bektaş Veli, Ahi Evren, Hacı Bayram, Mevlana, Taptuk Emre ve Yunus Emre gibi pek çok yol gösterici halkı örgütlemiş ve geliştirmiştir. Selçuklu döneminde fıkralarıyla, hikâyeleriyle ön plana çıkan isim Nasreddin Hoca olmuştur. Akilment veya Danişment diye adlandırılan ve her dara düşüldüğünde başvurulan Nasreddin Hoca, yerleşik düzene geçildiğinde bir zamanlar örnek teşkil olduğu halkı gibi zamana ayak uyduramayıp cahil kaldığı bir dönemde mizahi bir tablonun ortaya çıkmasına sebep olmuştur (Güneri, 2008:58). Boratav (1996:38) Nasreddin Hoca'nın yaşamış bir kişi olarak bilinse de zamanla tek bir kişi olmaktan çıkarak, kurgusal bir kişilik kazandığını söylemektedir. Boratav; toplumun, birçok olayı Hoca yaşamamış olsa da, onun basından geçmiş gibi gösterdiğini, böylece Nasrettin Hoca'nın, yayıldığı bütün sahaların kültürel gelişimi içinde, her şekilde giren farklı Nasrettin Hocaları temsil eder duruma geldiğini ileri sürmektedir. Nesin'e (2001:48) göre, Nasrettin Hoca, halkın, yerine getirilemeyen başkaldırma isteklerini, gülmece alay yoluyla yerine getiren ve böylece halkın en zor koşullar altında bile yaşayabilmesi içinin boşalıp rahatlamasını sağlayan bir semboldür. Nesin, Nasrettin Hoca'nın Selçukluların yıkılış, devriliş döneminin çürümüş ve tortulaşmış kötülükler ortamından doğduğunu ve

halkın yaşama direncini ve gücünü ayakta tuttuğunu söyler. Hoca, sadece ezenlerle alay etmekle yetinmemiş, ezilen halkın da ikiyüzlülüğünü, sahteciliği ve korkaklığıyla da alay etmiştir. Meddah teması ise bu dönemin önemli mizah üstadıdır. En ciddi mevzuları nüktelerle anlattığı vakaların şahıslarını oyun içinde taklit ve tarif etmiştir. Meddah dönemin sözlü-sesli-taklitli bir mizah dergisidir. Meddahı takip eden diğer mizah üstatları ise Karagöz ile Hacivat'tır. Türk esprisi ile örülü olan Karagöz, Türklüğe has tiplerleriyle Selçuklu mizahının en önemli taşıyıcılarından. Dost bildiği herkese evinin kapısını olduğu gibi, ruhunun her köşesini de açar. Nükteleri suni, yapmacık, halka dert çıkartan, iki yüzlü, dalkavuk, menfaatçi kişi ve kuruluşları hedef tutmaktadır. Özgürlüğe aşiktir, tevazu ve özverilik temel felsefesidir. Toplumun ekonomik ve sosyal yaralarını bilir, güldürür, fakat güldürürken düşündürür, güldürürken gülünç olmaz. Nükteleri acı alay, bugünkü değimiyle kara mizahtır. Hacivat ise okumuş yazmış, Osmanlı aydınını temsil etmektedir (Kutay, 1998:17).

Selçuklu mizahının tüm halka mal olduğu rahatlıkla söylenebilir. Selçuklu mizahı, gerçekdışı öğelerle doludur. Selçuklu mizahının toplumsal ilişkisi, kandırma, kandırılma, saflık, şaşırma, bilememe çevresinde yoğunlaşmışken, eğlence boyutu ve hoşgörü düzeyi son derece yüksektir (Güneri, 2008: 58).

1.5.3. Osmanlı Dönemi

Karikatürün tarihi Türkiye'de Batı'dakine benzer bir gelişim göstermektedir. Basımevinin kurulmasından bir süre sonra yayınlanmaya başlayan gazete ve dergiler zamanla örnek aldıkları Batı gazeteleri ve dergileri gibi resimler basmışlardır. Fotoğrafın olmadığı dönemlerde elle yapılan bu çizimlerin kullanılmaya başlanması, onun doğal uzantısı olan çizgiyle mizaha yol açmıştır. Bir süre sonra da karikatür, toplumsal ve özellikle de siyasal eleştiri amacıyla kullanılabilir bir araç olarak varlığını sürdürmüştür. Türkiye'de karikatürün tarihi, Türkiye tarihiyle paralellik göstermektedir. Özellikle geçiş dönemlerinde ve siyasal çalkantıların fazlaştığı yıllarda karikatür bir mücadele aracı olarak ön plana çıkmıştır. Bugünkü biçimiyle karikatür Batı etkisi altındaki sanatlardan sayılmaktadır. Gene de bu sanatlardan Türkiye'ye en az yabancı olan bir sanat türü karikatürdür. Çizgiye dayanan anlatımı minyatürden

çarşı ressamlarının yapıtlarına kadar uzanan bir çizim geleneğine dayanmaktadır (Arık, 2002:238-239).

Osmanlı mizahı, imparatorluğun matbaa ve basın öncesi bütün mizah çeşitlerini içine almaktadır. Osmanlı mizahı bir Ortaçağ mizahıdır³ ve bütün Ortaçağ ilgileri gibi, birtakım lonca örgütlenmeleri içinde gelişmiştir. Ayrıca her lonca, Osmanlı'da kendisini belli bir tarikata bağlamıştır. Tarikatlar belli bir dünya görüşünün okulu, yayıcısı, siyasi iktidara yönelmiş bir örgütlenişi olarak, günümüzün hem üniversitelerini hem de siyasi partilerini karşılamaktadır. Tarikatlar, bu yönleri ile bütün Osmanlı kültür hayatını, bu arada mizahını da yönlendirmiştir (Öngören, 1983:63).

Osmanlı mizahına damgasını vurmuş olan Karagöz oyunlarının loncası, İstanbul'da Kasımpaşa'dadır ve bu gösteriler başından beri Nakşibendi tarikatının güdümü altında bulunmuştur. Bektaşilik, Sünni tarikatlar yanında gerek edebiyat, sanat gerekse mizah alanında apayrı üsluplar geliştirmesini bilmiştir. Sözelimi, Bektaşilik, yaygın bir hiciv ve mizah geleneğinin yaratılmasına önayak olmuştur. Ünlü Bektaşî fıkraları bu sosyal örgütlenişin en bilinen örnekleridir (Öngören, 1983:63).

Ancak Tanzimat, İstibdat ve Meşrutiyet döneminde karikatür ile siyasi iktidarın arası hep mesafeli olmuştur. Siyasi fraksiyonlar, iktidara gelinceye kadar mizaha destek vermiştir ama iktidar olduklarında mizahı köşesine çekilmeye zorlamışlardır (Arık, 2002:242). Ortaya çıktığı Avrupa'da, basının gelişmesiyle yaygınlaşan, değişen ve yeni bir hale bürünen karikatürün Türkiye'ye girişi Tanzimat döneminde gerçekleşmiştir. Ermeni tebaanın ana dillerinde yayınladıkları *Meğu* (1856) dergisiyle başlayan mizah yayıncılığı yine Ermeni tebaanın yayınladıkları dergilerdeki Ermenice karikatürlerle gelişimini sürdürmüştür (Kayış, 2009:15). Tanzimatı izleyen yıllar-

³ Ortaçağda, kiliseyi ve kralı alaya alan masallar, öyküler, şenliklerde öykü anlatanlar, hokkabazlar ve gezginler cinsel değinileri olan mizah türünü yaygınlaştırmıştır (Güler, 2010:174). Ortaçağ kilise yaşamını *Gülün Adı* romanında anlatan Umberto Eco (1999:168) gülme ile ilgili ilginç bir takım bilgiler vermektedir. Engizisyon'nun gülmenin korkuyu öldürdüğünü, korku olmadan inancında olmayacağını, şeytan korkusu olmadan Tanrı'ya ihtiyaç kalmayacağını bu yüzden gülmenin şeytani olduğu düşüncesi içerisinde olduğunu ifade etmektedir. Ortaçağ'da kilise gölgesinde mizah gelişme gösterememiştir. Çünkü kilise gülmeyi şeytan işi olarak kabul etmiş, mizahı tamamen yasaklamıştır. Ortaçağ'da yaşayan sanatçılar yergiyi kullanarak haksızlık yapanları alaya alan öyküleri yazmışlardır. Öykücüler yazdıkları yapıtlara gülmece öğeleri katarak onları yerden yere vurmasını bilmişlerdir. Mizah Ortaçağ Avrupa'sında belli kesimlerde gelişim göstermiş, mizah ürünlerini gizlice halka ulaştırmışlardır.

da gazete ve dergilerin çoğalması, baskı tekniklerindeki ilerlemeler, grafik sanatlarından yararlanmayı da birlikte getirmiştir. Gazetelerde, dergilerde, haberleri anlatan ya da destekleyen çizimler, resimleme çalışmaları görülmeye başlamıştır. Bir süre sonra bu anlatım biçimlerinden eğlendirme amacıyla yararlanma düşüncesi ortaya çıkmış, bu da eleştirel gülmeceye giden yolu açmıştır (Alsaç, 1994:24).

Osmanlı'da Meşrutiyet dönemi mizahı üzerinde daha ayrıntılı durmak gerekir. Meşrutiyet mizahı da bir imparatorluk mizahıdır (Öngören, 1983:73). Fakat önemli iki özelliği vardır. Bunlar sözlü mizahtan yazılı, basılı mizaha geçiş ve Meşrutiyet yönetimiyle birlikte mizahtaki rolün tarikatlardan çıkıp partilere geçmesidir (Hünerli, 1993:12). Meşrutiyet, mizahta köklü değişikliklere neden olmuş, ancak kendi geleneklerini yaratacak zaman bulamadan bütün günlerini savaş içinde geçirmiştir (Öngören, 1983:73).

Meşrutiyet döneminde geleneksel Osmanlı mizahı örnekleri ile Batılı mizah örnekleri bir arada görünmektedirler. Osmanlıda ilkin bir aydın mizahı olarak başlayan Karagöz, Meddah ve Ortaoyunu Meşrutiyet günlerinde bir halk eğlencesi durumuna gelmiştir. Aydın kesiminin mizahı olarak, Batılı anlamdaki mizah dergileri ile eğlenceleri, komedileri ve kantoları olmuştur. Meşrutiyet, bu görünüşü ile mizaha bir geçiş dönemi sayılabilir. Meşrutiyet mizahı, savaşların ve yenilgilerin içinde, acı ve buruk bir mizah olmuştur. (Öngören, 1983:73). Türk basınında karikatür ilk defa 1867'de yayın hayatına atılan ve aynı yıl Ali Paşa tarafından kapatılan *İstanbul* gazetesinde görülmüştür (Gökçe, 2008:76).

İlk mizah dergisi *Terakki* gazetesinin eki olarak verilmeye başlanmıştır (Hünerli, 1993:12). 1868 yılında *Letaif-i Asar* isimli *Terakki* gazetesinin bu haftalık özel sayısı ilk mizah dergisi olarak işaretlense de Türk basın tarihinde mizah, genellikle *Diyojen* ile başlatılmaktadır (İnuğur, 2002:245).

İstanbul'da Teodor Kasap tarafından önceleri Fransızca ve Rumca bir mizah dergisi olarak yayımlanan *Diyojen*, 1870'de de Türkçe olarak çıkmıştır. Dergi başlangıçta dört sayfa olarak haftada bir defa Perşembe günleri, 23. sayıdan başlayarak haftada iki kez, 148. sayıdan sonra da haftada üç kez yayımlanmıştır. Daha sonra

derginin Ermenice nüshası da basılmıştır. Teodor Kasap, ilk sayıdan başlayarak yayın hayatına son verildiği 183. sayıya kadarki tüm nüshalarında “*Diyojen*” logosunun altına, ünlü filozof *Diyojen*’in İskender’e söylediği: “Gölge etme başka ihsan istemem” söylemine yer vererek siyasal iktidara, besleme basınının rağbet gördüğü bir ortamda basın özgürlüğüne müdahale etmemesi mesajını vermiştir (Çakır, 2006:163).

Diyojen adlı bu mizah dergisi, büyük ilgi toplamış, geniş tepkilere yol açmış, hatta mizahın yasaklanması için kanun tekliflerinin Meclis’te görüşülmesine neden olmuştur. *Diyojen*’le başlayan yazılı mizah hareketi, giderek Birinci Meşrutiyet’in ilanını gerektiren politik olayların bir parçası durumuna gelebilmiştir (Öngören, 1983:73).

Dergide işlenen konular arasında büyük bir çoğunluğu, dönemin siyasi ve sosyal olayları oluşturmaktadır. Mizahi bir üslupla hükümetin yanlışlıkları, suistimalleri, dış ve iç siyasetteki beceriksizlikleri ele alınmıştır. Yayın süresi boyunca üç karikatür basan *Diyojen*, üç kez geçici olarak kapatılmıştır. İlki 4. sayısında İran Şahı’nın Kerbela gezisini konu alan bir yazıdan dolayı bir buçuk ay, daha sonra 15 gün, 121. sayısında edebe aykırı fıkralar ile 123. sayısında hükümeti küçük düşürücü yayınından dolayı 2 ay kapatılmıştır. Son sayılarındaki siyasal içerikli mizah yazıları nedeniyle de 9 Ocak 1873 tarihli 183. sayısından sonra yönetimce yayın hayatına son verilmiştir (Çakır, 2006:164). *Diyojen*, basın tarihimizde tam anlamıyla siyasi mizah gazetesi olarak anılmaktadır. Kapatılmasının nedeni, tanınmış ünlü kimselerin ağzından uydurma mizahi mektuplar yayınlamasıdır (İnuğur, 2002:246).

Diyojen bu süre içinde Türk basınında gülmecenin temellerini atmıştır. Gazetede taşlamaların çoğu, nazırların iç ve dış politikada gösterdikleri beceriksizliğe ve devlet işlerine yönelik olduğu için, hükümet *Diyojen*’e hoşgörü ile bakmamıştır. Nazırlar ve yöneticiler *Diyojen*’den korkmuşlar, taşlamaları ve eleştirmeleri hazmedememişlerdir. *Diyojen* devlet adamları arasında gülmece düşmanlığı yaratan ilk gazete olmuştur (Topuz, 1997:212).

Bu arada başka mizah dergileri de yayınlanmıştır ve genellikle bu mizah dergileri Rum ve Ermeni vatandaşlar tarafından çıkartılmışlardır (Hünerli, 1993:13). Birinci Meşrutiyet öncesi yayınlanan mizah dergileri, *Diyojen*’den sonra, *Hayal*, *Çıngı-*

raklı Tatar, Latife ve Kamer dergileri, *Şafak ve Kahkaha* dergileri, *Geveze ve Meddah, Çaylak* dergisidir (Öngören, 1983:74). *Diyojen*'den sonra en kuvvetli mizah gazetelerinden biri olan *Hayal*'i de 30 Ekim 1873'de Teodor Kasap çıkarmıştır. Haftada üç gün çıkmak üzere yayınlanan *Hayal* gazetesi de *Diyojen* gibi bir çok konuları mizah yoluyla eleştirmiş ve bu alanda çok başarılı olmuştur (İnuğur, 2002:246). Teodor Kasap, *Diyojen*'in kapatıldığı sıralarda 3 Nisan 1873'te *Çingiraklı Tatar* adıyla yeni bir gülmece gazetesi çıkarmıştır. Bu gazete uzun ömürlü olmamıştır (Topuz, 1997:212). Bir Türk tarafından çıkarılan ilk mizah dergisi *Çaylak*'tır. Dergi, Çaylak Tevfik Bey tarafından çıkarılmıştır. *Çaylak*'tan sonra daha başka dergiler de yayınlanmıştır (Özer, 1985:16).

Birinci Meşrutiyet'i, Abdülhamid'in 32 yıllık mutlak yönetimi takip etmiştir. Bu dönemde, Batı örneği mizah dergileri 1908 yılına dek susacaklar, çıkamayacaklardır. Abdülhamid günlerinde Osmanlı mizah örnekleri yeni bir canlılık kazanmıştır (Öngören, 1983:74). Hükümet gülmece ve yergi gazetelerinden hiç hoşlanmamıştır (Topuz, 1997:213). 1908 yılında II. Meşrutiyet'in ilanı ile birlikte mizah dergilerinde büyük bir patlama olmuştur. Birdenbire otuzbeş kadar mizah dergisi yayımlanmaya başlamıştır. Bu dergilerin bir kısmı eski geleneği sürdürmüştür ve yayımcıları yine gayrimüslimlerdir. Bir kısmını Türkler çıkartmıştır. Ama asıl önemlisi dönemin batı kalıpları ve kalitesi içindeki *Kalem* ve *Cem* gibi dergilerdir (Hünerli, 1993:13). 1908'de ve onu izleyen yıllarda İstanbul'da sayısız gülmece gazetesi yayınlanır: *Davul, Dalkavuk, Çekirge, Falaka, Boşboğaz, Eşref, Züğürt, Cadaloz, Adam Sen de, Eşşek, Kibar, Malum, El Üfürük, Karagöz, Püsküllü Bela, Curcuna, Coşkun Kalemler, Yuha, Laklak, Kalem ve Cem, Kalem* o yılların en çok etki uyandıran dergileri olmuştur (Topuz, 1997:218-219).

Cemil Cem II. Meşrutiyet yıllarının karikatüre damgasını vuran ismidir. 1910'da *Cem Dergisi*'ni kurmuş ve sosyal, siyasal konular üzerinden dönemin ünlü isimlerini çizmiştir. Türk mizahına ve karikatürüne yepyeni bir tarz ve hava getirmiştir. (Topuz,1997:219). Özellikle *Kalem* ve *Cem* dergileri Batı anlayışındaki karikatürlere yer vermiştir. *Kalem* ve *Cem* dergisinin yarısı Fransızca, yarısı eski Türkçe olarak basılmıştır. Her iki derginin de çizeri Cemil Cem'dir. Dergiler tipik bir salon

dergisidir ve aydın çevreler tarafından tutulmuştur. *Kalem* ve *Cem*'de yabancı çizerlerden örnekler, Fransızlardan kısa hikayeler ve makaleler yer almıştır (Derman,1984:72). 1928 yılında ise Havuz-Yavuz davası⁴ ile ilgili bir karikatür yüzünden *Cem* bir daha yayımlanmamak üzere kapatılmıştır (Topuz,1997:219).

İkinci Meşrutiyet döneminin en önemli gülmece gazetelerinden biri de *Karagöz*'dür (1908-1935). *Karagöz*'ün kurucusu ilk Türk karikatürcüsü olarak bilinen Ali Fuat Bey'dir. Ali Fuat Bey, *Hayal*, *Çaylak* ve *Kahkaha* gazetelerinde de çizmiştir. 1908'de İkinci Meşrutiyet ilan edilince Ali Fuat Bey *Karagöz* gazetesini çıkartmıştır (Topuz, 1997:219). Ali Fuat Bey, *Karagöz*'de ancak bir yıl kadar karikatür çizebilmiştir. Kendisinden sonra *Karagöz*'ü önce Burhan Cahit Morkaya çıkartmış, sonra da Orhan Seyfi Orhon ve Sedat Simavi, bu yayını çıkartmaya devam etmişlerdir. 1935 yılında kapanan *Karagöz*, 2803 sayı yayımlanmıştır (Topuz, 1997:219).

Meşrutiyet döneminin en önemli özelliği ise Batılı gazetelerin ve dergilerin Osmanlı'da yaşanan siyasi gelişmeleri haberlerinde ve karikatürlerinde sıkça yer vermesidir. Batılı karikatürcüler, II. Abdülhamid'i ve Osmanlı Devleti'ni negatif olaylar ve vurgular taşıyan kurgu içinde ele almışlar ve gündeme getirmişlerdir. Bu olaylar, esas itibariyle Osmanlı Devleti'ni olumsuz yönde etkileyen dönemin savaş ve isyanları ve bunlarla alakalı gelişmelerdir. Bu olayların başlıcaları: 1877-1878 Rus, 1897 Yunan Savaşları, Girit, Ermeni ve Makedonya hadiseleridir. Bunlarla alakalı ya doğrudan ya da dolaylı karikatürler çoğunluğu oluşturmaktadır (Alkan, 2006: 317). Meşrutiyet döneminde ikinci kez doğan Türk karikatürü, Avrupa'da yaşamış kimi karikatürcüler ile Avrupa'dan ithal edilmiş yabancı karikatürcülerin büyük katkılarıyla modern bir kimlik kazanmıştır (Çeviker, 1991:47-48).

⁴ Cebelibereket (Osmaniye) Milletvekili ve Bahriye eski Bakanı İhsan Bey (Eryavuz) hakkında, Yavuz Zırhlısı'nın onarımında yolsuzluk yaptığı iddiasıyla, Başbakan İsmet İnönü'nün Malatya Milletvekili sıfatıyla 18 Aralık 1927'de verdiği önerge doğrultusunda, 24 Aralık 1927 tarihinde Meclis Soruşturma Komisyonu kuruldu. "Yavuz-Havuz Olayı" olarak bilinen bu olay nedeniyle Bahriye eski Bakanı İhsan Bey, 26 Ocak 1928'de dokunulmazlığı kaldırılarak Divanı Ali'ye (Yüce Divan) sevk edildi. Ertuğrul (Bilecik) Milletvekili Dr. Fikret (Onuralp) de aynı olay nedeniyle Divanı Ali'ye gönderildi. Divanı Ali'deki ilk duruşma 5 Şubat 1928 tarihinde yapıldı. Divanı Ali, 16 Nisan 1928'de davayı sonuçlandırdı ve Bahriye eski Bakanı İhsan Bey'i (Eryavuz) "görevi kötüye kullanmak ve rüşvet alma girişiminden" 2 yıl ağır hapis ve 2 yıl memuriyetten men cezasına, Dr. Fikret'i (Onuralp) "dolandırıcılıktan" 4 ay hapis ve 100 lira ağır para cezasına çarptırdı. Bu karar, Yüce Divanın Cumhuriyet Döneminde verdiği ilk mahkumiyet kararı oldu (Gençosman, 1976:61).

1.5.4. Kurtuluş Savaşı Dönemi

Savaş gibi olağanüstü durumlarda verilen eserler, ortaya konulan yayın faaliyetleri ayrı bir anlama ve fonksiyona sahiptir. Bu dönemdeki yayın çalışmaları şartlar gereği bir propagandanın parçası durumundadır. Toplumun savaş karşısındaki tutumunu ülke yararına olmak üzere şekillendirmeyi, ülkeyi tehdit eden düşmana karşı ortak bir şuur ve davranış tarzı oluşturmaya yönelik bu faaliyetlerin vatan savunmasında önemli rolleri bulunmaktadır. Geçmişte ve bugün her ülke devlet destekli olarak olağanüstü durumlarda gerek edebiyat hayatını gerekse basın faaliyetlerini bu amaca yönelik kullanmıştır ve kullanmaya devam etmektedir (Çoruk, 2008: VIII).

Kurtuluş Savaşı, Türk karikatürü için önemli bir dönemeçtir. Geçmişte yaşanan bütün savaşlarda mizah basını, dolayısıyla Türk karikatürü bütün imzalarıyla aynı hedefe yönelmişlerdir. Tümü birleştiğinde güçlü bir ses oluşturabilmiş; toplumun moral olarak ayakta kalmasına katkıda bulunabilmişlerdir (Çeviker, 1991:16). Kurtuluş Savaşı karikatürlerinde Türk askerleri yiğit, cesur, atak, bağışlayan ve savaşçı olarak Yunan askerleri ise korkak, kaçkın, teslimiyetçi, kalles, uyuşuk, beceriksiz ve yağmacı olarak tasvir edilmiştir (Çeviker, 1991:23). Kullandığı ifade vasıtası ve malzeme yardımıyla verilmek istenen mesajı çabuk ve pratik bir şekilde muhatabına ulaştırma açısından mizahın diğer anlatım tekniklerinden daha etkili olduğu açıktır. Savaş zamanlarında düşmanın gülünç gösterilerek evvela zihinlerde yenilmesinde mizah yoluyla sağlanacak başarının rolü vardır (Çoruk, 2008:VIII).

Mütareke yıllarında İstanbul'da birçok gülmece gazeteleri yayımlanmıştır. Başlıcaları; *Diken* (1918-1920), *Deccal* (1919, 17 sayı çıkabildi), *Kaval* (1920-1922), *Ortaoyunu* (1919), *Alay* (1920), *Ayine-Ayna* (1921-1923), *Aydede* (1922, 10 sayı), *Kahkaha* (1922-24), *Akbaba* (1922-1977), *Zümürdüanka* (1922-1925), *Kelebek*'dir (1923-1924) (Topuz, 1997:221).

Birinci Dünya Savaşı'nı sona erdiren Mondros Mütarekesi (1918) imzalandığında İstanbul'da mizah dergisi olarak *Karagöz* (1908-1935) yayımlanmaktadır. Mütareke'nin ilk günlerinde *Diken* (1918-1920) yayın yaşamına girecektir. Bu yayın incelikli ve renkli mizah dünyasıyla modern karikatüre dönüşü simgelemektedir (Çeviker, 1991:16). *Karagöz* gazetesi Milli Mücadele boyunca aralıksız olarak yayımını sürdürmüştür. Dönemin diğer mizah gazete ve mecmualarının böyle bir niteliği

yoktur. Mütareke döneminde mizah sahasında çıkan ve Milli Mücadele’yi destekleyen diğer gazete ve mecmualar daha çok karikatür ve resim ağırlıklıdır. *Karagöz*’de ise yazı ve şiirler, metinler ön plandadır (Çoruk, 2008:X). Mondros Mütarekesi’nin imzalanmasından İzmir’in Yunanlılar tarafından işgaline kadar olan dönemde ülke siyasetini meşgul eden birçok konu *Karagöz*’ün gündeminde yer almıştır (Çoruk, 2008:1). Milli Mücadele’ye destek veren *Karagöz* gazetesi, vatani şiirler neşretmenin, alay ve iğnelemelerle Yunan ordusunu ve onun komutanlarını gülünç göstermenin yanında Anadolu hareketine muhalefet eden kişi ve kurumlara karşı takındığı sert tavırla da dikkat çekmektedir (Çoruk, 2008:134).

Kurtuluş Savaşı’ndaki mizahın teknik özelliği ilgi çekicidir. Daha önceki ve daha sonraki dönemlerde ülke mizahını parti gibi, tarikat gibi örgütlerin biçimlendirdiği izlenebilmektedir. Kurtuluş Savaşı sırasındaki mizahı ise hükümetler biçimlendireceklerdir: Ankara Hükümeti ve İstanbul Hükümeti. Ankara Hükümetini tutan mizah dergisi *Güleryüz*, çıkaran Sedat Simavi’dir. İstanbul Hükümetini tutan mizah dergisi ise *Aydede*, çıkaran da Refik Halit Karay’dır (Öngören, 1983:79). *Aydede* karikatürlerinde reel hayat ve fantezi, politikadan daha ağır basmıştır. *Güleryüz* dergisi, hem saray hem de işgal sansürüne rağmen (Kayış, 2009:17), Kurtuluş Savaşı’nı İstanbul’da işgal altında desteklemiştir. *Aydede* dergisi de İstanbul’da yayınlanmış, işgalcileri ve onun yerli işbirlikçilerini desteklemiştir (Öngören, 1983:79). *Aydede* Anadolu savaşına karşı çıkan bir dergidir (Topuz, 1997:222). Ulusal Kurtuluş Savaşı’nın kazanılmasının ardından, ulusal mücadeleye karşı yazı ve çizgileriyle tavır almış olan *Aydede* dergisi kapanmış, derginin sahibi Refik Halit (Karay) ve karikatürcü Rıfkı yurtdışına kaçmışlardır. Ancak *Aydede*’nin bıraktığı boşluğu dolduran Yusuf Ziya (Ortaç) ve Orhan Seyfi *Akbaba*’yı kurmuşlardır. Tümüyle çağdaş-kemalist düşüncüyü benimser görünen *Akbaba*, yayınlarıyla Türk devrimini desteklemektedir. Serbest Cumhuriyet Fırkası denemesi sırasında da CHP’yi desteklemeyi sürdüren dergi, hem yayın politikasının hem de harf devriminin yarattığı sonuçlar sebebiyle kapanır. Ancak, kısa süre sonra, tekrar yayın hayatına dönerek, CHP iktidarı devredene kadar tek parti yönetimini desteklemeye devam eder (Kayış, 2009:18). *Akbaba*, Türk yayıncılığının en uzun ömürlü dergisidir (Çeviker, 1991:30). *Güleryüz*, Sedat Simavi’nin çıkardığı bir mizah dergisi olarak ve bir de Kurtuluş Sa-

vaşı'nı destekleyen tek dergi ve gazete olduğu için, Cumhuriyet mizahında ayrı bir özellik kazanmıştır (Öngören, 1983:80).

1.5.5. Cumhuriyet Sonrası Dönem

1.5.5.1. 1923-1950 Dönemi

Türk karikatürünün ikinci dönemi Cumhuriyet'in kurulmasını izleyen yıllar içinde biçimlenmeye başlamıştır. Atatürk devrimleri bu dönemde Türk toplumunu etkileyen, yaşam biçimlerinin değişmeye başlamasını sağlayan en önemli toplumsal olaydır. Bu gelişmeler çerçevesinde devrimler çağdaş yaşamda önemli değişikliklere neden olmuştur. 1923'ten sonra Türkiye Cumhuriyeti'nin yaşadığı birçok değişiklikle birlikte, Cumhuriyet mizahı da gelişmiş ve değişmiştir. Cumhuriyet mizahının ilk önemli evresi 1928'de Latin harflerinin kullanıma girmesidir. Bu döneme kadar ki mizahın özelliği eski harflerle yapılması ve yeni bir Cumhuriyet kurmanın ve Kurtuluş Savaşı zaferinin sevincini yansıtmasıdır. Batılaşma yolundaki devrimler de bu dönem mizahını etkilemiş ve bunun son halkası olan yazı devrimi 1928-1938 arasındaki 10 yılda genellikle mizah kitaplarının sayısını da etkilemiştir. Dergilerin ise düzensiz ve kısa ömürlü olduğu göze çarpmaktadır. Bu dergi ve kitapların tümü İstanbul'da yayınlanmıştır. İstanbul dışında bir mizah kültürü yoktur. Ama yeni yazının halk tarafından benimsenmesinde, özellikle mizah dergileri büyük rol oynamışlardır (Hünerli, 1993:14).

Cumhuriyet'in ilanı ile başlayan ve 1928 yılında yeni Türk alfabesinin benimsenmesiyle karikatür gazetelerde yer almaya başlamıştır. Dönemin en önemli karikatürcüsü Cemal Nadir'dir. Cemal Nadir bu dönemde, ilk yazısız karikatür denemelerini gerçekleştirmiş, günlük gazete karikatürcülüğünü deneyen ve yerleştiren ilk karikatürist olmuştur (Arık, 1998:18). Günlük siyasi gazetelerde karikatürün oturmaya başlaması Cemal Nadir sayesinde olmuştur. Cemal Nadir'in çizgilerine ilk olarak 1928 yılında *Akşam* gazetesinde rastlanmaktadır (Bayram, 2009:112).

Cumhuriyet'in getirdiği çağdaş ilkeler doğrultusunda özgürlükleri kullanabileceklerini düşünen karikatürcüler ise devrim süreci içinde yanıldıklarını anlayacaklardır. Örneğin, 1923-25 yıllarında çıkan *Zümrüd-ü Anka*'da iktidarı eleştiren, basın

özgürlüğünü savunan birtakım siyasi ve sosyal karikatürleri görmek mümkündür. Fakat hükümetin 6 Mart 1925 tarihinde aldığı bir kararla çok sayıda gazetenin yanı sıra Trabzon'da yayınlanmakta olan *Kahkaha* adlı bir mizah dergisini de kapatması, 1927'de *Cem* dergisini yayımlayan Üstad Cem'in bir karikatürü sebebiyle bir yıl hapse mahkum olması daha sonra yine *Cem* dergisinin Recep Peker'e ilişkin bir karikatürü sebebiyle tamamen kapatılması, devrim sürecinde siyasi karikatüre de hoşgörüle bakılmayacağını göstermiştir (Kayış, 2009:19). Cem, Cumhuriyet döneminde siyasi hayatında etkili olmuş, politikacıların portrelerini eleştirici çizgileriyle çizerek, portre karikatürcülüğünün Türkiye'deki en önemli ismi olmuştur (Arık, 1998:15). Türk karikatüründe gerçek anlamda ilk karikatürist olarak Cem kabul edilmektedir (Bayram, 2009:112).

Cumhuriyet'in ilanıyla başlayan Cumhuriyet Dönemi'nin ilk yılları karikatür sanatı açısından durgun geçmişse de özellikle 1928'de yeni Türk alfabesinin benimsenmesiyle basının canlılık kazanması karikatürü de olumlu etkilemiştir. Türk karikatürünün en önemli isimleri bu dönemde ortaya çıkmıştır. Karikatürün gazetelere yerleşmesi, ilk çizgi romanın yapılması, karikatür albümlerinin basılması, karikatür sergilerinin açılması, ilk çizgi film denemeleri yaklaşık İkinci Dünya Savaşı'nın sonuna değin süren bu dönemde gerçekleşmiştir (Arık, 2002:242-243).

Selçuklu mizahını aşiret birliklerinin; Osmanlı mizahını ise tarikat örgütlerinin biçimlendirip gütmesi gibi, Cumhuriyet mizahını da parti örgütleri, demokratik ortam yönlendirmektedir (Öngören, 1983:88). Tek partili dönemde demokrasi ve özgürlük gibi kavramlar mizahçıları pek ilgilendirmemiştir. Suya sabuna dokunmayan konularda mizah yapılmıştır. O dönemin karikatüründe bir coşku ve enerji yoksunluğu gözlemlenmektedir (Arık, 2002:244). Tek parti döneminin bu tekdüzeliğine rağmen İkinci Dünya Savaşı, Türk karikatürüne yeni bir hava getirmiştir. Savaşın ülke ekonomisinde yarattığı dengesizliklerin ortaya çıkardığı vurguncu, karaborsacı, görgüsüz yeni zengin, hacıağa, dalkavuk tiplerini karikatüre yeni giren unsurlardır. Bu sayede toplumsal eleştirinin ilk örnekleri verilir (Kayış, 2009:20).

Cumhuriyet mizahı 1946-1950 yılları arasında en etkili dönemini yaşamıştır. 50 Kuşakçı "çizgide mizah" akımını Türk karikatürüne kazandırmıştır. Bu karikatürle-

rin okuyucunun o zamana kadar görmeye alışmış olduğu tipik karikatürlerden farklı olduğu söylenebilir. Biçim olarak her türlü süsleme, tarama ve gölgeleme en aza indirgenmiş, karikatür artık altyazıyı açıklayan bir resim olma işlevinin ötesine geçerek bir düşünceyi salt çizgi yoluyla ifade eder hale gelmiştir. Karikatürler genellikle yazısız ya da mümkün olduğunca az yazılıdır (Kayış, 2009:24). Türkiye’de “grafik sanat”, “grafik mizah”, “çizgiyle mizah” deyimlerini ilk kez kapsamlı ve kavramsal içerikle kullanan kişi Turhan Selçuk’tur. Batıların çalışmalarını inceleyen Selçuk, grafik çalışmalarının her şeyden önce sanatsal bir üretim edimi olduğu gerçeğinden yola çıkarak grafik sanatının bir kolu olan karikatürün sadece çizgiyle mesajını iletilebileceğini savunmuştur (Güngör, 2008:28). Çizgi romanın da ilk biçimleri Cumhuriyet’in ilk yıllarında ortaya çıkmıştır. Çizgi roman eğitim amaçlı yayımlanan *Çocuk Sesi* ve *Afacan* isimli çocuk dergilerinde görülmektedir (Güngör, 2008:21).

Dönemin en önemli dergisi *Markopaşa*’dır (Hünerli, 1993:14). Cumhuriyet dönemi mizahı, *Markopaşa* olayına kadar uzun bir durgunluk süreci içindedir. Mizahçılar da halkla birlikte yeni kurulan Cumhuriyet’in yapıcılık savaşına katılmışlar ve reformların mutlaka başarıya ulaşacağı düşüncesiyle hep umutlu olmuşlar ve mizahın iğnesini siyasetçilere pek batırmamışlar, batırmaya da pek cesaret edememişlerdir. Dönemin koşulları gerçek mizahın yapılmasını engellenmiş ve karikatürün özgürlük alanını daraltmıştır (Arık, 2002:243). “*Markopaşa*”, “*Bizim Markopaşa*”, “*Malum Paşa*” gibi adlarla sık sık kapanıp yeniden çıkan *Markopaşa*, iktidardaki parti olan CHP ile açıkça mücadele eden ilk mizah dergisi olmuştur. *Markopaşa* hareketini yürütenler, Sabahattin Ali, Aziz Nesin, Rifat Ilgaz ve Mim Uykusuz’dur. Gerçekte *Markopaşa* hareketi, sosyalist bir kadronun hareketidir. *Markopaşa*, çok partili hayata geçişin, demokratik düzenin mücadelesini yapmıştır. DP’nin iktidara gelmesinde büyük bir pay da *Markopaşa*’nın sayılır (Öngören, 1983:102).

Markopaşa’nın 25 Kasım 1946’da yayımlanan ilk sayısı gerek muhalif tavrı ve duruşuyla, gerekse de mizahi üslubuyla mevcut yayınların hepsinden farklılıklar göstermektedir. Gazetede açık meydan okuyucu ve provoke edici bir üslup kullanılmaktadır. Bunu yalnızca dönemin ruhunu oluşturan polemiklerden ve siyasal dilden beslenerek değil, mizahla ve kendine özgü bir biçimde oluşturmaktadır (Cantek,

2001:45). Yıllardır mizahın o keskin tarafını örseleyen, yeni kurulan Cumhuriyet'in bekası için, siyasi otoritelere karşı eleştirilerini dile getirmeyen veya getiremeyen mizahçıların bir anlamda patlamasıdır *Markopaşa* hareketi (Arık, 2002:247). *Markopaşa* mizahi bir dille iktidarı eleştirirken, toplumu dönüştürme amaçlı alternatif bir muhalefet politikasına sahip değildir. Halk ile iktidar arasında kurduğu derinliği olmayan iyi-kötü ayrımı, *Markopaşa* muhalefetinin en önemli belirleyicisidir. Gazete halk için çıkmaktadır, tüm yazılar halkı uyarmak, onunla birlik olmak için yazılmaktadır (Cantek, 2001:186).

1.5.5.2. 1950-1980 Dönemi

1950-60 dönemi ise mizah için son derece renkli yıllardır. *Akbaba* yeniden yayımlanmaya başlamıştır. İyi yazar ve çizer kadroları ile *Tef* ve *Dolmuş*⁵ dergileri yayımlanmıştır (Hünerli, 1993: 15). 50'li yıllarda hem mizah yayınlarında hem de mizahçı sayısında bir patlama yaşanmıştır. Her zaman beş onu geçmeyen mizahçı sayısı bu dönemde 200-300 sınırlarını aşmıştır (Öngören, 1996:1440). 1950-1960 yılları arasındaki çok partili dönemde yayınlanan "*Tef*" dergisi, yazar ve çizer yönünden önemli bir zenginlik göstermektedir. Karikatürcülerin bu dönemde çizimleri farklılaşmaya başlamış, üslup arayışları artmıştır. Artık çizerler yabancı yayınları ve çizerleri daha yakından izlemektedirler. Savaş sonrasında Amerikan çizerlerinin kullandıkları ıssız ada karikatürleri, Fransız çizerlerin kullandıkları kara mizah ve gerçeküstü karikatürleri Türk karikatürlerinde de görülmeye başlamıştır. Yazısız karikatür çizimi de iyiden iyiye yayılmış ve benimsenmiştir (Özer, 1985:19). Yine bu dönemde

⁵ 1954 yılında *Tef* adlı gülmece dergisi Altan Erbulak sekreterliğinde yayınlanmaya başlanmıştır. Çağdaş Türk Karikatürü döneminin 1950 kuşağı olarak adlandırılan Turhan Selçuk, Ali Ulvi Ersoy, Ferruh Doğan, Nehar Tüblek, Altan Erbulak gibi çizer kadrosunun yapıtlarına yer vermiştir. Çağdaş karikatürün nitelikli örneklerini de yayınlayan *Tef* "çizgili gülmece" olarak adlandırılan yazısız karikatürün öncülüğünü yapmıştır (Alsaç, 1994:77). 1955 yılında kapanan *Tef* dergisi 1960 yılında ikinci kez yayımlanmış 1961 yılında da kapanmıştır. *Tef*'in zengin bir yazar kadrosu vardır: Oğuz Aral, Nurettin Atalay, Semih Balcıoğlu, Nihat Bali, Attila Bayraktar, Sinan Bıçakçıoğlu, Yalçın Çetin, Şadi Dinççağ, Ferruh Doğan, Orhan Doğu, Selma Emiroğlu, Orhan Enez, Altan Erbulak, Mustafa Eremektar, Eflatun Nuri Erkoç, Ali Ulvi Ersoy, Osman Filiz, Yaşa Gazi, Yılmaz Karaca, Bedri Koraman, Turhan Selçuk, Nehar Tüblek ve Suat Yılmaz'dır (Topuz, 1997:254). 1958 yılında Aziz Nesin, İlhan Selçuk ve Adnan Veli'nin de aralarında bulunduğu kadro ile yeni bir gülmece ve karikatür anlayışı sergileyen *Dolmuş* kurulmuştur. *Dolmuş*'ta modern karikatür anlayışı ve toplumsal eleştiri vardır (Topuz, 2003:407).

*Taş-Karikatür*⁶ dergisi muhalefet yanlısı çizgileriyle dikkat çekmiştir. Bu dönemde hükümetin uyguladığı baskılarla bir takım mizahçılar hapse bile girmişlerdir. Bu dönem ayrıca mizah hikâyeciliği içinde altın bir dönemdir (Hünerli, 1993: 15). Bu dönemde İlhan Selçuk ve Turhan Selçuk ilk modern mizah dergisi olan *41 Buçuk*'u geniş bir çizer kadrosuyla çıkarmaya başlamışlardır (Derman, 1984:79). Siyasi gelişmelerin yanı sıra basın dinamikleri de karikatürcüler için elverişli bir ortam sağlamıştır. *Hürriyet*, *Akşam* ve *Milliyet*'in yöneticileri basına karikatür çizerek girdikleri için, gazetelerinde karikatüre ayrı bir önem verdikleri söylenebilir. *Cumhuriyet*, *Dünya*, *Vatan* ve *Yeni Sabah* gibi diğer gazetelerin yöneticileri içinde aynı şey söylenebilir. Gazetelerin kapıları karikatürcülere sonuna kadar açılmıştır (Kayış, 2009:29).

1950'li yılların en önemli karikatürcüsü Ratip Tahir Burak'tır. Önce CHP'nin yayın organı *Ulus*'ta daha sonra da *Yeni Sabah* ve *Siyasi Halk* gazetelerinde siyasi karikatürlerini devam ettirmiştir. Günlük siyasi karikatürler çizen Burak, sık sık yargı engeliyle karşı karşıya kalmıştır. Haftada iki kez yayınlanan *Siyasi Halk* gazetesi'nde çizgi önemli bir yere sahiptir. Her sayısının ön ve arka sayfalarında büyük boy siyasi karikatürlere rastlanmaktadır. Gazetenin diğer karikatürcüsü Mim Uykusuz ise iç sayfalarda Hoca Diyor ki, Kasım Gülek'in maceraları başlıklı bant karikatürlerle siyasi konuları işlemiştir. Ratip Tahir Burak imzalı resimli tarihi roman Cinci Hoca ve mim Uykusuz'un çizdiği resimli bant hikaye Çarıklı Diplomat Şaban Ağa her sayıda görülmektedir (Kayış, 2009:210). 1950'li yılların bir diğer en önemli karikatürcüsü de Turhan Selçuk'tur. Bu dönemde, Yeni İstanbul ve Milliyet gazetelerinde günlük karikatürler çizmiştir. Turhan Selçuk, Ratip Tahir Burak gibi muhalif bir karikatürcüdür (Kayış, 2009:230).

Demokrat Parti'nin iktidara gelmesiyle birlikte, siyasi ve ekonomik gelişmelerin kötüye gitmesi, iktidarı kaygılarını giderecek yeni baskı önlemleri almaya yöneltmiştir. Bu dönemde kontrol, anti-demokratik yasalarla sağlanmaya çalışılmış, soruşturmalar, yargılamalar ve hapis cezaları gazeteciler için günlük hayatın bir par-

⁶ 1958 yılında Aziz Nesin, İlhan Selçuk ve Turhan Selçuk'un birlikte çıkardığı *Karikatür* Semih Balcıoğlu'nun çıkardığı *Taş* karikatür dergileri yayımlanmıştır. *Karikatür* ve *Taş* dergileri 13. sayılarında birleşme kararı almış ve bir sonraki sayılarını *Taş-karikatür* adıyla çıkarmışlardır. Geniş bir çizer ve yazar kadrosuyla *Taş-Karikatür* yayımlanırken İlhan Selçuk ve Semih Balcıoğlu'nun askere gitmesiyle dergi 1959 yılında kapanmıştır (Derman, 1984:79).

çası olmuştur. Bu yüzden, radyo yayınlarının hükümet tekelinde kullanılması ve besleme basın yoluyla Demokrat Parti'nin propagandası yapılmaya devam etmektedir. Köylülere yönelik propaganda amacıyla çıkarılan Köylü gazetesi aktif bir karikatür anlayışına sahiptir ve Demokrat Parti'nin sesi durumuna gelmiştir. Muhafif karikatüre yönelik baskılar belirginleşmiş, Demokrat Parti kanunlarda yeni düzenlemelere gitmiştir. Düzenlemelere göre, yeni yayın yasakları getirilir. Kanun hükümlerinin uygulandığı ilk gazete olan Siyasi Halk Gazetesi, kanunu eleştiren karikatürü sebebiyle toplatılır ve karikatürü çizen Ratip Tahir Burak hakkında dava açılır. Yargılama sonunda Burak, 16 ay hapse mahkum edilmiştir. Ulus gazetesinde çizdiği karikatürlerinden dolayı Halim Büyükbulut, 1 yıl hapse mahkum edilmiştir (Kayış, 2009:45-52).

27 Mayıs 1960'ta gerçekleşen darbeden sonra, özgür bir ortam olmasına rağmen mizah bir durgunluk dönemi geçirir. Ama bu durgunluk dönemi doğruların bulunması için bir geçiş dönemidir (Hünerli,1993:15). Bu dönemde, mizah dergilerinde Demokrat Parti'ye yönelik saldırılara sıkça rastlanmaktadır. Özellikle *Karakedi*⁷ dergisi, bu anlamda büyük ilgi toplamıştır (Hoşafçı, 2006:73).

1960 olaylarından sonra kalkan baskı ile birlikte DP'ye karşı yoğun bir hiciv saldırısı ortaya çıkmıştır. Ancak bu kısa sürelidir. Bu saldırı mizahında "*Zübük*" ve "*Akbaba*" ön plana çıkmaktadır (Öngören, 1983:107). Aziz Nesin'in 1961 yılında çıkarttığı *Zübük* günlük bir gazete formatında haftalık olarak çıkmış bir dergidir ve zamanın ruhunu yakalamaktan oldukça uzaktır. Dergideki bütün yazılar Aziz Nesin tarafından yazılmaktadır. Derginin sayfalarında kişilerin özel hayatlarına yönelik sataşmalar, argo sözcük kullanımı ve cinselliğe fazlaca yer verildiği görülür. *Zübük*, hükümeti açıktan ve sert biçimde eleştirmekten kaçınmaz ancak *Markopaşa*'nın muhalefeti ile yakaladığı başarıyı asla yakalayamamıştır, sonra da yayın hayatından silinmiştir (Hoşafçı, 2006:77). 60'lı yıllarda karikatürcüler vatandaşın gündelik hayatını en çok etkileyen konuları karikatürlerine yansıtmakta bir takım engellerle karşılaşmışlardır. Turhan Selçuk'un Milliyet gazetesinde çizdiği bir karikatür Mende-

⁷ 1960'lı yıllarda *Karakedi* dergisi *Markopaşa* dergisi geleneğini sürdürmeye yönelik çıkarılmış ve birkaç kez kapatılmıştır (Topuz, 1997:255).

res'in isteğiyle kaldırılmış, Cumhuriyet gazetesinde Ali Ulvi'nin çizdiği ve diktatörlerin yok oluşunu konu alan karikatürü sebebiyle gazete 10 günlüğüne kapatılmıştır.

1961 yılında işsiz kalan pek çok çizere *Akbaba* dergisi sayfalarını açmıştır. Bu yıllarda *Akbaba*, gerek mizahi yazı, gerekse karikatür açısından en iyi, en usta örneklerini ortaya koymuştur. Yusuf Ziya Ortaç'ın 1967 yılında ölümüyle yavaş yavaş kimliğini değiştirmeye başlamıştır. Belli kadroların elinde kısır bir döngüye dönmüştür. Daha sonra da bir daha açılmamak üzere kapanmıştır (Özer, 1985:19-20). *Akbaba*, mizahla uğraşan herkesin ekmeğe yediği bir dergidir, derginin hep devlete bağlı kalması, sadece yöneticisinin bürokrasi ile kurduğu ilişkiye değil, basının endüstrileşmemesiyle de ilgilidir. Altmışlı yıllara kadar hiçbir dergi yüksek satış rakamlarına ulaşmamıştır. Bu dönemdeki matbaa tekniklerinin gelişimi, baskı sayısının artırılmasını kolaylaştırmış, artan tirajlar ise Türkiye çapında dağıtım zorlamıştır. Altmışlı yılların ikinci yarısına girerken kimi dergiler yüz bin tirajının üzerine çıkmıştır (Cantek, 2004:17). 1960 yılından sonra siyasi konulara önem veren 'hiciv'li karikatürler önemini yitirmiştir. 1960 askeri darbesinden sonra *Akbaba* dergisi askeri yönetimin yanında yer almış ve satışı elli bini aşmıştır (Derman, 1984:80).

1970-1980 döneminin mizah olayıysa *Gırgır* dergisidir. Ofset tekniğinin, çok resim, az yazı tekniğiyle, önceleri *Gün* gazetesinde mizah sayfası olarak çıkmıştır (Hünerli, 1993:15). *Gün* gazetesindeki *Gırgır* köşesi, geleceğin mizah dergisinin; siyasi ve eleştirel mizahtan apolitik mizaha, çizgi-fotoğraf karikatürlerden kahraman tiplerine her alanda denendiği bir laboratuvar işlevi görmüştür (Atay ve Akşit, 2008:155). *Gırgır* daha sonra bir dergiye dönüşmüştür. Konularını televizyon ve dolayısıyla halkın ilgisinden alan *Gırgır* büyük bir etki yaratmış ve dünyanın en çok satan üçüncü mizah dergisi olma özelliğini almıştır. Ayrıca bu dönemde Karikatürcüler Derneği ve Karikatür Müzesi etkin olmuşlardır. Uluslararası Akşehir Nasrettin Hoca Şenlikleri gibi etkinlikler bu dönemde hazırlanmıştır (Hünerli, 1993:15).

Elli yıllık *Akbaba* dergisinin geleneğini eskiten mizaha farklı çizgi tarzları ve esprilerle yeni bir bakış açısı getiren *Gırgır*, yazar ve çizer kadrosunu okurlarından oluşturmuştur. 70'lerin başlıca mizah olayı *Gırgır*, mizah okuru kitlesini genişletmeyi başararak kısa bir sürede şaşırtıcı satış rakamlarına ulaşmıştır (Barın ve Çelik,

2004:18). *Gırgır*, dil kurallarını önemsememiş, Walt Disney'in çizgi estetiğinden yararlanarak, sevimli tipler yaratmıştır. Salt güldürmeyi amaçlayan mizah yolunu seçen *Gırgır*, karikatür eleştirmenleri ve birçok usta çizer tarafından eleştirilere de hedef olmuştur (Derman, 1984:81).

Yetmişli yıllarda *Gırgır* dergisinin satışı yüz binleri bulmuş ve bu durum niceliğin artmasıyla ters orantılı olarak niteliğin düşüşünü getirmiştir. Korat (2007:58), bunun yetmişli yıllarda politik ortamın popülizm dalgasının egemen olmasına bağlamaktadır. Bu yıllarda, romanda ve öyküde köycülükle karışık bir yoksulluk edebiyatı hakimdir. Edebi değeri yüksek yapıtlar bu dönemde az satmakta, sayısız köy, eşkıya ve komitacı romanı da en çok okunanlar arasında yer almaktadır (Gönenç, 2007:101). 70'li yıllarda dikkat çeken *Çarşaf*, *Gırgır* ve *Fırt* dergilerinin söz yapısı belden aşağıdır. 70'li yıllarda edebi hikayeler mizah dergilerinde yayınlanmaz olmuş ve karikatürlerin konuşma balonları giderek belden aşağı sözlerle dolmaya başlamıştır (Korat, 2007:59). Korat, mizah dergiciliğinde gerçekleşen yapısal dönüşümle birlikte cinselliğin gülmeceye karıştığını söylemektedir. Cinselliğin insan aklından çok duyguları ve bedeniyle ilgisinin bulunduğunu ifade eden Korat (2007: 57), belden aşağı fıkraların ve karikatürlerin en az zeka gerektiren gülme biçimi olduğunu ve 70'li yıllarda çıkan mizah dergilerinin de ergen cinselliği ile yoğrulmuş çağrışımsal komiklik yaratıldığını söylemektedir.

1970 yılından sonra, karikatür, gazetelerin birinci sayfasındaki değişmez sayılan yerini kaybetmiş, ikinci sayfaya atılmış ya da büsbütün vazgeçilmiştir (Öngören, 1983:108). 1970 yılından sonra Türkiye'de görülen yapısal değişme yeniden hareketli yılların başlangıcı olmuştur. Kırsal kesimden kentlere büyük bir göç başlamış, TV yaygınlaşmış, gazetecilikte ofset tekniği Cağaloğlu'na yerleşmiştir. Kır-Kent insanı karışımı gecekondu mahalleleri oluşmuş, karma kültürü etkisiyle büyük kent sokaklarında içli köfte, döner kebab satışları, arabesk müzik, şans ve raslantıya dayalı senaryolarla şarkıcı ve türkücülerin filmleri ortaya çıkmış, bu yaşantının kendi çelişkisinden mizah da payını almıştır (Özer, 1985:20). Televizyonun yaygınlaşmasıyla, televizyonda yapılmayacak mizah dergilere taşınmış, argo, cinsellik ve gro-

tesk⁸ espriler ister istemez artmıştır. Popüler politik eğilimleri daha fazla sahiplenmişlerdir. Mizah dergilerinin kenar mahallelerle ve yoksullarla ilişkileri de biçim değiştirmiştir. Yoksullar, göçmenler ve lümpenler, aktüel mizahi kodlarla (argo, cinsellik ve grotesk esprilerle) maganda olarak adlandırılırken şehir hayatını güçleştiren, korkutucu, uzak durulması gereken karikatürlere dönüştürülmüşlerdir. Başka bir ifade ile hiç olmadıkları biçimde gülme nesnesi olmuşlardır. Hayata siyaset temelli bakmaktan kaçınılır olduğu için mizah dergilerinde varolan anti-entellektüelist eğilim güçlenmiştir (Cantek, 2007:8). Cinsellik 1970’li yıllarda yayımlanan mizah dergilerinin ayrılmaz bir parçasıdır. Mizah için satan formül cinselliğin yer almasıdır (Gönenç, 2007:120).

Okтай’a göre (1987:103) bu dönemde yayınlanan mizah dergileri, foto-roman ve çizgi-romanlarda popüler kültürün en yozlaşmış temaları işlenmiştir. Statü değiştirilmesine ilişkin kenar mahalle kızlarının yükseliş ve düşüş öyküleri, şovaniist içerikli tarihsel anlatılar, ölümsüz aşklar vb. Kurguları ve sözleri son derece basit olan bu foto-roman ve çizgi romanların gerçek dünya ile hiçbir ilgisi yoktur. Çizilen mekânlar ve tipler, gerçekliğin algılanmasını değil yaşanan zamandan kaçışı sağlamaya yaramaktadır. Okтай’a göre gerçek dünya yok sayılmaktadır ve okurun günlük dertleri sonlandırılmıştır. Bu romanlarda hiçbir ekonomik, siyasal sorun gündeme getirilmemektedir. Okтай’a göre, (2002:29), Türkiye’deki bu popüler kültürün ilk yansımaları, insanlara kolay teselliler, uzlaşımçı fantazyalar üretmiş tüm toplumsal yapı içindeki popüler kültür ürünleri eğlenceye dönük olma özelliği kazanmıştır. Okтай’a göre, (2002:99-100) 1960-1970 yılları arasında yayınlanan dergilerde aile kurumuna yönelik söylemler saldırı niteliğinde değildir ancak aile kurumu ile ilgili değerler esnek bir bakış açısıyla vurgulanmıştır. Aile dışı cinsel ilişki, yasak aşk, cinsel sapkınlık gibi konular 1960 ve 70’li yıllara kadar egemen ahlakın değerleriyle sunulmuştur ancak bu dönemden sonra cinsel içerikli konular etkin olmaya başlamış, 1980’den sonra da pornografiyle bitmiştir. Özellikle 1960’lardan sonra basında görülen magazinleşme/görselleşme olgusu, kültür/sanat konularının ve sorunlarının ancak genel ve ortalama okurun merakını gıdıklayıcı yanlarıyla ele alınmasına yol

⁸ Grotesk gelenek, belden aşağısından, üreme ve boşaltım organlarından, yeme ve içme imgelerinden, pazar yerinde kullanılan dilden, ruhsallık yerine bedensellikten beslenir (Yalçınkaya, 2007:130).

açmış, artık kültürel ve sanatsal değerin hiçbir anlamı kalmamıştır (Oktay, 2002:108).

1970’li yılların sonunda Türkiye’de üç önemli mizah dergisi bulunmaktadır: *Gırgır* dışında *Fırt* ve *Çarşaf* da dikkat çekici dergilerdir. *Gırgır* ve *Fırt*, Oğuz ve Tekin Aral kardeşlerin yönetiminde, Haldun Simavi’nin *Günaydın* gazetesi bünyesinde çalışmalar yaparken, *Çarşaf* ise, Erol Simavi’nin *Hürriyet* gazetesinin çatısı altında, *Gırgır*’a bir alternatif olarak tasarlanır (Gönenç, 2007:101). *Çarşaf*, sert siyasi tavrına ve muhalefetine oranla daha yumuşak bir çizgi izlemiş, güzel kadın karikatürlerine yer vermiştir (Atay ve Akşit, 2008:198). *Çarşaf*, belirli bir tiraja ulaşip bu tirajı korusa da, en çok sevilen, en çok okunan mizah dergisi *Gırgır* olur (Gönenç, 2007:101).

Türk karikatürü 12 Mart 1971 muhtırasıyla yeni bir suskunluğa girmiştir. Gazeteler karikatürü ön sayfadan atmış, bir çok çizer işsiz kalmıştır. 1972 yılında yeni bir karikatürcü kuşağı filizlenmiş, bu kuşağın gelişmesi 1980 yılına kadar sürmüştür. Bu dönemde, *Çağdaş Mizah Dergisi*, *Çuval*, *Papağan*, *Mikrop*, *Çivi*, *Çarşaf*, *Karakedi*, *Karikatürk* yayımlanmıştır.

1978 tarihinde yayın hayatına başlayan *Mikrop* dergisi oldukça dikkat çekmiştir. Engin Ergönültaş öncülüğünde, *Gırgır*’dan ayrılan bir grup genç çizer tarafından çıkartılmıştır. Kadroda Engin Ergönültaş dışında; İrfan Sayar, Hasan Kaçan, Behiç Pek, Şevket Yalaz, Sarkis Paçacı ve Latif Demirci bulunmaktadır (Gönenç, 2007:101). *Mikrop* daha çok *Gırgır*’ın söylemediğini veya söylemeye cesaret edemediğini söylemek için yola çıkmıştır. *Mikrop*, *Gırgır*’dan farklı bir hedefe yönelse de formatı *Gırgır*’dan çok farklı değildir. *Mikrop* genel olarak kendine özgü bir tona sahip olmakla birlikte “*Gırgır* ruhunu” hiçbir zaman dışlamamıştır. Buna rağmen, içerik açısından üç noktada *Mikrop* *Gırgır*’dan ayrılır: (1) *Mikrop*’un siyasi tavrı net bir biçimde tanımlanmıştır; dergi genel olarak Marksist-sosyalist bir dünya görüşünü savunur. Daha da önemlisi, *Mikrop*’ta mizah Marksist-sosyalist hedeflere ulaşmak için bir araç olarak görülür; (2) *Mikrop*’ta cinsellik tirajı arttıracak bir unsur olarak değil, toplumsal bir sorun olarak değerlendirilir; (3) *Mikrop*; rahatsız eden, tiksindiren, mide bulandıran konulara girmekten ve bunları mizah malzemesi olarak kullan-

maktan kaçınmamıştır (Gönenç, 2007:102). *Mikrop*'un genç kadrosunun ele aldığı konular, bu konuları okuyucuya sunuş biçimleri, toplumda geçerli olan temel değerlere ciddi bir eleştiri, hatta saldırı niteliğindedir (Gönenç, 2007:111).

Mikrop'un yayınlandığı yıllarda Türkiye'de karikatür dünyasında iki ekolün bulunduğu söylenebilir; Oğuz Aral etrafında toplanan çizirlerin benimsediği; bol yazılı, öncelikli olarak güldürmeyi amaçlayan “*Gırgır* Ekolü” ve 1950 kuşağının başını çektiği ve Karikatürcüler Derneği etrafında toplanan çizirlerin benimsediği, yazısız, sade çizgilere dayanan, içinde bir mesaj taşıma iddiasında olan “Çizgide Mizah Ekolü” (Gönenç, 2007:109).

1.5.5.3. 1980 ve Sonrası

12 Eylül 1980 harekâtından sonra tüm siyasi partiler ve dernekler kapatılmıştır. Bunun sonucunda Karikatürcüler Derneği ve Müzesi de kapatılır (Hünerli, 1993:15). 80'lerin Gazete karikatürcülüğüne getirdiği en büyük yenilik, 80'lerin başında *Cumhuriyet* gazetesinde toplanan karikatüristlerin çalışmalarıdır. *Cumhuriyet*'in karikatüristleri, özellikle bant karikatür alanında “gündelik hayatı” bu dönemde alabildiğince sorgulayan karikatürlerle, karikatürü yeni alanlara taşımışlardır. 80'lerin başında *Cumhuriyet* gazetesinde, Okay Gönensin, Fransız kültürü ve çizgi roman kültürünü gazeteye yansıtmıştır. Özellikle, İsmail Gülgeç, Necdet Şen, Behiç Ak, Kamil Masaracı, Semih Poroy ve Piyale Madra ile birlikte bir bant karikatür köşesi oluşturmuştur. Günlük hayatın eleştirisi Behiç Ak'ın “Kim Kime Dum Duma”sıyla saptanmıştır. *Güneş* ve *Sabah* gazeteleri de karikatüre geniş yer ayırmışlar ancak *Cumhuriyet* gazetesi karikatürleri kadar ilgi toplayamamışlardır (Arık, 1998:79-83).

Bu dönemde mizah dergileri ve basın organları ve karikatürcüleri önemli bir sınav verir. Karanlık dönemlerde söz söylemenin güçlüğü en kolay biçimde yenebilen kişiler, karikatürcülerdir. Eylül 1980'den başlayarak bu olgu yeniden yaşanır. *Gırgır*, 12 Eylül'ün haftasında ilginç bir kapak yayımlar. “Her devrin adamı”, Ecevit ile Demirel'in fotoğraflarını fırlatmış, yerine Kenan Evren'i asmaktadır. Günün koşullarına göre kuşkusuz cesaret isteyen bir karikatürdür. Seydali Gönül, *Dünya* gazetesinde yayımladığı “İşçi Kesimi” alt yazılı karikatürü nedeniyle bir hafta gözaltında

tutulur. Hasan Kaçan, “*Cork*” adlı bant karikatür çalışmasıyla dönemin en çok sözü geçen çizerleri arasına girer. İnsana benzetilmiş olağandışı yaratıklardan oluşan “*Cork*”, kendine özgü bir dille konuşur. Bu dil bozulmuş bir Türkçe’dir ve bu dili kullanarak, normalde söylenemeyecek şeyleri söylemeyi başarır (Hoşafçı, 2006:86).

Gırgır’ın kurucu ekibinden yazar ve çizer Ferit Öngören *Gırgır* dergisinin ortaya çıktığı dönemin toplumsal koşullarını şöyle anlatır:

“*Gırgır* dergisi çok özel ve mizah için çok uygun bir ortamda ortaya çıktı. *Gırgır*’ın başarısındaki ikinci etken muhtıranın döneme getirdiği özellikti. 12 Mart 1971 Muhtırası ve beraberindeki müdahale döneminde iktidarlar eleştirilemez sanılıyordu. Hiçbir parti iktidarın ortağı değildi, ne AP ne de CHP. *Gırgır*’da bir espri yaptığımız zaman bütün meclis, bütün Türkiye birlikte gülüyordu, dergiye olan ilgi de buna bağlı olarak arttı. Türkiye’nin hiçbir döneminde bu kadar özgün olmadı karikatür” (Barın ve Çelik, 2004:19).

1980 darbesiyle birlikte ülkede mizahın yapılamaması, karikatür çizilemez duruma gelmesi bu dönemde mizah dergilerinin muhalefet yapma işlevini de ortadan kaldırmıştır. Mizah dergileri yıllarca sürecektir olan bir suskunluğa bürünmüşlerdir. Türkiye’de hiçbir dönemde cinsellik böylesine ön plana çıkmamış, cinsel ilişkiler, tercihler, imgeler, eşcinsellik, hayat kadınları gibi konular böylesine gündemde olmamıştır (Hoşafçı, 2006:86). Gürbilek’e göre (1993:9), 1980’li yıllar özgürlüklerin en çok kısıtlandığı dönemdir ancak insanlar bu dönemde ilk kez kurumların dışında olmanın serbestliğini, tüketme özgürlüğünü ve kendilerini bu dünyaya teslim etmenin hazzını yaşamışlar, teni ve iştahı keşfetmişler, cinsellik ilk kez bu kadar çok konuşulan ve kışkırtılan bir alana dönüşmüştür. Türkiye’de mahrem kabul edilen, adı konmamış bir çok alan ilk kez 80’lerde kamuoyunun gündemine gelmiş, kamusal bir söz düzeni içinde konuşulmuştur. Cinsellik ilk kez bu dönemde söze dökülmüş, cinsel eğilimler sınıflandırılarak (eşcinsellik, biseksüeller, transseksüeller, zıtcinseller) kuşaklar ayrıştırılmıştır (Gürbilek, 1993:17). Gürbilek’e göre (1993:18) 80’lerde yaşanan cinsellik patlamasının asıl nedeni, Türkiye’de yaşanan, cinsellik başta olmak üzere özel hayatın, daha çok bir özgürleşme ve bireyselleşme söylemi içinde, bilmek isteyen bir otoriteden bağımsız olarak söze dökülmesidir.

Gırgır'ın çok fazla okuyucu ile buluşmasında etkili olan unsurlardan biri derginin kullandığı dildir. *Gırgır* mizah dergisinin dili, gündelik dile yakındır. Gündelik dili argoya yakın kullanırken, saf dilli erotik ifadelerle rastlanmaktadır. Sokaktaki insanla kurulan iletişim, dergi için oldukça önemlidir. İletişimi sağlayan koşullar, zorlayıcı ya da eklektik kalmamıştır. Çünkü derginin çizerleri, sokaktaki insanın koşulları içerisinde hayatını sürdürmektedir. Çizerlerin aynı zorluklar ya da absürlükler içerisinde yaşamaları, ülkede, politik gündeme dair göndermelerinin çok iyi anlaşılmasını sağlamıştır (Yücel, 2008:31).

Arık'a (1998:48) göre, *Gırgır*'la birlikte politik eğilimlere dayanan bir karikatür anlayışı yerine, geleneksel meddahlık, tuluat anlayışına yakın, popüler, içeriği boşalmış bir karikatür anlayışı ortaya çıkmıştır. Mizah için mizah yapılmış, yıkıcı ve sivri espriler özgürce, nereye gideceğine aldırış etmeden, çizilir duruma getirilmiştir. Karikatür bir bakıma politik içeriğini, dünya görüşü düzeyindeki içeriğini terk edip, yerelliğe sonuna kadar açılmıştır.

1986 yılında *Gırgır*'dan ayrılan Gani Müjde, Metin Üstündağ, Şükrü Yavuz, Can Barslan, Suat Gönülay, Kemal Aratan, Mehmet Çağçağ ve Tuncay Akgün tarafından çıkarılan *Limon* dergisi, *Güneş* gazetesi bünyesinde yayın hayatına başlamıştır (Hoşafçı, 2006:99). 1983 sonrası demokrasiye geçiş döneminde *Limon*'un çıkışıyla mizah dergiciliğinde yeni bir sayfa açılmıştır. O yılların doğasında olan abartı ve yaşam hızının yarattığı kontrastlar üreticilere geniş bir malzeme çıkarmıştır. *Limon*'un dergi çizerlerinden Mehmet Çağçağ o dönemi şöyle anlatmaktadır:

“*Limon*'un en önemli özelliği hiçbir yere ait olmamasıydı. Karma bir yönetim oluşturduk. *Limon*'u oluşturan tavır, tek bir şeyle adlandırılmıyordu. Politik ve marjinal gibi sınıflandırma yapılmıyordu, çünkü dergide hepsi bulunuyordu. Toplumsal uçları keşfeden bir yanı vardı. Hepimiz kendi bakış açımızı, dünyamızı yansıttık” (Cantek, 1996:245).

Limon'la birlikte öncesinde var olan şaka ve nüktedan çizgi, rahatsız edici, radikal bir eleştiriye dönüşmüştür. *Gırgır*'ın saf solcu politikacı tiplerini alaşağı edilmiştir. *Limon*'un en önemli söylemi “patronları ve politikacıları sevmeyeceksin” çizgisinde ilerlemiştir. *Limon* dergisinden çıkan anlatıcılar muhalif kanadın en popüler sözcüleri olmuşlardır. Absürt anlatımlardan şiddet ve argoya, anarşizmden kolay

sekse varıncaya kadar çeşitli konuları mizah dergilerinde ilk anlatanlar *Limon* çizimleri olmuştur. *Limon* yeni kentli-orta sınıf gencinin huzursuzluklarını, acı ve neşelerini okuyucusuna çok iyi yansıtmıştır. Anlatıcı resimlerle başlayan karikatür ve bantlarla gelişme kazanan çizgi roman yavaş yavaş kendi kahramanlarını yaratmaya başlamıştır. *Limon*'da *Abdulcanbaz*'la başlayıp *Karoğlan*'la gördüğü ilgiyi arttıran bir kahraman çizgi romanı oluşmuştur. Çizerler en keskin, en rahatsız edici olan öykülerle uğraşmışlardır. Eşcinsellikten esrara varıncaya kadar her türlü varyasyon kullanılmıştır. Cinsellik ön planda, argo ve tasavvuf iç içe geçmiştir. Fantastik öyküler gerçekçi tiplmelerin kullanımıyla çizgide komiklik tercihinden vazgeçilmiştir (Cantek, 1996: 247).

1991 yılında *Güneş* gazetesinin para ödeyemez hale gelmesinin neticesinde *Limon* çalışanları bir gecede "*Leman*" ismini alarak bağımsız bir yayına dönüşmüşlerdir (Arı, 2008: 42). *Güneş* gazetesinin himayesindeki *Limon*'un küllerinden doğan *LeMan*, diğer mizah dergileri birer ikişer kapanırken, birkaç sene içerisinde markalaşıp başlı başına bir medya grubu haline gelmeyi başarmıştır. *LeMan* yayınları, 1990'ların ikinci yarısından itibaren *Kedi*, *L-Manyak*, *Öküz*, *Git* gibi mizah ve mizah dışı konulara odaklanan çeşitli dergiler yayımlamaya başlamıştır (Yalçınkaya, 2007:129). *Gırgır*'dan kopan bir grubun, *Güneş* gazetesini himayesinde çıkarmaya başladığı *Limon* ve ardından 1991 yılında üreticileri tarafından bağımsız olarak yayımlanmaya başlayan *LeMan* birçok yönüyle *Gırgır* dergisine karşı oluşan bir tepkinin ürünüdür (Yalçınkaya, 2007:131).

L-Manyak ve *LeMan* yazar ve çizimlerine ek gelir getirmesi amacıyla, 1996 yılında yayımlanmaya başlayan aylık bir mizah dergisidir. *L-Manyak* da, *LeMan* dergisinin ürettiği mizahın bir yüzünü ön plana çıkararak, zaman içinde kendine özgü bir vizyonu olan bir dergiye dönüşmüştür (Yalçınkaya, 2007: 129). *LeMan*'da "Lombak" adlı köşenin çizeri olan Bahadır Baruter'in editörlüğünde çıkan *L-Manyak*'ın ilk sayıları tarz olarak bir bütünlük arz etmekten ve derginin gelecekte alacağı biçimden uzaktır. Bu ilk sayılarda *LeMan* dergisinde karikatür ya da çizgi bant çizmekte olan çizerler, temelde *LeMan*'daki işlerinin daha uzun çizgi roman biçimindeki versiyonlarını ortaya koymuşlardır. Derginin kendine özgü vizyonunu yaratanlar ve popülerliliğini arttıranlar ise, dönemin diğer önemli mizah dergileri

olan *H.B.R Maymun* ve *Pişmiş Kelle*'den gelen çizimler olmuştur (Yalçınkaya, 2007:130).

Bahadır Baruter, 105 bin tiraja ulaştırdığı *LeManyak* dergisinden 2001'de 11 arkadaşıyla birlikte ayrılarak *Lombak*'ı mizah dünyasına kazandırmıştır. 2002 yılında *Leman* dergisi çizimlerinden Bahadır Baruter, Metin Üstündağ, Selçuk Erdem, Erdil Yaşaroğlu ve Bülent Üstün *Penguen* mizah dergisini çıkartmışlardır. *Penguen* Dergisi şu manifesto ile çıkar:

“Biz'im cızıktırdığımız bu karikatür, sanat kaygısı taşımaz... Kalıcı olmayı düşünmez... Bir 'happening olayı'dır... Bir, 'cinnet vakası'... Hafif ve buruk bir tad bırakır... İşlenmemişlik duygusu bırakır... İşlevsel'dir... Hayatın yanında yer alır... Hayatın bir an'ında... Okunduktan sonra üzerinde domates, peynir, yemeye pek aldırılmaz... Aksine sevinir... Hem hayatın, Günaşırı, buram buram kanadığı bir coğrafya'da mizah'ın ve özellikle biz'im cızıktırdığımız bu karikatürün demlenmeye pek tahammülü yoktur... O'nun antolojileri ve müzeleri okuyuculardır...” (Karakurt:2002).

Milliyet Gazetesi mizah eki olarak 2003'te yayımlanan *Kirpi*'de ise, Cihan Demirci, Yalvaç Ural, İsmail Gülgeç, Orhan Alev gibi usta isimler yer almıştır. İlban Ertem, Şahin Erkoçak, Gürcan Gürsel, Sefa Sofuoğlu, Soner Tuna, İbrahim Keleş, Yakup Karahan, Haydar Işık, Makbule Geçer, Hüseyin Işık, Lectrr, Mert Güreli, Gürcan Özkan, Mehmet Ersoy, İrfan Sayar, Ufuk Uyanık, Deniz Beşer, Evren Yiğit, Mevlut Uludağ, Tolga Erdiç, Hakan Bilgihan, Metin Açıkgöz, Kayhan Erkan'dan oluşan genç çizimler 2005 yılında *Küstah* dergisini çıkarmışlardır.

Leman'dan ayrılıp *Penguen*'i kuran çizim kadrosu *Penguen* dergisinden de ayrılarak 2006 yılında Bülent Üstün yönetiminde haftalık *Fermuar* dergisini kurmuşlardır. *Fermuar* dergisi çizim kadrosu, Ender Yıldızhan, Vedat Özdemiroğlu, Sadece Kaan, Yetkin Gülmen, Nuri Çetin, Memo Tembelçizer, Cengiz Üstün, Semra Can, Faruken Bayraktare, Cihan Ceylan, Gökhan Dabak, Barış Atar, Bülent Üstün'de oluşmaktadır (Sabah, 2006).

Penguen dergisinden ayrılan Yiğit Özgür, Ersin Karabulut, Umut Sarıkaya ve Uğur Gürsoy haftalık mizah dergisi *Uykusuz*'u 2007 yılında çıkarmışlardır. Komik yazılar yerine uzun soluklu ve tamamen öyküleme teknikleri kullanarak yazan Sarı-

kaya, popüler mizah yazarları içinde yer alması, genç okur kitlesine hitap etmesi ve mizah öykücülüğünün yeniden ele alınması açısından önem taşımaktadır (Öktem, 2010:5).

Mizaha Müslüman-İslamcı bir bakış açısı getiren *Cafcaf* dergisi de Asım Gültekin yönetmenliğinde çıkmaya başlamıştır. Mizah insanlara düşmanlık için yapılmamalı düşüncesinden yola çıkan *Cafcaf* kadrosu, cinsellik gibi konuların dışında bir mizah anlayışı sergilemektedir (Gümüş, 2009).

Burada belirtilen dergilerin dışında daha pek çok dergiden bahsedilebilir. Kimilerinin yayın hayatı çok kısa sürerken, kimileri çok ses getirmeyi başarmış ve uzun soluklu olabilmişlerdir. Şunu da belirtmek gerekir ki günümüzde internet mizah dergileri de oldukça dikkat çekmekte ve kamuoyu yaratma sürecinin önemli bir parçası olarak işlev görmektedirler.

1.6. KARİKATÜR VE MİZAHIN MUHALEFET İŞLEVİ

İnsanlığın doğal yapısında bir içgüdü olarak var olan karşı çıkma duygusunun örgütlü ve düzenli bir biçimde sergilenmesi muhalefet olgusunu meydana getirmektedir (Tunç, 1997:1). Genel anlamda muhalefet; bir tutum ve davranışa karşı olma, uymama başka türlü olma, karşıtlık gibi kavramlar ile açıklanmakta, mutlak gücü sınırlama ve alternatifler önerme işlevlerine sahip bir mekanizma olarak tanımlanmaktadır (Mardin, 1992:179).

Siyasal anlamda muhalefet ise, belli bir toplumsal formasyonda, herhangi bir zaman sürecinde, var olan siyasi rejime ve içerisinde yaşanan sosyo-ekonomik düzene veya bunlardan yalnızca birine ya da sadece siyasi iktidarı ellerinde bulunduranlara ve bunların faaliyetlerine karşı olmaya, bunlara, karşılığında alternatif bir program ya da öneri sunarak veya sunmayarak, yasal sınırlar içinde veya yasal sınırlanmayan çeşitli yollara başvurarak eleştirmeyi ve bu arada istenilen amaç doğrultusunda etki ve sonuçlar yaratmayı içeren bir olgu veya davranıştır (Turgut, 1984:4).

Temelde, toplumsal yapıdaki çelişki ve çatışmalardan doğan muhalefet, bu yapıdaki bazı somut durumların ifadesi olarak ortaya çıkmaktadır. Bunların başında,

siyasal iktidarın toplumsal sorunlara çözüm getirememesi, halkın beklentilerini karşılayamaması; yöneticilerin, toplumsal yapıda genel kabul görmüş yasal ve geleneksel kuralları çiğnemeleri; siyasal iktidarı elinde tutanların yanlış siyaset izledikleri yolundaki duygu ve düşünceler; ekonomik durumun zayıflığı, ulusal ve uluslar arası nitelikteki krizler gibi nedenler sayılabilir (Nişancı, 2005:275-274). Bu anlamda yöneten ve yönetilen arasındaki ilişkilerde iktidardan kaynaklanan problemlerin çözümü kavuşturulması açısından muhalefet, toplumun denge mekanizması durumundadır (Tunç, 1997:3). Kapani'ye (2001:167-168) göre, muhalefetin, toplum ile yöneten ilişkisi içerisinde önemli görevleri bulunmaktadır. İktidarın "hükümet etme" fonksiyonuna karşılık muhalefet de iktidarın kullanılış biçimini denetlemektedir. İktidarı denetlerken de temel hak ve özgürlükleri de koruma açısından da önemli rol oynamaktadırlar. Muhalefet, iktidarın icraatını devamlı olarak kontrol etmekte bunu yaparken de muhalefet, kararları kendi görüş açılarından etkilemeye çalışmaktadır. Alternatif çözüm önerileri getirerek kamuoyu oluşturmaya çalışan muhalefet, kendilerine taraftar toplayarak ileride iktidara gelme olanaklarını da hazırlamaktadır.

Muhalefet kavramı daha çok parlamenter sistemin bir parçası olarak incelenmiştir. Ancak, muhalefet sadece partilerce yapılmamış, toplumsal kurumlar, gruplar, örgütler tarafından yasal ya da yasal olmayan şekillerde de yapılmıştır (Koloğlu, 2009:52). Egemen olanın izlediği politikalara karşı olma ve halkın beklentileri ile uymama olarak ifade edilen, muhalefet değişik biçimlerde karşımıza çıkmaktadır. Çalışmanın ana konusunu oluşturan karikatür ve mizah da bir muhalefet türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Mizahın gündelik hayattaki en önemli işlevlerinden biri de egemen güce gülme yoluyla muhalefet edilebilmesidir.

Yaşam çatışmasında mizah, yenik düşenlerin ve ezilenlerin sığınağıdır. Güçlülerin mizahını halk katmanlarında yankı bulması güçtür. Çünkü bu tip mizah ürünlerinin içeriği boşaltılmıştır. Yaşamı daha yaşanabilir kılmak için, güçsüzler ve tabiler sık sık mizaha başvururlar. İnsanlar toplumsal hayattaki tüm otoritelere mizah yoluyla karşı koyarlar. Çünkü yapabilecekleri tek direniş budur. Mizah yoluyla en sert eleştiriler dile getirilebilmekte ve özellikle metaforlar aracılığıyla, karşısındaki insana hakaret etmiyormuş gibi görünerek saldırılmaktadır. Bu karşı koyuş içinde hem

rahatlama öğelerini taşıırken hem de mizaha sığınarak, şaka görünümündeki eleştirilerle iktidarın tepkisini çekme olasılığı azalmaktadır (Arı, 2008:13).

Mizahın sadece bir güldürü aracı olarak kullanılmadığı gerçeği göz önüne alındığında, çizerlerin yaşadıkları dönem içinde toplumun geçirdiği tüm evreleri, hükümete olan kızgınlıkları, yazılamayan her şeyi mizah yoluyla anlatmaya çalıştıkları rahatlıkla söylenebilir. Scott, “Tahakküm ve Direniş Sanatları” isimli kitabında, “Mizah dişleri çekilmiş küfürdür” (1995:135) yaklaşımı altında mizahın muhalefet işlevine vurgu yapmaktadır. Mizahın muhalefet işlevinde mizahı yapmaya ihtiyacı olan toplum ‘kötü’ olarak adlandırdığı iktidara gülme yolu ile direnmektedir. Otoriteyi gülme ve alay ile tehdit etmektedir. Hegemonyanın varlığını sürdürmesinin tek yolu toplumda rızanın üretimidir. Oysa mizah, bu gizli senaryoyu geçersiz kılmakta ve egemenlerin ciddiyet halesini parçalamaktadır. Otoriteye verebilecekleri en usturuplu ve en haz verici cevap, onu ciddiye almamaktır. Başka bir deyişle, “kötülüğü önlemenin en kesin yolu, bunun başkaları tarafından fark edilme ve alay konusu haline gelme olasılığıdır”. Romanyalı çizer Albert Poch “mizah bizi rahatsız edenleri rahatsız eder” derken bu gerçeği ifade etmektedir (Oral, 1998:192, Arı, 2008: 14).

Mizah özellikle muhalefet işlevi ile toplumsal organizmanın daha sağlıklı işlemesine yol açmaktadır. Gülme, kendi çapında toplumsal yaşamı düzenleyen önemli bir güçtür. Toplumun, baskılara verdiği karşılıktır. Özellikle günümüzde otoriter toplumlarda mizaha daha çok gereksinim duyulmasının ardında yatan gerçek budur (Arı, 2008:14). Gülme iktidar nezdinde rahatsızlık yaratmakta, sansürlenmekte, kısıtlanmakta ve yasaklanmaktadır. Bu engellemelerin olduğu yerde halkın direniş ve muhalefeti başlamaktadır. Muhalefettir, çünkü mevcut olanı tahrif etmekte, alaya alıp onun monolojik dilini görelileştirmektedir. Direniştir, çünkü toplumsal ayrıcalıklara, dokunulmazlık iddialılarına, normlara ve yasaklara karşıt bir yanıt vermektedir. Gülmenin ve mizahın yaptığı, haksızlık ve baskıyı görünür kılarak dillendirilmesine imkan tanımasıdır (Cantek, 1998:126).

Tanilli (2001:5), karikatürün işlevlerinden şu şekilde bahsetmektedir:

“Karikatür, günlük mücadele ile iç içe, işlevini sürdürecektir. Bu işlev, her şeyden önce politiktir. Yani “çürüyüp dökülen”i sergiler; “daha insanca bir

dünya”yı haber verir, en azından sezdirir; özgürlükten yanadır, baskıcı, sömüren ve ezen güçleri alaya alır, soytarıya çevirir. Ama her politika gibi sosyaldır de karikatür. Toplumların akışına bir bütün olarak baktığı için, toplayıcı ve daha açıklayıcıdır; ve bu arada, elbette “felsefi” bir tavrı ve içeriği vardır. Her karikatürücü, bir anlamda filozoftur, felsefe yapar çizgilerinin arasından. Bütün bu söylediklerimizi, Türk karikatürünün doğuşunda ve gelişmesinde olanca açıklığıyla görüyoruz. ...

Mizah dergilerinin iyi mizah ihtiyacını karşıladığını belirten *Lombak Dergisi*'nin çizerlerinden, Batuhan Baruter ise, mizah ve muhalefet konusunda şunları söylemektedir:

“...Mizah dergilerinin ilk sayfaları canlı gündeme ayrılır ve politika bu gündemin önemli bir parçasıdır. Çünkü “çarpıklık” zengin bir mizah malzemesidir ve politik gündem sürekli çarpıklıklar üretir. ...Gündeme kör ve sağır kalmak muhteşem bir mizah malzemesini harcamak olur. ... Mizah için geçerli olan tek ayırım iyi mizah-kötü mizah ayırımıdır. Bir de mizaha ve karikatüre yüklenen muhalefet misyonu var. Gerçekte kimsenin patlıcan burnu, kepçe kulağı, şaşı gözü olmadığı halde biz insanları böyle tasvir edip onları güldürüyoruz. Çünkü mizah insanın doğasına ya da yaradılışına bile muhalefet ediyor. Yani mizah doğası gereği zaten muhaliftir” (Bezci, 2009:78).

Mizah aracılığı ile muhalefet sadece iktidardaki siyasi güçlere karşı gelmek değildir. İktidar partisinin yaptığı uygulamalardaki aksaklıkların, hükümetin bir organının veya herhangi bir örgütün yaptığı çarpıklıkların anlatılmasıdır. Mizah, her şeyden önce aksaklıklara, çarpıklıklara, yanlışlıklara karşı bir duruştur.

Ancak mizahın muhalefet işlevinin önündeki en büyük tehlike mizah adı altında otoritenin çizdiği sınırların dışına çıkmayan ve sürekli verili olan toplumsal düzeni olumlayan eserler üretmektir (Arı, 2008:15-16).

Karikatürün muhalif yapısı her dönem karikatüristler ile siyasi iktidarı karışı karışıya getirmiştir. Toplumdaki aksaklıkları, çarpıklıkları, siyasetçileri, yönetim biçimini ve siyasilerin yanlış politikalarını halk adına eleştiren ve muhalefet eden karikatürler tarihi süreç içerisinde çeşitli yaptırımlarla karşılaşmışlar, kapatma, toplatma, para ve hatta hapis cezalarıyla karşılaşmışlardır. Mizah ve karikatür tarihimize baktığımızda, yayınladığı siyasi karikatürler ve mizahi yazılarla dönemin Osmanlı yönetimini eleştiren *Diyojen* tavrını, eşitlik, özgürlük, adalet ve meşrutiyetten yana koymuştur. Ağır sansürün yeni başladığı sıralarda ortaya çıkan *Diyojen*, yoğun bir baskıyla mücadele

etmek zorunda kalmıştır. *Diyojen* Mutlakiyet rejimini mizah yoluyla eleştirmesi sebebiyle üç kez kapatma cezası almış, 183. sayıdan sonra da bir daha yayınlanmamak üzere yasaklanmıştır. Teodor Kasap *Diyojen* kapatılınca *Çıngıraklı Tatar*, o da kapatılınca *Hayal* ve *İstikbal* adlı gazeteleri çıkarmış, yazılarından ötürü hapse mahkûm edilmiştir. 1877 yılında *Hayal* dergisinde yayınlanan Karagöz-Hacivat karikatürü yüzünden ilk hapis cezası alan yayıncı Teodor Kasap olmuştur. Karikatürist ve mizah yazarlarına ağır yaptırımlar uygulanmaya başlandığı dönem Osmanlı dönemi olmuştur. Karikatüristler ve mizah yazarları, mizahi bir üslupla hükümetin yanlışlıkları, suiistimalleri, dış ve iç siyasetteki beceriksizlikleri, yönetimimin çalışmaları ve politikalarına muhalefet ettikleri için yönetim tarafından verilen yayın durdurma ve yayından men etme, kapatma cezaları ile karşı karşıya kalmışlardır.

XX. yüzyılın önemli bir bölümünde karikatürcülerin çizdikleri hem yönetenleri, hem de yönetilenleri etkilemiştir. Siyasetçileri ve siyaseti eleştiren karikatürler, diğer ülkelerde olduğu gibi ülkemizde de cezalandırılmışlardır. 1949 yılında Mim Uykusuz'un çıkardığı karikatür albümü, yayılandıktan 10 gün sonra toplattırılmıştır. 1950-1960 yılları arasında Ratip Tahir Burak'ın çizdiği karikatürler için 54 dava açılmıştır. Burak, bunların 53'ünden beraat etmiş, birinden ise 16 ay hapis cezasına mahkum olmuştur. 1955 yılında Halim Büyükbulut, *Ulus* gazetesinde yayınlanan bir karikatürü yüzünden 14 ay hapis cezasına çarptırılmıştır. 1956 yılında Ferruh Doğan'ın "Asrileşen Köy" albümü mahkeme kararıyla toplattırılmıştır.

1960 yılında Ali Ulvi Ersoy'un "Uçtu uçtu" adını verdiği karikatürü yüzünden *Cumhuriyet* gazetesi kapatılmıştır (Topuz, 2003:218). 1982 yılında *Gırgır* dergisi bir kapak karikatürü yüzünden 1 ay kapatma cezası almıştır. Yakın geçmişte Ertan Aydın; bir karikatürü yüzünden 10 ay, bir başka karikatürü yüzünden 11 ay, Ahmet Erkanlı da bir karikatürü nedeniyle 10 ay hapis cezasına çarptırılmıştır. *Leman* dergisinde yayınlanan bir karikatür için Yazı İşleri Müdürü'ne 3.5 ay hapis cezası verilmiştir (Özer, 2001).

Özellikle son dönem karikatüristlerin çizgilerine bakıldığında siyasetçilerin katı bir şekilde eleştirildiği görülmektedir. 9 Mayıs 2004 tarihinde *Cumhuriyet* gazetesi çizeri Musa Kart'ın Türkiye'deki İmam Hatip Liselerini ip yumağı, Recep Tayyip

Erdoğan'ı da ip yumağına dolanmış olarak tasvir edip çizdiği karikatür nedeniyle Recep Tayyip Erdoğan, *Cumhuriyet* gazetesi ve Yazı İşleri Müdürü Mehmet Sucu hakkında Ankara 8. Asliye Hukuk mahkemesinde tazminat davası açmış ve davayı kazanmıştır. Ancak bu karar, Yargıtay'ın mizaha hoşgörü istediği ve siyasilerin ağır eleştirilere katlanması gerektiğine işaret ettiği kararıyla bozulunca dava yeniden ilk mahkemeye dönmüştür. Daha sonraki davalarda ise Yargıç, Yargıtay gerekçesini dikkate alarak Erdoğan'ın tazminat istemini reddetmiştir. Yakın döneme ait bir başka karikatür de “Tayyipler Âlemi” karikatürleridir. *Penguen* dergisinin 24 Şubat 2005 tarihinde yayınlanan 127. sayısının kapağında Recep Tayyip Erdoğan konulu karikatürlerin tamamı “Tayyipler Alemi” ismiyle verilmiştir. Erdoğan kendisini kedi olarak betimleyen *Cumhuriyet* gazetesi çizeri Musa Kart'tan 5 bin YTL, başka bir karikatür nedeniyle *Evrensel* gazetesi aleyhine açtığı davada ise 10 bin YTL manevi tazminat kazanmıştır. *Penguen* dergisindeki 8 karikatürist bu davaları protesto için bu karikatürleri çizmişlerdi. Bunun üzerine karikatürlerin, Başbakan Erdoğan'ın kişilik haklarına saldırı içerdiği ifade edilen dilekçede, *Penguen* dergisinin sahibi Erdil Yaşaroğlu ile Pak Yayıncılık'tan 40 bin YTL manevi tazminat talep edilmiştir. Ankara Birinci Asliye Hukuk Mahkemesi'nde görülen davada 14 Şubat 2006 tarihli duruşmada yargıç, tarafların görüşlerini aldıktan sonra davanın reddedilmesine karar verildiğini açıklamıştır (Önderoğlu, 2008).

Leman dergisinin 6 Temmuz 2006 tarihinde, *Reco Kongo kenesi Türkiye'nin anasını ağlatıyor* başlığı ile kapak yaptığı ve bir vatandaşın sırtına Kırım Kongo hastalığına neden olan bir kene'nin bindirildiği bir karikatür yer almıştır. *Leman* dergisi çizerlerinden Mehmet Çağçağ'ın karikatürü Kapak nedeni ile *Leman* dergisi aleyhinde Recep Tayyip Erdoğan'ın avukatları Fatih Şahin ve Muammer Cemaloğlu tarafından; Başbakanı kan emici, habis ve parazit bir hayvan olan keneye benzeten karikatürün kişilik haklarına tecavüz niteliğinde olduğu, Erdoğan'ın küçük duruma düşürülerek eleştiri sınırları aşıldığı iddiası ile Ankara 14. Asliye Hukuk Mahkemesi'nde 25 bin YTL'lik manevi tazminat davası açılmıştır. Dava karikatürün, dünyada en pahalı benzin kullanan Türk halkının tepkisini, en yüksek vergi veren yurt insanının dileklerini tepkisel olarak anlatmak amacıyla çizildiğini, Kırım Kongo kanamalı hastalığına yol açan kan emici kenenin dünyada bilinen bir varlık, benzetmenin de Erdoğan'ın

kişilik haklarına saldırı değil eleştiri hakkı olduğu vurgulanarak reddedilmiştir. Şişli Cumhuriyet Başsavcılığı, Cumhurbaşkanı Abdullah Gül ile ilgili olarak *Cumhuriyet* gazetesinde 2008 yılında yayımlanan karikatürleri nedeniyle Musa Kart ile Zafer Temoçin hakkında Adalet Bakanlığı'nın izniyle soruşturma başlatmıştır. Savcılığa ifade veren çizerler, haklarında dava açılması halinde 4 yıla kadar hapis cezası istemiyle yargılanmaları gündeme gelmiştir. Cumhurbaşkanı Abdullah Gül'ü, 16 yaşındaki oğlu Emre Gül bardakta taze mısır ticareti yaptığı için "mısır tarlasında korkuluk" olarak çizen Musa Kart ile Gül'ü "Suudi Arabistan prensinin bahşiş zarfından çıkar" şeklinde gösteren Zafer Temoçin hakkında Şişli Cumhuriyet Savcılığı'nca soruşturma başlatılmıştır. "Cumhurbaşkanı'na hakaret"i düzenleyen TCK'nın 299. maddesine göre ceza davası açılması için soruşturma yürütülmüştür (Önderoğlu, 2008).

Kart ifadesinde şunları söylemiştir:

"Bu ülkede aralarında üniversite mezunlarının da olduğu milyonlarca işsizimiz var. Bu sorunların çözümü için gayret sarf etmesi gerekenler, 15 yaşındaki çocukların ticari zekaları ile övünürlerse, bu durum karikatürün ilgi alanına girer. Karikatürün ve yazının konusu doğru olaylara dayandıkça ve doğru amaca yönelik buldukça çizgiler sert, kırıcı ve kişiyi küçük düşürücü olabilir. Hâlbuki benim karikatürümde böyle bir durum dahi yoktur (Habertürk, 2008)."

Karikatürün muhalif yapısından kaynaklanan bu gücü, her dönemde okuyucu üzerinde derin etkiler bırakmış, bu yüzden de karikatüre konu olan siyasiler veya toplumsal güçler yaratılan etkiyi bozmak, ortadan kaldırmak için ellerinden geleni yapmışlardır. Karikatür de kimi zaman çarpık yapıyı, aksaklıkları acımasızca, toplum adına eleştirmekte ve sorgulamaktadır. Özellikle, siyasi karikatür yanlışlıkların giderilmesi için kimi zaman en ağır eleştirilerini yapmaktadır.

Demokratikleşme sürecinde, siyasi iktidarı elinde tutanlar, onlara karşı olan karikatürlere daima güvenmiş ve yaratıcılarına ve çalıştıkları gazetelere durmaksızın dava açmışlardır. Hatta kimileri fiziksel görünümünün karikatürlerde abartılarak iyice gülünçleştirilmesini kişisel bir hakaret olarak yorumlamıştır. Oysaki siyasi karikatürün gücü, politikacıların dış görünüşünü deforme ederek alaya almaktan çok, ciddi meseleler hakkında değişmeyen argümanlar kullanarak okurlarını ikna edip

yönlendirebilmesinden gelmektedir. Brinkman'a göre (Akt: Tunç, 2000) bu güç karikatürün "tahrip edici bir sanat" olarak tanımlanmasına neden olmuş, politik kurumlar için de bir kâbus haline gelmiştir.

İKİNCİ BÖLÜM

MEDYA METİNLERİNİN İDEOLOJİK İŞLEVI

2.1. İDEOLOJİ KAVRAMI

Kitle iletişim araçlarında, siyasette ve toplumsal bilimlerde yoğun olarak karşılaştığımız ideoloji kavramı tarihsel süreç içerisinde, kimi zaman toplumların varlık sebebi olmuş, kimi zaman da toplumların yok olmasına neden olmuştur. Yaşamın içinde kendiliğinden var olan ideoloji, bireylerin egemen toplumsal sistemle uyum içinde olması ya da kendi sistemlerini kurmaları konusunda panzehir görevini üstlenmiştir.

İdeoloji terimi, ilk kez Fransız Devrimi sonrasında yazılmış olan Fransızca metinlerde karşımıza çıkmaktadır. Eğitsel ve toplumsal reformların niteliğine ve yaygınlaştırılmasına yönelik tartışmaların egemen olduğu bu dönemde, Fransız materyalistleri kendi felsefelerini ve ideallerini tanımlamak üzere ideoloji tanımını kullanmaya başlamışlardır. Bu filozoflar, düşünce (idea) biliminin (logos) tam tercümesi olarak ideologie, bu bilimle uğraşmaları nedeniyle kendilerini adlandırmak üzere de ideologues kelimelerini tercih etmişlerdir (Çelik, 2005:27).

İdeoloji kavramını, ilk kez, Napolyon'un kurduğu ve Fransız Devrimi'nin felsefi yönünde bir eğitim sistemi oluşturmakla görevlendirdiği Ulusal Enstitü'nün⁹ üyesi ve devrimin partizanlarından Antoine Destutt de Tracy kullanmıştır (Oskay, 1943: 200). İdeoloji kavramının doğuşuna neden olan Tracy'ye göre, ideoloji bilimler için ana kavramlardan birisidir (Özbek, 2000:9). Özbek (2000) Tracy'nin, ideoloji kavramını olumlu kullandığını fakat politik değişmelerle kavramın olumsuz bir içeriğe bürünmeye başladığını aktarmaktadır.

⁹ 1795 yılında Fransa Cumhuriyeti Konvansiyonu tarafından kurulan ve düşünce bilimi olarak ideolojiyi öneren ve geliştiren filozofları bünyesinde toplayan Ulusal Bilim ve Sanat Enstitüsü Aydınlanma geleneğine dayanan ulusal bir yüksek öğrenim sistemi kurmayı amaçlamıştır. Ulusal eğitim sisteminin temel hedefi, amaçlanan toplumsal reformların gerçekleştirilmesini kolaylaştıracak, devrimci geleneğe dayanan entelektüel bir alt yapının oluşturulması ve yaygınlaştırılmasıdır. Enstitü, yeni, rasyonel bir toplum düzeninde yasaları yapacak olan yöneticilere yol gösterme görevini de üstlenmiştir. Örneğin, Napolyon iktidarı ele geçirmeden önce, daha 1797 yılında Enstitü'ye onur üyesi olarak kabul edilmiştir. Enstitü, 1799'da iktidarı ele geçirme girişiminde ona destek vermiştir. Ancak, 1803'e gelindiğinde, Napolyon ile ideologlar arasında ilişki bozulmuştur (Çelik, 2005:34-35).

İdeoloji sözcüğünü tanımlamak ve içeriğini çözümlmek için birçok çalışma yapılmıştır. İdeolojinin tek bir tanımını yapmak oldukça zordur. Düşünürlerin, siyaset bilimcilerin ve sosyologların üzerinde uzlaşmadıkları kavramlardan biri olan ideoloji, sosyal bilimlerin her alanında kendine yer edinmiştir (Dost, 2007:7). Bu durumun nedeni ideoloji kavramının birbirinden farklı birçok anlamı olmasından kaynaklanmaktadır. Bundan dolayı ideolojiyi tek bir tanım içinde değerlendirmemekte gerekmektedir (Eagleton, 2005:18). İdeoloji, toplumsal yaşamın tüm pratiklerinde var olduğu için üzerinde en çok çalışma yapılan alanlardan biridir.

İdeoloji her şeyden önce, bir dünya görüşüdür. İçinde yaşadığımız dünyanın nasıl bir dünya olduğunu bize anlatmaya çalışır. Toplumsal gerçeklik, insanlar için oldukça karmaşıktır ve insanın kendi başına bu gerçekliği anlayabilmesi, açıklayabilmesi, sebepler ile sonuçlar arasında ilişki kurabilmesi ve seçenekler karşısında rotasını belirleyebilmesi zordur. İdeoloji kendini ele vermeyen, açıklamayan toplumsal gerçekliği anlaşılabilir hale getirme deşifre etme işlevini görür, sosyo-politik seçenekler karşısında yol göstererek bireyin tercih yapmasını kolaylaştırır. İdeolojiler, insanların ve toplulukların eline tutuşturulmuş yol haritalarıdır. Bu haritalar, toplumsal ve siyasal gerçekliğin ne tür ilişkiler ve kurumlar üzerine kurulduğunu, bunların doğru mu yoksa yanlış mı olduğunu, izlemesi gereken 'en iyi yol'un ne olduğunu anlatır (Örs, 2008:10).

Yaşamın her anında, maddi ve manevi her alanda ideolojinin etkin bir yönlendirici rol üstlendiği söylenebilir. İdeoloji, insanın yaşama biçiminden, üretimine ve tüketimine kadar her alanda kendisini hissettirmektedir. Ayrıca, ideoloji insan kitlelerini örgütler ve insanlara, içinde hareket olanağı sağlayabileceği konumların farkına varacağı, mücadele edebileceği vb. alanları hazırlar (McLellan, 1999: 46).

İdeoloji üzerine kapsamlı çalışmalar yapan Eagleton (2005:18) ideolojiye yönelik tanımları şu şekilde sınıflandırmaktadır:

- Toplumsal yaşamda anlam, gösterge ve değerlerin üretim süreci;
- Bir egemen siyasi iktidarı meşrulaştırmaya yarayan fikirler;

- Bir egemen siyasi iktidarı meşrulaştırmaya hizmet eden yanlış fikirler;
- Toplumsal çıkarlar tarafından güdülenen düşünce biçimleri;
- Bilinçli toplumsal aktörlerin kendi dünyalarına anlam verdikleri ortam;
- Eylem amaçlı inançlar kümesi.

Kültür kuramcısı Raymond Williams (1990:88) ise ideolojiyi, “bir dünya görüşü ya da bir sınıf bakışı olarak soyutlanabilecek, görece olarak biçimsel ve eklemelenmiş anlamlar, değerler ve inançlar sistemi” olarak tanımlamaktadır. Williams’ın (1990:48) ideolojiyle ilgili düşüncelerini özetle üç başlık altında toplamak mümkündür. Bunlar;

1. Belirli sınıf ya da gruba özgü inançlar dizgesi,
2. Gerçek ya da bilimsel bilginin karşıtı olan düşsel inanç-yanlış düşünceler ya da yanlış bilinç-dizgeleri,
3. Anlam ve düşünce üretiminin genel süreci.

Williams (1990:58), ideolojiyi sahte bilinç olarak tanımlayan Marx’ın görüşlerinin dogmatik bir tavrı ile devam ettirildiğini vurgulayarak bu tavrın “gerçek” ya da “sahte” bilinç ayrımının pratik düzeyle daha özgül bir çözümlemesinin, yani toplumsal ilişkilerin “kavramlar, düşünceler ve fikirlerin” bu ilişkiler içindeki rolünün araştırılmasının yapılmasını engellediğini belirtmektedir. Williams, ideoloji kavramını hegemonya ve duygu yapısı kavramlaştırmaları içine yerleştirir. Gramsci’nin rızaya dayalı otorite olarak kullandığı hegemonya kavramını kullanan Williams, hegemonya kavramının ideoloji kavramından daha bütünlüklü bir sürece işaret ettiğini dile getirmektedir. Williams’a (1990:88) göre önemli olan bilinçli bir inançlar ve düşünceler dizgesi yani ideoloji değil, özgül ve egemen anlamlar ve değerler tarafından pratik olarak örgütlenen yaşanan bütün bir toplumsal süreçtir. Duygu yapıları¹⁰ kavramı ise biçimsel olarak varolan, korunan ve dizgesel olan inançların yani ideolojilerin incelenmesini ve bu inançların ötesine bakılması gerektiği düşüncesini içinde barın-

¹⁰ Williams’a (1990:106) göre duygu yapıları çözümlenme durumundaki toplumsal yaşantılardır ve toplumda doğmakta olan biçimlendirmelerle ilişkilidir.

dırmaktadır. Williams'a göre (1990:105) toplumsal yaşantı alanını daha iyi kavrayabilmek için anlamların ve değerlerin tarihsel olarak ne gibi değişikliklerden geçtiğini anlamak önem taşımaktadır.

Lull (2001:19) ideolojinin, iletişim içinde ifade edilen bir fikirler sistemi; bilinç grupları ya da bireyler tarafından taşınan duygular, kanılar, tutumlar toplamının temelini oluşturduğunu belirtir. İdeoloji; düşüncenin, tüm değerlerin, yönelimlerin ve teknolojik olarak dolayımlanmış olan kişiler arası iletişimle ifade edilen fikrinsel bakış açılarının biçimlenme eğilimlerinin örgütlü bir hal almasıdır. Stuart Hall (2005b:200) ise, ideolojinin, farklı insan topluluklarının kendi yaşam pratiklerini deneyimledikleri, bu deneyimleri belli bir türde anlamlandırdıkları, bu anlamlara açıklamalar getirdikleri ve belli bir imgesel tutunum kazandırmak için düşünceleri kullandıkları, gerçeği şifreleyen düşünce yapılarını ifade ettiğinin altını çizer.

İdeoloji üzerine yapılan çözümlenelerde ideolojinin ne derece karmaşık bir kavram olduğunun anlaşılmasına katkı sağlayan Marx ise, ideolojiyi hem bir yanılsama hem de bir toplumsal sınıfın düşünsel donanımı olarak iki şekilde temellendirmektedir (Dursun, 2001: 24). İdeoloji, kapitalist toplumun üretim ilişkilerini gizlemeye hizmet eden bir tür gizemleştirmedir ve “sınıf çıkarlarına hizmet eden gizemleştirme (mistifikasyon)” olarak ele alınabilir (Dost, 2007:8).

Marx'ın mistifikasyon ile kastettiği şey, her sınıfın kendi kafasındaki hayali dünyadır. Her sosyal sınıf, kendi varlığını sürdürebilmek için, varoluşunu meşrulaştıran bir düşünsel sistem üretmektedir. Bu düşünsel sistem, dünyaya buğulu gözlükler arkasından bakan, bu nedenle de hayali ve çarpıtılmış bir dünyayı (örgütler ve ilişkiler biçimini) tarif eden bir sistemdir. Toplumda egemen olan sınıfın ideolojisi tutucudur. Mevcut üretim tarzını, normları, değerleri ve siyasal örgütlenme biçimini doğrulayan, koruyan, vazgeçilmez ve de gerçeğin ta kendisi olarak gösteren ideolojidir. Çökmüş sınıflar ise, kendi dönemlerini “altın çağ” olarak nitelendiren, geçmişe özlemi taşıyan ve bugünkü dünyayı geçmişin gözlüğü ile gören ve ifade eden gerici bir ideolojiye sahiptir. Yükselen sınıfların ise, mevcut düzeni kökünden değiştirmeyi arzulayan, bu arzunun buğulandığı gözlük ile çizdikleri dünyayı gerçek dünya olarak gösteren devrimci ideolojileri vardır. Dolayısıyla, Marx'ta ideoloji, toplumsal

gerçeğin sosyal sınıflar tarafından çarpıtılmasıdır ve bu nedenle de gerçek ile ilgisi yoktur (Örs, 2008:17).

Marx Alman İdeolojisi'nde ideolojilerin üretilmesini insanların maddi faaliyetlerine bağlamaktadır:

“Fikirlerin, anlayışların ve bilincin üretimi, her şeyden önce doğrudan doğruya insanların maddi faaliyetine bağlıdır. İnsanların anlayışları, düşünceleri, karşılıklı zihinsel ilişkileri onların maddi davranışlarının dolaysız ürünü olarak ortaya çıkar. Bir halkın siyasal dilinde, yasalarının, ahlakının, dininin, metafiziğinin vb. dilinde ifadesini bulan zihinsel üretim için de aynı şey geçerlidir. Sahip oldukları anlayışları, fikirleri vb. üretenler insanların kendileridir (Marx ve Engels, 2003:24)”.

Marx ideolojiyi, “egemen ideoloji her zaman egemen ideolojidir” görüşüyle ilişkilendirerek, sınıfsal egemenliğin fiilen aşılması gerektiği yönünde ele alır (Giddens, 2005:355). Marx, (2003:50) “Egemen sınıf düşünceleri her çağda egemen düşüncelerdir; yani toplumun egemen maddi gücü olan sınıf aynı zamanda egemen entelektüel gücüdür de. Maddi üretim araçlarını da kontrol eder; öyle ki, bu nedenle genel olarak konuşursak, zihinsel üretim araçlarından yoksun olanların düşünceleri o sınıfa tabidir. Egemen düşünceler, hakim maddi ilişkilerin ideal ifadesinden başka şey değildir” tespitinde bulunmaktadır.

Marx'ın ideolojilere yüklemiş olduğu anlam ve işlevler, zaman içinde Marksistler tarafından yeniden yorumlanarak önemli değişiklikler göstermiştir. XX. yüzyılın önemli isimlerinden Gramsci, ezilen ve ezen sınıflar arasındaki yönetme-boyun eğme ilişkisinin açıklanmasında ideoloji kavramının yeniden incelenmesi gerekliliği üzerinde durmaktadır (Örs, 2008:21). Gramsci, ideolojiyi toplumsal, özdeksel bir gerçeklik; yani, gündelik yaşamın bilincinin oluşturucusu ve mücadele sorunu olarak ele almaktadır.

Gramsci'nin ideoloji kuramında temel kavram, hegemonyadır. Gramsci, iktidar ilişkilerini irdelerken, egemen sınıfın iktidarını yürütüşünde ve toplumsal denetimi sürdürmesinde biri güç (force), diğeri rıza elde etme (consent) olmak üzere iki yol izlediğini söylemektedir. İdeoloji, toplumsal düzenin içinde, egemen sınıfın güç ve açık baskı kullanmaksızın rıza elde etmesine yarayan bir olgu olmaktadır. Başka bir

değişle ideoloji, Gramsci'ye göre, canlı bir toplumsal güç, önemli bir toplumsal denetim biçimi olmaktadır. İdeolojiyi oluşturma, üretme ve kurma işini ise aydınlar yüklenmektedir. Aydınlar, egemen bloka katılan kesimleri ile, egemen blokun iktidarını ideolojik düzenlemelerle yürütmelerini yardımcı olmakta; toplumsal denetim kurmalarını sağlayacak hegemonik ideolojiyi onlar üretmektedir. Devrimci aydınlar ise işçi sınıfının karşı-ideolojisini üretmektedirler (Oskay, 1943:222).

Gramsci'den önemli ölçüde etkilenen ve 1960'lı ve 70'li yıllarda Fransız düşüncesinin önemli bir ismi olan Louis Althusser'in (Örs, 2008:23) ideoloji kavramlaştırması ise, ideolojinin bir temsil sistemi olarak tanımlanması ve öznelerin, fikirlerinin yansıtıldığı ideolojik aygıtların pratikleri içinde çağrılıp adlandırılması çözümlenmeleriyle kendinden sonraki çalışmalara yol göstermiştir (Sancar, 2008:58). Althusser'in kuramsal çabası Gramsci'ye benzer bir biçimde, gelişmiş bir kapitalist sistem içinde ideoloji ile iktidar arasındaki bağlantıyı açığa çıkarmaya yöneliktir. Açık bir zora dayanmayan yönetme süreçlerinin bilgisini açığa çıkartmak Althusser'in ideoloji yaklaşımının temelini teşkil etmektedir (Sancar, 2008:47).

Althusser'e göre, ideoloji tüm varoluş nedenini yaşam pratiğinden almaktadır ve yaşananın bir kopyası daha doğrusu aynasıdır. İdeoloji, toplumun maddi pratiği olması nedeniyle herkesi, her şeyi kavramakta ve durum ideolojiye özel bir yer kazandırmaktadır. Althusser'e göre, ideoloji toplumsal yaşantıyı, farklı biçimde fakat her zaman ve her aşamada otomatik olarak etkileyen bir oluşumdur. Toplumsal pratik ile ideoloji iç içedir. Tüm sisteme yayılmış toplumsal var oluşun tüm biçimlerinde yer etmiştir (Kazancı, 2002:56-57). Althusser'e göre ideoloji materyal bir anlam taşımaktadır; çünkü ideoloji insan uygulamalarında somutlaşan sosyal bir süreçtir ve ideoloji insanın kendi bilinçsel sürecinde üretilmez; sadece insanlara “özgür” ve “özerk” olduğu hissi verir (Yaylagül, 2010: 116). İdeolojinin gücü ve oluşumunu farklı biçimde yorumlayan Althusser'e göre ideoloji yapının özne üzerindeki etkisidir. Yalnızca zihinsel bir işlem olmayan ideoloji, yaşamın içinde oluşan ve yaşamdan kaynaklanan bir pratiktir. İdeoloji, bireylere, egemen değer ve nosyonları benimseterek onların yaşadıkları sistemle uyumlu hale gelmelerini ya da uyumlu yaşam sistemleri kurmalarını sağlamaktadır. Althusser'e göre bu işleyiş otomatiktir (Kazancı,

2002:58). Kazancı (2002:60)'ya göre Althusser hiçbir yapıtında ideoloji tanımı yapmamıştır. İdeolojinin ana ve oluşturucu öğeleriyle ilgili tanımlara gitmiş, onların ideoloji ile bağlantılarını açıklamış ama ideolojiyi tümüyle betimleyen bir tanım yapmamıştır. Althusser'in, ideolojiyle ilgili ileri sürdüğü en önemli düşüncesi "Devletin İdeolojik Aygıtları" fikridir. Devletin bu ideolojik aygıtları ise medya, kiliseler, okullar, din kurumları, sendikalar gibi kurum ve kuruluşlardan oluşur ki ideolojinin üretimi ve yeniden üretimi de bu aygıtlar aracılığıyla gerçekleşir (Yaylagül, 2010: 118).

Althusser'e (2006:375) göre, kitleler üzerinde hegemonya yoluyla uygulanan ideoloji, gizli olarak amacını fark ettirmeden kaynağa ulaştırabileceği güçlü bir takım aygıtlara ihtiyaç duymaktadır. Sistem de bu amaca varabilmek için devletin içerisinde bulunan birçok kurumu kullanmıştır. Althusser bunlara "*Devletin Baskı Aygıtları*" demektedir. Varlığından hiç kimsenin ya da sadece bazı kesimlerin haberdar olduğu diğer aygıtlara ise, "*Devletin İdeolojik Aygıtı (DİA)*" demektedir. Bu ideolojik aygıtlar egemen iktidara ve onun çıkarlarına hizmet etmektedir. Bu aygıtlar egemen gücün ideolojilerini dayatmaktadır (2006: 375; 1994: 33-38).

Medyanın siyasal sorunlardaki işlemlerini meşru ve yansız kılan bağlantılar sorunu, kurumsal birer sorun değil, devletin toplumsal çatışmalardaki dolayımın rolüne ilişkin daha geniş bir sorundur. İşte bu nedenle, medyanın devletin ideolojik aygıtları olduğu söylenebilir (Hall, 2005a: 118). Egemen söylemin onaylanmasını sağlayan aygıtlarından medya egemen sistemin istediği yönde bir söylem üretir. Bazı ideolojiler, kitle iletişim araçları tarafından daha bir yüceltilerek, meşrulaştırılarak, ayrıntılı olarak ele alınırlar ve geniş izleyici kitlelerine ikna edicilik ve parıltılı bir çekicilik içinde dağıtılırlar. Bu süreçte seçilen fikir yıldızları özgün anlamlarını her geçen gün daha da pekiştirerek ve toplumsal etkileri arttırarak sürekli önem kazanmaktadırlar (Lull, 2001:22).

Egemen sistem tarafından oluşturulan bilinç, kitle iletişim araçları aracılığı ile yönlendirilmektedir. Medya aygıtıyla, kitleler gerektiğinde suskunluğa, gerektiğindeyse kışkırtıcılığa davet edilmektedir. "Medya toplumsal bilgiyi sağlar ve seçmeci olarak inşa eder; toplumsal hayatın çoğulculuğunu sınıflandırır ve üzerinde düşünümde bulunur ve karmaşık ve onaylanmış bir düzen inşa eder" (Hardt, 2005:54).

Medya'nın ideolojiyi inşa etme ve üretme noktasındaki konumu, iletişim çalışmalarının ana konuları arasında yer almaktadır. Bu açıdan çalışmanın en önemli noktası, ortaya atılan ideoloji kavramlaşmalarının medyada nasıl ortaya çıktığını ve ne şekilde yönlendirdiğini belirlemektir.

2.2. İDEOLOJİ VE HEGEMONYA EKSENİNDE MEDYA SÖYLEMİ

Medya, eleştirel çalışmalar geleneğinde egemen sınıf ya da sınıfların, kapitalist üretim ilişkilerinin sürdürülmesinden kaynaklanan çıkarlarının korunması için kitlelerin bilinçlerinin şekillendirilmesindeki etkin rolüyle ele alınmaktadır (Dursun, 2001:26). Eleştirel yaklaşımları öteki iletişim araştırmalarından ayıran şey nedensellik sorununu yeniden tanımlamaları ve toplumsal gücü/iktidarın gerçekleşmesinde temel olan bilginin kontrol yöntemleri ile ilgili kaygıdır. Eleştirel kitle iletişim araştırmaları bağımsız bir alan değil daha çok iletişim çalışmalarına alternatif yaklaşımlar geliştirme alanıdır. Uluslar arası iletişim, yeni iletişim teknolojilerinin toplumsal etkileri, iletişimin politik ekonomisi, kitle iletişim sosyolojisi ve kültürel çalışmalar gibi farklı araştırma alanlarında, araştırmacılar toplumsal iktidarın işleyişinde iletişimin rolü üzerinde duran yaklaşımları birbiriyle ilişkilendirmek ve eklemek çabasına koyulmuşlardır. Bir çok durumda açıkça olmasa da bu yaklaşımlar liberal/çoğulcu toplum teorisine karşıt olarak gelişmişlerdir (Slack ve Allor, 1997:263)

Eleştirel çalışmalar, çıkış yolu ve açıklamalarında medyanın dördüncü güç olduğu varsayımını çürütmekte ve medyanın var olan egemen ideolojik söylemlerin inanırlığını kendi söylemi içinde kurarak genelde statükocu bir tavır sürdürdüğünü iddia etmektedirler (İnal, 1994:159). Medya, egemen sınıfların düşüncelerinin taşıyıcısı konumundadır. Bunu yaparken medya kuruluşunun ekonomi-politik yapısının büyük etkisi bulunmaktadır. Egemen sınıf medya yoluyla düşüncelerini topluma ulaştırırken, ya toplumun benimseyebileceği bir kişilik ya da düşüncesini dolaylı yoldan empoze edebilecek bir mesaj kullanmaktadır. Medya metinlerinin yapısına bakıldığında egemen sınıfın düşüncelerinin dolaylı bir anlatımı görülmektedir. Medya mesajlarında ya da metinlerinde, egemen sınıfın ideolojisine yakın bir değer sistemi kullanarak mesajlarını gizil durumda vermekte ve egemen düşüncenin yapısını meşrulaştırmakta ve toplumsal bilince hakim duruma gelmektedir. Ekonomi-politik-

çiler, medyanın gücünün ekonomik süreçlere ve medyanın üretim yapısına bağlı olduğu varsayımı üzerinde durmaktadırlar. Medya sahipliği ve ekonomik yapı medyada yer alan içeriklerin kontrolünü de belirlememektedir. Slack ve Allor'a (1997:269) göre, Marksist kültürel çalışmalar, medya mesajlarının etkisini, üzerinde araştırma yapılan bir sosyal grubun yaşam biçimi/anlayışından ayrı olarak düşünen çizgisel nedensellik modelini kırmaya çalışmıştır. Bu yaklaşımda, sınıf ve alt kültürel yaşam biçimleri kitle iletişim araçları mesajları ve bireysel bilinçlilik ve davranış arasındaki zorunlu dolayımlayıcı ya da aracı düzeyler olarak değerlendirilmekte ve incelenmektedir.

Medyayı kültürel ve ideolojik aygıt olarak ele alanların başında Frankfurt Okulu temsilcileri gelmektedir. Köken olarak Marksizmden etkilenen Frankfurt Okulu, temel olarak kapitalist sisteme eleştirel yaklaşan bir okuldur (Erdoğan ve Alemdar, 2005:385). Frankfurt Okulu ve buradaki sosyal bilimciler ağırlıklı olarak Marx'ın ekonomi-politik, meta fetişizmi ve yabancılaşma kavramlarının gündelik hayatta nasıl konumlandıklarına dikkat çekmişler ve toplumsal yaşamdaki iktidar yapılanmasının eleştirel analizini yapmışlardır (Marshall, 1999:186).

Marx'ın ekonomi politik yaklaşımı, maddi üretim araçlarını elinde tutan egemen sınıfın aynı zamanda zihinsel üretim araçlarını da elinde tuttuğu varsayımından yola çıkmıştır. Ekonomi politik yaklaşım, medya araçlarının kimin egemenliğinde olduğu ile ilgilenmektedir. Medyanın ekonomi politiği düşüncenin üretimindeki ve dağıtımındaki egemenliği ve kontrol gücü üzerinde durmaktadır:

Egemen sınıfın düşünceleri, bütün çağlarda egemen düşüncelerdir, toplumun egemen maddi gücü olan sınıf, aynı zamanda egemen zihinsel güçtür. Maddi üretim araçlarını elinde bulunduran sınıf aynı zamanda zihinsel üretim araçlarını da elinde bulundurur (Engels ve Marx,1999:75).

Ekonomi politik yaklaşım, medyanın tekelleşmesi, ticari bir kurum olarak faaliyet göstermesi ve medya içeriklerinin ticari kar güdüsünün gerçekleşmesindeki rolünü sorunsallaştırmaktadır. Kültür endüstrilerindeki mülkiyet ve denetim kalıplarıyla bunların özneliğin ve kültürel içeriğin oluşmasındaki rolü üzerinde duran ekonomi politik yaklaşım, mülkiyet ve denetim ilişkilerine gömülü yapılandırılmış iktidar ilişkilerini incelemekte ve bu maddi ilişkileri tarihsel bir bağlam içine yerleştirmeye,

ticari ve kamusal kurumların söylemsel pratikler üzerindeki etkisini açığa çıkarmaya çalışmaktadır (Stevenson, 2008:26).

Bu ilişkiler zincirini daha iyi çözümleyebilmek için kavramsal bazda bir değerlendirme yapmak gerekmektedir. İktidar ve ideoloji arasındaki ilişkiler, ideoloji ve hegemonya arasındaki ilişkiler medya söyleminin nasıl şekillendiğini anlamada önemlidir.

2.2.1. İktidar ve İdeoloji

Toplumdaki egemen ideoloji, egemen güç ile bir bütün olarak algılanmaktadır. Göze (2000:141) egemen gücü; toplumda yasayı yapan, kaldıran, değiştiren tek güç olarak tanımlamaktadır. O'na göre, bu egemen güç kendi yaptığı yasalara bağlı değildir, çünkü hiç kimse kendi kendini bağlayamaz. Fiske (1997:32) ise, egemen ideolojinin, kendini bizim öznelliğimizden yeniden üretmeye çalıştığını, dolayısıyla maddi toplumsal koşullarımızdan bağımsız olarak kapitalizmin öznelere olan bizlerin, az ya da çok beyaz ataerki burjuva ideolojisinin çizdiği öznelliği taşıdığımızı ifade etmektedir. Egemenlik kavramı Marx'ın "yönetici sınıflar ve yönetici fikirler" görüşünü yansıtmaktadır. Williams'a göre de, belirli bir dönemde örgütlenmiş, yaşanan, egemen ve etkin olan merkezi pratikler, anlamlar ve değerler sistemi vardır (Erdoğan ve Alemdar, 2005:400). Egemen sınıflar bu değer sistemleri ile bir süreç içerisinde farklı sınıfta bulunan insanların yaşam biçimleri üzerinde etki bırakmaktadırlar. Farklı sınıftaki insanların görüşleri ve değerleri üzerinde belli bir takım araçlar kullanarak yeniden yorumlamaya çalışmaktadırlar. Egemen fikirler, kendilerine karşıt olan fikirleri ve anlamları bozarak kendi görüşü doğrultusunda değiştirmekte veya kontrol altında tutmaktadır. Eagleton'a (2009:23) göre; egemen iktidar kendini, kendisine yakın inanç ve değerlerin 'tutunmasını sağlayarak', bu tür inançları, doğrulukları kendinden menkul ve görünüşte kaçınılmaz kılacak şekilde 'doğallaştırarak' ve 'evrenselleştirerek', kendisine meydan okumaya kalkışan fikirlere 'çamur atarak', rakip düşünce biçimlerini, muhtemelen, açığa vurulmayan, ama sistemli bir mantıkla, 'dışlayarak' ve toplumsal gerçekliği kendine uygun yollarla 'çapraşıklaştırarak' meşrulaştırmaktadır.

Herman ve Chomsky (1999:10) medya yapılanması içinde güçlü kesimlerin söylemin ilkelerini belirleyebildiklerini, halkın neyi seyredip dinleyeceğine ve ne düşüneceğine karar verebildiklerini ve düzenli ikna kampanyalarıyla kamuoyunu ‘sevk ve idare’ edebildiklerini bu açıdan medya etkilerinin güçlü olduğunu söylemenin yanlış olmayacağını altını çizmektedirler.

Günümüzde kitle iletişim araçları sayıları giderek azalan birkaç güçlü organizasyonun eline geçmiştir ve bu organizasyonların sahipleri de yurttaşlardan gelen mantıklı, eleştirel karşı çıkışları görmezden gelmekte; buna karşılık, toplumdaki güçlü ekonomik ve kültürel elitin manipülatif haberlerini ön plana çıkartarak “kültürel hegemonyanın” varlığını sürdürmesi için gerekli zemini hazırlamaktadırlar (Doğru Arsan, 2004:154-155). Hall’a göre (2002:107), modern iletişim araçları toplumsal yapının ve pratiklerinin birer parçası haline gelmekte, medya toplumsal alanı tanımlayarak inşa etmekte ve siyasal alanın da inşasına yardım etmektedir. Maddi güç haline gelen medya, kültürel olana hükmetmektedir ve toplumsal alan içindeki ilişkileri ne doğrudan ne de dolaylı olarak yansıtmaktadır. Medya içeriği, toplumdaki iktidar ilişkilerinin bir haritasıdır ve özellikle simgeler yaratma gücü tarafsız bir güç değildir (Shoemaker ve Reese, 2002:131). Hall (2002:103) kitle iletişim araçlarını, dünya ile ilgili algılamalarımızın inşası ve dönüşümüyle kesiştiği bir alan olarak görür. Kapitalist toplumlarda medya egemen ideolojilerin söylemleri içinde dünyayı yeniden tasnif etme işlevini sürekli olarak yerine getirmektedir (Erdoğan ve Alemdar, 2005:404).

2.2.2. İdeoloji ve Hegemonya

Marksist düşünürlerden olan Antonio Gramsci, Louis Althusser gibi salt ekonomik alt yapı üzerine yoğunlaşarak yapılan analizlerin, üst yapının işleyişini, ideolojinin etki boyutunu tam olarak açıklayamayacağından, hareketle, üst yapı kurumlarının görece özerkliğini gündeme getirmiştir (Barrett, 2004:79). Gramsci tarafından ortaya atılan ve iktidarla pratik arasındaki bağlantıyı araştıran hegemonya kuramı, medyanın eleştirel çözümlerinde kullanılan güçlü bir akım olmuştur (Shoemaker ve Reese, 2002:150). Gramsci, devletin zora dayalı iktidarını vurgulamak yerine, ikincil konumdakilerin sisteme olan rızasını sürekli biçimde kazanılmasını ve yeniden kazanılmasını içeren ‘hegemonya’ kavramı üzerinde durmuştur. Bireye zorla

dayatılan şeyleri yapmaktan, onu zevk alır hale getiren duruma Gramsci ‘hegemonya’ demiştir. “Gramsci’ye göre hegemonya, entelektüel ve moral liderliktir ve temel elemanları da rıza ve iknadır. Toplumda belli sınıflar ekonomik ve ideolojik anlamda çeşitli şekillerde ezilmektedir. Ezilen grupların rızasını almak isteyen güçlü grupların çabalarını Gramsci ‘hegemonya’ terimiyle karşılar” (Doğru Arsan, 2004:154-155). Gramsci, *Hapishane Defterleri* isimli çalışmasında hegemonya kavramından şu şekilde bahsetmektedir:

“Hegemonya, proletarya diktatorasını, yani egemen sınıfın karşıt gruplar üzerinde kaçınılmaz olarak uygulayacağı zorlamayı öngerektirir. Ama proletaryanın, rızası kazanılmış ve “etkin rıza”nın örgütlenmek istendiği bütün bağlaşıklarının (köylülük vb.) entelektüel ve moral (kültürel) yönetimidir de bu” (Gramsci, 1986:73).

Gramsci’nin (1986: 74-75) siyasal güç ilişkisini belirleyen hegemonya kavramı, güç ilişkilerini çözümlemesiyle doruk noktasına varır. Gramsci, toplumsal hegemonya ile politik hükümetin ast işlevlerinin yerine getirilmesi için yani etkin rızanın ve zorlama aygıtının örgütlenmesi için de, egemen grubun ‘memurları’ olarak adlandırdığı aydınların işlevi üzerinde durur. Gramsci’ye göre, yönetici sınıfın toplumun diğer kesimleri üzerinde hegemonyasını kurabilmesi için bir aydınlar politikası geliştirmesi gerekir. Yönetici sınıfın orta ve alt sınıflar üzerinde hegemonya kurma süreçlerinde siyasal ve ideolojik-kültürel işlevleri aydınlar yerine getirir (Atalay ve Kalfa, 2008:31).

Gramsci’ye (1986:18) göre, bağımsız bir aydınlar¹¹ sınıfı yoktur, ama her toplumsal grup kendi öz aydınlar katmanına sahiptir ya da onu oluşturmak ister. Bununla birlikte tarihsel olarak ilerlemeci sınıfın aydınları, belirli koşullar içinde, öyle bir çekicilikte bulunurlar ki, sonunda öbür toplumsal grupların aydınlarını kendilerine bağımlı duruma getirir ve bütün aydınlar arasında bir dayanışma sistemi kurarlar. Bu grup, yeni ekonomik-üretken etkinlik alanlarını egemenliği altına almak için, yalnızca varoluş gerekliliklerini yerine getirerek değil, tüm toplumu ilerleterek kendiliğinden ortaya çıkar. Bu toplumsal grup işlevlerini yerine getiremeyecek duruma gelince de ideolojik blok çatlama yönüne yönelir o zaman kendiliğindenlik yerini darbe gibi zor-

¹¹ Gramsci için Aydınlar-Entellektüeller, “geniş anlamıyla örgütleyici işlevi olan” herkesi kapsamaktadır (Çam, 2008:241).

lamaya bırakır. Aydınlar bir taraftan yönetici sınıfın diğer sınıflar üzerindeki ideolojik hegemonyasını kurarken, diğer taraftan da siyasal yönetim işlevini yerine getirir.

Hall (2005b:230) da başat sınıfların ideolojiler alanını olumlu bir şekilde hegemonya inşa etmek için kullanabilmelerinin meşruluk ve rıza yoluyla mümkün olduğunu ama aynı zamanda ikinci olarak, başat sistemin tahakkümü altında kalan sınıflardan belli bir kabul görebilmesinin de ancak meşruluk ve rıza yoluyla mümkün olabileceğinin altını çizer. Hall, rızayı sağlayan aygıtları “hegemonya, devletin baskıcı yönünün –aynı zamanda kısmen ideoloji yoluyla işleyen yasa, polis, ordu– yanı sıra üst yapılara ait failer –aile, eğitim sistemi, kilise, medya ve kültürel kurumlar aracılığıyla başarılı” (2005b: 215) şeklinde sıralamıştır. Hall, hegemonyanın hukuksal ve meşru zorun yanı sıra, hegemonya içinde tabi durumdaki sınıfların ve toplumsal grupların aktif rızalarının kazanılması yoluyla başarıldığı üzerinde durmaktadır (2005b: 115).

Sonuçta hegemonya, genel olarak, bir egemen iktidarın kendi yönetimi için, hâkimiyeti altındaki insanların rızalarını kazanmada başvurduğu pratik stratejiler alanı, “bir güç kazanma ve sürdürme yöntemi” (Lull, 2001:51) olarak karşımıza çıkmaktadır. Hegemonya oluşturmak ise, “...toplumsal yaşamda, birisinin kendi “dünya görüşünü” bir bütün olarak toplum bünyesine baştan sona yayarak ve bu şekilde kendi çıkarları ile toplum çıkarlarını büyük ölçüde eşitleyerek ahlaki, siyasi ve entelektüel önderlik kurması” demektir (Dursun, 2001:31-32).

İdeolojinin kullanılması daha doğrusu ondan yararlanma konusunda çok değişik yöntem ve araçlar kullanılmaktadır. Ancak kitle iletişim araçlarının bu konuda ayrı bir yeri ve önemi bulunmaktadır. Çünkü kitle iletişim araçları günümüzde ideolojik aygıtların en etkilisidir ve ayrıca en ideal ideoloji taşıyıcılarıdır (Kazancı, 2002:77). Medyanın ideolojiyi taşıması ve medyayı izleyen/okuyan/dinleyenlere rızaya dayalı olarak ideolojisini kabul ettirmesi ve devamlılığını sağlaması noktasında önemli bir yere sahiptir.

Çam (2008:237) medya çalışmalarını şekillendiren ideoloji kavrayışını “hegemonik motifli ideoloji kavrayışı” olarak tanımlamaktadır. Bu kavrayışa göre,

mevcut hegemonyanın muhafazası ve devamlılığı korunduğu sürece yönetilenlerin, yerleşik hegemonyaya karşı olumsuz tepki geliştiremeyecekleri varsayılır ancak bu durumun hiçbir zaman sürekli olmayacağı da kabul edilir. Hegemonyanın kazanabileceğini ancak güvence altına alınamayacağını bu durumda hegemonyanın gerilim ve istikrarsızlıkla karşılaşmasının kaçınılmaz olduğu da bir gerçektir.

Hall (2005a:116), medya ve öbür anlamlandırıcı kurumların oydaşmanın üretilmesine yardım eden ve rızayı imal eden kurumlar olarak sorunun içine dâhil edildiğini ifade etmiştir. Hall, bu yaklaşımın medya kurumlarının, kendilerini yönetmek isteyenlerin dolaysız zorlamalarından ‘özgür’ ve ‘bağımsız’ kalırken, aynı zamanda başat ideolojilerin üretimlerine ve yeniden üretimlerine nasıl eklenilebileceklerini tanıtmada kullanılacaklarına vurgu yaparak böylesi kurumların güçlü bir şekilde rıza sağlayabileceklerinin altını çizmiştir.

Günümüzde kendilerini toplumun organize edicisi olarak gören politikacılar ve sermayedarlar (baskın sınıf) ile, kendilerini toplumun eğiticisi, moral önderi olarak gören gazeteciler arasında toplumsal rızanın üretimi açısından ciddi bir işbirliği söz konusudur. Onlar, bir yandan organik olarak birbirlerine bağlı üst ve alt sınıflar arasındaki iletişimi kuran araçlar vazifesi görmektedirler; diğer yandan da, egemen ideolojinin meşrulaştırma uzmanı olarak alt sınıfla (cultura popalare) ait oldukları üst sınıf (alta cultura) arasındaki problemleri ve karşı çıkışları yatıştırma görevi üstlenirler (Doğru Arsan, 2004: 155-156). Gramsci'nin ideolojik hegemonya kuramına göre kitle iletişim araçları yönetici seçkinlerin, zenginliklerini, güçlerini ve konumlarını (kendi felsefelerini, kültürlerini ve etik değerlerini yayarak) sürdürmekte kullandıkları araçlardır. Bu araçlar gerekli öğeleri bireylerin bilincine, başka türlü orada asla yer alamayacak şekilde öylesine yerleştirirler ki bilinç, onları asla reddedemez. Çünkü bu öğeler söz konusu toplumsal kültürde olabildiğince derin bir paylaşım alanına sahiptirler (Lull, 2001:52).

Kitle dolayimli ideolojiler, etkili bilgi dağıtımı yapan araçlarla ilişki içindeki bir sistem tarafından desteklenmekte, güçlendirilmekte, toplumsal ve kültürel gerçekliğin her yanına yayılan toplumsal pratiklere dönüşmektedirler. Mesajlar, okullardan, iş dünyasından, siyasal örgütlerden, ticari birliklerden, dini gruplardan, ordudan ve

bunların tümünü birlikte ideolojik olarak ambalajlayan medyadan çıkan statükonun destekleyicisidirler. İdeolojik etkinin bu karşılıklı değerlendirme ve karşılıklı pekiştirme süreci, hegemonyanın temelini oluşturmaktadır (Lull, 2001:53).

Hegemonyaya direniş elbette ki her zaman, çoğunlukla da mizahta bu tür açık karşıtlıklar ve ideolojik dönüşümler biçiminde olmaz (Lull, 2001:62). Medyanın her kullanımı, her işlevi ve sunumu özde bir manipülasyona dayanır. Medyanın en maaşum etkinliğinde bile bir ideolojik işlevden, manipülasyondan bahsedilebilir (Güneş, 2001:158). Medya mesajlarının, günlük kişilerarası söylemle kaynaşan içeriği, genelde onlara içkin olan egemen ideolojik ve kültürel öğelerin sunulması, pekişmesi ve yaygınlaşmasına katkıda bulunur. Çünkü izleyiciler, medya içeriği biçiminde kendilerine sunulan mesajlardan seçim yapabilmektedirler. “İletişim araçları aynı anda ve aynı yerde hem baskıcı hem de özgürleştirici olabilmektedirler” (Lull, 2001:225).

2.3. İDEOLOJİ-DİL-SÖYLEM VE ANLAM İLİŞKİSİ

Medya metinleri üzerinde yapılan çalışmalarda dil ve ideoloji sorunu önem kazanmış ve bu konudaki kuramsal çalışmalar medya diline ilişkin tartışmaların ana çizgisini oluşturmuştur. Dil, söylem ve ideolojiye ilişkin çalışmalar, ideoloji çalışmalarına kıyasla daha yenidir (Akca, 2009:50). Dil, özne, ideoloji kümesi içinde yer alan medya çalışmalarını şekillendiren ideoloji kavrayışı, hem “insanla insan arasında” hem de “insanla doğa arasında doğal, dolaysız ve doğrudan bir bağıntı” kurulamayacağından hareketle, bu ilişkilerdeki dolayımın dil tarafından sağlandığını vurgulamaktadır. Bu doğrultuda dilin temelde dışsal gerçekliği dolayımına işlevi bulunmaktadır. Dolayısıyla öznellik motifli ideolojik kavrayışında, ideoloji gerçeklik ilişkisi tartışılırken gerçekliğin, dil veya dil benzeri biçiminde yapılaşmış bir sistem içerisinde ve onun dolayımıyla kurulduğu belirtilmektedir. Bu nokta, dili, dil dışındaki olgusal gerçekliği olduğu gibi yansıtan bir araç biçiminde değerlendirmedine işaret etmektedir. Yani dilin, gerçekliği aktarıcı değil, kurucu ve düzenleyici bir rolü bulunmaktadır (Çam, 2008:183). Coward ve Ellis’e (1985:12) göre, gösteren, gösterileni ancak başka gösterenlerle girilen ilişkilerde belirginleştirir yani anlam sadece farklılıkların sistematik olarak düzenlenmesiyle üretilir.

2.3.1. Dil ve Anlam ile Oluşturulan Söylem Yapıları

Dil, özne ve ideoloji kümesi içinde yer alan medya çalışmalarını şekillendiren ideoloji kavrayışı yapısalcılıkla yakın ilişki içerisindedir (Çam, 2008:184). Dilin ve kültürün yapısal sistemler olarak nasıl açıklanacağı üzerinde duran yapısalcılık, Ronald Barthes ve Levi-Strauss'un çalışmalarıyla popüler olmaya başlamıştır. Yapısalcılığın temelinde görünen olay ve olguları anlamak için onların altında yatan yapıya bakmak gerektiği düşüncesi vardır. Yapısalcılık her türlü dilsel süreci bir şifreleme olarak değerlendirmekte ve bu şifrelerin çözümü için dilin yapısı açığa çıkarılmaktadır (Yaylagül, 2010:119). Yapısalcı dilbilim ve bütün toplumsal pratikleri dil olarak analiz edebilme imkanı, "işaret" in incelenmesinden çıkmıştır: Dışavurum araçları yani ses (gösteren) ve kavram (gösterilen) arasındaki ilişki bu iki ögeden birinin ötekinden önce varolmaması, bu ilişki dışında da hiçbir anlama sahip olmamaları (Coward ve Ellis, 1985:12). Dilbilim alanında yapısalcı yaklaşımların temelini atan Ferdinand de Saussure (Yaylagül, 2010:120), anlamlandırma dünyası ile 'gerçek' dünya arasında ortaya koyduğu ikiliğin değerlendirerek yorumlamaya çalışmaktadır (Dursun, 2001:47). Saussure'un çalışmaları gösterenlerin arasında anlam üretimine giren ilişkilerin incelenmesini mümkün kılmıştır (Coward ve Ellis, 1985:12). Saussure, göstergeler, insanlar ve nesnelere arasındaki yapısal ilişkinin anlama yönelik inşa edildiğini savunmuştur (Fiske, 1996:66). İşaretin incelenmesinin ilk aşaması olan yapısalcılık, anlamın farklılıklar örgüsü içinde, çeşitli öğelerin birbirleriyle olan ilişkileri tarafından üretilmesi perspektifinden incelenmesidir. Hem verilen bir yapının kesin işleme kurallarının hem de yapısal dönüşümlerin kesin kurallarının araştırılmasıdır. Bu, anlamın üretiminin farklılıklar sistemi olarak anlaşılmasının ve belirli bir anlamı tespit etmek için farklılık ilişkilerinin düzenlenmesinin temelidir (Coward ve Ellis, 1985:13). Dili, düşüncelerin aktarılmasını sağlayan bir göstergeler sistemi olarak ele alan Saussure'a göre göstergeler, gösteren ve gösterilenlerden oluşmaktadır. Gösteren, işaret ya da seslerden oluşurken, gösterilen düşünce ve kavramlardan oluşmaktadır. Dili anlamak için sistemin yapısına bakmak gerektiğini ifade eden Saussure, dilin analizinin karşılıkları ortaya çıkardığını söylemektedir (Yaylagül, 2010: 120-121).

Saussure, dilin kullanım özelliklerinden ve dil yetisinden gelen sorunlarla bilimsel bir çalışmanın nesnesi olacak dili birbirinden ayırmıştır. Dil toplumsal bir kurum, üzerinde toplumsal bir uzlaşmaya varılmış bütünlük olarak tanımlanır. Dil, belli sayıdaki sesler ve düşünceler arasında, bunların toplumsal olarak kullanımından soyutlanmış sistematik ve edilgen bir ilişkidir. Söz ise, bir etkinliktir; dilin bireyler tarafından kullanımını ifade etmektedir. Dil, “anlatım araçları bütünü”, bütün bireylerde ortak bir “kod” olarak görülür; söz, bu kodun bireysel kullanım biçimidir. Böylece Saussure için dil, birey tarafından yaratılmamış, onun tarafından değiştirilemeyen, bireyin dışında, kendi içinde kurallara sahip yapısal bir bütünlük olarak bilimin nesnesi haline dönüşmektedir (Sancar, 2008:88). Dilin söz olduğu üzerinde duran Ellul’a göre, (2004:43) söz belirsiz ve enformasyondan daha zengin ama enformasyondan daha belirsiz bir anlam taşımaktadır. Ellul, en yalın sözün bile, her tür çağrışımı içerdiğini ve çok sayıda imajı hatırlattığını söylemektedir. Söz alanının imajlar tarafından istilaya uğradığını vurgulayan Ellul (2004:203), sözün değerini kaybettiğini söylemektedir. Kitle iletişim araçlarının imajlarla insanoğlunu kuşatarak, görsel tekniklerin çoğalmasıyla gözlerimizin ve düşüncelerimizin imajlarla istilasını ürettiğini belirten Ellul (2004:194), görselleştirilmiş gerçekliğin, düşünce, felsefe ve teoloji alanındaki her şeyi kontrol etmenin araçlarını sağlamaktadır. Görselleştirilmiş gerçekliğin yaşanmış gerçeklik olmadığını söyleyen Ellul (2004:247), görsel gerçekliğin kitle iletişim araçlarıyla gelen gerçeklik olduğunu ifade etmektedir.

Saussure’ye göre, herhangi bir gösterilenin göndermede bulunduğu gerçeklik ya da deneyim alanı, yani göstergenin anlamlandırılması, bu gerçekliğin/deneyimin doğası tarafından değil sistemdeki birbirleriyle ilişkili gösterilenlerin sınırları tarafından belirlenmektedir. Bu nedenle Saussure, anlamı en iyi belirleyen şeyin, bir göstergenin dışsal gerçeklikle ilişkisinden çok o göstergenin diğer göstergelerle ilişkisinden kaynaklandığını ifade etmektedir. Saussure, göstergenin sistemdeki diğer göstergelerle ilişkisine değer adını vermektedir ve bu değer anlamı belirlemektedir (Fiske, 1996:69).

Saussure’ün dilbiliminden gelişen yapısalcılığın doğruları ve yanlışları, modern yapısalcılığın kurucularından biri olan Levi-Strauss’un eserinde gayet açık olarak

örneklenir. Levi-Strauss ana terim olarak “işareti” olarak yapısalcı kavramları antropolojik verilere dönüştürmüştür. Bu sadece toplumda işlevi olan işaretlerin aktarılmasının analizi değil, aynı zamanda yapıları simgesel sistemler olarak, yani yapısal düzenlemeyi anlam üreticisi olarak görme sorunudur. Strauss’a göre her kültür ilk sırada dilin, evlenme yasalarının, ekonomik ilişkilerin, sanatın, bilim ve dinin yer aldığı simgesel sistemler bütünü olarak görülmektedir. Levi-Strauss’un yapısalcılığı insan öznesinin homojen ve kendi kendini denetleyebilir olmadığını gösterir; özne, varlığının farkında bile olmadığı bir yapı tarafından inşa edilir. İnsan öznesinin kendisiyle açıklanırılığı artık savunulamaz; özne yapının ve yapının dönüşümlerinin nesnesidir (Coward ve Ellis, 1985:411). Levi-Strauss’a göre, bir kültürün düşünsel sınırları belli bir toplumun anahtarıdır. Yapısal dilbilim yaklaşımıyla yapılan çalışmalarla bir kültürün mitleri incelenerek, soyutlamalar yoluyla o kültür anlaşılabilir. Kültürü anlamak için gelenek, görenek, mit ve ritüellerin yapısal analizini gerçekleştirmiştir. Levi-Strauss’a göre, tıpkı dil gibi kültürlerin de altında yatan bir yapı bulunmaktadır. Bu yapının analizi toplumun kolektif bilincinin açığa çıkarılmasını sağlamaktadır. Her dil ve kültür Levi-Strauss’a göre ikili karşıtlıklarla var olmaktadır (Yaylagül, 2010:121-122). Kültürün semiyotik analizini yapan Barthes ise; dil/söz ayrımının her türlü kültürel analize uyarlanabileceğini savunmuştur. Barthes’e göre, konuşmanın altında yatan bir yapı vardır. Barthes’e göre, yapısal dilbilim konuşmayı biçimlendirir. Barthes, temsil edilen düşünce ya da şey ve temsil eden ilişkisinin bütün simgesel sistemlerin temeli olduğunu savunmaktadır. Barthes’e göre anlam sözdizimsel bir seçme ve düzenleme içerisinde gerçekleşmektedir. Her ifade, Barthes’a göre düz anlamlar ve yan anlamlara sahiptir ve özellikle yan anlamlar ideolojilerin taşınmasında ve aktarılmasında kullanılan üst dil olarak işlev görmektedirler. Kültür, dil ve işaretler aracılığı ile taşınmakta ve kültürü taşıyan simge ve semboller ideolojik anlam taşımaktadırlar (Yaylagül, 2010:123).

Söyleme ilişkin çalışmaların yapısalcı dilbilime getirilen eleştirilerle birlikte ortaya çıktığı (Akca, 2009:50) açıktır. Söylem kavramı toplumsal kuramda bir yandan dil ve ideoloji arasındaki ilişkiyi anlamakta geniş bir alan açarken, öte yandan ideoloji kuramının sorunları karşısında alternatif bir yaklaşıma odaklanma gereksinimi duyan postyapısalcılık, postmarksizm ve postmodernizm gibi akımların merkezi

kavramı olarak karşımıza çıkmaktadır Medya çalışmaları açısından söylem kavramı, ideoloji ile birlikte ele alındığında, medya metinlerinin toplumsal iktidarın kurulmasındaki rolünü sergilemekte çıkış noktası sağlamaktadır (Dursun, 2001:46).

İktidar ilişkilerinin bir aracı olarak ideolojiye önem veren Foucault söylem ve iktidar arasındaki yakın ilişkiden yola çıkarak, söylemin “iktidarın dolaysız görünümü” olduğunu belirtmektedir. Foucault’ya göre, iktidar, sahip olunan bir şey değil, uygulanan bir şeydir ve herkes, iktidarın şebekesi içinde çoktan düzenlenmiş katılımcılardır. Mills (2003:126)’e göre, Foucault’nun iktidar kavramlaştırımı, bir ilişkiler hiyerarşisi içindeki öznelerin oluşum sürecindeki dilin/söylemin/metinlerin rolünü yeniden değerlendirilmesini sağlamaktadır. Bazı Marksist kuramcılar dili, basit bir şekilde insanları gerçek doğru olmayan veya çıkarlarına olmayan düşüncelere inanmaya zorlayan bir araç olarak değerlendirme eğilimi içerisindeydi, fakat söylem kavramı içinde dil bu mücadelelerin anlatıldığı yerdir: Foucault’nun belirttiği gibi söylem basit bir şekilde hükmetme sistemlerini veya mücadelelerini tercüme eden bir şey değildir, fakat onun için veya onun aracılığı ile mücadelenin olduğu şeydir. Aslında söylemi; iktidar, ideoloji, toplumsal oluşum, sınıf ve benzeri gibi kavramları da içine alarak orijinal bir kuram geliştiren Michel Foucault’dur. Foucault’cu düşüncede söylem, hakikat, bilgi ve gücü düzenler. Bilgi söylemlerin içine kazanmıştır, söylemlerin dışında olamaz.

Dil, ideoloji ve anlam arasındaki ilişkinin sınırlarını saptamakta ilk girişim Volosinov’un ideoloji ve gösterge arasındaki ilişkiye dair açıklamasıyla sağlanmıştır. Volosinov’a göre, her ideolojik ürün, her fiziksel yapı gibi, her üretim aracı gibi veya her tüketim ürünü gibi, doğal ve toplumsal gerçekliğin, yalnızca bir parçası değildir; o da öteki fenomenlerle karşıtlığı içerisinde, kendi dışındaki başka bir gerçekliği yansıtmakta ya da çarpıtmaktadır. İdeolojik olan her şey, temsil ettiğinin, betimlediğinin veya yerine geçtiği kendi dışında duran herhangi bir şeyin anlamına sahiptir. Diğer bir deyişle, o bir göstergedir. Göstergeler olmaksızın ideoloji de olmaz. Volosinov, dil felsefesinin ideolojik gösterge felsefesi olduğunu söyler (Mumby, 2004:129-130). Volosinov, aynı dili kullanan farklı sınıfların, dilde sınıfsal mücadele sürdürdükleri görüşünün temelini atmıştır (Dursun, 2001:47). Dil ve ideoloji Volosinov’a göre, bir

anlamda özdeş olsa bile bir diğer anlamda özdeş olamaz; çünkü çatışan ideolojik konular kendilerini aynı ulusal dil içerisinde dile getirebilir ve aynı dilsel cemaat içinde kesişebilir. Böylelikle gösterge, sınıf mücadelesinin bir arenası haline gelmektedir (Eagleton, 2005:272). Bundan dolayı ideoloji de sınıflararası mücadele olarak kavranmalıdır (Dursun, 2001:47). Volosinov, göstergede yansıtılan varlığın yalnızca yansıtılmakla kalmadığını, aynı zamanda kırıldığını da belirtmektedir. Varlığın kırılmasını belirleyen ideolojik göstergede farklı yönelimlere sahip toplumsal çıkarların kesişmesi olduğunu savunan Volosinov, göstergenin de sınıf mücadelesi alanına dönüşerek toplumsal mücadelenin baskısından uzaklaştığını belirtmektedir (Hall, 2005a:102). Hall (2005a:103-104)'a göre, Volosinov'un dil ve ideoloji eksenindeki sorunsallaştırmasının, dünyanın dilde işlevsel yeniden üretiminin bir sonucu olarak değil de toplumsal vurgunun üstün geleceği ve güvenilirlik kazanacağı konusunda girişilen toplumsal mücadelenin -söylem içinde egemen olma mücadelesinin- sonucu olması gerektiğine dikkat çekmektedir. Hall'a göre söylem ve egemen olma mücadelesi kavrayışı, dilin anlamlandırma işinin ele alınmasında hem "farklı yönelimlere sahip toplumsal çıkar" nosyonunu, hem de "bir mücadele alanı olarak" gösterge anlayışını gündeme getirmiştir. Volosinov'un dil felsefesi, dil, iletişim, anlam ve ideoloji arasındaki ilişkiye başlangıç formülasyonu sağlamaktadır. Volosinov, anlamı basitçe içsel, bireysel bir bilincin dışsal bir ifadelendirilmesi olarak değil, toplumsal etkileşimin bir ürünü olarak yorumlamakta ve dilin toplumsal idealist bir kavramlaştırma olduğunu ifade etmektedir (Mumby, 2004:130).

Volosinov'u izleyen Althusserci Fransız dilbilimci Pecheux ise, izleyenleri ile birlikte, ideolojik mücadelenin bir aracı olarak söylemsel pratiklerin kuramını geliştirmiştir. Pecheux'un amacı, Saussure'ün dil çalışmalarında ihmal ettiği konuyu yani anlamın üretimi üzerindeki toplumsal-tarihsel koşulların belirleyici etkilerini göz önüne sermektir. Ona göre anlam, verili bir söylemsel formasyonun dilsel öğeleri arasındaki ilişkilerce oluşturulmaktadır. Dolayısıyla anlam, Pecheux'un kuramında belirleyici söylemsel formasyon içindeki bir üretim olarak ele alınmaktadır. Yani kelimeler, sıfatlar, deyimlerin tek başlarına bir anlamları yoktur, üretildikleri söylem oluşumuyla anlam kazanırlar. Kuramında üzerinde durduğu nokta, söylem süreçlerinin işleyişinin, dilin sınıf ilişkilerine indirgenmesine yol açmadığı ve "dilgin görece

özerk bir sistem” olduğudur. Pecheux’a göre, tüm söylem süreçleri ideolojik sınıf ilişkilerinden kaynaklanırlar. Pecheux, dile ve söyleme ilişkin bu görüşlerinde sınıf indirgemeciliğine karşı durmakla birlikte sınıf mücadelesinin belirleyici rolünü kabul etmektedir (Dursun, 2001:49-50).

Pecheux’a göre, bir söylemsel formasyon, toplumsal yaşam içindeki belirli bir konumdan söylenebilecek ve söylenmek zorunda olan şeyleri belirleyen bir kurallar kümesi olarak görülebilir; ifadeler de ancak, içinde ortaya çıktıkları söylemsel formasyonlar sayesinde anlama sahiptir ve anlam, birinden diğerine nakledildiklerinde değişir. Bir söylemsel formasyon böylece belirli bir “anlam matrisi” yani içinde fiili söylemsel süreçlerin yaratıldığı bir dilsel ilişkiler sistemi oluşturur. Her tikel söylemsel formasyon, Pecheux’nün “ara söylem” adını verdiği, bu tür fenomenlerden oluşan yapılaşmış bütünlüğün bir kısmını biçimlendirir; buna karşılık her söylemsel formasyon, söylemsel olanlar kadar söylemsel olmayan pratikler de içeren bir ideolojik formasyona gömülüdür. Yani söylemsel süreç ideolojik ilişkilere içkindir ve bu ilişkilerin baskısıyla içerden biçimlenir. Dilin kendisi, “işçi ve burjuvanın, kadın ve erkeğin, idealist ve materyalistin aynı şekilde paylaştığı, görece özerk bir sistemdir ve ideolojik çatışmanın ortamı haline gelmektedir (Eagleton, 2005:272-273).

Hall (2005a:104-105) da anlam üzerine girilen bu mücadele alanının dil ve gerçeklik arasında oluşturulmuş bir eşdeğerlilik sisteminin inşa edilmesi pratiğini ürettiğini söylemektedir. Hall’un üzerinde durduğu eşdeğerlilikler, söylemsel pratikler yoluyla güvence altına alınmaktadır. Hall, bundan dolayı, söylemsel mücadelenin söylemsel ekleme ve ayırma sürecinden ibaret olduğunu ifade etmekte ve mücadelenin nihai sonuçlarının da yalnızca mücadele içindeki güçlerin sahip oldukları güçlerine, güçleri arasındaki dengeye ve anlamlandırma siyasetinin etkili icrasına bağımlı olduğunu söylemektedir.

Althusser’den yola çıkarak ideolojinin maddiliğini sergilemeye çalışırken psikanalizden yararlanan ve öncülüğünü Coward ve Ellis’in yaptığı yaklaşımlardaysa dilin kendisinin gerçekliğe sahip bir süreç olduğu vurgulanmaktadır. Bu yaklaşımlarda, dil süreci Marksist kuramdaki ekonomik, siyasal ve ideolojik pratikler dışında bir dördüncü pratik, bir “anlamlandırma pratiği” olarak kavranmaya başlanmıştır. Çeliş-

kili bir süreç olan anlamlandırma boyutu, temel ile üst yapı arasındaki bağlantıyı kurarak, Marksist ideolojik pratik kavramını tamamlayıcı olarak değerlendirilmektedir (Dursun, 2001:50). Coward ve Ellis'e (1985:10) göre, toplumsal bütünlüğü meydana getiren bütün pratiklerin dil içinde var olduğunu, bu nedenle dili toplumsal bireyin inşa edildiği yer olarak düşünmek gerektiğini ifade etmektedirler. Coward ve Ellis ideolojiyi, dilde üretilen bir öznenin kendi kendisini temsil edebilme yolu ve toplumsal bütünde eylemde bulunabilmesini ve temsil etmesini sağlayan bir kavram olarak ele almaktadırlar.

Dilin dış dünyayı anlamlandıran üretken ve dolaylı olarak bir pratik olarak kavranmaya başlandığı bu yaklaşım içinde özne de önceden verili ya da aşkın olarak değil, dil ve söylem pratikleri içinde inşa edilen yani üretkenlik hareketinde üretilen bir şey olarak tasarlanmaktadır. Böylece ideolojinin, gerektirdiği üretken insani öznenin anlamlandırma pratikleriyle ilişkisi kurulmaktadır. Özellikle psikanaliz ve Lacan'ın çalışmaları, öznenin, ideolojideki temsil pratiklerinin gerektirdiği tutarlı bir öznellikten çok, dilde inşa edilen çelişkili öznelliğe sahip bir yapı olduğunu öne sürerek, bu yaklaşımları desteklemektedir (Dursun, 2001:50-51). Foucault da, öznenin verili olmayıp söylemsel ve toplumsal pratiklerle kurulduğunu vurgulamaktadır.

Toplumsal süreçte meydana gelen olaylar ve olgular belirli bir anlam inşasına bağlı olarak meydana gelmektedirler. Olayların ve olguların altında yatan oluşum amaçları ve nedenlerini çözümlenmek, gizli anlamların ortaya çıkmasını sağlamanın en iyi yolu dilin anlam sürecindeki işlevidir. Dilin içerdiği çağrışımlar ve yapılar öznenin bilincinin açığa çıkarılmasında önemli bir rol oynamakta, dilin oluşturduğu konuşma edimi sayesinde de düşünceler açığa çıkmaktadır. Düşüncelerin özünü oluşturan bilgi ise egemen tarafından oluşturulmakta, söylem ile bir mücadele alanı yaratılmaktadır.

2.3.2. Dil ve Söylem Yapılarının Gerçeklikle/Hakikatle İlişkisi

Dil özne yaklaşımlarındaki farklılaşmalar, hakikat ve gerçeklik tartışmalarıyla da paralel ilerlemiştir. Yapısalcılık sonrası yaklaşımlar nesnelere ve bilginin söylem içinde inşa edildiğini ve hangi söylemin gerçekliği yansıtabildiği hakkında haklılaşılabilecek bir varsayım olmayacağını öne sürmektedirler. Nesnel olduğu öne sürülen bir gerçeklikte ısrarın tahakkümün basit bir aracından başka bir şey olmadığını vurgulayan ve nesneden yola çıkarak anlama yerine öznenin yola çıkarak anlama üzerinde vurgu yapan bu akımlara göre, dilde dolaylama olmaksızın nesnel gerçeklik kurulamaz. Dil kuramındaki sözü edilen gelişmeler önceden varolan bir gerçekliğin yansıtılması yerine anlamlandırma süreci içinden bilişsel dünyaların etkin inşası görüşünü güçlendirecek şekilde ele alınmaktadır. Toplumsal gerçekliğin kurulması ise mücadeleli ve dinamik bir süreçtir (Dursun, 2001:51).

Zizek de “ideoloji eleştirisinin” hedefinin “gerçeği” açığa çıkarmak olduğunu vurgulamaktadır. Zizek’in önerdiği çerçevede “gerçek”, gerçekliğin bastırılmış, kapatılmış, yoksanmış ve simgelenmemiş ama yokluğunda varolanı belirleyen kurucu öğesidir. Bu anlamda gerçek simgesel olarak kurulmuş gerçekliğin, simgelenmemiş çekirdeğidir (Zizek, 2005:34).

Zizek (2005:26) dil ve gerçeklik arasındaki ilişkiyi Shakespeare’in en ilginç oyunlarından biri olan Richard oyununda geçen “yamuk bakmak” metaforuyla açıklamaktadır. Zizek’e göre bir resme dosdoğru bakıldığında bulanık bir nokta gibi görünen bir ayrıntısının, “yamuk”, yani belli bir açıdan baktığımızda açık seçik, net bir biçim kazandığını ifade etmektedir. Zizek (2005:28) dilin ortaya çıkışının gerçeklikte bir delik açtığını ve bu deliğin de bakışımızın eksenini kaydırıldığını ifade etmektedir. Zizek, dilin “gerçekliği” ve Şey’in ancak yamuk bakılarak doldurulabilecek boşluğunu kendi içinde çiftlediğini söylemektedir. Lacan psikanalizinde gerçeklik, her zaman “simgeseldir”. Yani özne, bir dil ve kültür alanı içinde var olur ve bu “simgesel düzenden” edindiği kodlar, göstergelerle, kendini oluşturur. Ancak öznenin “simgesel düzen” içinde var olması, herhangi bir simgeyle ifade edilmemiş, mevcut simgelerde karşılığını bulamayan itki ve arzuları “boşlukta” bırakır. Bu, varlıktaki yokluktur. Zizek, Lacan psikanalizin bu çözümleme çerçevesini kullanarak gerçekliğin

her zaman “simgesel mekanizmalar tarafından oluşturulduğu, yapılandırıldığı” varsayımından hareket etmektedir. Bu bağlamda sorun “gerçekliğin simgesel olarak kuruluşunun gerçeği içermeye her zaman başarısız olmaya mahkum olmasıdır”. Bu nedenle, gerçek, her zaman geride bırakılmış bir “simgesel borç”un baskısı altında kalacaktır. Bu anlamda gerçek, gerçeklikte olmayandır ve gerçeklik hiçbir zaman tam ve nihai olarak kurulamayacak ve sürekli değişim içinde olacaktır (Ertuğrul, 2004:31).

Toplumun bir söylem cemaatleri şebekesi olduğunu savunan Sözen’e göre (1999:12) farklı gerçeklikler, farklı dil formlarına denk gelmekte ve dil yapılarıyla yani söylemlerle yapılanmaktadır. Eylem ve dil pratiği olan söylemler, farklı ideolojilere, farklı anlatımlara ve farklı beyanlara dayanmaktadır. Ellul’a göre, (2004:44), dil çağrışımlar ve imalarla işlemektedir. Anlamın belirsizliği üzerinde duran Ellul (2004:45), söylemlerin çok anlamlı bir yapıya sahip olduğunu bu yüzden dilin daima iyi düzenlenmesi ve yorumlanması gerektiğini söylemektedir.

Dilin dinamik ve dolaylı boyutu olan söylemin önemi tam da bu noktada, gerçekliği yeniden tanımlayabilmesinde yatmaktadır. Buna göre gerçeklik, şeylerin anlamlandırma tarzlarının sonucu olarak kavranmaktadır (Dursun, 2001:52). Hall (2005a:99) göndergesel dil yaklaşımında dilin gerçekliğinin kendisinin sunduğu hakikat karşısında saydam olduğu düşüncesinin hakim olmasının, gerçek dünyanın kendisi hakkındaki herhangi bir ifadenin doğruluğunun hem kökeni hem garantisi olduğunu gösterdiğini belirtmektedir. Uzlaşmacı ya da kurgucu dil teorisinde, gerçeklik süreç içerisinde şeylerin anlamlandırma tarzının sonucu ya da etkisi olarak kavranmaya başlanmıştır.

Söylem kavramının tüm toplumsal ve siyasal yaşamın zorunlu yapıcı unsuru olarak öne çıkarıldığı postyapısalcılık, postmodernizm gibi yaklaşımların, “hakikat” karşısındaki kuşkuculukları ve öznenin tutarsız oluşumuna yönelik vurguları ise, ortak eğilimleri olarak belirtilebilir. İdeoloji kavramına yönelik değerlendirmelerindeki temel farklılıkta, postyapısalcılığın ideoloji eleştirisinin yerini ideolojik olarak etkin öznelerin yaratıldığı söylem bütünleştirilmesi ile değiştirmesine karşın postmodernizmin ideolojiye son vermesi olarak belirtilmektedir. İdeolojinin maddeci

bir kurama kavuşturulması amacıyla dile, özneye ve söyleme ilişkin getirilen yeni yorumlamalarla, ideoloji kuramlarına içkin determinizm, nedensellik, toplumda failerin ontolojik yeri ve bunların yapılarla ilişkileri gibi sorunlara farklı açıklamalar geliştirilmiştir (Dursun, 2001:46).

Fairclough'a (2003:158-159) göre de, dil, ideolojinin maddi bir biçimidir ve dil ideoloji tarafından kuşatılmıştır. Söylem yapılar tarafından biçimlendirilir ama yapıların biçimlendirilmesine ve yeniden biçimlendirilmesine, yeniden üretimine ve dönüşümüne de katkıda bulunur. Bu yapılar doğrudan doğruya söylemsel/ideolojik bir doğaya sahiptir, ancak bunlar ayrıca dolayımlanmış bir biçim içermektedir. Fairclough (2003:160)'a göre, ideolojik olan; "anımlar" üzerinde durur ve bu sözlüksel anlamdır. Fairlough, sözlüksel anlamların önemli olduğunu belirtirken aynı zamanda önvarsayımlar, gönderimler, metaforlar ve tutarlılığın, anlamın tüm yönlerinde önemli olduğunu söylemektedir. Tutarlılığında öznelere söylemde ideolojinin oluşturmasında ve yeniden oluşturmasında temel etken olduğunu ifade eden Fairlough, metnin açık olmayan öğelerinin anlaşılır kılınması için öznenin bunları bir araya getirme yeteneğinin de olması gerektiğinden bahsetmektedir. "Biçim-içerik" çatışmasının yanıltıcı olduğunu söyleyen Fairlough (2003:161) ideolojilerin değişik biçimsel özelliklerinin yapı, şema, metin veya kavramlarının içeriği üzerinde düşünmek gerektiğini ifade etmektedir.

İdeolojiyi maddi bir olgu olarak değerlendirmenin bir yolu, ideolojiyi, dil anlam ve söylemle ilişkilendirmektir. İdeolojinin dil, anlam ve söylemle ilişkisi konusundaki değerlendirmeler bir saptamada kesişmektedir: İdeoloji, iktidarın belirli sözler üzerinde etkide bulunduğu durumları ifade etmektedir. Van Dijk'e göre (2005:320), güçlü gruplar ve bunların üyeleri artan yaygınlıktaki ve çeşitlilikteki söylem rollerini, türlerini, vesilelerini ve üsluplarını denetleme ve bunlara erişme olanağına sahiptirler. İktidarlar sadece söylem yoluyla görünmeyip aynı zamanda söylemin öncesinde yer alan toplumsal bir güç olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Söylem ve iktidar arasında yakın bir ilişki olduğunu vurgulayan Van Dijk, söylemin sınıf, grup ya da kurumun ve bunların göreceli konumunun veya üyelerinin statüsünün sahip olduğu iktidarın dolaysız bir tezahürü olduğunu dile getirmektedir. Güçsüz

olanların genellikle günlük konuşmada denetime sahip olduklarını vurgulayan Van Dijk (2005:360), buna karşılık resmi söylem ve medya söylemiyle güçsüzlerin yalnızca pasif alımlayıcı durumunda olduğunu söylemektedir. Güçlü olanlar, çeşitli diyaloga dayalı ve özellikle basılı, resmi metin ve konuşma biçimlerine başvurabilmekte ve ilke olarak büyük kitlelere ulaşabilmektedir. Böylece güçlüler söylemin maddi üretimi, formülleştirimi ve dağıtımını denetlemeleri sayesinde söylem üzerinde denetim oluşturabilmektedirler. Dursun'a göre (2001:57-58), ideoloji, dil, anlam ve söylem; medya çalışmaları bağlamında özellikle de medya metinleri ve bu metinler ile etkileşim halinde olan öznelerin durumunun tartışıldığı değerlendirmelerde ön plana çıkmaktadır. Bu yüzden medya metinlerinin, ideolojik sürecin işleyişindeki rolü ve ideolojinin medyadaki tasarımı dil, anlam ve söylem ekseninde oluşturulan ideolojinin özneler üzerindeki etkisi konusunda medyanın yaptığı katkıların incelenmesi de çalışma açısından önemlidir.

2.4. MEDYA VE İDEOLOJİ

İdeolojinin dil, özne, anlam ve söylemle ilişkili maddi bir pratik olarak kavramlaştırılması, somut çözümlerinin uygulanmasına fırsat veren bir kuramsal zemin sağlamaktadır. Özellikle medya metinlerine yöneltilen ilginin ve çözümleme uygulamalarının artmasında, metin-anlam ilişkisine eğilen çalışmalardan elde edilen sonuçların katkıları yadsınamaz. Kitle iletişim araçlarında ideolojik kuruluş sürecini izlemek ve çözümlmek, eleştirel yaklaşımların kültürel çalışmalar ve eleştirel ekonomi politik çalışmaları içinde anlamlı ve gerekli bir çabadır (Dursun, 2001:58).

Medya metinleri, kendi içinde belirlenmiş anlama sahip olma/olmama sorunu açısından başka metin türlerinden daha sorunlu metinler olagelmüşlerdir. Çünkü izleyici-okuyucuya özgürlük ve hareket alanı sağlamak amacıyla medya metinlerini anlamdan yoksun anlatı yığınları olarak karakterize etmeye kadar giden bir yaklaşım, metinlerin belirli anlamlar inşa etme veya belirleme potansiyellerini ve yöntemlerini önemsememeye kadar gidebilen bir çizgidir (Wolfe, 1992, akt. Dursun, 2001:59). Medya metinlerinin biçimi ve içeriği üzerinde üretildiği araçların, egemen ideolojinin etkisi göz ardı edilemez. Gazetelerin haberleri, fotoğrafları, reklamları, karikatürleri, televizyon programları, dizileri, haber bültenleri gibi içeriklerin belli bir anlatsal

yapısı vardır. Kameranın açısından yansıyan görüntülerden, gazete haberlerinin sözel yapısına, reklâmlardaki sloganlardan, gazete karikatürlerine varıncaya kadar her türlü medya metninde ideolojik bir yapıya rastlamak mümkündür. Medya metninin üretilmesinde, medyanın araçsal yapısından ekonomik ve politik yapısına kadar birçok faktör önemli bir yer tutmaktadır. Meydana gelen olayların ya da anlatılan olguların medya metinleri veya metinleri tamamlayıcı unsurlara (fotoğraf, görüntü, karikatür, grafik vb.) yansması medya şirketinin yapısına, politikasına ve sistemdeki yerine bağlıdır. Medya kuruluşunun ideolojik yapısının medya metinlerine yansması, her medya kuruluşunun meydana gelen olaylar karşısındaki tutumlarının kendi ideolojik görüşlerine göre farklılaşması medya metinlerindeki gerçeklik algısının farklılaşmasına neden olmuştur. Gerçekliğin medya yoluyla, medyanın görüşüne göre değişmesi medya örgütlenmelerine ideolojik bir boyut kazandırmaktadır.

2.4.1. Medyada Gerçekliğin Yeniden İnşası

Okuyucudan yola çıkarak metinlere yönelen bazı eleştirel çalışmaların felsefi temelini fenomenoloji sağlamaktadır. Fenomenoloji, toplumsal anlamların bireyler tarafından etkin olarak inşa edildiğini vurgulamaktadır (Dursun, 2001:60). Wolff'a (2006:707) göre, her zaman, her toplumda ve her kültür çevresinde, her yeni kuşağa şeyleri nasıl kavrayacakları öğretilmektedir. Bu öğretim, toplumsallaşmanın, kültürleşmenin ayrılmaz bir bölümüdür. Dünyanın karşısında toplumsallaştırılma sürecinde bireye benimsetilmiş olan düşünce kalıpları vardır ve fenomenoloji bu türden kalıpların irdelenmeden kabul edilmemesi gerektiği üzerinde durmaktadır. "Şeylere dönelim yeniden" çağrısıyla Husserl, nesnelere nasıl göründüklerini kültürün oluşturduğu görünmez sınırın aradan kalkmasıyla saptanabileceğini ifade etmektedir. Husserl'e göre, şeylerin, aslında nasıl göründüklerini saptamak, nasıl olduklarını saptamak demektir. Husserl, bireyin şeyler hakkındaki öğretilenleri de sorgulaması gerektiğini, bireyin bakışını belirleyen bilgilerin yeniden sorgulanması gerektiğini savunmaktadır. Husserl, fenomenolojik yaklaşımla gerçeğin bulunabileceğini söylemekte ve bireyin bu süreçte öncelikli olarak kendisinden başlaması gerektiğini ifade etmektedir. Husserl, yaşadığımız zamana kadar öğrendiklerimizi parantez içine alarak bir köşeye atmamızı ve yeni anlamlar yüklememiz gerektiğinden bahsetmektedir (İnam, 2000:228).

Husserl'e (1997:42) göre, karşımızda duran ve görülmeyi bekleyen şeylerden söz etmenin hiçbir anlamı yoktur. Şeyler, yaşantıların içinde bulunmazlar, onlar bu yaşantılarda kurulurlar. Toplumsal gerçeklik de, konuşmalarımız veya düşünme tarzımız tarafından meydana getirilmekte inşa edilmektedir. Günlük yaşamı içinde toplumsal failler tarafından üretilen anlamlar, toplumsal olguları yaratmaktadır, ancak bu olguların, faillerin içi ile herhangi bir bağa sahip olması gerekir ve bu bağ yönelselliklidir. Yönelimsellikte birlikte insan, gündelik olguları da "gerçek" olarak bilir ve öyle alır (Dursun, 2004:54). Fenomenolojide toplumsal gerçekliğin doğasını toplumsal gelişmeler ve değişimler tarafından değiştirilemez olarak gören inşacı teze göre, inşacılık, inşanın kendisinde değişmeyen, aynı kalan şeyidir, özüdür (Dursun, 2004:55). Fenomenolojinin temeli olan inşacı ilkeler, insan faillerinin toplumsal olguları şekillendirirken, onu nasıl tarif edeceklerine dair fikir birliğine vararak bu şekillendirmeyi yapabileceklerini söylemektedir.

Tuchman da haberlerin belirli inşaları üzerine yaptığı çalışmasında, toplumsal aktörlerin anlamları yarattıklarını vurgulamakla birlikte deneyim, pratik ve yapının karşılıklı etkileşim durumlarına göndermelerde bulunmaktadır (Dursun, 2001:60). Tuchman, haberi gerçekliğin bir tür inşası olarak ele almaktadır (İnal, 1994:166). Toplumda yaratılan imajların mekanik tekniğin ürünü olduğunu dile getiren Ellul'a göre, (2004:59) imajların bir gerçekliği dile getirdiğini ancak imajların gerçekliği hile ile sunduğunu ileri sürmektedir. İmajların aldatıcı yanlarının olduğunu da dile getiren Ellul (2004:60) oyun haline gelen imajın kendini sözsüz hakikat, gerçeklik olarak yansıttığını söylemektedir.

Medya yoluyla üretilen anlamlar özellikle İngiliz Kültürel Çalışmalar geleneği içerisinde incelenmiş ve anlamların üretilmesi sürecini başat kültürel düzenleme ve işleyişle ilintilendirilerek açıklamaya çalışmışlardır. Bir olayın, konunun ya da metnin birden çok anlam haritası üzerinden düzenlenmesi, sınıflanması ve okunmasını yani metnin çokanlamlılığını kabul eden bu gelenek, metnin okunması-izlenmesi sürecinin o metnin bir tür yeniden üretimi olduğunu vurgulamaktadır (Dursun, 2001:61).

Kültürel çalışmalar yaklaşımında metin, kendi anlamlarını taşıyan ve bütün okuyucular üzerinde aynı etkiyi var eden bir varlık olarak görülmekten çok, çeşitli yöntemlerle harekete geçirilebilen bir anlamlar potansiyeli olarak ele alınmaktadır (Dursun, 2001:60). Medya alanı ile ilgili olarak kültürel çalışmaların inşacı algısı, ontolojik statüsü maddi olmaya ve çözümlenmelerinin de bu maddilik önkabulüne göre gelişmesine karşılık, fenomenolojik yaklaşımlardaki inşa anlayışının daha farklı bir ontolojiye dayanmasından dolayı, haber medyasına dair çalışmalarda, genelde “haber toplumsal gerçekliği inşa etmesi” görüşü ağırlık kazanmıştır (Yağlı, 2009:12). Kültürel Çalışmalar, haber üretim pratiklerinin yapılmış bir bilgi türü olduğu ve bir metin olarak haberde hangi öğelerin birbiriyle ne tür ilişkilerle sürekli yapılandırıldığı üzerinde durmuştur. Kültürel çalışmalar, ideoloji-kültür ekseninde anlamın kuruluşu sorununun merkezileşmesine yol açmış, endüstriyel toplumlarda anlamların ortaya çıkışı ve dolaşımı ile ilgilenmiştir. Kültürel Çalışmalar, toplumsal yapıyı kültürün ve ideolojinin ürettiği anlamların yeri olarak görmektedir. Kültürel ve ideolojik pratiklerin ve bunların toplumsal pratiklerle ilişkisine yönelik ilginin güçlenmesiyle birlikte medya metinleri ve özellikle haberler de, anlamın toplumsal olarak üretildiği metinsel yerlerin en önde gelen örnekleri olarak ele alınmaya başlanmıştır. Kültürel çalışmalar, kültürel sistemde anlamlandırma yoluyla anlamın inşasının bir kültürü oluşturan binlerce söylemin egemen yorumları üzerine bir mücadeleyi kapsadığını vurgulamaktadırlar. Mücadele belirli egemen grupların kendi kısmi çıkarlarını, rakip grupların dünya görüşleri içerisinde çerçevelemeye ve evrensellemeye çalışmalarından kaynaklanmaktadır (Dursun, 2004:46-47).

Kültürel Çalışmalar yaklaşımında, ideolojinin toplumsal anlamın oluşturucusu olarak bir öznenin inşa edilmesine yönelik olduğu vurgusu, onun bazı aygıtlarda somut hale gelişinin incelenmesini olanaklı kılmıştır. Bu aygıtların başında kitle iletişim araçları, yani medya, belirli türden güç ilişkilerinin yeniden üretimi için hangi anlamların ve dolayısıyla da hangi özelliklerin inşa edildiğini analiz etmeye olanak sağlayan alanlar görülmektedir. Medya metinlerindeki toplumsal sorunlara ilişkin anlamların nasıl kurulduğunu ve bu anlamlar boyunca inşa edilen öznenin kim olduğu çözümlenmiş, anlamın ve toplumsal gerçekliğin inşa edilme süreci ve bu inşalar yoluyla toplumsal iktidarların kuruluşunu nasıl olanaklı kılabilirdiği değerlendirilmiştir-

tir. Kültürel çalışmaların inşacılık kavrayışının temelinde maddilik vardır ve çözümlerini hep bu maddilik üzerinden gerçekleştirirler (Dursun, 2004:49-50). Medya temsillerinin bu şekilde değerlendirilmesi bir olayın, kişinin ya da durumun medyada ne şekilde yansıtıldığını ifade etmekten öte, bir olayın, kişinin veya durumun medyada nasıl anlamlandırıldığı, nasıl tanımlandığı, farklı hangi anlamların dışlanarak, bastırılarak veya marjinalleştirilerek temsil edilmesi, temsil kavramının inşaaya dayalı olarak kavranmasına neden olmaktadır (Çam, 2008:199). Hall (2005a:84)'a göre, gerçek gerçekliğin belli bir tarzda kurulmasıdır. Hall, medyanın gerçekliği yalnızca yeniden üretmediğini, tanımlandığını, gerçeklik tanımlarının da dilsel pratikler yoluyla desteklenip üretildiğini söylemektedir. Temsil etme kavramı üzerinde duran Hall'a (2005a:84) göre, temsil kavramı aktif bir seçme ve sunma, yapılandırma ve biçimlendirme işini ima etmektedir. Medya da anlam pratiğinin yani anlam üretiminin, failidir. Hall (2005b:224-225-226), medyanın sahip olduğu kültürel işlevler üzerinde durmaktadır. Hall'a göre, ilk kültürel işlev, medyanın hem kendi dünyamızı hem de başkalarının dünyasını bir bütünlük olarak hayali bir şekilde kurmamıza yardımcı olan toplumsal bilgiyi ve imgeyi sağlamasıdır. Medyanın yerine getirdiği ikinci kültürel işlev ise, farklı nitelikteki toplumsal bilgi tiplerinin sınıflandırılmasını, düzenlenmesini, ve yeğlenen anlamın içine yani belli bir göndergesel bağlama yerleştirilmesini ifade etmektedir. Medyanın sonuncu kültürel işlevi ise, medyanın seçmecici bir tarzda temsil ettiği ve sınıflandırdığı görüş, yorum ve imgeleri örgütlemesi, düzenlemesi ve bir araya getirmesidir.

2.4.2. Medya İletilerinin İdeolojik Boyutu

İdeoloji/kodlama eksenini ideolojiyi kodlayıcıları (medya çalışanları) için bile çoğu zaman bilinçdışı bir süreci ifade eden kodlama pratiği aracılığıyla ele almaktadır. Bu bağlamda medyanın ideolojik gücü, ideolojik alan içinde medyanın açıkça bir konumun taraftarlığını yapmasından veya tam tersi bir konumun karşıtlığını yapmasından kaynaklanmaz. Hall'a (2005a:231) göre, medya, düzenli ve alışılmış bir şekilde desteklemez, mücadeleye girdikleri ideolojik alanı geliştirmeye ve alttan alta desteklemeye dayanır. Çam'a (2008:203) göre, medya içeriğinin kendisi ideolojiyi ifade etmekte, medya mesaj değil ideoloji üretmektedir.

Medyanın önemli bölümünün ve diğer ideolojik kurumların genel olarak mevcut iktidarın algılamaları ve çıkarlarını yansıttığını savunan Chomsky (1999:23), medyanın yaygın anlatımlardan ciddi ölçüde farklı biçimde işlediğine ilişkin bir anlayış ortaya koymuştur. Chomsky'e göre, medya, haberlerin ve çözümlerinin çatısını yerleşik ayrıcalıkları destekleyen bir çerçevede kurarak ve bu doğrultuda her türlü tartışmayı sınırlayarak, birbiriyle sıkı sıkıya kaynaşmış olan devletin ve şirketlerin çıkarlarına hizmet etmektedir. Schiller'e (1993:14) göre, zihin yönlendirenler, genellikle egemen söylemi ellerinde bulunduran güçlü iktidarlardır. Buradaki güç kavramından kastedilen daha çoğunlukla maddi güçtür. Maddi güç, çoğu zaman ideolojileri yaygınlaştırmak için kullanılmaktadır. Schiller, medyanın bilincin kontrol altına alınarak yönlendirilmesi faaliyetlerinde bulunduğunu ifade etmektedir:

Medya hiçbir zaman gereği gibi yapmadığı enformasyon aktarma işlevini son zamanlarda iyice kenara bırakmıştır. Meseleleri çarpıtmak, suçları iğfal, vicdanları pasifize etmek işini kendine iş edinmiştir. Bu işi kasıtlı olarak yapmaktadır (Schiller, 1993:254).

Hall ise; medyanın ideolojik işlevini vurgulamakla birlikte medya metinleri karşısında izleyicilerin farklı okuma türleri geliştirerek daha aktif bir izleyicinin varlığına işaret etmektedir. Hall (2003: 309-326), "Kodlama ve Kodaçım" makalesinde mesajı kodlayan profesyonellerin (haberci, gazeteci) niyetiyle, kodaçımını gerçekleştiren izleyenlerin yorumlarının birbiriyle her zaman örtüşemeyeceğini savunmaktadır. Hall, kodaçımı süreciyle ilgili olarak, izleyiciler açısından egemen (başat), karşıt (muhalif), tartışmacı (müzakereli) olmak üzere üç tip açıklama tanımlamaktadır. Hall, izleyiciyi hem alıcı hem de kaynak olarak görmektedir. Hall'un modeli kodaçımıyla ilgili üç konumlandırmaya dayanmaktadır. Birincisi, baskın hegemonik (egemen) konumlanımdır. Burada ileti/mesaj izleyici tarafından kodlandığı göndergesel çerçeve içinden kodaçımına uğratılmakta ve kodlayıcının niyetiyle izleyicinin yorumu arasında çelişki bulunmamaktadır. İkinci kodaçımı ise müzakereli (tartışmacı) konumlandırmadır. Baskın konumla uyum içinde olan ve karşı öğelerle birlikte müzakere edilerek gerçekleştirilmektedir. Bu kodaçımında, yerel koşullarından kaynaklanan çeşitli unsurlar etkili olmakta ve baskın görüşün meşruluğu kabul edilmektedir. Üçüncü konumlanma ise iletinin muhalif-karşıt anlamda kodaçımı yapılmakta ve an-

lamin bütünlüğü bozulmaktadır. Mesajı kodlayan kişinin istediği anlama, tamamen zıt bir şekilde mesajın anlamının yorumlanması şeklindedir (Hall, 2003:309-326).

Medya ve ideoloji arasındaki ilişkinin açıklandığı bu bölümde medyanın egemen ideolojiyi üretmedeki etkisi ile ideolojinin medya metinlerinde ve bu metinleri tamamlayıcı unsurlarda anlatsal yapıya dayanarak ne şekilde üretildiği açıklanmaya çalışılmıştır. Medyanın gerçekliği yeniden inşa etmedeki rolü ve bu yeniden inşa sürecinde medya profesyonellerinin rolü tartışılmıştır. İdeoloji medya yoluyla ekonomik ve siyasal alanlarda ayrıcalıklı sınıfın veya grubun, toplum üzerinde egemenlik kurmasının başlıca aracı durumundadır. İdeoloji toplum üzerinde egemenlik kurmak, iktidarı ve kontrolü ele geçirmek ve baskı kurmak için oldukça etkili bir araçtır.

2.5. GAZETE KARİKATÜRÜNÜN İDEOLOJİSİ VE SÖYLEMİ

Medya çalışmaları içerisinde kimi zaman medya çıktısı, kimi zaman medya metinleri, kimi zaman da medya ürünleri olarak adlandırılan örneğin radyo ve TV programları, gazete haberleri, reklamlar gibi ürünler endüstrileşmiş kültürel alanın ürünleri olarak değerlendirilmektedir. Karikatür de endüstrileşmiş kültürel alanın bir ürünüdür. Endüstrileşmiş alan kavramı serbest pazarın genişlemesi, tüketiciye sunulan tercihlerin artması anlamında kullanılmaktadır. Medya çalışmaları açısından çizgi romanların, televizyon dizilerinin, kadın dergilerinin vs. içerikleri bu kapsamda iletlerden, enformasyondan ve bunların da ötesinde anlamlardan değil ideolojilerden oluşmaktadır (Çam, 2008:101).

Gazetelerin ideolojisinin karikatürlerde de belirgin olması ekonomi politik yaklaşımla yakından ilişkilidir. Karikatüristlerin ürettiği ürünler kültürel alanı yansıtmakta, kültürel alanda tüketiciyi sarmalamaktadır. Gazetede her unsur gibi karikatür de bu kısıtlamalardan etkilenmektedir (Hünerli, 1993:73). Gazeteler, okuyucunun neyi, nasıl ve ne şekilde tüketeceğini kendi politikaları çerçevesinde belirlemekte özellikle, siyasi karikatürler günümüzde gazetelerin yayın politikası çerçevesinde çizilmektedir (Bayram, 2009:120). Karikatürler, yayımlandıkları gazetelerin politikalarına göre anlatsında ister egemen söylemi ister muhalif söylemi barındırsın simge-

ler yoluyla her zaman bir meydan okumaya dönüşebilmekte ya da bir popüler kültür ürünü olarak karikatürler düzenin savunucusu olabilmektedir (Güngör, 2008:194).

Ancak burada önemli olan nokta, günlük gazetelerde karikatürün haber verme işlevinin, siyasal, sosyal, kültürel, ekonomik, sanatsal, felsefi, edebi ve psikolojik aktüalite gibi konuları işlemede belirleyici olması ve bu konulara güncel yorumlar getirme ve eleştirme işlevinin karikatüre yüklenmiş olmasıdır (Özer, 1996). Karikatürçü, çizimini hazırlarken her şeyden önce kendi çevresine, topluma ve insana yönelmekte, en önemli konuları ve sorunları anlamaya, belirtmeye, yansıtmaya çalışmaktadır (Topuz, 1986:10). Gazetede yayınlanan karikatür, bağımsız bir köşeden çok, o gazetede bir işlevi bulunan ve gazete bütünündeki bir parça olarak karşımıza çıkmaktadır. Gazete karikatürünün işlevi, genelde günün olaylarının çizgi yoluyla yorumlanması şeklindedir. Mizahla beslenen gazete karikatürü, konusunu günlük olaylardan almakta, gazetenin tanıdığı özgürlük sınırları çerçevesinde çizilebilmektedir. Gazete karikatüründe amaç, karikatür çizmek değil, herhangi bir konuyu çizgi yoluyla yorumlamaktır. Gazete karikatürü günlük politikanın yansıtılmasında araç olarak kullanılmakta, haber yorumculuğu yapmaktadır (Arık, 1998:66-67).

Gazete karikatürünün öncelikli amacı olay ve olguların eleştirisini yapmak, okuyucunun güncel olayları değerlendirebilmesini sağlamak, taraf olma, karşı çıkma ve tabuları yıkmaya şeklindeki tavırlarıyla okuyucu harekete geçirmektir. Ayrıca farklı karikatür teknikleriyle ilgi artırılmaya çalışılmaktadır. Sözlü karikatürler anlatılmak isteneni direkt olarak vermeye çalışırken, grafik özellikleri ağır basın dilsiz karikatürlerde ise anlam birçok unsurdan etkilenmektedir. Çizerin kişisel özelliklerinden, karikatürün yayınlandığı gazete veya derginin ideolojik algılanışı, okuyucunun kişisel özellikleri gibi birçok etken çizgilerin anlamlandırılmasında önemli yere sahiptir (Bayram, 2009:116).

Gazete ve televizyon metinlerinden farklı bir biçim olarak karşımıza çıkan karikatür temelde diğer medya metinlerinin taşıdığı tüm ideolojik ve söylemsel karakterleri kendi yapısında barındırmaktadır. Gazete ve televizyon metinlerinde olduğu gibi karikatürün de biçimini ve içeriğini ya üretildiği araçlar ya da egemen ideoloji etkilemektedir. Diğer medya metinlerinde olduğu gibi karikatürün de anlatsal bir

yapısı vardır. Gazete ve televizyon metinleri gibi karikatürde bireye ulaşmak için aynı yolları izlemektedir. Medyanın etkin rolü ve popülerliği gün geçtikçe yeni biçimler yaratmıştır. Popüler olan nesnelere ve kişiler hayatımızın birer parçası, zihinlerimizdeki temsil biçimleri olmuştur. Medyanın insanlara sunduğu bu içerikler insanlara tüketimi zorlamakta, düşünmemeleri için yeni türler oluşturmaktadır. Son yıllarda mesaj verme, muhalefet etme amaçlarının dışına çıkan karikatür sanatı da ticari kaygılar nedeniyle biçim değiştirmiş, toplumsal ve ulusal sorunları bir köşeye iterek, cinsellik ve tüketim yönelimli mesajlar iletmeye başlamıştır. Diğer yandan karikatürler çarpık gördüğü bir yapıyı ya da üzeri örtülmüş bir olguyu ortaya çıkarma eğilimi taşımaktadır. Karikatürün, hiciv sanatı ile örülmüş eleştirel yapısının en büyük hedefi, güç ve güce sahip olan kesimlerin diğerleri üzerinde uyguladığı baskıdır. Karikatürler, gücün ve baskının olduğu ortamlarda, muhalif, sorgulayan ve hesap soran yapılarıyla bir direniş noktasına gelmektedirler. Karikatür söyleminin temel yapısında çatışma ve zıtlık bulunmaktadır. Güç ve güce sahip olanlar egemenliğini sürdürmek, korumak ve gizlemek için ideolojilerini çeşitli söylemsel pratikler içinde meşrulaştırırken, karikatürler bu ideolojileri ve güç ilişkilerini açığa çıkartarak bir anlam üretmektedirler (Erdem, 2007:181).

Moles (1986:1)'e göre, karikatürün iletmediği mesaj, çeşitli durumların çözümüne ve gülmeceye dayanan, sanatsal nitelikli ve büyük ölçüde yan anlamlar yüklü bir mesajdır. Moles, kısa bir alt yazının eşliğinde olan küçücük bir desenden oluşan karikatürün bir afiş kadar kısa ve bir ilandan daha özlü olduğunu ifade etmektedir. Moles, çözümleme, suçlama, kışkırtma, müstehcenlik ve toplumsal tabuları sarsma gibi olguların örtük bir biçimde gülmece öğeleriyle hafifletilerek karikatürde var olabileceğini ifade etmektedir. Moles, söylenmemesi gerekeni simgeler ve gülmeceyle söyleyebilmesinin karikatürçüyü isteyerek ya da istemeyerek suç ortağı haline getirdiğini söylemektedir. Moles'e göre, karikatür bir durumun özüdür. Gereksiz, yararsız olanın bir cümleye, bir tutuma, bir düşünceye, bir konuya indirgenmesidir. Karikatür Moles'e (1986:2-3) göre, evrensel hedefler ve gerçekliğin bir tür şemalaştırılmasıdır. Karikatür günlük yaşamın bir enstantanesi, bir mikro-sahnesidir. İletişim kuramı açısından karikatürü anlamda bütünüyle kapanmamış yarı kapalı bir biçim olarak ifade eden Moles, karikatürçünün ortaya koyduğu sorunun okuyucu tarafından

kavranmasının önemli olduğunu vurgulamaktadır. Moles, karikatürde bulunan resmin temel biçimsel bir güç olduğunu ifade etmekte, yazının ise olası yorumları tek yoruma indiren öge olduğunu söylemektedir. Okuyucu tarafından yan anlamsal boyutu, anlamsal yükleri tamamlanarak kapatılan bu yarı kapalı biçim olarak karikatürün yapımı çizgi için bir üretim aşamasıdır. Yani yaşanan olay ve olgular çizgi yoluyla, karikatüristin bakış açısı ve ideolojisiyle yeniden üretilmekte, zaten mevcut olan gerçek yeniden inşa edilmektedir.

Moles'e (1986:4) göre, karikatür, sosyal bir gösterge, bir yansıtıcıdır. Topuz (1986:7) ise karikatürün temelinde bir abartma, bir yükleme, bir bozma-çarpıtma anlamını taşıdığı altını çizmektedir. Okuyucu, betimsel iletinin altında yatan gizil iletiyi kavramaktadır. İletişim açısından karikatürün, ikonik (resimsel) ve gülmeceli bir görsel ileti olduğunu ifade eden Topuz, tüm iletişim süreçlerinde olduğu gibi karikatürün de kaynağında, başlangıcında, olguların, olayların, kişilerin ve düşüncelerin olduğunu ifade etmektedir. Bunların karikatürün belirtenleri olduğunu söyleyen Topuz, karikatürçünün verici, karikatürün de ileti olarak iletişimde bulunduğunu belirtmektedir. Topuz'a (1986:9) göre, karikatürde varlığı ortaya çıkmamış gizil belirtenler vardır. Birçok kimse bunların varlığını bilmekte ya da sezmektedir. Bu gizil belirten, karikatürçü ile okuyucu arasında bir köprü ve ortaklık kurmaktadır. Karikatürde simgeler çoğu zaman açık olmadıkları için çeşitli yorumlara konu olabilmektedirler. Bir simgeyi, herkes kendine göre yorumlayabilmekte, bazen de simge bir kişinin kafasında çeşitli düşünce ve anlayışlara, çağrışımlara yol açabilmektedir. Bu simgelerin yarattığı imge ve çağrışımlar karikatürün yan anlamını oluşturmaktadır. Topuz'a (1986:9) göre gizil belirtenler olmadan karikatür olmaz. En saçma karikatürün bile yaşamın ya da düşüncelerin bir takım yansımaları, karşıtları bulunmaktadır. Karikatürü ortaya çıkaran şey, gizil ve açık belirtenler arasındaki ilişki mekanizmasıdır.

Karikatürçünün seçtiği bir olay veya olgunun taşıdığı mesaj ve bu mesajı çizgisinde ele alış biçimi ideolojik bir yapı oluşturmaktadır. Karikatürlerin içerikleri incelendiğinde özellikle günlük gazete karikatürlerinin, gündemdeki gelişmelere paralel bir konu tasarımı sergiledikleri görülmektedir. Gazeteye konu olan olayların haberlerinin bir uzantısı olarak karşımıza çıkan karikatür, olayların anlatılmak istenip de

anlatılmayan yönlerini, abartarak, fiziksel gerçekliğin bozuma uğratılması ve gülünç öğelerin ön plana çıkartılmasıyla okuyucuya ulaştırılmaktadır.

Karikatürde bir olay ya da konu belirli bir çizgisel anlam haritası üzerinden inşa edilmektedir. Karikatürün görsel kodlarının çözümlenmesiyle bir olayın, kişinin veya durumun nasıl anlamlandırıldığı, nasıl tanımlandığı, farklı hangi anlamların dışlanarak, bastırılarak temsil edildiği görülebilir. Karikatürler, hem oluşturulma sürecinde hem de kültürel bir ürün olarak okuyucuya ulaştıktan sonra anlama ve algılama boyutuyla zihinsel bir çabayı gerektirir. Hünerli'ye (1993:74) göre karikatürün ideolojisi, düzendeki aksaklıkların gösterilerek giderilmeye çalışılması yolundadır (Hünerli, 1993:74). Karikatür toplumsal ve tarihsel bir kurgulama ve betimleme yaparak dış dünyaya göndermelerde bulunmakta (Şenyapılı, 2003:73), toplumdaki olaylarla alay ederek, olaylar üzerindeki maskeyi indirmeyi amaçlamaktadır.

Karikatüristler, gündemde yer alan birçok olayın ve düşüncenin etkisi altında kalmakta, birçok olaya veya olguya tanık olmaktadır. Karikatürist, doğrudan ya da dolaylı olarak çeşitli araçlardan (radyo, televizyon, dergi, gazete veya kişisel bilgi kaynakları) edindiği bilgiler arasından kendince önemli gördüğü olayları kendi düşüncesi ve karikatürünün yayınladığı yayın organının politikası doğrultusunda süzgeçten geçirmektedir. Kendi süzgecinden geçirdiği bilgiler arasında seçim yapan karikatürist, seçim yaptığı olay ve düşünceler doğrultusunda karikatürünün ana düşüncesini yansıtmak için çizimler gerçekleştirmekte, belirli simgeler ya da benzetmeler yoluyla düşüncelerinde anlatılmaktadır. Karikatürist okuyucusuna vermek istediği düşüncüyü ya da olayı doğrudan vermemekte, bunun için bir takım gizli mesajlar yüklü çizimler kullanmaktadır. Örneğin, karikatürde darbe ya da asker ile ilgili en önemli gösterge bir çift asker postası, enflasyon için canavar imgesi bunlardan en önemlileridir. Bu imge ve göstergeler karikatürist ve okuyucu arasında anlaşma sağlayan bir takım simgelerdir. Okuyucu bu simgelerden yola çıkarak karikatürde anlatılmak istenen düşüncüyü sezmede, çizer ve okuyucu arasında bu simgelerle bir ortaklık kurulmaktadır. Bu simgelere Topuz (1986:9) gizli belirtenler adını vermektedir. Karikatürcü kendi alanına giren bütün olay ve düşünceleri kafasında yoğurup bir yapıt tasarlamaktadır. Kafasındaki düşüncelerden ve duygulardan soyutlamalar ya-

pan karikatürist, bunları şemalaştırmakta, nicelleştirmekte ve bunlardan birer simge yaratmaktadır. Bu simgeler birer soyutlamadır. Karikatürist, sürekli değişim içindedir ve her gün yeni simgeler yaratmaktadır. Simgeler çoğu zaman açık olmadıkları için çeşitli yorumlara konu olabilmektedirler. Karikatürist tarafından inşa edilen simgeyi herkes kendine göre yorumlayabilmekte, bazen de bu simgeler bir kişinin kafasında çeşitli düşünce ve anlayışlara, çağrışımlara yol açmakta, çeşitli imgeler yaratabilmektedir. Bir simgenin yarattığı imgeler yan anlamsal ögeler olarak karşımıza çıkmaktadır (Topuz, 1986:9).

Karikatürün bir ideolojisi, bir felsefesi ve sonuçta bir söylemi vardır. Özellikle yazısız karikatürlerde, siyasi açıdan birçok göstergeye rastlamak mümkündür. Siyasi karikatürler açısından, simgelerin ve sembollerin önemli olduğu kesindir (Bayram, 2009:115). Fiske (1996:73), karikatürlerin, basit doğrudan araçlar aracılığıyla zengin bir enformasyon taşıyan ileti olduklarını vurgulamaktadır. Toplumun ya da kültürün gereksinimlerini karşılamak amacıyla geliştirilen kodlar ve kodların iletilmesi için varolan iletişim kanalları aracılığıyla karikatürler, kodlar ve göstergeler aracılığıyla kültürün kendi varoluşunu yansıtmakta kültürü yeniden işlemektedir (Bayram, 2009:116).

Brummett'e göre, karikatür bilinen simgeleri kullanarak, halkın kendini tanımlayabileceği bir gerçeklik resmi yaratmaktadır. Toplumun kaygı duyduğu noktalar üzerine odaklanan karikatüristin bu şekilde mesajını iletildiğini vurgulayan Brummett, okuyucuya belli bir ruh halinin karikatürist tarafından önerildiğini, hedefini ise egemen söyleme meydan okumaya ya da bu söyleme onaylamaya yönelttiğini söylemektedir. Fiske'ye (1996:36) göre, anlam inşasının yapı taşlarını kodlar oluşturmaktadır ve kodlar bir kültürün paylaştığı anlam sistemleri olarak da bilinmektedir. Karikatürler de kültürün ve toplumun paylaştığı kodlardan ortak simgelerden meydana gelmektedir. Karikatürün iletisinin okuyucu tarafından çözümlenmesi ve yorumlanması bulunduğu kültürel yapının zihinsel süreciyle ilgilidir. Kültür tarafından oluşturulan ortak kodlar, karikatürün anlamını ortaya koyan simgeler toplum tarafından bilinen, belirli bir düşünceyi anlatan ve bireyler tarafından da uzlaşılan belirli göstergelerdir. Kültürel yapı tarafından oluşturulan bu yapıların, toplumun

zihinsel sürecinde anlam bulabilmesi için aynı kodları taşıması gerekmektedir. Ana teması çizgi olan karikatürün etkinliği çarpıcı, kısa, yaygın ve evrensel bir anlatım olmasından kaynaklanmaktadır (Yücebaş, 1959:8). Gazete karikatüründe de toplumun zihinsel yapısına uygun olarak bir takım ortak kodlar oluşturulmakta, üzerinde uzlaşılan bu ortak kodlar okuyucu tarafından açıklanmaktadır. Oluşturulan bu kodlar toplumun kültürel yapısında anlamlı hale gelmekte, gazete karikatürlerinde etkili, çarpıcı ve yaygın bir anlama dönüşmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

2009 YEREL SEÇİMLERİNİN GAZETE KARİKATÜRLERİNDE TEMSİLİ

3.1. METODOLOJİ

Karikatür, iletişim açısından bakıldığında mizahi öğeleri ve iletişim sürecinin bir parçası olan simgeler ve görsel mesajları içinde barındıran bir araçtır. İletişim sürecinin etkili bir parçası olan karikatür; karikatüristin okurlarla iletişimini sağlamaktadır. Belirli düşünceler etrafında bir konu üzerinden kodlanarak kitle iletişim araçlarıyla okuyucuya ulaşan çizimler ve mesajlar okur tarafından açıklanmaktadır. Özellikle, karikatürün bir türü olan siyasi karikatür iletişim sürecinde büyük öneme sahiptir.

Siyasi karikatür bir propaganda biçimidir ve karikatüristin düşüncelerini içermektedir. Kamuoyunda varolan düşünce ve bilgileri kullanarak, onları kendi bakış açısıyla ve ideolojisiyle sunan karikatürist meydana gelen toplumsal olayları mizahi bir dil ile yorumlayarak okuyucuyu muhalif bir tavır almasını sağlayarak kendi düşünceleri doğrultusunda etkilemeye çalışmakta ya da okurda var olan ideolojik düşünceyi pekiştirmektedir. Özellikle siyasi karikatürler, her dönemde etkili bir muhalefet aracı olmuştur. Muhalefet aracı olmasının yanında belli düşünceleri pekiştirme işlevi de görmüştür. Siyasi karikatürler, güncel olayları, siyasi olayları, iktidarı eleştirmenin yanında iktidarın söylemlerinin taşıyıcısı işlevini üstlenerek ideolojilerini de meşrulaştırabilmektedir. Karikatürler mesajlarını örtük bir şekilde sunabilmekte ve ikna unsuru ön plana çıkmaktadır. Güncel gerçeği kendi doğruları çerçevesinde değiştiren karikatür, her dönemde siyasetin bir parçası olmuştur ve (Oral, 2001) güncel gerçeği kendi bildiğince değiştirmek istemektedir. Siyasal ve sosyal çalkantılardan, baskılardan ortaya çıkan karikatür gerçeğini olduğu gibi pekiştirmekte, ancak hizmet ettiği siyasal düşünceye karşı da sorumluluk taşımaktadır. Siyasi karikatürler anlaşılabilirlik kaygısı taşıdığı için toplum tarafından bilinen simgeler, kodlar ve daha açıklayıcı olmak için alt yazılar kullanılmaktadır (Erdem, 2007:183).

Karikatürün, toplumsal muhalefet aracı olarak kullanılması, yayınlandığı medya aracının ideolojisini yansıtması, toplumdaki aksaklıkların, çarpıklıkların ve uyum-

suzlukların görsel tasarımı olarak kullanıldığı önceki bölümlerde tartışılmıştır. Çalışmanın uygulama kısmını oluşturan bu bölümde, gazetelerde yer alan seçim konulu karikatürlerde 2009 Yerel Seçimleri'nin nasıl temsil edildiği, gündemde olan ve öne çıkan konular arasında hangilerinin seçimlerle ilişkilendirilerek karikatürlerde ön plana çıkarıldığı tespit edilmeye çalışılmıştır.

İdeoloji taşıması ve bu ideolojilerin aktarılmasında karikatürlerin önemli bir rolü olmakla birlikte ideolojileri pekiştirmesi ya da muhalif bir tavır alınmasında, değerlerin korunması ya da değişmesinde de karikatürün önemli bir işlevi vardır. Ayrıca, karikatürler eğlence ve bilgi verme işlevleriyle de birçok konuda imaj oluşturma çabası içerisine girmektedirler. Çalışma, karikatürün diğer medya metinleri gibi ideolojileri pekiştirdiği, ideolojinin doğallaştırma işlevi ile iktidarın söylemlerini taşıdığı kimi zaman da muhalif bir tavır yarattığı varsayımı üzerine kurulmuştur. Seçilen her gazetenin ideolojisi doğrultusunda karikatürlerini oluşturdukları da varsayımların içinde yer almaktadır.

Çalışmada; 2009 Yerel Seçimleri'nin karikatürlere nasıl yansıdığı ve ne şekilde bir ideolojik konumlandırma içerisine girildiğini tespit etmek amacıyla *Cumhuriyet*, *Milliyet* ve *Zaman* gazeteleri incelenmiştir. Çalışmada incelenen gazetelerin siyasi eğilimlerinin ve ideolojik konumlanışlarının karikatürlere nasıl yansıdığı, karikatürlerin iktidarın söylemlerini üreten bir araç mı yoksa muhalif bir tavır mı sergilediği sorunsallaştırılmıştır. Çalışma, 1 Ocak 2009-31 Mayıs 2009 tarihleri arasındaki 5 aylık dönemde belirtilen gazetelerin incelenmesine dayandırılmıştır. Çalışmada; belirtilen tarihler arasında inceleme yapılmasının sebebi; 29 Mart Yerel Seçimleri'ne hazırlık aşamasını, seçim faaliyetlerinin sürdüğü dönemi ve sonrasında yaşanan seçimle ilgili gelişmeleri analiz edebilmektir.

Bu çalışmada; *Cumhuriyet*, *Milliyet* ve *Zaman* gazetelerinde yayımlanan karikatürlerin konularını tespit etmek amacıyla, öncelikle içerik çözümlemesi yöntemine başvurulmuştur. İçerik analizini sistematik bir çerçeveye oturtulmasında Bernard Berelson'ın önemli katkıları olmuştur. Berelson'a göre içerik analizi, iletişimin açık/belirgin içeriğinin nesnel, sistematik ve nicel tanımlanmasına yönelik bir araştırma tekniğidir (Berelson, 1952:18, akt: Gökçe, 2006:35). Bilgin (2006:1) içerik

analizini; “çok çeşitli söylemlere uygulanan bir takım metodolojik araç ve tekniklerin bütünü olarak” tanımlamaktadır. Merten (1983:15, akt: Gökçe, 2006:18) ise “sosyal gerçeğin belirgin içeriklerinin özelliklerinden, içeriğin belirgin olmayan özellikleri hakkında çıkarımlar yapmak yoluyla sosyal gerçeği araştıran bir yöntemdir” şeklinde tanımlamaktadır.

İncelenen dönemde Türkiye'nin gündeminde yer alan konular ve ele alınan gazete karikatürlerindeki konular değerlendirildiğinde, 2007 yılında başlayan Ergenekon Davası'nın, 2009 yılında da en çok konuşulan başlıca konular arasında yer aldığı görülmektedir. 2009 yılının ilk günlerinde 6 ilde eş zamanlı olarak düzenlenen operasyonlarda subaylar ve polislerinde aralarında bulunduğu birçok kişi Ergenekon yapılanmasıyla ilişkili olduğu iddiasıyla gözaltına alınmıştır. Yine 2008 yılının ortalarında işaretlerini veren Eylül ayında tüm dünyayı sarsan küresel Amerikan krizi 2009 yılında da Türkiye gündemini oluşturan başlıca konular arasında yer almıştır. 2008 yılının son aylarında tüm dünyada patlak veren ekonomik kriz ile ilgili olarak AKP lideri ve Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın “teğet geçti” şeklinde değerlendirmeleri gündemi oluşturmuştur. 2008'de gerçekleşen ve etkisini 2009 yılı boyunca devam ettiren küresel ekonomik kriz, beraberinde birçok iş yerinin kapanması ve işsizlik gibi sorunları da beraberinde getirmiştir. 2009 yılının başından itibaren ekonomik kriz nedeniyle bu tür konular gündemde sık sık yer alan konuları oluşturmuştur. Tüm dünyada konuşulan başlıca konu “Siyah ve değişimci” olarak tarif edilen ABD'nin 44. Başkanı Barack Obama olmuştur. Türkiye'de de Obama, siyahî kimliğinin dışında Müslüman bir aileden geldiği vurgusuyla gündeme gelmiştir. 2009'un ilk aylarında başkanlık koltuğuna oturan Obama, Türkiye'ye yaptığı ziyaret ile de en çok konuşulan konular arasında yer almıştır.

İncelenen dönemde, ekonomik kriz ve bunun sonucu olarak işsizlik, Ergenekon Davası, Davos Zirvesi, seçimler öncesi AKP tarafından halka dağıtılan beyaz eşya ve seçimlere hile karıştırılması basının gündemini oluşturmuş, gerek haberlerde gerek köşe yazılarında bu konular tartışılmış, bu konular karikatürlere de yansımıştır. Bu döneme damgasını vuran Ergenekon Davası basında şok etkisi yaratmış, Ergenekon iddianamesinde darbe girişimleri olduğu iddiası, yapılan kazılarda çok sayıda

mühimmat bulunması ve işin içinde bazı üst düzey emekli komutanların, gazetecilerin ve siyasetçilerin olduğu iddiası basının da bu konu üzerine eğilmesine neden olmuştur. Davos Zirvesi'nde Başbakan Erdoğan'ın İsrail Cumhurbaşkanı Peres'i eleştirmesi uluslararası politikada gerginliğe neden olmuş, seçim öncesi etkilerini göstermiştir.

İncelenen seçim karikatürlerine bakıldığında, seçimin sadece iki parti arasında geçtiği görülmekte, diğer partiler karikatürlerde yer almamaktadır. 29 Mart seçimlerinde, AKP ve CHP söylemleri ön plana çıkmıştır. CHP 'İstanbul aşkımız, hizmete hazırız', sloganıyla; sosyal demokrat yerel yönetim anlayışıyla kentleri yeniden inşa etmeyi; çağdaş, demokrat, güvenli, yaşam kalitesi yüksek, hayatı yaşanır kılmayı hedeflediğini açıklamıştır. AKP'nin "marka belediyeçilik" anlayışının ikamesi olarak CHP, "çağdaş belediyeçilik" kavramı ile "sosyal demokrat belediyeçilik" anlayışına vurgu yapmıştır. CHP, "önce insan" söylemiyle; sıfır yoksulluk ilkesiyle sosyal yardımlar sosyal hak anlayışını zemine yaymaya çalışmıştır. Yerel seçimde partinin değil adayın daha çok ön planda olması gerektiği savunulmuş, bu yüzden kampanya aday üzerinden yapılmıştır (İşsevenler ve Tek, 3).

Yerel seçim kampanyası döneminde AKP Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın en çok vurguladığı söylemlerin başında "AKP yerel yönetimlerde bir marka olacaktır" sözü gelmektedir. Erdoğan, CHP'nin Kuran Kursu, başörtüsü, çarşaf açılışını eleştirirken, bu açılımların vardıkları noktayı şu sözleriyle özetlemektedir: "Şecaat arz ederken sirkatin söylediler." Ayrıca Erdoğan hem MHP'nin hem de CHP'nin 'ruh ikizi' olduklarını söylemiş ve "al birini vur öbürüne..." ifadesini kullanmıştır. Yerel seçim kampanyası döneminde siyasal partiler arasında "koltuk" tartışması gündeme gelmiştir. AKP Genel Başkanı Erdoğan, bu konuda şunları söylemiştir: "Milletim her seçimde sizden soğudu, siz koltuktan soğumadınız. Milletim size lisan-ı hal ile bırak artık bu işleri dedi, milletin çağrısına kulak asmadınız. Sayın Baykal, bu Padişahlık özlemi değildir de nedir? Sayın Bahçeli, bu Padişahlık özlemi değildir de nedir? Recep Tayyip Erdoğan 29 Mart yerel seçimlerinde sürekli tekrar ettiği 'Durmak Yok, Hizmete Devam' söylemiyle AKP'nin genel seçimlerde olduğu gibi yerel seçimlerde de önceliğinin hizmet olduğunu ve hizmet gücünü de milletten

aldıklarını vurgulamıştır. Erdoğan'ın AKP mitinglerinde özellikle altını çizerek vurguladığı söylem, 'Sen Türkiye'sin, Büyük Düşün'dür. "AK Belediyecilik AK Parti'nin işi" sloganı ile Erdoğan, değişimi ve dönüşümü bizzat gerçekleştiren bir anlayışın partisi olduklarına işaret etmiştir. Gündeme ilişkin söylemlere bakıldığında ise Baykal, Adana mitinginde AK Parti'nin beyaz eşya dağıtımına ilişkin yapmış olduğu yardımı şu sözleriyle eleştirmiştir: "Bakın Türkiye'de işsizlik var, yoksulluk var. Buna karşı devletin alması gereken tedbirler var. Ama bu tedbirlerle sakın ha Tunceli'de buzdolabı dağıtmayı karıştırmayın ha. Tunceli'de buzdolabı dağıtmak, çamaşır makinesi dağıtmak, bulaşık makinesi dağıtmak yoksullukla mücadele programı değildir. Milletın gözünü boyama, oyunu alma mücadelesidir. Oy rüşvetidir, seçim hırsıdır." Cumhuriyet Halk Partisi Genel Başkanı Deniz Baykal seçim döneminde yaptığı konuşmalarda çoğunlukla iktidar partisinin icraatlarını eleştirmiş, özellikle ekonomik sıkıntılar üzerinde durmuştur. Cumhuriyet Halk Partisi'nde özellikle İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan adayı Kemal Kılıçdaroğlu'nun seçim kampanyası dikkat çekicidir. Kılıçdaroğlu'nun "dürüst" imajı kampanyada öne çıkartılmış, iktidarla ilgili yolsuzluk iddiaları kampanyanın ana temalarından birini oluşturmuştur (İşsevenler ve Tek: 6-12). Siyasilerin çalışmaları, yaptıkları değerlendirmeler, eleştiriler ve söylemleri tüm medya içeriklerinde olduğu gibi karikatürlere de konu olmuştur.

Bu çalışmada, incelenen dönemde *Cumhuriyet*, *Milliyet* ve *Zaman* gazetelerinde yer alan karikatürler konularına göre değerlendirildiğinde; Erdoğan-Baykal ile ilgili karikatürler, Davos zirvesi ile ilgili karikatürler, Deniz Feneri ile ilgili karikatürler, ekonomik kriz ile ilgili karikatürler, Ergenekon ile ilgili karikatürler, Irak ve Gazze ile ilgili karikatürler, işsizlik ile ilgili karikatürler, kadın ile ilgili karikatürler, medya ile ilgili karikatürler, Obama ve Amerika ile ilgili karikatürler, yerel seçimler ile ilgili karikatürler, Topbaş ve Kılıçdaroğlu ile ilgili karikatürler ve su forumu ile ilgili karikatürlerin yer aldığı belirlenmiştir.

GAZETE KARİKATÜRLE- RİNİN KONULARI	CUMHURİYET GAZETESİ	ZAMAN GAZETESİ	MİLLİYET GAZETESİ
Yerel Seçimler	22	20	21
Recep Tayyip Erdoğan ve Deniz Baykal	19	0	27
Davos Zirvesi	3	2	2
Irak ve Gazze	11	22	2
Deniz Feneri	3	1	3
İşsizlik	8	2	0
Ekonomik Kriz	16	5	5
Ergenekon	14	21	4
Kadın	8	10	3
Medya	20	14	6
Obama ve Amerika	12	8	6
Kadir Topbaş ve Kemal Kılıçdaroğlu	3	0	2
Su Forumu	3	0	3
Diğer Konular (Darwin, TÜBİTAK)	1	3	1
Toplam	142	108	85

Tablo 2: *Cumhuriyet, Milliyet ve Zaman* Gazetelerindeki Karikatürlerin Kategorileri

Seçim döneminde *Cumhuriyet, Milliyet ve Zaman* gazetelerinde yer alan karikatürlerin, gündeme göre konularında değişiklik gözlemlenmiş, ana gündem olarak seçim yer alırken aynı zamanda diğer güncel konularda da karikatürler çizilmiştir. Aynı karikatür içinde, bir veya birden fazla konu işlenmiş, kimi zaman doğrudan kimi zaman dolaylı olarak seçimle ilişkilendirilmiştir.

Çalışmada, yerel seçimlerin karikatürlere nasıl yansıdığı ve hangi temalar çerçevesinde yansıtıldığı karikatürlerin söylemsel ve ideolojik çözümlemesiyle ortaya konulmaya çalışılmış, bu amaçla söylem analizi yöntemi kullanılmıştır.

Söylem, bir dil pratiğidir; ideoloji, bilgi, diyalog, anlatım, beyan tarzı, müzakerre, güç ve gücün mübadelesiyle eyleme dönüşen dil pratiklerine ilişkin süreçlerdir (Sözen, 1999:20). Van Dijk'e göre (2003:13-18) söylem, ideolojilerin yeniden üretiminde ve günlük ifadelerde önemli bir rol oynamaktadır ve söylem ve dil kullanımı ideolojilerden etkilenmektedir ve söylemlerin çoğu ideolojik temelli görüşleri ifade etmektedir. Söylemi oluşturan birey ya da dil kullanıcıları örtük ya da açık bir biçimde kendi ideolojilerine/ideolojisine koşut olduğunu düşündüğü veya etkilendiği değerleri içeren söylemlere gönderme yapmaktadır. Dil kullanıcılarını söylemi "kaba, kışkırtıcı, küçümseyici, alaycı, saldırgan, öfkeli, kızgın, sert, küfürlü, argo, kuraldışı, sıra dışı" kullanımlar, popüler kültürün ürettiği sözcükler gibi, aslında, diğer bireylerden ya da toplumlardan etkilenmiş biçimini farkında olarak ya da olmayarak bir diğer söyleyişle bilinçli ya da bilinçsiz benimsemiş olduğu ortak bilgi değerlerini ortaya koymaktadır (İnceoğlu ve Çomak, 2009:35).

Çalışmada eleştirel söylem çözümlemesinin kullanılma amacı "medya metinlerindeki seçilmiş sözcük ve sözcük öbeklerinin, bireylerin yaşamı algılamalarında, düşüncelerinde ve değerlendirmelerinde söyleme yansıyan toplumsal ideolojilerini belirlemektir. Bu yöntemle açık dilsel yapılardan örtük ideolojik yapılara ulaşılabilmektedir (İnceoğlu ve Çomak, 2009:11). Bu çalışmada bu yöntemle karikatürlerdeki dilsel ve dil dışı öğelerin örtük ideolojik yapıları çözümlenmek istenmiştir. Kocaman (1996:15) söylemin güç-iktidar ve ideoloji tarafından biçimlendiğini ve toplumsal kimlik, toplumsal ilişkiler bilgi ve inanç dizgelerinin oluşumunda etkili olduğunu belirtmektedir. İnceoğlu ve Çomak'a göre (2009:44) söylemi oluşturan birey, zorunlu olarak kişi, süre ve uzam etkenleriyle hesaplaşma durumundadır ve söylemi oluşturan birey ya da bireyler örtük ya da açık bir şekilde kendi ideolojilerine koşut olduğunu düşündükleri söylemler arası göndermelerden yararlanmaktadırlar. Bu açıdan bakıldığında söylem çözümlemesinin kullanılmasının amacı, karikatürlerdeki seçilmiş sözcük ve söz öbekleri ile dil dışı öğeler ve simgelerin, okuyucunun yaşamı algılamasında söyleme yansıdığı düşünülen ideolojiyi belirlemektir. Bu yöntemle, dilsel yapılardan, simgelerden, çizimlerden ve karikatürlerdeki karakterlerden örtük ideolojik yapılara ulaşılarak karikatüristlerin nasıl bir ideoloji içinde kendilerini konumlandıkları belirlenmek istenmiştir. Dilin, dil dışı imgelerin ve simgelerin kurgulanan

amaçları yansıtan bir araç olması nedeniyle karikatürlerdeki imgeler ve dilsel öğelerin karikatürün yer aldığı gazetenin ideolojisi ile bağıntılı bir anlamlar silsilesi oluşturup oluşturmadığı ortaya konmak istenmiştir. Araştırmaya dahil edilen gazetelerin seçimle ilgili karikatürlerinin temaları belirlenerek, bu temalar çerçevesinde söylemsel ve ideolojik bir analiz yapılmıştır.

3.2. ARAŞTIRMA BULGULARI

3.2.1. Cumhuriyet Gazetesi

Tarihi Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşuna kadar uzanan *Cumhuriyet* gazetesi 7 Mayıs 1924 yılında yayın hayatına başlamıştır. Kurucusu Yunus Nadi'dir. *Cumhuriyet* gazetesinin yayın ilkesini Yunus Nadi gazetenin ilk sayısında şöyle özetlemiştir; “*Cumhuriyet* memlekete mal olmuş bir fikirdir. Biz onun temsilcisi ve savunucusuyuz. Gazetemiz ne hükümet gazetesi ne de bir parti gazetesidir. *Cumhuriyet*, demokrasi fikir esaslarını bozan, yıkan ve yıkmaya çalışan her kuvvetle savaşacaktır.”

Yunus Nadi Abalıoğlu, 1945 yılında ölene dek gazetenin imtiyaz sahibi ve başyazarı olarak çalışmıştır. İkinci Dünya Savaşı sırasında Mihver Devletleri ve Nazi Almanya'sını destekleyen gazete, savaş sonrası çok partili demokrasiyi ve muhalefet hareketi olarak gelişen Demokrat Parti'yi savunmuştur. 1956'dan itibaren DP karşısında bir tutum sergileyen gazete, 1960 yılından sonra 27 Mayıs askeri harekâtının destekçisi olmuştur. 61 Anayasası'nın getirdiği özgür ortamında sosyalizmin tartışıldığı ilk platformlardan biri haline gelen gazete 12 Eylül öncesi sadece sağdan değil soldan da eleştiriye uğradıysa da ulusalcı-halkçı çizgisinden ödün vermeden yayını sürdürmeye çalışmıştır. 1971 yılında İlhan Selçuk yazdığı yazılar¹² nedeniyle sıkıyönetim mahkemesince tutuklanınca gazetenin yönetimi tarafından yayın politikasında değişiklikler yapılmıştır. Gazeteye, “Atatürkçü, Milliyetçi ve aşırı uçlara eğilmeyen” bir politika belirlenmiştir (Tellan, 2009a:539). Bu değişikliklerin ardından Yunus Nadi *Cumhuriyet* gazetesinden ayrılmıştır. (Topuz, 2003:265). 12 Eylül 1980 darbesinde *Cumhuriyet* gazetesi başta olmak üzere bir çok gazete kapatılmış, yazar kadroları tutuklanmıştır. Topuz (2003:259) *Cumhuriyet*'in 1980-84 yılları arasında sıkıyö-

¹² İlhan Selçuk, 27 Nisan 1971'de yayınlanan sıkıyönetime tepki gösteren “Hoş geldin Tanzimat Kafası” başlıklı yazısından dolayı tutuklanmış ve Cumhuriyet 10 gün süre ile kapatılmıştır (Topuz, 2003:251).

netim kararıyla 4 kez, 41 gün süre ile kapatıldığını ifade etmektedir. *Cumhuriyet*'i sarsan en önemli olay, gazeteyi 50 yıl ayakta tutmuş olan Nadir Nadi'nin 1991'de ölmesi olmuştur. 1991 seçimlerini ardından ANAP-DYP koalisyonunu SHP'ye karşı destekleyen Osman Ulugay'a karşı sert bir yazı yazan İlhan Selçuk'un Ulugay'ı TÜSİAD yazarı olmakla suçlaması yönetimin değişmesine 80 kişinin gazeteden ayrılmasına neden olmuştur. *Cumhuriyet*'in bu dönemde yaşadığı tiraj düşüklüğü ve ekonomik sarsıntılar 1992 yılında yeni yayın kadrosuyla tekrar gündeme gelmiştir (Topuz, 2003:290-291). *Cumhuriyet* gazetesi de diğer köklü gazeteler gibi kimi zaman yaşadığı ekonomik sıkıntılar kimi zaman politik baskılara rağmen Türkiye'nin önemli fikir gazetelerinden biri olarak günümüze kadar yayınlarını sürdürebilmiştir.

Çalışmada, incelemeye alınan dönemdeki karikatürlere baktığımızda *Cumhuriyet* gazetesi, gündeme ilişkin çizgileriyle karşımıza çıkmaktadır. Gündemdeki Davos Zirvesi, İsrail'in Gazze'ye işgali, Deniz Feneri yardım derneğinin yolsuzluk iddiaları ve dava süreci, ekonomik kriz ve buna bağlı olarak işsizlik, Ergenekon yapılanması, ABD'nin siyahi lideri Barrack Obama ve 29 Mart seçimleri gibi konular, *Cumhuriyet* gazetesinin karikatürlerinde de yer almıştır. Bu süre içerisinde toplam 142 karikatür yayımlanmıştır. Çalışmada incelenen 29 Mart Seçimleri konulu 21 karikatür bulunmaktadır. Konulara göre, toplam karikatür sayısına baktığımızda *Cumhuriyet* gazetesi karikatüristleri en çok yerel seçim konusuna odaklanmışlardır. Gazete incelendiğinde yerel seçimlere ilişkin karikatürlerin 6 tema çerçevesinde ele alındığı belirlenmiştir.

3.2.1.1. Cumhuriyet Yıllarına Gönderme, Laiklik ve Kemalizm Vurgusu

Atatürk Cumhuriyet'in getirdiği temel değerlerin benimsenmesi, sürdürülmesi ve korunması için halkın sesi olan basına çok fazla görev yüklemiştir. *Cumhuriyet* gazetesinin kurulma amacı ve yayın politikası üzerinde Atatürk devrimlerinin, Cumhuriyet ilkelerinin, çağdaş yaşamın toplumda yaygınlaşması ve laik Türkiye Cumhuriyeti vurgusunun egemen olduğu görülmektedir. 29 Mart seçimlerinin ele alındığı bu çalışmada *Cumhuriyet* gazetesi karikatürleri üzerinden yapılan tematik analiz çerçevesinde karikatürlerde en sık karşılaşılan ana tema Cumhuriyet yıllarını referans vererek kuruluş yıllarına gönderme yapılmasıdır.

Cumhuriyet çizeri Nuri Kurtcebe “Sessiz Sedasız” isimli karikatürlerinde Atatürk portresini kullanmıştır. Atatürk’ün değişik görünümünü tasvir eden çizer Nuri Kurtcebe Kurtuluş yıllarına gönderme yaparak “Cumhuriyet” söylemini pekiştirmektedir. Kurtcebe, Şekil 1’deki karikatüründe Atatürk’ün ağzından AKP hükümetinin ABD’nin işbirlikçisi ve ardındaki en büyük destekçisi olduğunu belirtmektedir. Uzgel’e göre (2009:18), AKP’nin iktidara geliş süreci basit bir siyasal yarılmının ötesinde sınıfsal, bölgesel ve uluslar arası dinamiklerin de içinde yer aldığı kapsamlı bir gelişmedir. Tayyip Erdoğan ve Abdullah Gül’ün, temas ve bağlantılarının ön plana çıktığını vurgulayan Uzgel, AKP’nin iktidara gelmesinin ardından yapılan çalışmaların ABD ile ilk temas ve bağlantılarının 1990’ların ortalarında kurulduğunu, 15 Temmuz 1996’da ABD Büyükelçisi Morton Abramowitz’in Erdoğan ile görüşmesinin *Aydınlık* dergisi tarafından “Abramowitz, Erdoğan’ı, Erbakan’ın yerine hazırlıyor” manşetiyle verildiği dikkat çekmektedir. Karikatürde ABD göndermesinin bulunması Erdoğan ve Gül’ün iktidara gelmeden önceki ve geldikten sonraki Amerikan tutumlarından ve ilişkilerinden kaynaklanmaktadır. AKP’yi dinci siyasiler olarak nitelendiren çizer, Türkiye Cumhuriyeti’ni laik çizgisinden saptırarak, İlmli İslam Devleti kurmayı planladıklarını vurgulamaktadır. Karikatürde Kemalist, ulusalcılığı temel alan bir bakış açısı hakimdir. Gazetenin yayın politikasına ve okuyucu kitlesinin bakış açısına uygun bir çerçeve çizilmiştir. Atatürk’ün karikatürde kullanılmasıyla fikirler haklılaştırılmaktadır. Karikatürde Atatürk askeri kimliğin dışında siyasi bir kimlikle verilmiştir. Atatürk üzerinde asker üniforması ile değil takım elbise ile resmedilmiştir.



Şekil 1: “SESSİZ SEDASIZ” Nuri KURTCEBE, 8 OCAK 2009 -CUMHURİYET

AKP'nin siyasi arenada yer alması, 1994'ten sonra Türkiye'de yaşanan toplumsal ve siyasi arenadaki değişimlerle yakından ilgilidir. ANAP'ın tek başına iktidara gelmesi ile Türkiye, Turgut Özal'ın uyguladığı reformcu politikalara tanık olmuştur. 1991'den sonra Özal daha reformist politikaları devam ettirememiştir ve Türkiye Özal döneminden sonra yeni bir sürece gebe kalmıştır (Kalçık, 2007:121). Tek parti döneminden sonra Türkiye koalisyon dönemine girmiştir. 1994 yılında yaşanan ekonomik kriz Refah Partisi'ni ön plana çıkarmış, halkın desteğini alarak sandıktan birinci parti olarak çıkmıştır. Refah Partisi'nin iktidarı döneminde yaşanan 28 Şubat süreci ve bunun etkisiyle partinin kapatılması Refah Partisi'nin kimliği ve geleceği üzerinde yeni tartışmalar başlamıştır. Refah Partisi'nin “laikliğe aykırı faaliyetlerin odağı olduğu gerekçesiyle Anayasa Mahkemesi tarafından kapatılması” (Dağı, 1998:9) partide yeni oluşumlara zemin hazırlamıştır. İşte bu yeni oluşumların içinde doğan AKP, Refah Partisi siyasetinin devamı olarak nitelendirilmiştir. AKP'nin kurulduğu ve iktidara geldiği iç ortam (2001 krizi, merkez sağ ve soldan gelen partilerin artık Türkiye siyasetinin ve dönüşümünün yükünü taşıyamaz hale gelişleri) gerekse dış ortam (Irak Savaşı, bütün Orta Doğu'da yükselen siyasal İslam

ve Batı karşıtlığı) AKP'nin siyasal parti olarak önemini arttırmış ve onu çok önemli gelişmelerin kavşağına yerleştirmiştir. AKP'nin Kasım 2002 seçimlerinde yüzde 34 oy alarak birinci parti olması, üstelik bu oyunu 2007 seçimlerinde arttırması şaşkınlıkla karşılanmıştır. İslamcı/muhafazakar siyasetin yeni yüzü ve yeniden tanımlanmış kimliği ile AKP, Türkiye siyasetinde dönüştürücü bir aktör olarak ortaya çıkmıştır. Türkiye'de devletin genelde din ve özelde İslam ile kurduğu ilişki paradoksal nitelikler taşımaktadır. Bunun nedeni, devletin doğrudan doğruya din ile bir sorunu olması değil, toplumla kurduğu ilişkidir. Toplum algılayışı, modernleşme sürecine yaklaşımı, siyasal ve jeopolitik gereklilikler devletin inanç alanına yönelik tutumunu belirleyen etkenler olmuştur (Uzgel, 2009:11-12).

Şekil 1'deki karikatürde, “Cehaletin oyları ve ABD'nin başımıza bela ettiği satılık dinci siyasiler!. Kurduğum Laik Türkiye Cumhuriyeti'ni yıkıp yerine ABD eliyle ılımlı İslam Devleti kurmak isteyen zavallı Mürteciler!. Sizler bu vatanın evlatları olamazsınız. Bu ihanetin cezasını bu millet size ödetmeyecek mi sanıyorsunuz?.” sözleri AKP'nin laikliğe karşı faaliyetlerinin olduğu ve ılımlı İslam Devleti kurma çabasında bulunduğu, bu partinin politikalarının Refah Partisi'nin politikaları ile örtüştüğü vurgulanmaktadır. Seçimlerden önce 8 Ocak 2009 tarihinde yayınlanan bu karikatürde, “Cehaletin oyları” ifadesi ile seçmenin bilinçsiz olduğu vurgusu yapılmış, “Bu ihanetin cezasını bu millet size ödetmeyecek mi sanıyorsunuz” ifadesi ile seçmenlerin tehlikenin varlığını hissettiği zaman, gereken tepkinin yine seçmen tarafından sandıkta verileceği ima edilmiştir. *Cumhuriyet* çizerlerinden Nuri Kurtcebe'nin Sessiz Sedasız isimli karikatürlerinden bir diğeri de 19 Mart 2009 tarihinde yayınlanan Atatürk portreli karikatürdür.



Şekil 2: “SESSİZ SEDASIZ” Nuri KURTCEBE 19 MART 2009 -CUMHURİYET

Kurtcebe, seçimlere 10 gün kala yayımladığı karikatüründe, Atatürk ve AKP'nin simgesi olan ampulü kullanmış, Atatürk'ün ağzından da “Ey Türk İstikbalinin seçmeni birinci vazifen bu ampulden kurtulmaktır” ifadelerine yer vermiştir. Bu sözler aslında Atatürk'ün Gençliğe Hitabesi'nin sözlerinin değiştirilmiş şeklidir. Karikatüre ilk bakışta “Atatürk olsaydı...” fikri yerleştirilmeye çalışılmış ve seçmene tavrını değiştirmesi yönünde uyarıda bulunulmuştur. Şekil 1'deki karikatür gibi bu karikatürde Kemalist-ulusalcı bakış açısıyla verilmiştir. Bu karikatürde, Atatürk siyasi kimliğinin dışında askeri bir kimlikle karşımıza çıkmıştır. Atatürk'ün Cumhuriyet'i kurmak ve gerici yapılanmalardan kurtulmak için verdiği askeri mücadeleye gönderme yapılmıştır. Brummett (2003:198)'e göre, bir mücadele alanı olan siyasi alan gibi karikatür alanı da anı ve simgelerden temizlenmiş değildir. Karikatür bir muharebe alanıdır. *Cumhuriyet* gazetesi karikatürlerinin temel simgesi Mustafa Kemal'dir. Geçmişe yönelik bazı hatırlatmalar Atatürk imgesi ile yapılmakta, Türkiye'de toplumsal ve siyasi alanındaki olumsuzluklar Atatürk'ün ağzından yinelenecek olumsuzlanmaktadır.

3.2.1.2. İlimli İslam ve Muhafazakârlık Vurgusu

Cumhuriyet gazetesinde seçim döneminde yayınlanan karikatürlerde en sık karşılaşılan olgu AKP'nin İslamcı kimliği ve muhafazakar yapısıdır. Seçim döneminde yayınlanan karikatürlerde “İlimli İslam” kavramlaştırılmasına sık sık yer verilmiş, *Cumhuriyet* değerlerinin yozlaştırılmaya çalışıldığı vurgulanmıştır. Kahraman'a (2007:28) göre, *Cumhuriyet*'in en önemli dayanak noktası irtica tehlikesine karşı olmak şeklinde tanımlanan karşı duruştur ve bu tehlike ortadan kaldırılsa *Cumhuriyet* ideolojisini meydana getiren en önemli dayanaklarından biri yok olur. *Cumhuriyet* gazetesi de irtica, muhafazakârlık, laiklik vurgularını sık sık dile getirmekte ve ideolojik yönelimini bu yolla yeniden üretmektedir.

AKP'nin en belirgin özelliklerinden biri kuruluş aşamasında kendini “muhafazakâr demokrat” bir siyasi kimlikle tanımlamasıdır. AKP Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın iktidara geldikten sonra 59. Hükümet'in kuruluşu için 18 Mart 2003'de Hükümet Programı hakkında TBMM Kurulu'nda yaptığı “AK Parti siyasi kimliğini Muhafazakâr Demokrat olarak tanımlanmaktadır” başlıklı konuşmasında siyaseti bir uzlaşma alanı olarak gördüklerini, toplumsal farklılıkları siyasal olarak kabul ettiklerini ve siyasi tarafları her zeminde uzlaşmaya davet ettiklerini vurgulamıştır. AKP'ye göre farklılıklar zenginliktir ve Türk toplumundaki kültürel farklılıkların çoğulcu demokrasiyi zenginleştirecek unsurlar olduğuna inanılmaktadır. AKP'nin muhafazakârlık anlayışına göre siyasal otorite, hukuki ve siyasi meşruluğun ötesinde bir meşruluk temeline oturmaktadır. İşlevlerini onun irade ve değerlerine uygun olarak yürütmesi gerektiğini belirtmektedir. Sadece siyasal güce dayanan bir yönetim anlayışı benimsenmemektedir. AKP toplumsal mutabakattan güç alan siyaset anlayışından yanadır ve siyasal otoritenin sınırlandırılması taraftarıdır. Hükümetin rolü, barışı, anayasal düzeni ve adaleti korumakla sınırlı olmalıdır ve kanunların hâkimiyeti önceliklidir. AKP, demokratik toplumun gerekliliğini ve sivil toplum kuruluşlarının önemini vurgulamaktadır. Katılımcı demokrasi siyasal davranışların temelidir. Muhafazakâr kimliklerinin temel felsefi ve siyasal kaygısı, bireyi koruyabilecek bir aile olan toplumsal organizmayı sağlıklı bir şekilde bir arada tutabilmektir. Toplumun yapı taşı olan ailenin sosyalleştirilmesi misyonu kaçınılmaz görülmektedir. Demokratik kültür siyasetin ana unsuru olarak

görülmektedir (Erdoğan, 2002). Uzgel'e göre (2009:21) AKP'nin kurulduğu dönem, Türkiye siyasetinde merkez sağın derin bir krize girmesi sürecine denk gelmiştir ve AKP bundan büyük yarar sağlamıştır. Böylece, AKP geleneksel Milli görüş çizgisindeki oylarla merkez sağ oyları birleştirerek seçimlere büyük bir avantajla girmiştir. Bu süreçte AKP, kendini İslamcı bir parti olarak değil, bir merkez sağ parti olarak tanımlamış ve bu yeni kimliğe “muhafazakar demokrat” demeyi tercih etmiştir.

AKP, Müslüman-demokrat kavramıyla birlikte ılımlı İslamcı olarak da tanımlanmaktadır. İlimli İslam kavramı dünya kamuoyunun gündemine 11 Eylül saldırılarından sonra girmiş ve radikal, yani köktendinci İslam'a alternatif olarak kabul edilmiştir. İlimli İslamcılık AKP'nin iktidara gelmesiyle somut bir modele dönüşmüştür. Fakat AKP İlimli İslam, Müslüman Demokrat kavramlarına karşı çıkararak kimlikleri ve siyaset felsefelerini Muhafazakâr Demokrat olarak açıklamaktadır. Ancak Batı'daki tüm siyaset bilimciler, politikacılar hatta hükümetler “İlimli İslam” ve “Türkiye modeli” deyimlerini artık yan yana, birlikte kullanmaktadırlar (Yılmaz, 2007:101).

Kemal Urganç'ın 13 Şubat 2009'da *Cumhuriyet* gazetesinde çizdiği karikatürde, İslamcı model karakterize edilmiştir.



Şekil 3: “OTOBÜSTEKİLER” Kemal URGANÇ, 13 ŞUBAT 2009 -CUMHURİYET

Kemal Urganç'ın “Otobüstekiler” isimli karikatüründe yer alan karakterlerden biri hariç diğerleri birbirine benzer sade bir görünümde. Ancak, İslamcı bir model olarak tasvir edilen karakter AKP taraftarını simgelemektedir. Yerel Seçimler öncesinde AKP tarafından Tunceli'de vatandaşlara yapılan beyaz eşya yardımı seçim

yatırımı olarak görülmüş, Tunceli Cumhuriyet Başsavcılığı yardımlarla ilgili inceleme başlatmıştır. Seçim dönemine yapılan yardımlar gündeme damgasını vurmuş karikatürlerde de yer almıştır. Karikatürde yer alan “Halka dağıtmak için, çamaşır makinesi gibi pahalı hediyelere gerek yok. Şöyle elma şekeri falan yeter yahu...” sözleri Tunceli’deki yardımların mizahi bir yorumu olarak karşımıza çıkmaktadır. Seçmeni, kandırılmaya yatkın bir çocuğa benzeten Karikatürist Urgenç, çiziminde yarattığı AKP taraftarını Muhafazakâr bir tiplerle somutlaştırmış, durumun AKP tarafından yapıldığını, görsel öğelerle haklılaştırmıştır. Karikatüristin, yardımlarla ilgili tümcesi burada ideolojik ve politik bir seçimdir. Karikatürde yer alan karakterin giyimi ve elindeki tespihi muhafazakarlığı temsil etmektedir ve tespih gerçek dünyadaki muhafazakarlık ve İslam düşüncesinin taşıyıcısı olarak fiziki bir simgeye dönüşmektedir.

Seçimlerin ardından 2 Nisan 2009 tarihinde *Cumhuriyet* gazetesinde yayınlanan Nuri Kurtcebe’nin ‘Sessiz Sedasız’ karikatür serisinden bir başka karikatürde ise Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, Sarıklı, cübbeli bir görünümle tasvir edilmiştir.



Şekil 4: “SESSİZ SEDASIZ” Nuri KURTCEBE, 2 NİSAN 2009 -CUMHURİYET

Erdoğan’ın Muhafazakâr-İslamcı kimliğine sarıklı, cübbeli tasviriyle vurgu yapan Karikatürist Kurtcebe, seçim sonuçlarına ilişkin ilginç bir yorum getirmektedir.

Karikatürün yayınlandığı dönemlerde Türkiye gündemini meşgul eden Ergenekon yapılanması ve davası ile ilgili gelişmelerin yaşanması, Türk Silahlı Kuvvetleri'nden emekli paşaların, gazetecilerin, bürokratların ve siyasetçilerin yargılanması süreci devam etmektedir. Ergenekon sürecinde çoğu üst düzey isimlerin ifadelerinin alınması, birçok kişinin iddianamede isminin geçmesi ve bu yüzden sorgulanmaları gündemi oldukça meşgul etmiş ve süreç *Cumhuriyet* gazetesi karikatürlerinde trajikomik biçimde yer almıştır. Seçimlerin ardından yayınlanan karikatürde “Bize oy vermeyen ne kadar kâfir seçmen varsa Ergenekon’dan içeri tıkın” ifadeleri ile AKP’nin istediği oy oranına sahip olamadığı ve yargıyı etkileme girişiminde bulunabileceği belirtilmek istenmiştir. Erdoğan’ın cübbeli ve sarıklı olarak verilmesi, karikatüristin AKP’nin politikalarını ve siyasetini İslamcı kimlikle oluşturduğunun ideolojik bir yansımasıdır.



Şekil 5: “OTOBÜSTEKİLER” Kemal URGENÇ, 3 NİSAN 2009 -CUMHURİYET

Yerel Seçimlerin ardından, 3 Nisan 2009 tarihinde yayınlanan Kemal Urgenç’in bir başka karikatüründe de başında takke, elinde tespihi ile çizilmiş olan karakter muhafazakârlığı tasvir etmektedir. “Bu kadar fazla demokrasi olur mu kardeşim? Beni dinleselerdi, şöyle oy pusulasına bir tek bizim partiyi koyacaklardı. Altına da mühürü basmayan eli taş kesilir diye yazılır olur biterdi” ifadeleri ile verilen karikatürde demokrasi vurgusu da dikkat çekmektedir. AKP’nin siyasal-İslamcı kimliği-

ne imada bulunulan bu karikatürde karikatüristin ve gazetenin AKP'ye bakışının yansımaları, AKP'nin ideolojisinin simgelerle gazetenin ideoloji çerçevesinde yeniden anlamlandırıldığını ve bu ideoloji çerçevesinde haklılaştırılmaya çalışıldığını söylemek mümkündür.

İdeolojinin önde gelen işlevi, zihnin gerçeklikle kurabileceği varsayılan doğrudan ilişkiyi bozmaktır. İdeoloji bu işlevini, gerçekliği çarpıtarak, gizleştirerek, bulanıklaştırarak ve ters-yüz ederek yerine getirmektedir. Böylelikle zihnin, gerçekliğin çıplak, dolaylımsız tümel ve mutlak bilgisine erişememektedir. Kısaca gerçeklikle kurduğu ilişki bakımından ideoloji, gerçekliğe dair yanlış eksik, abartılmış ve çarpık bilgiyi ifade etmektedir. Ancak yine de, bu ideoloji kavrayışı içinde ayrıcalıklı kimi öznelerin gerçekliğin üzerindeki ideolojik örtüyü kaldırabileceği ve gerçekliğe doğrudan ulaşabileceği kabul edilmektedir. Böylesi ayrıcalıklı özne konumuna fırsat tanınmasından dolayı bu olumsuz ideoloji kavrayışı içinde ideoloji, pek çok durumda 'benim değil ötekinin düşüncesi' biçiminde tarif edilmektedir (Çam, 2008:27). Şekil 3 ve Şekil 5'de gösterilen karikatürde de egemen ideoloji, Çam'ın da bahsettiği 'benim değil ötekinin düşüncesi' şeklinde tasvir edilmeye çalışılmıştır. "Onların ideolojisi, bizim değer yargılarımız" ifadesine denk düşmektedir. Karikatürde, AKP iktidarının insanların zihnindeki gerçekliği dini kullanarak ters-yüz ettiği bunun sonucu olarak da bozulmuş ve çarpık düşüncelere yol açtığı şeklindedir.

Çam, aydınlanma düşüncesiyle birlikte ideoloji kavramındaki ön yargıların, hurafelerin batıl ve boş inanç gibi doğru bilgiye ulaşmayı engelleyen kategorilerin ortadan kalktığını ifade etmektedir. Çam (2008:28), ideolojiyle kurulacak zihinsel sürecin, biz ve öteki kavramsallaştırmasına gidebileceğini vurgulamaktadır. Karikatürde yaratılan İslami kimlik aslında "aydınlanmış biz ile aydınlanmamış onlar" ayrımını ifade etmektedir.

3.2.1.3. Seçimlerde Şaibe Vurgusu

Cumhuriyet gazetesi karikatürlerinin büyük bir kısmında da, 29 Mart Seçimleri'ne yolsuzluk, rüşvet ve şaibe karıştığı iddialarına yönelik konular işlenmiştir.

Yukarıda da belirtildiği gibi, Tunceli'de vatandaşlara dağıtılan beyaz eşya AKP'nin seçim yatırımı olarak basın gündeminde yer almış, Yüksek Seçim Kurulu bu konu hakkında inceleme başlatmıştır. Gazete karikatürlerinin gündeme göre şekillendiği, verilmek istenen mesajın karikatürler aracılığı ile somutlaştırıldığı söylenebilir. AKP'nin Tunceli'de vatandaşlara dağıttığı beyaz eşya, *Cumhuriyet* gazetesi karikatürlerinde de yer almıştır.

Haber medyasının belirli bir olayı tanımlamasında, tarif etmesinde, yorumlamasında ve sunmasında geliştirmiş olduğu seçmeci tavrın etkisi büyüktür. Seçmeci tavır, habere konu olan olayda bazı temaların vurgulanmasını, bazı temaların ise yok sayılarak dışlanmasını beraberinde getirmektedir (Çam, 2008:57). Şekil 6, Şekil 7, Şekil 8, Şekil 9, Şekil 10 ve Şekil 11'de yer alan karikatürler, seçmeci tavrın etkisiyle habere konu olan olaylardaki temaları vurgulamaktadır. Burada Tunceli'de AKP tarafından beyaz eşya dağıtılması haberlere konu olmuş, karikatürlerde de seçimlere şaibe karıştırıldığı temaları tasvir edilmiştir. Haber medyası seçmeci bir tavır takınarak ön plana çıkardığı bakış açısıyla haberlerini meşrulaştırmak amacı güderek hükümet yetkilileri gibi otoriteleri kullanmaktadırlar.

Musa Kart'ın 10 Mart 2009 tarihinde çizdiği karikatüründe de Tunceli'de dağıtılan beyaz eşyalara gönderme yapılmıştır. Tunceli savcılığının soruşturma başlatması üzerine Yüksek Seçim Kurulu da bu konuyla ilgili çalışma başlatmıştır. AKP'li bir siyasetçi buzdolabı görünümündedir ve karikatürdeki diğer karakterlerden daha büyük tasvir edilerek güç simgesi olarak kullanılmıştır. Siyasetçinin büyük olması siyasi gücünü, buzdolabı ile birlikte verilmesi de maddi gücünü temsil etmektedir. Karikatürde bulunan diğer karakterlerde Yüksek Seçim Kurulu görevlileridir. Yüksek Seçim Kurulu yetkileri şaşkınlık derecesindeki yüz ifadeleri ile resmedilirken, AKP'nin araştırma sürecine engel koyduğu iması bulunmaktadır. Buzdolabının içinde ne olduğu bilinmemektedir ancak, bu tehdit olarak da algılanabilmektedir.



Şekil 6: “ÇİZMEDEN YUKARI” Musa KART, 10 MART 2009 -CUMHURİYET

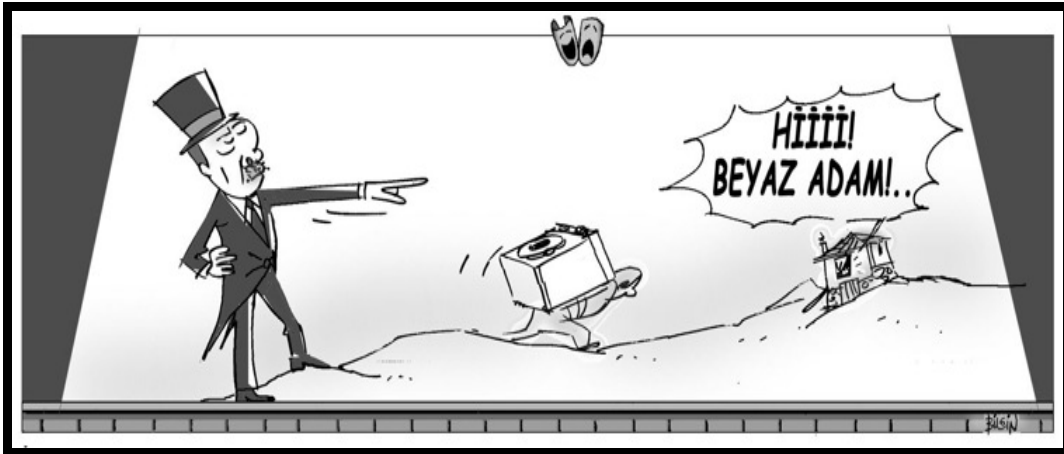
Kamil Masaracı'nın 10 Şubat 2009'da çizdiği karikatürde de AKP'nin dağıttığı beyaz eşya konusu işlenmiştir. Karikatürdeki karakterin “Hadi hadi gene iyisin... Bi kömür bi beyaz eşya” söylemi bu sürece işaret etmektedir. Diğer karakterin de “Sorma... Akla kararı seçtik valla abi” söylemi iki düşünceye işaret etmektedir. İlki, dağıtılan eşyaları almanın güç olduğu, bir çok engel ile karşılaşıldığı ikincisi ise, verilecek oyun dağıtılan eşyaya göre şekillendiği imasıdır.



Şekil 7: “ÇİZGİLİK” Kamil MASARACI, 10 ŞUBAT 2009 -CUMHURİYET

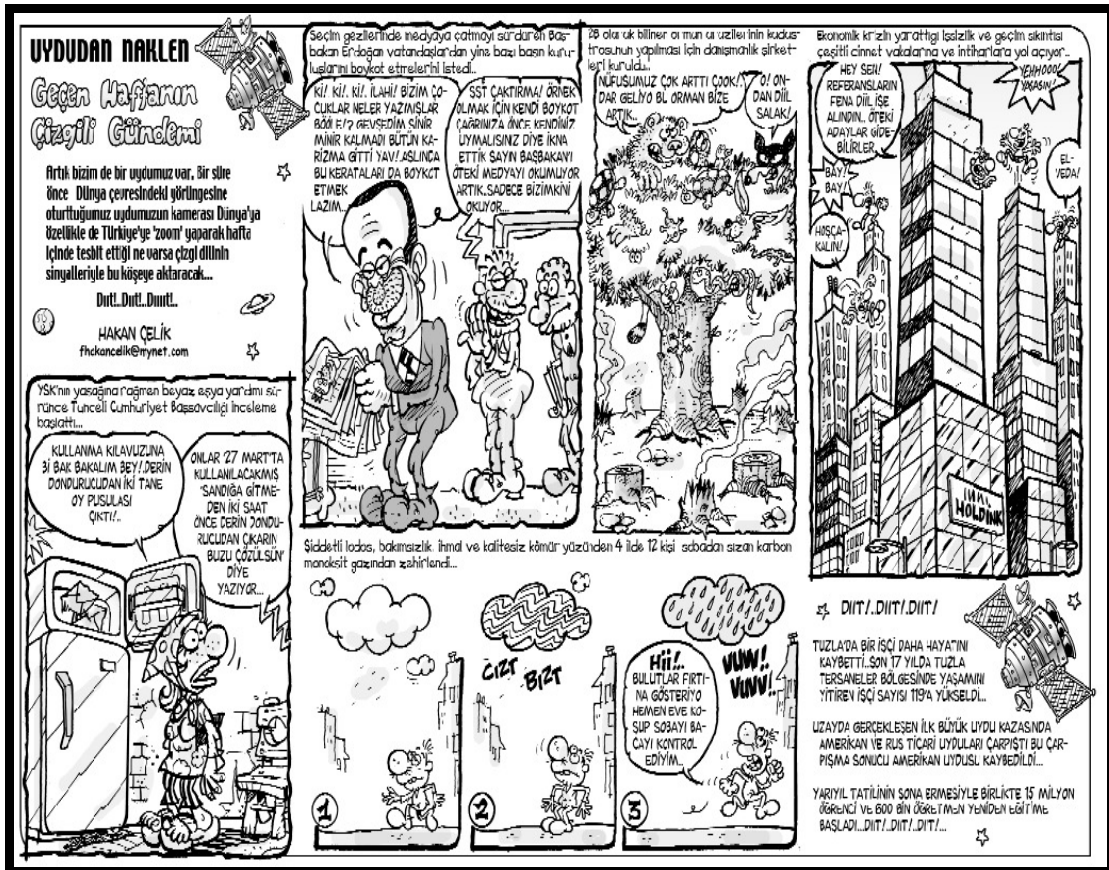
Mustafa Bilgin'in 12 Şubat 2009 tarihinde yayınlanan “Epik Hayat Tiyatrosu” başlıklı karikatür dizisindeki seçim karikatürü yine dağıtılan beyaz eşyalara gönderme yapmaktadır. Karikatürde Recep Tayyip Erdoğan siyasetçi kimliği ile karşı-

mıza çıkmaktadır. Kayış’a göre (2007:161-175) politikacı her şeyden önce iyi bir demagog olmalıdır. Asıl hedef oy toplamaktır. Oyları toplamak için ise her yol “mubah”tır. Politikacı rakiplerine fark atabilmek için daha popüler ve ikna edici olmak zorundadır. Söylediklerinin uygulanabilirliğinden çok halkın aklına yatması önemlidir. Halkın ikna edilmesi için de “pembe yalanlar” söylemek politikanın cilvesidir. Halk ikna edildikten sonra gerisi kolaydır. Yetkiyi eline geçiren, nasıl olsa iktidarını “halkın iradesi”ne dayandığı için bildiğini okumakta serbesttir. Kayış 1950’li yıllarda karikatürlerde çıkan politikacı imgesini incelediği çalışmasında politikacı imgesinin ayırt edici özellikleri olduğunu söylemektedir. 1950’li yıllarda Süleyman Demirel’in silindir şapkası oldukça gündemdedir ve karikatürlerde Süleyman Demirel’i şapkasız çizmemişlerdir. Demirel’e göre şapka “sivil siyasetin bir göstergesi”dir. Kayış’a (2007:161-175) göre politikacılar genellikle silindir şapkalı, fraklı ve papyonlu olarak çizilmektedir ve karakterler siyasi yaşamdaki erkek egemen yapıya paralel olarak daima erkektir. Mustafa Bilgin’in karikatüründe de Recep Tayyip Erdoğan, silindir şapkası ve fraklı görülmektedir. Recep Tayyip Erdoğan’ın şapkalı ve fraklı resmedilmesi siyasetteki anlayışına işaret etmekte, üst düzey siyaset sergilediğinin eğretilemesi yapılmaktadır. Silindir şapka ve frak üst sınıf insanların yaşamlarındaki zarafetin bir simgesidir. Silindir şapka burjuvaya özgü bir aksesuardır ve frak ise İngiliz kültüründen doğmuş bir stildir. Seçmen de karikatürde beyaz eşya almış küçük bir gecekonduya götürürken tasvir edilmiştir.



Şekil 8: “EPİK HAYAT TİYATROSU” MUSTAFA BİLGİN, 12 ŞUBAT 2009-CUMHURİYET

Hakan Çelik “Uydudan Naklen” isimli karikatür dizisinde AKP tarafından dağıtılan beyaz eşya konusunu gündeme getirmiştir. Buzdolabının içinde oy pusulası çıktığı bir mizansenin anlatan karikatürist, her halinden yoksul olduğu belli bir vatandaşın simgeleyen tiplmesiyle, AKP’nin yoksul vatandaşlardan hediye karşılığında oy satın aldığını anlatmaya çalışmıştır. Kayış’a göre (2007:161-175) çizilen politikacı karikatürleri değerlendirilirken, yalnızca mevcut siyasal yapının ve politikacı tipinin değil, toplumun da eleştirildiği göze çarpar. Bu tarzda çizilen pek çok karikatüre göre politikacıdan önce değişmesi gereken şey, bu politikacı tipini doğuran ve yaşatan toplumsal yapıdır. Bu bağlamda söz konusu karikatürler siyasal karikatür niteliklerinin yanında birer sosyal karikatür olma özelliğine de sahiptirler. Yoksul kadın tiplmesiyle bu kesimin cahil olduğu imgesi yerleştirilmeye çalışılmış, siyasetçilerin kandırdığı saf vatandaşlar olarak eleştirildiği görülmektedir.



Şekil 9: “UYDUDAN NAKLEN” HAKAN ÇELİK, 15 ŞUBAT 2009 - CUMHURİYET

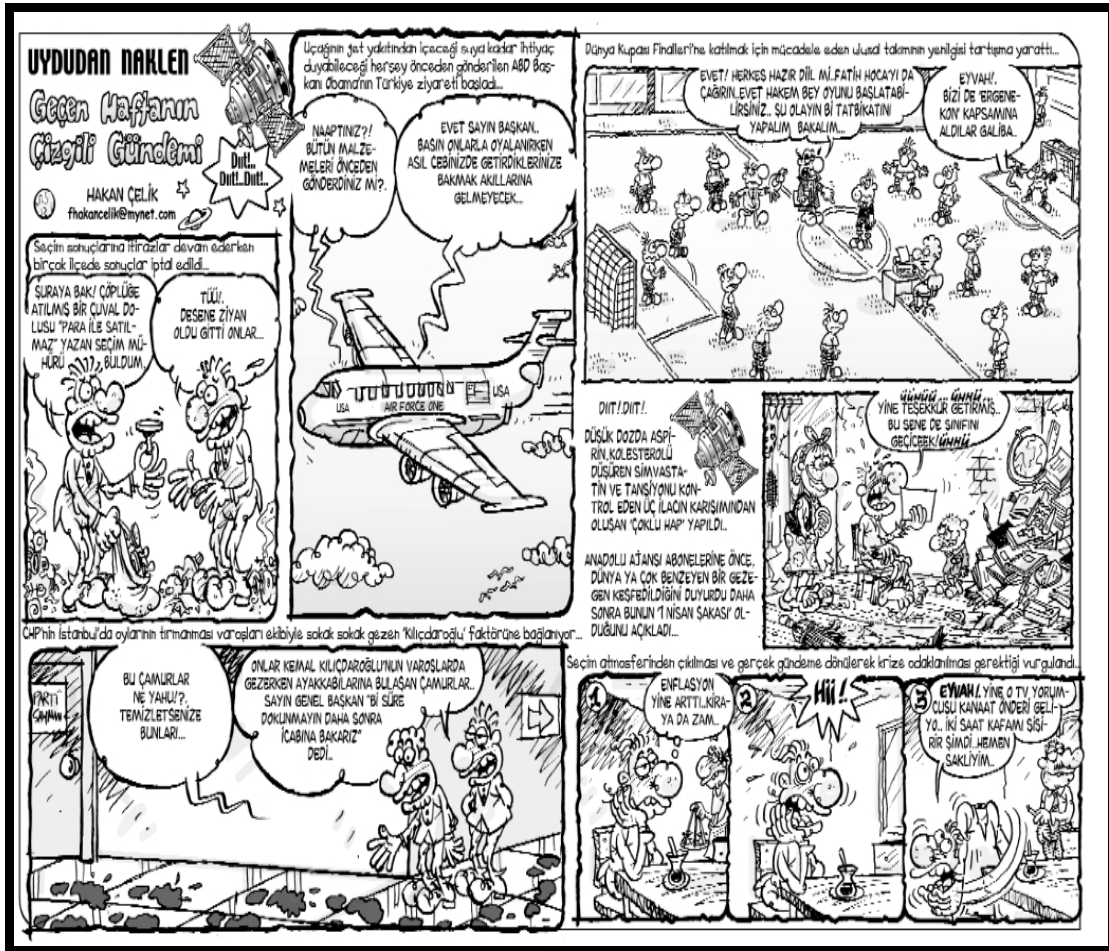
Hakan Çelik'in Şekil 10'daki karikatüründe de Tunceli'de dağıtılan beyaz eşyalara gönderme yapılmaktadır. Karikatürde "Valiliğin belirlediği 3300 aileye beyaz eşya dağıtılması tartışma yarattı" başlığıyla bilgi verilmektedir. Karikatür, haber metnine benzer biçimde başlık ile verilmiştir ve karikatür de haber metni gibi tüm ayrıntıları işlemektedir. Bu karikatürü haber metninden ayıran tek şey çizgi ile anlatımı değildir, daha çok yorum ve eleştirinin ön plana çıkarılmasıdır. Karikatürde, sosyal yardım adı altında dağıtılan beyaz eşyalara gönderme yapılarak, AKP'nin bu uygulamaları daha ileriye götürüp "alt yapı"ya varana dek işi abartabileceğine gönderme yapılmaktadır.



Şekil 10: "UYDUDAN NAKLEN" HAKAN ÇELİK, 8 ŞUBAT 2009-

CUMHURİYET

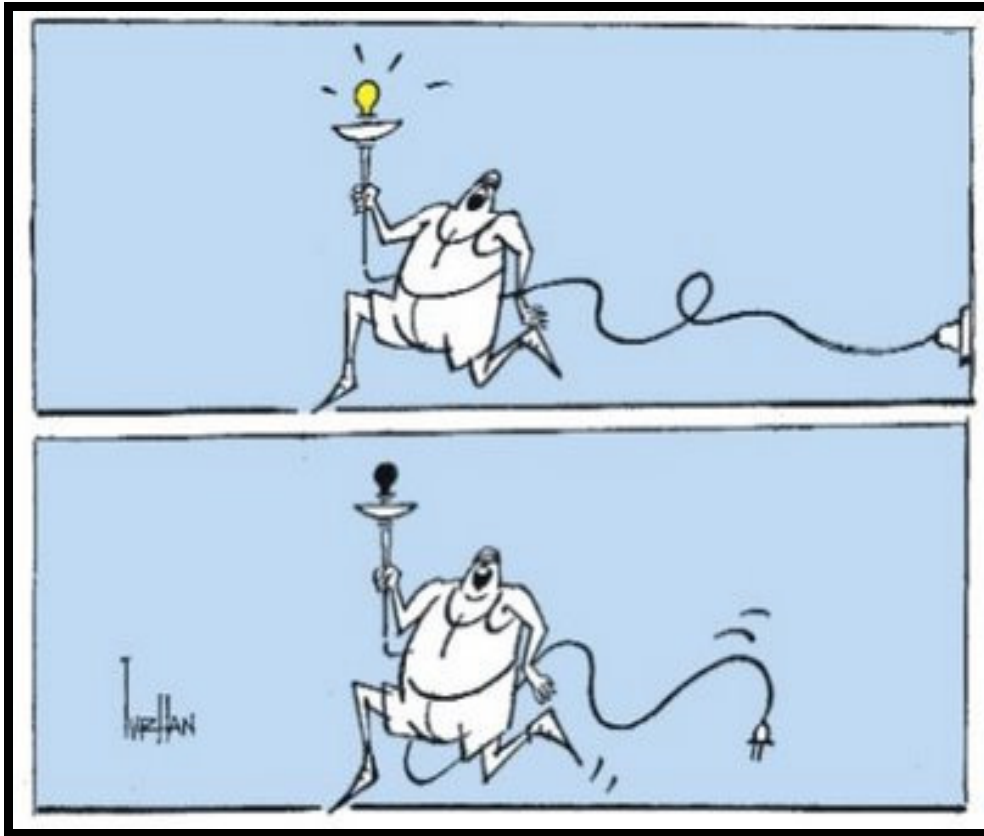
Hakan Çelik'in "Uydudan Naklen" karikatür dizisinde yer alan bir başka karikatürde de seçimden hemen sonra gelen tartışmalar gündeme getirilmiştir. Seçimde yapılan yolsuzluklar, oy pusulalarının çalınması, bazı yerlerdeki seçim sonuçlarının iptali gibi konular sık sık her seçimde tekrarlanmaktadır. Hakan Çelik'in Şekil 11'de yer alan karikatüründe ise, çöplükte bulunan "para ile satılamaz yazan mühür", binliçli seçmenlerin var olduğuna gönderme yapmaktadır.



Şekil 11: "UYDUDAN NAKLEN" HAKAN ÇELİK, 5 NİSAN 2009-

CUMHURİYET

"Uydudan Naklen" dizisinin Şekil 12'deki karikatüründe ise, ilk olarak Recep Tayyip Erdoğan, sokakta tartışırken görülmektedir. İşsizlik konusuna odaklanılan karikatürde, Tayyip Erdoğan'ın Deniz Baykal'ın önerilerine kulak vermesi gerektiği vurgusu bulunmaktadır. Dizinin bir başka, karikatüründe ise, seçim nedeniyle kaçak

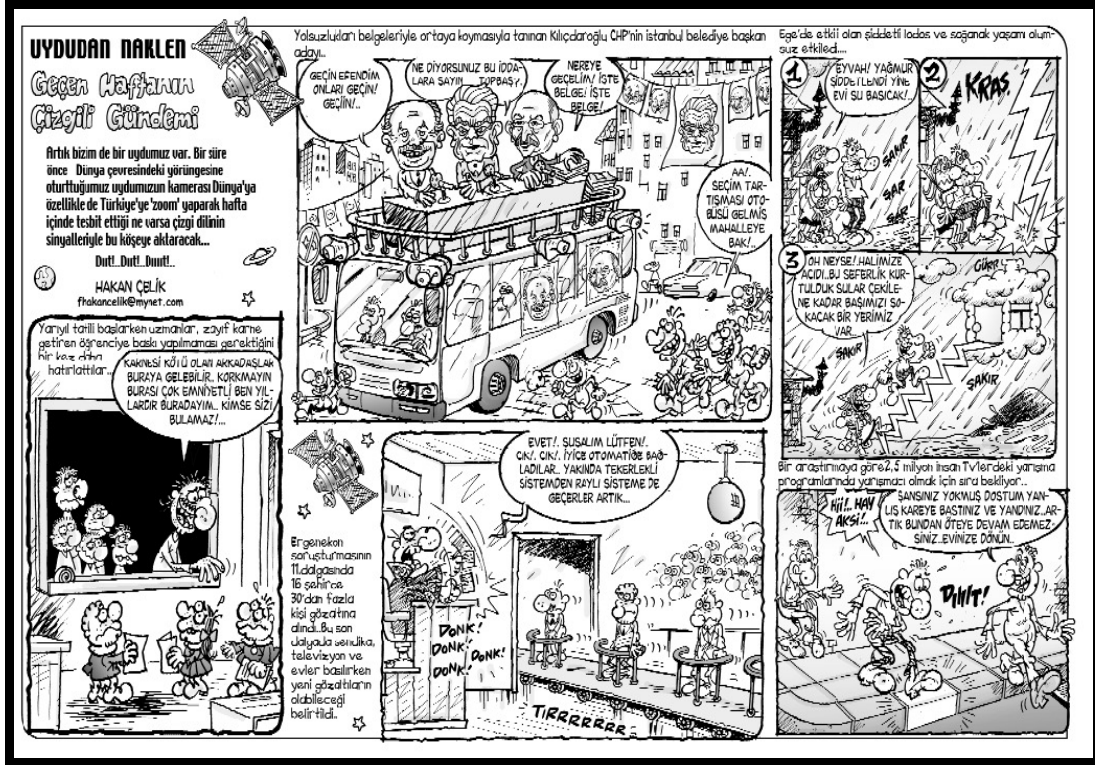


Şekil 13: TURHAN SELÇUK, 31 MART 2009-CUMHURİYET

Seçimin hemen ardından Turhan Selçuk tarafından çizilen Şekil 13'teki karikatürde ise, sandıkların açılmaya başlandığı saatlerde Ankara ve İstanbul'da elektriklerin kesilmesi, seçimlere hile ve şaibe karıştırıldığı oy pusulalarının kaçırılmaya çalışıldığı iddialarını gündeme getirmiştir. Turhan Selçuk'un karikatürüne yansıyan bu durum "Yerel seçimlere ampulün karanlık gölgesi düştü" söylemiyle verilmiştir. Elektriklerin kesilmesini hem dolaylı hem de doğrudan anlatan ampul imgesi AKP ile ilişkilendirilmiş, AKP'nin seçimlere hile karıştırdığı ve elektriklerin de kasıtlı olarak kesildiği vurgulanmak istenmiştir.

3.2.1.4. Temsil Figürü Olarak Politikacı İmgesi

Medya politik argüman üretimi için bir uzam oluşturmak yerine politikacıların kendilerini, seyirci pozisyonundaki halka sunduğu bir sahneye dönmüş, politik halkla ilişkilerin gücünü artıran araçlar şeklinde iş görerek politikacıların birer temsil figürü haline gelmesine katkı sağlamıştır (Çam, 2008:69).



Şekil 14: “UYDUDAN NAKLEN” HAKAN ÇELİK, 25 OCAK 2009-CUMHURİYET

Şekil 14’de verilen karikatürde Uğur Dündar’ın yönettiği düelloda karşı karşıya gelen Kılıçdaroğlu ve Topbaş’ın karşılıklı atışmaları yer almaktadır. Burada politikacılar birer temsil figürü haline gelmiş, politika ise bir sahneye dönmüştür. Skandal unsuru ön plana çıkarılarak magazinsel bir anlatım mizahla aktarılmıştır. Meyer’e göre (2002:50) sözlü düello, izleyicide şiddetli gerilimler yaratmak için çatışmadan, yoğun duygulanımdan ve heyecandan yararlanan ve oldukça popüler talk-show tipini yansıtmaktadır. Meyer, moderatörün taban tabana zıt, çoğunlukla uç görüşleri yansıtan konukları toplayarak rakip katılımcıları yoğun çatışmalarla sonuçlanan bir ağız dalaşına ittiğini söylemektedir. Meyer’e göre (2002:61) medya, gerçek

olayları medya ürünlerine çevirirken iki farklı süzgeç türü kullanmaktadır. Birinci süzgeç, haber değeri ölçütlerini kullanarak olayların seçimini düzenlemektir. İkinci süzgeç ise sunum kurallarından oluşmaktadır. Kurallar tiyatrodan ve öykü anlatma, kişileştirme, mitik kahramanların çatışmaları, drama, arketip anlatılar, sözlü düello-lar, sosyal rol dramaları, simgesel tonları olan eylemler, eğlence sanatkarlığı ve sosyal bütünleşmeyi geliştiren habercilik ritüelleri gibi popüler kültür söylemlerinden toplanmaktadır. Meyer'e göre (2002:68-70) politikacının medya sahnesinde yer alabilmesi ve medyayı kontrol altında tutabilmesi için en etkili rol medyaya boyun eğmektir. Bu iktidarı rıza yoluyla meşrulaştırmanın anahtarıdır ve siyasetin eğlencelik siyaset haline gelmesinin nedeni de budur. Meyer bu süreci medyanın siyaseti sömürgeleştirmesi olarak tanımlamaktadır. Meyer (2002:79) siyasetin tiyatrolaştırılması olarak adlandırdığı bu sürecin, söylem kültürünü kamusal sahneyle sınırlandırdığını ifade etmekte, siyasetin giderek daha fazla ve ustaca bir görüntüler ve medya olayları dizisi olarak betimlendiği bir alana dönüştüğünü söylemektedir. Tiyatro olarak siyasetin, kitle iletişim araçları sahnesi için kullanılabilir sahneleme stratejileri olduğunu ifade eden Meyer, medyanın sahte olaylar, imaj projeksiyonları ve sahte eylemler ürettiğini belirtmektedir.

Meyer'e göre (2002:49) siyasal olaylar ve söylemlerin yazılı ve görsel-işitsel medyada sahnelenmesinde belli kalıplar oluşturulmaktadır. Bu kalıplardan kişileştirme, gerçek kişileri, dilsel ve dilsel olmayan ifadelerini bir araya toplayarak, bir ülkenin siyasal kültüründe ve mitolojisinde güçlü tınısı olan niteliklerin, kuvvetlerin, eğilimlerin, erdemlerin, programların ya da güçlerin cisimleşmesidir. Bu kavramlaştırmaya günümüz siyasetinde Kemal Kılıçdaroğlu'un "Gandi Kemal" olarak kişileştirme kalıbına sokulması örnek olarak verilebilir.

Bourdieu (2000:83-84, akt: Dağtaş ve Yıldızgörür, 2008:218), iletişim araçlarının yaydıkları mesajların meşruiyet kazanacağı bir toplumsal düzen arayışı içinde olduklarını söylemektedir. Bu yüzden medya kuruluşları ilk olarak kendi girişimlerini haklılaştıracak bir toplumsal bilinç imgesi oluşturmaya çalışmaktadırlar. Medya kendi çıkarlarının ve bu çıkarlar doğrultusunda şekillenen düşüncelerin sözcülüğünü yapacak profesyoneller aramaktadır. Karikatürde yer alan kişi tiplerine baktığı-

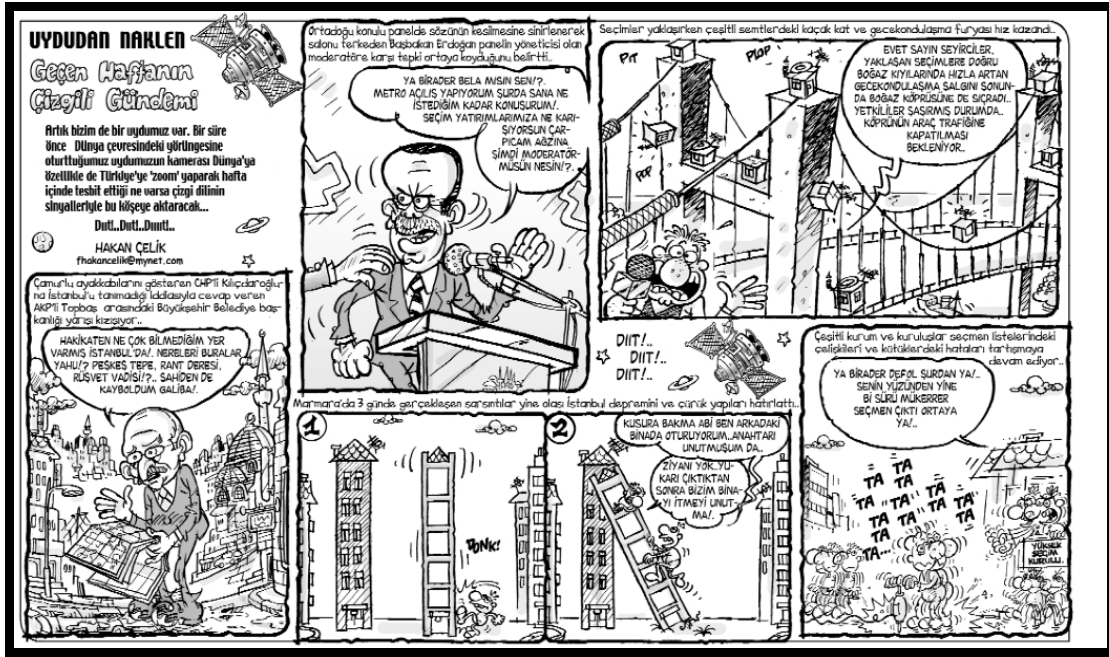
mızda Uğur Dündar, medya kuruluşunun mesajlarını ileten, düşüncelerin sözcülüğünü yapan bir profesyoneldir. Karikatürdeki konumlandırmaya baktığımızda ise, Uğur Dündar, Kemal Kılıçdaroğlu ve Kadir Topbaş arasında bir denge unsuru olarak yer almaktadır. Karikatürist ise, AKP, CHP ve medya üçgenindeki ilişkiyi çizgileriyle anlatarak aslında kendi gazetesinin düşüncesini çizimlerine yansıtan bir profesyonele dönüşmektedir. Siyaset ve medya arasındaki ilişkinin bir eğretilmesini yapan çizer, bazı medya kuruluşlarının profesyonellerinin siyaset ile ilişkisine de gönderme yapmaktadır. Bourdieu, habitus kavramı içinde yer alan politik alanın toplumsal gerçekliği inşa eden asıl yer olduğunu söylemektedir. Bourdieu'nun politik alanı, iktidar ilişkilerinin bölüşülme biçimine karar verilen siyasi alandır. Bourdieu'ya göre, politikacılar, bunları destekleyen iş adamları, gazeteciler, kamuoyu araştırmacıları ve bürokratlar bu alanın oyuncularındır. Halk kitleleri bu politik alan içinde yer almamaktadırlar (Bourdieu, 2000:84, akt: Dağtaş ve Yıldızgörür, 2008:220).

AKP'nin Manisa mitingine halk beklenen ilgiyi göstermeyince miting alanından çekilen fotoğraflar photoshop tekniği kullanılarak boş alanlar dolu gibi gösterilmiş, basın olayı gündemine taşıması trajikomik yorumlamaları yapılmasına neden olmuştur. Şekil 15'de yer alan karikatürde Recep Tayip Erdoğan'ın Manisa mitingine damgasını vuran photoshop tekniği mizahi bir üslupla işlenmiştir. Burada Erdoğan temsili bir figüre dönüşmüş, politik sahne olarak da miting alanı gösterilmiştir.



Şekil 15: “UYDUDAN NAKLEN” HAKAN ÇELİK, 15 MART 2009- CUMHURİYET

Cumhuriyet gazetesi Kemalist çizgide olan ideolojisi, CHP’ye yakın bir siyaset izlemesi ile seçim döneminde de bu doğrultuda haberlerini oluşturmuştur. CHP 29 Mart Yerel Seçimleri’nde seçim kampanyalarının yönünü değiştirmiş, belgelendirdikleri yolsuzluklarla gündemde kalmayı başarmıştır. Yolsuzluklar üzerinden oluşturdukları söylemlerle seçim çalışmalarını yürüten CHP, bu dönemde türban açılımı ile gündeme gelmiştir. *Cumhuriyet* gazetesi de yolsuzlukları köşelerine, haberlerine taşımış, karikatürlerle de olaya mizahi boyut kazandırmıştır. Seçim döneminde özellikle ön plana çıkan karakterler arasında Kılıçdaroğlu ve Topbaş düellosu, gündemi oluşturmuştur.



Şekil 16: “UYDUDAN NAKLEN” HAKAN ÇELİK, 1 ŞUBAT 2009 - CUMHURİYET

Şekil 16’de gösterilen karikatürde tiplene olarak Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu dikkati çekmektedir. Başbakan Recep Tayyip Erdoğan’ın Davos Zirvesi’ne atıfta bulunulan karikatürde Erdoğan konuşmasının kesilmesine sinirlenerek “Seçim yatırımlarımıza ne karışyorsun” ifadeleri ile seçimlerde şaibe vurgusu yapılmaktadır. Erdoğan’ın buradaki üslubu dikkat çekicidir. Erdoğan, özellikle üslubu yüzünden CHP tarafından eleştirilmiştir. Karikatürde Erdoğan’ın kaba bir tavır sergilediği görülmektedir. Karikatür de ayrıca seçmen kütükleri ile ilgili iddialar da yer almaktadır. Seçim döneminde ortaya çıkan şaibeli seçmen kütükleri siyasi arena da tartışmalara neden olmuş, bu durum karikatürlerde de mizahi tarzda ele alınmıştır. AKP’li belediyelerin yolsuzluklarını belgeleyen ve seçim döneminde adından sıkça söz ettiren Kemal Kılıçdaroğlu da karikatürde yer almaktadır. Karikatürün içeriğinde, “rüşvet”, “yolsuzluk” ve “peşkeş” kelimelerinin yer alması ve bunları bilmeyen Kılıçdaroğlu imgesinin yerleştirilmesi manidardır. İstanbul Büyükşehir Belediyesi’nin adının rüşvet ve yolsuzluklara karıştığı belirtilmiştir. Karikatürde bulunan bir başka sahne ise “gecekondulaşma”dır. Seçim öncesi gecekondulaşmanın arttığına vurgu yapılmıştır.

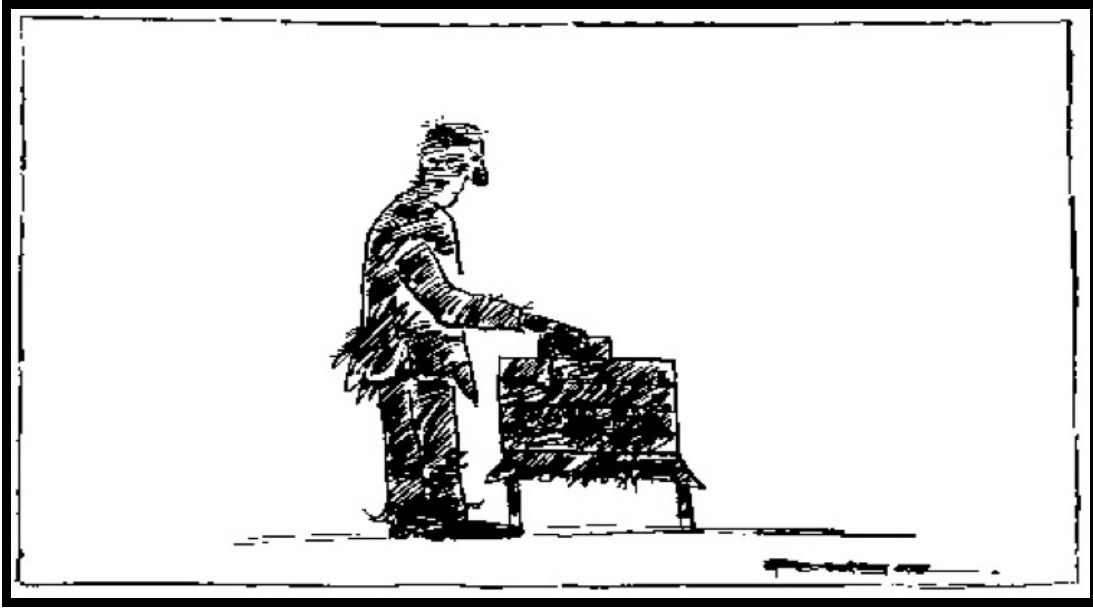
3.2.1.5. Politik Özne Olarak Seçmen ve Demokrasi Vurgusu

Şekil 17’de yer alan karikatürde “One minute mi, bir dakika mı?” söylemiyle Davos Zirvesi’ne gönderme yapılmıştır. Recep Tayyip Erdoğan seçim öncesinde katıldığı zirvede kendisine konuşma fırsatı vermeyen moderatöre tepki göstermiş, “one minute” diyerek konuşmasını sürdürmüştür. Kendisine konuşma hakkı verilmeyince de zirveyi terk etmiştir.



Şekil 17: “EPİK HAYAT TİYATROSU” MUSTAFA BİLGİN, 2 NİSAN 2009-
CUMHURİYET

Demokrasi, geniş toplumda, kimin veya kimlerin siyasi yönetim makamına oturacağını belirlemenin en iyi yollarından biridir (Yayla, 2002:33). Demokrasilerde genel politikayı belirleyen ve yapanlar belirli aralıklarla yapılan seçimlerde halk tarafından belirlenmekte ve denetlenmektedir. Halkın kendisini yönetecek olanları seçimle işbaşına getirmeleri ve yöneticilerin tutumlarını beğenmediği zaman onları tekrar seçim yoluyla iktidardan uzaklaştırabilmeleri fonksiyonel açıdan önem taşır. Böylece halk, seçim yoluyla iktidarın kullanılmasına doğrudan doğruya katılmasa bile, iktidarı kullanan kadroyu-hiç değilse belirli aralıklarla- kontrol olanağını elinde tutar (Kaya, 2005: 66).



Şekil 18: “KİM KİME DUM DUMA” BEHİÇ AK, 16 ŞUBAT 2009 - CUMHURİYET

Şekil 18’deki karikatür *Cumhuriyet* gazetesinin demokrasi vaadinin gerçekleşmesi yolunda seçimlerin önemini vurgulaması bakımından önem taşımaktadır. Seçimler demokratikleşme sürecinde vazgeçilmezdir. Seçmenin hür iradesinin sandıkta ortaya çıkacağı anlatıldığı karikatürde, seçmenin sandıkta kendisiyle baş başa kalacağı ve kendisi için en doğru kararı yine kendisinin vereceği tasvir edilmektedir. Karikatürün yazısız olması yine bu süreci destekler niteliktedir.

Seçimlerde siyasiler, halkın oylarını alabilmek ve ayrıcalıklarını ispat edebilmek için bazı vaatlerde bulunurlar. Seçmenlerin kendilerini tercih etmeleri durumunda onlara hizmet etme, bazı somut projeler ortaya koyma ve sahip oldukları dünyadan daha güzel, daha farklı bir dünya sunabileceklerini vaat ederler. “Siyasilerin seçim konuşmaları ve propagandaya yönelik vaatleri bazen gerçek sorunlara değinse bile çoğunlukla popülist nitelikli, aşırı ölçüde ve yapılabılır olmayan görüşleri içermektedir” (Sakal, 2007:1319).

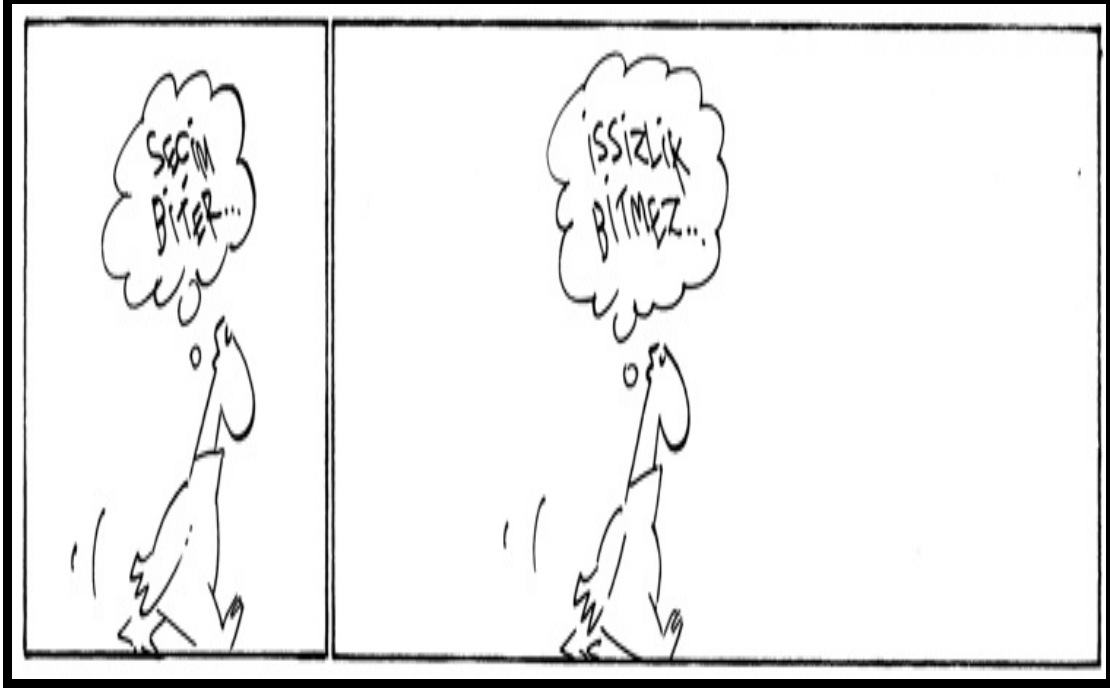


Şekil 19: “KİM KİME DUM DUMA” BEHİÇ AK, 23 MART 2009-CUMHURİYET

Şekil 19’de yer alan karikatürde iki tür karakter bulunmaktadır. İlki, siyasetçi ikincisi ise seçmendir. Seçim dönemlerinde sıkça karşılaştığımız vaat veren bir siyasetçi tipini yansıtan karakter, seçimlerde kendisine oy verilmesini istemektedir. Kendisine oy verilmesi durumunda birçok vaadi gerçekleştirme sözü veren siyasetçilerin aksine, karikatürdeki siyasetçi olumsuz vaatler vermektedir. Siyasetçi, “Her yere gökdelen dikeceğiz. Boğazı kapatıp otoyol yapacağız! Ormanları su havzalarını imara açacağız. Çocuk parklarını otopark yapacağız” diyerek olumsuz bir takım söylemleri seçmene iletmektedir. Karikatür renksizdir. Karikatür, zaman olarak seçim dönemini yansıtmaktadır. Karikatürde yer alan karakterler gerçek dünyaya ait değildir. Karikatürist, çiziminde yer alan siyasetçinin davranışıyla okuyucuya liberal ve ılımlı olarak tarif ettiği siyasetçi kimliğinin AKP’li siyasetçiler olduğunu ve yönetimde yanlış politikalar uyguladıklarına gönderme yapmaktadır. Karikatürde dil ve dil dışı öğeler birlikte kullanılmıştır.

Seçimle ilgili diğer bir karikatür de, işsizlik konusuna vurgu yapan Şekil 20’deki karikatürdür. Dil ve dil dışı öğelerin birlikte kullanıldığı karikatürde yer alan karakter gerçek dünyaya ait değildir. 2009 Yerel seçimlerinde ABD’de yaşanan eko-

nomik krizden Türkiye’de etkilenmiş, işsizlik konusu gündeme gelmiştir. Karikatürde vatandaşın işsizlik konusundaki kaygısı anlatılmaktadır.



Şekil 20: “ÇİZGİLİK ” KAMİL MASARACI 31 MART 2009- CUMHURİYET

3.2.1.6. CHP Vurgusu

2009 Yerel seçimlerinin Türkiye açısından oldukça ilginç sonuçları olmuştur. Yerel seçimlerde CHP oylarını arttırmış, AKP ise oy kaybına uğramıştır. AKP özellikle Antalya, İzmir gibi büyük illeri yerel seçimlerde kaybetmiş, CHP bu illerde büyük başarı sağlamıştır. Dil ve dil dışı öğelerin yer aldığı Şekil 21’deki karikatürün öznesi Recep Tayyip Erdoğan’dır. Karikatürün uzamı ve zamanı belirsizdir ancak belirli bir süreci ifade etmektedir. Başbakan Erdoğan’ın, “Dersimizi Aldık!” sözleri 2009 Yerel Seçimleri’nde partisinin oy kaybettiğini işaret etmektedir. Seçimlerin hemen ardından açıklama yapan Recep Tayyip Erdoğan “dersimizi aldık” söylemiyle daha temkinli hareket etmeleri gerektiğini belirtmiştir. “Yurdumuz 3 tarafı Deniz Baykallarla çevrili bir kara parçasıdır” cümlesi CHP’nin oy oranlarını yükselttiği 2009 yerel seçimlerinde Antalya, İzmir gibi büyük illerde gösterdiği başarıya göndermede bulunmaktadır. Tayyip Erdoğan, bir ilköğretim öğrencisi şeklinde tasvir

edilmiş, karikatürist yerel seçimlerde AKP'ye ders verildiğini anlatmaya çalışmıştır. Bu karikatürde CHP vurgusu ön plana çıkmakta, bu da gazetenin ideolojisiyle uyumaktadır.



Şekil 21: "İĞNELİ FIRÇA" ZAFER TEMOÇİN, 1 NİSAN 2009 -CUMHURİYET



Şekil 22: "BULUT BEBEK" NURAY ÇİFTÇİ, 4 NİSAN 2009- CUMHURİYET

Şekil 22'deki karikatürde de CHP vurgusu dikkat çekmektedir. Burada, CHP'nin yerel seçimlerde oyunu yükseltmesine göndermede bulunulmakta, az da olsa başarı niteliğinde değerlendirilmektedir. Ay ve yıldızlar bir bütün olarak Türkiye'yi simgelemekte, ay ise tek başına CHP'yi simgelemektedir. Burada, "Üzülme be ayçöreğim... Şehirler kaybettik ama bir "Küçük Dev Adam" kazandık!" söylemi de muhalefette yer alan CHP'nin, AKP için önem taşıyan yerlerde başarıya ulaştığını

ifade etmektedir. Karikatür renksizdir ve dil ve dil dışı öğelere yer verilmiştir. Ay kişiselleştirilmiş, gölgede kalan karakterde belirsizleşmiştir. Karikatür gerçek dünyaya ait değildir.

3.2.2. Milliyet Gazetesi

Milliyet gazetesi 11 Şubat 1926 tarihinde Atatürk'ün direktifi ve İş Bankası'nın sermayesi ile Siirt Milletvekili ve İş Bankası Yönetim Kurulu Üyesi Mahmut Soydan tarafından kurulmuştur (Topuz, 2003:163). Gazetenin tirajını arttırmak için 23 Nisan 1935'den itibaren Anadolu Ajansı Muhabiri Ali Naci Karacan'ın yönetiminde *Tan* adı ile yayınına devam etmiştir. Ali Naci Karacan, ilk *Milliyet*'in ismini değiştirdikten 15 yıl sonra 3 Mayıs 1950 tarihinde *Milliyet*'i aynı isimle yeniden yayınlamaya başlamıştır. Ali Naci Karacan *Milliyet*'te özde halkçı bir yayın politikası izlemiştir. Hayat pahallılığı, vurguncular gibi konularda eleştirel yazılar yayınlanmış (Tellan, 2009b:82), magazin konularına da yer vermiştir. Ali Naci Karacan, CHP'nin icraatlarını savunmuş ve Atatürk ilke ve inkılaplarının benimsenmesi için çaba harcamıştır. 1980 Ekim'inde Aydın Doğan *Milliyet* gazetesine ortak olmuştur. 1980 sonrası Aydın Doğan'ın *Milliyet*'i alması sermayenin basına yönelme sürecinin ilk örneği olmuştur (Ardıç, 2009:479). *Milliyet* gazetesi, yayınlandığı günden bu yana entelektüel bir çizgide kitle gazetesi olmayı amaçlamıştır. *Milliyet* Gazetecilik Anayasası¹³,nda Cumhuriyet Türkiye'sinin kuruluş felsefesini ve temellerini oluşturan, ilerlemeye açık, çağdaş Atatürkçü toplum idealine bağlı, demokratik, laik, sosyal hukuk devletinden yana, devlet-birey ilişkilerinde hukukun üstünlüğünün korunmasını savunan bir politika izlendiği belirtilmiştir. Ayrıca, Türkiye'nin bütünlüğü ilkesinden ödün vermeyen, özgürlükçü ve katılımcı demokrasinin, tüm kural ve kurumlarıyla işlemeden yana, sağlam zemin üzerinde yapılanmış devrimlerin ve atılımların yanında, düşüncenin açıklanmasının, her türlü araç, gereç ve yöntemlerle yayılmasının, örgütlenmesinin, savunulmasının vazgeçilmez ve önlenemez bir yurttaşlık hakkı olduğuna inanıldığı ifade edilmiştir. Şiddeti savunmadığı, kişilik ve insanlık haklarına saygı duyduğu, yargılamaya müdahale etmediği sürece düşünce özgürlüğünü savunduğu, İnsan Hakları Evrensel Beyanname'sinde yazılı temel hak ve özgürlüklere saygılı ve

¹³ Milliyet Gazetecilik Anayasası, http://kurumsal.milliyet.com.tr/kurumsal_yonetim_menu_1_3.asp

ayrıcalıklara karşı olduğu dile getirilmiştir. Laik, ekonomide serbestliği savunan, topluma karşı sorumlu bir yayın politikası benimsemiş olan *Milliyet* gazetesi, siyasi partiler, kurumlar ve tüm güç odakları karşısında bağımsız olduğunu da önemle belirttilen yayın politikaları arasında yer almaktadır.

Doğan Grubu ile AKP arasındaki ilişki, son dönemde “Deniz Feneri” tartışmasıyla önemli ölçüde sorunlu bir hal almıştır. Özellikle Doğan Grubu’na bağlı *Hürriyet* gazetesinin sürmanşet haberleriyle başlayan “Deniz Feneri” tartışması (2 Eylül 2008), Başbakan’ın grupla ilgili bazı gizli bilgileri açıklayacağı şeklindeki tehditleriyle boyut kazanmıştır. Başta *Hürriyet* olmak üzere, Doğan Grubu’na bağlı yayın organları AKP karşıtı bir kampanya yürütmüştür (Adaklı, 2009:571). Habere konu olan olay, Almanya’nın Frankfurt Eyalet Mahkemesi’nde Milli Görüşçüler tarafından kurulan Deniz Feneri Derneği’nin 3 yöneticisi hakkında açılan dolandırıcılık davasıdır. Türkiye’de de adaşı bulunan Deniz Feneri adlı yardım kuruluşu, Almanya’da (ve başka pek çok ülkede) muhtaç kişilere yardım amacıyla topladığı paraları (2002 ile 2007 arasında 41 milyon Euro) Türkiye’ye götürerek “amaç dışı” kullandığı iddiaları olmuştur. Tartışma, CHP Genel Başkanı Deniz Baykal’ın Deniz Feneri iddianamesinin, Başbakan Erdoğan’a da elden para verildiği yönünde bir ifadeyi içerdiğini söylemesi ve Baykal’ın bu sözlerinin *Hürriyet* ve *Milliyet*’te yayımlanmasıyla başlamıştır (Adaklı, 2009:572).

Çalışmanın kapsamı dâhilinde incelenen döneme baktığımızda *Milliyet* gazetesi, siyasi gündemin dışında kalmamış, Ergenekon, Deniz Feneri gibi önemli olayları ilk sırada vermiştir. *Milliyet* gazetesi, özellikle ABD Başkanı Obama ve ekonomik kriz konularına da oldukça geniş yer vermiştir. Karikatürler incelendiğinde de gündeme yakın konuların seçildiği görülmektedir. *Milliyet* gazetesi karikatüristleri, Recep Tayyip Erdoğan ve Deniz Baykal çekişmesini karikatürlerine de yansıtılmışlar ve bu karakterleri kullanırken seçim vurgusunu sık sık çizgilerine aktarmışlardır. Obama ve ABD vurgusunun yer aldığı karikatürler de bulunmaktadır. Medya ile ilgili eleştirilerin yer aldığı karikatürler yer alırken incelenen dönemde işsizlik ile ilgili hiç karikatür bulunmamaktadır. *Milliyet* gazetesi karikatüristleri bu dönemde en çok Siyasi liderler ve yerel seçimler üzerine odaklanmışlardır. Özellikle AKP’nin seçim

yatırımı olarak nitelediği beyaz eşya yardımı en sık dile getirilen sorunların başındadır. CHP ve AKP sık sık bir yarışın içinde tasvir edilmiş, AKP'nin muhafazakarlığı vurgulanmıştır.

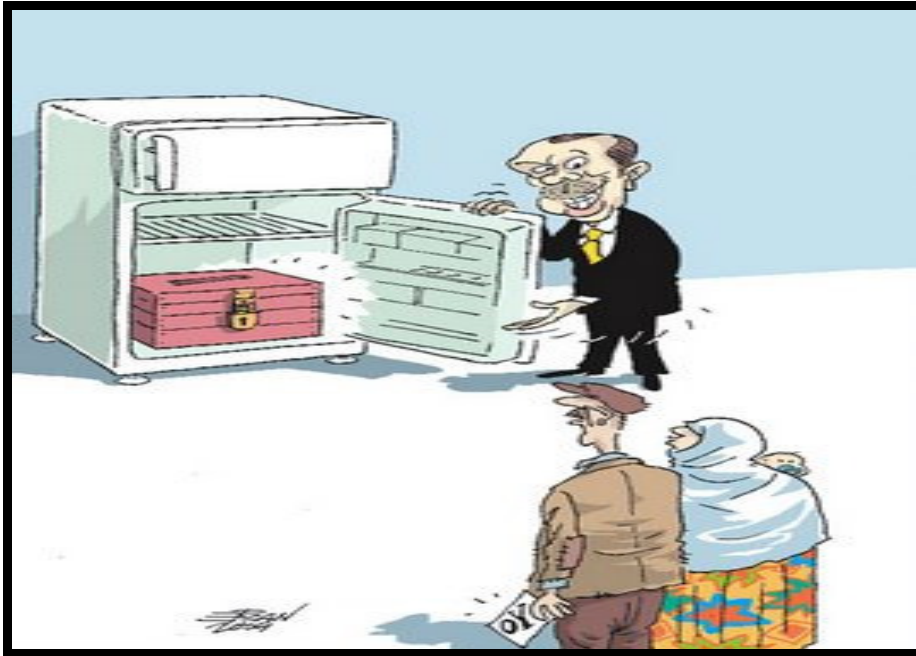
3.2.2.1. Seçimlerde Şaibe Vurgusu

29 Mart 2009 Yerel Seçimleri'nde Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP)'nin Tunceli başta olmak üzere bazı seçim bölgelerinde beyaz eşya ve para dağıtması ile ilgili iddialar medyada yer almış, Tunceli Cumhuriyet Başsavcılığı iddialarla ilgili soruşturma başlatmıştır. AKP'nin özellikle Türkiye'nin doğusunda yer alan yoksul bölgelerde yaptığı çalışmalar sırasında parti yönetiminin seçmenlere oy karşılığında beyaz eşya dağıttığı iddiaları kamuoyunda büyük yankı uyandırmış, AKP'nin seçim yatırımı olarak nitelendirilmişti. Yüksek Seçim Kurulu bu iddiaların ardından konu ile ilgili inceleme başlatmıştır. Gündemde yer alan bu iddialar çerçevesinde mesaj karikatür aracılığı ile somutlaştırılmıştır. *Milliyet* gazetesi karikatürlerinde, seçimlere yolsuzluk, hile ve şaibe karışması ile ilgili iddialara özellikle yer verilmiştir. Şekil 23'de yer alan Ercan Akyol'un karikatüründe, gündemde yer alan iddialar, bir hükümet görevlisi imgesiyle somutlaştırılmıştır. Yeşil Sermaye olarak adlandırılan İslami referanslı sermaye grupları, holdingler ve yardım kuruluşu olarak bilinen "Deniz Feneri", "YİMPAŞ" ve "KOMBASSAN" karikatürde yer alan AKP yetkilisi ile ilişkilendirilmiştir. İslami sermaye olarak bilinen Kombassan, Yimpaş, İttifak Kimpaş, Jet Group gibi holdinglerin yurt içinden ve özellikle de Avrupa'da yaşayan gurbetçilerden –hiçbir resmi belgeye dayanmadan- döviz toplamak biçiminde sermaye birikimi gerçekleştirdikleri (Doğan, 2009:299) iddiaları ile bir ilişki kurulmuştur.



Şekil 23: ERCAN AKYOL , 6 ŞUBAT 2009 - MİLLİYET

Karikatürde yer alan holdingler Saadet Partisi dönemini ve AKP'nin bu dönemle bağlantısına gönderme yapmaktadır. Mevcut iktidarın ideolojisinin bu gerçekliği gizlemiştiğini, unutturmaya yönelik bir politika izlediğini ima etmektedir. Çam'a (2008:31) göre, mevcut yönetim anlayışının sorunlaştırılmasının "bu yöneticiler tarafından, bu biçimde, bu ilkeler adına, bu amaçlar uğruna, bu araçlar kullanılarak vs." yönetilmeme istencini dile getirilmesidir. Çizer de, Saadet Partisi ve onun uzantısı olarak konumlandığı AKP yöneticileri tarafından yönetilmek istememekte, yolsuzluklar ve İslami değerleri ticarileştirilerek kullanan sermayenin ve siyasetin ilkelerini reddetmektedir.



Şekil 24: ERCAN AKYOL, 12 ŞUBAT 2009-MİLLİYET

Yine *Milliyet* gazetesinde yer alan Ercan Akyol'un Şekil 24'deki karikatüründe AKP'nin seçim döneminde dağıttığı beyaz eşya konu edilmiştir. Bu karikatürde temsili politikacı imgesi olarak AKP Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan yer almaktadır. AKP'nin seçim yatırımı olarak nitelendirilen beyaz eşya yardımı karikatürde yoksul seçmene yapılmaktadır. Buzdolabı'nın içinde yer alan seçim sandığı ve seçmenin elindeki oy pusulası AKP'nin oy karşılığında beyaz eşya verdiği iddiasını pekiştirmiştir. Ercan Akyol'un Şekil 25'te yer alan karikatüründe de bir politikacının

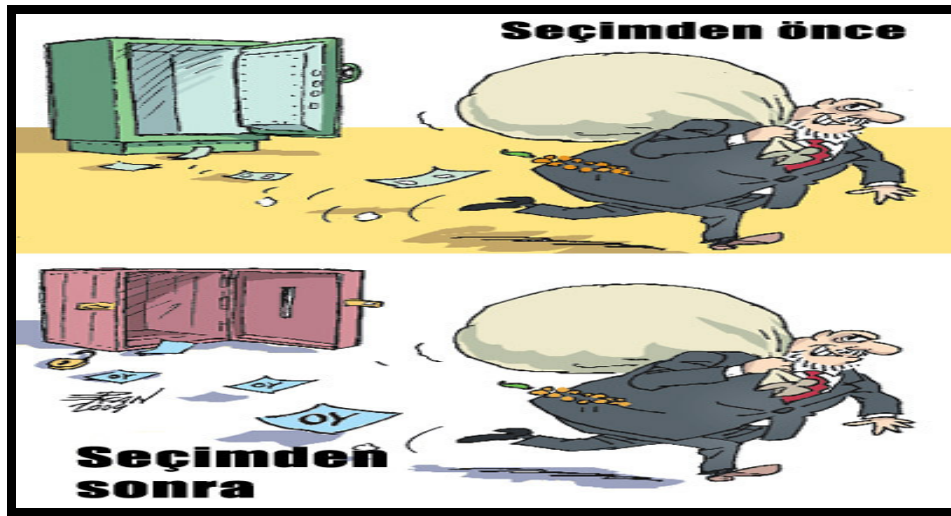
seçmenin oyunu satın alması karikatürize edilmiştir. Politikacı tiplemesinin karikatürlerde silindir şapka ve fraklı olarak çizildiği önceki bölümlerde değinilmiştir. Bu karikatürde politikacı, sınıf farkını simgeleyen aksesuarlarından olan silindir şapka ile resmedilerek genel bir politikacı tipi yaratılmıştır. Politikacının üst sınıftan olduğu vurgulanmış, yüzündeki ifade ile de güven vermeyen bir tip yaratılmıştır. Politikacının seçimi kazanabilmek için yaptığı her şey ve seçtiği her yol mubahtır söyleminden hareket ettiği gösterilmektedir. Seçmenin yoksul olduğu zayıflığı ile ilişkilendirilmiştir. Karikatürlerde yer alan siyasi taşlama AKP iktidarının politikalarının kusurlarına gönderme yapmaktadır. Seçim döneminde AKP'nin seçim bölgelerinde dağıttığı beyaz eşya ve oy satın aldığı iddialarının mizahçıda yarattığı rahatsızlık ön plana çıkmıştır.



Şekil 25: ERCAN AKYOL, 28 MART 2009 - MİLLİYET

Seçimlerde şaibe vurgusunun sık sık dile getirildiği karikatürlerde politik özne olarak yurttaş imgesi sık sık karşımıza çıkmaktadır. Yurttaş imgesi, *Milliyet* gazetesinde tipik bir köylü, yoksul, dirençsiz, sorgulamadan yoksun olarak tasvir edilmiştir. Yurttaşlığın önemine yapılan bu vurgu sadece sınıfa değil; cinsiyete, ırka ve etnik kökene dayalı farklılıkların yurttaş kimliği altında bir araya getirilmesidir (Çam, 2008:24). Çam'a (2008:107) göre, yurttaşlar medya içeriklerinde tüketici haline dönüşmüştür. Yurttaşların apolitik ve olup bitene seyirci, sinik kimselere dönüştüğü medya metinlerinde sıklıkla vurgulanmaktadır.

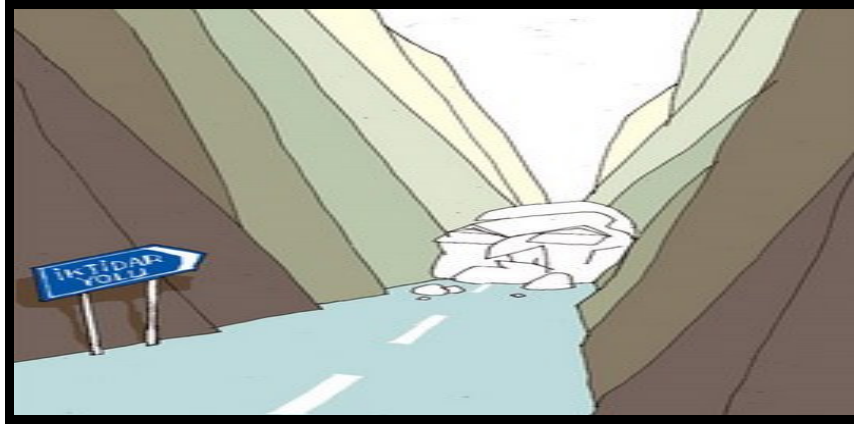
Ercan Akyol'un seçime şaibe ve hile karıştırılması ile ilgili bir diğer karikatürü ise, "önce-sonra" mitiyle verilen politikacı imgesidir. Politikacı karikatürün üst kısmında bir kasadan aldığı paraları çalarken, alt kısmında ise seçim sandığından çaldığı oylarla karikatürize edilmiştir. Politikacının, cebinde yer alan tesbih ise muhafazakar kimliği temsil etmektedir. Özellikle yaşam tarzını belirleyen imgelerin eşyalara ve maddi nesnelere bağlandığı günümüz dünyasında eşyalar artık her zamankinden daha güçlü bir biçimde kimlik meselesinin kurgulandığı ve sağlamlaştırıldığı odak noktaları haline gelmiştir. Bu nedenle tüketicinin bir eşyayı ve onun taşıdığı anlamı kullanış şekli önem taşımaktadır (Çağlar, 2005:294). Karikatürde yer alan siyasetçinin ceketinden sarkan tesbih de muhafazakar kimliğinin kurgulandığı, kimliğin tesbih imgesinin taşıdığı anlam ile sağlamlaştırıldığı görülmektedir. Douglas ve Isherwood'a (1979:12, akt. Çağlar, 2005:294) göre her ürünün kullanımı sosyaldır ve sosyal anlamlar taşımaktadır. Bu nedenle ürünün kullanımına bakarak kişinin hayatını, kişiliğini ve toplum içindeki yerini yorumlamak mümkündür. Gösterge işlevi taşıyan eşya, hem aynı sınıfa ait kişiler arasında birlik ve dayanışma yaratmakta hem de onları diğerlerinden ayırmaktadır. Bu açıdan bakılınca, belli bir yaşam tarzıyla özdeşleştirilen bir eşya değişik grupların sosyal konum için verdikleri mücadelenin toplumsal alanı haline gelmektedir. Akyol, muhafazakar politikacının, seçimden önce yolsuzluk yoluyla çaldığını, seçimden sonra da oyları çaldığını anlatmaya çalışmıştır. Karikatür, dinsel ve politik çıkarları yansıtmaktadır.



Şekil 26: ERCAN AKYOL, 1 NİSAN 2009-MİLLİYET

3.2.2.2. Seçim Yarışı Vurgusu

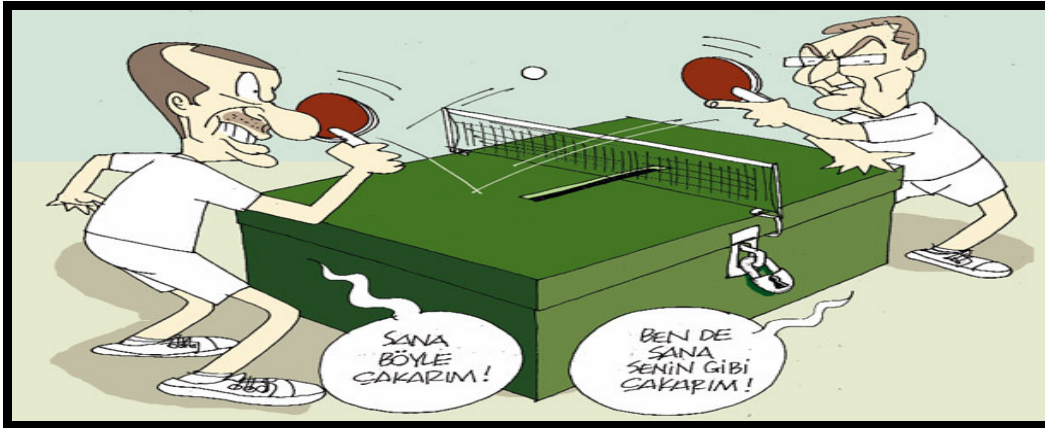
29 Mart 2009 Yerel Seçimleri, iktidar ve ana muhalefet liderlerinin adeta yarışına dönüşmüştür. Yerel seçimler, genel seçim havasına sokulmuş, liderler seçim çalışmaları yaptıkları bölgelerde ve Türkiye'nin çeşitli illerinde yerel yönetime aday olanların önüne geçmiştir. İktidar ve ana muhalefet liderleri için yerel seçimler, genel seçimlerin provası niteliğinde değerlendirilmiştir. Yerel seçimlerde partilerin oy alma yarışı hararetli bir mücadele ve siyasi atışmalara sahne olmuştur. CHP, AKP oylarını düşürme stratejisi çerçevesinde, etkili bir siyasal kampanya başlatmış, yolsuzluk iddiaları ile AKP'nin üzerine gitmiştir. Şekil 27'de yer alan karikatürde Haslet Soyöz Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) Lideri Deniz Baykal'ın, AKP'nin iktidara giden yolunu tıkadığını karikatürize etmiştir.



Şekil 27: HASLET SOYÖZ, 12 ŞUBAT 2009-MİLLİYET

Yukarıda da belirtildiği üzere, 29 Mart Yerel Seçimleri, genel seçimler havasına girmiş, yerel yönetimi belirlemek amacıyla yapılan seçimler liderlerin yarışına dönüşmüştür. Haslet Soyöz'ün karikatüründe, CHP Lideri Deniz Baykal ve AKP Lideri Recep Tayyip Erdoğan Şekil 28'de tenis maçında, Şekil 29'da ise bir atletizm turnuvasında resmedilmiştir. Tenis masasının seçim sandığı olarak gösterilmesi seçimlerin bir turnuva gibi görüldüğünün göstergesidir. Masanın seçim sandığı figürü olarak verilmesi karikatüristin kurgusal dünyasında seçimin sembolik bir oyun haline geldiğini göstermektedir. Karikatürdeki Baykal ve Erdoğan tiplemesinin kültürel ve politik liderlik biçiminden çok elit ve aristokrat politikacı tiplemesine dönüştüğü

görülmektedir. Seçim bir oyun parti liderleri de birer oyuncudur. Yerel seçim çalışmaları kapsamında gittikleri her bölgede birbiriyle sürekli atışan iki lider kimi zaman sert, kimi zaman da argo deyimleri sık sık yinelemişlerdir. Karikatürde iki liderin konuşma balonlarında yer alan argo deyimler seçim dönemindeki atışmaları anımsatmaktadır.



Şekil 28: HASLET SOYÖZ, 3 MART 2009 -MİLLİYET



Şekil 29: HASLET SOYÖZ, 14 MART 2009-MİLLİYET

Şekil 30'da yer alan Haslet Soyöz'e ait diğer bir karikatür de herkesin bildiği bir masalın siyasete uyarlanmış halidir. Masalda geçen kaplumbağa ve tavşanın yarışlarının sonu kaplumbağanın kazanmasıyla sonuçlanır. Haslet Soyöz, bu karikatüründe CHP'nin Yerel Seçimlerde yaptığı açıklamalar neticesinde az da olsa emin adım-

larla ilerlediğini vurgulamaya çalışmaktadır. CHP'nin özellikle türban açılımı yerel seçimlere damgasını vurmuştur. Deniz Baykal'ın kaplumbağa şeklindeki tasviri, kararlı ve emin adımlarla ilerlediğini ve bu kararlılığını sürdürmesi gerektiğini vurgulamaktadır.



Şekil 30: HASLET SOYÖZ, 5 MART 2009-MİLLİYET

İktidar yarışına dönüştürülen 29 Mart Yerel Seçimleri'nde İktidar ve ana muhalefet liderlerinin yanı sıra sık sık söylemleri ile gündeme gelen İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Adayı Kadir Topbaş ve yolsuzlukların açığa çıkarılması konusunda yaptığı açıklamalar ile gündeme gelen Kemal Kılıçdaroğlu'nun yarışı karikatürlere boks maçı olarak yansımıştır. Seçimlerin ardından çizilen karikatürde Kadir Topbaş'ın oldukça zor bir mücadele geçirdiği ve galip geldiği tasvir edilmektedir. Seçim döneminin büyük bölümü Kemal Kılıçdaroğlu ve Kadir Topbaş'ın mücadelesiyle geçmiş, sonunda Topbaş bu mücadeleden galip çıkmıştır. Özellikle seçim AKP ve CHP arasında geçmişçesine sadece bu iki partinin liderleri ve özellikle İstanbul Belediyesi için yarışan Topbaş ve Kılıçdaroğlu karikatürlerinin temel tiplerini oluşturmuştur. 29 Mart Yerel Seçimleri karikatürlerinde Milliyetçi Hareket Partisi, Demokrat Parti, Saadet Partisi, Demokratik Sol Parti vb. diğer partiler hiç yer almamışlardır.

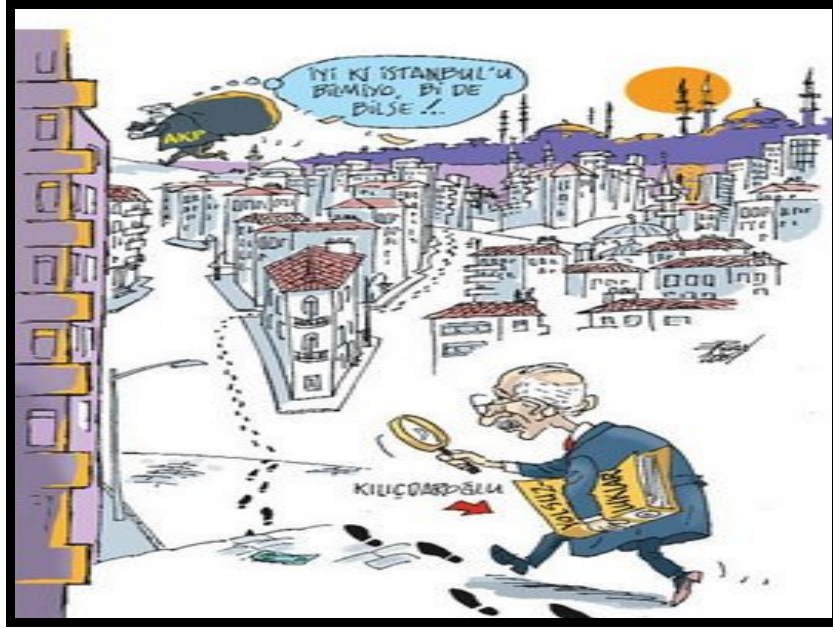


Şekil 31: ERCAN AKYOL, 2 NİSAN 2009-MİLLİYET

Yarış, maç ve turnuva seçim sürecinde mücadeleli bir dönemin eğretilmesi olmuştur. Siyasi partiler arasındaki ilişki, oyun, yarış, maç veya turnuva olarak temsil edilmiş bu eğretilme sık sık kullanılmıştır.

3.2.2.3. Yolsuzluk Vurgusu

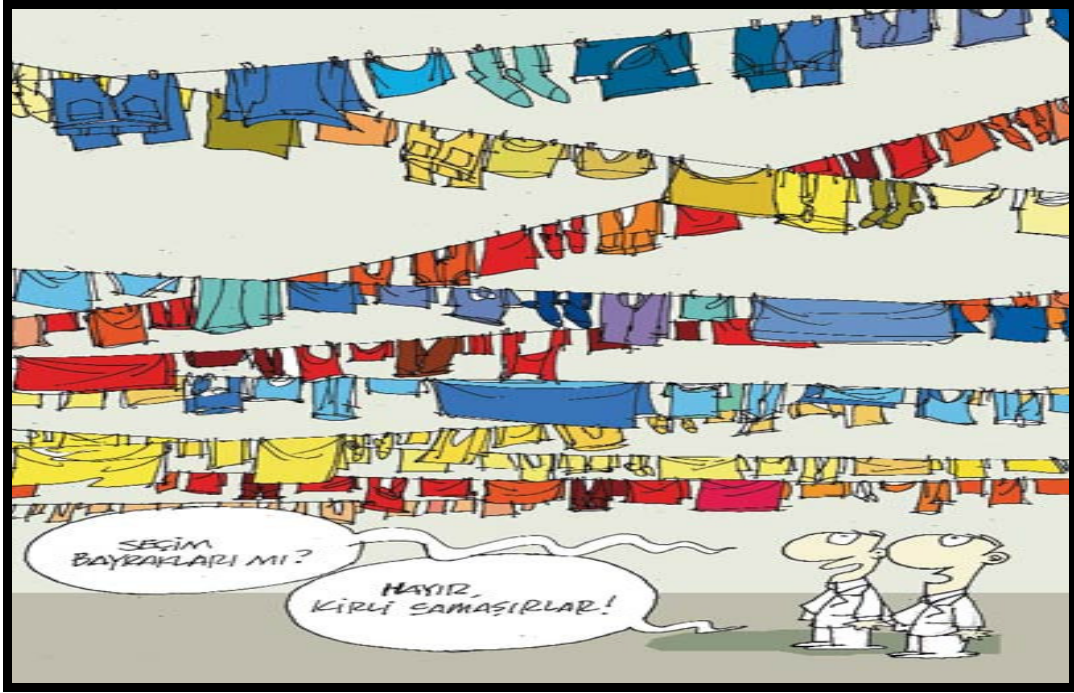
Dursun (2001:239) siyasi kirliliği yolsuzluk, rüşvet, avanta, talan, kapkaççılık olarak tarif etmektedir. Seçim dönemi karikatürlerinin büyük çoğunluğu seçimde, rüşvet ve yolsuzluk olaylarını konu edinmiştir. 29 Mart Seçimleri'nde İstanbul Belediye Başkanlığı'na aday olan CHP'li Kemal Kılıçdaroğlu, milletvekili olduğu süre zarfında yolsuzlukla ilgili soru önermeleri ve çalışmalarını kamuoyu gündemine oturmuştur. Belediye Başkanlığı adaylık sürecinde de yolsuzluklar ile ilgili çalışmalarını gündeme gelmiştir. Ercan Akyol'un Şekil 32'deki karikatüründe Kemal Kılıçdaroğlu'nun yolsuzluklar ile mücadelesini devam ettirdiği görülmektedir. Karikatürde bulunan ve yolsuzluk yapan bir siyasetçinin sırtında para dolu bir çuvala İstanbul'dan kaçışı simgelenmektedir. Yolsuzluk yapan siyasetçinin, "İyi ki İstanbul'u bilmiyor... Bi de bilse..." deyişi Kemal Kılıçdaroğlu'nun İstanbul'un sorunlarını bilmediği ve yeterince tanımadığını vurgulamaya çalışmaktadır. Karikatürdeki İstanbul manzarası da dikkat çekicidir. İstanbul, giderek gecekondulaşan bir şehir görünümünde tasvir edilmiştir.



Şekil 32: ERCAN AKYOL, 29 OCAK 2009- MİLLİYET

Dursun'a (2001:230) göre, bir anlamı belirleyen en önemli unsur söylem içinde iktidar ilişkisinin süregittiğini gösteren çatışmadır. Bir iktidar ilişkisi içerisinde taraflar kendi anlamlarını üretirlerken, öncelikle dışladığı, reddettiği konu, olay veya kişiyi kurarak kendisini konumlandırmaktadırlar. Karikatürde yer alan Kılıçdaroğlu yolsuzluklarla mücadele eden olarak konumlandırılmıştır. Eğretilmeler de karikatürlerde sıkça karşılaştığımız anlamlardır. Eğretilmeler, iletinin ideolojik anlamların kodlanmasında önemli dilsel araçlardır. Bir düşünceyi çağrıştırmak ya da bir nesneyi temsil etmek için çağrışımly bir ayrıntı ya da kavram kullanılarak parça bütününe yerine geçecek şekilde anlamlar oluşturulur (Dursun, 2001:236). Karikatürde yer alan vurguncu ya da yolsuzluk yapan kişi bir parçayı yansıtmaktadır. Yolsuzluk özne durumuna getirilerek aslında bir bütünü bir parçası olduğu, bunun da Kılıçdaroğlu'nun karşısında yer alan iktidar örgütlenmesinin yani AKP'nin bu bütünü oluşturduğu çağrışımı oluşturulmaya çalışılmaktadır.

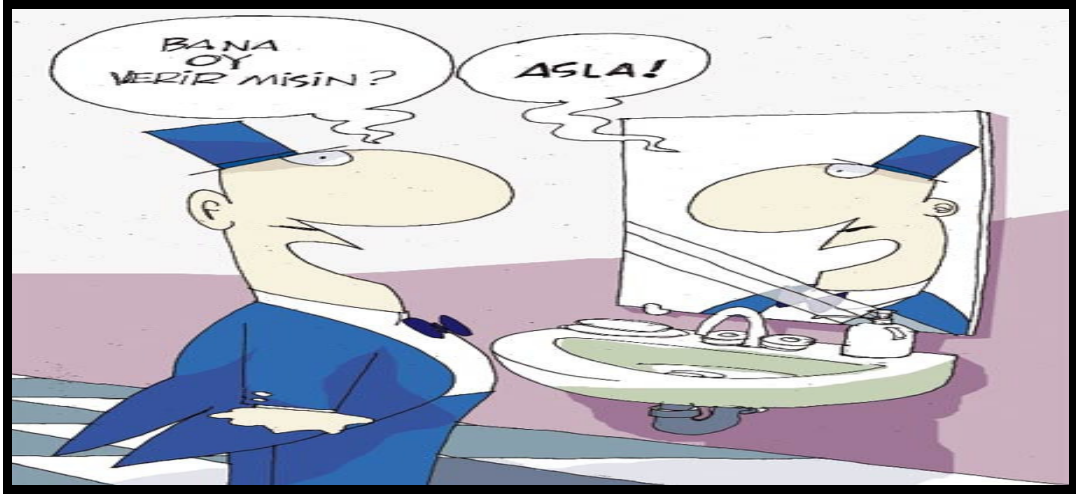
Seçim dönemine ilişkin Haslet Soyöz'ün Şekil 33'deki diğer bir karikatürü de yolsuzluk çağrışımına gönderme yapmaktadır. Yolsuzlukların karikatürdeki gösterimiyle rakiplerin kirli çamaşırlarının ortaya dökülmesi bir seçim stratejisi olarak her seçim döneminde ortaya çıkmaktadır.



Şekil 33: HASLET SOYÖZ, 27 MART 2009-MİLLİYET

3.2.2.4. Temsil Figürü Olarak Politikacı İmgesi

Siyasi arenaya çıkan her politikacı, kendilerini seyirci pozisyonundaki halka sunduğu bir sahnede tüm ikna yeteneklerini kullanarak seçmenleri etkilemeye çalışmaktadır. Şekil 34'te yer alan karikatürde politikacı, aynanın karşısında kendi kendine konuşurken tasvir edilmektedir. Karikatürist burada politikacıların, seçmen karşısına bazı vaatlerle çıktığını, seçilmişlerin de kendi vaatlerini yerine getirmediğini vurgulamıştır. Karikatürde kendisine bile inanmayan politikacının insanları nasıl inandırmaya başardığı mizahi yolla tasvir edilmiştir. Karikatürlere yansıyan politikacı tipi, ilk bakışta ayırt edici biçimsel özelliklere de sahiptir. Silindir şapkalı, fraklı ve papyonlu çizimler dikkat çekmektedir. Hangi partiye mensup oldukları da belli olmayabilir. Çünkü karikatürcülere göre "O", partiler değişse de değişmeyecek özelliklere sahip, ikiyüzlü, kaypak, koltuk düşkünü, oy avcısı bir yaratıktır. Hangi parti iktidara gelirse gelsin sosyal yaşamın getirdiği çelişkiler sürdükçe, "O" yaşamaya devam edecektir (Kayış, 2007:161-175).



Şekil 34: HASLET SOYÖZ, 19 MART 2009 - MİLLİYET



Şekil 35: ERCAN AKYOL, 29 MART 2009- MİLLİYET

Ercan Akyol'un Mart seçimleri karikatüründe ise evlerin çatısına çıkmış kedilerin oluşturduğu bir kalabalığa nutuk atan siyasetçi tasvir edilmiştir. Kürsünün üzerinde bulunan ampül simgesi ve bayrakların renginden siyasetçinin AKP'li olduğu anlaşılmaktadır. Karikatürist burada, Mart ayının herkese hatırlattığı "Mart Kedileri" söyleyişinin bir mizansenini yapmaktadır. Mart kedilerin çiftini bulmak için dama çıkıp bağırdıkları ay olarak bilinmektedir. Bu karikatürde de herkes tarafından bilinen bu imge siyaset ile ilişkilendirilerek verilmiş, mizahi bir bakış açısı sunulmuştur. Bu karikatürde politik özne seçmenler değil kedilerdir.

3.2.2.5. Muhafazakârlık Vurgusu

AKP iktidarına yönelik yapılan karikatürlerin büyük çoğunluğu Muhafazakarlık vurgusunu taşımaktadır.

AKP, yeni kurulan bir parti olarak kimliğini “Muhafazakar Demokrat” olarak tanımlamıştır. İçinden çıktığı ve kadrolarının önemli bir kısmını bünyesinde barındırdığı Milli Görüş partileri ile arasına bir mesafe koyma ihtiyacı duymuştur. Bu mesafe, bir yönüyle partinin Anayasa Mahkemesi kararıyla kapatılan Refah Partisi, Saadet Partisi, Fazilet Partisi çizgisinden ayrılarak sistemle barışık bir konuma yerleşme yöneliminin ifadesidir. Bu yönelim, söylemsel düzeyde, dinle siyasetin ayrılması gerektiği iddiası ile ifade bulur. Parti programında, partinin “kutsal dini değerlerin ve etnisitenin istismar edilerek siyaset malzemesi yapılması”nı reddettiği belirtilir; “dini, siyasi, ekonomik veya başka çıkarılara alet etmek veya dini kullanarak farklı düşünen ve yaşayan insanlar üzerinde baskı kurmak” kabul edilemez bir yönelim olarak tanımlanır. AKP’nin kuruluş aşamasında kendini “Muhafazakar Demokrat” olarak tanımlaması ve muhafazakârlık söylemini sürekli yinelemesi, yeni kurulan partinin bünyesinde birleştirmeyi hedeflediği kesimlerin ortak noktalarını vurgulayan bir şemsiye işlevi görür. Bu şemsiyenin altında, muhafazakâr düşüncenin tarihsel gelişimi içinde önemli rol oynayan izlekler olarak din, devlet, otorite, cemaat, gelenek ve tarihin ayrıcalıklı bir yeri vardır. Ancak tarihe ve geleneklere yapılan vurgu, değişimin tümüyle reddi anlamına gelmemekte; muhafazakârlık, geçmişle araçsal bir ilişki kurmaktadır. Muhafazakâr düşünce, “modern liberal toplumların, değerlerden arınmış, kültürel kimlikten yoksun toplumlar olamayacakları, olursa yozlaşacakları ve çökecekleri”, bunu önlemek için “toplumun birtakım temel değerleri”nin “muhafaza edilmesi” gerektiği iddiasına önem verir. Bu yönüyle AKP’nin muhafazakâr kimliği, modernleşen ve geleneksel Türkiye arasında bir köprü kurma, orta yol olma iddiası ile şekillenmektedir. Batının bilim ve teknolojisinde somutluk kazanan “çağdaş dünya”yla bütünleşme hedefi, AKP için merkezi bir önem taşımaktadır. Bunun yanında, parti programında İslam ülkeleriyle ilişkilere ve işbirliğine de özel bir önem verildiğini vurgulamaktan geri kalmaz. Böylece AKP, basında sıkça yer aldığı şekliyle, Recep Tayyip Erdoğan’ın medeniyetler çatışması tezine getirdiği “medeniyetler buluşması” yorumuyla uyumlu biçimde, modern Batı ve “Müslüman Doğu” arasında

köprü olma işlevini üstlenmiş gibi görünür. Söz konusu işlev, parti ileri gelenlerinin “geleneği dışlamayan bir modernlik, yereli kabul eden bir evrensellik, köktenci olmayan bir değişim vurgusu”nda muhafazakâr düşünceyle bütünleşir (Doğanay, 2007:68-70).

Haslet Soyöz’ün Şekil 36’teki karikatüründe Recep Tayip Erdoğan padişah kaftanı ve sarığı ile tasvir edilmiştir. Özellikle de bir padişah imgesi yaratılmaya çalışılan karikatürde geçmişe atıfta bulunmaktadır. Recep Tayip Erdoğan’ın yer aldığı karikatürde Erdoğan’ın Başbakanlık kimliği padişahlık kimliği ile bağdaştırılmaktadır. Tarihin imgelerinden faydalanılarak uyarlanan karikatürde, bir olumsuzlama yer almaktadır.



Şekil 36: HASLET SOYÖZ, 2 NİSAN 2009-MİLLİYET



Şekil 37: ERCAN AKYOL, 22 MART 2009-MİLLİYET

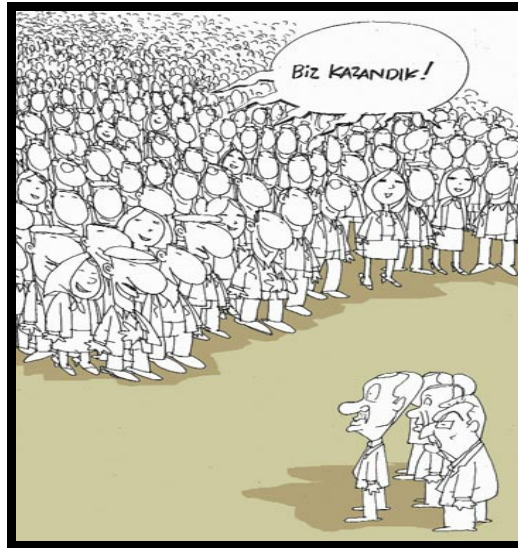
Ercan Akyol'un Şekil 37'deki karikatürü yine bir muhafazakarlık vurgusu taşımaktadır. Seçim meydanında seçmenle buluşan iki siyasetçiyi tasvir eden karikatürist, siyasi rakiplerin karşılaşmalarını anlatmaya çalışmaktadır. Karikatürde yer alan siyasetçinin tesbihi de muhafazakârlık kimliğinin kurgulandığı nesne olarak yer almaktadır. Gösterge işlevi taşıyan eşya, hem aynı sınıfa ait kişiler arasında birlik ve dayanışma yaratmakta hem de onları diğerlerinden ayırmaktadır. Gerici/ilerici özneler kendi geliştirdikleri tanımlar içinde sabitlenmekte, öznelere de bu yeni tanımlar içinde seslenilmektedir (Dursun, 2001:248). Karikatürde siyasetçinin "Biz çalmayalım da onlar mı çalsın?" söylemi, politikacıların politik söylemi altında yatan asıl düşüncüyü simgelemektedir. Seçmenlerin de "Helal olsun valla harbi hırsız, çalışıyor ama bize de dağıtıyor" söylemleri ile AKP'ye gönderme yapıldığı görülmektedir. AKP'nin Tunceli'de dağıttığı beyaz eşyalara gönderme yapıldığı karikatürde, seçmenin suça ortak olduğu iddiası da yer almaktadır.

3.2.2.6. Politik Özne Olarak Seçmen Vurgusu

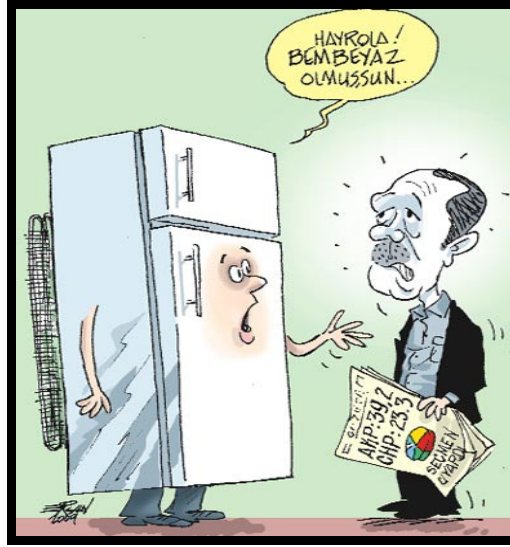
Seçim dönemi, seçmenin karar verme sürecinin hızlandırılması için yapılan gerekli çalışmaları kapsamaktadır. Seçim dönemlerinde mutlaka, medya ve medyanın aktörleri örtülü ya da açık bir şekilde siyasi görüşlerini paylaşırlar. Seçim döneminde, gösteri dünyasının öne çıkan isimlerinden biri olan Mehmet Ali Erbil'in seçmenlerin davranışları hakkındaki yorumu da karikatür karelerine yansımıştır. 17 Mart 2009'da yayınlanan haberlere göre, Erbil, Fox TV'de yayınlanan Çarkifelek programında, AKP'nin yanlış politikalarını eleştirerek "Tek partili döneme mi döneceğiz acaba? Yaa siz böyle koyun gibi olursanız döneriz valla ona göre" şeklindeki ifadeler kullanmıştı. Kimi çevreler tarafından AKP düşmanlığı olarak nitelendirilen bu cümleler, köşe yazılarından karikatürlere kadar birçok medya içeriğinin ana konularından biri haline gelmiş (Milliyet ve Vatan, 17 Mart 2009) Mehmet Ali Erbil'in seçmen tavrını eleştiren sözlerine ve benzetmesine yer verilmiştir. Erbil, burada, toplumun koyun sürüsüne dönmemesi ve siyaset ve iktidarı eleştirebilmesi gerektiğini ifade etmektedir. Karikatürdeki seçmenin oy kullanmadan önce, sade vatandaş tiplemesinde gösterilirken karikatürün diğer karesinde seçmen oy kullandıktan sonra koyun tiplemesi şeklinde simgeleştirilmiştir. Karikatürde bu tiplendirmenin AKP'ye oy vermenin geleneksel bir hal aldığı vurgulanmaktadır. Williams (1993:187), geleneğin bir zorunluluk değil ama arzu edilen bir süreklilik olduğunu söylemektedir. Williams, geçmişin anlamlı bulunduğunu ve yeniden yaşanması istenen şeylerin tekrar tekrar seçilmesi ve yeniden seçilmesi olarak görülebildiğini söylemektedir. Karikatürdeki koyun imgesinin sürü psikolojisi yani olağan bir durum olduğu vurgulanmaktadır. Seçmen tarafından geçmiş anlamlı bulunmuş ve bunun yeniden yaşanması gerektiği noktasında bir karar verilmiştir. Ancak karikatürde bunun bir eleştirisi yapılmıştır.



Şekil 38: ERCAN AKYOL, 20 MART 2009-MİLLİYET

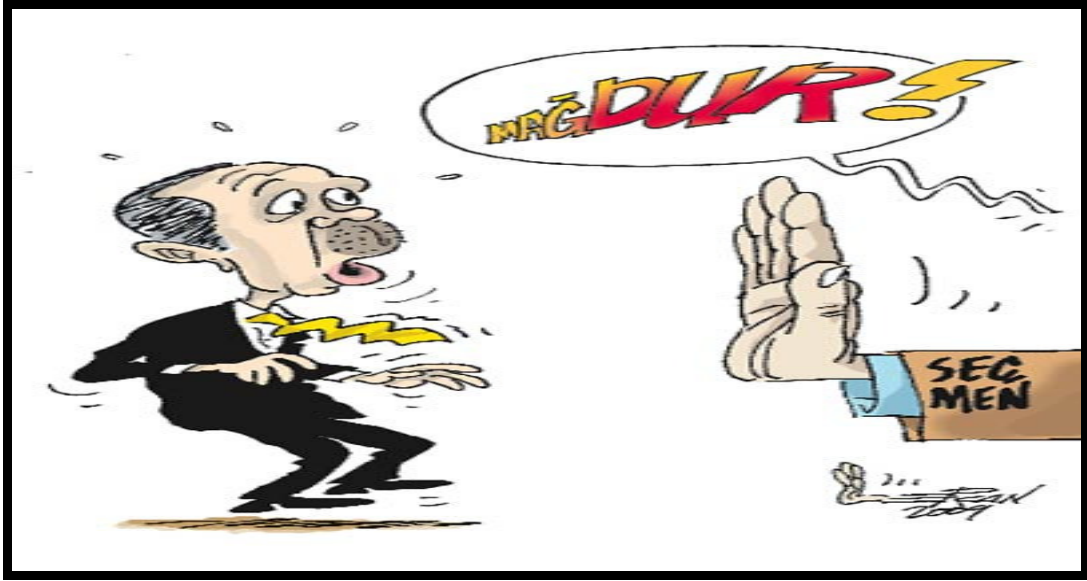


Şekil 39: HASLET SOYÖZ, 31 MART 2009-MİLLİYET

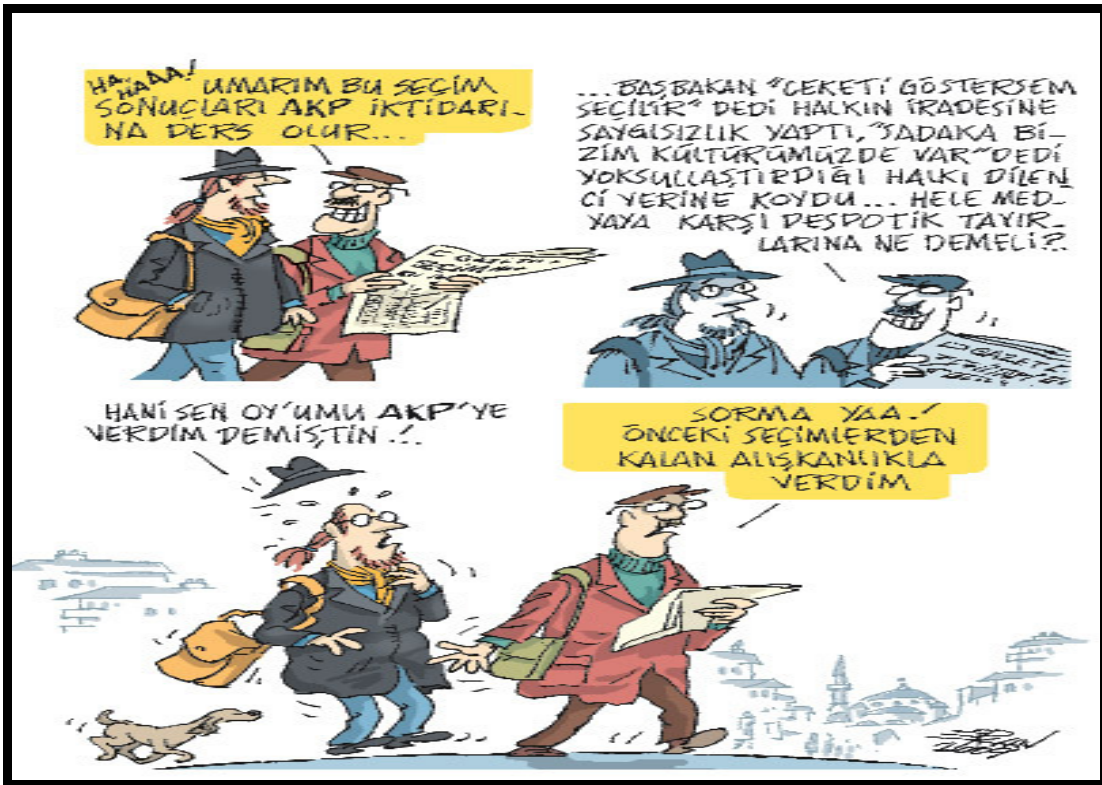


Şekil 40: ERCAN AKYOL, 31 MART 2009-MİLLİYET

29 Mart seçimlerinin ardından AKP'nin oy oranındaki düşüş, bazı çevreler tarafından "halk dersini verdi" yorumlarının yapılmasına neden olmuştur. Haslet Soyöz'ün Şekil 39'daki karikatürü ile Ercan Akyol'un Şekil 40'daki karikatürü halkın uyarısı şeklinde yorumlanmaktadır. Seçmenin yerel seçimlerinde iktidara ve muhalefete gözdağı verdiğini açıklamaktadır. Şekil 41'deki Ercan Akyol'un karikatüründe ise seçmen mağdur bir role bürünmüştür ve artık AKP'nin gidişatına dur demenin vakti gelmiştir. Karikatürde tasvir edilen Recep Tayyip Erdoğan da seçmen karşısında titreyen bir pozisyonda gösterilmiş, sonuçlar karşısındaki şaşkınlığı karikatürdeki ifadesine yansımıştır. Seçmen olarak gösterilen el 1950 yılında Demokrat Parti'nin başarılı seçim afişi çalışmasıdır. Demokrat Parti, "Yeter Söz Milletindir!" söylemi ile kurguladığı afişte büyük başarı elde etmiş, sonraki partilerde de aynı kurgu kullanılmıştır. Ercan Akyol'un Demokrat Parti'nin 1950 seçimlerinin meşhur söylemi ve seçim afişinden etkilenererek bu söylemi AKP'ye uyarladığı gözlenmektedir. Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'a seçmenin cevabının 1950 yılının Demokrat Partisi'nin meşhur "Yeter Söz Milletindir" söylemi ve el simgesinin "Mağdur" adlandırılmasıyla verildiğini söyleyebiliriz. 1950 yılının Demokrat Partisi'nin diğer partilerle olan mücadelesinde kullandığı bu simge, Ercan Akyol tarafından seçmen imgesiyle Recep Tayyip Erdoğan'a karşı kullanılmıştır.



Şekil 41: ERCAN AKYOL, 3 NİSAN 2009-MİLLİYET



Şekil 42: ERCAN AKYOL, 4 NİSAN 2009-MİLLİYET

Şekil 42'deki karikatür de ise iki seçmenin seçim sonuçları hakkındaki değerlendirmeleri resmedilmiştir. Karikatürde seçim sonuçlarının AKP'ye ders olması gerektiğinden bahseden seçmen aslında AKP'ye oy veren bir seçmendir. Karikatüristin gözüyle geçmiş seçmen tarafından anlamlı bulunmuş, yeniden yaşanması, yeniden seçilmesi gerektiği seçmen tarafından karar verilmiştir. AKP seçmeni, yapılanları sorgulayan ama üzerinde fazla durmayan yapı ile ilişkilendirilmiştir. Karikatürde yer alan seçmenlerin önce muhalif bir tavır sergileyerek sorgulaması daha sonra oyunu AKP'ye vermesi Gramsci'nin "çelişkili bilinçlilik" olarak adlandırdığı durumu yansıtmaktadır. Gramsci'ye göre (1967:63-64) aktif halk adamı, davranışının her zaman bilincine varmış değildir. Aktif halk adamının kuramsal bilinçle davranması, tarihsel yönden tutarsız ve çelişik olabilmektedir. Gramsci'ye göre aktif halk adamının iki çeşit kuramsal bilinci vardır. İlki, içsel olarak eyleminde ve günlük gerçeğin değişmesinde onu işbirliği yaptığı arkadaşlarına bağlamaktadır. Bir diğeri ise, geçmişten kendisine kalan ve üstünde kafa yormadan kabullendiği bir bilinçtir. Aktif halk adamı Gramsci'ye göre, belirli bir toplumsal takımla ilişkiler kurmakta ve isteklere yön vermektedir. Bilinç çelişmeleriyle aktif halk adamı seçim yapamaz hale gelmekte ve ruhsal ve pratik bir uyumsuzluğa sürüklenmektedir.



Şekil 43: ERCAN AKYOL, 5 NİSAN 2009-MİLLİYET

Şekil 43'deki karikatürde ise seçim sonuçları değerlendirilmekte ve karikatürde yer alan kişilerin daha önce yandaş, şimdi ise muhalif olduğu gösterilmektedir. Siyaset ve medya arasındaki ilişkinin gündeme getirildiği karikatürde, gazeteci ve haber kaynağı olarak siyasetçi arasında kurulan ilişkide ortaya çıkan etki mekanizması sorgulamaya açılmaktadır (Kılıçarslan, 2008:120). Kitle iletişim araçlarındaki etik konusu gündeme getirilerek, etik üzerine yapılan tartışmalarda ortaya atılan öneriler genellikle medya çalışanlarının kaynaklarından bağımsız hareket etmeleri, özerk olmaları ve basın ahlak ilkeleri ile de yaptıkları işin pratiğini düzenleme doğrultusunda olmaktadır (Kılıçarslan, 2008:121). Marksist yaklaşımlara göre, üretim araçlarını elinde bulunduranların medya aracılığıyla fikirselleştirme ve zihinsel üretimi de yarattığı düşüncesine önceki bölümlerde değinilmiştir. Yandaş medya varsayımının karikatürde yer alması bu yaklaşımın geçerliliğini vurgulamaktadır.

3.2.3. Zaman Gazetesi

Zaman gazetesi 3 Kasım 1986 yılında Ankara'da yayın hayatına başlamış olan fikir ağırlıklı bir gazetedir. Kurucusu iş adamı Alaattin Kaya'dır. Fehmi Kuru yönetiminde 12 sayfalık, siyah-beyaz gazete olarak "Farklı Gazete" sloganı ile yayın hayatına girmiştir. 1987 yılında gazetenin merkezi İstanbul'a taşınmıştır. 1993 yılında Kırgızistan, Özbekistan, Tataristan ve Romanya baskılarıyla yayın alanı genişlemiştir. 1994 yılında Cihan Haber Ajansı'nın kurulmasıyla beraber Makedonya ve ABD'de gazetenin baskıları yapılmaya başlanmış, 1996'da Kanada, 1997'de Avustralya ve Rusya da yayın ağına eklenmiştir. *Zaman* gazetesi muhafazakar kimliği ve Fethullah Gülen cemaatine yakınlığı ile bilinmektedir (Adaklı, 2009:581). Çalışmanın yapıldığı dönemde hükümet politikası, AKP, Irak ve Gazze ve Ergenekon yapılması ile ilgili haberlerin yoğun olarak yer aldığı görülmektedir. Karikatürler incelendiğinde de gündemin birebir karikatürlere yansıdığı görülmektedir. *Zaman* gazetesinde karikatüristler, *Milliyet* ve *Cumhuriyet*'ten farklı olarak karikatürlerinde resim sanatına daha yakın çizimleri kullanmışlardır. İncelenen dönemde karikatürlerde Irak ve Gazze, Ergenekon, kadın, medya ve yerel seçimler ile ilgili konuların ağırlıklı olduğu görülmektedir. Karikatürlerde diğer gazetelerden farklı olarak siyasi liderlerin temsiline yer verilmemiştir. En çok yer verilen konular AKP'nin de gündeminde olan konulardır.

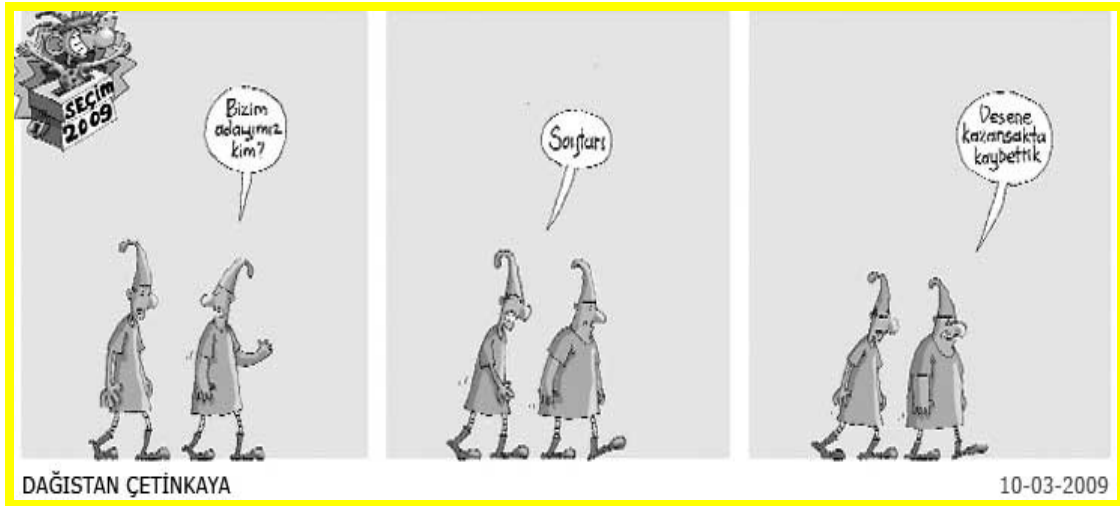
3.2.3.1. Temsil Figürü Olarak Politikacı İmgesi

Bir mücadele alanı olan siyasi alan gibi karikatür alanı da simgelerden yola çıkarak aktarmak istediklerini okuyucusuna ulaştırmaktadır. Bir karikatürün oluşturulmasında bir olay veya durumun nasıl anlatıldığı ve hangi öğeleri kullanarak anlatıldığı önem taşımaktadır. Karikatürlerde kullanılan öğelerin nasıl düzenlendiği, bu öğelerin ne demek istediği karikatüre bakan kişinin algılayışını etkilemektedir. Karikatür, tümüyle inşa edilmiş gerçeğin yeniden inşa edilmesi başka bir deyişle, yansıtılmanın, yansıyanının yansımasıdır.

Walt Disney dünyasının ünlü Vak Vak amcası ve diğer ürünlerine baktığımızda masumca görünen çizgi karakterin aslında bir ideolojinin yansıması olduğu bilinmektedir. Walt Disney ürünlerinin bir yandan egemen sınıfın bakışını, düşünce ve ideallerini ezilen sınıf ve halklara benimsetmeyi hedeflediği diğer yandan ise yerleşik sisteme yönelik her türlü karşı çıkışın ve mücadelenin çeşitli yollarla değerini düşürmeye, etkisizleştirmeye ve anlamsızlaştırmaya çalıştığı vurgulanmaktadır (Çam, 2008:107). Mattelart ve Doffman'ın Walt Disney'in ünlü karakteri Vak Vak amcanın ideolojik olarak kurgusu, *Zaman* gazetesi karikatürü soytarı tiplemesi ile benzerlikler taşımaktadır. Soyтары ve yaşadığı toplumsal alan ve kral, egemen sınıfın bakışını yansıtmakta, halk tepkisizleşmiş, sorgulamadan uzak, siyasal düzenden memnun görünmektedir. Soyтары aslında bir karşı çıkış imgesidir. Yani egemenin karşısında duran, karşı çıkan ama zayıf, politik açıdan yetersiz, gülünç bir imgedir. *Zaman* gazetesinde yer alan gülünç aday imgesi soytarıdır. Soyтары, sadece sarayda eğlence işlevinin bir parçası konumundadır. Soyтары imgesinin ters yüz edilerek politikacıya uyarlanmasında bir ironi vardır. Seçim öyle bir atmosfer yaratmıştır ki, yukarıda değinildiği üzere yerel değil genel seçim havasında yaşanmıştır. Siyasetçinin soytarı imgesi ile ilişkilendirilmesi siyaset arenasındaki ciddiyetsizliği dile getirmektedir. Soyтары'nın adaylığını açıklaması siyasetin ehli olmayanlar tarafından yapılmasının simgeleşmesidir. Karikatürlerde asıl anlatılmak istenen şey, krallığın seçilerek değil hanedanlık ile oluştuğudur. Yani iktidar, saltanatını kurmuştur ve siyaset soytarıların işi haline gelmiştir. Kral yani iktidar, kendinden emindir ve soytarı'nın adaylığını onun eğlencesi olarak görmektedir. *Zaman* gazetesi çizeri Dağıstan Çetinkaya'nın karikatürlerinin ana teması krallıkla yönetilen bir ülkede geçmekte, kral, soytarı, eşek ve kralın

tebaası arasındaki diyaloglardan oluşmaktadır. Soytarının karşı çıkışı ve mücadelesi, onun zayıflığı ve gülünçlüğü ile anlamsızlaştırılmış ve değeri düşürülmüştür.

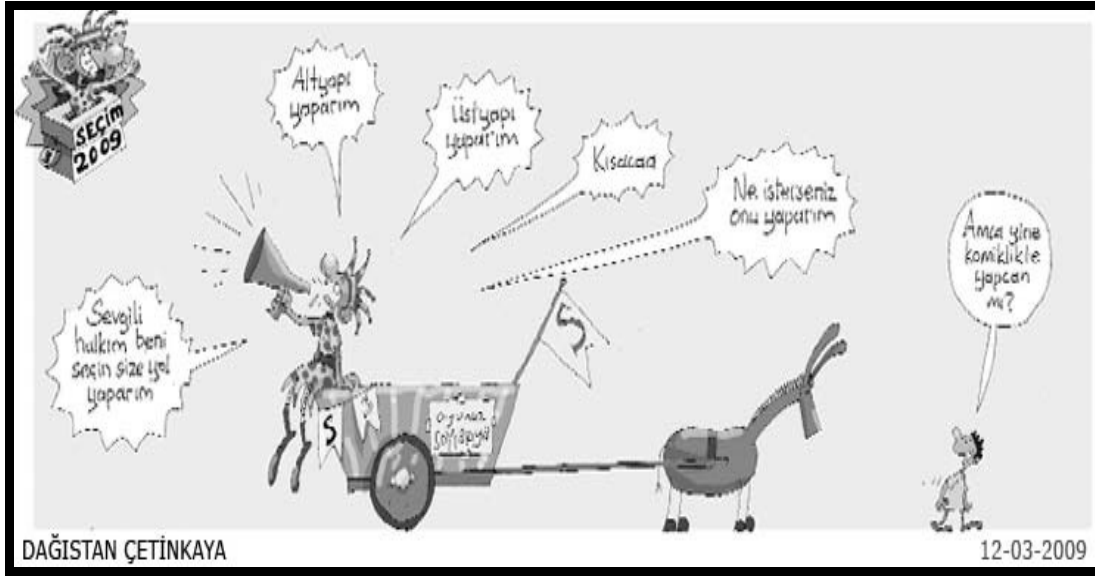
“Tarih, dünya hakkında bir dizi söylemden biridir... Dünyanın, tarihin soruşturma nesnesini oluşturan bölümü, geçmiştir... Bildiğimiz geçmiş, her zaman olumsuzdur; kendi görüşlerimize, ‘şimdimiz’e bağlıdır. Tarih, asla kendisi için değil daima birileri içindir” (Jenkins, 1997, akt: Dursun, 2000:204). Dursun’a göre insanlar bugünlerinin ve yarınlarının köklerini dünde bulmak ihtiyacındadırlar. Güncel varoluşlara ilişkin açıklamalar ve geleceğe ilişkin programlar, hep bu geçmişler içinden yapılmaktadır. Bu geçmişler ise, toplumsal oluşumda en fazla güce sahip olanlar tarafından kurulmakta ve meşrulaştırılmaktadır.



Şekil 44: DAĞISTAN ÇETİNKAYA, 10 MART 2009-ZAMAN

Seçmenin oyu, ülke kaderini etkileyen en önemli faktör haline gelmiştir. Bu nedenle, halkı temsil etmek, ülke yönetimini eline almak isteyenler, önce seçmenlerini ikna etmek zorundadırlar. Politikacı iyi bir demagog olmalı ve ilkelerden çok, oy toplamak başlıca amacı olmalıdır. Oy toplamak için de her şey mubahtır (Kayış, 2009:91-94). Soytarı modern siyasilerin seçim meydanlarında verdiği vaatlerin aynısını vermektedir. Soytarının çevresinde kendisini dikkate alacak kimse yoktur. Seçim propagandasını sürdürmektedir. Siyasilerin seçim dönemlerinde en çok değindikleri konulardan olan yol, alt yapı, üst yapı gibi faaliyetler karikatürde de yansıtılmıştır.

Karikatürde yer alan söylemler, hep tekrarlanan, klişeleşmiş söylemlerdir. Karikatürde yer alan karakterlere baktığımızda siyasetçi olarak yansıtılan soyтары gerçek dünyaya ait değildir ancak söylemleri gerçek dünyayı yansıtmaktadır. Karikatürde verilen vaatlerin artık günümüz dünyasında etkisini kaybettiği, vaatlerin değil yapılan icraatların seçmen tarafından dikkate alındığı imgesi yerleştirilmiştir.

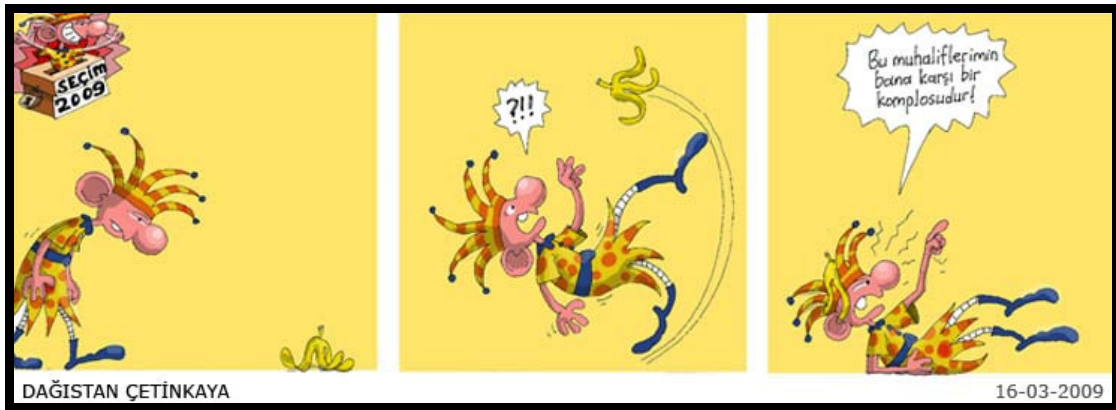


Şekil 45: DAĞISTAN ÇETİNKAYA, 12 MART 2009-ZAMAN



Şekil 46: DAĞISTAN ÇETİNKAYA, 13 MART-2009-ZAMAN

Seçim döneminde siyasilerin seçmenle buluşması, meydanlarda sürekli sempatik ve güler yüzlü görünmeye çalışması propagandanın temelini oluşturmaktadır. Şekil 46'daki karikatürde siyasilerin görünen yüzlerinin arkasında tamamen farklı bir kimlik olduğu betimlenmektedir. Olduğu şekliyle değil olması gerektiği şekliyle seçmen karşısında yer alan siyasetçinin seçim döneminde seçmene karşı takındığı tavrın bir eğretilemesi yapılmıştır. Medya tarafından sunulan gösteri sanatlarının imaj, dramatikleştirme, kişiselleştirme gibi temel kurallarından yararlanılarak siyasi liderlerin ve adayların etkili bir biçimde sunulması, kamunun ilgisini ve dikkatini çekecek şekilde yeniden kurgulanmaktadır (Çebi, 2002:12).



Şekil 47: DAĞISTAN ÇETİNKAYA, 16 MART 2009-ZAMAN

Seçim dönemlerinde en çok dile getirilen söylemlerin başında politikaların eleştirilmesi gelmektedir. Kimi zaman projelerin çalınması, komploların kurulması, oyların satın alınması gündeme gelmektedir. Siyasetçiler bu durumları sık sık dile getirerek kazanma şanslarını yükseltmeye çalışmakta, bununla kendisini avantaj sağlama durumuna getirmektedir. Karikatürde yer alan anlatımda soytarı diğer partileri simgelemekte, başına gelen kazalardan kendisine fırsat yaratmaya çalıştığı vurgulanmaya çalışılmaktadır.



Şekil 48: DAĞISTAN ÇETİNKAYA, 22 MART 2009- ZAMAN

Seçim dönemlerinde siyasi partiler ve liderler kazanmayacaklarını değil kazanacaklarını düşünerek hareket ederler. Partinin taraftarları, içinde buldukları oluşturunun en büyük destekçisidirler. Bu yüzden partiler seçimin tamamlanacağı güne kadar kazanma duygusuyla hareket etmektedirler. Karikatürde yer alan anlatıma göre, kimin kazanacağı bellidir. *Zaman* gazetesi karikatürlerinin geneline baktığımızda bir partiyi çağrıştıran öğeler, simgeler ya da semboller pek kullanılmamıştır. Daha doğrusu karikatürlerin geneline baktığımızda da “biz ve öteki” kavramlaştırması örtük bir şekilde yansıtılmaktadır. Siyasetçi kimlikleri gerçek dünyaya ait değildir, kimiksiz bir siyasetçi kurgusu vardır. Şekil 49’da yer alan karikatürde soyтары tiplemesi diğer partileri yansıttığından önemsizleştirilmiştir. Seçimi bir oyun, aktörlerini de birer oyuncu olarak gören bu karikatürlerde, kral; soyтары haricinde kimse tarafından sorgulanmamıştır. Kral imgesi karikatürlerde görsel olarak bulunmamakta ancak, varlığı tebaa tarafından bilinmektedir. Şekil 48’de yer alan karikatürde, soyтары, eşeği ile seçim çalışmalarını yürütmektedir. Mizah tarihimize baktığımızda Nasrettin Hoca eşeği ile ön plana çıkmaktadır. Nasrettin Hoca gülmecelerinin en büyük özelliği halk adamı olarak Nasrettin Hoca’nın eşeği ile yarattığı ironidir. Eşek, halkın duygularını yansıtan bir imge olarak karşımıza çıkmakta, yergi ve alay ögesi olarak gülmecelerde yer almaktadır. Gülmecelerde eşek, acıya ve açlığa katlanmanın bir simgesi olarak verilmektedir. Karikatürde tüm bu simgeleştirmelerin aksine, bir durum sergilenmiştir. Gülünç öğe olarak yer alan soyтары imgesi, eşeğin yavaşlığı ve hantallığı ile ilişkilendirilmiş, eşek alay edilen bir şeye, soyтары da gülünç aday imgesine yerleştirilmiştir.



Şekil 49: DAĞISTAN ÇETİNKAYA, 23 MART 2009-ZAMAN



Şekil 50: DAĞISTAN ÇETİNKAYA, 26 MART 2009- ZAMAN

Karikatürler ve diğer medya içerikleri ideolojik yapısının gereği olarak seçim öncesinde karşıt siyasi görüşü küçük gösterme eğilimindedirler. Kararsız seçmenlerin, düşüncelerine hitap ederek rakip hakkında olumsuz fikir verme, güçsüz gösterme gibi eğilimler sergilemektedirler. Seçimler sonuç itibarıyla kimi siyasi partiler için ya bir düşüş ya da sürpriz bir gelişmedir. Şekil 51'deki karikatürde siyasetçi seçim sandığına patlayacak bir bomba gibi yaklaşmaktadır. Çünkü yerel seçimlerde siyasetçinin niteliklerinden ziyade, parti liderinin niteliklerinin ön plana çıkarıldığı görülmüştür. Yukarıda da değinildiği üzere, yerel seçimler, genel seçim havasında geçmiştir. Karikatürde yer alan karakterin şapkası da dikkat çekmektedir. Siyasi yaşamı boyun-

ca şapkasıyla ön plana çıkan Demirel'e göre şapka "sivil siyasetin bir göstergesi"dir. Karakterin endişeli görünümü de seçim sonuçlarının kaygı verici olduğunu bir yansımasıdır.



Şekil 51: OSMAN TURHAN, 02 NİSAN 2009-ZAMAN



Şekil 52: OSMAN TURHAN, 03 NİSAN 2009 -ZAMAN

Zaman gazetesi çizeri Osman Turhan'ın Şekil 52'deki karikatüründe, seçim sandığı bir politikacının kafası olarak tasvir edilmiştir. Seçilmeyi kafasına koymuş bir politikacı simgeleyen karikatürde politikacının bedeninin olduğundan daha büyük verilmesi rahatlık ile, puro ile verilmesi de keyfiyeti simgelemektedir. *Zaman* gazetesi çizeri Osman Turhan'ın bu karikatüründe politikacı imgesi, seçimin sonuçlarına ilişkin bilgi de vermektedir. Seçimin kazanılacağı garantidir, bu rahatlık ve keyfiyet kazanmanın göstergesidir. Kayış'a (2009:94) göre, 1950'lerden bu yana karikatürcülerin çizimlerinde önemle durdukları tiplerden biri de politikacıdır. Ülkede partilerin değişebileceği inancına karşılık, değişmeyeceğine inanılan bir politikacı tipi ortaya çıkmıştır. Osman Turhan'ın Şekil 52'deki karikatüründe de siyasetçi tiplemesi de değişmeyeceğine inanılan bir politikacı tipini yansıtmaktadır. Turhan'ın karikatüründeki politikacı, diğer partileri temsil etmektedir.

Karikatürlerde genellikle silindir şapkalı, papyonlu ve fraklı bir erkek olarak görülen politikacı tipi, çok partili hayata geçişin çelişkilerinden doğmuş, partilerden bağımsız, iki yüzlü kaypak, koltuk düşkün, demagog, oy avcısı bir yaratıktır. Kendi çıkarları, ülkenin, temsil ettiği vatandaşların ve bağlı bulunduğu partilerin ilkelerinde üstündür. Bu tarz karikatürlerde tek eleştirilen politikacılar değildir, toplum da eleştirilmektedir. Politikacıya fırsatları yaratan siyasi ve kültürel yapıdır. Siyasi ve sosyal yapı devam ettiği sürece de bu politikacı tipinin bir gidecek diğeri gelecektir (Kayış, 2009:96).

3.2.3.2. Siyasilerin Seçim Dönemlerindeki Söylemlerinin ve Vaatlerinin Eleştirisi



Şekil 53: DAĞISTAN ÇETİNKAYA, 05 OCAK 2009-ZAMAN

Şekil 53’de yer alan karikatürde Noel Baba imgesi kullanılmıştır. Noel Baba imgesi, yeni yıl ve sürpriz gelişmelerin simgesidir. Karikatürde yetki karmaşası, etnik azınlık, mahalle baskısı, şaibeli seçmen listesi tartışmasının aslında sürpriz olmadığı, beklentiler içinde olduğu vurgulanmaktadır. 26 Kasım 2008’de askıya çıkan seçmen listelerinin adres kayıt sistemine göre yeniden düzenlendiği ifade edilmiş, ancak seçmen listelerinde isimlerini kontrol eden vatandaşların oturduğu sokağın kaydının başka bir mahalleye geçtiğini listelere bakmaya gelince öğrenmesi gibi vatandaşlardan gelen eleştiriler seçmen listeleri tartışmalarını başlatmıştır. CHP ve DSP tarafından seçmen listelerine ilişkin, ölen kişiler adına seçmen kaydının çıkarılması, seçmen kaydı olmasına rağmen bazı vatandaşların seçmen kaydının silinmesi, seçmen kaydının ikamet edilen ilçeden farklı bir ilçede bulunması, bazı adreslerde kim olduğu hane halkı tarafından bilinmeyen bir şahsın kaydının bulunması gibi iddialar öne sürülmüştür.

Kral bu karikatürde, gücün simgesi durumundadır. İsteddiği her şeyi yapma gücü ve kudretine sahiptir. Ancak Noel Baba’nın beklentilerine istediği gibi karşılık vermemesi de tepkiye yol açmıştır. Burada Dağıstan Çetinkaya politikacının tavrını eleştirmiştir.



Şekil 54: DAĞISTAN ÇETİNKAYA, 15 MART 2009 – ZAMAN

Seçim meydanlarına çıkan her siyasetçi oyların kendilerine verilmesi durumunda birçok soruna çözüm bulacağı vaadinde bulunur. Dağıstan Çetinkaya'nın Şekil 54'te yer alan karikatüründe siyasilerin vaatleri mizahi bir biçimde ele alınmıştır. Karikatürdeki siyasetçi imgesinin kitleleri peşinden sürüklenme kapasitesine sahip olmadığı çok açıktır. Soyтары, günümüz politikacılarının söylemlerinin aynısını tekrar etmektedir. Karikatürde yer alan eşek de “verirsem eşeğim” söylemiyle, mensubu olduğu görüşün fikirlerine inanmadığını göstermektedir. Şekil 55'te yer alan karikatürde ise, seçimlerin tek adayı olan soyтары'nın seçimlerde başarısız olduğunu verdiği vaatlerin seçmeni ikna etmeye yetmediği anlatılmaya çalışılmıştır. Bu karikatürde “milletin boş vaatlere kanmadığı” vurgulanmaya çalışılmıştır. Seçim döneminde her siyasetçinin söyleminde ve seçim kampanyalarının iletişim çalışmalarında yer verdiği “sizden biri”, “halkçı”, “köylü”, “memur” ve “işçi” gibi sınıflandırmalar ile seçmen ile yaklaşarak ilişki kurmaya, kendilerini seçmene benimsetmeye çalışmışlardır. Soyтары da bu karikatürde “Dürüstüz dedik olmadı, sizdeniz dedik olmadı” şeklindeki söylemiyle seçmen ile yakın ilişki içine giremediği anlatılmaktadır.



Şekil 55: DAĞISTAN ÇETİNKAYA, 17 MART 2009-ZAMAN



Şekil 56: DAĞISTAN ÇETİNKAYA, 19 MART 2009-ZAMAN

Yukarıda da değinildiği üzere siyasiler rakiplerinin politikalarını eleştirme eğilimindedir. 29 Mart Seçimleri'nde özellikle iktidar ve ana muhalefet liderlerinin birbirlerinin politikalarını eleştirerek rakip üzerinden olumsuz gündem oluşturmaya çalışmaktadırlar. Negatif propaganda yoluyla, rakip etkisizleştirilmekte, siyaset arenasındaki itibarı alayağı edilerek avantaj sağlanılmaktadır. Bu karikatürde soytarı diğer partileri simgelemekte ve bu diğer partilerin iktidarı yerinden etme istekleri vurgulanmakta ancak başaramadıkları anlaşılmaktadır. Wilson'a göre (2003:135) politik amaçların başarılmasında gerçekler simgesel olarak manipüle edilmektedir.

Politikacılar belirli oluşumlar içinde olumsal olmayan durumları toplumdan saklamak isteyen bir görünümde dirler.



Şekil 57: DAĞISTAN ÇETİNKAYA, 20 MART 2009-ZAMAN

Şekil 57’de yer alan karikatürde soyтары seçim propagandasını asıl seçmenlere değil çocuklara yapmaktadır. Çocukların alkışlaması soytarının eğlenceli yönünden ileri gelmektedir. Miting alanlarının kalabalık olması, sadece o siyasi görüşe bağlı olanları orada olması anlamına gelmemektedir. Özellikle çocukların bu tür toplumsal etkinliklerde bulunmaları karikatürde anlatılmaktadır. Kitle iletişim araçlarında miting ve gösterilerde çocuklarıyla gelen aileler sık sık gösterilmektedir. Dağistan Çetinkaya’da bu örneği, mizah imgeleriyle kullanarak vermiştir. Karikatürde eşeğin “Kalabalığı topladın ama hedef kitleyi tutturamadın” sözleri soytarının propaganda-sının başarılı bir seçim çalışması olmadığını vurgusu vurgulanmaktadır.

Şekil 58’de yer alan karikatürde seçmen tipi zayıf ve silik bir tiptir. Siyasetçi de soytarının söylemlerinden anlaşıldığı kadarıyla boş vaat veren bir kişiliktir. Seçimlere çok az bir süre kala çizilen bu karikatürde, boş vaat veren siyasetçilerin başarılı olmayacağı vurgusu yapılmaktadır. Karikatürde yer alan siyasetçi “halkın boş vaatlere karnı tok” söylemiyle seçmen karşısında başarılı olmadığı vurgulanmış, geçmişe ait söylemlerin artık seçmeni harekete geçirmediği ifade edilmiştir. Karika-

türde yer alan seçmen de, siyasetçi kimliğine soyunan kişiliğin siyasete uygun olmadığı sonucuna ulaşmaktadır.

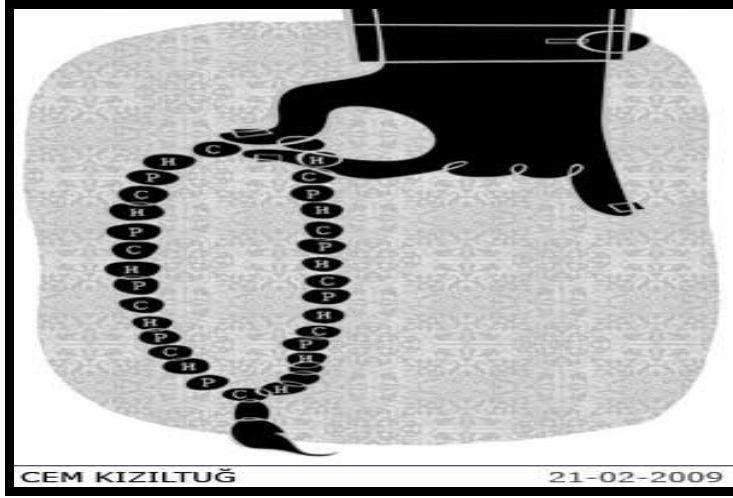


Şekil 58: DAĞISTAN ÇETİNKAYA, 24 MART 2009-ZAMAN

3.2.3.3. CHP'nin Muhafazakarlık Açılımı Vurgusu

Seçim dönemlerinde, dinin siyasete alet edilmesi sorunu karikatürcülerin gündeme gelmektedir. Din, partiler ve adaylar için oy avlamanın önemli bir aracı haline getirilmiştir. Karikatürcüler, din konusunu sık sık gündeme getirerek adayların ve parti liderlerinin oy kaygısıyla dindar görünme çabasına dikkat çekmektedirler. Siyasiler de mukaddesatçı ideolojiye sarılarak, dini kullanarak iktidarını sürdürme derdine düşmektedirler. Politikacıların oy kaygısıyla girdikleri dindar görünme çabaları sık sık karikatürlere yansımaktadır (Kayış, 2009:73-74).

29 Mart 2009 Yerel Seçimleri'nde Cumhuriyet Halk Partisi türban açılımını gündeme getirmiş, seçim öncesinde türbanlıların CHP'ye girmesini düzenledikleri bir törenle kamuoyuna duyurmuşlardır. 9 Kasım 2008'de İstanbul Eyüp'te CHP düzenlediği törenle çarşaf açılımı başlatmış, çarşafly kadınların partiye üyeliği yapılmıştır. Baykal tarafından yeni üye olan çarşafly partililere düzenlenen törenle CHP rozeti takılmıştır (Star Gazetesi, 4 Şubat 2009). Şekil 59'da yer alan karikatürde siyah bir el İslam'ın simgelerinden olan tespih ile tasvir edilmiştir. Tespihin üzerinde tersten yazılmış CHP ibaresi görülmektedir. *Zaman* gazetesinin bu karikatürü CHP'nin açılım ile sağ ideolojinin bazı değerlerine sarılmaya başladığını anlatmaktadır.



Şekil 59: CEM KIZILTUĞ, 21 ŞUBAT 2009-ZAMAN

3.2.3.4. Politik Özne Olarak Seçmen Vurgusu

Şekil 60'da yer alan karikatürde, seçim sandığı başında oy kullanan seçmen resmedilmiştir. Seçim sandığının olduğundan daha büyük, seçmenin ise daha küçük tasvir edilmesi, seçimlerin genel seçim havasında geçtiği ve siyasilerin seçimden büyük umutlar beklediği söylemini pekiştirmektedir. Çünkü yerel seçimler, siyasi partilerin güç savaşına dönüşmüştür. Yerel seçimlerdeki oy oranlarının, genel seçimlerdeki seçmen davranışının provasası niteliğindedir. Bu bakımdan siyasi partiler 29 Mart seçimlerine ayrı bir önem atfetmişlerdir. Karikatürde yer alan seçmen imgesinin seçim sandığına ulaşmaması, seçimlerde Yüksek Seçim Kurulu'nun oy kullanmak için bir takım şartları öne sürdüğünün bir yansımasıdır. Oy kullanabilmesi için Yüksek Seçim Kurulu'nun tüm vatandaşların Türkiye Cumhuriyeti Kimlik Numarası'na sahip olması gerektiği şeklindeki koşulu bulunmaktadır. 29 Mart seçimleri öncesinde medyada sürekli gündeme gelen TC kimlik numarası ile ilgili şart, vatandaşların nüfus müdürlüklerine akın etmesiyle işlemlerde bir tıkanmaya yol açmıştır.



Şekil 60: OSMAN TURHAN, 26 MART 2009-ZAMAN

Şekil 61’de yer alan karikatürde ise seçmenin oy kullanma davranışı resmedilmektedir. Bir uçurumun kenarında duran sandık ve ipin ucundaki seçmenin oy kullanmaya çalışması manidardır. Seçimin oldukça zorlu geçeceği vurgusunun bulunduğu bu karikatürde seçmenin oyunu kullanırken dikkatli olması gerektiği üzerinde durulmuş, seçimden çıkacak sonuçların tüm kesimleri etkileyebileceği vurgulanmıştır. Seçim döneminin oldukça çetin ve riskli sonuçlar doğurabileceği kurgusundan hareketle seçmenin vereceği olumsuz kararın dengeyi altüst edeceği anlatılmaya çalışılmıştır.



Şekil 61: OSMAN TURHAN, 27 MART 2009-ZAMAN

Şekil 62’de yer alan karikatürde de oy kullanan seçmen imgesine yer verilmiştir. Karikatürde dikkati çeken, kararsız seçmenin resmedilmesidir. Hangi partiye oy vereceğine tam olarak karar veremeyen seçmenden, aynı zamanda oyunu vermeden önce iyi düşünmesi gerektiği de istenmektedir.



Şekil 62: CEM KIZILTUĞ, 29 MART 2009-ZAMAN

3.2.3.5. Karşıt Medya Söylemleri



Şekil 63: DAĞISTAN ÇETİNKAYA, 20 ŞUBAT 2009 - ZAMAN

Son yıllarda medya örgütlenmelerinin ideolojik ve ekonomi politik yapısı medyanın değişik siyasi gruplaşmalar etrafında toplanmasına neden olmuştur. Siyasi iktidarın söylemlerini üreten medya kuruluşuna göre, karşı ideoloji ve medya yapılanmasında yer alan örgütler yandaş medya olarak nitelendirilmektedir. Şekil 63'de yer alan karikatürde bazı medya kuruluşlarının yerel seçimlerde felaket tellallığı yaptığı vurgulanmaktadır. Siyaset ve medya ekseninde gazeteciler ve haber kaynağı olan siyasetçiler arasında ortaya çıkan etki mekanizmaları sık sık sorgulamaya açılmaktadır (Kılıçarslan, 2008:120). Karikatürde yer alan karşıt medya ile siyaset arasındaki etki mekanizması mizahi bir dille ele alınmıştır. Karşıt medyanın kaynaklarından bağımsız hareket etmeleri gerekirken (Kılıçarslan, 2008:121), belli bir siyasi oluşu-

mun sözcülüğünü yaptığı, geçmişten gelen bir imge olan tellallık ile bağdaştırılmıştır. Tellalın söylediği “ya tutarsa” söylemi ile, Nasrettin Hoca'nın göle maya çalması olayına gönderme yapılmaktadır. Olmayacağını bile bile Nasrettin Hoca'nın göle maya dökmesi, bu karikatürde medya imgesi çerçevesinde sunulmakta, medyanın olaylar üzerindeki tutumu ve değerlendirmelerinin gerçeği yansıtmadığı vurgulanmıştır. Meyer'e göre (2002:41), kitle iletişim araçları demokratik siyasetin standartlarını karşılaması için, siyasi olayları örgüsüne göre iletmede, haberleştirdiği olayların kendine özgü özelliklerini ortaya koymaktadır. Meyer, daha öncede belirtildiği gibi, medya tarafından, iletişim sürecine uygun olarak siyasetin, kurgulanarak kamusal bir sahneye dönüştürüldüğünü ve tiyatrolaştırıldığını ifade etmekte, siyasetin medya tarafından sömürgeleştirildiğini belirtmektedir. Meyer'e göre (2002:110), medya olayları şekillendirmek için sosyal, ekonomik güçler ile medya güçlerini kullanmaktadır. Siyasi oluşumlar kendi örgütlenmelerine ve düşüncelerine yandaş sağlamak için halkın düzeyinde bir takım popüler iletişim kanallarını kullanma yoluna gitmişlerdir. Bu yüzden medya halkın düzeyine inebilecek en popüler yaklaşımdır. Siyasi oluşumların medya ile kurduğu ilişkiler bütünü, muhalif düşüncenin medyasına karşıt bir düşünce üretmekte, düşünceleri popülerleştirmektedirler. Karikatürde yer alan karşıt medya görüşleri de bu düşünceyi yansıtmaktadır. Karikatürde yer alan düşünceler, muhalif tavrın düşünceleridir ve medya muhalif düşüncenin yandaşlığını yaparak o grubun üyeleriyle birlikte hareket ettiği imgesi yerleştirilmeye çalışılmıştır. Karikatürde yandaşlık, belli bir grubun düşüncesini paylaşan ve hareket eden anlamında kullanılmıştır.

SONUÇ

Medya metinlerinin ideolojik konumlanışını çözümlemede önemli bir gösterge olan karikatür, içinde mizahi öğeleri, simgeleri ve görsel mesajları barındırmasıyla medya metinleri içerisinde en dikkati çeken medya ürünlerinden biridir. Belli ideolojiler etrafında toplumda meydana gelen olay ve olgular çerçevesinde şekillenen konular doğrultusunda kodlanan karikatürler, okuyucu ve karikatürist arasında bir bağ oluşturmaktadır. Okur tarafından çözümlenen mesajlar, okurun olaylara karşı tavır almasında önemli rol oynamaktadır.

Özellikle siyasi karikatür iletişim sürecinde önemli bir yere sahiptir. Bir propaganda biçimi olan siyasal karikatür, karikatüristin düşüncelerini, çalıştığı gazetenin ideolojisini çizimlerine yansıtmakta okuyucuyu, kendi düşünceleri çerçevesinde olaylara yorum getirmesini sağlamaktadır. Okuyucunun, biçimlenmiş bir düşünceyi açımlayarak muhalif bir tavır almasını sağlayan karikatürist aynı zamanda varolan düşünceleri pekiştirebilmektedir. Güncel konuları eleştirel bir bakış açısıyla ele alan siyasal karikatürler, her dönem siyasetin bir parçası olmuştur ve toplumsal direnmenin de en önemli bir aracı olarak sosyal baskılara karşı gelmiştir. Ancak ideolojilerin topluma aktarılmasında da önemli rol oynayan karikatürler ideolojinin doğallaştırma, meşrulaştırma gibi işlevleriyle egemen söylemin üretilmesinde ve yeniden inşa edilmesinde de önemli roller üstlenmişlerdir.

Karikatürün söylemi, okuyucuyu anlama ve yorumlama çabası içerisine sürüklerken okuyucunun zihninde anlamın yeniden inşa edilmesine olanak sağlamaktadır. Tüm medya metinlerindeki söylem gibi karikatürün söylemi de bir güce sahiptir ve güç tarafından üretilen söylem ideolojilerin yeniden üretilmesinde önemli bir rol oynamakta, bir mücadele alanı yaratmaktadır. Karikatürü yorumlama süreci zihinsel bir süreçtir ve belli bir takım imge ve sembollerden ve bunların anlamlarından yararlanılmaktadır. Karikatürde yer alan imge, sembol ve anlamlar özellikle seçilmekte ve bu sürece dahil edilmektedir.

Karikatürler, gündemde yer alan siyasi konulara özellikle seçim dönemlerinde ağırlıklı olarak yer vermekte, olayları kendi ideolojik pencerelerinden görsel öğelerle

ve bazı simgelerle anlatmaktadırlar. Gazeteler özellikle seçim dönemlerinde, kendi ideolojik söylemlerini içeriklerine yansıtmakta, çeşitli konulara özellikle vurgu yapmaktadırlar.

Cumhuriyet, Milliyet ve Zaman gazetelerinin yerel seçimlere ilişkin karikatürlerinin incelendiği bu çalışmada 2009 Yerel Seçimleri'nin geniş bir şekilde konu edildiği görülmektedir. İncelenen dönemde 63 seçim konulu karikatür tespit edilmiş, bunlardan 22'si *Cumhuriyet* gazetesinde, 21'i *Milliyet* gazetesinde, 20'si de *Zaman* gazetesinde yer almıştır.

Cumhuriyet gazetesinin yerel seçimlere ilişkin karikatürlerinde ana temalardan biri "laiklik" ve "Kemalizm vurgusu" olmuştur. Cumhuriyet yıllarına gönderme yaparak, ulusalcılık ön plana çıkarılmış, gazetenin kuruluş ideolojisi ve okur kitlesinin bakış açısına yönelik bir çerçeve çizilmiş, bu çerçeve Laiklik ve Kemalizm söylemleri ile pekiştirilmiştir. Cumhuriyet ilke ve değerlerini pekiştiren bir yapıda mesajlarını oluşturduğu düşünülen *Cumhuriyet* gazetesi, özellikle CHP çizgisine yakın bir ideolojik konumlandırma içerisinde söylemlerini AKP'nin politikalarının olumsuzlanması üzerine kurmuştur.

Karikatürlerde, AKP'nin temel politikalarının muhafazakârlık üzerinden yürütüldüğü vurgulanmış ve bazı İslami öğelerle bu söylem pekiştirilmiştir. AKP politikalarının olumsuzlanması şeklindeki söylemlerle karşıt söylem geliştirilmiştir. Karikatürlerin söylemlerinde, AKP ve Recep Tayyip Erdoğan gerici ve muhafazakar imgeler içinde verilmiştir. "İrtica tehlikesine karşı olmak" olarak tanımlanan karşı duruş *Cumhuriyet* gazetesinin ideolojisinin bir yansımasıdır.

Cumhuriyet gazetesinde "seçimlerde şaibe" olduğu vurgusu da gündeme getirilmiştir. Seçim döneminde sıkça yer alan haberlerin başında, seçmen listelerinin gerçeği yansıtmadığı ve sahte seçim pusulası yer almaktadır. Bu dönemde yer alan karikatürlerde de gündemde yer alan haberlerdeki içeriklerden faydalanılmıştır. Seçimlerde hile, yolsuzluk ve şaibe olduğu vurgusu ön plana çıkmıştır. Seçimlerde yolsuzluk vurgusu AKP'ye atfedilmiştir.

İncelenen karikatürlerde ön plana çıkan bir başka konu ise, “temsili figür olarak politikacı” vurgusudur. *Cumhuriyet* gazetesi karikatürlerinde temsili figür olarak Recep Tayyip Erdoğan, sıklıkla yer almıştır. Karikatürlerde temsil ögesi olarak yer alan politikacılardan bir diğeri de İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Kadir Topbaş’tır. Seçimlerde CHP İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı’na aday olan Kemal Kılıçdaroğlu ile Kadir Topbaş arasında sık sık tartışmalar gündeme gelmiş bu tartışmalar medya aracılığı ile seçmene yansıtılmıştır. Karikatürlerde ise, Kılıçdaroğlu’nun temiz, iyi bir politikacı olduğu vurgusu ön plana çıkarken, Topbaş ile ilgili karikatürler yolsuzluk vurgusuna atıfta bulunularak verilmiştir. *Cumhuriyet* gazetesi karikatürleri karşıt ideolojisini yine Topbaş üzerinden yapmıştır. Bu kategoride yer alan karikatürlerin konuları, seçim gündemine göre belirlenmiş, haberin destekçisi konumunda sunulmuştur. İktidara muhalif bir yapı sergilenmiştir.

Cumhuriyet gazetesinde yer alan bir diğeri tema “demokrasi vurgusu”dur. Seçmen politik bir özne olarak konumlandırılmış ve bu durumla demokrasi arasında bir ilişki kurulmuştur. Demokrasinin gerçekleşmesinin seçimlerle olacağı vurgulanmış, seçmenin özgür tavrı karikatürlerde ön plana çıkmıştır. Seçmenin, seçim döneminde tercihini yapması noktasında bir takım baskılara maruz kaldığı vurgulanmıştır.

Seçim sonuçlarına ilişkin karikatürlerde de AKP’ye karşıt bir tavır sergilenmiş, “CHP vurgusu” ön plana çıkarılmıştır. AKP olumsuzlanması üzerinden CHP’nin başarısı vurgulanmıştır. Bu kategoride incelenen karikatürlerde CHP’ye yakın, AKP’ye muhalif bir tavır söz konusudur. Seçim sonuçlarının da değerlendirildiği CHP vurgusu olan karikatürlerde Recep Tayyip Erdoğan gülünç bir şekilde tasvir edilmiş ve CHP’nin oylarını yükseltmesi olumlu bir gelişme olarak nitelendirilmiştir. CHP’nin seçim sonuçlarındaki başarısı olumlu yükseliş olarak resmedilmiştir.

Milliyet gazetesi karikatürlerinde de yerel seçimlere ilişkin birçok tema belirlenmiştir. Bu temalardan biri “seçimlerde şaibe” olduğu vurgusudur. Seçim döneminde seçmen listelerinin gerçeği yansıtmadığı ve sahte seçim pusulası ve rüşvet gibi haberler sıkça yer almıştır. Seçim dönemi karikatürlerinde de seçimlerde hile, yolsuzluk ve şaibe olduğu vurgusu ön plana çıkmıştır. Yolsuzluk, rüşvet, avanta ve talan, *Milliyet* gazetesi karikatürlerinin sıkça dile getirdiği konular arasında yer almıştır. *Milliyet* gazetesi karikatürlerinin söylemlerinde iktidar ilişkisi etik ile çatışma

içindedir. Karikatürist de kendi anlamını, mitini üretirken öncelikle dışladığı, reddettiği konu ve olaylar üzerinden kendisini ideolojik olarak konumlandırmaktadır. Seçimlerin genel seçim havasında geçtiği vurgulaması da sıklıkla karşılaşılan imgeler arasındadır. *Milliyet* gazetesi, bu konuyu Recep Tayyip Erdoğan ve Deniz Baykal'ın “seçim yarışı vurgusu” taşıyan karikatürleriyle pekiştirmiştir. Siyaset alanını bir oyun olarak tasvir eden *Milliyet* gazetesi mizahi bir söylemle seçimi liderler arası bir mücadele alanı olarak vurgulamıştır.

Milliyet gazetesinde yer alan bir başka tema da “yolsuzluk vurgusu”dur. Karikatürlerde yer alan yolsuzluk vurgusu CHP İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Adayı Kemal Kılıçdaroğlu üzerinden yapılmaktadır. Yolsuzluk imgesinin kullanıldığı karikatürlerde karakterler gerçek hayatta bulunan kimlikler içerisinde verilmemiştir. AKP kimliğinin vurgulandığı yolsuzluk imgeli karikatürlere bakıldığında, CHP'ye olumlu anlamda göndermeler bulunmaktadır. Bu dönemde yine “Politik Özne Olarak Seçmen” vurgusuna karikatürlerde sıklıkla yer verilmiştir. *Cumhuriyet* gazetesi gibi *Milliyet* gazetesi de politikacı temsili üzerinde önemle durmaktadır. *Milliyet* gazetesinin *Cumhuriyet* gazetesi ile benzeyen diğer bir yönü de “muhafazakârlık” vurgusunun göstergelerle anlatılmaya çalışılmasıdır. Muhafazakarlık miti karikatürlerde yer alan politikacıların eşyaları üzerinden yapılmıştır. Politikacının karikatürlerde İslami öğelerle verilmesi AKP'ye yapılan göndermenin eğretilmesidir. 29 Mart Yerel Seçimleri'nin ardından seçim ile ilgili değerlendirmelerin yapıldığı karikatürlerde “politik özne olarak seçmen”, vurgusu yapılmıştır. 2009 Yerel Seçimleri'nde AKP'nin oy oranlarındaki düşüş ve diğer partilerin oy oranlarını arttırması seçmenin uyarısı olarak vurgulanmıştır. Halkın iktidara göz dağı verdiği, diğer partilere ise bir fırsat verebileceği karikatürlerde somutlaştırılmıştır. *Milliyet* gazetesi karikatürlerine baktığımızda CHP'nin politikalarının desteklendiği yönünde tam olarak bir izlenim yaratmak istenmediği görülmektedir. AKP'nin çalışmaları ve politikaları ise açık bir şekilde eleştirilmektedir.

Araştırma süresince *Zaman* gazetesinde seçimlerin konu edildiği 20 karikatür tespit edilmiştir. *Zaman* gazetesi diğer gazetelerin aksine karikatürlerinde gerçek yaşamdan kişileri karakter olarak kullanmamıştır. Siyasetçiyi genel bir ifade olarak “Soytari” tiplemesiyle vermiştir. *Zaman* gazetesinin 29 Mart Yerel Seçimleri'ne yö-

nelik karikatürlerinin “temsil figürü olarak politikacı” temalı karikatürlerinde karakterler fiziksel olarak gerçek yaşama ait değildir. Yaptıkları ve söyledikleri ile gerçek yaşamdaki siyasetçilerin eğretilmesini oluşturmuşlardır. Eşeği ile soytarı karikatürde bir alay nesnesi haline gelmiştir. Yine Soytarı tiplmesi ile “Siyasilerin seçim dönemlerindeki söylemlerinin ve vaatlerinin eleştirisi” üzerinden ideolojik bir yapı oluşturulmaya çalışılmıştır. Soytarı tiplmesinin verdiği vaatler modern siyasilerin verdiği vaatlerle örtüşmektedir. Karikatürde soytarının söylemleri “boş vaatler” düşüncesini pekiştirmektedir. Kral’ın ülkeyi oturduğu yerden yönetmesi manidardır.

Gazete karikatürleri, bağlı oldukları gazetelerin ideolojileri ve yakın oldukları siyasi oluşumların ideolojilerini yansıtmakta ve pekiştirmektedir. Gazetelerde yer alan karikatürler gazetenin ideolojisi ve egemen söylemi çerçevesinde konumlanmaktadır. Gazete karikatürleri ideolojik yönelimlerine paralel olarak kendi doğrularını gazete karikatürleri üzerinden meşrulaştırmaya çalışmakta ve ideolojinin doğallaştırma işlevi ile hegemonik bir süreçte kendi kendine işlemekte, rıza üretimi de ideoloji ve hegemonyanın çeşitli stratejileriyle sağlanmaktadır. Gazete karikatürlerinde siyasal partilere yaklaşım ile gazetelerin temsil ettikleri ideolojik konumlanış arasında bir paralellik olduğu görülmektedir. Çalışmada ele alınan gazeteler çerçevesinde yapılan çözümler doğrultusunda, gazete karikatürlerinin muhalif bir söylem üretme potansiyelinin iktidara ve egemen söyleme ne derece yakın ve uzak olduklarıyla ilişkili bir konu olduğu açıkça söylenebilir.

KAYNAKÇA

- Adaklı, G. (2009). “2002-2008: Türk Medyasında AKP Etkisi”, Uzgel, İ. ve Duru, B. (Der.), AKP Kitabı Bir Dönüşümün Bilançosu içinde, Phoenix Yayınevi, İstanbul, 559-613.
- Akca, Baştürk, Emel (2007). “‘Ege’de Sular Isındı’: Yazılı Basın Söyleminde Yunanistan’ın Ötekileştirilmesi ve Kardak Krizi”, Baştürk Akca, E. (Der.), Kimlik, Medya ve Temsil içinde, Nobel Yayınevi, Ankara, 3-48.
- Aksiyon, Karikatür esnek kanunlar nedeniyle ceza alıyor, http://www.aksiyon.com.tr/aksiyon/newsDetail_getNewsById.action?sectionId=34&newsId=14392. (Erişim Tarihi: 10 Ağustos 2009).
- Alsaç, Ü. (1994). Türkiye’de Karikatür, Çizgi Roman ve Çizgi Film, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Althusser, L. (1994). İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları, (Çev. Y. Alp ve M. Özışık), İletişim Yayınları, İstanbul.
- Althusser, L. (2006). İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları ile Birlikte Yeniden Üretim Üzerine, (Çev. A. I. Ergüden ve A. Tümertekin), İthaki Yayınları, İstanbul.
- Altun, A. (2009). Gazete Tasarımının Gelişim Süreci, Alemdar, K. (Der.), Türkiye’de Kitle İletişimi, Dün Bugün Yarın içinde, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Ankara, 100-125.
- Ardıç, A. (2009). Güneş’in Doğusu ve Batışı, Alemdar, K. (Der.), Türkiye’de Kitle İletişimi, Dün-Bugün-Yarın içinde, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Ankara, 478-490.
- Arı, B. (2008). Gırgır ve Lemana Dergileri Örneğinden 1980 Sonrası Mizah Basını ve Muhalefet Anlayışı, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Arık, B. (1998). Değişen Toplum Değişen Karikatür, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul.

- Arık, B. (2002). “Karikatür Tarihimizde Önemli Bir Dönemeç: Marko Paşa Gazetesi”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Cilt 1, İstanbul, 237-253.
- Arıkan, E (2003). Karikatür ve Toplum, [http://www.ndkarikaturvakfi.org.tr /katalog2003.htm](http://www.ndkarikaturvakfi.org.tr/katalog2003.htm), (Erişim Tarihi: 10 Nisan 2009).
- Atalay, F. ve Kalfa C. (2008). “Modern Prens’ten ‘Post-Modern’ Prens’e: Gramsci’nin Siyasal Parti Kuramı Üzerine”, Akdeniz Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt:8, Sayı:15, Mayıs, 26-49.
- Atay, K. ve Akşit, F. K. (2008). Mizahın Abisi Oğuz Aral, Doğan Kitap, İstanbul.
- Balcıoğlu, S. ve Öngören, F. (1973). 50 Yılın Türk Mizah ve Karikatürü, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- Balkaya. A. (2007) “Türk Halk Kültüründe Taşlamaya Küçük Bir Örnek”, <http://www.turkishstudies.net/dergi/cilt1/sayi5/sayi5pdf/balkayaadem.pdf?ref=http://jerli.net>, (Erişim Tarihi: 27 Mart 2010).
- Barın, E. ve Çelik A. (2004). ”Oğuz Aral ve Gırgır, Ferit Öngören ile Röportaj”, Toplumsal Tarih Dergisi, Sayı:129, Eylül, İstanbul, 18-21.
- Barrett, M. (2004). Marx’dan Foucault’ya İdeoloji, (Çev. A. Fethi), Doruk Yayınları, Ankara.
- Başdemir, C. G. (1991). “ Zamanım Varsa Kafamla Çizerim” Ali Ulvi Ersoy’la Söyleşi, Babıali Magazin Dergisi, 15 Haziran -15 Temmuz, Sayı :25, 15-18.
- Baudelaire, C. (1993). “Bilge Kişinin Ürkek Gülüşü”, Gül-Diken Mizah Kültür Dergisi, Sayı: 1, 14–15.
- Baudlaire, C. (1997). Gülmenin Özü, (Çev. İ. Yalçın), İris Yayınları, İstanbul.
- Bayram, Y. (2009). “Türkiye’de Siyasi Karikatürün Yeri ve 11’inci Cumhurbaşkanlığı Seçimine İlişkin Siyasi Karikatürlerin Çözümlemesi”, Selçuk İletişim Dergisi, Temmuz, Cilt:6, 107-123.
- Bergson, H. (1998). Gülme, (Çev. Y. Avunç), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Bezci, Ş. (2009). Bahadır Baruter’le Söyleşi, Virgül Kitap ve Eleştiri Dergisi, Mayıs-Haziran, Sayı:128, İstanbul, 76-80.

- Bildirici, F. (2001). “Birakin Çizgiler Konuşsun”, Karikatür Vakfı Arşivi, <http://www.nd-karikaturvakfi.org.tr/katalog2001.htm> (Erişim Tarihi: 20 Ekim 2009).
- Bilgin N. (2006). Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi Teknikler ve Örnek Çalışmalar, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Boratav, P. N. (1996). Nasrettin Hoca, Edebiyatçılar Derneği Yayınları, Ankara.
- Brummett, P. (2003). İkinci Meşrutiyet Basınında İmge ve Emperyalizm, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Cantek, L. (1996). Türkiye’de Çizgi Roman, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Cantek, L. (1998). “Alt Kültür, Popüler Direniş Yöntemleri, Mizah ve Resmi Kültür”, Birikim Dergisi, Ocak - Şubat Sayı 105-106, 126-133.
- Cantek, L. (2001). Markopaşa Bir Mizah ve Muhalefet Efsanesi, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Cantek, L. (2004). Çizgili Hayat Kılavuzu, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Cantek, L. (2007). “Çizgi Romanlarda Kenar Mahalle”, Cantek, L. (Der.), Çizgili Kenar Notları içinde, İletişim Yayınları, İstanbul, 7-29.
- Chomsky, N. (1999). Medya Gerçeği, (Çev. A. Yılmaz), Tüm Zamanlar Yayıncılık, İstanbul.
- Connors, J. L. (2007). “Popular Culture in Political Cartoons: Analyzing Cartoonist Approaches”, <http://journals.cambridge.org/action/displayAbstract?FromPage=online&aid=1004252>, 261-265), (Erişim Tarihi: 19 Nisan 2010).
- Coşar, A.ve Usta Ç. (2009). “Geleneksel Türk Gölge Oyununda Ana Tipler ve Dil Yergisi”, Bilig Dergisi, Güz, Sayı:51, 13-32.
- Coward R. ve Ellis J. (1985). Dil ve Maddecilik, (Çev. E. Tarım), İletişim Yayınları, İstanbul.
- Cumhuriyet (11 Mart 2010). “Selçuk'un Görüşleri, Açıklamaları ve Söyleşileri”, <http://www.cumhuriyet.com.tr/?hn=121354> (Erişim Tarihi: 25 Mart 2010).

- Çağlar A. Ş. (2005). “İki Elde Bir Sehpa”, Kandiyoti, D. ve A. Saktanber (Der.) Kültür Fragmanları Türkiye’de Gündelik Hayat içinde, Metis Yayınları İstanbul, 293-307.
- Çakır, H. (2006). “Tarihimizin İlk Mizah Dergisi Diyojen’in Kapatma Cezalarına Yine Mizahi Yoldan Gösterdiği Tepkiler”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:15, 161-172.
- Çam, Ş. (2008). Medya Çalışmalarında İdeoloji Epistemolojik ve Metodolojik Sorunlar, Deki Yayınları, Ankara.
- Çebi, M. (2002). “Günümüzde Siyasetin Medyada İnşası ve Sunumu Üzerine Bazı Dikkatler”, Gazi İletişim Dergisi, Sayı:14, 1-33.
- Çelik, B. N. (2005). İdeolojinin Soykütüğü, Marx ve İdeoloji, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Çeviker, T. (1988), “Karikatür Bıçak Sirtında” Cumhuriyet, İstanbul (10 Aralık 1988).
- Çeviker, T. (1991). Gelişim Sürecinde Türk Karikatürü 1-2-3, Adam Yayınları, İstanbul.
- Çeviker, T. (1997). Karikatür Üzerine Yazılar, İris Yayıncılık, İstanbul.
- Çoruk, A. Ş. (2008). Mizah Penceresinden Milli Mücadele, Kitabevi Yayınları, İstanbul.
- Dağı, İ. D. (1998). Kimlik, Söylem ve Siyaset Doğu Batı Ayrımında Refah Partisi Geleneği, İmge Kitabevi, Ankara.
- Dağtaş E. ve Yıldızgörür M. (2008). “Sembolik Bir Seçkin olarak Ertuğrul Özkök’ün Düşüncelerindeki Kırılmaların Dönemin Popüler Kültürü Çerçevesinde Değerlendirilmesi”, Yaylagül L. ve N. Korkmaz (Der.) Medya, Popüler Kültür ve İdeoloji içinde, Dipnot Yayınları, Ankara, 213-267.
- Danyal, N. (2004). “Sorunu Sorun Yapmak”, Karikatür Vakfı Arşivi, <http://www.nd-karikaturvakfi.org.tr/katalog2004.htm>, (Erişim Tarihi: 20 Mart 2010).
- Derdiyok, Ç. (2003). “Sadi’nin Bostan’ı ve Ezop Masalları’nda Ortak Temalar”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:12, Sayı:12, 1-14.

- Derman, H. (1984). "Mizah Dergileri ve Karikatür", Türkiye'de Dergiler ve Ansiklopediler (1849-1984) içinde, Gelişim Yayınları, İstanbul, 71-84.
- Doğan, A. E. (2009). "28 Şubat Süreci", Uzgel İ. ve Duru B. (Der.), AKP Kitabı, Bir Dönüşümün Bilançosu içinde, Phoenix Yayınları, İstanbul, 283-306.
- Doğanay, Ü. (2007). "AKP'nin Demokrasi Söylemi ve Muhafazakarlık: Muhafazakar Demokrasiye Eleştirel Bir Bakış", SBF Dergisi, 62/1, Ankara, 65-88.
- Doğru Arsan, E. (2004). "Medya- Güç- İdeoloji Ekseninde Merve Kavakçı Haberlerinin İki Farklı Sunumu", Dursun Ç. (Der.), Haber Hakikat ve İktidar İlişkisi içinde, Elips Yayınları, Ankara, 151-182.
- Dost, S. (2007). Fotoğraf ve İdeoloji: Ülkü Dergisi Örneği (1941-1950), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Duc, N. H (2004). "Mükemmel Karikatür Nedir?", Karikatür Vakfı Arşivi, <http://www.nd-karikaturvakfi.org.tr/katalog2004.htm> (Erişim Tarihi: 30 Ekim 2009).
- Dursun Ç. (2000). "Zaman : Modern ve Postmodern", Toplum ve Bilim Dergisi, Sayı:84, Bahar, Birikim Yayıncılık, Ankara, 189-212.
- Dursun, Ç. (2001). TV Haberlerinde İdeoloji, İmge Kitapevi, Ankara
- Dursun, Ç. (2004). "Haberde Gerçekliğin İnşa Edilmesi Ne Demektir?", Dursun, Ç. (Der.), Haber, Hakikat ve İktidar İlişkisi içinde, Elips Kitabevi, Ankara, 37-65.
- Eagleton, T. (2005). İdeoloji, (Çev. T. Özcan), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Eagleton, T. (2009). Eleştiri ve İdeoloji, Marksist Edebiyat Teorisi Üzerine Bir Çalışma, (Çev. S. Kılıç), İletişim Yayınları, İstanbul.
- Eco, U. (1999). Gülün Adı, (Çev: Ş. Karadeni), Can Yayınları, İstanbul.
- Ellul, J. (2004). Sözü'nün Düşüşü, (Çev. H. Aslan), Paradigma Yayınları, İstanbul.
- Erdem, M. (2007). "Kültür, Siyaset ve Karikatür: Temsil, Güç ve Direniş", Ege Üniversitesi, Uluslar arası Medya ve Siyaset Sempozyumu, Medya ve Siyaset içinde, Cilt:I, Ege Üniversitesi Yayınları, İzmir, 179-189.

- Erdoğan İ. ve Alemdar K. (2005). Öteki Kuram: Kitle İletişimine Yaklaşımların Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi, Erk Yayınları, Ankara.
- Erdoğan, R. T. (2002). 59. Hükümet Programı, 19 Mart 2002, <http://www.belgenet.com/hukümet/program/59-1.html> (Erişim Tarihi: 20 Mayıs 2009).
- Erdost, M. (2003) “İnsanın Karikatürleşmesi ve Karikatürün İnsanlaşması”, Karikatür Vakfı Arşivi, <http://www.nd-karikaturvakfi.org.tr/katalog2003.htm>, (Erişim Tarihi: 7 Haziran 2009).
- Ertuğrul, K. (2004). “Sosyal Teoride İdeolojik Kapanımları Kıırma Arayışları ve Doğu/Batı Ayrımı”, Doğu Batı Düşünce Dergisi, Sayı:30, Yıl:8, 27-42.
- Eşiğül, E. (2002). Cumhuriyet Dönemi Mizahı Üzerine Değerlendirmeli Bir Bibliyografya Çalışması, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Eyuboğlu, İ. Z. (1997). Gülen Anadolu, Pencere Yayınları, İstanbul.
- Fairclough N. (2003). “Dil ve İdeoloji”, Çoban B. (Der.), Söylem ve İdeoloji İçinde, Su Yayınları, İstanbul, 155-172.
- Fenoglio, I. ve Georgeon, F. (2007). “Sunuş” Fenoglio, I. ve Georgeon, F. (Der), Doğuda Mizah içinde, (Çev: A. Berktaş), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 7-14.
- Fidan, B. (2007). Reklam ve Karikatür, Reklam Yaratıcıları Derneği Beslenme Saati Kitapları, İstanbul.
- Fiske, John (1997). İletişim Çalışmalarına Giriş, (Çev. S. İrvan), Ark Yayınları, Ankara.
- Gençosman, K. Z. (1976). Yakın Tarihimizde Yolsuzluk ve Rüşvet Olayları, ŞDL Yayınları, İstanbul.
- Georgeon, F. (2007). “Osmanlı İmparatorluğu’nda Gülmek mi?“, Fenoglio, I. ve Georgeon, F. (Der), Doğuda Mizah içinde, (Çev: A. Berktaş), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 79-101.
- Giddens, A. (2005). Sosyal Teorinin Temel Problemleri, (Çev. Ü. Tatlıcan), Paradigma Yayıncılık, İstanbul.
- Giddens, A. (2008). Sosyoloji, Kırmızı Yayınları, İstanbul.

- Gökçe, O. (2006). İçerik Analizi Kuramsal ve Pratik Bilgiler, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Gönen, S. (2004). Prof. Dr. Saim Sakaoğlu'nun Fıkra İle İlgili Çalışmalarının Bibliyografyası, http://www.sosyalbil.selcuk.edu.tr/sos_mak/articles/2004/12/SINANGONEN.PDF, (Erişim Tarihi: 21 Temmuz 2009).
- Gönenç, L. (2007). "Arka Sokakların Dergisi Mikrop", (Der.) Cantek L., Çizgili Kenar Notları içinde, İletişim Yayınları, İstanbul, 101-127.
- Göze, A. (2000). Siyasal Düşünceler ve Yönetimler, Beta Yayınları, İstanbul.
- Gramsci, A. (1967). Aydınlar ve Toplum, (Çev. V.Günyol, F. Edgü ve B.Onaran), Örnek Yayınları, İstanbul.
- Gramsci, A. (1986). Hapishane Defterleri, (Çev. K. Somer), Onur Yayınları, İstanbul.
- Güler, Ç. ve Güler B.U. (2010). Mizah, Gülme ve Gülme Bilimi, Yazıt Yayıncılık, Ankara.
- Gümüş, G. (2009). Cafcaf Genel Yayın Yönetmeni ile Yapılmış Röportaj, <http://www.on5yirmi5.com/gencl/content.aspx?c=7067&tag=as%C4%B1m+g%C3%BCl%20tekin>, (Erişim Tarihi: 3 Mart 2010).
- Güneri, C. (2008). Sanat Alanı Olarak Mizah, Sanat Mizah ve Karikatür İlişkisi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Malatya.
- Güneş, S. (2001). Medya ve Kültür Sessiz Yığınların Kültürel İntiharı, Vadi Yayınları, Ankara.
- Güngör, N. (2008). Abdülcanbaz Turhan Selçuk'tan İnsan Manzaraları, Cumhuriyet Kitapları, İstanbul.
- Gürbilek, N. (1993). Vitrinde Yaşamak, Metis Yayıncılık, İstanbul.
- Güven, O. (2008). "Politik İdeolojinin İcat Ettiği Gelenek: Karagöz", Milli Folklor Dergisi, Sayı:79, 78-83.

- Habertürk, Abdullah Gül karikatürleri mahkemelik etti (24 Ocak 2008) <http://www.haberturk.com/medya/haber/52722-abdullah-gul-karikaturleri-mahkemelik-etti>, (Erişim Tarihi: 15 Mayıs 2010).
- Hall, S. (2002). “İdeoloji ve İletişim Kuramı”, İrvan, S. (Der.), Medya, Kültür, Siyaset içinde, Alp Yayınevi, Ankara, 101-126.
- Hall, S. (2003). “Kodlama ve Kodaçım”, Çoban, B. (Der.), Söylem ve İdeoloji içinde, Su Yayınları, İstanbul, 309-326
- Hall, S. (2005a). “İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulanın Geri Dönüşü”, Küçük, M. (Der.), Medya, İktidar, İdeoloji içinde, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 73-121.
- Hall, S. (2005b). “Kültür, Medya ve İdeolojik Etki”, Küçük, M. (Der.), Medya, İktidar, İdeoloji içinde, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 191-219.
- Hardt, H. (2005). “Eleştirel’in Geri Dönüşü ve Radikal Muhalefetin Meydan Okuyuşu: Eleştirel Teori, Kültürel Çalışmalar ve Amerikan Kitle İletişimi Araştırması”, Küçük, M. (Der.), Medya, İktidar, İdeoloji içinde, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara 15-72.
- Herman, S. E. ve Chomsky, N. (1999). Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir? Kitle İletişim Araçlarının Ekonomi Politikası, Minerva Yayınları, İstanbul.
- Hoşafçı, Ö. U. (2007). Toplumsal Muhalefet ve Mizah Dergileri: Lemah Dergisi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Husserl, E. (1997). Fenomenoloji Üzerine Beş Ders, (Çev. H. Tepe), Ankara Bilim ve Sanat, Ankara.
- Hünerli, S. (1993). Türkiye’de Gazete Karikatürünün Durumu ve Siyasi Karikatürün Söylemi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- İlikçi, K. (2003). “Toplumsal Hafıza ve Karikatür”, Karikatür Vakfı Arşivi, <http://www.nd-karikaturvakfi.org.tr/katalog2003.htm>, (Erişim Tarihi: 30 Eylül 2009).
- İnal, A. (1994). Haber Üretim Sürecine İki Farklı Yaklaşım, İLEF Yıllık 93, Sayı:3, 155-177.

- İnal, A. (1996). Haberi Okumak, Temuçin Yayınları, İstanbul.
- İnam, A. (2000). Fenomenoloji, İletişim, 8, 2000, 223-234.
- İnceoğlu Y. ve Çomak N. A. (2009). Metin Çözümlemeleri, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- İnuğur, M. N. (2002). Basın ve Yayın Tarihi, Der Yayınları, İstanbul.
- İşsevenler, O. V. ve Tek, A. (2009). 29 Mart 2009 Yerel Seçimlerinde Siyasal İletişim Uygulamaları, TASAM Siyasal İletişim Enstitüsü, http://www.siyasaliletisim.org/pdf/29Mart_YerelSecimleriStratejikRaporu.pdf, (Erişim Tarihi: 20 Mart 2010).
- Kalçık, T. (2007). Televizyonda Siyasal Propaganda ve AKP, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Kapani, M. (2001). Politika Bilimine Giriş, Bilgi Yayınevi, Ankara.
- Karakurt, S. (2002). “Penguen Geliyor”, Hürriyet Gazetesi, 14 Eylül 2002, [http:// arama.hurriyet.com.tr/arsivnews.aspx?id=97476](http://arama.hurriyet.com.tr/arsivnews.aspx?id=97476), (Erişim Tarihi: 1 Ocak 2010).
- Kaya, F. (2005). Yerel Gazetelerin Okuyucularının Siyasi Tercihlerine Etkisi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta.
- Kayış Y. (2009). Demokrat Parti Döneminde Siyasi Karikatür, Libra Kitap, İstanbul.
- Kazancı, M. (2002). “Althusser, İdeoloji ve İletişimin Dayanılmaz Ağırlığı”, SBF Dergisi, Mart, Sayı:55, 55-87.
- Kılıçarslan Ç. E. (2008). Siyasal İletişim İdeoloji ve Medya İlişkisi, Kriter Yayınevi, İstanbul.
- Kocaman, A. (1996). Dilbilim Söylemi, Söylem Üzerine, Hitit Yayınevi, Ankara.
- Koestler, A. (1999). Mizah Yaratma Eylemi, (Çev. Kabakçoğlu Ö.), İris Yayınları, İstanbul.
- Koloğlu, O. (2009). “Cumhuriyetten Günümüze Muhalif Basın”, Alemdar, K. (Der.) Türkiye’de Kitle İletişimi, Dün, Bugün, Yarın içinde, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Ankara, 52-63.

- Konduk, K. (1986). “Mizahın Türü Toplumun Yapısına Bağlıdır”, Yankı Haftalık Haber Dergisi, Sayı:797, 7-13 Temmuz, 24-25.
- Korat, G. (2007). “Sınır Çizgisi”, Cantek, L. (Der.) Çizgili Kenar Notları içinde, İletişim Yayınları, İstanbul, 57-65.
- Kutay, C. (1998). Nelere Gülerlerdi?, Aksoy Yayıncılık, İstanbul.
- Laclau, E. (1998). İdeoloji ve Politika, Belge Yayınları, İstanbul.
- Lekesiz, Ö. (2003). Hasan Aycın Çizgilerinden Örneklerle Çizgi Sanatında Dil ve Mesaj, Hece Yayınları, Ankara.
- Lent, J. A. (2004). Karikatür ve Mizah, [http://www.nd-karikaturvakfi.org.tr /katalog2004.htm](http://www.nd-karikaturvakfi.org.tr/katalog2004.htm), (Erişim Tarihi: 20 Mart 2009).
- Lull J. (2001). Medya, İletişim, Kültür, (Çev. N. Güngör), Vadi Yayınları. Ankara.
- Mardin, Ş. (1992). Türk Modernleşmesi (Makaleler 4), İletişim Yayınları, İstanbul.
- Marshall G. (1999). Sosyoloji Sözlüğü, (Çev: O. Akınhay ve D. Kömürcü), Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Marx, K. ve Engels, F. (2003). Alman İdeolojisi (Feuerbach), Eriş Yayınları, İstanbul.
- McLellan, D. (1999). İdeoloji, (Çev. E. Özkaya), Doruk Yayınları, Ankara.
- Memecan, S. (1996). “Bizimcity Nedir?”, Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı 2, Yeni Türkiye Medya Yayınları, Yıl:2, Sayı:12, 1441-1443.
- Meyer T. (2002). Medya Demokrasisi, Medya Siyaseti Nasıl Sömürgeleştirir, (Çev: A. Fethi), İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- Milliyet Gazetecilik Anayasası, [http://kurumsal.milliyet.com.tr/ kurumsal_ yonetim_ menu_1_3.asp](http://kurumsal.milliyet.com.tr/kurumsal_yonetim_menu_1_3.asp), (Erişim: 15 Mayıs 2009).
- Milliyet Gazetesi (17 Mart 2009). Erbil'den Canlı Yayında AKP isyanı!, <http://www.milliyet.com.tr/default.aspx?aType=SonDakika&ArticleID=1072181>, (Erişim Tarihi: 19 Mayıs 2009).
- Milliyet Gazetesi (24 Ocak 2008) “Abdullah Gül Karikatürleri Mahkemelik Etti”, <http://www.haberturk.com/medya/haber/52722-abdullah-gul-karikaturleri-mahkemelik-etti>, (Erişim Tarihi: 15 Mayıs 2009).

- Mills, S. (2003). "Söylem ve İdeoloji", Çoban B. ve Özarslan Z. (Der.), Söylem ve İdeoloji, Mitoloji-Din-İdeoloji İçinde, (Çev. Z.Özarslan), Su Yayınları, İstanbul, 113-130.
- Moles, A. A. (1986). "İletişim Olarak Karikatür", Topuz H. (Der.) İletişimde Karikatür ve Toplum içinde, Anadolu Üniversite Basımevi, Eskişehir, 1-5.
- Morreal, J. (1997). Gülmeyi Ciddiye Almak, (Çev. Arsevener K. ve Ş. Soyer), İris Yayınevi, İstanbul.
- Mumby, D. K. (2004). "İdeoloji ve Anlamın Toplumsal İnşası: Bir İletişim Bakış Açısı", Dün, Bugün, Yarın İdeolojiler 3, (Çev: Ç. Dursun), Doğu Batı Düşünce Dergisi, Sayı:30, Ankara, 123-143.
- Nesin, A. (2001). Cumhuriyet Dönemi Türk Mizahı, Çeviker T. (Yay. Haz.), Adam Yayınları, İstanbul.
- Nişancı, Ş. (2005). Sivil İtaatsizlik, Okumuş Adam Yayınları, İstanbul.
- Oktay, A. (1987). Toplumsal Değişme ve Basın, B/F/S Yayınları, İstanbul.
- Oktay, A. (2002). Türkiye'de Popüler Kültür, Everest Yayınları, İstanbul.
- Oliphant, P. (2004). "Why Political Cartoons are Losing Their Influence", Nieman Reports The Nieman Foundation For Journalism At Harvard University, 25-28.
- Oral, T. (1998). Yaza Çize, İris Yayınevi, İstanbul.
- Oral, T. (2001). Politika ve Çizerler, Karikatür Vakfı Arşivi, <http://www.nd-karikaturvakfi.org.tr/katalog2001.htm>, (Erişim Tarihi: 15 Mayıs 2009).
- Oskay, Ü. (1943). "Popüler Kültür Açısından "İdeoloji" Kavramına İlişkin Yeni Yaklaşımlar", Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, Cilt: 35, Sayı: 1, 197-253.
- Öktem, A. (2010). Mizah Dergileri ve Edebiyat, Varlık Dergisi , Sayı:1230, 3-7.
- Önderoğlu, E. (2008). Adalet Bakanlığı, İki Çizer için 5,5 Yıl Hapis İstedi <http://bianet.org/bianet/bianet/104417-adalet-bakanligi-iki-cizer-icin-5-5-yil-hapis-istedi>, (Erişim Tarihi: 20 Mart 2010).
- Öngören, F. (1983). Cumhuriyet Dönemi Türk Mizahı ve Karikatürü, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Ankara.

- Öngören, F. (1996). “Medya ve Mizah”, Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı 2, Yeni Türkiye Medya Yayınları, Yıl:2, Sayı:12, 1438-1440.
- Öngören, F. (2004). “Osmanlı Mizahı Selçuklu’dan Meşrutiyet’e”, Toplumsal Tarih Dergisi , Şubat, Sayı, 122, 66-71.
- Örs, H. B. (2008). 19. Yüzyıldan 20. Yüzyıla Modern Siyasal İdeolojiler, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Özbek, S. (2000). İdeoloji Kuramları, Bulut Yayınları, İstanbul.
- Özcan, Ö. (2002). Türk Edebiyatında Hiciv ve Mizah (Yergi ve Gülmece), İnkılap Yayınları, İstanbul.
- Özer, A. (1985). Reklamlarda Karikatürün Kullanımı, Anadolu Üniversitesi Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.
- Özer, A. (1996). Gazete Karikatürçülüğü ve Geleceği “Türk Alman Karikatür Buluşması” Adlı Programda Yer Alan Sempozyum Bildirisi, Alman Kültür Merkezi, Ankara/15-18Mart, <http://home.anadolu.edu.tr/~aozer/makaleler/2.htm>, (Erişim Tarihi: 20 Mart 2010)
- Özer, A. (2001). Siyaset ve Karikatür 7. Uluslararası Ankara Karikatür Festivali Sempozyum Bildirisi, 4-8 Mayıs 2001 The British Council Ankara, <http://home.anadolu.edu.tr/~aozer/makaleler/7.htm>, (Erişim Tarihi: 20 Mart 2010).
- Özer, A. (2004). “Karikatür, Popüler Kültür ve Popüler Karikatür”, Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi, <http://yayim.meb.gov.tr/dergiler/sayi57/ozet.htm>. (Erişim Tarihi: 15 Mayıs 2009).
- Öztürk, A. (1985). Türk Anonim Edebiyatı, Bayrak Yayınları, İstanbul.
- Riches, D. (1998). Şiddet Olgusu, Antropolojik Açıdan Şiddet, (Çev: D. Hattatoğlu), İstanbul, Ayrıntı Yayınları.
- Rozental, İ. (2002). Karikatürün 20. Yüzyıldaki Rolü, Karikatür Vakfı Arşivi <http://www.nd-karikaturvakfi.org.tr/yiruzkar.htm>.
- Sabah, (29 Ekim 2006) 'Fermuar' açıldı mizah sokağa yayıldı, http://arsiv.sabah.com.tr/2006/10/29/gny/gny_111-20061029-200.html, (Erişim Tarihi: 5 Ocak 2010).

- Sakal, F. (2007). "Bir Tek Parti Politikacısının Propaganda Konuşmaları: Hilmi Uran Örneği", *Turkish Studies, International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 2(4), 1319-1328.
- Sancar, S. (2008). *İdeolojinin Serüveni Yanlış Bilinç ve Hegemonyadan Söyleme*, İmge Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Schiller, H. I. (1993). *Zihin Yönlendirenler*, (Çev. C. Cerit), Pınar Yayınları, İstanbul.
- Scott, J. C. (1995). *Tahakküm ve Direniş Sanatları*, (Çev. A. Türker), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Selçuk, T. (1979). *Söz Çizginin*, Milliyet Yayınları, İstanbul.
- Shoemaker, P. ve Reese, S. D. (2002). "İdeolojinin Medya İçeriği Üzerindeki Etkisi", İrvan, S. (Der.), *Medya, Kültür, Siyaset içinde*, Alp Yayınevi, Ankara, 127-178.
- Slack, D. J. ve Allor M. (1997). "Eleştirel İletişim Araştırmalarının Politik ve Epistemolojik Kökenleri", *İLEF Yıllık 94*, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Ankara, 263-274.
- Sözen, E. (1999). *Söylem*, Paradigma Yayınları, İstanbul.
- Speedling, J. (2004). *Metaphorical Representations of Character and Issues in Political Cartoons on the 2004 Presidential Debates*, Johns Hopkins University in conformity with the requirements for the degree of Master of Arts thesis, advanced.jhu.edu/media/files/Speedling_thesis_Spring_2005.pdf, Washington, (Erişim Tarihi: 19 Nisan 2010).
- Star Gazetesi, (4 Şubat 2009), *Çarşaf açılımı CHP'nin elinde patladı* <http://www.stargazete.com/politika/flas-carsaf-acilimi-chpnin-elinde-patladi-haber-166897.htm>, (Erişim Tarihi: 27 Mart 2009).
- Stevenson, N. (2008). *Medya Kültürleri, Sosyal Teori ve Kitle İletişimi*, Ütopya Yayınevi.
- Şenyapılı, Ö. (2003). "Onursal Toplumbilimciler", *Karikatür Vakfı Arşivi*, <http://www.nd-karikaturvakfi.org.tr/katalog2003.htm>.

- Tanilli, S. (2001). “Karikatürümüzün Siyasal Çizgisi”, Karikatür Vakfı Arşivi, <http://www.nd-karikaturvakfi.org.tr/katalog2001.htm>
- Tellan, B. (2009a). “Cumhuriyet Olayı: Kemalistler Cemalistlere Karşı”, Alemdar K. (Der.), Türkiye’de Kitle İletişimi, Dün-Bugün-Yarın içinde, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Ankara, 539-544.
- Tellan, B. (2009b). “Ali Naci Karacan ve Milliyet”, Alemdar K. (Der.), Türkiye’de Kitle İletişimi, Dün-Bugün-Yarın içinde, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Ankara, 82-86.
- Topuz, H. (1986). İletişimde Karikatür ve Toplum, Bölge Kitap Kulübü Yayınları, Eskişehir.
- Topuz, H. (1996). Karikatür ve İletişim, Karikatür Vakfı Yayınları, Ankara.
- Topuz, H. (1997). Başlangıcından Bugüne Dünya Karikatürü, İnkılap Kitabevi, İstanbul.
- Topuz, H. (2003). II. Mahmut’tan Holdingleri Türk Basın Tarihi, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Tunç, A. (2000). Siyasi Karikatüristlerin Demokrasi Sürecindeki İşlevleri, <http://www.nd-karikaturvakfi.org.tr/yiryuzkar.htm>.
- Tunç, H. (1997). Parlamento İçi Muhalefet, Cemre Yayınları, Konya.
- Turgut, N. (1984). Siyasal Muhalefet, Birey ve Toplum Yayınları, Ankara.
- Türkmen, F. ve Yeniasır, M. (2000). Kıbrıs Türk Edebiyatında Yer Alan Mizahi Şiirler Üzerine Bir Değerlendirme, http://tdae.ege.edu.tr/files/fikretturkmen_mustafayeniasir.doc, (Erişim Tarihi: 25 Mart 2010).
- Uslu, A. (2004). Karikatür ve Popüler Kültür Soruşturması, Bilim ve Aklın Aydınlanışında Eğitim Dergisi, Yıl:5, Sayı:57, <http://yayim.meb.gov.tr/dergiler/sayi57/sorusturma3.htm>.
- Uzgel, İ. (2009). “AKP: Neoliberal Dönüşümün Yeni Aktörü”, Uzgel İ. ve Duru B. (Der.), AKP Kitabı Bir Dönüşüm Bilançosu içinde, Phoenix, İstanbul, 11-39.

- Van Dijk, T. (2003). "Söylem ve İdeoloji, Çokanlamlı Bir Yaklaşım", Çoban B. ve Özarıslan Z. (Der.) Söylem ve İdeoloji içinde, (Çev. N. Ateş), Su Yayınları, Ankara, 13-112.
- Van Dijk, T. A. (2005). "Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları", Küçük, M. (Der.), Medya, İktidar, İdeoloji içinde, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 315-375.
- Vatan Gazetesi, (17 Mart 2009), Canlı yayında AKP isyanı <http://habergazetevatan.com/haberdetay.asp?Newsid=228413>, (Erişim Tarihi: 19 Mayıs 2009).
- Qassim, Andreas (2007) Arab Political Cartoons. The 2006 Lebanon War. unpublished paper Lunds University (www.andreasqassim.com/download/MA_thesis.pdf), (Erişim Tarihi: 19 Nisan 2010).
- Watson, A. N. (2003). "Karikatür Toplumun Aynasıdır", Karikatür Vakfı Arşivi, <http://www.nd-arikaturvakfi.org.tr/katalog2003.htm>, (Erişim Tarihi: 15 Kasım 2009).
- Williams R. (1993) Kültür, (Çev. S. Aydın), İmge Kitabevi, Ankara.
- Williams, R. (1990). Marksizm ve Edebiyat, (Çev. E. Tarım), Adam Yayınları, İstanbul.
- Wilson J. (2003). Politik Söylem, Çoban, B. (Der.), Söylem ve İdeoloji içinde, Su Yayınları, İstanbul, 131-154.
- Wolff, K. H. (2006). Fenomenoloji ve Sosyoloji, (Çev. H. Rızatepe), Sosyolojik Çözümlemenin Tarihi II. İçinde, Kırmızı Yayınları, İstanbul, 705-784.
- Yağlı, S. (2009). "Direne(meye)n Aktörlerin Galibiyetsiz Savaşımı: Gerçeklik ve Medyadaki İnşası", Parlak, İ. (Ed.), Medyada Gerçekliğin İnşası: Türk Medya Söylemine Eleştirel Bir Bakış içinde, Çizgi Kitapevi, Konya, 1-76.
- Yalçınkaya C. (2007). "Cihangir'de Bi Evimiz Vardı: L-Manyak ve Lombak'ta Cihangir Temsilleri", Cantek L. (Der.), Çizgili Kenar Notları içinde, İletişim Yayınları, İstanbul, 129-145.

- Yavaşgel, E. (2009). “Habermas Dersleri, Çağcıl Bir Demokrasi kuramı Denemesi”, İnceoğlu Y. ve Çomak N. (Der.), *Metin Çözümlemeleri içinde*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 99-182.
- Yayla, A. (2002). *Siyaset Teorisine Giriş*, Liberte Yayınları, Ankara.
- Yaylagül, L. (2010). *Kitle İletişim Kuramları, Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*, Dipnot Yayınları, Ankara.
- Yılmaz, M. (2007). “İlmli İslam ve Muhafazakâr Demokrasi Ak Parti Örneği”, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Yücebaş, H. (1959). *Karikatür Üstatlarımız Cem ve Ramiz: Hayatları-Karikatürleri*, Nuri Dizerkonca Matbaası, İstanbul.
- Yücel, Y. G. (2008). “1972-1980 Yılları Arasında Bir Mizah Dergisi: Gırgır’da Yoksulluk Temsiliyetleri”, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli.
- Zizek, S. (2005). *Yamuk Bakmak, Popüler Kültürden Jacques Lacan’a Giriş*, (Çev. T. Birkan), Metis Yayınları, İstanbul.