

**TÜRKİYE GÜNDEMİNE ELEŞTİREL
BİR YAKLAŞIM OLARAK KARİKATÜR:
PENGUEN DERGİSİ ÖRNEĞİ**

Hıdır POLAT

**Yüksek Lisans Tezi
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı
Doç. Dr. Raci TAŞCIOĞLU**

2015

Her Hakkı Saklıdır

**T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI**

Hıdır POLAT

**TÜRKİYE GÜNDEMİNE ELEŞTİREL BİR YAKLAŞIM OLARAK
KARİKATÜR: PENGUEN DERGİSİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**TEZ YÖNETİCİSİ
Doç. Dr. Raci TAŞCIOĞLU**

ERZURUM - 2015



T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ



TEZ BEYAN FORMU

10/06/2015

SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

BİLDİRİM

Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğine göre hazırlamış olduğum "Türkiye Gündemine Eleştirel Bir Yaklaşım Olarak Karikatür: Penguen Dergisi Örneği" adlı tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kağıt ve elektronik kopyalarının Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

Lisansüstü Eğitim-Öğretim yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim.

- Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
 Tezim/Raporum sadece Atatürk Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
 Tezimin/Raporumun 3 yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

10.06.2015

Hıdır POLAT



T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



TEZ KABUL TUTANAĞI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Doç. Dr. Raci TAŞCIOĞLU danışmanlığında, Hıdır POLAT tarafından hazırlanan bu çalışma 10 / 06 / 2015 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Doç. Dr. Raci TAŞCIOĞLU

İmza: 

Jüri Üyesi : Doç. Dr. Derya TELLAN

İmza: 

Jüri Üyesi : Yrd. Doç. Dr. Şakir EŞİTTİ

İmza: 

Yukarıdaki imzalar adı geçen öğretim üyelerine aittir. / /

Prof. Dr. Mustafa YILDIRIM
Enstitü Müdürü

İÇİNDEKİLER

ÖZET	IV
ABSTRACT	V
KISALTMALAR VE SİMGELER DİZİNİ	VI
ŞEKİLLER DİZİNİ	VII
TABLolar DİZİNİ	IX
ÖNSÖZ	X
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ ETKİLERİ VE GÜNDEM BELİRLEME KURAMI

1.1. KİTLE VE KİTLE İLETİŞİMİ	7
1.2. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI	9
1.2.1. Kitle İletişim Araçlarının (KİA) İşlevleri.....	10
1.3. KİTLE İLETİŞİM KURAMLARINDA ETKİ ARAŞTIRMALARI	14
1.3.1. Güçlü Etkiler Dönemi (1920-1940)	14
1.3.2. Sınırlı Etkiler Dönemi (1940-1960)	17
1.3.3. Güçlü Etkilere Geri Dönüş (1960 – Günümüz).....	19
1.4. GÜNDEM BELİRLEME KURAMI	20
1.4.1. Gündem Belirlemenin Düşünsel Temelleri ve Yapılan İlk Çalışmalar.....	23
1.4.2. Gündem Belirlemeyi İçeren Araştırmaların Yoğunlaşması	29
1.4.3. Gündem Belirlemede İkinci Aşama Çalışmaları: Çerçeveleme ve Öne Çıkarma	31
1.4.3.1. Çerçeveleme (Framing)	32
1.4.3.2. Öne Çıkarma (Priming)	34
1.4.4. Gündem Belirleme Süreci ve Unsurları	36
1.4.4.1. Kitle İletişim Araçları (Medya) Gündemi	38
1.4.4.2. Kamu Gündemi.....	42
1.4.4.3. Politika Gündemi	46
1.5. KAMUOYU VE KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI İLİŞKİSİ	48

İKİNCİ BÖLÜM

KARİKATÜR

2.1. MİZAH KAVRAMI.....	54
2.2. MİZAH TÜRÜ OLARAK KARİKATÜR.....	55
2.3. KARİKATÜRÜN TARİHSEL GELİŞİM SÜRECİ.....	58
2.3.1. Dünya’da Karikatür	58
2.3.2. Türkiye’de Karikatür	62
2.3.2.1. Tanzimat’tan İstibdat’a Türk Karikatürü.....	63
2.3.2.2. İstibdat’tan – Meşrutiyet’e Türk Karikatürü	66
2.3.2.3. Meşrutiyet’ten – Kurtuluş Savaşı’na Türk Karikatürü	68
2.3.2.4. Kurtuluş Savaşı’ndan Cumhuriyet’e Türk Karikatür	70
2.3.2.5. Cumhuriyet’ten - Günümüze Türk Karikatürü	73
2.3.2.5.1. 1923-1950 Dönemi Türk Karikatürü	73
2.3.2.5.1.1. Marko Paşa Dönemi	75
2.3.2.5.2. 1950-1960 Dönemi Türk Karikatürü	76
2.3.2.5.3. 1960-1970 Dönemi Türk Karikatürü.....	78
2.3.2.5.4. 1970-1980 Dönemi Türk Karikatürü.....	79
2.3.2.5.5. 1980-1990 Dönemi Türk Karikatürü.....	81
2.3.2.5.6. 1990’dan Günümüze Türk Karikatürü	83
2.4. KARİKATÜR TÜRLERİ.....	87
2.4.1. Siyasi Karikatür.....	88
2.4.2. Siyasi Karikatürün Konusu ve Görevleri.....	89

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

PENGUEN DERGİSİ KAPAK KARİKATÜRLERİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL

ANALİZİ

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ	94
3.2. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE SINIRLILIKLARI.....	94
3.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	96
3.4. GÖSTERGEBİLİM	96

3.5. KARİKATÜRLERİN GÖSTERGEBİLİM YÖNTEMİYLE	
ÇÖZÜMLENMESİ	101
3.5.1. Politik Liderlerin Söylemlerinden Oluşan Gündem Karikatürleri	102
3.5.2. Yasama ve Yürütme Organlarının Karar ve Uygulamalarından Oluşan Gündem Karikatürleri.....	129
SONUÇ.....	152
KAYNAKÇA	158
ÖZGEÇMİŞ.....	167

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TÜRKİYE GÜNDEMİNE ELEŞTİREL BİR YAKLAŞIM OLARAK
KARİKATÜR: PENGUEN DERGİSİ ÖRNEĞİ

Hıdır POLAT

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Raci TAŞCIOĞLU

2015, 167 sayfa

Jüri: Doç. Dr. Raci TAŞCIOĞLU
Doç. Dr. Derya TELLAN
Yrd. Doç. Dr. Şakir EŞİTTİ

Tez çalışması, karikatürün bir kitle iletişim aracı olarak Türkiye gündemini, halkı siyasal, toplumsal, ekonomik yönden etkileyen konulardan hareketle belirlediği ve belirlenen gündeme karikatürün doğası gereği eleştirel yaklaştığı varsayımı üzerine inşa edilmiştir. Bu kapsamda tezin amacı, bu varsayımı destekleyecek bulgulara ulaşmaktır. Tezin amacı doğrultusunda; birinci bölümde kitle iletişim araçlarının gündemi nasıl ve niçin belirlediği ele alınırken, ikinci bölümde karikatürün genel yapısı ve siyasi karikatür incelenmiştir. Son bölümde Penguen dergisi kapak karikatürleri göstergebilim yöntemi ile çözümlenmiştir. Penguen dergisinin seçilmesinin sebebi, Penguen'in karikatürün doğasına uygun olarak eleştirel ve muhalif bir kimliğe sahip olmasıdır. Bunun yanı sıra inceleme alanını kapak karikatürlerinin oluşturmasının sebebi ise, Penguen dergisinin Türkiye gündemini kapak karikatürlerinde belirlemesinden kaynaklanmaktadır. Bu kapsamda, 12 Haziran 2011 Genel Seçimlerinden sonraki bir yıllık (09 Haziran 2011-07 Haziran 2012) süreçteki siyasal karikatürler inceleme alanını oluşturmuştur.

Penguen dergisi bu süreçte; seçimler, zamlar, terör olayları, şehir tiyatrolarının özelleştirilmesi, muhalif gazetecilerin tutuklanması, orantısız güç kullanımı, kürtaj ve sezeryan yaklaşımı, internet yasağı, eğitim sisteminde sürekli değişimler, ÖSYM skandalları, atanamayan öğretmenler, deprem vergileri, kadına şiddet vb. gibi konularda politik liderlerin halkın çıkarlarına aykırı söylemleri ve iktidarın bu konulardaki karar ve uygulamalarını Türkiye'nin gündemi haline getirmiştir. Sonuç olarak söylenebilir ki, Penguen dergisi gündem konularını, halkın çıkarlarına olumsuz etki yapan konulardan seçerek, alternatif bir medya gibi işlev görmüş ve Türkiye gündemini eleştirel bir yaklaşımla ele almıştır.

Anahtar Kelimeler: Karikatür, İktidar, Gündem Belirleme, Eleştirel Yaklaşım, Penguen Dergisi.

ABSTRACT**MASTER'S THESIS****CARICATURE AS A CRITICAL APPROACH TO TURKISH AGENDA:
PENGUEN MAGAZINE EXAMPLE****Hıdır POLAT****Advisor: Doç. Dr. Raci TAŞCIOĞLU****2015, Page: 167****Jury: Assoc. Prof. Dr. Raci TAŞCIOĞLU****Assoc. Prof. Dr. Derya TELLAN****Assist. Prof. Dr. Şakir EŞİTİ**

This thesis study is constructed upon the assumption which suggests that as a mass media, caricature determines the Turkey agenda with reference to the issues that affect the society politically, socially and economically, and by its nature, it approaches critically to this agenda. In this context the purpose of the thesis is to achieve to data that will support this assumption. In the direction of this purpose, in the first part how and why mass media determines the agenda is discussed, while in the second part the general features of caricature and political caricature is analyzed.

In the last part, the cover caricatures of Penguen magazine are analyzed with semiotics method. The reason for choosing Penguen magazine is that it has a character that is critical and objector in general by nature of caricature. Besides this, the reason for research area to be constructed by cover caricatures is that Penguen magazine determines the Turkish agenda by its cover caricatures. In this context, the political caricatures of the one-year period (June 9, 2011 –June 7, 2012) after the general elections on June 12, 2011 composed the research area. During this process, Penguen magazine made declarations that are against the profit of political leaders such as elections, terror attacks, privatization of city theatres, arrest of objector journalists, unproportional force, approach to abortion and caesarean, internet ban, constant changes in education system, scandals of ÖSYM, teachers who could not be appointed, earthquake taxes, violence to women, and the decisions and applications of the power, Turkey's agenda. In a conclusion, it can be said that Penguen magazine has chosen its agenda topics from matters that affect adversely to public profits; thus it has functioned as media and has handled Turkish agenda with a critical approach.

Key Words: Caricature, Potency, Agenda Setting, Critical Approach, Penguen Magazine.

KISALTMALAR VE SİMGELER DİZİNİ

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AKP	: Adalet ve Kalkınma Partisi
CBS	: Columbia Broadcasting System
CHP	: Cumhuriyet Halk Partisi
Çev.	: Çeviren
Der.	: Derleyen
DP	: Demokrat Parti
Ed.	: Editör
Haz.	: Hazırlayan
KİA	: Kitle İletişim Araçları
MİT	: Milli İstihbarat Teşkilatı
NBC	: National Broadcasting Company
Para.	: Paragraf
RTÜK	: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
s.	: Sayfa
ss.	: Sayfa Sayısı
TDK	: Türk Dil Kurumu
t.y.	: Tarih Yok
vb.	: Ve Benzeri

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1.1. Laswell'in Doğrusal İletişim Modeli.....	16
Şekil 1.2. Gündem Koyma ve Saptama Modeli.....	22
Şekil 1.3. Gazete ve Seçmen Gündemleri Arasındaki Çapraz Bağlantılar	26
Şekil 1.4. Gündem Belirleme Sürecinin Başlıca Unsurları.....	36
Şekil 1.5. Kitle İletişim Araçlarının Çevresi.....	38
Şekil 2.1. Diyojen'in Yayınladığı İlk Karikatür	64
Şekil 3.1. Pierce'nin Anlam Öğeleri	98
Şekil 3.2. Saussure'un Anlam Öğeleri.....	100
Şekil 3.3. Hep Aynı Son (09 Haziran 2011)	102
Şekil 3.4. Balkon Şov (18 Haziran 2011)	104
Şekil 3.5. Geri Çekme Yöntemi (23 Haziran 2011)	105
Şekil 3.6. Hani Her Şey Güzel Olacaktı (30 Haziran 2011)	107
Şekil 3.7. Terörün Bitmediği Yerdeyiz (21 Temmuz 2011).....	108
Şekil 3.8. Lüks Ev Alma Komşu Al (18 Ağustos 2011).....	109
Şekil 3.9. Öpücem Öpücem Dedim Sana (15 Eylül 2011)	111
Şekil 3.10. Zamlar Oldu Bittiye Geldi (20 Ekim 2011).....	112
Şekil 3.11. Double Pişkinlik (03 Kasım 2011)	113
Şekil 3.12. Dersim'iz Polemik (01 Aralık 2011)	115
Şekil 3.13. Özgürlük Var Ama Bize Kadar (12 Ocak 2012)	116
Şekil 3.14. Ya Dindar Ya Tinerici (09 Şubat 2012)	117
Şekil 3.15. Tatilde Dayak Keyfi (08 Mart 2012).....	119
Şekil 3.16. Gerekeni Yaptık (29 Mart 2012)	120
Şekil 3.17. Sağlıklı Yaşam Koçu (12 Nisan 2012)	121
Şekil 3.18. Özelleştirme Oyunu Sahnede (03 Mayıs 2012).....	123
Şekil 3.19. Sanata Tayyipsel Bakış (10 Mayıs 2012)	124
Şekil 3.20. Başkanlık Çok Güzel Seçsenize (24 Mayıs 2012).....	125
Şekil 3.21. Gündem Avcısı (31 Mayıs 2012).	126
Şekil 3.22. Ben Bilmem Tayyip Bilir (07 Haziran 2012).....	127
Şekil 3.23. Yanlışlar Rıhtımı (11 Ağustos 2011).....	129

Şekil 3.24. www. Testbirkideneme... (25 Ağustos 2011).....	131
Şekil 3.25. Kış Geldi Böyle Oldu (06 Ekim 2011).....	132
Şekil 3.26. Aradığımız Vergiye Şuan Ulaşamıyor (27 Ekim 2011).....	133
Şekil 3.27. Doğal Afet Polisi (17 Kasım 2011).....	135
Şekil 3.28. Atama İzindeyiz Atam (24 Kasım 2011).....	136
Şekil 3.29 Karakolda Dayak Var Cevriyem (15 Aralık 2011).....	137
Şekil 3.30. Sekiz Kat Kat (22 Aralık 2011).....	139
Şekil 3.31. Gece Tarifesi (29 Aralık 2011).....	140
Şekil 3.32. Kaza Bombası (05 Ocak 2012).....	141
Şekil 3.33. Neye Baksak Seks (19 Ocak 2012).....	143
Şekil 3.34. Yargıtayyip, Danıştayyip, Sayıştayyip (15 Şubat 2012).....	144
Şekil 3.35. Dünyanın En Hızlı Onay Veren Kovboyu (23 Şubat 2012).....	146
Şekil 3.36. Dört Dörtlük Değişim (01 Mart 2012).....	147
Şekil 3.37. Benzam (05 Nisan 2012).....	149
Şekil 3.38. Sanat Bizim İşimiz (19 Nisan 2012).....	150

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1. Politik Liderlerin Söylemlerinden Oluşan Gündem Karikatürlerinin Konu Dağılımları.....	155
Tablo 2. Yasama ve Yürütme Organlarının Karar ve Uygulamalarından Oluşan Gündem Karikatürlerinin Konu Dağılımı.....	157

ÖNSÖZ

Alternatif bir medya ortamı ve güçlü bir siyasal muhalefet aracı olarak kabul edilen karikatür ve karikatür dergileri, bir araştırma alanı olarak oldukça ilgi çekici bir yapıya sahip olduğundan bu tez çalışmasının konusunu oluşturmaktadır. Bir kitle iletişim kuramı ile karikatürü Türkiye gündemi bağlamında çalışabilmeme olanak sağlayan, bu konuyu belirlememde ve bu çalışmayı başarılı bir şekilde yürütmemde desteklerini esirgemeyen tez danışmanım Doç. Dr. Raci TAŞCIOĞLU'na teşekkürlerimi sunuyorum.

Çalışmam esnasında benden hiçbir zaman maddi ve manevi desteğini esirgemeyen kız arkadaşım Esra ŞİMŞEK'e, değerli dostlarım Okay KINIK, Eser-Duygu KARADENİZ, Birhan BİLGİN, Sezer-Gülşen AYDIN ve CebraİL BATMAZ'a teşekkür ederim. Aynı zamanda tez çalışmam boyunca misafirperverliğini benden esirgemeyen değerli dostum Sezgin ATEŞ'e teşekkürlerimi sunuyorum.

Son olarak yaşadıkları tüm zorluklara rağmen yılmadan, yorulmadan emekleriyle beni bugünlere taşıyan annem Dilfuz POLAT ve babam Mehmet POLAT'a sonsuz teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Erzurum – 2015

Hıdır POLAT

GİRİŞ

Arık'a (1998:56) göre, karikatür muhalif partiler üstü olmalı ve iktidarı sürekli rahatsız etmelidir. Karikatürçü, iktidarın yanında yer alırsa karikatürün içindeki komik unsur kendisi olur. Karikatürçü iktidara karşı halkın yanında yer alıp, iktidara karşı muhalif olduğu sürece gerçek karikatürçü olacaktır. Bu kapsamda eğlendirme eylemi, karikatürçü için bir araç olmalıdır. Halkın çıkarlarını elindeki tek gücü kullanarak iktidara karşı savunan karikatürçü gerçek karikatürçüdür ve bu anlamda karikatür gerçek bir halk sanatıdır.

Karikatürü sanat yapan şey, kullandığı araç değil, taşıdığı araçtır. Karikatür sanatının amacı, yaşananları eleştirerek, bunlar üzerine bir tartışma alanı oluşturmaktır. Bu da bir çözümlenmeye (analize) yönelmek demektir. Yaşantıları oluşturan imgesel öğeleri önce ayrıştırmak ve bunları sosyolojik, psikolojik ve politik yapının bir eleştirisi haline dönüştürerek, yeni bir kompozisyon yaratmaktır. Karikatürü sanat yapan şey de oluşturulan kompozisyonu duyumsatmak ve duyumsatılmasını başarmaktır (Sümer, (t.y.), para. 9-11). Karikatür insanların, kurumların, toplumların ve ülkelerin yanlışlarını, çelişkilerini ve alışılmadık yönlerini karikatürün eleştirisi nesnesi olarak ele alır ve mesaj olarak tekrar insanlara yansıtır. Karikatür yapısı gereği kişileri ve olayları işlerken mutlaka abartır, bozar ve gülünçleştirir. Bu özellik karikatürün taşıdığı mizahi yapının bir sonucudur (Erdem, 2005: 133).

Karikatürün tarihi Türkiye'de Batı'dakine benzer bir gelişim göstermiştir. Fotoğrafın olmadığı dönemlerde elle yapılan çizimler çizgiyle mizaha yol açmıştır. Basımevinin kurulmasından sonra yayınlanmaya başlayan gazete ve dergiler zamanla batıdaki gazete ve dergiler gibi resimler basmışlardır. Bir süre sonra da karikatür, toplumsal ve özellikle de siyasal eleştiri amacıyla kullanılabilecek etkili bir araç olarak varlığını sürdürmüştür. "Türkiye'de karikatürün tarihi, Türkiye tarihiyle paralellik göstermektedir". Türkiye toplumunda özellikle geçiş dönemlerinde ve siyasal çalkantıların arttığı dönemlerde karikatür bir mücadele aracı olarak ön plana çıkmıştır (Arık, 2002: 238-239). Bu durum karikatürün iktidarlar tarafından tehdit olarak algılanmasını beraberinde getirmiştir. Kongar'ın (1986: 66) şu ifadeleri durumu açıklar niteliktedir. "Osmanlı için mizah ve karikatür, hem halkın hem de muhalefetin sesiydi. Çünkü saraya ne halkı, ne

de siyasal muhalefeti sokmak olanaklıydı. Böyle bir süreçte muhalefet görevini üstlenen karikatür olmuştur”.

Karikatürün zaman içinde tarzı değişse de özündeki muhalif kimlik değişime uğramamıştır. Antidemokratik uygulamaların, baskının arttığı darbe dönemlerinde dahi, karikatür ve karikatürler önemli sınavlardan geçerek, bu karanlık dönemlerde söz söylemenin güçlüğünü aşabilen kişiler olmuşlardır (Hoşafçı, 2006: 86). Bu konuda Tan Oral (1998: 102), “Karikatürün tarihi, toplum vicdanının tarihidir.” sözünden hareketle, bir toplumun gelişme ve demokratikleşme yolundaki sorunlarının, o toplumun karikatür tarihinin incelenerek belirlenebileceğini söylemektedir.

Karikatür, bilim, sanat ve felsefeye sahip, kendini yorumlayabilen, yaşadıklarını anlamlandırabilen ve geçmişinden gelen kültür birikimine yeni anlamlar kazandırabilen toplumlarda gelişir ve büyür. Topluma her zaman bir ayna tutmuş olan karikatür, yaşananları anlamlı bir biçimde çarpıtarak, izleyene mesaj olarak iletmektedir. Karikatür, kitle iletişim araçlarının geliştiği, evrenselleşmenin başladığı dönemlerde, bu dönemin gereksinimlerine cevap üreten bir sanat dalı olmuştur. Görsel bir iletişim aracı olarak, kültürel değerleri, inançları, normları ve yasaları ileten karikatür, bu özelliğiyle insanlık tarihini yansıtmaktadır (Aşıcıoğlu, (t.y.), para. 11-12).

“Kitle iletişim araçları belirli tarihsel ve toplumsal koşulların ürünleridir. Bunların üretilmesi, kullanılması ve zaman içerisinde geliştirilmesi üretim araçlarını kontrol eden egemen grupların çıkarları ve beklentileri ile ilgilidir. Çünkü bu araçlar toplumu oluşturan herkesin yararına değildir ve onlar için kullanılmaz. Kitle iletişim araçları mülkiyet ilişkilerinin önemli bir parçasıdır. Bunların mülkiyet biçimleri üretilen medya içeriğinin üretilme tarzını ve ürünün doğasını şartlandırır” (Yaylagül, 2010: 15).

Bu kapsamda denilebilir ki, kitle iletişim araçları yerelde (köy ve kasabaların) çoğulcu özelliğe sahipken, endüstriyel yapıların eline geçmesiyle tekeli bir özelliğe bürünmüştür (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 17).

Teorik olarak herkesin kullanma hakkına sahip olduğu kitle iletişim araçları, kapitalist ülkelerdeki “özgürlük mülkiyet demek” olduğundan, mülkiyeti olmayan halk, kitle iletişim araçlarını kullanmaktan yoksundur. Halk kendilerini ilgilendiren konular olduğunda yanıt verecek araçlara ihtiyaç duyarlar. Kapitalist toplumda halkın bilme hakkı, kitle iletişim araçları aracılığıyla gerçekleştirilir. Halkın neyi, ne şekilde ve ne

kadar bileceği de egemen grupların çıkarlarına göre belirlenir (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 165-166). Bu kapsamda kitle iletişimi kamu ve özel sektörde egemen sınıfın bilinç yönetimi işini yapmaktadır. Kamu kurumu örgütlenmelerinde, bu bilinç yönetiminde ağırlık devlet ideolojisinin propagandası şeklindedir. Özel teşebbüs biçimi örgütlenmelerde ise bu bilinç yönetimi serbest pazar propagandasına dönüşür. Özet olarak her iki örgütlenme biçiminde de egemen sistemin “düşünsel, algısal, bilişsel” satışı yapılır. Bu rol kitle iletişim araçlarının içeriğinde (haber ve eğlence vb. olarak) hangi konuları ele aldığı ve nasıl sunduğu; hangi konuları yok saydığı ile belirlenmektedir (Erdoğan, (t.y), para. 9). Buradaki temel amaç, kapitalizmin gelişmesi ile birlikte ortaya çıkan kalabalık yığınların yarattığı endişe ve kaygı sonucunda, egemenlerin bu kalabalık yığınları kontrol altına alma ve yönlendirme isteğidir (Yaylagül, 2010: 19).

1970’li yıllarda teknolojiye yaşanan gelişmeler, özellikle televizyonun yaygınlaşması kitle iletişim araçlarının etkileri konusunda “gündem kurma” ve “suskunluk sarmalı” gibi kuramların tartışılmasını beraberinde getirmiştir. Bu tür kuramlar kitle iletişim araçlarının birey ve toplum üzerinde güçlü etkilere sahip olduğu yönündeki görüşlerin ağırlık kazanmasına ve taraftar bulmasına yol açmıştır (Işık, 2012: 32). Kitle iletişim araçlarının güçlü etkilerini ortaya koyan her iki kuramda bireylerin dünya hakkındaki bilgileri edinebilmek için kitle iletişim araçlarına bağımlı olduklarını savunmaktadır. Gündem Belirleme Kuramı, kitle iletişim araçlarının hangi konularda kamuoyu oluşturacağını belirlediğini söylerken, suskunluk sarmalı kuramı da kamuoyunda tartışılan konularda hangi fikirlerin yeğlenen fikirler olduğunu belirlediğini ileri sürmektedir (İrvan, 1997: 64).

Gündem Belirleme Kuramı, Walter Lippmann’ın 1922 yılındaki klasik eseri olan Public Opinion’dan (Kamuoyu) çıkmıştır. Gündem Belirleme Kuramı ile ilgili olarak Bernard Cohen, “medya insanlara ne düşüneceğini söylemede başarılı olmayabilir, fakat düşünecek konu dayatmada şaşırtıcı biçimde başarılıdır” demiştir (Aktaran: Freeland, 2012: 2). Başka bir ifadeyle kitle iletişim araçları dış dünyayı insanlar için inşa etme yeteneğine sahiptir ve bu amaçla hareket etmektedirler. Bu amacı yerine getirirken belli bir fikrin alacağı yönü belirlemeksizin kamuoyu için gündem hazırlarlar. Gündem Belirleme Kuramının temelinde, konular hakkında halkın görüşlerini, kitle iletişim araçlarının verdiği mesajların etkilediği varsayımı yatmaktadır (Erdoğan ve Alemdar,

2005: 180). Aynı zamanda kitle iletişim araçlarının (KİA) bir soruna veya konuya verdiği ağırlık (konunun kitle iletişim araçlarındaki konumu ve zaman miktarı) o sorunun ve konunun ne kadar önemli olduğuna ilişkin bir algı yaratmaktadır. KİA sahip oldukları bu etki sayesinde kamunun düşünme ve tartışma gündemini oluşturmada önemli bir işlev görür (Atabek, 1998: 156-157). Böylelikle egemenler medya aracılığıyla toplumun gündemini belirlemektedirler (Yaylagül, 2010: 79). Kitle iletişim araçlarının etkisi gündem belirleme ile sınırlı kalmayarak bir adım daha öteye taşınmış ve kitle iletişim araçları aracılığıyla kamunun hangi konuda nasıl düşüneceğinin de belirlenebileceği ileri sürülmüştür (Yüksel, 2001: 44).

Buradan hareketle bu tez çalışmasının temel dayanak noktası karikatür ile vücut bulan kitle iletişim ortamının (Penguin, Uykusuz vb.) egemen grupların çıkarlarına göre hareket eden kitle iletişim araçlarından işlevsel bakımından ayrılıyor olmasıdır. Çünkü karikatürün muhalif yapısı, karikatürün inşa edildiği kitle iletişim ortamlarının doğası haline gelmektedir. Karikatürel kitle iletişim araçları olarak isimlendirilebilecek bu araçlar, halkın yanında, halkın çıkarları doğrultusunda hareket ederek, her türlü siyasal, sosyal ve ekonomik etkilere halkın yararı doğrultusunda tepki göstermektedir.

Bu tez çalışması, kitle iletişim araçlarının kapitalist toplumlarda üretim araçlarını, iktidarı ve medyayı ellerinde bulduran egemen sınıfın çıkarlarının devamlılığını ve dönüşümünü sağlama işlevine karşılık, karikatürün ve karikatür dergilerinin yönetilenlerin (halkın) sesi olduğunu ve bu bağlamda alternatif medya ortamı işlevi gördüğünü ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu amaç kapsamında, karikatürün Türkiye gündemini halkın yararını göz önünde bulundurarak belirlediği ve doğası gereği belirlenen gündemi eleştirel bir yaklaşımla ele aldığı bulgularla ispatlanmaya çalışılmaktadır.

Tez çalışması, karikatürün egemen medyanın karşısında alternatif medya ortamı işlevi gördüğünü, kamuoyunu etkileyecek olan olaylardan hareketle bağımsız gündem oluşturduğunu, iktidarı eleştirerek siyasal muhalefet işlevi gördüğünü göstermesi açısından önem taşımaktadır.

Bunların yanı sıra tez çalışması karikatür alanında çalışma yapan çok sayıda kitle iletişim araçlarından yalnızca birine (dergi) odaklanması bakımından bir sınırlılık arz etmektedir. Ayrıca tez çalışmasındaki diğer bir sınırlılık da, çalışma evreni olarak

belirlenen Penguen dergisinin yalnızca bir yıllık karikatürlerinin ele alınması ve bu karikatürlerden sadece siyasal karikatürler üzerine odaklanmasıdır.

Karikatür alanında “Yükseköğretim Kurulu’nun Tez Merkezi” sayfasından arama yapıldığında 1985-2014 yılları arasında tamamlanmış 100 adet yüksek lisans ve doktora tezine ulaşılmaktadır. Bu çalışmalar genellikle, eğitim bilimlerinde karikatürle öğretim, siyasal iletişimde karikatür, siyasal karikatür, partiler ve karikatür vb. konularda çalışılmıştır. Karikatür ile kitle iletişim kuramı birlikte ele alınmamıştır. Bir kitle iletişim kuramı ile karikatürün Türkiye gündemi bağlamında ele alınması bakımından tez çalışması özgünlük arz etmektedir.

Bu tez çalışmasında Penguen dergisi karikatürleri ele alınmıştır. Penguen dergisinin tercih edilmesinin sebebi, karikatürün doğasına uygun olarak muhalif ve eleştirel bir kimliğe sahip olması ve Türkiye gündemini kapaklarında belirlemesidir. Bu kapsamda, 12 Haziran 2011 Genel Seçimleri sonrası itibariyle bir yıllık süreçte (09 Haziran 2011 – 07 Haziran 2012) dergi kapaklarındaki siyasi karikatürler çalışmanın örneklemini oluşturmuştur. Türkiye gündemine yönelik siyasi karikatürler konuları bağlamında iki grupta ele alınmıştır. Bunlar; “politik liderlerin söylemlerinden oluşan gündem karikatürleri” ile “yasama ve yürütme organlarının karar ve uygulamalarından oluşan gündem karikatürleri”dir. Belirlenen iki gruptaki toplam 36 karikatürün analizinde göstergebilim yöntemi tercih edilmiştir. Göstergebilim yönteminin tercih edilmesinin sebebi, sözel ve görüntüsel ifadelerinin birbirleri ile olan ilişkisi üzerinden karikatürde anlam oluşmasıdır.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde karikatürün amacı, önemi, tarihsel gelişimi ve türleri ele alınmıştır. Karikatürün amacı ve önemi ayrı bir başlık altında verilmemiş; karikatüre dair her başlıkta karikatürün nasıl bir amacı olduğu ve sahip olduğu önem vurgulanmıştır. Türkiye gündeminin incelenmesi nedeniyle özellikle siyasal karikatür konusu üzerine odaklanılmıştır. İkinci bölümde, kitle iletişim araçlarında Gündem Belirleme Kuramı üzerinden gündemin nasıl ve niçin belirlendiği konusu ele alınmıştır. Gündem Belirleme Kuramı’na yönelik yapılan araştırmaların nasıl bir sonuç doğurduğu, kamu/medya ve politik gündem ilişkisi ele alınmıştır. Üçüncü bölümde karikatürle Türkiye gündeminin belirlendiği konular ve bu konulara yönelik eleştirel bakış açısı göstergebilimsel yöntem ile çözümlenmiştir. Diğer bir

ifadeyle, bu bölümde Penguen dergisinde bir yıllık süreçte yayımlanan siyasal alanda yaşanan gelişmelerden (siyasal liderlerin söylemleri, uygulamaları, iktidarın karar ve uygulamaları) hareketle oluşturulan siyasal karikatürler analiz edilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ ETKİLERİ VE GÜNDEM BELİRLEME KURAMI

Bu tez çalışmasının kuramsal çerçevesini, kitle iletişim kuramları arasında yer alan Gündem Belirleme Kuramı oluşturmaktadır. Bu kapsamda Gündem Belirleme Kuramına ayrıntılı bir şekilde değinmeden önce, kuramın alt yapısını oluşturan kitle iletişim araçları, etkileri, kuram ve araştırmalarına -özlüce- değinilmiştir.

1.1. KİTLE VE KİTLE İLETİŞİMİ

Kitle denilen kavram, kapitalizmin gelişmesiyle kapitalizmin gelişmesiyle ortaya çıkan kitle üretiminin bir sonucudur. Bu dönemde kitleleri birleştirme, bütünleştirme ve onlarla ilişki kurmada iletişim önemli bir yere sahiptir (Yaylagül, 2010: 18). Erdoğan ve Alemdar'a (2005: 17-18) göre kitle;

“Homojen bir yapıdan yoksun, farklı toplumsal kesimlerden oluşan, birbiriyle ilişkisiz geniş yığınları ifade eden, kitle iletişim araçlarının ürünlerini ulaştırmayı hedeflediği ya da ulaştığı varsayılan alıcılardır. Bu kitle teorik olarak birbirinden kopuk, örgütsüz, kim ve ne olduğu belli olmayan alıcılardır ve aslında kitle olmayıp yerel özelliklere sahip cemaatin üyeleridir”

“Kitle” kavramı uzun bir geçmişe sahip olmasına karşın üzerinde anlaşılan genel bir tanımının olduğu söylenemez. 1789 Fransız İhtilali'nden sonra yaygınlık kazanan kitle kavramına olumlu ve olumsuz anlamlar yüklenmektedir (Işık, 2012: 16). Kitle kültür çalışmalarında “kuru kalabalık”, “güruh” şeklinde tanımlanan kitle kavramı; sosyalist gelenekte olumlanarak belirli amaçlar için bir araya geleni dayanışma içindeki insanları ifade etmektedir. Bu insanlar değişim ve dönüşümün esası olarak kabul edilmektedirler (Onayemi, 2010: 14).

Thompson (2005: 210-211) bu hususta kitle teriminin “izler kümenin atıl, farklılaşmamış, öbekler” gibi oldukları hususundaki önermenin yanıltıcı olabileceğini söylemektedir. Thompson'a göre bu önerme; “medya endüstrilerince iletilen mesajların özgül sosyal-tarihsel bağlamlara konumlanmış özgül bireyler tarafından alındığı

gerçekliğini bulanıklaştırır. Bireyler medya mesajlarına göz kulak verirken, konsantrasyonları birbirinden farklıdır; mesajları aktif olarak yorumlayıp anlamlandırır ve yaşamlarının başka yönleriyle ilişkilendirirler”.

Işık (2012: 16) kitle terimini grup, kalabalık, halk ve kamu kavramlarından ayırt edebilmek için ne tür özelliklere sahip olduğunu belirlemek getirdiğini vurgulamaktadır. “Türdeşlik, duygusallık ve önyargılılık gibi karakteristikleri bulunan kitle içerisindeki bireyler, “bireysel düşünme yeteneklerini” yitirdiklerinden, kolaylıkla denetim altına alınabilmektedirler”.

Bu bağlamda Friedson kitlenin dört temel karakteristik özelliği bulunduğunu ifade etmektedir. Buna göre; kitle heterojen bir yapıya sahiptir, kitlede bireysel hareket etme yetisi bulunmamaktadır, kitlenin üyeleri birbirinden ayrılmıştır ve kitlede liderlik yoktur (Aktaran: Işık, 2012: 17).

Kitle iletişimi ise, genel olarak ileticiden alıcıya tek yönlü bir iletişim yapısına sahiptir. Bu durumda alımlayıcının aynı zamanda potansiyel bir tepki verici olduğu bir durumdan bahsedilemez. Öyle ki alıcının iletişim sürecinin akışına ve içeriğine etkisi oldukça azdır. Bu sebeple kitle iletişiminde bir iletişimden ziyade bir “ileti” veya “yayıma” kavramından söz etmek gerekmektedir (Thompson, 2005: 211). Quail ve Windahl (1997: 16-17) kitle iletişimini şöyle tanımlamaktadır:

“Uzmanlaşmış grupların geniş, heterojen ve farklılaşmış izleyicilere sembolik içerik yaymak üzere teknolojik aygıtları (basın, radyo, film vs.) hizmete soktuğu kurum ve tekniklerden meydana gelir” şeklinde tanımlayarak kitle iletişiminde özellikle önemli olan noktaları “iletişimin tümünün açıklığı ve kamusalılığı; ‘gönderi’ kaynaklarına sınırlı ve kontrollü ulaşım; gönderen ve alıcı arasındaki ilişkinin kişisel olmaması, aralarındaki ilişkinin dengesizliği, gönderen ve alıcı arasına kurumsal düzenlemelerin girmesi”.

Burkart ise kitle iletişimini, “belli özel toplumsal grupların ya da bir grubun üyelerinin, teknik araçlar kullanarak, heterojen olan ve geniş alana yayılmış bulunan sayıca fazla insanlara simgesel içerikleri iletmeye veya ulaştırmaya çalıştıkları bir süreç” olarak tanımlamıştır (Aktaran: Gökçe, 2003: 170). Tek yönlü bir iletişim özelliğine sahip olan kitle iletişiminin bu temel özelliğinin yanı sıra, “bilgi aktarma”,

“haber verme”, “eğitim”, “propaganda” ve “reklam” gibi çok çeşitli işlevleri (Gönenç, 2002: 131) vardır.

Bunların yanı sıra kitle iletişiminin kitle iletişim araçlarıyla aracılanmış özelliğine dikkat çekmek gerekmektedir. Kitle iletişimi ağırlıklı olarak kitle iletişim araçlarıyla aracılanmış bir iletişim sürecini ifade etmektedir. Öte yandan kitle iletişimi, içerisinde yapılandığı ve işlevsellik kazandığı toplumsal yapıya göre de şekillenen bir iletişimsel boyuta sahiptir. Söz gelimi demokratik bir sistem içerisinde demokratik bir biçimde yapılanan bir kitle iletişim sisteminde; “tarafsızlık, nesnellik, kamusal sorumluluk, halkı bilgilendirme gibi iletişimsel ilke ve kurallara ilişkin belli bir duyarlılık” (Güngör, 2011: 199-201) gibi faktörler söz konusu olacaktır. Erdoğan ve Alemdar (2005: 17) kitle iletişiminin doğasına ilişkin şöyle demektedir:

“Kitle iletişimi, ister ticari ister kamu kurumu biçiminde örgütlensin, haber denen dedikodusuyla, eğlencesiyle, müziğiyle ve belgeseliyle merkezileşmiş öykü sistemidir. Daha önceleri yerelin (köy ve kasabaların) egemenliğinde çoğulcu bir karaktere sahip olan eğlence, haber, dedikodu, masal, hikâye ve müzik üretimi, kitle iletişimiyle tekelci endüstriyel yapıların eline geçmiştir.”

Bunun sonucunda özellikle, şehirleşme ve endüstrileşme ile birlikte kitle ve kitle iletişimi geleneksel toplulukların önemini yitirmesine ve gittikçe yalnızlaşmasına sebep olmaktadır. Böylelikle kitle insanı, kitle iletişim araçlarına daha da bağımlı gelmektedir (Yaylagül, 2010: 19-21).

1.2. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI

A Dictionary of the Social Science kitle iletişim araçlarını şöyle tanımlamaktadır: “Görsel ve/veya sesli mesajların direkt olarak izler kitlelere iletiğiği tüm kişisel olmayan iletişim araçlarıdır. Kitle iletişim araçları televizyonu, radyoyu, filmleri, gazeteleri, dergileri, kitapları ve billboardları içerir” (Aktaran: Thompson, 2005: 80).

Işık (2012: 19-20), kitle iletişim araçlarının değişik şekillerde sınıflandırılabilceğini söylemektedir. Buna göre kitle iletişim araçları üç grupta sınıflandırılabilir. Bunlar; duyu organlarına göre, mesaj sunum biçimine göre ve mekanik olma durumuna göre sınıflandırılmıştır. Duyu organlarına göre; göze hitap

eden-görsel araçlar (gazete ve dergi), kulağa hitap eden-işitsel araçlar (radyo), hem göze hem de kulağa hitap eden-görsel işitsel araçlar (televizyon). Mesaj sunum biçimine göre; yazılı araçlar (gazete ve dergi), sözlü araçlar (radyo), hem yazılı hem de sözlü araçlar (televizyon). Mekanik olma durumuna göre ise; mekanik olan araçlar (radyo, televizyon), mekanik olmayan araçlar (gazete ve dergi). Bu kitle iletişim araçları Yaylagül'e (2010: 15) göre,

“Belirli tarihsel ve toplumsal koşulların ürünleridir. Bunların üretilmesi, kullanılması ve zaman içerisinde geliştirilmesi üretim araçlarını kontrol eden egemen grupların çıkarları ve beklentileri ile ilgilidir. Çünkü araçlar toplumu oluşturan herkesin yararına değildir ve onlar için kullanılmaz. Kitle iletişim araçları da mülkiyet ilişkilerinin önemli bir parçasıdır”.

1.2.1. Kitle İletişim Araçlarının (KİA) İşlevleri

Günümüz dünyasında iletişimsiz bir ortam ve yaşam söz konusu değildir. Öyle ki toplum gazeteleri dergiler, televizyonlar, kitaplar, radyolar ve filmler gibi kitle iletişim araçları ile çevrilmiştir. Bu kapsamda kitle iletişim araçları içinde yer aldığı ekonomik, toplumsal, siyasal sistemin ve bireylerin gereksinimlerine göre birçok işlev üstlenir (Severin ve Tankard, 1994: 501).

Kitle iletişim araçlarının birbirinden farklı işlevleri vardır. Kitle iletişim araçları bu işlevleri yerine getirirken olumlu ya da olumsuz sayılabilecek çok sayıda etkiye sahiptir. Araçların etkilerinin olumlu ya da olumsuz olması insanların araçları hangi amaçlarla kullandıklarına göre değişiklik göstermektedir. Özetle, kitle iletişim araçlarının etkileri kullanıcıların, kullanım amaçlarına göre değişir (Güngör, 2011: 235).

Laswell, kitle iletişim araçlarının eğitim, propaganda ve gözetleme gibi olumlu sayılabilecek işlevlerine değinmektedir (Aktaran: Güngör, 2011: 235).

Eğitim İşlevi: Erdoğan'a göre, kitle iletişim araçlarının eğitim işlevi bir kuşaktan diğerine sosyal mirası devretmektir. Aile ve okul bunu sağlayan en önemli kurumlardır (Erdoğan, (t.y.), para. 2). Bu işlev, çağdaş nitelikte insan yaratılmasına katkı sağlarken, ulusal-uluslararası kültür değerlerinin kuşaktan kuşağa aktarılmasında da(Aziz, 1994: 26) önemli rol oynamaktadır.

Propaganda İşlevi: Kitle iletişim araçlarının propaganda işlevini Laswell, “bu

araçların kullanılarak toplumun bazı kesimleri üzerinde etki yaratmaya, onları belirli bir tavır alış, tutum oluşturma ve davranış geliştirme biçimlerine yönlendirir” şeklinde ifade etmektedir (Aktaran: Güngör, 2011: 235).

Gözetleme İşlevi: Buna göre kitle iletişim araçları dünyanın farklı yerlerinde olup bitenleri gözetleyerek, insanlara bilgi verirler. Böylece dünyanın farklı yerlerinde yaşayan insanlar, toplumlar, kültürler vb. arasında bütünleşme sağlarlar (Güngör, 2011: 235).

McQuail ve Wright gibi iletişim bilimciler, kitle iletişim araçlarının işlevlerinin yalnızca olumlu yönde işleyen bu işlevlerle sınırlı olmadığını, bunların yanında istenmeyen işlevlerinin de olduğunu belirtmektedir. Buna göre; “kitle iletişim araçları sundukları kurmaca dünyayla, insanları gerçek yaşamlarından koparırlar” (Aktaran: Güngör, 2011: 236).

Yaylagül (2010: 19) kitle iletişim araçlarının olumsuz işlevi ile ilgili olarak, bu araçların bir kültürel çözülmeye yol açtığını belirtmektedir. “Kitle iletişim araçları, geleneksel toplulukların önemini yitirmesine sebep olarak, bireylerin kendilerini aileye, kiliseye ve topluluğa bağlayan bağlardan kurtulmasına ve onları toplumun üyesi haline getiren merkezi değerlerin ortadan kaldırılmasına yol açmaktadır. Böylelikle kitle insanı gittikçe yalnızlaşmaktadır”. Horkheimer’a göre; “iletişim araçlarının (teknolojisinin) gelişmesi insanları birbirinden ayıran engelleri daha da tahkim eder. Yaşam deneyiminin kitle iletişim araçları ile ifadesi olanaksız hale gelmiştir. Kitle iletişim araçları baskıcı kitlesel aldatma araçlarıdır; çünkü özgürlükten yoksunluk duygusu bu araçlarla telafi edilmektedir” (Aktaran: Mutlu, 2005: 63).

İnsanlar böylece kendi gerçek yaşantılarındaki sorunları çözmek, yaşam koşullarını iyileştirmeye çabalamak yerine kitle iletişimi araçlarının kurmaca dünyası içinde oyalanırlar. Kitle iletişim araçları, “toplumda şiddet ve sapkın seksüel eğilimler yaratmaktadır”. Televizyon dizisinde tecavüze uğrayan Beren Saat’in gerçek yaşamda da tecavüz tehlikesi ile karşılaşması bunu doğrular nitelikte bir göstergedir. Özetle denilebilir ki kitle iletişim araçları gündelik yaşamdaki pratikleri şekillendirmektedir (Güngör, 2011: 236). Bu kapsamda Dallas Smythe kitle iletişim araçları ile ilgili olarak şunları ifade etmektedir:

“Kitle iletişim araçları teknelci kapitalist sistemin bir buluşudur. Bu araçların

amacı ‘sorunlar, değerler ve politikalar gündemini’ oluşturmaktır. Bu araçlar izleyicileri kitle halinde üretirler ve reklamcılara satarlar. Bu izleyiciler kitle halinde üretilmiş tüketim malları ve hizmetlerinin kendilerine pazarlanmasında çalışırlar ve tüketilirler” (Aktaran: Erdoğan, (t.y.), para. 10).

Gökçe (2003: 174) ise kitle iletişim araçlarının işlevlerini dört grupta ele almıştır. Bunlar: toplumsal sisteme ilişkin, ekonomik sisteme ilişkin, siyasal sisteme ilişkin işlevler ve bilgilendirme işlevidir.

1. Toplumsal Sisteme İlişkin İşlevler: Kitle iletişim araçlarının toplumsal işlevleri ile ifade edilmek istenen bu araçların içinde yer aldıkları toplumsal yaşam ve sosyal sistem çerçevesinde gördükleri bütün işlevler ifade edilmektedir. Toplumsallaşma işlevi kitle iletişim araçlarının ana işlevidir. Kitle iletişim araçları günlük yaşantının bir parçası haline gelmiş ve kültür transferi işlevini gerçekleştirmektedir (Gökçe, 2003: 174-176). Bireyin dünyaya geldiği anda içinde doğduğu toplumsal yapıya uyum sağlamasına katkıda bulunur (Güngör, 2011: 235). Toplumsallaşmanın yanı sıra kitle iletişim araçları “dünyayı algılamamızda, yorum yapmamızda, başkalarını etkilemememizde, özetle tüm yaşantımızdaki başarı ve başarısızlıklarımızda” etkili olmaktadır. “Dünya öyle bir evrim sürecine girmiştir ki, iletişimi anlamadan yaşam biçimimizi kavrayıp düzenlemek olanaksız hale gelmiştir” (Tekinalp ve Uzun, 2009: 20). Toplumsallaşma sürecinde kitle iletişim araçları Ronneberger’e göre şu iki açıdan önemli bir işlev görmektedir. “Düşünceyi yönlendiren norm ve değer sistemleri ile topluma örnek kimselerin tanıtılması ve karmaşık bir toplumda, yaşamı kolaylaştıran düşünce ve davranış şekillerinin aktarılması ve böylelikle sosyal sistemin sürekliliğinin korunması” (Aktaran: Gökçe, 2003: 176).

2. Ekonomik Sisteme İlişkin İşlevler: Kitle iletişim araçlarının ekonomik işlevleriyle özetle kar sağlamaya yönelik işlevleri anlatılmaktadır. Kitle iletişim araçları, reklamlar aracılığıyla mal-para ilişkisinin daha da canlılık kazanmasını sağlar. Kitle iletişim araçları reklamlarla, hangi malların mevcut olduğu ve hangi mal ve hizmetlerin hangi gereksinimleri karşıladığı yönünde bilgiler verir. Dolayısıyla burada kitle iletişim araçlarının sadece ekonomik değil, bilgi aktarma aracı olarak da işlev görmektedir (Gökçe, 2003: 179).

Aziz (1994: 26), kitle iletişim araçlarının bu işlevini mal ve hizmetlerin tanıtılması

olarak ifade etmiştir. Aziz'e göre, kitle iletişim araçlarının ekonomik işlevi, bu araçların kullanıcılarına reklam yoluyla üretilen mal ve hizmetler konusunda bilgi aktarmadır. Kitle iletişim araçlarının özel kesimin elinde olduğu ülkelerde, mal ve hizmetlerin tanıtılması bu araçların temel işlevi olarak kabul edilmektedir.

3. Siyasal Sisteme İlişkin İşlevler: Gökçe'ye (2003: 178) göre, kitle iletişim araçlarının siyasal işlevleri çok çeşitli olabilir. “Kamuoyu oluşturma, temsil etme, siyasal toplumsallaşma, eleştiri ve denetim işlevleri” olan kitle iletişim araçları bu işlevlerle çevreden gelen girdilere cevap vererek, mevcut siyasal düzenin korunmasını sağlamaktadır. Kamuoyunun oluşturulması, kitle iletişim araçlarının demokratik bir düzendeki en temel görevidir.

I. Dünya Savaşı sırasında kitleleri yönlendirmede propagandanın oynadığı önemli rol, kitle iletişim araçlarının bu konudaki etkinliğini arttırmıştır (Atabek ve Dağtaş, 1998: 216).

Atabek'e (2002: 232) göre, medya ve kamuoyu arasındaki ilişki iki biçimde değerlendirilir. “Birincisi, medya kamuoyunun sesi, bir başka ifade ile ortaya çıkan kamuoyunun yaratıcısıdır. İkinci görüşe göre, medya kamuoyunun düzenleyicisidir”. Nitekim medya, ticari bir kuruluş olması sebebiyle her zaman kamuoyunun çıkarları doğrultusunda hareket etmez. Kendi özel çıkarları doğrultusunda zaman zaman iktidarın ve belirli çıkar çevrelerinin çıkarları doğrultusunda kamuoyunu yönlendirir.

4. Bilgilendirme İşlevi: Kitle iletişim araçlarının toplumsal, siyasal ve ekonomik işlevleri aslında bilgilendirme işlevidir. Buna rağmen bilgilendirme işlevi ayrı bir işlev olarak ele alınmaktadır. İnsanlar siyasal, ekonomik ve toplumsal gelişmeleri kitle iletişim araçları aracılığıyla gözlemlemekte, tanımakta ve öğrenebilmektedir. Böylece kitle iletişim araçları, özelde kişilerin genelde toplumun zihin dünyasındaki düşünceleri önemli ölçüde etkilemekte ve şekillendirmektedir. Özetle denilebilir ki, algıladığımız birçok şeyi bize Çünkü algılayacağımız pek çok şeyi kitle iletişim araçları aracılığıyla bize tanıtılmaktadır (Gökçe, 2003: 180-181).

Kitle iletişim araçlarının toplumsal, ekonomik, siyasal ve bilgilendirme işlevlerinin yanı sıra Aziz (1994: 25-26) kitle iletişim araçlarının “haber verme, eğitime ve kültürün aktarımı, mal ve hizmetlerin tanıtılması ile eğlendirme” işlevlerinden bahsetmektedir.

MacBride’in “**Birçok Ses Tek Bir Dünya**” isimli raporunda kitle iletişim araçlarının işlevleri sekiz başlık altında toplanmıştır. Bunlar; “habercilik, toplumsallaştırma, motivasyon, tartışma-diyalog, eğitim, kültürel geliştirme, eğlence ve bütünleştirme” işlevleridir (Aktaran: Savaş, 2004: 2).

Kitle iletişim araçlarının işlevleri ile ilgili verilen bilgilere bakıldığında birçok araştırmacı tarafından kitle iletişim araçlarının farklı farklı işlevlerinden bahsedilse de bilgilendirme, eğlendirme, toplumsallaştırma, kamuoyu oluşturma, ekonomik ve siyasal işlevlerine sürekli bir vurgu söz konusudur. Bireyler ya da ifade edildiği gibi kitleler yaşadıkları toplumlarda ekonomik, siyasal, sosyal ve toplumsal ilişkilere ve değişimlere maruz kalırlar. Bu sebepten kitle iletişim araçlarını da bu toplumsal, ekonomik, siyasal ve sosyal yapılardan bağımsız olarak ele alamayız.

1.3. KİTLE İLETİŞİM KURAMLARINDA ETKİ ARAŞTIRMALARI

Tez çalışmasının kuramsal çerçevesini oluşturan Gündem Belirleme Kuramı’na değinmeden, bu kuramın öncesinde ortaya çıkmış olan ve bu kurama zemin hazırlayan kuram ve yaklaşımlara değinmek, çalışmanın kuramsal çerçevesini anlayabilmek adına önem taşımaktadır.

“Bu alanda yapılan çalışmaların temel sorusu ve sorunu Medya aracılığıyla sunulan içeriklerin ve mesajların, bu içerikleri ve mesajları alan ve tüketen insanların düşüncelerini nasıl biçimlendirdiği ve insanların dikkatlerini hangi konulara ve olaylara çektiği ile medya içeriklerinin insanların tutum, eğilim ve alışkanlıklarını etkileyerek insanları ne tip tutum ve davranışlar geliştirmeye ittiğidir” (Yaylagül, 2010: 45).

Işık (2012: 28-31), kitle iletişim teorileri ile ilgili ilk araştırmaların 3 ayrı dönemde ele alınması gerektiğini belirtmiş ve bunları; güçlü etkiler dönemi, sınırlı etkiler dönemi ve güçlü etkilere geri dönüş dönemleri adı altında gruplandırmaktadır.

1.3.1. Güçlü Etkiler Dönemi (1920-1940)

Yirminci yüzyılın ilk yarılarında iletişim alanında başlayan çalışmalar, 1920’lerin sonlarında kitle iletişim araçları merkezli olarak yapılmaya başlanmıştır. Bu süreçte kitle iletişim araçları kapsamında yapılan ilk çalışmalarda ortaya atılan model ve

kuramların odaklandığı ortak görüş, bu araçların etkisinin güçlü, hatta sınırsız olduğu yönündedir. Bu araştırmalar sonucunda kitle iletişim araçlarına “sihirli bir güç” atfedilmiştir. Alanda geliştirilen ilk modellerin “sihirli mermi”, “şırınga” gibi benzetmelerle adlandırılması da bu görüşlere dayanmaktadır (Güngör, 2011: 74).

İletişim araştırmaları konusunda yapılan ilk çalışmalardan birisi Bu konuda en Walter Lipmann’ın 1921 yılında yazdığı **Kamuoyu (Public Opinion)** isimli kitabıdır (Yaylagül, 2010: 45).

Lipmann bu kitabında medyanın insan zihinlerini ve düşünce haritalarını şekillendiren bir araç olduğu görüşünü savunmuştur.

“İnsanların topluma, dünyaya karşı kafalarında oluşan düşüncelerin, fikirlerin ve imajların onların ulaşamayacakları bir yerde olduğunu ve bu kolektif düşüncelerin ‘kamuoyunu’ oluşturduğunu ileri sürmüştür. İnsanın kafasını şekillendiren bu düşünceler insanın dışındaki dünyadan aldığı mesajlarla biçimlenmektedir ki, bu mesajların oluşmasındaki en önemli araçlar da kitle iletişim araçlarıdır”.

Lipmann’ın bu görüşlerine dayanarak, Harold D. Laswell, “medya içeriklerinin okuyucu/izleyici üzerinde son derece güçlü bir etkiye sahip olduğunu” iddia ettiği “gümüş kurşun ve hipodermik iğne” modelini geliştirmiştir. Bu kavramlar kitle iletişim araçlarının etkileri konusunda ilk kavramsallaştırmalardır (Aktaran: Yaylagül, 2010: 45-48).

Birinci Dünya Savaşı sırasında dönemin kitle iletişim araçları olan gazeteler propaganda aracı olarak ulusal kamuoyunu yönlendirmek için kullanılmışlardır. Bu propaganda teknikleri savaş sırasında düşmana ilişkin olumsuz kanaatlerin oluşmasını sağlayabilmek için kullanılmışlardır (İrvan, 1997: 60).

Bu propaganda tekniklerini çözümleyen çalışmalardan birisi Harold Laswell tarafından gerçekleştirilmiştir. Laswell, **Propaganda Techniques in the World War (Birinci Dünya Savaşında Propaganda Teknikleri)** isimli çalışmasında savaş dönemi propaganda çabalarını çözümlemiş ve kitle iletişim araçlarının ulusal bilinci biçimlendirmedeki gücünü ortaya koymuştur (Aktaran: İrvan, 1997: 60).

“İletişim alanının kurucu babalarından olan Harold Laswell I. Dünya Savaşı’nın ardından çalışmalarını propaganda üzerine yoğunlaştırmış, bundan dolayı da iletişime yönelmiştir. Laswell, Shanon ve Weaver gibi

iletişimi doğrusal işleyen bir süreç olarak görmüştür. Laswell'in; "Kim, Ne Söyler, Hangi Kanaldan, Kime, Hangi Etkiyle" şeklinde formüle ettiği doğrusal işleyiş modeli propaganda modeli olarak da bilinmektedir. Bu model iletişim alanının bilimsel bir disiplin durumuna gelmesine yol açan ilk önemli formülleştirme olarak değerlendirilebilir" (Güngör, 2011: 38).



Şekil 1.1. Laswell'in Doğrusal İletişim Modeli (Tekinalp ve Uzun, 2009: 66)

Laswell, doğrusal işleyiş modelinde (Şekil 1.1) etki konusunu temel sorun olarak ele alır. Bu kapsamda iletişimi bir ikna etme süreci olarak görür ve iletilerin her zaman etkileyici olduğunu ve bir etki oluşturduğunu varsayar (Aktaran: Tekinalp ve Uzun, 2009: 67). "Etki izleyicide iletişim sürecindeki öğeler tarafından oluşturulan, gözlenebilir ve ölçülebilir değişim olarak tanımlanır. Bu öğelerden her birinde yapılacak herhangi bir değişim etkide de değişiklik yapar" (Erdoğan ve Korkmaz, 2010: 117).

Laswell kitle iletişim araçlarının propaganda işlevi üzerine gerçekleştirdiği çalışmalarda iletişimin belli başlı üç işlevi olduğundan bahseder. "Çevrenin gözetlenmesi, toplumun parçaları arasında bütünlük sağlanması, kuşaklar arası kültür aktarımının gerçekleştirilmesi" (Aktaran: Güngör, 2011: 75).

Curran, Gurevitch ve Woollacott güçlü etkiler dönemi ile ilgili olarak şunları söylemişlerdir:

"Bu faktörler iletişim araçlarının çok güçlü propaganda kurumları olduğu ve çabuk etkilenen, savunmasız kamunun beynini yıkadığına dair, hiç de karışık olmayan bir medya görüşünün ortaya çıkmasını destekledi. İletişim araçları, tembel ve edilgen kurbanlarına derinden işleyen sözcük mermileri (Word Bullets) fırlatıyordu! Artık bütün yapılması gereken, bu tesirin derinliğini ve büyüklüğünü modern bilimsel teknikler aracılığıyla ölçmektir" (Aktaran: İrvan, 1997: 61).

Işık, 1940'lı yıllara kadar olan bu dönemde, kitle iletişim araçlarının bireyler üzerinde güçlü etkileri olduğu yönündeki görüşlerin ağırlık kazandığını belirtmektedir.

Kitle iletişim araçlarının, bireylerin düşünce ve kanılarının biçimlendirilmesinden, davranış değişikliği oluşturulmasına kadar geniş ve güçlü etkilerin söz konusu olduğunu belirtmektedir. “Dönemin toplumsal koşullarına bağlı olarak propaganda teknikleri ile etki-tepki modellerinin de geliştirildiği bu süreç, ilk iletişim modellerinin de şekillenmesine zemin hazırlamıştır” (Işık, 2012: 30).

1.3.2. Sınırlı Etkiler Dönemi (1940-1960)

Medyanın bireyler ve kitleler üzerinde güçlü etkilere sahip olduğu görüşü, ikinci dönem medya etkileri araştırmalarında kabul görmemiştir. İkinci dönem araştırmalarda, medyanın etkisi, neyin kimin üzerinde ne kadar etkili olduğunu ölçebilecek ampirik bir araştırma sorunsalına dönüşmüştür (Birsen, 2005: 12). Bunun üzerine 1940’lı yıllardan itibaren Amerika Birleşik Devletleri’nde yaygınlık kazanmaya başlayan kitle iletişim araştırmaları “etki” üzerine yoğunlaşmıştır. “Sanayileşme ve kentleşmenin aralarında kalıcı bağlar bulunmayan, toplumsal değerlerden kopuk, birbirine yabancı ve manipülasyona açık bir kitle yaratması, kitlelerin kitle iletişim araçları için kolay bir av haline dönüştüğü” şeklindeki görüşlerin yaygınlık kazanmasına neden olmuştur (Işık, 2012: 30).

İrvan (1997: 61), 1940’lı yılların başlarından itibaren gerçekleştirilen iletişim araştırmalarında, kitle iletişim araçlarının “etki” konusundaki sihirli gücünün kanıtlanmaya çalışıldığına vurgu yapmaktadır. İkinci dönem kitle iletişim çalışmalarını, “kitle iletişim araçlarının insan davranışlarını değiştirmede ne derece etkili olduğunun araştırılmaya başlandığı bir dönem”, buna bağlı olarak “görgül araştırmaların damga vurduğu bir süreç” olarak tanımlamaktadır. “Eğer ki kitle iletişim araçları bir toplumu savaşa sürükleyebilecek ve bir ülkede faşizmin yerleşmesini sağlayabilecek kadar güçlü bir etkiye sahipse, bu etki ölçülmeli ve görgül olarak kanıtlanabilmelidir”.

Bu dönemde bu alanda yapılan ilk çalışmalar Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson ve Hazel Gaudet tarafından gerçekleştirilmiştir (İrvan, 1997: 61). Yaylagül (2010: 49), bu araştırmacıların 1940’larda Erie kasabasında, insanların oy verme davranışları üzerine bir araştırma gerçekleştirdiklerini ve çalışma sonucunda “hipodermik iğne” modelini destekleyecek herhangi bir kanıt elde edemediklerini belirtmektedir.

Bu konuda Lazarsfeld, **The People’s Choice (Halkın Tercih)** isimli

çalışmasında “medyanın seçim kampanyaları esnasında oy verme davranışı üzerinde göreceli olarak birkaç doğrudan etkisinin bulunduğunu” belirtmiştir (Aktaran: Yaylagül, 2010: 49). Araştırmacılar çalışmadaki amaçlarını şöyle ifade etmektedirler: “Biz bu çalışmada insanların siyasal davranışlarını belirleyen koşullarla ilgileniyoruz. Kısaca sorunsalımız, insanların oy verme kararına nasıl ulaştıklarını keşfetmektir” (Aktaran: İrvan, 1997: 61). Çalışma sonucunda araştırmacılar kitle iletişim araçlarının korkulacak kadar güçlü etkilere sahip olmadığını, davranış değişiklikleri yaratmadaki etkilerinin ise sınırlı olduğunu bulgulamışlardır (İrvan, 1997: 62).

Halkın Tercihi isimli araştırmada farkına varılan olgulardan biri de kanaat önderleri olmuştur. Bu kapsamda bireylerin toplum içinde yalnız olmadıkları, toplumu oluşturan diğer bireylerle iletişim halinde oldukları, görüş alış verişinde buldukları, kitle iletişim araçlarından gelen mesajları birbirleri ile paylaştıkları bulgulanmıştır. Buna göre bazı kişiler toplum içerisinde bilgileriyle, eğitim düzeyleriyle, ekonomik konumlarıyla vb. çevresindekilerin saygısını kazanırlar. Bu tür kişiler kendi çevrelerinde genellikle kanaat önderi rolü oynarlar. Bireylerin kanaat önderine bakış açısı, kanaat önderlerini iletişim sürecinde bir ara kademe olarak konumlandırmalarına neden olur. Kanaat önderleri bu süreçte gelen iletileri kendi zihinsel süzgecinden geçirerek sonra alıcının kullanımına sunar. Bu durum iletişimde iki aşamalı akış modelinin de gelişmesine olanak sunmuştur (Güngör, 2011: 89-91). “Kurama göre; kitle iletişimi toplumsal bir boşluk içinde görev yapmaz” (Mc Quail ve Windahl, 1997: 79).

İkinci dönemde yapılan araştırmalar, kitle iletişim araçlarının etkilerinin sınırlı olduğu görüşü üzerinde birleşirken, bu kapsamda sosyoloji ve psikoloji gibi sosyal bilimlerin diğer alanlarından destek alınmıştır. Bu dönemde mesajların etkisi ve alıcıların toplumsal özellikleri üzerinde durulmuştur (Birsen, 2005: 15).

Pek çok araştırmacı tarafından medyanın insanlar üzerinde “tesir (impact)”, “nüfuz (influence)” ve “etki (effect)” de bulunduğu gözlemlenmiştir. Bu kapsamda gerçekleştirilen araştırmalarda kimi zaman medyanın etkisinin oldukça fazla, kimi zaman da sınırlı olduğu ortaya çıkmıştır. Bu araştırmalar laboratuvar koşullarında yapılan araştırmalar olduğundan medyanın etkisinin çok ya da az etkili olduğu yönündeki görüşlerin genellenmesine olanak vermez (Yaylagül, 2010: 50).

1.3.3. Güçlü Etkilere Geri Dönüş (1960 – Günümüz)

Üçüncü dönem çalışmaları 1960’larda başlayıp, bugüne kadar devam eden süreci ifade etmektedir. Bu dönem çalışmaları “geç dönem” ya da “son dönem” çalışmalar olarak tanımlanmaktadır. Bu dönem çalışmaları, güçlü etkiler ve sınırlı etkiler önemlerinin davranışçı ve ampirik yaklaşımlarının yerine kitle iletişim araştırmalarında eleştirel ve sosyolojik yaklaşımları yeğlemektedir. Bu evrede ekonomi-politik, göstergebilim ve yapısalcılık gibi yaklaşımlar gelişme göstermiştir. Davranışçı paradigmanın kendisini sorgulamaya başladığı bu dönemde iki önemli yaklaşım güçlü etkilere geri dönüşün çağrısını yapmıştır. Bunlardan birincisi, Elisabeth Noelle-Neumann tarafından geliştirilen “Suskunluk Sarmalı Kuramı”, diğeri ise MCCombs ve Shaw tarafından geliştirilen “Gündem Belirleme Kuramı”dır (İrvan, 1997: 63-64).

Elisabeth Noelle-Neumann kitle iletişim araçlarının etkileri konusundaki araştırmaları inceleyerek, “minimal etki” yaklaşımlarını eleştirmiş ve “güçlü medya” kavramına geri dönüş için çağrıda bulunmuştur. Neumann’a göre, “gerçek yaşam, laboratuvar koşullarında kontrollü olarak yapılan çalışmalardan çok farklıdır. Çünkü medya her yerdedir ve insanların medyanın mesajlarından kaçması mümkün değildir. Medya mesajlarının sürekli olarak yinelenmesi medyanın etkisini güçlendirmektedir” (Aktaran: Yaylagül, 2010: 51).

Teknolojik gelişmelerle birlikte kitle iletişim araçlarında da yaşanan gelişmeler 1970’li yıllardan itibaren, kitle iletişim araçlarının etkileri konusunda, “gündem kurma” ve “suskunluk sarmalı” gibi kuramların gelişmesine yol açmıştır. Bu kuramlarla birlikte kitle iletişim araçlarının, birey ve toplum üzerinde güçlü etkiler oluşturduğu yönündeki görüşlerin yeniden ağırlık kazanmasına neden olmuştur. Buradan hareketle kitle iletişim araçlarının, birey ve toplum üzerinde doğrudan ve kısa vadede değil, dolaylı ve uzun vadede etkilere yol açtığı şeklindeki yaygınlaşmasını sağlamıştır (Işık, 2012: 32).

Medyanın güçlü etkileri ile geliştirilen kuramlardan “suskunluk sarmalı” kişisel düşüncelerin başkalarının ne düşündüğüne bağlı olduğu görüşünden hareket etmektedir (Mc Quail ve Windahl, 1997: 135).

Noelle-Neumann’a göre suskunluk sarmalının temel sayıltıları şunlardır; “toplum sapkın bireyleri yalnız bırakmakla tehdit eder, bireyler devamlı yalnızlık korkusu ile yaşarlar, bu yalnızlık korkusu bireylerin her zaman

fikir iklimlerini tayin etmeye çalışmasına neden olur, bu tahminin sonuçları kamunun davranışını, özellikle de düşüncelerin açıkça ifadesi veya gizlenmesini etkiler” (Aktaran: Mc Quail ve Windahl, 1997: 135).

İrvan’a (1997: 64) göre, Suskunluk Sarmalı Kuramının temel sayıtları, Gündem Belirleme Kuramının da temel karakteristik özelliklerini içerir. Her iki kuramda kitlelerin medyaya bağımlı olduklarını savunup, kitle iletişim araçlarının kamuoyunda tartışılacak konuları belirlediğini ileri sürer.

Gündem belirleme kuramı tez çalışmasının kuramsal çerçevesini oluşturduğu için bu konu daha ayrıntılı olarak ele alınacaktır. Bu noktada bilinmesi gereken husus, her iki kuramında medyanın güçlü etkilere sahip olduğunu vurgulamasıdır.

1.4. GÜNDEM BELİRLEME KURAMI

İngilizce karşılığı “agenda-setting” olan ve dilimize çoğunlukla “gündem belirleme” diye çevrilen kavramın kimi çalışmalarda daha başka karşılıklarına da rastlanmaktadır. Türkçe literatürde yaygın olarak kavramın karşılığı olarak “gündem belirleme” (Yüksel, 2007: 576) kuramı kullanılmaktadır.

Gündem Belirleme Kuramı, Walter Lippmann’ın 1922 yılındaki klasik eseri olan **Public Opinion (Kamuoyu)** eserinden çıkmıştır (Freeland, 2012: 2-3). İlk olarak Kurt Lang ve Gladys E. Lang tarafından ortaya atılmış olan Gündem Belirleme Kuramının daha sonraki öncüleri Maxwell McCombs ve Donald Shaw olmuştur (Güz, 2005: 51). Bu kuram hakkında Bernard Cohen 1963 yılında “medya insanlara ne düşüneceğini söylemede başarılı olmayabilir, fakat düşünecek konu dayatmada şaşırtıcı biçimde başarılıdır” demiştir. Cohen’in fikirleri daha sonra McCombs ve Shaw tarafından geliştirilen teoriye öncülük etmiştir (Aktaran: Freeland, 2012: 2-3). Kitle iletişim araçlarının gündem belirleme görevi yaptığını savunan kuram, Bernard Cohen’in 1963 yılındaki çalışmalarından hareketle McCombs ve Shaw tarafından geliştirilmiştir (Erdoğan ve Korkmaz, 2010: 161).

Kitle iletişim araçlarının toplumun hangi konuda ne kadar bilmeleri gerektiğini belirlediği görüşüne dayanan “Gündem Belirleme Kuramı” 1972 yılında McCombs ve Shaw’ın **Kitleli Medyanın Gündem Kurma Fonksiyonu (The Agenda Setting Function of Mass Media)** makalesini yüksek prestije sahip **Public Opinion Quarterly**

dergisinde yayınlamaları ile kitle iletişim kuramları arasına katılmıştır (Hazar, 1996: 97). İletişim Sözlüğü'nde bu kavram, "Halkın çeşitli güncel sorunların görece önemini algılamasının kökenini açıklamaya çalışan bir kitle iletişim kuramı" olarak tanımlanmıştır. Gündem Belirleme Kuramı, halkın çeşitli konulara attığı önem, kitle iletişim araçlarında o konuya ayrılan yer ile ilgilidir. Kitle iletişim araçlarının büyük yer verdiği konular, halkında önemli olarak algılayacağı konular olmaktadır (Mutlu, 2012: 126).

Yaklaşımın isim babaları olan Donald Shaw ve Maxwell McCombs gündem belirleme işlevini "bireylerin düşüncelerini biçimlendirmek için onların algısal yapısını etkileme yeteneği" olarak tanımlamaktadır. Bu alanda son yıllarda önemli çalışmalarda bulunan Dearing ve Rogers ise yaklaşımı "medyanın bir süreç aracılığıyla farklı konuların görece önemliliğini bildirmesi ve kamuoyunu etkilemesi" biçiminde tanımlamaktadır (Aktaran: Yüksel, 2001: 24).

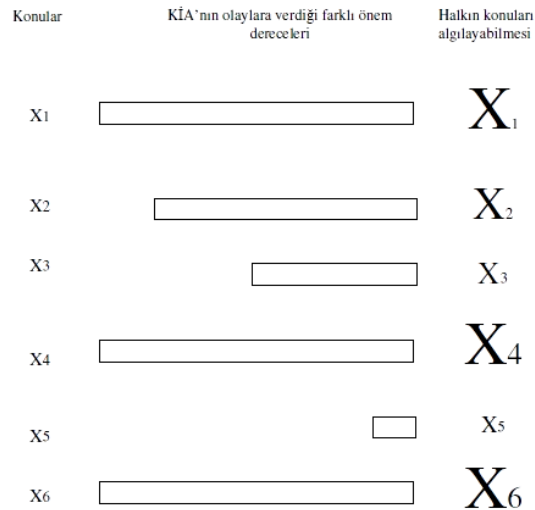
Walter Lipmann ise kitle iletişim araçlarının gündem belirleme işlevini şu sözlerle ifadelendirmektedir: "Siyasal olarak ilgilendiğimiz dünya; ulaşamadığımız, göremediğimiz, zihnimizde canlandıramadığımız bir dünyadır. O, keşfedilmeli, hakkında haber verilmeli ve imajı oluşturulmalıdır". Kurt Lang ve Gladys Engel Lang (1959) ise, **Kitle İletişim Araçları ve Oy Verme** isimli çalışmalarında Gündem Belirleme Kuramı ile ilgili şu ifadeleri kullanmışlardır: "Kitle İletişim araçları dikkati belirli konulara çeker. Politik insanların kamu imajını yaratır. Gazeteler sürekli kitle içindeki bireylerin ne hakkında düşünmeleri, bilmeleri ve hissetmeleri gerektiğini öneren nesnelere sunarlar" (Aktaran: Atabek ve Dağtaş, 1998: 355).

Bu tezin savunucularına göre, bu kuram önceki iletişim çalışmalarına göre "tutum değişimi" yerine "bilme ve farkında olma" üzerinde durmuşlardır (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 180). Bu konuda Atabek (1998: 156-157), kitle iletişim araçlarının Gündem Belirleme Kuramı ile izleyicilerin medyada yer alan konu hakkında bilgi edinmekten ziyade, kitle iletişim araçlarının konuya ayırdıkları yer, zaman ve konum itibarıyla ne kadar önemli olduğunu da çıkarsayacaklarını vurgulamaktadır. Kitle iletişim araçları sahip oldukları bu etki sayesinde kamunun düşünme ve tartışma gündemini hazırlamada önemli bir işlev görür.

Kitle iletişim araçları (gazete, televizyon vb.) her gün haber üretirken, haber

değerlerine göre, hangi haberlerin ele alınacağına, hangilerinin görmezden gelineceğine karar verir. Dolayısıyla hangi haberlerin yayınlanacağına dair bir tercih işleşi yürütülmektedir (Atabek, 1997: 33). Bu seçim sonrasında medyada yer alan bir bilgi kamu gündeminin belirlenmesinde etkin rol oynar. Bu nedenle gündem kurma, “Eşik Bekçisi (Gatekeeper)” kavramı ile işlevini sürdürmektedir. Bir durum ya da olay haber haline dönüşmeden önce belirli bir elededen geçmektedir (Hazar, 1996: 99). Bu eleme işlemini gerçekleştiren eşik bekçileridir. Tekinalp ve Uzun’a (2009: 128) göre Gündem Belirleme Kuramı yapılan görev bakımından “kapı tutucu (eşik bekçisi)” kavramıyla aynıdır.

Kitle iletişim araçları yayın kapasitelerine göre ellerindeki haberleri önemlilik derecesine göre gazetelerde birinci sayfalarından ya da manşetten, televizyonlarda da diğer haberlere göre ilk sıralarda ve daha uzun süreyi kapsayacak şekilde vermektedir (Atabek, 1998: 157). Hatırlamak gerekirse Gündem Belirleme Kuramında da kitle iletişim araçlarının önem verdiği konular ile izleyicilerin önemli gördükleri konular arasında paralellik olduğu tezi ileri sürülmektedir. Söz konusu ilişkiyi ilk kez McCombs ve Shaw, Şekil 1.2’de sunulan basit model ile açıklamışlardır (Yüksel, 2001: 26).



Şekil 1.2. Gündem Koyma ve Saptama Modeli

(McQuail ve Windahl, 1997:123): Kitle iletişimce en fazla ilgi gösterilen konular en önemli olarak algılanacaktır.

Modele göre kitle iletişim araçlarının konulara ayırdığı yer (gazete ve dergi) ya da zaman (televizyon ve radyo) miktarlarının ölçülmesi ile izleyenlerin bu konulara

verdikleri önem derecesi arasında yakın ilişki vardır. Medyada geniş yer verilen konular izleyenleri gündeminde de önemli konulardır (Yüksel, 2001: 26). Örnek olarak Şekil 1.2 incelendiğinde kitle iletişim araçlarının geniş yer verdiği birinci, dördüncü ve altıncı konular, halkın önemli olarak algıladığı konular olmuştur.

Gündem kurma araştırmalarının çoğu seçim kampanyaları üzerine yoğunlaşmıştır. Buna göre tipik bir seçim kampanyasında belirli bir adayın imajı, bir toplumsal sorunun ilgili çözüm önerileri bağdaştırılırsa, kurama göre konunun önemli olduğuna seçmenler ikna edilirse, oylarını konu ile ilgili en yeterli gördükleri adaya vereceklerdir (McQuil ve Windahl, 1997: 122). Siyasal seçkinler böylelikle kitle iletişim araçlarını kullanarak kamuoyunun gündemini belirlemektedirler. Bu sebeple Gündem Belirleme Kuramının temelini en çok siyasal olaylar, seçimler ve seçim kampanyaları oluşturmaktadır (Yaylagül, 2010: 79). Özellikle günümüzde, siyaset alanında adaylar kitle iletişim araçları üzerinden insanların karşısına çıkmaktadırlar. Birçok kişinin siyasetle olan tek ilişkisi ise kitle iletişim araçlarından elde ettikleri bilgilerdir. Oy verme kararında dikkate alınan bilginin büyük bir kısmı da haber, sütun ve köşe yazılarında yer verilen mesajlardan alınmaktadır (McCombs ve Shaw, 1972: 176-177)

1.4.1. Gündem Belirlemenin Düşünsel Temelleri ve Yapılan İlk Çalışmalar

McCombs ve Shaw'ın 1968 ABD Başkanlık Seçimleri sırasında gerçekleştirdikleri ve 1972 yılında yayınladıkları gündem belirleme Kuramı konusundaki çalışma, bu alanda gerçekleştirilen ilk çalışma olma özelliğine sahiptir. Bu araştırma kapsamında araştırmacılar, Kuzey Carolina'nın Chapel Hill kasabasında 100 kararsız seçmeni örneklem grubu olarak almıştır. Araştırma için kararsız seçmenlerin tercih edilmesinin altında yatan sebep, seçim kampanyaları esnasında kitle iletişim araçları aracılığıyla iletilecek mesajlardan en fazla onların etkilenebileceği düşüncesi olmuştur (Atabek ve Dağtaş, 1998: 386). Araştırma kapsamında araştırma grubuna iki temel soru yöneltilmiştir. Bunlar; “bugünlerde siz en çok ilgilendiren sorun nedir?”, “politikacıların söylediklerini dikkate almaksızın, hükümetin üzerinde yoğunlaşmasını ve bir şeyler yapmasını istediğiniz iki ya da üç ana sorun nedir?” (İrvan, 1997: 68). Bu kapsamda Chapel Hill'deki küçük bir kararsız seçmen grubunun o günlerde en önemli olduğunu düşündüğü gündem maddeleriyle bu seçmenlerin kampanyayı takip ederken

kullandığı medya organlarındaki haber içerikleri karşılaştırılmıştır (McCombs, 2005: 543).

Shaw ve McCombs (1972: 178) bir toplulukla sınırlandırılan bu araştırmada, bölgesel farklar veya medya performansındaki farklılıkların göz önünde tutulduğunu söylemektedir. 18 Eylül ve 06 Ekim tarihleri arasında belirlene deneklerle birebir görüşmeler (toplamda 100 görüşme) yapılarak, seçmen görüşmeleriyle eş zamanlı olarak bu seçmenlere hizmet veren kitle iletişim araçları analiz edilmiştir. 1968 baharında yapılan bir ön-test, Chapel Hill'deki insanların siyasi konulardaki bilgilerin neredeyse tamamını şu kaynaklardan sağladıkları ortaya çıkmıştır: "Durham Morning Herald, Durham Sun, Raleigh News and Observer, Raleigh Times, New York Times, Newsweek, NBC ve CBS'nin akşam haber yayınları".

McCombs ve Shaw, görüşmecilerin kendi açılarından birincil meselelerin ne olduğu sorusuna verdikleri cevaplarla, 12 Eylül ve 6 Ekim arasında örnek gazete, dergi ve haber yayınlarında çıkan haberleri, başyazı içeriği, kilit konular ve diğer kampanya haber türlerini temsil edecek şekilde 15 kategoriye ayırdıklarını söylemektedir. Bu kapsamda kitle iletişim araçlarının konular arasındaki vurgusunda çok önemli fark olup olmadığını görmek için medya haber içeriği "birincil" ve "ikincil" seviyelere ayrılmıştır. Örneğin, birincil ve ikincil haber ayrımı, yazılı basın için, haberin ebat ve konumuna göre yapılırken, televizyon için konum ve ayrılan süreye göre yapıldı (McCombs ve Shaw, 1972: 178).

Daha özelde, birincil maddeler şu şekilde tanımlanmıştır. Televizyon için 45 saniye veya daha uzun tüm haberler ve/veya üç baş haberden biri; gazeteler için, ön sayfada veya herhangi bir sayfada üç sütun başlık altında baş haber olarak çıkan ve haberin en az üçte birinin (en az beş paragraf) siyasi içeriğe ayrıldığı tüm haberler; dergiler için, bir sütundan uzun tüm haberler veya derginin haber kısmının başında çıkan tüm içerik, gazete ve dergilerin başyazı sayfaları için başyazı konumundaki (başyazı sayfasının sol üst köşesi) tüm içerik artı başyazı veya köşe yazarı yorumunun en az üçte birinin (en az beş paragraf) siyasi içeriğe ayrıldığı durumlar" (McCombs ve Shaw, 1972: 178-179).

Severin ve Tankard (1994: 366) yapılan araştırmalar sonrasında elde edilen bulguların Gündem Belirleme Kuramının etkisini desteklediğini şu sözlerle ifade etmişlerdir:

“Birincil konular için bir konunun medyada vurgulanması ile o konuyu seçmenin önemli olarak algılaması arasındaki ilişki .967’dir. İkincil konular için, ilişki .979’dur. Bu veriler, değişik kampanya konularına medyanın verdiği önem ile değişik kampanya konularının seçmen tarafından önemli ve dikkate değer olarak değerlendirilmesi arasında çok güçlü bir ilişkiyi gösterir”.

Kısacası veriler, medya tarafından önem verilen konularla, seçmenlerin bu konulara verdikleri önem arasında güçlü bir ilişki olduğunu göstermektedir (McCombs ve Shaw, 1972: 181).

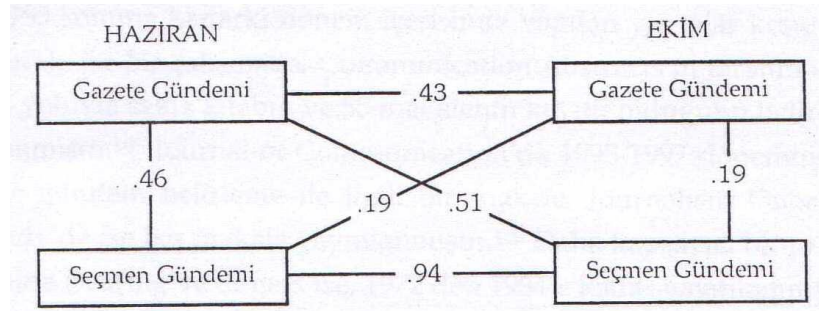
1968 Başkanlık seçimlerinde yapılan çalışma; dış politika, yasa ve düzen, mali politika, halkın refahı ve sivil haklar başlıklı beş konunun medya ve kamu gündeminde taşıdığı önemlilik ilişkisini ortaya koyması bakımından deneysel bir delil sağlamaktadır. “Karşılaştırmalı konu hiyerarşisi” türündeki ilk gündem belirleme çalışmalarına öncülük eden” araştırma, bu alanda yapılan diğer araştırmalara da isim babalığı yapması açısından önem taşımaktadır (Yüksel, 2001: 36-37).

Chapel Hill araştırması, kamuoyu gündemi açısından belirsizlikler taşımaktadır. Kamu gündemini medya gündeminin mi belirlediği; yoksa medya gündeminin kamu gündemini mi yansıttığı soruları ilk araştırma da yanıtız bırakılmıştır. Bu sebeple kamu gündemi ve medya gündemi arasında “nedenselliğin yönünü” belirleyebilmek için McCombs ve Shaw 1972 yılında gerçekleştirilen ABD Başkanlık seçimlerinde bir araştırmaya daha imza atmışlardır. Bu araştırmada araştırmacılar Gündem Belirleme Kuramı’nı her boyutuyla ele almışlardır. Bu kapsamda North Carolina Eyaleti’nin Charlotte kentindeki seçmenleri araştırma kapsamına dâhil etmişlerdir (İrvan, 1997: 68). Bu örneklem grubu, Severin ve Tankard’a (1994: 371) göre, Chapel Hill çalışmasındaki örneklem grubundan daha büyüktür. Aynı zamanda bu çalışmada araştırmacılar katılımcılarla birkaç kez görüşebilecekleri bir panel dizaynı oluşturmuşlardır. “Bu çalışmanın amaçlarından birisi de gündem oluşturmanın nedensel yönüne ilişkin veriler toplamaktır”.

Charlotte çalışmasında örneklem grubuna, dile getirilen sorunlarla ilgili bilgilere hangi kaynaklardan ulaştıkları sorulmuştur. Bu kapsamda seçmenlerin gündemi; bilgiyi elde ettikleri enformasyon kaynaklarının gündemleri ile karşılaştırılmıştır (Yüksel, 2001: 38). Ortaya çıkan sonuç, kitle iletişim araçlarının kamu gündemi üzerinde etkili olduğu yönündedir. Dört enformasyon kaynağının (ulusal televizyonlar, yerel gazeteler, siyasal reklamlar ve kişiler arası iletişim) gündeme etkisi söz konusudur. Buna göre araştırma sonucunda; ulusal televizyonların (CBS ve NBC) gündeminin kamu gündemini büyük ölçüde etkilediği, yerel gazetenin (Charlotte Observer) kamu gündemini etkileyemediği; ancak uzun dönemli düşünüldüğünde televizyonlardan daha etkili olduğu, siyasal reklamlar ile kamu gündemi arasındaki bağlantının oldukça düşük olduğu, kişilerarası iletişimin, ulusal medyanın (özellikle televizyonun) gündem belirleme etkisini zayıflattığı sonuçları elde edilmiştir (İrvan, 1997: 68-69).

Bu çalışmada üzerinde durulan bir başka konu medya ve kamu gündemleri arasındaki karşılıklı etkileşimdir. Her ne kadar Gündem Belirleme Kuramı, kitle iletişim araçlarının kamu gündemini belirlediği ön kabulüne dayanıyorsa da, araştırmacılar bu araştırma ile gündemler arasındaki etkileşimin yönünü ortaya koymak istemişlerdir (İrvan, 1997: 69).

Etkileşimin yönünü belirleyebilmek için araştırmacılar Haziran ve Ekim aylarında Charlotte gazetesi, CBS ve NBC televizyon kanallarının akşam yayınlarını içerik analizine göre incelemişlerdir. İki ay boyunca elde edilen veriler “çapraz yürütme korelasyonu (crosslogged correlation)” adı verilen teknikle analiz edilmiştir (Severin ve Tankard, 1994: 371). Karşılaştırmanın sonuçlarını Şekil 1.3’te görebiliriz.



Şekil 1.3. Gazete ve Seçmen Gündemleri Arasındaki Çapraz Bağlantılar (Severin ve Tankard, 1994: 372)

Nedenselliğin yönünü belirleyebilmek için Haziran ve Ekim aylarında gerçekleştirilen çapraz korelasyon analizine göre elde edilen veriler incelendiğinde (Şekil 1.3);

“Haziran’daki Charlotte Observer Gazetesi’nin gündemi, eş deyişle medya gündemi ile Ekim’deki yalnızca bu gazeteyi okuyan 178 kişilik panel grubu üyelerinin gündemi, eş deyişle seçmen gündemi arasındaki bağlantı (.51); Haziran’daki seçmen gündemiyle Ekim’deki medya gündeminden (.19) daha büyük bulunmuştur. Eş deyişle medya gündeminin kamu gündemini belirlemedeki etkisinin tersi durumundan daha büyük olduğu belirlenmiştir” (Yüksel, 2001: 38).

Chapel Hill ve Charlotte çalışmalarının ardından gerçekleştirilen çalışmalar McCombs ve Shaw’ın araştırma sonuçlarını desteklemiştir. Bu kapsamda G. Ray Funkhouser’ın, Time, Newsweek ve US. News and World Report dergileri üzerinde gerçekleştirdiği içerik analizi araştırması sonuçları bakımından önemlidir. Funkhouser; kamunun gündeminde hangi konuların önemli olduğuna ilişkin hazırladığı ölçeği saptamada, deneklere; “Amerika’nın en önemli sorunlarının neler olduğu” sorusunu yöneltmiştir. Araştırma sonucunda kitle iletişim araçlarının kamu gündemini belirlediği sonucuna ulaşılmıştır (Işık, 2012: 83). Bu çalışma, medya gündeminin kamu gündeminin belirlediğini göstermesinin yanı sıra, Chapel Hill çalışmasında elde edilen verileri ABD ulusal gündemine genellemesi (Yüksel, 2001: 39) bakımından da önem taşımaktadır.

McCombs, Shaw ve Funkhouser’ın çalışmalarının ardından ilerleyen yıllarda Iyengar ve Kinder tarafından gerçekleştirilen laboratuvar deneyleri bu alanda gerçekleştirilen çalışmalar arasında bir başka ilk sayılmaktadır.

“Gündem belirleme sürecini birey düzeyinde test eden bilim insanları, deneylere katılan bireylere belirli konularda mesajlar içeren özel hazırlanmış videoteypler izlettirmiş ve uyguladıkları anketlerden elde ettikleri veriler ile bu konuları karşılaştırmışlardır. Sonuçta, deneye katılanların izledikleri filmde vurgu yapılan mesajı daha çok aldıkları ve o konuya gündemlerinde daha fazla yer verdikleri bulgusu laboratuvar ortamında ortaya konulmuş ve gündem belirlemenin temel tezi bir kez daha doğrulanmıştır” (Yüksel, 2001: 40).

Wanta, gündem belirlemeyi ölçmek için benzer bir deney gerçekleştirmiştir. Deneyinde televizyon haberleri yerine gazeteleri tercih etmiştir. Wanta, okuyucunun bir

konuya gösterdiği ilgiyi ölçmek için, habere eşlik eden fotoğrafların, haberin algılanmasında ne kadar etkili olduğunu ölçmeye yönelik bir deney ortamı yaratmıştır. Wanta bu çalışmada farklı kapak sayfaları ile basılmış gerçek gazeteler kullanmıştır. Wanta gerçekleştirdiği deneyi şöyle ifadelendirmiştir:

“Deney ortamında önemli baskın habere büyük fotoğraf, dengelenmiş habere küçük bir fotoğraf ve aynı sayfada başka fotoğraflar bastırılmış ve başka bir haber için ise fotoğraf bastırılmamıştır. Değiştirilmiş gazeteler 3ayrı denek grubuna sunulmuştur. Haberler ulusal savunma, Amerikan çiftçilerinin içinde buldukları zor durum ve çevre kirliliği ile ilgiliydi. Katılımcıların üç deneysel haber dâhil olmak üzere 12 konuyu önem sırasına göre nasıl sıraladıklarını saptama için bir ön test yapılmıştır. Birkaç gün sonra denekler deneysel gazetelere maruz bırakılmışlardır. Son olarak ta deney için hazırlanan gazeteler okunduktan sonra bulgular hakkında önem sırasını saptamak için bir anket düzenlenmiştir” (Aktaran: Severin ve Tankard, 1994: 376).

Sonuç olarak büyük fotoğrafla beraber verilen baskın haberdeki konu, denekler tarafından önemli kabul edilen konu olmuştur. Küçük fotoğraflı dengelenmiş haberde verilen konu ise, deneklerin gündeminde önemli olmakla birlikte, bu etkinin derecesi küçüktür. Fotoğrafsız yayımlanan haberler ise denekler üzerinde hiçbir etki yapmamıştır (Severin ve Tankard, 1994: 377).

Bu konuda gerçekleştirilen bir başka araştırma ise, 1976 yılında David Weaver tarafından ABD’de Başkanlık Seçimlerindeki seçim kampanyaları üzerine gerçekleştirilen araştırmadır. Weaver’ın araştırması şu varsayıma dayanmaktadır: “Kitle iletişim araçları gerçekliği yansıtmaz; gerçekliği filtre eder ve biçimlendirir. Diğer bir deyişle, bazı konular üzerinde veya bu konuların bazı yönleri üzerinde durarak, gerçeklik bir bakıma süzgeçten geçirilmiştir” (Aktaran: Yumlu, 1994: 98).

Dearing ve Rogers’a göre kitle iletişim araçlarında görev yapan gazeteciler (ya da daha teknik bir deyişle haber eleyiciler) medya gündeminde yer alacak konuları belirlerken ve seçerken, kendi izleyici kitlelerinin ilgilerine göre hareket ederler. Tiraj ve reyting kaygısı ile hareket eden haber eleyiciler, medya gündeminin belirlenmesinde etkili olurlar. Bu konuda Ebring, Golden ve Miller da haber eleyicilerin, izleyicilerin beklentileri doğrultusunda hareket ederek belirli haberleri seçmelerinin yavaş ve uzun dönemli bir süreci gerektirdiğini belirtir. Araştırmacılara göre medya gündeminin kamu

gündemi tarafında etkilenmesi dolaylı bir şekilde ve uzun dönemde gerçekleşirken, kamu gündeminin medya gündeminden etkilenmesi doğrudan ve anlık olmaktadır (Aktaran: Atabek, 1997: 79).

Kamu gündemi ve medya gündemi arasında doğrusal bir ilişkinin olduğu söylenemez. Gündemler arasında iki yönlü bir ilişki söz konusudur. Bu konuda Behr ve Iyengar'ın medya gündemi ve kamu gündemi arasındaki ilişki üzerine gerçekleştirdikleri çalışma (Atabek ve Dağtaş, 1998: 390) önem taşımaktadır.

Behr ve Iyengar, araştırmada gerçek yaşamdaki konulardan enflasyon, işsizlik ve enerji gibi konuları seçmişlerdir. Ele aldıkları konuların aylara göre televizyon gündeminin hangi sıralarında yer aldığını belirleyebilmek için, 1974-1980 yılları arasında CBS televizyonun hafta içi haber bültenlerini içerik analizine tabi tutmuşlardır. Bu konuların gerçek yaşamdaki istatistikleri elde edilerek, bunlar televizyon haber bültenlerine yönelik gerçekleştirilen içerik analizleri verileriyle eşleştirilmiştir. Sonuç olarak, “konuların gerçek yaşamdaki istatistikleri ile kitle iletişim araçları içeriğinde yer alma miktarları arasından eş zamanlılık ve birlikte çoğalıp azalma gibi dikkate değer birliktelikler görülmüştür” (Aktaran: Atabek ve Dağtaş, 1998: 390-391).

Kitle iletişim kuramlarının kamu gündemini belirlediğini ileri süren Gündem Belirleme Kuramı kapsamında gerçekleştirilen çalışmalar, bu kuramın temel varsayımını destekleyici bulgular ortaya çıkarmıştır. Bu konuda gerçekleştirilen araştırmalar, tez çalışmasının bu bölümünde verilen araştırmalarla sınırlı değildir. Burada söz konusu olan araştırmaların dışında çok sayıda araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu tez çalışmasının kapsamında Gündem Belirleme Kuramı ile alakalı gerçekleştirilmiş bütün araştırmaları vermek imkân dâhilinde değildir. Bu kapsamda yapılan araştırmaları sayısal olarak ifade etmek, Gündem Belirleme Kuramının önemini kavrayabilmemiz açısından önem taşımaktadır.

1.4.2. Gündem Belirlemeyi İçeren Araştırmaların Yoğunlaşması

Kurama öncülük eden ilk araştırmadan (1972 yılında yayınlanan araştırma) bu yana, Rogers, Dearing ve Bregman, sosyal bilimler literatüründe gündem belirleme konusunda 200'den fazla makalenin olduğunu tespit etmişlerdir. O tarihten itibaren, 1977, 1981, 1987 ve 1991 yıllarında her birinde 17-20 arası yayın çıktığı ve bu alanda

bir istikrarın olduğu söylenebilir. Özellikle 1987 ve 1991 yıllarında bu alanda yapılan çalışmalar rekor seviyededir (McCombs ve Shaw, 1993: 59). Gündem Belirleme Kuramı ile ilgili olarak, 1992'den 1995 yılının sonuna kadar ki dönem içerisinde yapılan yayınlar konusunda, **Communication Abstracts** incelenmiş ve bu tarama sonrasında 8 kitap ve 55 makalenin kayıtlı olduğu belirlenmiştir. 1995-1997 yılları arasında **Journal of Communication**'da 1 makale, **Journalism Quarterly**'de ise 5 makale yayınlanmıştır. “Daha kapsayıcı bir şekilde Dearing ve Rogers 1972'den 1994'e kadar yayınlanmış 357 çalışmadan söz etmektedirler (Yüksel, 2001: 40-41).

1922'den 1995'e kadar yapılan yayınların dağılımı; “medya gündemi ile kamu gündemi arasındaki ilişkiyi hakkında 166; politika gündemi ile ilgili olarak 74; medya gündemi hakkında ise 22 makale” şeklindedir. 1992'den sonra gerçekleştirilmiş olan 4 çalışmada gündem belirlemenin tarihsel gelişimi, kavramsal açıklamaları gibi konular üzerine gerçekleştirilmiştir (Atabek, 1998: 163).

McCombs ve Shaw (1993: 59) Gündem Belirleme Kuramı çerçevesinde yapılmış olan çalışmaların dört aşamada gerçekleştiğini belirtmişlerdir. Bunlar:

1. Gündem belirleme araştırmalarının ilk baştaki kuramsal alanın, yani medya gündeminin ve toplum gündeminin ara yüzü olmanın çok ötesine geçtiği süreç.
2. Temel gündem belirleme hipotezinin bulgularını tekrarlamak ve medya gündeminin ayarlarını destekleyen veya kısıtlayan muhtemel koşulları incelemek. Bunu yaparken gündem belirlemeye psikolojik bir açıklama getirdiği için oryantasyon (uyum sağlama) ihtiyacını özellikle vurgulamak.
3. Medyanın bildirdiği ve seçmenlerin öğrendiği aday nitelikleri gündemi ve siyasetin tüm boyutlarının (toplumsal meseleler, adaylar vs.) ikinci planda kaldığı kişisel kaygılar gündemi.
4. 1980'lerde medya gündeminin kaynaklarına odaklanan çalışmalar.

Gündem belirleme araştırmalarının geçirdiği bu 4 aşamalı evrim nasıl yayın sayılarındaki istikrarı açıklıyorsa, 1990'larda bu bilimin değişen karakteri de araştırmaların giderek büyüyen hacmini açıklamaktadır (McCombs ve Shaw, 1993: 60).

Kitle iletişim araçlarının gündem belirleme işlevi, kitle iletişim araştırmaları alanında son yirmi yıl içerisinde en önemli araştırma yaklaşımlarından biri olmuştur. Kitle iletişim araçlarının gündem koyma ve saptama işlevini ele alan birçok araştırma

yapılmış ve yapılmaktadır. Gündem Belirleme Kuramının böylesine çok sayıda araştırmaya konu olması, bu yaklaşımın kitle iletişim araştırmaları açısından önemini vurgulamaktadır.

Şu ana kadar yapılan çalışmalar Gündem Belirleme Kuramının birinci evresini vermektedir. Bunun yanı sıra Gündem Belirleme Kuramının ikinci aşama çalışmaları da söz konusudur. Bu aşamaya gündem belirlemenin algısal süreçlerini kapsamaktadır. Bu kapsamda “çerçeveleme” ve “öne çıkarma” kavramları ön plana çıkmaktadır.

1.4.3. Gündem Belirlemede İkinci Aşama Çalışmaları: Çerçeveleme ve Öne Çıkarma

Birinci aşama Gündem Belirleme Kuramı araştırmaları, geleneksel gündem belirleme çalışmaları olarak tanımlanmaktadır. Bu aşama, “medya gündemini yapılandıran süreci dikkate almadan, medya gündemini verilen olarak ele almakta ve kamunun ne hakkında düşündüğünü ya da konuştuğunu belirlemeyi amaçlamaktadır”. Bu araştırmalar, kamu gündeminin belirlenmesine yönelik olarak farklı bir bakış açısı sunmakta ve ikinci derece gündem belirleme yaklaşımlarına temel oluşturmaktadır (Cereci, 2011: 55).

İkinci aşama çalışmalar olarak adlandırılan bu süreçte, çalışmalar gündem belirlemenin öncesine ve sonrasına odaklanmaktadır. Bu araştırmanın temel sorusunu insanların medyaya neden ve nasıl yöneldikleri, medyanın insanların tutum ve davranışlarını etkileyip etkilemediği soruları oluşturmaktadır (Yüksel, 2001: 43).

“Geleneksel aşamada, konuların önemliliklerinin medyadan kamu gündemine geçişi söz konusu edilmekte iken; ikinci aşama çalışmalarda haberlerin çerçevesi yoluyla konulara eklenen sıfatların, eş deyişle tutumların önemliliklerinin geçtiği varsayılmaktadır. Bu durum ise Cohen’in ünlü deyişinin yeniden gözden geçirilmesini gerekli kılmaktadır. Çünkü, artık medyanın ne hakkında düşüneceğinden daha fazlasını söylediği, eş deyişle konulara yönelik tutumları da etkilediği ileri sürülmektedir. McCombs ve diğerlerince İspanyol seçmenler üzerine gerçekleştirilen ve 1997’de yayınlanan çalışmada, seçmenlerin adaylara yönelik imajları ile medya haberleri ve reklamları arasında tutum transferini gösteren sıkı bir ilişki bulunmuştur. Bilim insanları medyanın insanların nasıl düşüneceklerini de belirleme gücünün olduğunu ileri sürerek bu duruma

“İkinci Aşama Gündem Belirleme Çalışması” adını vermişlerdir (Yüksel, 2001: 43-44).

Bu kapsamda İkinci Aşama Gündem Belirleme Çalışmasının temelini oluşturan “Çerçeveleme” ve “Öne Çıkarma” kavramlarını ayrıntılı olarak ele almak bu aşamayı doğru anlamlandırmak adına önem taşımaktadır.

1.4.3.1. Çerçeveleme (Framing)

“İkinci Aşama Gündem Belirleme (Second Level Agenda-Setting)” çalışmalarında çerçeveleme kavramı önemli bir yere sahiptir. Çerçeveleme kavramıyla:

“Konuların istendik yönde kamuoyunun dikkatini çekebilmek üzere bazı yönlerin seçilerek belli çağrışımlarla birlikte sunulması konu alınır. Tıpkı bir resmi duvardaki diğer nesnelere ayıran resim çerçevesi gibi haberlerde de ele alınan konulara ilişkin durum tanımlarının yapıldığı ve bu sayede o meselenin nasıl tartışılacağına da söylendiği ifade edilir” (Yüksel, 2007: 580).

Todd Gitlin (1980) CBS televizyonunun 1960'lardaki önemli öğrenci hareketlerini nasıl basitleştirdiğini inceleyerek kitle iletişim araştırmalarına "çerçeveleme" kavramını kazandırmıştır (McCombs ve Shaw, 1993: 62).

Çerçeveleme konusunda farklı bakış açıları olmasına rağmen, Robert Entman'ın sıklıkla bahsedilen tanımında “dikkat çekici” sözcüğüne yer vermesi, Gündem Belirleme Teorisi bakımından tamamlayıcı bir dil yaratmaktadır. Buna göre çerçeveleme; “algılanan gerçekliğin bazı boyutlarını seçip anlatılan madde için belirli bir problem tanımı, nedensel yorum, ahlaki değerlendirme ve/ veya davranış önerisini desteklemek için, algılanmış bir gerçekliğin bazı unsurlarını seçmek ve onları bir iletişim metni içinde daha dikkat çekici yapmaktır” (McCombs, 2005: 546).

Tankard, Hendrickson, Silbesan, Bliss ve Ghanem medya çerçevesini “bir bağlam sunan ve seçme, vurgulama, eleme ve açıklama yöntemlerini kullanarak meselenin ne olduğunu öngören, haber içeriğinin merkezindeki düzenleyici fikir” olarak tanımlamıştır. McCombs, ikinci düzey gündem belirleme lisanında çerçevelemenin belirli bir nesne tartışılırken sınırlı sayıdaki tematik olarak ilişkili niteliğin medya gündemine dâhil edilmek üzere seçilmesi olduğunu belirtmektedir. Gamsom ise çerçevelemeyi; “çeşitli yoğunlaşma simgelerini (dikkat çekçi slogan, marka sloganı,

sembol, metafor, tasvir, görsel imgeler) ve mantık yürütme araçlarını (nedenler ve sonuçlar, ilkeler ve ahlaki gerekliliklere başvurma) kapsayan bir matris açısından düşünmüştür (Aktaran: Weaver, 2007: 143).

“Çerçeveleme” kavramını ilk kez kullanan Goffman’dır (Durur, 2011: 24). Goffman’a göre çerçeveler, bireylerin olayları ve bilgileri; belirleme, algılama, teşhis etme ve adlandırmasına olanak sağlayan araçlardır. Goffman çerçeveleme üzerine şu görüşleri ileri sürmüştür:

“Bazı çerçeveler, varlıkların, önermelerin ve kuralların bir sistemi olarak açık seçiktir; diğer büyük bir kısmı ise bir yaklaşımın veya bakış açısının bilgisini sağlamada yetersizdir. Bununla birlikte, yapılandırma düzeyi ne olursa olun her çereve kullanıcılarına, çerçevenin sınırları içinde tanımlanan görünüşte (gerçekte olmayan) sınırsız sayıdaki somut olayların belirlenmesi, kavranması ve adlandırılması için olanak verir” (Aktaran: Atabek ve Dağtaş, 1998: 396).

Çerçeveleme medya tarafından üretilen mesajların ve bu mesajların alıcıları olan kitlelerin mesajları anlamlandırmasında önemli bir yere sahiptir. Bu bağlamda birer “yorumlama şeması” olarak kabul edilen çerçeveleme (Durur, 2011: 22), “olayları sınıflandırmaya, yorumlamaya ve kısa sürede anlamaya yardım eder” (Atabek ve Dağtaş, 1998: 397).

“Kavram, iletişim bağlamında ele alındığında bir meseleyi sunan ve tanımlayan iletişim kaynağı ile birlikte metni, alıcıyı ve içinde bulunan kültürü de kapsar. Daha ayrıntılı biçimde ifade edilirse, çerçeveleme temel olarak algılanan gerçekliğin bazı yönlerini seçmek ve onları iletişimsel bir metinde daha görünür hale getirmek; böylece ele alınan bir konuya yönelik belirli bir problemi tanımlama, neden ve sonuçlarını yorumlama, ahlaki değerlendirme ve/veya çözüm önerisi sunmaya katkıda bulunmaktır” (Erözalp, 2012: 23).

Haber gündeminde bir meselenin hangi nitelikleri vurgulanırsa vurgulansın, takipçi kitlesinin davranışları üzerindeki etkisi büyüktür. Habercinin bir meseleyi çerçevelemesi düşünce şeklimizi etkiler. Böylelikle sadece ne hakkında düşüneceğimizi değil, nasıl düşüneceğimizi de etkileyebilen bir süreç oluşur (McCombs ve Shaw, 1993: 63). Bu konuda Yüksel (2007: 581), haberlerde geçen siyasal liderlere yönelik sıfat, niteleme ya da yakıştırmaları, lider hakkında haberlerde kullanılan olumlu ve olumsuz

ifadeleri, medyanın o lider hakkında “nasıl düşünüleceğini” belirleme çabası olarak tanımlamakta ve durumu şu şekilde ifade etmektedir:

“Hayatta hiç yüz yüze gelinmeyen bir siyasal aday hakkında sahip olunan bilginin büyük bölümü medya aracılığıyla öğrenilmiş bilgidir ve medya aracılığıyla sağlanan tanışıklık çoğunlukla medyanın denetim ve kontrolüne bağlı bir tanışıklık olarak yorumlanabilir”. Haber çerçevelerine verilebilecek en çarpıcı örnek, kimilerinin “terörist” diye adlandırdığı kişilere, diğerlerinin “bağımsızlık ya da kurtuluş savaşçıları” tanımında bulunmasıdır. İslamcı, irticacı, gerici, laik, anti-laik gibi sıfatlar, demokratik bir refleks, pamuk darbe, postmodern darbe gibi tanımlamalar, olayları kamuoyuna belirli bir çerçeve içerisinde sunmakta ve kamuoyunun kişi, parti ya da olayı, söz konusu çerçeve içinde algılaması, görmesi, düşünmesi ve değerlendirmesi beklenmektedir”.

Çerçeveleme yaklaşımı, çerçeve kurma (frame building) ve çerçeve belirleme (frame setting) – medya çerçeveleri ve izleyici eğilimleri arasındaki etkileşim- olmak üzere iki aşamalı bir süreçtir. Bu süreçte haber çerçeveleri, tüm faktörlerin (gazeteci, haberci, metin, alıcı, kültür) dâhil olduğu, çeşitli bileşenlerin karşılıklı etkileşimi sonucunda şekillenmektedir. “Bu bileşenler, farklı aşamalardan oluşan bir çerçeveleme süreci için ayrılmaz bir bütünü oluşturmaktadır” (Cereci, 2011: 56-57).

Gazeteciler, siyasal kampanya yürütücüleri ve medya organları, çerçeveleri konuların karmaşıklık derecesini azaltarak, alıcıların bu konuları daha kolay anlayabilmesini sağlamak için kullanılmaktadırlar (Erözalp, 2012: 24).

1.4.3.2. Öne Çıkarma (Priming)

Öne çıkarma (priming) kavramı, kitle iletişim araçlarının olayların bazı yönlerini görmezden gelirken, bazı yönlerini ön plana çıkarmalarını ve hangi yargıların, tercihlerin baskın olduğunu göstermek için kullanılmaktadır. Kitle iletişim araçlarının izleyicilerin düşüncelerini etkileyebilen güçlü araçlardır ve bu araçlar bazı sorunlara dikkati çekerek hükümetlerin, politikaların ve siyasal adayların değerlendirileceği kriterleri belirlerler (Atabek ve Dağtaş, 1998: 401).

Kitle iletişim araçlarının, olayların bazı yanlarını görmezden gelip, bazı yanlarını öne çıkarmaları bir tercihte bulduklarının işaretidir. Böylelikle kitle iletişim araçları yapılan tercihler neticesinde haberleri servis ederler. Bu konuda 1999 depreminde ABD

Başkanı Clinton'un kucağındaki "Erkan Bebek" ile olan resminin dünya kamuoyuna servis edilmesi, dünya kamuoyunda hem depremzedelerin yanında olduğu ve bu büyük acıyı paylaştığının mesajını vermektedir hem de annelik ve babalık gibi temel insani duyguları ön plana çıkarmaktadır (Yüksel, 2007: 585).

Wilnat'a göre, öne çıkarma gündem belirlemenin kuramsal zeminini güçlendirmiştir. Ona göre öne çıkarma ve gündem belirleme işbirliği "kitle iletişim araçlarının bize yalnızca düşünecek konu değil bunun yanında düşünce de dayattığını" daha iyi anlamamızı sağlamaktadır (Aktaran: Weaver, 2007: 145). Öne çıkarma yaklaşımına göre:

"Hafızadan kolay çağrılabilen bilgiler; yargılara, fikirlere ve kararlara daha çabuk egemen hale gelir. Kamusal olaylarda ise daha kolay erişilen bilgiler, medya tarafından sıklıkla tekrarlanan, öne çıkarılan ve daha yeni bilgilerdir. Öne çıkarma kavramı, gündem belirleme kuramıyla yakından ilişkilidir. Gündem belirleme; bir sorunun önemli olduğunu söyler. Öne çıkarma ise; örneğin bir siyasi lideri ya da grubu, bu sorun karşısındaki performansına dayanarak değerlendirmemizi önerir (Erözalp, 2012: 24).

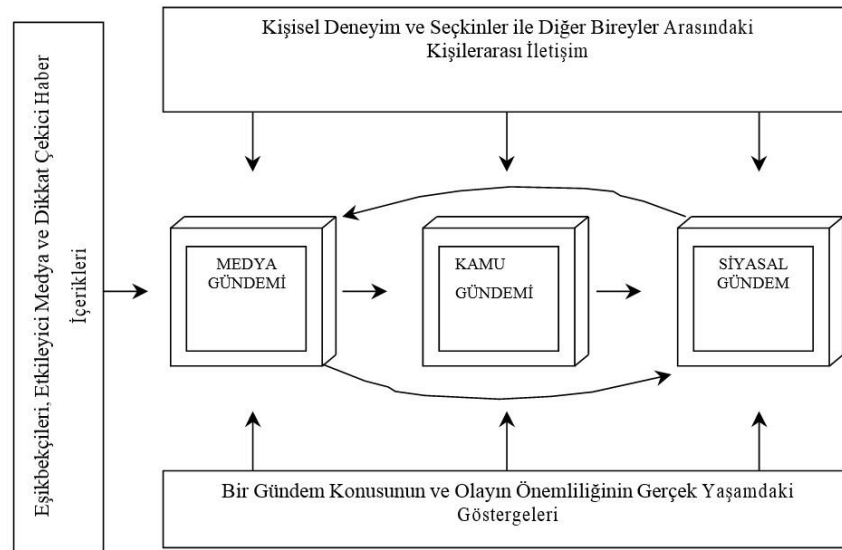
Scheufele öne çıkarma ve çerçevelemenin zemininin farklı olduğunu iddia etmektedir. Bu iddiaya göre öne çıkarma, meselelerin dikkat çekiciliğini arttırdığı için siyasi yargılara varırken bunları hafızada geri getirmeyi kolaylaştırdığı için tutumsal erişilebilirlik teorisine dayanırken; çerçeveleme ise bir durumun tarifindeki ince değişikliklerin meselenin belirli boyutlarını daha dikkat çekici hale getirmektense gelen bilginin yorumlanışını etkileyen yorumlayıcı taslakları kullandığını varsayan olasılık teorisine dayanır (Aktaran: Weaver, 2007: 145).

Öne çıkarma ile gündem belirlemenin arasındaki farklara değinmek gerekirse, öne çıkarmada yalnızca haber önemli değildir izleyici de önemlidir. "Etkili bir gündem belirleme için, haberlerin sadece izleyici/okuyucunun dikkatine hitap etmesi yeterli görülebilirken, öne çıkarma için ikinci bir aşamaya daha gereksinim duyar. İzleyici yalnızca belli bir soruna odaklanmamalıdır; üstelik, sorunun siyasal lideri değerlendirmek anlamında verdiği ipuçlarını da anlamalıdır." (Atabek ve Dağtaş, 1998: 402).

1.4.4. Gündem Belirleme Süreci ve Unsurları

Gündem Belirleme Kuramı kapsamında gerçekleştirilen araştırmalar göz önüne alındığında, ortaya çıkan sonuç medya gündemindeki bir konunun kamu gündemini biçimlendirdiğidir (Yüksel, 2001: 27). Bu kapsamda Rogers ve Dearing gündem belirlemenin 3 türünden bahsetmektedirler. Medya gündemi, kamu gündemi ve politika gündemi (Freeland, 2012: 4). Atabek'e (1997: 41) göre, zaten gündem belirleme "gündem belirleme süreci" diye adlandırılır ve üç ayrı gündemle ilgilidir. "Haber değerleri ve izleyici tercihleri ile fark edilen medya gündemi, medya tarafından etkilendiği sanılan kamu gündemi ve siyasal ya da siyasal çıkar gruplarının belirlediği siyasal gündemdir".

Rogers ve Dearing medya gündemi, politika gündemi ve kamu gündemi arasındaki ilişkiyi Şekil 1.4'teki şema ile açıklamışlardır.



Şekil 1.4. Gündem Belirleme Sürecinin Başlıca Unsurları (Aktaran: Terkan, 2005: 37)

McQuail ve Windahl (1997:126-127) bu modeldeki temel noktaları şu şekilde özetlemektedirler:

“Kitle iletişim araçları, kamu gündemini, çeşitli konulara çekmiş olduğu dikkat ve kitle iletişim otoritesi ile doğrudan etkilemektedir. Politikacılar; seçmenlerin ne isteyeceği sorusuna cevap aradığı sürece, kamu gündemi,

siyasal gündemi etkileyecektir. Medya gündeminin; siyasal gündem üzerinde bağımsız, doğrudan etkisi vardır; çünkü politikacılar tarafından kamuoyuna rehber olacak şekilde kullanılır. Siyasal gündemin bazı konularda kitle iletişim araçları gündemi üzerinde dolaysız ve kuvvetli etkisi vardır. Medya gündemi, birçok kaynak ve “gerçek dünya olayları” tarafından kitle iletişim araçlarının ilgisini çeken, sürecin daha önce ele alınış biçimlerinde genelde dâhil edilmeyen bir etmen olarak dolaysız olarak etkilenmektedir”.

Yüksel’e (2001: 29-30) göre bu model, “doğrusal bir model olması, gündem belirleme sürecine etki eden unsurlar arasındaki dinamik ilişkiyi göz ardı etmesi ve karmaşık olan gündem belirleme yaklaşımını tanımlama da tek başına yetersiz kalması bakımından eleştirilmiştir”.

Atabek ve Dağtaş’a (1998: 364-366) göre, medya gündeminin, kamu gündeminin ve politika gündeminin oluşumunda etkili olan başlıca faktörler vardır. Medya gündeminin oluşumunda, haber eleycileri, gerçek yaşamda meydana gelen ve gündem maddesi olabilecek kadar önemli olaylar, medya çalışanlarının kişisel deneyimleri, ilişkileri etkilidir. Kamu gündeminin belirlenmesinde, medya gündemi, kamuyu oluşturan bireylerin kişisel deneyimleri, doğrudan deneyimle öğrendikleri gerçek yaşamda oluşan olaylar etkili olmaktadır. Politika gündeminin oluşumunda ise, gerçek yaşamda oluşan sorunlar ve çözüm beklentileri, kamunun siyasal seçkinlerden beklentileri, politikacıların bu sorunlara ilişkin çözüm önerileri ve medyanın politikacıların çalışmalarını etkilemesi sayılmaktadır.

“Süreç içerisinde haber değerleri ya da izleyenlerin tercihleriyle fark edilen medya gündeminin, kamu gündemini ve onun da siyasal ya da baskı gruplarının belirlediği siyasal gündemi etkilediği ve yine aynı şekilde medya gündeminin siyasal gündemden, siyasal gündemin de medya gündeminden etkilendiği ifade edilmektedir. Buna göre bu gündemlerin her birinin diğerlerini etkilemeye uygun konumda ve etkileşimde olduğu görülebilir” (Yüksel, 2001: 29).

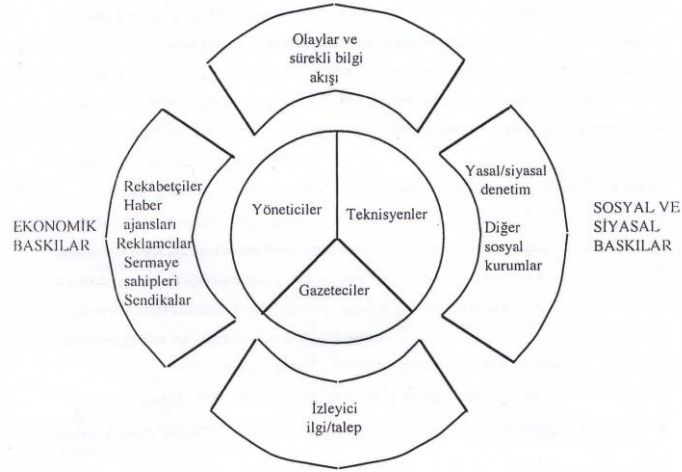
Bu sebepten söz konusu unsurları açmak ve her birini ayrı bir süreç halinde ele almakta yarar vardır. Çünkü belirtilen her bir gündem için yapılmış birçok araştırma söz konusudur.

1.4.4.1. Kitle İletişim Araçları (Medya) Gündemi

Kitle iletişim araçları gündemi konusunda gerçekleştirilen çalışmalar, kitle iletişim araçları gündeminin nasıl oluşturulduğu, gündem oluşumunda etkili olan faktörleri kapsamaktadır

Rogers ve Dearing medya gündemini, “belirli bir zaman dilimi içinde medyada yer alan olaylar ve sorunlar listesi” biçiminde tanımlamaktadır (Aktaran: İrvan, 1997: 72). Kitle iletişim araçları gündeminde “çevre kirliliği, terör, enflasyon ve hayat pahalılığı” vb. konular yer almaktadır. Bu konular medya gündemini oluşturur (Atabek, 1998: 165).

Yüksel’e (2001: 59) göre, kitle iletişim araçları gündemi, pek çok olay arasından haber haline getirilecek olanların seçim süreçlerinin nasıl ilerlediğini, haberlerin nasıl üretildiğini, medya tarafından nasıl sunulduğunu kapsayan haber üretim süreçleri üzerine odaklanmaktadır.



Şekil 1.5. Kitle İletişim Araçlarının Çevresi (Atabek ve Dağtaş, 1997: 367)

Kitle iletişim araçlarının gündeminin nasıl oluştuğunu anlayabilmek için, bu araçların nasıl bir çevre içerisinde yer aldığını bilmek gerekmektedir. Kitle iletişim araçları da diğer kurumsal yapılar gibi bir çevre içerisinde yer almaktadır ve bu çevre ile sürekli bir etkileşim içerisinde. Şekil 1.5’te görüldüğü gibi kitle iletişim araçları “sosyal, siyasi ve ekonomik etkiler altında dış dünyada cereyan eden olaylardan bazılarını seçerek haber haline getirirler ve okuyucu kitlelerine sunarlar” (Atabek ve Dağtaş, 1997: 366-367).

Bu konuda Terkan (2005: 41), medya içeriğini oluşturan konular ve olayların, kamu gündeminde ne kadar süre içerisinde üst sıralarda yer alacağı ve kamu algılamasında bu sorunların ne kadar zaman içinde kendi gündemlerini oluşturacağıının önemli olduğunu belirtmektedir.

“Zaman unsuru; özellikle medya ve kamu gündemi ilişkisini analiz eden araştırmacıların üzerinde dikkatle durması gereken bir konudur. Çünkü bu iki gündem arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmacılar, bu unsuru göz önüne almadıkları takdirde, medyanın kamu gündemini belirlediği veya belirlemediği noktasında farklı sonuçlara ulaşabilmektedirler. Araştırmalarda bu konu, zaman çerçevesi şeklinde ele alınmaktadır”

McCombs ve Gilbert’a göre, zaman çerçevesini belirleyen beş unsur bulunmaktadır. Bunlar:

1. Toplam zaman çerçevesi: Araştırmada göz önünde bulundurulmuş toplam zaman dilimi.

2. Zaman aralığı: Bir konunun medya gündeminde görülmesi (bağımsız değişken) ile kamu gündeminde görülmesi(bağımlı değişken) arasında geçen süredir.

3. Medya gündeminin sürekliliği: Konunun medya gündeminde kalması.

4. Kamu gündeminin ölçüm süresi: Kamu gündemini ölçmek üzere gerçekleştirilecek kamuoyu anketi uygulama süresi.

5. Optimum etki aralığı: Bir konunun hem medyanın hem de kamunun gündeminde en önemli olarak vurgulanması arasında geçen süre (Aktaran: Yüksel, 2001: 68). “Gündem koyma ve saptama araştırmalarında, zaman çerçevesinin unsurlarında yapılan değişiklikler, araştırma sonucunda elde edilen bulgularda önemli farklılıklara yol açmaktadır. Dolayısıyla, zaman çerçevesinin unsurları, araştırmanın temel sorunsalı, amacı, kapsamı ve sınırlılıkları dikkate alınarak tanımlanmaktadır” (Erdoğan, 2011: 54).

Peki kitle iletişim araçlarının içerikleri nasıl belirlenmektedir? Bu temel sorunsala ilişkin olarak, Pamela J. Shoemaker ve Stephen D. Reese, medya içeriği üzerindeki etkileri beş düzeyde değerlendirirler. Bunlar: “bireysel düzey, medya rutinleri düzeyi, kurumsal düzey, medya-dışı düzey ve ideolojik düzeydir (Aktaran: İrvan, 1997: 72).

1. Bireysel Düzey

Bu düzey medya çalışanlarının özelliklerinden kaynaklanan etkiler düzeyi olarak da bilinmektedir. Bu düzeydeki etkiler, “medya çalışanlarının kişisel özellikleri, tutumları, değerleri, inançları, etnik kökenleri, mesleki birikimleri ve rolleri” kapsamaktadır. Olayların haber haline getirilmesinin başında yer alan insanlardan kaynaklanan etkiler düzeyidir. Weaver ve Wilhoit’in Amerikan gazetecilerinin demografik özelliklerinin içeriği üzerindeki etkileri araştırması ile Rothman ve Lichter’in Amerikan gazetecilerinin tutumlarına yönelik araştırmaları bu türdeki çalışmalardır (Yüksel, 2001: 71).

2. Medya Rutinleri Düzeyi

Bu düzey, gazetecilerin işlerini yaparken günlük rutinleşmiş, yinelenen pratiklerini ifade etmektedir. Gazeteciler, sınırsız sayıdaki olay arasından haber haline getirilebilecek olanları seçebilmek için, sınırlı sayıdaki kaynaklar sebebiyle belirli rutinleşmiş pratiklere ihtiyaç duymaktadır (İrvan, 1997: 76). “Çalışma düzeninden kaynaklanan etkiler olarak da bilinen medya rutinleri düzeyi daha çok sosyolojik yaklaşım çerçevesinde incelenen ve yayın periyodu, zaman kısıtlılığı, yer sınırlılığı, haber yazım kuralları, haber değeri, objektiflik ve haber kaynağına olan bağlılıktan doğan etkileri incelemektedir” (Yüksel, 2001: 72).

3. Kurumsal Düzey

Shoemaker ve Reese, kurumsal düzeyde yapılan çalışmaların şu dört soruya yanıt aradıklarını belirtirler: “ Kurumsal roller nelerdir, kurum nasıl yapılanmıştır, kurumun politikası nedir ve nasıl oluşturulmaktadır ve son olarak bu politikalar nasıl gerçekleştirilmektedir? bu sorular özünde kurumsal etmenlerin medya içeriğini etkilediğini varsaymaktadırlar (Aktaran: İrvan, 1997: 78)

Kurumsal amaçlardan kaynaklanan etkiler düzeyi olarak da tanımlanan bu düzey, iletişim araçlarının sahip olduğu amaçlara yönelik etkileri, kurumsal ve ekonomi politik yaklaşımlar çerçevesinde değerlendirmektedir. “Kurumsal yaklaşım; liberal çoğulcu gelenek içinde geliştirilen ve medya kurumlarını analiz birimi olarak ele alan çalışmalardan oluşmaktadır. Ekonomi politik yaklaşım ise; medya kurumlarının gücü üzerinde durmaktadır” (Yüksel, 2001: 72). Kitle iletişim araçlarının içeriklerinin medya

kuruluşlarının ekonomik çıkarları doğrultusunda belirlendiğini ifade eden bu yaklaşım, medya kuruluşlarının ekonomik yapılarının incelenmesiyle medya içeriklerinin nasıl oluşturulduğunu ifade etmektedir. Bu konuda Graham Murdock, “medyanın ekonomik dinamikleri medyanın işleyişini ve içeriğini biçimlendirmektedir. Medya sahiplerinin haber üretim süreçlerine müdahale etmelerine gerek yoktur, çünkü egemen mülkiyet yapısı medya içeriğinin bu yapıyı sürdürmesini güvence altına almaktadır” (Aktaran: İrvan, 1997: 81)

4. Medya-Dışı Etkiler Düzeyi

Medya dışı etkiler düzeyinde etkili olan faktörlerin başında baskı grupları gelmektedir. Baskı gruplarının, belirli içerikler için yürüttükleri lobi faaliyetleri, medyada yer almak için gerçekleştirdikleri eylemler ve yasal anlamda hükümetin baskılarından kaynaklanan etkiler bu grupta sayılabilir. Medya dışından gelen etkiler haber içeriklerinin oluşturulmasında haber kaynaklarının önemine işaret etmektedir. “Çünkü liberal çoğulcu yaklaşım içerisinde haberde nesnelliğin sağlanabilmesi haber kaynaklarını açıkça belirtmesi, karşıt görüşlere yer vermesi ve bunda da eşitlik ilkesini işletmesi öngörülmektedir” (Yüksel, 2001: 72-73).

Özetlemek gerekirse, bu düzeyde çıkar gruplarının medyada yer almasını istedikleri ve istemedikleri haberler için gerçekleştirdikleri çabalar, kitle iletişim araçları gündeminde yer alabilmek için yapay haber üretmeleri ve hükümetlerin eylemlerinden kaynaklanan etkiler yer almaktadır (Atabek ve Dağtaş, 1998: 371).

5. İdeolojik Düzey

Shoemaker ve Reese ideolojik düzeyin diğer düzeylerin üstünde yer aldığını ve daha alt düzeylerdeki işleyişin ideolojik düzeyle bağlantılı olduğunu ileri sürmektedirler (Aktaran: İrvan, 1997: 91). Buradan hareketle medya içeriklerinin belirlenmesinde en ideolojik düzeyin en önemli faktör olduğunu söyleyebiliriz.

Medya ve ideoloji konusu üzerindeki çalışmalarda, Marksist bir bakış açısının hâkim olduğu söylenebilir. Eleştirel bir yaklaşım içerisinde gerçekleştirilen çalışmalar çerçevesinde, “medyanın hâkim sınıfların ideolojisini sürdürme ve yayma işlevi” görüldüğü söylenmektedir. Bu konuda Glasgow Üniversitesi Medya Grubu tarafından bu eleştirilere dayanak sağlar niteliktedir. Bu çalışmalar işçi ve işveren uyuşmazlıklarında

medyanın sistemli bir şekilde işvereni haklılaştırdığını, işveren görüşlerini “tüm toplumun genel yararı” gibi gösterdiğini sağlayan çerçeveler sağladığını ileri sürmektedir. Genellikle ideolojik etkiler işçi-işveren uyumsuzluklarında kendini daha çok göstermektedir (İrvan, 1997: 91-92).

Özetlenecek olursa, medya içeriklerinin oluşmasında “gazetecilerin mesleki becerileri, kişisel özellikleri, değer yargıları, günlük haber pratikleri, medya kuruluşlarının politikaları ve ekonomik yapılanmaları, çıkar ve baskı gruplarının etkileri, işçi-işveren uyumsuzlukları, dış politika” gibi etkili olmaktadır.

1.4.4.2. Kamu Gündemi

Kamu gündemi kavramından ifade edilmek isteneni kitle iletişim araçlarının ele aldığı konuların izleyicilerin/alıcıların gündemin etkilemesidir. Gündem Belirleme Kuramına göre, kitle iletişim araçlarında bir konuya verilen önem derecesi ile izleyiciler o konu hakkında sadece bilgi edinmekle kalmazlar, o konunun ne kadar önemli olduğuna dair de enformasyon elde ederler (Atabek, 1997: 74).

Kitle iletişim araçlarının içeriklerinin gerçekle olan bağlantısı (haber içeriğinin gerçeğin kendisi olup olmadığı) süregelen bir sorgulamadır. İçinde yaşadığımız dünya sürekli bir değişim ve dönüşüme tabidir. Günümüzde bireyler bu yapı içerisinde gelişmeler hakkındaki bilgileri kitle iletişim araçları aracılığıyla sağlamaktadırlar. İnsanlar yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası arenada gerçekleşen olay ve olgularla kendileri birebir gözlemleme şansına sahip olmadığından, bu olay ve olgulara ilişkin enformasyona ulaşırken kitle iletişim araçlarını kullanırlar. Bu durum ise, “bireylerin kendi kişisel deneyimleri dışında kalan olay ve olguları büyük ölçüde kitle iletişim araçlarının kendilerine yansıttığı kurgulanmış biçimde yeniden inşa yoluyla kavramalarına neden olmaktadır” (Işık ve Akbaba, 2004: 154).

“Zaten günlük yaşantıda dikkat edilmeyen olgulara medya aracılığı ile dikkat edilmektedir. Ancak doğaldır ki medya bireyin etrafındaki her şeyi aynen yansıtmamaktadır. Seçerek, süzerek, indirgeyerek, bireylerin ve toplumların beklentisine göre merak ettikleri konuları, siyasal konjonktüre göre bilmesi gerekenleri, sosyal olarak çözümlenmesi gereken konuları, ulusal çıkarlar içeren konuları ve medya patronlarının gündeme getirmek istedikleri konuları kamuoyuna yansıtmaktadırlar. Medya bu şekilde

seçicilik yaparak kimi zamanlar merkezi yönetime karşı kamuoyu gündemini belirleyerek merkezi yönetimi yönlendirmekte istemektedir (Kopan, 2010: 98).

Yapılan çalışmalar medya gündeminin kamu gündemini belirlediği yönündedir. Nedenselliğin yönüne ilişkin gerçekleştirilen çalışmalar da bu bulguyu destekler nitelikte veriler sunmuştur. Çalışmalar sonucunda varılan bu noktanın yanı sıra, unutulmaması gereken bir diğer nokta ise gündemlerin doğrusal bir ilişki içerisinde olmadığıdır. Gündemler karşılıklı etkileşim içerisinde birbirlerini etkilemektedirler.

Bu konuda Brosius ve Kepplinger'ın gündem belirlemenin yönüne ilişkin gerçekleştirdiği çalışma önem arz etmektedir. Araştırmacılar medya ve kamu gündemlerinde yer alan 16 konu arasında nedensel etkinin yönünü açıklamaya çalışmışlardır. Çalışmaları sonucunda dört konuyu (çevre, enerji, savunma ve Avrupa'daki politikalar) kamu gündemini belirlediğini, buna karşın kamu gündemindeki üç konunun da (emeklilik, kamu borçları ve kamu güvenliği) medya gündemini belirlediğini ortaya koymuşlardır. Denilebilir ki, medya gündemi kamu gündemini her konuda belirleme gücüne sahip değildir (Atabek, 1997: 74-78).

Bu kapsamda söylenebilecek en temel şey medya gündeminin, kamu gündeminden bağımsız olmadığıdır. Bütün çalışmalarda medyanın kamu gündemini etkilediği belirtilirken, bu ilişkiye hangi unsurların etkide bulunduğuna yönelik farklı değişkenler test edilmiştir. Söz konusu unsurlardan öne çıkanlar şunlardır:

1. Bireysel Nitelikler ve Deneyimler: Yüksel (2001: 112), medyayı takip edenlerin yaş, cinsiyet, eğitim, gelir ve meslek grupları gibi bireysel nitelikleri yansıtan sosyo-ekonomik yapıların medya içeriklerine yönelik ilgi duyulan konuların farklılaşmasını beraberinde getirdiğini belirtmiştir. Gençlerin, yaşlıların, öğrencilerin, çalışanların ilgi duydukları konular farklılaşmaktadır.

2. Medyaya Maruz Kalma Derecesi: Kitle iletişim araçlarının gündem belirleme etkisinin oluşması için temel şart izleyicilerin medya içeriklerine açık olmalarıdır. Burada altı çizilmesi gereken nokta bireyin medya içeriklerini takip etmeseler de medyadan içeriklerinden haberdar olduklarıdır. Yapılan araştırmalar göstermiştir ki, izleyicilerin/alıcıların medya gündemini kendi gündemi şeklinde kabul etme durumu ile

bireylerin medyaya maruz kalma dereceleri arasında pozitif bir ilişki vardır (Yüksel, 2001: 113).

3. Mesajın Tekrarlanması: Medyada bir konunun önemli olduğu mesajın tekrarlanması ile ilintilidir. Mesajın tekrarlanması kamuya tekrarlanan mesajın konusunun önemli olduğunun işareti sayılmaktadır. Bu sebeple medyada mesajların biriken etkisi kamu gündemini etkilemektedir (Yüksel, 2001:114).

4. Yönelim Gereksinimi: Kitle iletişim araçlarının mesajları basit uyarıcılar değildir. Bu mesajlar daha çok “birkaç anlam seviyesinde düzinelere parçadan oluşan bir uyarım paketi”dir. Bu kadar uyarıcı mesaj içerisinden izleyicilerin hangilerini seçecekleri sorusunun olduğu noktada devreye “yönelim gereksinim kavramı girmektedir. Yönelim gereksinimi, “bizi saran çevre hakkında doğal bir merakla sahip olduğumuzu varsaymakta ve gündem belirleme kavramı ile kullanımlar ve doyumlar perspektifi arasında da faydalı bir köprü kurmaktadır”. Bu kavram genellikle siyasal iletişim çalışmalarında karşımıza çıkmaktadır. Yapılan çalışmalar göstermiştir ki bir kişinin yönelim gereksinimi ne kadar fazlaysa, kitle iletişim mesajlarına maruz kalma miktarı da bir o kadar yüksek fazla olmaktadır (Terkan, 2005: 79-81).

5. Kaynağın Güvenirliliği: Bu noktada mesajın kaynağının güvenirlilik derecesi, mesajın etkinliğin arttıracak faktörlerden birisi olmaktadır.

Milburn ve diğer araştırmacılar çalışmalarında, medya mesajlarının doğruluğuna inanılması durumunda, mesajların izleyicilerin karmaşık siyasal düşünceleri üzerinde etkili olacağını belirtmişlerdir. Özetle, “İnanılabilirlik, güvenirliliğe önderlik etmektedir”. Kitle iletişim aracını güvenilir bulan birey, bu araçların içeriklerine de bağımlı olma eğilimindedirler (Aktaran: Yüksel, 2001: 115-116).

6. Bireyler arası İletişim: Kişilerarası iletişim kitle iletişim araçlarının gündem belirleme etkisine olumlu ve olumsuz etkilerde bulunur. Eğer ki kişilerarası iletişim medyada verilen sorunlara yönelikse, medyanın gündem belirleme etkisi artmaktadır; faklı ise kamu gündemi ile medya gündemi arasında bir rekabet ortamı oluşmaktadır. Kısaca, kişilerarası iletişimde tartışılan sorunlar, medyada tartışılan sorunlarla benzerlik gösteriyorsa medyanın gündem belirleme etkisi gerçekleşmektedir (İrvan, 1997: 100-101).

7. Haber Eleyiciler: Ebring, Golden ve Miller gibi çalışmacılar medya gündemi ve kamu gündeminin hangisinin birbirine göre daha kolay ve hızlı bir şekilde belirlendiğini araştırmışlar ve burada etkili olan faktörün haber eleyicileri olduğunu belirtmişlerdir. Yapılan araştırmalara göre hedef kitlenin beklentileri doğrultusunda haber eleyicilerin seçtiği konuların gündem oluşturması yavaş ve uzun dönemli olmaktadır. Bunun tam tersi şekilde medya gündeminin kamu gündemi üzerindeki etki ani ve doğrudan olmaktadır. “İzleyiciler verilen konu hakkında bilgi sahibi değillerse ve konu ile ilgili farklı haber kanallarının etkisine açıklarsa, medyanın gündem belirleme etkisi doğrudan ve hızlı olmaktadır” (Yüksel, 2001: 117-118).

8. Konuya Yönelik Medya İlgisi (Gündemi Sıfır Toplam Oyunu): Kamuoyunun bir konuya uzun süre odaklanabilmesi için o konunun toplum için önemli bir konu olduğu algısı oluşturulmalıdır. Gündemde var olan çok sayıda konu, sürekli gündem olma hususunda yer değiştirmektedir. Böyle bir durumda bir konunun gündem olması demek, bir başka konunun gündemden düşmesi anlamına gelmektedir. Konular arasında gündeme girmek için bir rekabet olduğu söylenebilir (Yüksel, 2001: 118-119). Böyle bir durumda konuların hepsi kamu gündeminde aynı öneme sahip olamaz. Gündeme yeni konular girdikçe diğer konuların önemini yitirmesi kaçınılmazdır. Bu unsur, “kamu gündeminde ortaya çıkan yeni herhangi bir sorunun, eski sorunların algılanan ilgi çekiciliğini azaltabildiğini ya da ortadan kaldırdığını öne süren net "sıfır toplam" prensibine (Zhu'nun önermiş olduğu bir yaklaşım) dayanmaktadır” (Terkan, 2005: 90).

9. Konuların Niteliği: Konuların niteliği göre gündem belirleme etkisini değiştirmektedir. Belirli olaylarda medyanın etkisi kısa sürede gözlemlenebilirken, başka olaylarda bu etki daha uzun sürebilmektedir. Bu durumu ortaya çıkaran konuların niteliğidir (Yüksel, 2001: 121).

“Medya gündeminin kamu gündemini etkilemesinde, gündemdeki konunun büyük bir öneme sahip olup olmaması, habere konu olan olayın birden bire ortaya çıkması veya yavaş yavaş gelişmesi, konunun bireyler tarafından doğrudan deneyimle veya kitle iletişim araçları yoluyla öğrenilmesi, medya gündeminde yer alan konunun nasıl sunulduğu ve somut verilere dayanıp dayanmadığı önemli unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır” (Atabek ve Dağtaş, 1998: 408).

1.4.4.3. Politika Gündemi

“Gündem belirleme yaklaşımı çerçevesinde gerçekleştirilen araştırmaların son halkasını politika gündemine ilişkin çalışmalar oluşturmaktadır. Bu alışmalar medya gündemine yerleşen siyasal, ekonomik ya da toplumsal bir sorunun hükümetin gündemine de girip girmediğini incelemektedir” (İrvan, 1997: 111). Demokratik toplumlarda kamuoyu ile siyasal seçkinlerin karar ve uygulamaları arasında bir bağlantı söz konusudur. Politika gündemi ile ilgili yapılan çalışmalar, hükümet organları ve siyasal seçkinler (yasa yapıcılar, devlet başkanı, belediye başkanı vb.) tarafında ele alınan sorunların, kitle iletişim araçlarının içeriğiyle ve süreçleriyle bağlantılı olup olmadığını incelemişlerdir (Atabek ve Dağtaş, 1998: 377). Bu sebeple vurgulanması gereken nokta, medya içerikleri ile siyasal gündem arasındaki ilişkidir.

Siyasal gündem alanında yapılan çalışmaların eksikliği, bu alanda bir çalışma geleneğinin oluşmamış olmasıdır. Gündem belirleme çalışmalarında medya gündemi için içerik analizi, kamu gündemi içinse, “hiyerarşi, derinlemesine, deneysel çalışmalar” gibi araştırma geleneklerinden bahsederken, politika gündemi için böyle bir araştırma geleneğinden bahsedemiyoruz. “Siyasal gündem çalışmalarında daha çok ele alınan gündemlerin birbirlerini hangi noktalarda etkiledikleri ve çeşitli davranış değişiklikleri meydana getirip getirmediikleri incelenmektedir”. Bu incelemeler neticesinde, siyasal gündem ve medya gündemi arasındaki ilişkiyi açıklayacak bir araştırma geleneğinden söz etmek oldukça zordur (Terkan, 2005: 93-94).

Atabek’e (1998: 168) göre medyada yer alan gündem konuları politika gündeminde şu aşamalardan geçerek yükselir; “haber kitle iletişim araçlarında yer alır, haberler konunun izleyiciler için önemlilik derecesini etkiler ve böylelikle kamunun gündemindeki sorunların öncelik sırasında meydana gelen değişiklik hükümetin politika tercihini etkiler.”

Demokratik rejimlerde basın, siyasal çevreyi izleyerek, kamuoyunun oluşmasına katkıda bulunur ve kamunun talepleri doğrultusunda politikaların hayata geçirilmesini sağlar. Kısaca basın, kamunun siyasal yapıyı denetleyebilmesinin aracıdır (Atabek ve Dağtaş, 1998: 379). Cereci’ye (2001: 23) göre medya ve politika arasındaki ilişki demokrasi kuramının tersine bir ilişki içerisindedirler.

“Medya, yönetilenlerin yönetenlere boyun eğmeleri konusundaki ana etkidir. Sorunsuz bir politik ortam, en azından görünürde uzlaşmacı bir halk devlet ilişkisi için, yönetenlere boyun eğen yönetilenler olması gerekmektedir. Böyle bir ortam için yönetenler medya aracılığıyla sevimli görünme, yaranma, ikna etme, zorlama bazen de aldatma yöntemlerini kullanarak uygun bir atmosfer oluşturmaya çalışırlar. Medya öncelikle kendisi için, aynı zamanda birlikte uyum içinde çalışmak zorunda olduğu yönetenler için –çünkü devamlılığı için buna ihtiyaç vardır- uygun bir ortam oluşturma çabası içinde; insan kategorileri ve belirli insanların niçin belirli kategorilere dâhil olması gerektiğine dair anlayışları düzenler. Bu kategoriler, medyada olduğu kadar gerçek hayatta da insanları yargılamak için kullanılan düşünme sürecinin bir parçası haline gelir”.

Demokratik rejimlerde politika gündeminin belirlenmesinde kitle iletişim araçları çok önemli bir role sahiptirler. Bu noktada basının kamu için bir denetleme aracı olduğu doğru değildir. “Basın, kamuoyu oluşturma gücü ile kitlelerin desteğini arkasına alarak siyasal karar mekanizmalarını etkileme gücüne sahip olabilir. Benzer biçimde okuyucular da basının desteğini alarak siyasal karar mekanizmalarını talepleri doğrultusunda etkileyebilirler”. Burada dikkat edilmesi gereken iktidarlar, kitle iletişim araçlarını kullanarak halkı yanıltarak ve yönlendirebilirler (Atabek, 1998: 169).

“Medya ulaştığı bu gücüyle, bireylerin tutum ve davranışlarını etkileyebilmenin, etkilemekle de kalmayıp bunları değiştirebilmenin en etkin yöntem ve araçlarına sahip hale gelmiştir. Bu etki bireyler bazında da sınırlı kalmaz. Toplumun geneli boyutunda da olanca ağırlığıyla gözlemlenebilir. Medya, toplumun yapısını, kurulu düzenini ve bireyler arasında cereyan eden toplumsal ilişkileri yeniden yaratma, yeniden şekillendirme, yeniden üretme ve yorumlama gücüne ve yeteneğine sahiptir. Semboller, işaretler, sayılar, sözcükler ve resimlerden ya da bunların bileşkesinden oluşan iletiler yalnızca mesaj taşımazlar. Aynı zamanda insanların dünyasını yeniden şekillendirip yorumlar, ona yeni boyutlar kazandırır. Medyanın bu şekillendirme ve değiştirme etkisi bireyler ve genel anlamda toplum boyutuyla da sınırlı kalmayıp, toplumsal ve siyasi yapı içinde etkin bir konuma sahip olan siyasi liderleri ve meşru hükümetin politikalarını da kapsayacak boyutlara ulaşabilmektedir” (Aslan, (t.y.): para. 1-2).

Özetle, gerek medya gündemi, gerek kamu gündemi, gerekse politika gündemi birbirinden bağımsız değildir. Kamu gündemi ve medya gündeminin temelinde kitle iletişim araçları yer almaktadır. Tek ifade ile gündemler birbirine karışmışlardır. Tek

yönlü doğrusal bir süreçten ziyade, çift yönlü etkileşimin olduğu bir süreç söz konusudur.

Şuana kadar kitle iletişim araçlarının kamuoyu gündemi üzerindeki etkilerini, kamuoyu gündeminin oluşmasında etkili olan unsurları, politika gündemini gördük. Çalışmanın bir bütünlük kazanabilmesi için kamuoyunun ne olduğu, kitle iletişim araçları ile ilişkisinin boyutuna değinmek gerekmektedir.

1.5. KAMUOYU VE KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI İLİŞKİSİ

İlk kez İngilizler tarafından “halkın düşüncesi” anlamında 1741 yılında kullanılan kamuoyu kavramı, Fransa’da da ilk kez 1744 yılında Rousseau tarafından “toplumun tavrı” anlamında kullanılmıştır. 18. ve 19. Yüzyıllarda belirginlik kazanmaya başlayan sanayileşme, demokratikleşme, kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması çağdaş anlamda kamuoyu olgusu, 20. yüzyılda bilim adamlarının üzerine eğildikleri bir kavram olmuştur (Atabek, 2002: 223-224). Diğer bir ifadeyle, ilkel komünal topluluklarda bile var olan kamuoyu olgusu Amerikan ve Fransız burjuva devrimlerinden sonra önem kazanırken, bilimsel ölçekte ele alınması 1920’li yıllara rastlamaktadır (Bıçakçı, 1998:132).

Latince’deki “publicus” ve “opinion” sözcüklerinden türetilerek batı dillerine giren kamuoyu kavramı, Fransızca’da “opinion publique”, İngilizce’de “public opinion” ve Almanca’da “öffentliche meinung” sözcükleriyle ifade edilmektedir. Dilimize Batı’dan geçen bu kavramın bizdeki ilk kullanımlarına bakıldığında, “efkârı umumiye”, “umumi efkârı”, “amme efkârı”, “halk efkârı” ve “kamu efkârı” gibi ifadelerle karşılaşmaktayız. Günümüzde ise bu kavram, kamu ve oy sözcüklerinin birleşmesiyle tek bir sözcük halinde dilimize yerleşmiştir (Atabek ve Dağtaş, 1998: 207). Bu hususta kamuoyunu iyi bir şekilde tanımlayabilmek için kavramı oluşturan “kamu” ve “oy” sözcüklerine değinmek gerekmektedir.

Açık ve şeffaf olma durumunu ifade eden kamu kavramı, çoğunluğun kanaati olarak belirtilmektedir. Kamu kavramında kanaat ve eylemler belirli bir zaman içerisinde gerçekleşmektedir ve bu kanaat ve eylemler, kamu toplumlarının kendi içerisindeki etkileşimleri ve kamu içerisinde baskın fikirlerin birleşmesiyle kamu menfaatinin oluşturur. Kamu menfaatinin birleşmesi sonucunda da farklı yapılarda

kamuoyları oluşur (Alav, 2001: 10). Kamu kelimesi sözlük anlamı açısından “umumi; herkese ait, yani hususi olamayan aleni; halk ve amme” kelimelerinin her üçünü de kapsamaktadır. Kamu kelimesi bu üç anlamı da kapsayan teknik bir kavram olmaktadır.

“Kamu” kolektif bir deyimdir. Kamu belirli bir durum ya da soruna özgü olarak belirli bir zamanda oluşan gruptur. Bazen az sayıda katılımı ve özel konularda oluşabilen kamu, bazen de toplumun genelini ilgilendiren konularda geniş katılımı oluşur. Bununla birlikte burada bahsedilen genel tek bir kamu değildir. Çeşitli kamular söz konusudur ve her sorun kendi kamusunu yaratabilir” (Bektaş, 2000: 44-48).

Kamuoyu kavramını oluşturan ikinci sözcük olan “oy” sözcüğü ise “bir konuda tutulacak yolu belirlemek için ileri sürülen görüş” anlamındadır (Atabek ve Dağtaş, 1998: 208). Oy kavramı ilk anlamında siyasal ve toplumsal bir süreç içerisinde kişinin tercihini ifade etmektedir. İkinci anlamda ise, düşünceleri, kanaatleri ve tutumları ifade eder (Alav, 2001: 10). Kapani’ye (2002: 147) göre, oy kavramından anlaşılması gereken rasyonel, kesin, pozitif bilgiye dayalı bir fikir değil, az çok belli bir eğilim, bir görüş, daha doğrusu bir kanaat olması gerektiğidir.

Kamuoyu kavramı konusunda çalışma yapan araştırmaların birleştikleri ortak nokta bu kavramın tek ve açık bir tanımının olmadığıdır. Dikkat edilmesi gereken, genel kabul edilebilir bir tanımın yokluğu bu kavramın anlamsız olduğunu göstermez (Mutlu, 2012: 173). Bu kapsamda New York Columbia Üniversitesi Gazetecilik Bölümü profesörlerinden W. Philips Davison’ın, 1968 yılında yayımlanan International Encyclopedia of the Social Sciences için yazdığı “Kamuoyu” adlı maddeye: “Genel kabul görmüş bir kamuoyu tanımı yok” (Aktaran: Neumann, 1995: 83) cümlesi ile başlaması durumu ispatlar nitelikte bir ifadedir. Atabek ve Dağtaş (1998: 213) bu hususta, kamuoyu kavramı ile ilgilenen sosyal bilimcilerin bu kavramı açıklamaya çalışırken, kavramın farklı yanlarına vurguda bulduklarını söylemektedirler. Kısaca, kamuoyu kavramının tanımlanması bilim adamlarının ilgi alanlarına göre farklılıklar göstermektedir.

Bu kapsamda kamuoyu ile ilgili yapılmış tanımların bazılarını bakmak kavrama yönelik geliştirilen tanımların ortak noktalarını görebilmek adına anlamlı olacaktır.

Türk Dil Kurumu sözlüğünde kamuoyu, “bir konuyla ilgili halkın genel düşüncesi, halkoyu” şeklinde açıklanmaktadır (<http://www.tdk.gov.tr>, 29.05.2015)

İletişim Sözlüğü’nde ise kamuoyu, “halkın kamusal ilgi konularına ilişkin kanılarının toplamı; genel kamunun üyelerinin siyasi konular ya da güncel olaylar hakkındaki tutumlarının anlatımları” şeklinde tanımlanmaktadır (Mutlu, 2012: 173).

Kapani (2002: 146-147); kamuoyu kavramından toplumun bütün yetişkin üyeleri tarafından paylaşılan bir ortak düşünce, bir kanaatin akla gelememesi gerektiğini vurgulamaktadır. Toplumun tümünü ifade eden kanaat düşüncesi, sosyolojik gerçekliklere aykırıdır. “Kamuoyu, belli bir zamanda, belli bir tartışmalı sorun karşısında, bu sorunla ilgilenen kişiler grubuna veya gruplarına hâkim olan kanaattir”. Vural’a (1999: 46) göre, kamuoyu kavramı, “hükümet dışı çevrelerden hükümete doğru yönelen ve hükümetçe göz önünde bulundurulması zorunlu bulunan kanaatler” olarak tanımlanmaktadır.

Atabek’e (2002: 225) göre ise kamuoyu kavramı, “bir grup insanın ortaklaşa ilgisini çeken sorunlar hakkında belirli karar mekanizmalarını veya çeşitli toplumsal kesimleri harekete geçirmek amacıyla ifade ettikleri görüşlerdir”.

Sonuç olarak kamuoyu kavramını tanımlama çabaları genel olarak iki grupta toplanabilir. Politika bilimi açısından kamuoyu tanımı ve diğer sosyal bilimler açısından kamuoyu tanımı. Politika bilimi açısından kamuoyu, “devletin üç organının (yasama, yürütme, yargı) davranışını belirleyen ya da kanaat önderleri tarafından belirlenen ve oluşturulan norm” olarak açıklanırken; diğer sosyal bilimlerin kamuoyuna bakışı, “bireyin kendisinden hareket ederek kanaatini ve davranışını, ailesi, çalışma grubu, içinde yaşadığı grup veya bütün toplumu kapsayan sosyal grubun kanaat ve davranışı ile ilişkilendirmesi” şeklindedir (Gökçe, 1996: 211).

Vural’a (1999: 48) göre, kamuoyu kavramına ilişkin sosyal bilimlerde yapılan tanımlar ya da yaklaşımların içerdiği temel öğeler incelendiğinde kamuoyunun şu dört etkeni olduğu görülmektedir:

1. Üzerinde anlaşmama olasılığı olan, sorun olarak algılanabilecek bir durum ya da konunun var olması.
2. Kamunun üyelerince, durum ya da sorun üzerinde oluşturulan görüşlerin bütünlüğünü gösteren seçimlerin (tercihlerin) bileşimi.
3. Durum ya da sorun çerçevesinde toplanan türlü görüşlerin anlatılması ya da gösterilmesi.

4. Durum ya da sorunlarla ilgili olan kamunun büyüklüğü ya da kamuoyu oluşturan kişilerin sayısı.

Kamuoyu kavramının ilk kuramsal modelini James ve Baldwin oluşturmuştur. Araştırmacılara göre sosyal bir varlık olan birey, tutumlarını ve düşüncelerini iletişim ve toplumsal yaşam vasıtasıyla şekillendirmektedir. Kamuoyu, “sadece tek tek bireylerin düşüncelerinin bir yığını değil, karşılıklı iletişimin ve etkileşimin ortak bir ürünü”ydü (Atabek ve Dağtaş, 1998: 209). Bu noktada unutulmaması gereken belirli bir sorun hakkında herkesin aynı ortak görüşe sahip olmayacağı gerçekliğidir. Tam tersine, söz konusu sorunla ilgili olarak toplumda farklı farklı görüşler söz konusudur. Toplumda kamuoyu olarak kabul gören kanaatin, çoğunluk tarafından desteklenen görüşleri içerdiğini iddia etmek mümkün olduğu kadar, bu görüşlerin birkaç kişi tarafından şiddetle desteklenmesi de mümkündür (Temizel, 2008: 130).

“Kamuoyuna temel oluşturan siyasal kanıların biçimlenmesinde, elbette ki öncelikle kişinin bireysel özellikleri rol oynamaktadır. Nasıl ki, temel tutumların yani kişiliklerin belirlenmesinde, aileden başlayarak toplumsal çevrenin belirli bir etkisi varsa, kanıların oluşum ve değişimde de aynı çevrenin etkisi bulunur. Aile, iş ve arkadaş grupları, üyesi olunan dernek, sendika ya da siyasal parti gibi kuruluşlar, bu süreçte rol oynar” (Kışlalı, 1998: 329).

Bu kapsamda literatür taramasında kamuoyunu oluşturan araçlar denildiğinde; “aile, eğitim, kültür, toplumsal kontrol mekanizmaları gibi kurumsal sosyolojik araçlar ve kanaat, motivasyon, algı, tutum gibi bireysel psikolojik araçlarla; doğrudan siyasal grup ve partiler, baskı grup ya da örgütleri gibi siyasal araçlar ve medyanın etkilerine işaret edilir” (Yüksel, 2007: 574). Dursun’a (2010: 305) göre bu faktörlerden bazıları kamuoyu oluşumunu farklı etkileyecektir. “Kişisel algılamalar, özdeşleşmeler, psikolojik süreçler, uyuşmazlıklar, önyargılar, bireyin düşünme ve davranma biçimlerini etkiler. Bu bakımdan bu faktörlerdeki farklılıklar kamuoyunun oluşumunu da farklı etkileyecektir”. Kamuoyu oluşumunda bireyin toplumdaki yeri, toplum sahip olduğu hâkim ideoloji, toplumun sosyo-ekonomik yapısı, kültürel değerleri, din olgusu, medya kurumları ve siyasal kurumlar çevresel faktörler olarak değerlendirilirler (Dursun, 2010: 305).

Kışlalı (1998: 329) kamuoyuna temel oluşturan kanıların biçimlenmesinde başlangıçta kişinin bireysel özelliklerinin rol oynadığını, kalıtım yoluyla kazanılmış olan fiziksel ve ruhsal özelliklerin bir hareket noktası olduğunu belirterek, “sonra buna aileden başlayarak bir dizi küçük grubun etkisi katılır. Çocuklukta kazanılan temel tutumlara gittikçe başkaları eklenir” demektedir.

Diğer bir taraftan kamuoyunun oluşmasında son derece önemli olan bir diğer unsur ise kamuoyu önderleridir. Kamuoyu önderleri, “iletişim sürecinde alıcıya gönderilmek istenen mesajların hedeflenen kitleye hızlı, güçlü, anlaşılır ve kalıcı bir etki bırakacak şekilde ulaşmasında, yüz yüze iletişim yöntemini kullanan kamuoyu önderleri, bu işlevleri ile son derece önemli bir rol oynamaktadırlar”. Bu kişiler genellikle çevrelerinde sevilen ve saygı duyulan kişilerdir (Vural, 1999: 50).

Kanaat önderleri toplumsal yapı içerisinde sivrilmiş kişiliklerdir ve toplumda etkin bir rol oynarlar. Bu kişiler kamuoyu oluşumunda aracı olarak görev yapmaktadırlar. Bilgileri yüz yüze iletişimle diğer bireylere aktaran kamuoyu önderleri, böylelikle toplumda belli eğilimlerin oluşmasını sağlamaktadırlar. Özellikle siyasal ve toplumsal liderler kamuoyu oluşumunda göz önünde bulundurulması gereken kişilerdir. Kanaat önderlerinin yanı sıra baskı grupları da kamuoyu oluşumunda önemli bir işlev görmektedir. Sivil toplum örgütleri sendikalar, meslek odaları gibi baskı grupları belirli sorunlarla ilgili bilginin yayılmasında rol oynayarak, ortak kanaat ve görüşlerin oluşmasında etkili olmaktadır (Dursun, 2010: 305-306).

Lipmann’a göre, bireyler siyasal ve toplumsal sorunlar hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıklarından, bu konulara ilişkin kanaat geliştirdiklerinde bilgili insanların ve grupların etkisi altında kalırlar. Lipmann’ın 20. yüzyılın başlarında kamuoyunun oluşumuna ilişkin fikirleri, “insanın zihnindeki kanaatlerin nereden kaynaklandığına” ilişkin çalışmaların hızlanmasına yol açmıştır. Bu kapsamda “bireyler her bilgiye kendileri ulaşamayacağı için işi kendileri için yapacak kitle iletişim araçlarına gereksinim” (Aktaran: Atabek ve Dağtaş, 1998: 226) duymuşlardır.

“Kitle iletişim araçlarının kamuoyu oluşumunda oynadıkları rol çok önemlidir. Bilhassa elektronik imkânlarla desteklenen görsel ve işitsel medya araçları insanlarda kanaatlerin oluşumunda büyük öneme sahiptir. Adeta tek taraflı şekilde propaganda bombardımanına tutan radyo, televizyon, sinema vb. araçlar kişiyi teslim almakta ve istediği şekilde

davranma konusunda yönlendirmeye çalışmaktadır” (Dursun, 2010: 306).

Medya ve kamuoyu arasındaki ilişkide iki temel eğilim vardır. Bu eğilimlerin, “birincisinde medya kamuoyunun sesi, kamuoyunun aynası ya da yansıtıcısıdır. İkinci görüşe göre ise medya kamuoyunun düzenleyicisidir”. Genel olarak ifade etmek gerekirse, medya demokratik rejimlerde kamuoyunu oluşturma ve yansıtma işlevine sahiptir. Nitekim medyanın özündeki ticari yapı, medyanın kamuoyunun çıkarlarına göre hareket etmesini engellemektedir. Bu sebeple medya “zaman zaman iktidarların, çeşitli çıkar çevrelerinin ve kendi özel çıkarlarının gerçekleşmesi için de kamuoyunu yönlendirebilir” (Atabek, 2002: 232).

Kamuoyunun oluşumunda medya tek başına etkili ve yeterli bir araç değildir; ancak kamuoyu oluşumunda etkili olan faktörlerin başında gelmektedir. Yine de bu kapsamda “medya=kamuoyu” gibi bir denklemden söz edilemeyeceğinin altını çizmekte yarar vardır. Bununla birlikte kamuoyunu oluşturmak ve etkilemek için egemenler, kitle iletişim araçlarını kullanırlar (Yüksel, 2007: 574).

İKİNCİ BÖLÜM

KARİKATÜR

2.1. MİZAH KAVRAMI

Arapça kökenli olan “mizah” sözcüğü Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğünde “gülmece” karşılığını bulmaktadır (<http://tdk.gov.tr> , 02.09.2014). Aziz Nesin’e göre, mizah, “sesini duyurabildiği insanı hangi oranda olursa olsun, güldürebilen her şeydir” (Aktaran: Özer, 1994:6).

Arapça kökenli olan bu sözcüğe, dilimizde “gülmece” karşılığı kullanılıyorsa da, mizah kavramıyla gülmecedan daha fazlası anlatılmaktadır (Özer, 1994: 6). Şüphesiz ki mizahın temelinde “gülme” olgusu vardır ve mizah amacına varmada “gülme” kavramını araç olarak kullanmaktadır. Burada “gülmece” kelimesiyle anlatılmak istenen salt bir gülüş değil, daha fazlasıdır (Arık, 1998: 43).

“Mizah sadece gülme pratiğiyle ilişkilendirilemeyecek düzeyde kapsamlı, ideolojik ve insanidir. Mizah, bireylerin günlük pratiklerini gerçekleştirirken farklı yollarla (sözlü, yazılı, işitsel, görsel, estetik vb.) dile getirilen ve geçmişten günümüze değin uzanan eleştirel okuma becerisinin parçası olan bir muhalefet aracıdır. Tarihsel süreç içerisinde gözlemlendiğinde ise, mizahın özünde muhalefeti, karşı duruşu, eleştiriyi, protestoyu, yergiyi, alayı ve gülmeyi tek tek ya da bir arada barındıran süreç olduğu belirginlik kazanmaktadır” (Tellan ve Tellan, 2011: 988-989).

Mizah, insanların konuşmaya, gülmeye başladığı tarihten beri, “kurumsallaşan siyasi otoriteyi algılama ve yalnızca zihinsel olarak da olsa onu alaşağı etme” (Öğün Emre ve Çavdar, 2010: 481) araçlarından biri olarak kullanılmıştır. Siyasi otoriteye karşı duruşun yanı sıra, mizah toplumdaki aksaklıkların, çirkinliklerin eleştirerek düzeltme amacı da taşımaktadır (Seyhan, 2011: 191). Bulut (2011: 499), mizah kavramının, ortaçağ boyunca cennetle alay etme, mevcut egemen güç ile alay ederek, onun ideolojisi karşı çıkma anlamına geldiğini vurgulamaktadır. Mizah, “toplumsal gerçekliğe gülünç, sıra dışı, eğlenceli, satirik bir dille yaklaşımın adı olan mizahın ana karakteri de genellikle eleştirel olmuştur. Bu nedenle mizah, insanlığın özne olma bilincini ayakta tutan, insanlığı özgürleştirebilen” bir yapıya sahiptir.

Mizahın kökeninde bir güldürünün, eğlence unsurunun olduğu açıktır. Nitekim üzerinde durulması gereken nokta, mizahın salt bir güldürü olmadığı gerçeğidir. Öngören (1983: 11-12) bu hususta şunları dile getirmektedir:

“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 yüklemiş, her konuyu, her sorunu çekinmeden ortaya koyma mirasını bağışlamış gibidir”.

Bu açıdan bakıldığında mizahın, her kültürde o kültürün kendi özgürlükleri içerisinde üretilen özel bir dil olduğunu söylemek mümkündür (Öğün Emre ve Çavdar, 2011: 481).

Genel bir kavram olarak mizah, kaynağında bir eğlence unsuru içinde yer alırken, zamanla bu genel kavram yerine, “şaka, alay, hiciv, matrak, taşlama, iğne, nükte” gibi mizah çeşitlerinin (Balcıoğlu ve Öngören, 1973: 13) egemen olarak kullanıldıkları görülmektedir. “Mizahın içinde karikatür, hiciv, fıkra, durum komedileri gibi sanatın birçok alt dalı yer almaktadır” (Bayram, 2009: 108).

Mizahın farklı türlerinin ortaya çıkması tek bir nedene bağlanılacak bir durum değildir. Mizahçılara göre ortaya çıkan mizah türleri farklılık göstermektedir ve toplumun dinamikleri bu ortaya çıkışta etkili olmaktadır. Basının etkili olduğu döneme kadar mizah sözlü bir nitelik taşımakta, bu sözlü yapıya uyabilen mizah türleri canlı olmakta ve “güzel anlatılan, güzel taklit yapılan” her şey mizah olarak kabul edilmektedir. Basından sonra ise, “sözlü mizah döneminde adı bile olmayan bir karikatür türü doğmuş ve en etkili mizah türü olarak göreve başlamıştır” (Öngören, 1983: 43-44).

2.2. MİZAH TÜRÜ OLARAK KARİKATÜR

Karikatürün tarihi, Paleolitik, Mezolitik ve Neolitik çağlarda insanların mağara duvarlarına ve kayalar üzerine yaptıkları sayısız desenlere kadar gitmektedir. Kısaca, karikatür tarihi insanlık tarihi kadar eskilere dayanmaktadır (Topuz, 1997: 15). Bu konuda Arık (1998:4), karikatürü “çizgilerle, abartmalarla, bir kişiyi, bir canlıyı ya da

bir şeyi gülünç göstermek olarak düşünüyorsak, karikatürün insanlık tarihi kadar eski” demektedir.

Karikatür kavramı dilimize Fransızca’dan geçen bir sözcüktür. İlk defa Doktor Sir Thomas Browne’un 1716 yılında yayınladığı **Cristian Morals** adlı kitabında geçen karikatür kavramının ilk kullanışı ise 1646 yılında Annibale Carracci’nin, **Art idi Bologna / Bologna Sanatları** isimli kitabında, Mosini tarafından olmuştur (Şenyapılı, 2003: 14).

Karikatürün birçok tanımı yapılmıştır. Bunlardan hareketle karikatür sözcüğünün temelinde yatan kavramlara ulaşılabilir:

“Karikatür, kişilerin, şeylerin ve olayların gülmeye ya da gülümsemeye yol açacak bir biçimde temsil edilmesidir” (Topuz, 1986: 7).

“Yaşamın güncel, tarihsel ve geleceğine ilişkin tüm alanlarını haber, ileti ve bilgi özeti haline getirirken sanat olma savını sürdüren ilginç bir iletişim dalıdır” (Oral, 1998: 10).

“Detayları yadsıyan ama kimi ayrıntıları abartılı kılan betimleme sanatı”, “bugün toplumsal ilişkilerin gücüne göre biçimlenen mizahın direniş dili” (Sarız, 2010: 13).

Temel Britannica Ansiklopedisi (1992: 68) karikatür maddesinde, “bir kişinin ya da bir olayın gülünç ve çarpıcı yanını yakalayıp öne çıkartarak, abartılmış çizgilerle gülmeceye dönüştürme sanatı”, şeklinde bir tanıma yer vermiştir.

Çeviker (1997: 44) ise hayli farklı bir tanım geliştirmiştir: “Karikatür!.. Kapsamı geniş, büyük bir sözcük! Güldürmek için biraz yarı şaşkınlık baktıran bir göz. Biraz büyütülen bir buruncuk, biraz sırtıtıran bir ağız, yanpıri çiziverilen bir çizgi, kimileyin bir kızgınlık yaratır. Güldürecekken kızdırır. Melek bir düşüncüyü, ifrit bir düşmanlık biçimine sokar”.

Tanımlara dikkat edildiğinde bir gülme, abartma kavramından bahsedilmektedir. Topuz’a (1986: 7) göre, “karikatür köken olarak bir abartma, bir yükleme, bir bozma-çarpıtma” anlamı taşımaktadır (Topuz, 1986: 7). Bu konuda Bergson (2006: 22) karikatürün, belli belirsiz değişiklikleri yakalanıp, büyülterek gözlerin görebileceği duruma getirdiğini vurgulamaktadır. Bergson’a göre, abartmanın komik olabilmesi için

bir amaç olarak değil, biçimsizlikleri gözler önüne sermek için kullanılan bir araç olarak kullanılması gerekmektedir.

İlk zamanlar insan görünüşlerini bozarak, abartarak belirli karakteristik özelliklerini ön plana çıkaran karikatür, “çizginin gücünün fark edilmesiyle birlikte toplumların otoriteye karşı çıkışlarının ve siyasi iktidarları hicvetmelerinin önemli araçları haline gelmişlerdir” (Özocak, 2011: 264). Arık’a (1998: 56) göre, karikatür her ne kadar abartma üzerine kurulsun da temel görevi bu değildir. Karikatürün temel görevi, halkın yanında yer alarak iktidar yapısını, toplumsal aksaklıkları, yanlışlıkları eleştirmek ve gözler önüne sermektir. Arık bu konuda karikatürcü için şu ifadeleri kullanmıştır:

“Karikatürcü, iktidara karşı daima halkın yanında olduğu sürece, onunla hiçbir şekilde uzlaşmadığı, daima aktif ve muhalif olduğu sürece gerçek karikatürcüdür. Eğlendirmek karikatürcü için bir araç olmalıdır. Karikatür muhalif partiler üstü olmalı ve daima iktidarı tehdit etmelidir. Karikatürcü iktidarın yanında yer alırsa karikatürün içindeki komik unsur kendisi olur” (Arık, 1998: 56).

Karikatürü bir iletişim aracı olarak düşündüğümüzde, karikatürün tek yönlü bir iletişim aracı olduğu söylenebilir. Aynı zamanda karikatür resimsel (ikonik), gülmeceli bir ileti biçimidir. Diğer tüm iletişim süreçlerinde olduğu gibi, karikatürün kaynağında da, başlangıcında da, “olgular, olaylar, kişiler ve düşünceler” vardır (Topuz, 1986: 7). Bu hususta karikatürü bir iletişim aracı yapan en önemli unsur, bir mesaj aktarması ve mesajın alıcı üzerinde anlık bir etki yaratmasıdır. “Bu yüzden görsel iletişim aracı olarak karikatür, kültürel değerleri, inançları, normları ve yasaları iletmede önemli rol oynamaktadır” (Nisan, 2012: 104).

Mizah ve mizahın bir türü olarak karikatür kavramlarına değindikten sonra karikatürün Dünya’da ve Türkiye’de nasıl bir gelişim gösterdiğini inceleyeceğiz. Çalışma konumuz itibariyle özellikle karikatürün Türkiye’deki gelişim süreci üzerinde ayrıntılı olarak duracağız.

2.3. KARİKATÜRÜN TARİHSEL GELİŞİM SÜRECİ

2.3.1. Dünya’da Karikatür

Karikatürün ilk olarak ortaya çıktığı tarih kesin olarak bilinmemektedir. İnsanlık tarihi kadar eskilere dayandığı söylenen karikatürün ilk kullanımının 17. Yüzyılda İtalya’da olduğu söylenmektedir. Bunun yanı sıra karikatürü ilk çizenlerin Fransızlar olduğu da söylenmektedir (Özer, 1994: 2).

Karikatürün kökeninde yer alan abartma, gülünç gösterme karikatürü insanlık tarihi kadar eskilere götüren kavramlar olmaktadır. Bu konuda ileri sürülen iddialara göre, Paleolitik ve Neolitik çağlardan kalan taş üstü gravürler karikatüre benzetilmektedir. Aynı zamanda Hititliler döneminden kalma şölenler canlılık katan soytarıların resmedildiği kabartmalarda mevcuttur. Bunların yanı sıra “Eski Yunan yazı ve resimleri, Roma duvar resimleri ve Ortaçağ heykelleri” de karikatürün tarihine ilişkin bilgi vermektedir. Doğu kültürüne bakıldığında bu alanda abartma yüklü minyatür ve gölge oyunu tipleri karşımıza çıkmaktadır. Bu kapsamda söylenebilecek en isabetli şey, gerçek anlamda bir karikatür sanatının Rönesans’tan itibaren gelişme gösterdiğidir. (Arık, 1998: 4). Meydan Larousse Ansiklopedisinde (1992:1) karikatür maddesi altında yer alan, “karikatür sanatı, Rönesans devrinde başlamıştır” ifadesi durumu destekler nitelikte bir ifadedir.

Rönesans ile birlikte Ortaçağ’ın karanlık döneminde kilisenin baskısı altında yaşayan Avrupalılar, teolojik ve otoriter düşünceyi yıkarak, “özgür düşüncelere, bireyciliğe ve eleştirel yorumlara” yöneldiler. 1400-1559 yılları arasındaki süreç ile sınırlandırılan Rönesans döneminde mimarlıkta, müzikte, felsefede, dinsel düşüncede, resimde, heykelde, bilimde, ekonomide, ulaşımda büyük devrimler olmuştur. Bugünkü karikatür sanatının temelleri de Rönesans ile atılmış ve bu alandaki ilk örnekler Leonardo da Vinci (1452-1519) tarafından verilmiştir. İtalyan karikatürünün babası sayılan Leonardo da Vinci’nin, çizdiği kafa portreleri hicivlerle doludur. Karikatürlerinde “ezik burunlu, çarpık boyunlu, çenesi burnuna yapışmış, yüzü kırış kırış insanlar” görülmekte, desenlerinde insanların çirkinlikleri vurgulanmaktadır. Rönesans döneminde gravür ve baskı tekniklerinin gelişmesi karikatürün çoğaltılarak, daha geniş insan kitlelerine ulaşmasına katkı sağlamıştır. Bu dönemin ünlü ressam-

karikatürcüleri arasında, Holbein, Bruguel, Arcimboldo, Carracci Kardeşler, Callot, Rembrandt, Romy de Hooghe ve Boissard gibi isimler ön plana çıkmıştır. Bu ressamardan biri olan Bruguel, çizimlerinde toplumsal aksaklıkları ele almıştır. Bunları toplumun içine karışarak, onları yakından tanıyarak gerçekleştirmiştir (Topuz, 1997: 30-36). Leonardo da Vinci ve Brugel'in ele aldığı konular Rönesans döneminde karikatürün kullanım amacına yönelik ipuçları vermektedir.

Rönesans sonrasında karikatür 16. ve 17. yüzyıllarda İtalya'da gelişmeye başlamıştır. Karikatüre yakın ilk resimler Anibale Carracci'nin çizimleridir. Carracci kardeşlerin atölyesinde bir oyun biçiminde ortaya çıkan karikatürde genellikle porre deformasyonuna dayanan çizimler görülmektedir. Bu çizimlerde kurbanların yüzler hayvana yahut cansız nesnelere benzetilmiştir. Karikatür sözcüğünü ilk kez, Anibale Carracci'nin "Art idi Bologna"sına yazdığı önsözde (1646) Mosini kullanmıştır. 1690 yılında İngiltere'ye geçen T. Browne orada "caricature" sözcüğünü kullanmış ve bu sözcük İngilizleşmiştir. İngiltere'deki demokratik rejimin varlığı karikatürün benimsenmesini sağlamıştır (Arık, 1998: 4).

18. yüzyıla gelindiğinde karikatür, Sanayi Çağı'nın bir anlatım biçimi olarak karşımıza çıkmakta ve aynı zamanda ilk sanayileşen ülke İngiltere olduğundan İngiltere'de gelişim göstermektedir. Her ne kadar 17. yüzyılda soyluların bir eğlencesi olarak İtalya'dan alınan karikatür, William Hogart'ın, abartılmış insan görüntüleri yerine, insan davranışlarındaki aksaklıkları orta koyan oyma çalışmalarıyla ön plana çıkmıştır. Hogart'ın bu çalışmalarından sonra karikatür, toplumsal ve siyasal yergi aracı olarak kullanılmıştır. Bu durum, William Hogart'ı gerçek karikatürün öncüsü yapmaktadır (Arık, 1998: 5). Bu hususta dikkat edilmesi gereken nokta Hogart karikatürün İngiltere'deki kurucusu değildir; çünkü Hogart'tan önce İtalyan ve Hollanda karikatürünün etkisinde kalarak karikatür çizenler olmuştur. Hogart, İngiliz 'humour' anlayışını yerleştiren kişidir (Topuz, 1997: 72).

Karikatür 19. yüzyılda altın çağını yaşamıştır. 18. yüzyılda "Thomas Bewick'in tahta oymacılık sanatını arıtması ve 1798'e doğru Aloys Senefelder'in litografyayı icat etmesi, karikatür sanatına rağbeti arttırmıştır. Bu teknikler sayesinde bir karikatürün binlerce defa basılabilmesi karikatür sanatının gelişmesine öncülük etmiştir". Aynı

zamanda karikatür Fransa’da 19. yüzyıl başlarında gazeteciliğin bir kolu olmuştur (Meydan Larousse Ansiklopedisi, 1992: 1).

Bu yüzyıl Fransız sanatçıların ön plana çıktığı bir yüzyıldır. Gazete, dergi gibi iletişim araçlarının yaygınlaşması karikatürün bu ortamları kullanmasına yol açmıştır. Daha önceleri tek tek, ya da görece az sayıda üretilen karikatürler, daha çok insana ulaşır olmaya başlamıştır. Anlatım dillerinde de bir değişme olmuş, gravür gibi üretilmesi zaman alan teknikler yavaş yavaş bırakılmaya, onların yerini kömür kalem, tebeşir, daha çok da uç ya da fırça ile boya (mürekkep) kullanılarak yapılan resimler almaya başlamıştır. Dönemin en ünlü isimleri Gustave Dore ve Hanore Daumier’dir (Alsaç, www.ekitap.kulturturizm.gov.tr, 01.10.2014).

“19. yüzyıl ortalarına doğru başka ülkelerde de karikatüre yer veren mizah gazeteleri çıkmaya başlamıştır. İngilizler 1841’de Punch’u, Almanlar 1844’de Fligende Blatter’i, İtalyanlar 1847’de Fischietto’yu, Avusturyalılar 1857’de Figaro’yu, Amerikalılar aynı yıl Harper’s Weekly’i, Hintliler de 1857’de Indian Punch’u çıkarmışlardır” (Arık, 1998: 7). Bayram (2009: 110-111) bu konuda şunları söylemektedir:

“19. yüzyılın sonlarına doğru haftalık mizah ağırlıklı siyasal gazeteler her ülkede mantar gibi bitmeye başlamıştır. Fransa’da günlük siyasi gazetelerde karikatürlerin ilgi çekeceğini kavrayan ilk kişi Victor Hugo olmuştur. Hugo 1872’de Le Peuple Souverain adlı günlük bir gazete çıkarmış ve sütunlarını dönemin önemli karikatüristleri olan Daumier ile Gill’e açmıştır. Fransa’da Victor Hugo’nun çok kısa süren girişiminden sonra ufak tirajlı gazeteler de 1880’li yıllarda karikatür işine soyunmuşlar ve zaman zaman karikatürler yayınlamışlardır. Altın dönemini yaşayan Fransız basınında ilk olarak 1893’te Figaro Gazetesi sürekli olarak karikatüre yer vermiştir. Onu diğer gazeteler takip etmiştir. Abel Faivre, Forain, Ibels, Caran d’Ache, Lèandre gibi karikatüristler dönemin önemli gazete karikatüristleri olmuşlardır. İngiliz basını da bu gelişmelere kayıtsız kalmamış ve bir süre sonra günlük gazetelerinde karikatürler basmaya başlamışlardır. David Low, Wicky, Darland, Dyson gibi karikatüristler İngiliz günlük gazetelerinin vazgeçilmez kişileri olmuşlardır.”

20. yüzyıla gelindiğinde özellikle I. Dünya Savaşı’ndan sonra karikatür bir gerileme süreci içerisinde kendisini bulmuştur. Bunda etkili olan faktörlerin başında “gazete ve dergilerde fotoğraf yoluyla klişeden yapılan resimlere gittikçe daha büyük

değer verilmesi” geliyordu. İkinci sebep ise, savaş sonrasında meydana gelen siyasi değişikliklerdir. Bunların yanı sıra savaş sonrasında krallıklardan çok partili hayata geçiş ve karikatürün kendisini tek parti siyasetinin içinde bulması karikatürü ve karikatürçüyü gerileten faktörler olmuştur. 20. yüzyılda özellikle karikatüristler portre karikatürü ve siyasi karikatür üzerine yoğunlaşmışlardır. “Fransa’da Andre Rouveyre, İngiltere’de Aubrey Hammond ve Bohun Lynch portre karikatürleri çizerken, David Low, Ralph Barton’da” siyasi karikatür türünde eserler vermişlerdir (Meydan Larousse Ansiklopedisi, 1992: 2).

İkinci Dünya Savaşı ile birlikte söze ağırlık veren karikatür, bu tarihten itibaren osran biçimde ve içerikte farklılık göstermeye başlamıştır. Yazının ikinci plana itildiği, çizgilerin ön plana çıktığı bir süreç başlamıştır (Özer, 1989: 216). Bu süreçte Rumen kökenli mimar Saul Steinberg adlı 1945’te yayınladığı *All in Line (Hepsi Çizgide)* albümü karikatür dünyasında önemli bir etki yaratarak, modern grafik gülmecenin habercisi olmuştur (Arık, 1998: 7). Özer (1989: 216-217) bu süreci şöyle ifadelendirmiştir:

“Yazının kaldırılması ve çizgilerin sadeleştirilmesi yanında yenilikçi karikatürçüler vurucu, şaşırtıcı, çirkin, iğrenç konular ve çizgiler seçmeye başlamıştır. Bu dönemde karikatür; “salt güldürü veya salt eleştiri olayı değildir... Güldürüyü, eleştiriye bir araya getiren, güncel olayları incelerken psikolojiyi, tarihi, biyolojiyi, dini, cinselliği işleyen vazgeçilmez bir iletişim ve yaratım şekli olmaktadır... Karikatür artık kendine özgü bir sanat dalıdır. Sanatın başka dallarında aranan ölçütlerin belirli ölçüde bu sanatta da aranması doğaldır... Karikatür sanatı da diğer sanat dalları gibi yaratıcılık isteyen bir sanat dalıdır. Temel amaç, kişilerin, kurumların bürünmek istedikleri kimlikle, gerçek kimlikleri arasındaki tutarsızlığı dergilerken bunu sade, yalın, sanatsal bir çizgiyle yapmaktır”

Bu alanda Adolf Obenlander (Almanya), Heinrich Kley (Almanya), Georg Grosz (Almanya) ve Kubin (Almanya), Leslie Starke (İngiltere), Hoffnung (İngiltere), Ronald Searle (İngiltere), Maurice Henry (Fransa), Jean Effel (Fransa) gibi isimler karikatürün çok başarılı örneklerini vermişlerdir. (Özer, 1989: 216).

Dünya’da karikatür tarihini özetlemek gerekirse, 16. yüzyılda mizah için kullanılan araçlar arasına katılan karikatür, İtalya ve Fransa’da geliştikten sonra bütün Avrupa’ya yayılmıştır. Özellikler 18. yüzyılın ikinci yarısından sonra bir sanat haline

gelmeye başlayan karikatür, 19. Yüzyılda karikatür ağırlıklı mizah dergileriyle birlikte toplumların vazgeçilmez unsurları olmuştur (Koloğlu, 2005: 21). Birinci Dünya Savaşı'nda gerileyen karikatür, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra biçimsel ve içeriksel olarak değişime uğramış, modern grafik mizaha adım atmıştır.

2.3.2. Türkiye'de Karikatür

Türkiye'de karikatür sanatı çok geç kabul görmüştür. Karikatürün Türkiye'de geç kabul görmesinde birçok faktör etkilidir. Bu konudaki en önemli faktör Osmanlı İmparatorluğu'nda dinsel baskılardan kaynaklı olarak resim sanatının yasaklanmasıydı. Yasaklar sebebiyle sanatçılar figürün dışındaki çizgi sanatlarına; yazı, tezhip, çini, tahta, oymacılık, maden süslemeleri, mermer işçiliğine" ağırlık vermişlerdir. Batı'ya karşı kapalı bir ulus olmamız, eğitimin dinsel temellere bağlı olması, saraya bağlı sanatçıların varlığı karikatür sanatının gelişmesini engelleyen faktörlerdir. Aynı zamanda temeli "eleştirisel güldürüye" dayanan, yönetimin, toplumun aksaklıklarını eleştirmeyi kendine görev edinen karikatür sanatının Osmanlı İmparatorluğu gibi teokratik monarşi ile yönetilen bir düzende gelişmesi neredeyse imkânsızdır. Bu sebeplerden ötürü karikatür sanatı Osmanlı'da geç kabul görmüş ve gelişmeye başlaması 19. yüzyıldan itibaren olmuştur (Balcıoğlu, 1983: 5-6).

"Türkiye karikatür tarihi, Türkiye tarihiyle paralellik göstermektedir". Batı'daki gibi basımevlerinin yaygınlaşmasının ardından yayınlanmaya başlayan gazete ve dergiler zamanla batı gazeteleri gibi resimler basmaya başlamışlardır. Fotoğrafın olmadığı dönemlerde elle yapılan resimler, belirli bir zaman sonra çizgide mizaha doğru evrilmiştir. Bundan sonra karikatür "toplumsal, özellikle de siyasal eleştiri amacıyla kullanılan etkili bir araç" olmuştur (Arık, 1998: 11).

Çeviker (1986, 1988, 1991), Gelişim Sürecinde Türk Karikatürü isimli çalışmalarında karikatürün Türkiye'deki tarihini 5 dönem içerisinde ele almıştır. Bu süreçler şu kapsamda sınıflandırılmıştır:

1. Tanzimat'tan - İstibdat'a Türk Karikatürü
2. İstibdat'tan - Meşrutiyet'e Türk Karikatürü
3. Meşrutiyet'ten – Kurtuluş Savaşı'na Türk Karikatürü
4. Kurtuluş Savaşı'ndan - Cumhuriyet'e Türk Karikatürü

5. Cumhuriyet'ten Günümüze Türk Karikatürü

2.3.2.1. Tanzimat'tan İstibdat'a Türk Karikatürü

Tanzimat Fermanı ile birlikte Müslümanların öteki kitaplı dinlere inananlardan üstün sayılması anlayışı terk edilerek, cemaatlerin eşitliğinin kabul edilmesi, Tanzimat döneminde karikatürün ortaya çıkmasına olanak sağlamıştır. Tanzimat dönemi “gâvura gâvur denmesi”nin yasaklandığı bir dönemdir. Tanzimat Fermanı'ndan önce Osmanlı'da dini öğretmek amaçlı olmadıkça gayrimüslimlere ait dillerin öğrenilmesinin yasaklanması, Avrupalılarla olan iletişimin Rumlar ve Ermeniler tarafından sağlanmasına yol açmıştır. Bu sebeple karikatürle de ilk ilgilenenler gayrimüslimler olmuştur. “Bu nedenlerden ötürü Osmanlı'da karikatürün öncülüğünü 1820'lerden sonra hem devlet kademelerinde hem de kültür sahasında ön plana çıkan Osmanlı Ermenileri yapmıştır” (Koloğlu, 2005: 21-22).

Batı ile kurulan temaslar sonrasında Ermeniler geliştirmiş oldukları baskı sistemlerinin sayesinde, Osmanlı'da karikatürün kabul görmediği bir ortamda ilk mizah dergisini çıkarmışlardır. Bu mizah dergisi, “1852'de Hovsep Vartanyan tarafından çıkarılan *Boşboğaz Bir Âdem*” adlı dergidir (Uslu, 1999: para. 29). Bu alanda ikinci dergi “Meğü”dur. Ancak bunlar Osmanlı'da yayınlanmış Ermeni mizah dergileridir (Güneri, 2008: 89).

“Belirtilen dönemde ilk Türk karikatürçüsü denebilecek isim, 1874 yılında yayına başlayan ‘Letaif-i Asar’ın künyesinde adı ‘musavviri’ (ressamı) olarak geçmekte olan Ali Fuad Bey'dir” (Koloğlu, 2005: 39).

Tanzimat döneminde 1870 yılında Teodor Kasap tarafından yayımlanan “Diyojen”, Türk basın tarihinin ilk mizah dergisi olma özelliğine sahiptir. Dergi 24 Kasım 1870 tarihli olup, karikatürler isimlessiz olarak yayımlanmıştır (Balcıoğlu, 1983: 5). Karikatürlerin hepsi imzasız yayınlansa da bunların çoğunun Teodor Kasap tarafından çizildiği bilinmektedir. Diyojen'in ilk sayısında çıkış amacı şu sözlerle ifade edilmiştir: “Hükümetin ve halkın sorunlarına değinilecek, ülkemize yabancı olan şeylerle alay edilip, küçük görülecektir” (Arık, 1998: 12). Kongar (1986: 66) karikatürün Osmanlı topraklarına girdiği süreç için şunları söylemektedir: “Padişahın mutlak iradesine karikatür aracılığıyla karşı çıkılabiliyordu. Osmanlı için mizah ve

karikatür, hem halkın hem de muhalefetin sesiydi. Çünkü saraya ne halkı, ne de siyasal muhalefeti sokmak olanaklıydı. Böyle bir süreçte muhalefet görevini üstlenen karikatür olmuştur”.

Diyojen’de ilk karikatürünü 23.11.1871 tarihli sayısında yayınlanmış ve bu karikatürde uzun kulaklı bir adam yer vermiştir. Bu karikatürde çizilen kişi o dönemde gazetecilik ve milletvekilliği yapan Garabet Panoysan adında Ermeni vatandaştır (Özer 2007: 12).



Şekil 2.1. Diyojen’in Yayınladığı İlk Karikatür (Çeviker, 1986, cilt 1: 23)

Diyojen’in ilk sayısında yer alan uzun kulaklı kişi ile ilgili olarak Namık Kemal, Diyojen’de yayımladığı bir makalede, uzun kulaklardan söz açar ve şöyle der: “Kamuoyunu, hükümete bildirmek için gazeteler gibi bir sadık dil varken onu koparıp da yerine kamuoyunu dinlemek için casus denilen kulakları kullanmakta nasıl bir güzellik düşünülebilir” (Aktaran: Çeviker, 1986: 22) diyerek resmedilen kişinin neden uzun kulaklı resmedildiğine dair ipuçlarını vermektedir.

Teodor Kasap yayın hayatının başından sonuna kadar (en son sayı 183) kadar ki tüm yayınlarında “Diyojen” logosunun altına, ünlü filozof Diyojen’in İskender’e söylediği: “Gölge etme başka ihsan istemem” söylemine yer vererek siyasal iktidara, basına müdahale etmemesi konusunda mesaj vermektedir (Çakır, 2006: 163).

Bu süreçte Diyojen dergisinin yazı ve karikatürleri incelendiğinde, tamamının ülkenin siyasal ve sosyal hayatı ile ilgili olduğu görülmektedir. Diyojen; siyasal, ekonomik, sosyal, eğitim gibi konulardaki aksaklıklarda hükümeti eleştirerek, toplumu

bilgilendirmeye çalışmıştır. Diyojen karikatür ve yazılarında üslubunu argolaştırmamış ve hakaret içeren ifadeler kullanmamıştır. Yönetim, yapılan eleştirilere, özellikle iç ve dış siyaset ile ilgili olanlara karşı açık olmamıştır (Çakır, 2006: 171). Bu sebeple Diyojen “devlet adamları arasında gülmece düşmanlığı yaratan ilk gazete olmuştur” (Topuz, 1997: 212).

Bu düşmanlık, 1877’de hazırlanan Matbuat Nizamnamesi tasarısının 8. maddesi doğrultusunda mizah gazetelerine yasak yolunu açmıştır. Bundan sonra 1858 sayılı Ceza Kanunu’nun (Fransızca’dan Türkçe’ye çevrilmiştir) 138. ve 139. maddeleri çeşitli gazetelerin kapatılmasına yol açmış; ancak getirilen yasaklar yeterli görülmemiştir. Bunun üzerine “Girit Sorunu, Belgrat Kalesi’nin verilmesi, Şark Meselesi” gibi konularda hükümetin eleştirilmesiyle hükümet “Kararname-i Ali”yi yayınlamıştır. Böylece kanun ve tüzüklerin üstünde bir güce sahip olan bu kararname ile basın eli kolu bağlanmış, “memleketin genel çıkarına aykırı davranmak” gerekçesiyle yayınlar (Muhbir, Vatan, İbret, Hadika, Sıraç, Diyojen vb.) süreli ya da süresiz olarak kapatılmıştır. Kararname-i Ali bile yeterli görülmeyip yeni bir kararname ile basına ilk kez sansür uygulanmıştır. Bu sansür darbesinden ilk nasibini alan Ebüzziya Tevfik’in çıkardığı İstanbul Gazetesi olmuştur. İkinci sansür darbesi ise Diyojen’e uygulanmıştır (Çeviker, 1986: 61-65).

Tanzimat Dönemi karikatürlerinde; “belediye sorunları, batılılaşma hareketleriyle değişen toplum yapısı, ekonomi (ev ekonomisi, ülke ekonomisi), basın dünyası, kadın ve kadın-erkek ilişkileri, savaş ve barış, politika, ilerleme-özgürlük-eşitlik-adalet, eğitim, çocuk, fantezi” (Çeviker, 1986: 39-47) gibi içinde bulunduğu siyasal rejimin tutumundan, yaşadığı toplumun tüm alanlarına dair tüm konular yer almıştır.

Bu dönem mizahının özelliği, Fransız mizahının çizgi ve dergi biçimlerinden yararlanmış, karikatürde yoğun bir şekilde siyasal eleştiri yapmıştır (Aşlakçı, 2011: 25).

Diyojen'den sonra ilk yazılı karikatürü yayınlayan gazete 04.12.1870 tarihinde çıkarılan Ali Reşit’in Terrakki Eğlencesi’dir. Bu dönemde Diyojen sık sık kapatılınca Teodor Kasap, “1871’de Hayal’i, 1872’de Çingiraklı Yılan’ı çıkardı. Aynı dönemde yurt içinde Latife (1872), Kamer (1873), Şafak ve Kahkaha (1874), Geveze ve

Meddah (1875)” yayınlandı. Bu dergilerin hepsinin ortak yönü Rum ve Ermeni vatandaşlarca yayınlanmış olmasıdır (Uslu, 1999: 33).

2.3.2.2. İstibdat’tan – Meşrutiyet’e Türk Karikatürü

13 Şubat 1878 yılında tahta geçen II. Abdülhamit, meclisi dağıtarak, Meşrutiyet rejimini sona erdirmiştir. II. Abdülhamit ile başlayan Mutlakiyet diğer bir deyişle “İstibdat Dönemi” karikatür için gerekli olan hoşgörü ortamını tamamen ortadan kaldırmıştır. Düşünceye, sanata, basına ve yayın hayatına baskıyı ve müdahaleyi beraberinde getiren bu dönemde, yürürlüğe konan Matbuat (Matbaalar) Nizamnamesi “basım evi açılmasını, kitap basımını, yabancı yayınların ülkeye sokulmasını özel bir izne bağlamış; ‘muzır’ ve edebe aykırı görülen eserleri taşımayı, satmayı, dağıtmayı ve bunları topluca üzerinde taşımayı da suça ortaklık saymıştır” (Özocak, 2011: 267).

Matbuat Nizamnamesi 1877 yılında Meclis-i Mebusan’a sunulmuş, tasarı halindeki Nizamnameye II. Abdülhamit “mizaha mahsus gazeteler memnundur (yasaktır)” diye bir madde koydurmuştur. II. Abdülhamit buradaki amacı, yönetimi karikatürün eleştiri konusu haline getirecek mizah gazetelerini kapatmak ve açılacak olanlara da izin vermemektir (Topuz, 1997: 215). Hatta bu konuda Sadrazam Etem Paşa, Matbuat Nizamnamesi mecliste görüşmeye başlanmadan önce 1877’de gülmece gazeteleriyle ilgili şu bildiriye yayınlamıştır: “Gazeteler yasalarda ceza konusu olacak şeyleri müstehcen resim ve şekillerle göstererek cezaya çarpılmayacaklarını mı sanıyorlar. Bundan böyle gazeteler yalnız kendilerine verilen izin içinde, şunun bunun özgürlük haklarına dokunmayacak biçimde yayınlanacak, buna uymayanlar cezalandırılacaktır.” (Aktaran: Topuz, 1997: 215).

Padişah’ın ve ona yakın olan kişilerin (Sadrazam Etem Paşa) tutumları ve ifadeleri, Matbuat Nizamnamesi mizaha yönelik baskı sürecinin başladığının göstergeleridir. Beklenildiği gibi de baskı süreci başlamıştır. Bu dönemde mizah dergileri yasaklanmış, yasaklanan dergiler sonrasında karikatüristler Jön Türkler ile birlikte Avrupa’da sürgün hayatı yaşamışlardır. “Fotoğraf çektirmeyi bile sevmeyen Abdülhamit, karikatürden nefret etmekte”; öyle ki yurt dışında yayınlanan mizah dergilerini bile o ülkenin yetkili makamları aracılığıyla kapattırmayı denemektedir. Abdülhamit’in böyle bir girişimde bulunmasının sebebi, okuma yazma bilmeyen cahil

halkın mizahın tüm yıkıcılığını bu karikatürlerde görebilmesidir. İkinci Meşrutiyet'in önemli karikatürcülerinden olan Sedat Nuri İleri, durumu şöyle ifade etmektedir: “Abdülhamit devrinde karikatür çizmek mi, tanrım ne feci bir intihar” (Çeviker, 1986: 271). Özer (2007: 12-13) İstibdat Dönemi ile ilgili şunları söylemektedir:

“Osmanlı topraklarında yaşanan bu kadar olumsuzluklar sonrasında aydınlar eleştirilerinin dozunu arttırmışlardır. Ancak Abdülhamit bu eleştirilere katlanabilecek biri değildir. Bu eleştirilere katlanamayan II. Abdülhamit karikatür ve mizahı tam 30 yıl yasaklamıştır. Bu karanlık dönemde Jön Türkler Avrupa ülkelerinde mizah ve karikatür yayınlarını sürdürmeyi, bu yayınları gizli gizli ülkeye göndererek halkı etkilemeyi başarmışlardır”

Bu dönemde karikatürün işlevsel ve sloganik yanları ortaya çıkmıştır. Kısacası karikatür bu süreçte militan bir yapı göstermektedir (Arık, 1998: 15).

Abdülhamit'in baskıcı rejimine karşı mücadele veren karikatürcüler arasında Cem, ilk sırada yer almaktadır (Balcıoğlu ve Öngören, 1973: 60). Karikatür konusunda Fransa'da ustalaşan Cem ile birlikte dönemin karikatürleri yavaş yavaş kişilik kazanmaya başlamıştır (Özer, 1994: 12). Cem, karikatürlerinde sık sık Abdülhamit'i yermiştir. Dönemin sosyal, siyasal sorunlarını ele almış, yolsuzlukları işlemiştir. Hatta önce İttihat ve Terakki'yi, sonra da İtilaf Partisi'ni eleştirmekten kaçınmamıştır (Topuz, 1997: 219). “Ortaya koymuş olduğu ürünlerle batılı anlamda bir karikatürcü olan Cem, Cumhuriyet Dönemine kadar ulaşan döneme damgasını vurmuştur” (Aşlakçı, 2011: 30).

Süreç içerisinde İstibdat Rejimi'ne karşı başlatılan mizah mücadelesi, 23-24 Temmuz 1908 tarihinde başarıya ulaşmış, “Yıldız Sarayı'na demir atmış olan mutlakıyetçi yönetim” ortadan kaldırılmıştır. Yeni yönetime meşruti bir kimlik kazandırmak için atılan adımlar bu kapsamda önem taşımaktadır. 25 Temmuz tarihinde kaldırılan “Sansür Kurumu”, 31 Temmuz tarihinde dağıtılan “Hafiyelik Kurumu” ile birlikte basın özgürleşmiş, çok sayıda kültür, sanat ve mizah yayınları boy göstermeye başlamıştır (Çeviker, 1988: 11-12).

“Paris'te yayınlanan Hayal (1878), Cenevre'de yayınlanan İstikbal (1880), Beberuhi (1898), Londra'da yayınlanan Hamidiye (1896) ve Cenevre'de yayınlanan Tokmak (1901)” İstibdat döneminde Jön Türkler tarafından çıkarılan mizah dergi ve

gazetelerinin en önemlileridir (Özer, 2007: 12-13). Bu dönemde bilinen iki Jön Türk karikatürçüsü Meram ve A. Gautschi'dir (Arık, 1998: 15).

2.3.2.3. Meşrutiyet'ten – Kurtuluş Savaşı'na Türk Karikatürü

II. Meşrutiyet ile birlikte İstibdat Dönemi (23 Temmuz 1908) sona ermiş, uzun yıllar rafa kaldırılmış olan 1876 Anayasası tekrar yürürlüğe girmiştir. Bu gelişmeler karikatürün en büyük atılımlarını bu süreçten sonra yapmasına olanak hazırlamıştır. Öyle ki sansür kaldırılıp, basın özgürlüğe kavuşunca yüzlerce dergi ve gazete yayın hakkını bir günde almıştır. Bu gazete ve dergiler arasında 92 tane mizah ve karikatür yayını vardır (Arık, 1998: 15). Çeviker (1988: 12), II. Meşrutiyet ile gelen özgürlüklerin, İstibdat döneminin ardından halkta büyük bir şaşkınlık yarattığını, sokakların “Yaşasın Meşrutiyet” ve “Özgürlük, Eşitlik, Kardeşlik, Adalet” sözleriyle çınladığını söylemektedir. Öyle ki, otuz yıl süren mizah yasağının kalkması ve gelen özgürlükler neticesinde basında tam bir kaos söz konusu olmuştur. Çeviker (1997: 31), bu süreci şöyle anlatmaktadır:

“Gazete ve mecmua neşriyatı, o kadar artmıştı ki, çoğalmıştı ki, mevcut matbaalar bunları basmaya yetmiyor, gümrükle mütemediyen yeni yeni ısmarlanan ve gelen makinelerle dolup taşıyordu. Kâğıt buhranı pek had bir devreye varmıştı. Gazete sahipleri normal beyaz kâğıt bulamayınca ambalajcılara koşuyorlar, ellerine ne geçirirlerse ona, ambalaj kağıtlarına, el ilanlarına ve uçurtma yapmaya yarayan sarılı yeşilli, allı morlu kağıtlara basıyorlardı.”

İstibdat döneminde etkili olan Cemil Cem, II. Meşrutiyet yıllarında karikatüre damgasını vuran isim olmuştur (Topuz, 1997: 219). Meşrutiyet ile birlikte ilan edilen özgürlük ortamının yarattığı karmaşayı Cem ise şu şekilde ifade etmektedir: “Meşrutiyet ilan edilip de Paris'ten İstanbul'a geldiğim zaman etrafta öyle bir aciz gördüm ki, şaşırdım kaldım. Halk alkışladığı hürriyetin ne getirdiğini bile bilmiyordu. İstibdat nasıl hudutsuz idiyse, hürriyetin de öyle kayıtsız, şartsız olduğu zannediliyordu. Ne yalan söyleyeyim, ben de ilk hamlede kendimi bu havaya kaptırmıştım” (Aktaran: Çeviker, 1988: 36).

Cumhuriyet'ten önceki dönemin karikatürünü oluşturan Cem, ülkede siyasal karikatürün ilk örneklerini de veren isim olmuştur. Bu dönemde Fransız Devrimi'nin

“Özgürlük-Adalet-Eşitlik kavramları, politikacılar, halkın sorunları, yönetici kadroların yolsuzlukları” gibi konular Cem’in karikatürlerinde kendilerine yer bulmuştur. Bunların yanı sıra Cem’in, o dönemin siyasi kişiliklerin portrelerini eleştirel çizgilerle işlemesi, Cem’i portre karikatürü konusunda ülkedeki en başarılı isimlerden biri yapmaktadır (Arık, 1998: 15).

Karikatür her zaman olduğu gibi, bu dönemde de iktidarlar tarafından bir güç olarak algılanmış ve engellerle karşılaşmıştır. Bu konuda Çeviker (1988: 37), II. Meşrutiyet’in ardından iktidara gelen İttihat ve Terrakki yönetiminin, Abdülhamit yönetiminin ülkedeki 30 yıllık baskıcı rejimini yıkabilmek için sıklıkla başvurduğu karikatürü kendisine bir tehlike olarak gördüğünü ve karikatürü yavaş yavaş karşına almaya başladığını söylemektedir. “İstibdat’ı yıkıp hürriyeti ilan eden bu genç subaylar, Meşrutiyet’i İstibdat’a çevirmede oldukça beceri gösterince bir şiddet ve terör ortamı oluşmaya başlamış, gazeteciler öldürülmeye, ciddi ve mizahı gazeteler kapatılmaya başlanmıştır. Ancak her şeye rağmen karikatür ve mizah savaşımı devam etmiştir.”

Bu durum tek parti yönetimlerinin özelliği olmaya başlamıştır. İttihat ve Terrakki Partisi de aynı şekilde iktidara gelirken kullandığı mizahı, iktidarı ile birlikte susturmaya çalışmıştır (Balcıoğlu ve Öngören, 1973: 60).

II. Meşrutiyet karikatürlerine bakıldığında, “işçi-işveren, toprak işçisi-ağa ve grev olguları” ele alınmıştır. Savaşların devam ettiği bu süreçte, karikatürcüler halkın moralin yüksek tutmayı kendilerine görev edinmiş, orduya da maddi ve manevi yardımdan geri kalmamışlardır. Bunların yanı sıra gelirlerinin bazılarını savaş fonuna aktarmışlardır. Böyle bir ortamda da karikatürlerine konu edindikleri emek-işçi-işveren ilişkilerini çok sağlıklı işledikleri söylenemez (Çeviker, 1988: 38-39).

Osmanlı mizah anlayışı ile Batılı mizah anlayışının bir arada görüldüğü bu dönemde, ilk olarak aydın mizahı olarak başlayan Karagöz, Meddah ve Ortaoyunu bir halk eğlencesi durumuna gelmiştir. Bu anlamda aydın kesiminin mizahının batılı anlamdaki mizah yayınları olduğu söylenebilir. Meşrutiyet dönemi mizahı kısaca; “savaşların ve yenilgilerin içinde, acı ve buruk bir mizah” olarak tanımlanabilir (Öngören, 1983: 73).

Meşrutiyet dönemi Türk mizahı için bir dönüm noktası sayılabilir. Bu dönemden itibaren mizahın üzerinde partilerin etkilerinin azalmış, batılı anlamdaki mizah yayınlarının sayıları artmış, geleneksel mizah anlayışı terk edilmiştir. Cumhuriyet döneminin mizah anlayışını etkileyecek olan bu yeni mizah anlayışı, aynı zamanda Cumhuriyet döneminin ilk kadrolarının da oluşmasına olanak sağlamıştır (Balcıoğlu ve Öngören, 1973: 59).

1908’de ve onu izleyen yıllarda İstanbul’da sayısız gülmece gazetesi yayınlandı: Bunlardan ön plana çıkanlar şunlardır: “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” (Topuz, 1997: 218).

Çeviker (1988: 17-33), 1908-1918 yıllarında çıkan mizah yayınlarını dört başlık altında incelemektedir. Bunlar;

- a. Geleneksel Mizah Dergi ve Gazeteleri
- b. Batılı Modern Mizah Dergi ve Gazeteleri
- c. Eşek Tipi Mizah Dergi ve Gazeteleri
- d. Tek Sayılık Risaleler

Bunların yanı sıra II. Meşrutiyet karikatürünün, “modern karikatür” ve “tasvirici karikatür” olmak üzere iki ana eğilim etrafında toplandığını belirtmiştir.

Tanzimat, İstibdat ve Meşrutiyet dönemlerinin ortak özelliği, bu üç dönemde de karikatür ile siyasi iktidarın arasının hep mesafeli olmasıdır. Siyasi yönetimler iktidara gelinceye kadar destek verdikleri mizahı, iktidar olduklarında köşelerine çekilmeye zorlamışlardır (Arık, 2002: 242).

2.3.2.4. Kurtuluş Savaşı’ndan Cumhuriyet’e Türk Karikatür

Bu dönem siyasi yapısı özetlemek gerekirse; 30 Ekim 1918’de imzalanan Mondros Mütarekesi ile birlikte I. Dünya Savaşı sona ermiş ve Osmanlı Devleti savaştan ağır kayıplarla ayrılmıştır. İstanbul ve İzmir’in işgal altında olduğu bu dönemde toplumda oluşan güvensizlik havası, Mustafa Kemal’in Samsun üzerinden Anadolu’ya geçmesi üzerine oluşan düzenli teşkilatlanmalarla, yerini halkın direnişine

bırakmıştır. Böyle bir ortamda basının gücüne her zamankinden daha fazla ihtiyaç duyulmuştur. Karikatüristler de üzerine düşen vazifeyi baskının hat safhada olduğu bir dönemde yerine getirebilmek için İstanbul'da çok sayıda mizah yayınlarını hayata geçirmiştir. Burada vurgulanması gereken böyle bir süreçte halkın moralinin yükselmesinde basının önemli bir unsur olduğudur (Aşlakçı, 2011: 32).

Çeviker'e (1991: 16) göre, bu dönem Türk karikatürü için önemli bir dönemdir. Çeviker, uzun ve kanlı bir savaş olarak nitelediği bu süreçte diğer savaşlarda (Osmanlı-Rus, Trablusgarp, Balkan, I. Dünya Savaşı) olduğu gibi mizah basının aynı hedefte birleştiğini belirtmektedir. Ona göre, mizah yayınlarının tümü birleştiğinde güçlü bir ses oluşturuyor ve böylelikle mizah toplumu ayakta tutan bir güç oluyordu. Çeviker, savaş yıllarında mizahın ne kadar önemli olduğunu Nuri Suphi İleri'nin şu sözleriyle anlatmaktadır: "Gazeteciliğin ne kadar büyük kuvvet olduğunu halkın maneviyatını ne kadar yükseltebileceğini görmek için anormal ve tarihi günler yaşamak gerekir."

Savaş dönemlerinde ortaya konan eserler ve yayın çalışmaları farklı bir anlam ve fonksiyon özelliğine sahiptir. Böyle dönemlerdeki yayınların ortak özelliği propaganda aracı olarak kullanılmalarıdır. "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" bulunmakta ve böyle dönemlerde bu yayınlar devlet destekli olarak bu amaca yönelik kullanılmaktadır (Sarıiz, 2010: 36).

Kurtuluş Savaşı sürecinde de savaştan savaşa sürüklenen halk, topyekûn silaha sarılmıştır. Bu savaşın içerisinde karikatürde kendisine düşen vazifeyi yerine getirmiştir. Bu durumu Çeviker (1991: 22-23) şöyle ifade etmektedir:

"Dünyanın ilk emperyalist savaşında, anti-emperyalist karikatürcülerine büyük bir sorumluluk, sınırsız bir görev düşmektedir. Karikatüristler savaşçı, mizah dergileri silah, karikatürleri de cephaneleridir. Yergi, alay ve grotesk tepe tepe kullanılmıştır. Karikatürlerde, işgalci güçler (İngiliz, Fransız, İtalyan); işbirlikçiler (Padişah Vahdettin, Damat Ferit Paşa, Ali Kemal, Sait Molla, Refik Halit Karay vb) ve kurtuluş savaşçıları (Mustafa Kemal Paşa, İsmet Paşa, Mehmetçikler ve kadınlar) ele alınmıştır. Çok uluslu bir savaş olmasına karşın, karikatürlerdeki ana düşman Yunanistan'dır. Karikatürlerde Türk askerleri yiğit, cesur, atak, bağışlayan ve savaşkandır. Yunan askerleri ise korkak, kaçkın, teslimiyetçi, kalles,

uyuşuk, beceriksiz ve yağmacıdır. Savaşı Türkler kazanmıştır, bu nedenle de zaferi, aynı zamanda Türk karikatürcüleri de kazanmıştır”

Öngören (1983: 79) bu dönem mizahının teknik özelliğini belirtirken “ilgi çekici” ifadesini kullanmaktadır. Ona göre, bu dönem karikatürleri önceki dönemlere göre mizah bir parti veya tarikat tarafından değil, Ankara ve İstanbul hükümetleri tarafından biçimlendirilmektedir. Ankara Hükümeti’nin mizah anlayışını yansıtan Sedat Simavi tarafından çıkarılan “Güleryüz Dergisi”; İstanbul Hükümeti’nin ise Refik Halit Karay tarafından çıkarılan “Aydede Dergisi”dir.

Aydede dergisi, Anadolu’da başlatılan mücadeleye karşı yayımlar yapan (Topuz, 1997: 222), Güleryüz dergisi ise, tam aksi bir şekilde Kurtuluş Savaşı’nı destekleyen bir yayındır. Aynı zamanda Güleryüz dergisi Kurtuluş Savaşı’nı destekleyen tek yayın olduğu için, Cumhuriyet mizahında önemli bir yere sahiptir (Öngören, 1983: 80).

Kurtuluş Savaşı’nın kazanılmasının ardından, Aydede dergisi kapanmış, derginin sahibi Refik Halit Karay ve karikatürcü Rıfki yurtdışına kaçmışlardır. Aydede’nin boşluğu kısa zamanda doldurulmuştur. Yusuf Ziya Ortaç 1922 yılında yakın arkadaşı Orhan Seyfi ile birlikte Cumhuriyet döneminin en uzun soluklu dergisi olacak olan Akbaba’yı kurmuşlardır (Kayış, 2009: 18). Topuz (1997: 222), Akbaba’nın 55 yıl yayım hayatını (1977 yılının başlarında kadar) sürdürdüğünü, Türk karikatürcülerinin pek çoğuna okul olduğunu söylemektedir.

Kurtuluş Savaşı karikatürleri, resimden tamamen kurtulmasa da kısmen kurtulmuş sayılmaktadır. Bu dönemde karikatürlerin resimden kurtulmasındaki başlıca faktör savaştır. “Modern karikatür hareketiyle ivme kazanan Türk karikatürü, Kurtuluş Savaşı’yla beslenmiştir. Yazı, karikatürün yarısıdır. Üstündeki çizgi örgüsünün sesi, sözdür. Onu anlatan, espriyi açığa çıkarıcı öğedir. Bazı karikatürlerde yazıya karşın çizgi algılanabilmektedir”. Aynı zamanda bu dönem karikatürlerinin özelliklerinden biri söz, anlam oyunlarından ve şiirden yararlanmış olmasıdır. “Fıkra ve seyirlik oyunları birikimi”, yazının ana kaynakları arasında olmuştur ve özgün bir altyazı tarzı gelişmiştir (Çeviker, 1991: 43-45). Bu dönemde, “savaş karikatürü beslemiş; yergi çizginin hareket dairesini genişletmiştir”. Bu dönem karikatürlerinin resimden farklı bir niteliğe bürünmesi, karikatürde bir geçiş evresine işaret etmektedir (Arık, 1998: 16).

Mütareke yıllarında İstanbul’da birçok gülmece gazeteleri yayımlanmıştır. “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), Zümrüdüanka (1922-1925), Kelebek’tir (1923-1924)” bunlardan başlıcalarıdır (Topuz, 1997: 221).

2.3.2.5. Cumhuriyet’ten - Günümüze Türk Karikatürü

2.3.2.5.1. 1923-1950 Dönemi Türk Karikatürü

Cumhuriyet Dönemi’nin ilk yılları karikatür sanatı açısından durgun geçmiştir. Bu durgunluğun uzun sürdüğü söylenemez. Özellikle 1928 yılında yeni Türk Alfabeti’ne geçişin basında yarattığı canlılık karikatürü de olumlu etkilemiştir. Türk karikatürü adına önemli sayılabilecek isimleri bu dönemde görmekteyiz. Bunun yanı sıra bu dönem “karikatürün gazetelere yerleşmesi, ilk çizgi romanın yapılması, karikatür albümlerinin basılması, karikatür sergilerinin açılması, ilk çizgi film denemeleri”nin yapılması bakımından önem taşımaktadır (Arık, 1998: 15).

Cumhuriyet dönemi getirdiği yeniliklerin yanı sıra, baskıları da beraberinde getirmiştir. Özgürlüklerini kullanabileceklerini düşünen karikatürcüler bu süreçte büyük yanılığa düştüklerini, hükümetin 6 Mart 1925 tarihinde aldığı kararla çok sayıda gazetenin yanı sıra Trabzon’da yayınlanmakta olan “Kahkaha” adlı bir mizah dergisini de kapatması ile anlayacaklardır. Bunlarla da sınırlı kalmayıp, Cem dergisini yayımlayan “Üstad Cem”in bir karikatürü sebebiyle 1927 yılında bir yıl hapse mahkûm edilmesi bu yanılığın güçlendirmiştir. Aynı zamanda Cem dergisinin Pecep Peker’e ilişkin bir karikatürü sebebiyle tamamen kapatılması, bu dönemde de siyasi karikatüre hoşgörüyü bakılmayacağını göstermiştir (Kayış, 2009: 18).

Topuz (1997: 231), 1923-1945 yıllarını baskı dönemi olarak tanımlamaktadır. Baskıların; hükümetler, Matbuat Genel Müdürlüğü ve basın savcılığı aracılığıyla uygulandığını belirten Topuz, bu süreci şöyle özetlemektedir:

“Özellikle İkinci Dünya Savaşı yıllarında, sıkıyönetim komutanlıklarından gazetelere her fırsatta yasak kararları iletmiştir. İktidarda olanların, özellikle Cumhurbaşkanı Atatürk’ün, İnönü’nün ve bakanların karikatürlerinin ‘küçük düşürücü’ ya da ‘alay konusu’ olabilecek biçimde çizilmemesine

büyük özen gösteriliyordu. Genel Kurmay Başkanı ve komutanlar da karikatür konusu olamazlardı. Onların desenleri ancak övgü amacıyla çizilebilirdi. Bu dönemde, karikatürcüler, sakıncalı bilgilere pek girmeden ve üst düzeydeki kişileri doğrudan hedef seçmeden siyasal karikatür yapmakla yetinmiş, belediye sorunlarına, vurgunculuğa, yolsuzluklara, ihtikâra, pahalılığa, taşıt, su ve çöp konularına ağırlık vermişlerdir. Yahudi fıkraları, gelin-kaynana çekişmeleri, yeni modalar, yeni sözcükler, sarhoşluk hikâyeleri, balolar, plaj giysileri, sosyete dedikoduları ve bürokrasinin yarattığı gülünçlükler de sık sık karikatürlere konu olmuştur.”

Cumhuriyet döneminde uygulanan baskılar, demokrasi ve özgürlük kavramlarını ortadan kaldırmıştır. Tek parti yönetiminin uygulamaları karikatürcüleri “suya sabuna dokunmayan” bir mizah anlayışına itmiştir. Öyle ki bu dönemde “tek partinin tek sesi karikatüre hâkimdir” (Arık, 1998: 19). İkinci Dünya Savaşı ile birlikte tek parti yönetiminin getirdiği tek düze anlayış kırılmaya başlanmıştır. Savaşın ülke ekonomisinde yarattığı düzensizliklerin sonucunda ortaya çıkan “vurguncu, karaborsacı, görgüsüz yeni zengin, hacıağa, dalkavuk tiplerini” konu edilerek, toplumsal eleştirinin ilk örnekleri verilmiştir (Kayış, 2009: 20).

Balcıoğlu ve Öngören’e (1973: 79-80) göre, karikatür İkinci Dünya Savaşı’na cılız bir çizgi ve dağınık bir tip kadrosu ile girmiş; fakat savaştan olgun bir çizgi ve uluslararası bir tip kadrosu ile güçlenerek çıkmıştır. Bu güçlü çizim yerli tiplerini de tamamladıktan sonra günlük gazetelerin birinci sayfasından geniş halk kitleleri ile sürekli bir diyaloga girmiştir. Böylelikle karikatür II. Dünya Savaşı’nda uluslararası bir dil olabilme katına yükselmiştir.

İkinci Dünya Savaşı’nın sonları (1945) aynı zamanda Türkiye için çok partili dönemin başlangıcı olmuştur. 1945 yılı mizah için bir dönüm noktasıdır. Bu dönem mizah yönünden çok canlı bir dönem olarak tanımlanmaktadır (Öngören, 1983: 87-88). 1923-1945 yılları arasında mizahta Marko Paşa dönemi ayrı bir önem taşımaktadır. Arık (1998: 18), Cumhuriyet Dönemi karikatürünü Marko Paşa dönemine kadar süren uzun bir durgunluk süreci olarak ifade etmiştir. Bu kapsamda Marko Paşa dönemine değinmek, 1923-1945 yılları arasındaki mizahın durumunu anlayabilmek için önem taşımaktadır.

2.3.2.5.1.1. Marko Paşa Dönemi

Haftalık yayınlanan ve ilk sayısını 25 Kasım 1946 yılında gerçekleştiren “Marko Paşa” isimli mizah dergisi (www.wikipedia.com.tr, 30.09.2014) Türkiye karikatür tarihinde önemli bir yere sahiptir. Başka bir ifadeyle, “yıllardır mizahın keskin tarafını adeta kış uykusuna yatıran, yeni kurulan rejimin bekası için eleştirilerini dile getirmeyen veya getiremeyen mizahçıların bir anlamda patlamasıdır” (Arık, 1998: 19).

“Recep adlı bir işçinin ismini koyduğu Marko Paşa, mizah dünyasında adından söz ettirecek yayınına Sebahattin Ali’nin tam bağımsızlıktan söz eden anti-Amerikan nitelikteki bir önsözü ile başlamıştır” (Arık, 2002: 247). Sebahattin Ali’nin bir başyazısında değindiği noktalar Marko Paşa’nın amacını özetler niteliktedir:

“Biz istiyoruz ki, bu memlekette yapılan her iş, üç beş kişinin çıkarlarına değil, bu toprakları dolduran milyonların yararına olsun. Herhangi bir karar alınırken, İzmir’deki ortak tüccar, İstanbul’daki ahabap milyoner değil, bu kararın altında beli bükülen, çoluk çocuk inleyen yığınlar göz önünde tutulsun. Biz istiyoruz ki bu topraklar üzerindeki insanlar, kafalarında taşıdıkları fikirlerden dolayı değil, bu yurdun ve bu halkın yararına yahut zararına yaptıkları işlerden hesap versinler. Bu incelenirken, koltuğuna ısınmış beş on hazır yiyeceğin menfaati, keyfi değil, milletin hayrı düşünölsün” (Aktaran: Arık, 2002:247-248).

Toplumunu dönüştürme amacından ziyade iktidarı mizahi bir dille eleştirmeyi görev edinen Marko Paşa, gazeteyi halk için çıkarmakta, tüm yazılarını halkı uyarmak ve birleştirmek için yazmaktadır (Sarıöz, 2010: 41). Bu sebeple Marko Paşa hareketi, tek parti yönetiminin “Biz ne dersek onu yapın, düşünmeyin, sağa sola bakmayın, size ve devlete ne lazımsa biz bunu sizden iyi biliriz, sizden iyi yaparız” anlayışına bir karşı çıkıştır. Bu karşı çıkış Marko Paşa’nın, “CHP’li politikacıları yolsuzluk yaptıkları ve sefahat içinde yüzüp, halkı yoksul bıraktıkları için, bürokrasiyi de hantal olduğu ve halkın ihtiyaçlarını görmezlikten geldikleri için” eleştirmesinde vücut bulmuştur (Arık, 1998: 19).

Siyasal iktidara karşı toplumun verdiği mücadelede bir mevzi; mizahın, karikatürün, ifade özgürlüğünün savunulmasında bir araç olan Marko Paşa, sık sık yasaklarla karşı karşıya kalmış ve kapatılmıştır (Özocak, 2011: 270). Her

kapatıldığında “Markopaşa”, “Bizim Markopaşa”, “Malum Paşa” gibi adlarla yeniden karşımıza çıkan Marko Paşa, sosyalist bir kadronun hareketidir ve iktidardaki parti olan CHP ile açıkça mücadele eden ilk mizah dergisidir. Marko Paşa hareketini yürütenler, Sabahattin Ali, Aziz Nesin, Rıfat Ilgaz ve Mim Uykusuz’dur. Marko Paşa, tek parti iktidarına karşı, çok partili hayatın mücadelesini vermiştir. Bu sebeple tek parti iktidarından sonra çok partili hayata geçişte ve Demokrat Parti’nin iktidara gelmesinde Marko Paşa’nın büyük bir pay sahibi olduğu söylenmektedir (Öngören, 1983: 102). Öyle ki Marko Paşa çok partili düzen uğruna verdiği demokrasi mücadelesinde, Demokrat Parti’nin iktidara gelmesinin ardından problemsiz bir şekilde kapanmıştır (Arık, 2002: 250).

2.3.2.5.2. 1950-1960 Dönemi Türk Karikatürü

1950-1960 dönemi Türk karikatürü çok partili bir dönemin mizah anlayışını ifade etmektedir.

Mizah yönünden büyük bir zenginliğin ve çeşitlenmenin olduğu bu dönemde yeni bir kadro iş başı yapmaktadır. “Eflatun Nuri Erkoç, Sema Emiroğlu, Semih Balcıoğlu, Turhan Selçuk, Nehar Tüblek, Ali Ulvi Ersoy, Ferruh Doğan, Altan Erbulak, Bedri Koraman, Oğuz Aral, Yalçın Çetin, Tonguç Yaşar, Mıstık, Suat Yalaz, Sinan, Hüseyin Mumcu, Sururi, Nihat Bali ve Sadi Dinçağ” (Baran, 2009: 46).

Bu dönem karikatüristleri İkinci Dünya Savaşı’nın değişimlerinden ve gelişmelerinden etkilenecek, yeni bir karikatür tarzı şeklinde ifade edilebilecek, çizgi mizahını yaratmışlardır. Bu tür karikatürde yazıya yer vermemektedir. “50 kuşağı yeni ve çağdaş bir karikatür estetiği oluşturarak, karikatürde konu ve çizgi bütünlüğünü sağlamıştır” (Baran, 2009: 47). Bu dönem çizgileri farklılaşan karikatürcülerin arayışları üsluba yönelik olmuştur (Özer, 1989: 219).

1950 döneminde Batı ülkelerinde dikkati çeken Romanya kökenli ABD’li Saul Steinberg, “yalın, hatta soyut ama çarpıcı çizimleriyle” ortaya çıkarak, alışlagelmiş karikatür anlatım dilini değiştirmiştir. Kısaca, karikatürü vermek istenilen iletiye katkısı olmayan her türlü ayrıntıdan arındırılmış, yalınlaştırmıştır. Bu aşamada karikatürde yazıyı kaldırması atılmış en önemli adım sayılmaktadır. Saul Steinberg’in getirdiği bu yeni anlayış, Türkiye’de de hızlıca hissedilmiştir (Alsaç, (t.y.): para. 14-16).

Arık (1998: 22) karikatürün bu zamana kadar çizgi ile süslenmiş fıkra olarak görüldüğünü, resimsel olan her şeye karikatür denildiğini, resim sanatının kurallarının karikatüre uygulandığını söylemektedir. Turhan Selçuk'un bütün bilinenleri bir kenarı bırakırcasına, Türk halkını "Grafik Mizah" anlayış ile tanıştırmasının, karikatür yeni bir boyut kazandırdığını, "az çizgi ile çok şey anlatma" sürecinin başladığını belirtmiştir. Turhan Selçuk'un 1956'da Bordighara kentinde düzenlenen karikatür yarışmasında ikincilik ödülünü alması bunun bir göstergesidir. Bu anlamda bir diğer karikatür öncüsü de Ali Ulvi Ersoy'dur.

İnsanlar karikatürde yazı ve söze alışmışken, hiçbir yazının yer almadığı bir karikatürü anlamlandırmaları zor olmuştur. Öyle ki karikatürde benimsenen yeni tür (yazısız karikatür ya da grafik mizah) Türk toplumuna o yıllarda anlaşılmaz gelmiştir. "Gülmekten çok düşündürmeyi amaçlayan bu yeni yaklaşım, karikatürü sanatsal bir düzleme oturtmakta ve okuyucuyu geliştirmeyi kendine hedef edinmekteydi. Başarı ile uygulanmasına rağmen bu yaklaşım halkta bir gülme duygusu yaratamamıştır (Arık, 1998: 23). Semih Balcıoğlu bu konuyla ilgili olarak "50 Yılın Karikatürü" isimli eserinde paylaştığı anısı durumun özeti niteliğindedir:

"1952 yılında ilk karikatür albümümü yayınlamıştım. Bir hafta sonra satışı merak ettiğim için dağıtıcıya gittim ve satışın ne yolda olduğunu sordum. Ben bilmem satıcılar gelince sorarız dedi. Gerçekten az sonra satıcılar gelmeye başladılar. Dağıtıcılardan birine sordum, çocuk bana döndü ve: Abicim yirmi tane aldım, onbeş tane sattım, beş tane daha var... diye yanıtladı. Bir an durdu ve sonra o 'beş tane daha var' cümleciğini açıklamak istedi, meslek hayatımda unutamayacağım şu sözlerle açıkladı bunu: Bazılarına konu bulamamışsınız da 'yazısız' yazmışsınız. Tümünde yazı olsaydı bir tane bile kalmazdı" (Aktaran: Arık, 1998: 23-24).

Bu dönem karikatürleri; "özgürlüklerin niteliklerini, toplumun yapısal eleştirisini, işçi-işveren, ağa-köylü ilişkilerini, sınıfsal çatışmaları, politika ve ekonomiyi" konu edinmiştir. Toplumun dertlerinin ele alındığı bu dönem karikatürlerinde amaç, güldürmekten çok düşündürmektir (Arık, 1998: 21).

1950 kuşağı tarafından Türkiye'de başarı ile uygulana "yazısız karikatür" anlayışı, "41 Buçuk (1952), Tef (1954), Dolmuş (1956), Karikatür (1958)" gibi dergilerde ve günlük gazetelerde yaygınlaştırılmıştır. Turhan Selçuk, Semih Balcıoğlu, Selma Emiroğlu (ilk Türk kadın karikatürcü), Mim Uykusuz, Ferruh Doğan, Nehar Tüblek,

Ali Ulvi Ersoy gibi karikatürcüler 1950 kuşağının önde gelen karikatürcüleridir ve toplumcu gerçekçilik fikrini savunmuş, var olan düzeni eleştirerek toplumun ezilen kesimlerin savunuculuğunu üstlenmişlerdir (Özer, 2004: 247).

2.3.2.5.3. 1960-1970 Dönemi Türk Karikatürü

1960 dönemi Türk mizahı açısından kâbus gibi bir dönem sayılmaktadır. Bu dönemde durgunluk sürecine giren Türk mizahı, neredeyse yok olma tehlikesi yaşamıştır. Bunun temel nedeni “aydın kesime seslenen çizgide mizah ekolünde büyük bir okuyucu/izleyici kaybının yaşanmasıdır”. Bu temel sebebin yanı sıra siyasal ve toplumsal faktörlerde etkili olmuştur. “1950 yılları boyunca acımasızca eleştirdikleri ve alay konusu yaptıkları bir iktidar ortadan kaldırılmış, yerine geçen güç, yani ordu-aydın ittifakı, aynı zamanda Türk Grafik mizahının da içinden geldiği bir aydınlanmacı-devrimci bir tarihsel mirasın temsilcisi olmuştur”. Demokrat Parti’nin iktidarına son verilmesinin ardından mizahın bu süreçte ele aldığı “Demokrat Partili bastonlu Bayar ile Patlıcan burunlu Menderes” artık yoktur. Ele alınacak tek konu “evrensel insanın trajedisi”dir (Sipahioğlu, 1999: 130). 27 Mayıs askeri darbesinin ardından karikatürler anayasal özgürlükleri ve toplumsal olayları çizgilerinde işlemektedirler (Arık, 1998: 24).

Bununla birlikte 1950’lerde benimsenen yazısız mizah anlayışı, 1960’lara gelindiğinde bir tür bilmece haline dönüşmekte ve karikatür büyük okuyucu kesimi ile iletişim kuramamaktadır. “Bu tür entelektüel karton halka bir şey söyleyememektedir” (Sipahioğlu, 1999:131). Bu durum karikatürlerin gazetelerde birinci sayfalardaki yerlerini kaybetmelerine, ikinci sayfalarda kendilerine yer bulan karikatürlerden vazgeçilmesine ve karikatüristlerin mizah dışındaki işlerle geçimlerini sağlamalarına neden olmuştur. Bu olumsuzluğu yanı sıra olumlu sayılabilecek gelişme mizah hikâyelerinin kitap olarak görülmedik çoklukta satılması ve süreklilik arz etmesidir. Bunun en önemli kanıtı, Aziz Nesin’in on beş civarında kitabının basılması ve Nesin’in kitapların gelirleriyle Vakıf kurmasıdır (Öngören, 1983: 108).

1960’lardan itibaren yönlendirici tabaka orta sınıftan işçilere doğru bir kayış göstermiştir (Öngören, 1983:109). Sanayileşmenin artması karikatüre işçi-işveren konularının saha çok girmesini sağlamıştır. Aynı zamanda bütün ülkede gelişen

“devrimci görüşler” karikatürde ağırlık kazanmaya başlayınca, grevler, işçi-işveren ilişkileri, sınıf-sermaye çelişkileri, emperyalizm konuları daha çok işlenmeye başlanmıştır (Arık, 1998: 25). Bu dönemin bir diğer özelliği ise tek mizah dergisinin egemenliğinde geçen bir dönem olmasıdır. Bu dönemde Akbaba bu dönemin en etkili mizah dergisi olmuştur (Arık, 1998: 24). 1960 döneminde çok kısa ömürlü, niteliksiz denilebilecek denemelerin haricinde on yıllık süreç Akbaba ile geçmiştir. 1908’den beri hiçbir dönemde bir tek dergi ile on yılın geçtiği söylenemez (Öngören, 1983: 107). Akbaba’da “toplumsal eleştiriler, parti liderlerine yönelik karikatürler” ağırlıktadır. Akbaba, tek dergi olmanın avantajını reytinglerde yaşamıştır (Arık, 1998: 24).

Dönemin getirdiği olumsuz koşullarda işsiz kalan karikatüristlere Akbaba sayfalarını açmıştır. Bu süreçte “gerek mizahi yazı, gerekse karikatür” açısından en iyi, en usta örneklerini ortaya koyan Akbaba, Yusuf Ziya Ortaç’ın 1967 yılında ölümüyle yavaş yavaş kimliğini değiştirmeye başlamıştır. Belli kadroların elinde kısır bir döngüye giren Akbaba, daha sonra da bir daha açılmamak üzere kapanmıştır (Baran, 2009: 48).

2.3.2.5.4. 1970-1980 Dönemi Türk Karikatürü

Karikatür açısından 70’li yıllar, “içeriği çok yoğun toplumsal kargaşa ve terör eylemlerine rağmen, hatta toplumda keskinleşen kutuplaşma ve hoşgörüsüzlüğe karşın, çok canlı ve yenilikçidir. 1960’lı yıllarda oldukça durağanlaşan, klişeleşen grafik mizah 1970’li yılların başında büyük bir patlama yapmış ve çok canlı bir yapı kazanmıştır” (Sipahioğlu, 1999: 177). Arık’ın (1998: 27) deyişiyle, 60’larda sosyalleşen bir karikatür yerini 70’lerde politikleşmiş bir karikatüre bırakmıştır.

1970’lerde kırsal alanlardan kentlere doğru başlayan yoğun göç, TV’nin yaygınlaşması, gazetelerin ofset teknik ile hızlı ve renkli basıma geçmesi gibi yapısal değişimler sonucunda “kır-kent insanı karışımı gece kondu mahalleleri oluşmuş, karma kültürün etkisi ile sokaklarda içli köfte, döner kebab, lahmacun satışları, arabesk müzik, şarkılı-türkülü filmler ortaya çıkmış”, bu değişimler yeni bir mizah anlayışının doğmasını beraberinde getirmiştir (Özer, 1994: 62). Bu yıllarda basında meydana gelen gelişmelerle birlikte, ofset baskı tekniğinin gelişmesi hızlı basım ve dağıtım olanaklarını beraberinde getirmiştir. Bu olanakları en iyi değerlendiren kişide Oğuz Aral olmuştur.

Aynı zamanda bu yılların mizah anlayışını yansıtan dergi “Gırgır”dır. Gırgır, “çizgide mizah ekolünün doğmasını sağlayan dönemin en önemli dergisiydi” ve bu sebeple 70’li yılların mizah anlayışı için “Gırgır” mizahı olmuştur denilebilir (Sipahioğlu, 1999: 178-179).

70’li yılların değişen ve gelişen yapısının toplumda yarattığı toplumsal, siyasal ve ekonomik beklentiler Gırgır ile karşılanmaya çalışılmıştır. Gırgır yayın hayatına başlarken “kendi halinde bir dergi” olduğunu söylemiş, “gülerken hoplattığını” iddia etmiştir. Amacı, içeriği ve biçimi güldürmeye yönelik olan Gırgır; kendi adına yayın yapan, bol bol çizgi-bantlara yer veren, cinselliğin ağırlıklı işlendiği kadın çizimlerine ve foto kurgulara sayfalarını ayıran, kimi sayfalarını da “zıpır” adıyla çıkararak bir yapıya sahiptir (Oral, 1998: 66-67). Bu yapısıyla Gırgır, güldürmeye odaklanmış, halkın bilinç ve espri düzeyini yükseltmek gibi bir kaygı taşımamıştır (Arık, 1998: 30).

Bu yılların yapısal ve teknolojik gelişmelerinin yanı sıra bir diğer özelliği de siyasetin ve tartışmaların sokaklara kadar taşınmış olmasıdır. Böyle bir ortamda sadece güldürme ve eğlendirme amacı taşıyan Gırgır’ın bu yapısı ağır eleştirilere hedef olmuştur. Eleştirilere kulaklarını kapamayan Gırgır, kadın çizimlerinden vazgeçerek, siyasetle ilgilenmeye, gençlerin siyasal bir coşkuyla yarışmalarda boy gösterdiklerini gördükçe, gençlere yönelmeye başlamıştır. Gırgır gösterdiği bu değişime rağmen, yine de güldürme ve eğlendirme amacını korumuştur (Oral, 1998: 67). Böyle bir değişim karikatüre de ayrı bir özellik kazandırmıştır. Bu zamana kadar aydın kesim tarafından yapıldığı söylenen mizah, gençlerle buluşmaya, toplumsallaşmaya başlamıştır. Arık (1998: 31-33) bu konuda şunları söylemiştir:

“Büyük bir enerji ve coşku yoğunluğuyla birçok çocuk çok küçük yaşlarda karikatür ile tanışmış ve bazıları derginin karikatüristi, mizah yazarı olmuştur. Gırgır’ın çizerlerinin ve okurlarının çoğunluğunu gençler oluşturduğu için, gençliğin sorunları şimdiye kadar hiç olmadığı kadar Gırgır da yer bulmuştur. Gırgır aydınlar için değil toplum için çiziliyordu. Gırgır’la birlikte mizah toplumla özdeşleştirildi. Ali Ulvi, Gırgır kuşağının mizahına ilişkin olarak “Günlük hayatta ne varsa karikatüre soktular demektedir”.

Bu yıllar Gırgır mizahının baskın olduğu dönem olarak tanınsa da, farklı mizah dergileri de bu süreçte boy göstermiştir. Çarşaf, Çivi ve Fırt isimli dergiler Gırgır’ın

oluşturduğu yeni karikatür anlayışının rüzgârına kendilerini kaptırdıkları söylenebilir. Hatta bu örneklerin yanı sıra Gırgır'ın kendi içinde dahi denemeler olmuştur. Gırgır'ın yetenekli çizerlerinden 7 karikatürist Gırgır'a karşı "Mikrop" adında bir dergi çıkarmışlar; ancak Gırgır'ın karşısında tutunamayıp, kapanmıştır (Öngören, 1983: 122-123). 1970-1980 sürecine damgasını vuran Gırgır'ın başlıca çizerleri şunlardır:

"Ali Doğanlı, Alp Tamer, Behiç Pek, Bülent Arabacıoğlu, Can Barslan, Engin Ergönültaş, Ertan Tank, Esra Sönmez, Galip Tekin, Gani Müjde, Gülay Batur, Gürcan Gürsel, Gürcan Özkan, Hasan Kaçan, İlban Ertem, İrfan Sayar, Latif Demirci, Mehmet Çağçağ, Murat Alpay, Murat Kürüz, Nuri Kurtcebe, Orhan Alev, Özden Ögük, Ramize Erer, Sarkis Pacacı, Serhat Gürpınar, Suat Gönülay, Suat Özkan, Şevket Yalaz, Tamer Ocak, Ufuk Gürgeç" (Öngören, 1983: 123).

2.3.2.5.5. 1980-1990 Dönemi Türk Karikatürü

Çeviker, (2010: 27) 1980 döneminin başlangıcını şu sözlerle özetlemiştir: "12 Eylül 1980 askeri darbesi, 12 Mart'tan daha beter bir ortam yaratmış, Türkiye'yi adeta bir mezbahaya çevirmiştir. Bütün kürsüler yıkılmış, sirenler, gece-gündüz durmaksızın korku dolu sesler yaymış, karikatürün kendini gösterebildiği bütün araçlar ortadan kaldırılmıştır".

Böyle bir ortamda mizahın yapılamaması, beraberinde mizah dergilerinin muhalefet yapma işlevini de yerine getirememesine neden olmuştur. Öyle ki bu dönemde mizah dergilerinde cinsellik, cinsel ilişkiler, eşcinsellik, hayat kadınlığı gibi konular en hat safhada işlenmeye başlanmış, adeta mizah bir suskunluk dönemi yaşamıştır. Tüm bunlara rağmen antidemokratik uygulamaların, baskıların şiddetle hissedildiği 1980 döneminde, mizah dergileri ve karikatürcüler "söz söylemenin gücünü en kolay biçimde yenebilen kişiler" olmuşlardır. (Hoşafçı, 2006: 86).

Seksenli yıllarda demokratik düzeni rafa kaldıran siyasal ve silahlı güç, doğası gereği, insanları yıldırma, sindirmeyi, korkutmayı, onlara baş eğdirmeyi, onların umutlarını, onurlarını ve özgüvenlerini kırmayı amaçlayan uygulamalar içinde olmuştur. Çizerlerin ise, bunları boşa çıkarmaya çalışmak, antidemokratik uygulamaları belgelemek, uyanık, umutlu, kendine güvenini yitirmeyen bir kamuoyunu canlı tutmak ve toplumun kırılan onurunu onarmak için mizahı sürekli gündemde tutmak gibi amaçlarla çizdikleri görülmüştür. Umudu yitirmediklerini, korksalar

bile sinmediklerini, söylenenlere kanmadıklarını çizgileme çabası içinde olmuşlardır (Oral, 1998: 219).

Böyle bir dönemde mizah anlamında atılan en önemli adım Gırgır'a karşı çıkarılan Limon dergisi olmuştur. 1986 yılında Gırgır'dan ayrılan bir grup karikatürist Limon dergisini çıkarmışlardır (Koloğlu, 2005: 350). Bu hususta Limon, Gırgır'a karşı bir Mikrop dergisi deneyimi yaşasa da, Mikrop'un gerçekleştirdiklerini daha iyi analiz etmeleri Limon'u ön plana çıkaran bir adım olmuştur. Limon, Gırgır içerisinden çıkmış olmasına rağmen, Gırgır'dan daha farklı bir görünüm sergilemektedir. Usta isimlerden öğrendiklerini daha üst seviyeye çıkaran Limon çizerleri, Gırgır'ın aksine "sokaktaki adamın dilini yansıtmak yerine sokaktaki adamın ruh röntgenlerini" çizmiş ve "mizahla toplum kurtulamaz" anlayışını benimsemiştir. Bu durumda Limon, "İnsanlar bugün ne yazmamızı istiyor'u değil, ben bugün ne yazmak istiyorum" düşüncesini ön plana çıkarmıştır (Arık, 1998: 104). Limon dergisinin, serbest ve sol kimliğin ağır bastığı bir özelliğe sahip olması, onun Gırgır'dan farklı olarak toplumsal kurumları sert bir dille eleştirmesine olanak sağlamıştır. Gırgır'ın "lumpen" anlayışına karşılık, Limon çizerleri ve yazarlarının yanı sıra, okuyucuları da politik görüşü bulunan, güncel olaylar hakkında düşünceleri olan, olayları medyada verildiği gibi değil de arka planını tartışarak alan gençlerden oluşmaktadır. Özetle, "Gırgır'ın kitleselliğinin aksine, Limon daha çok bir gençlik dergisi niteliği" taşımaktadır (<http://www.solkitap.net>, 09.10.2014).

Limon'u ve okuyucu kitlesini Arık (1998: 104-105), şöyle tanımlamaktadır:

"Limon'un hedef kitlesini oluşturan gençler Dünya'da olup bitenleri izleyen, yalnızca görüntülerle değil, olayların perde arkasıyla da az çok ilgilenen kıvrak zekâlı gençlerdi. Çoğu, karikatürcü gibi bakıyordu olaylara. Düşüncelerini dışa vurmada çizginin yetersiz kaldığını gördükleri noktada, kaleme sarılıp, sözcüklere başvurmada gecikmiyorlardı. Böylelikle mizah dergilerimize çirkin politikacılar, geçim sorunları, sermayenin sömürsü vb. yanında çevre sorunları, kadın hakları, cinsel özgürlük, düşünce özgürlüğü, savaş karşıtlığı gibi konularda daha bilinçli bir şekilde girmeye başlamıştır. Limondan sonra gerçeklik artık güldüren değil acıtan gerçeklik olmuştur."

Böyle bir süreçte Limon olayların üstüne cesaretle giderek, "yergiden groteske uzanan bir yelpazede" sorumluları ortaya çıkarmak için çaba harcamaktadır. Bu çaba, Limon'a sürekli davalar açılmasını, cezalar almasını ve hatta hapis cezalarını bile

beraberinde getirmektedir. Limon bu yapısıyla, Marko Paşa süreci ile karşılaştırılabilir özellikler taşımaktadır. Limon, daha sonra Lemana olarak isim değiştirilerek yayın hayatına devam etmiştir. Limon sürecini aratan bir Lemana sürecinin yaşandığı söylenebilir. 1980-1990 dönemlerinde Gırgır'dan kopmalar Limon ile sınırlı kalmamıştır. Deli, Hıbrır ve Dinazor gibi yeni dergiler yayınlanmıştır (Çeviker, 2010: 28).

2.3.2.5.6. 1990'dan Günümüze Türk Karikatürü

1990'lı yıllar Türkiye açısından “medya çağı” olarak nitelendirilebilecek bir dönemdir. Öyle ki bu dönemde devleşerek plazalara yerleşen basın kuruluşları, piyasalara oligopol bir yapı kazandırmıştır. Medyanın bu gelişimi ile birlikte ülkenin gündemindeki ağırlığını arttırmıştır. Turgut Özal'ın “ 2,5 gazete kalacak kehaneti” 90'lı yıllarda gerçekleşmiş, Edward Kenddy'nin “Düşünce özgürlüğü, mülkiyetin arsızca tutumuna terk edilemez” söyleminin aksine, halkın haber alma hakkı tekellerin inisiyatifine bırakılmıştır. Yaşanan bu gelişmelerden gazeteciler kadar karikatürcülerde etkilenmiş ve bunları çizimlerine yansıtılmışlardır (Arık, 1998: 84-89).

1990'lı yıllarda popüler karikatür iyice çığırından çıkmış bir özellik göstermektedir. Öyle ki 1970'lerde eleştirilen Oğuz Aral anlayışı aranır olmuştur. Bu süreçte MEME (birkaç sayı sonra MEME-T olmuştur) adlı derginin yayın politikasına ilişkin söylemleri bu durumu özetler niteliktedir. MEME'nin açıkladığı yayın politikasında (23 Mayıs 2004 Cumhuriyet Gazetesi) şu ifadeleri kullanmıştır: “Meme'nin iddiası yok, Meme'nin kaygısı yok, Meme'nin bir kişiliği yok, Meme delikanlı dergidir ama bunun yanı sıra kişiliksizdir, tipsizdir, alçaktır. Erkek durduğuna bakmayın o aslında dişidir. Kalıcı değildir, entel değildir, sanat kaygısı barındırmaz.” (Özer, 2007: 49). “Karikatürün bu kadar kişiliksizleştirilmesinde 90'lı yıllarla birlikte medyanın tekelleşmesi önemli bir rol oynamaktadır” (Arık, 1998: 89-90).

“Geçmiş yıllarda okunan mizah dergileri bir haftalık veya aylık toplumsal olayların değerlendirmesini yaparak evrensel mizah anlayışıyla halka sunulmakta, onları düşündürmekte ve bilgilendirmekteyken; sorgulama ve evrensel mizah anlayışı, yerini sadece güldürün, cinsel anlamda güdüleyen ve anlık tatminlerle geçiştiren bir anlayışa sürüklenmiştir. Tabi ki bu anlayıştan karikatür sanatımız da büyük yara alarak kapitalizmin ve metanın hizmetine girme süreci yaşamıştır” (Kaptan, 2004: para. 4).

Böyle bir süreçte teknolojik anlamda yaşanan gelişmeler, televizyonun yaygınlaşması, özetle dünyanın küçülmesi, beraberinde siyasi mizah dergilerine duyulan gereksinimi ortadan kaldırmaya başlamıştır. Böylelikle bu mizah dergileri yayınlarına son vermeye, ad değiştirerek, bölünüp çoğalarak varlıklarını devam ettirmeye çalışmışlardır. Bu durum mizah yayınlarının eski etkinliklerini ve tirajlarını korumalarına engel olmuştur (Oral, 1998: 223-224). Bu kapsamda. Güneş gazetesinin para ödeyemez hale gelmesi (1991), Limon çalışanlarının bir gecede “Leman” ismini alması, Hıbrır’ın ise aynı sebeplerden (Deli ve Leman’ı zorlayan ekonomik sebepler) ötürü bağlı bulunduğu yayın kuruluşundan ayrılarak (haftalık-bağımsız-rahatsız) HBR Maymun adlı yeni bir dergiye dönüşmesi gibi birçok örnek verilebilir. Yaşanan bu gelişmeler mizahın yapısında değişimler meydana getirerek, mizahın yeni rotasını belirlemiştir. Bundan böyle “mizah farkında olanların, medyanın tahakkümü altından olmayanların buldukları ortak payda” olmuş, medya eleştirisi yoğun bir şekilde gerçekleştirilmiştir. Mizahtaki bu yeni tavır neticesinde Leman, “anti-medya hareketini” başlatmıştır. Bu kapsamda HBR’de medyayı eleştiren yazı ve karikatürlerin yer alması (Arık, 1998: 108-109) Leman’ın anti-medya hareketinin desteklendiğini göstermektedir.

Leman Dergisi, 90’lı yılların ortasında tekel konumuna gelen bir mizah dergisi olmuştur. Yaşanan gelişmeler diğer mizah dergilerinin tirajını düşürse de, Leman’a etki etmemiştir. Leman’ın satış sayılarının artması, onu ön plana çıkarmıştır. Leman’ın farklı dergilerle (Öküz, Git, Lemanyak) farklı alanlara seslenmesi, onun tekel konumunu güçlendirmiştir. Daha sonra televizyonlarda yayınlanan “Olacak O Kadar”, “Reyting Hamdi” ve “Yasemince” benzeri programlar televizyonların hedef kitlelerini mizahi olarak doyurmuş, mizah dergilerinin satışını iyice azaltmıştır. 90’lı yılların ortalarından sonra bu durumdan etkilenmeye başlayan Leman, durulma sürecine girmiştir. Bu durum Leman’ın yetiştirdiği kuşaklar Leman’ı geçmesine yol açmıştır. “Yaşanan bu gelişmeler sonrasında mizah artık yaşanan gerçekliğe tepki veren bir tavır sergilemekte ve günümüz mizahının yolunu çizmektedir”. (Arık, 1998: 109-118).

Tüm bu gelişmelerin neticesinde 1996 yılında Bahadır Baruter, Selçuk Erdem’le birlikte LeManyak’ı çıkarmıştır. Tirajı 105 bine ulaşan LeManyak’tan, 2001 yılında 11 arkadaşıyla ayrılan Baruter, Lombak’ı mizah dünyasına kazandırmıştır. 2002 yılında ise Bahadır Baruter, Metin Üstündağ, Selçuk Erdem, Erdil Yaşaroğlu ve Bülent Üstün, Penguen mizah dergisini çıkartmışlardır (Karakurt, 2002: para. 14-18).

Baruter, reklam dünyasına karşı olmadıklarını; mizah dergilerinde açık ya da örtülü bir şekilde reklam yayınlanmasına karşı olduklarını belirtmiştir. Reklamdan çok para kazanılabileceğini; ama parayla çizerin veya okurun kaybolan inancını satın alamayacaklarını belirterek, Penguen'in çıkış manifestosunu şöyle açıklamaktadır:

“Biz'im cızıktırdığımız bu karikatür, sanat kaygısı taşımaz... Kalıcı olmayı düşünmez... Bir 'happening olayı'dır... Bir, 'cinnet vakası'... Hafif ve buruk bir tad bırakır... İşlenmişlik 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...” (Aktaran: Karakurt, 2002: para. 13).

Derginin amblemi uçmaya çalışan penguen olarak tasarlanmıştır. Selçuk Erdem tarafından çizilen bu amblem ile yayın hayatına başlayan Penguen'de gündem konularını kapaklardaki çizimlerle belirlemekte ve eleştirmektedir.

2002 yılında Lemana ve Lombak'tan ayrılan karikatüristler tarafından çıkarılmaya başlanan Penguen Dergisi, kısa sürede tirajlar konusunda Lemana ile neredeyse eşit seviyeye gelmiş; hatta kimi zaman geçmiştir. Lemana ve Penguen, gündem doğrultusunda ele aldıkları konular ve konuları ele alış biçimleri bakımından birbirinin devamı niteliğinde olduklarını göstermektedirler (Yılmaz, 2010: 981). Penguen dergisi kapaklarında siyasi veya toplumsal konular ele alınmaktadır. “Penguen dergisinin kapaklarına taşınan siyasi gündem, taraf olmuş bir kitlenin yeniden yorumlanmasıdır”. Bu sebeple karikatürlerde iktidar liderleri negatif bir şekilde ele alınmakta ve eleştirilmektedir. Penguen'in bu tavrı mizahın iktidara karşı muhalefet rolünün devreye girdiğini göstermektedir. Bu sebeple, iktidarlara hiçbir zaman bir anlaşma içerisinde değildir, her zaman çizgilerini muhalefet cephesinden yana kullanmaktadır. Aynı zamanda Penguen karikatürlerinde sadece iktidarı değil, muhalefeti ve gerekirse halkı da hicvetmektedir (Kamiloğlu, 2013: 170-172). Örnek verilecek olursa, derginin kapaklarında işlenen konulardan bazıları şunlardır:

“Avrupa Birliği serüveni, Ergenekon Süreci, ÖSYM sınavları ve hakkındaki iddialar, atanamayan öğretmenler, TBMM yemin krizi, Türkiye-ABD ilişkileri, “Dindar gençlik yetiştireceğiz” açıklamasında olduğu gibi Recep

Tayyip Erdoğan'ın açıklamaları, Uludere olayı, Yapılan zamlar, Deniz Feneri davası, seçim sloganları, kadına yönelik şiddet, Deniz Baykal-Recep Tayyip Erdoğan / Kemal Kılıçdaroğlu-Recep Tayyip Erdoğan atışmaları, polis müdahaleleri, yargıda alınan kararlar, İsrail-Filistin savaşı, Başbakan'ın Davos çıkışı, Bakanlık Uygulamaları vb.” (Kamiloğlu, 2013: 172).

Türkiye gündemini etkileyecek bu konular derginin kapaklarında işlenmiştir. Dergi kapaklarında ele alınan konular dikkatle incelendiğinde, Penguen dergisinin karikatürün muhalif kimliğini devam ettirir bir yapıda olduğu söylenebilir.,

2006 yılında, Emrah Ablak, Bülent Üstün ve Cengiz Üstün ile birlikte birkaç çizer, Penguen'den ayrılarak bir başka haftalık mizah dergisi olan Fermuar'ı çıkarmaya başlamıştır. 9 Ağustos 2007'de Penguen dergisinden ayrılan Yiğit Özgür, Ersin Karabulut, Umut Sarıkaya, Uğur Gürsoy, Mehmet Çilingir ve Oky ise 5 Eylül 2007'de Uykusuz isimli dergiyi çıkarmışlardır (<http://tr.wikipedia.org>, 21.10.2014).

Mizaha Müslüman-İslamcı bir bakış açısı getiren Cafcaf dergisi de Asım Gültekin yönetmenliğinde çıkmaya başlamıştır. “Okuyucularımız zaman öldürmek için CafCaf'la ilgilenmiyor, mizah insanlara düşmanlık için yapılmamalı” düşüncesinden yola çıkan Cafcaf kadrosu, cinsel öğeleri kullanmaya karşı olduklarını yapılan cinsel içerikli çizimleri “cinsel istismar” olarak tanımlamalarından anlaşılmaktadır (Gümüş, 2009: para. 5).

Karikatür açısından dönemin başlıca süreli yayınları şöyle sıralanabilir: “Leman, Penguen, Küstah, Fermuar, Gaste, Komur, Uykusuz, Nokta, Aktüel, Haftalık, Cumhuriyet, Milliyet, Hürriyet, Sabah, Radikal, Akşam, Evrensel, Vatan, Zaman, Taraf, Şalom, Agos”. Dönemin mizah açısından en önemli sorunu ise, dönemin Başbakan'ın karikatürlerinin çizilmesinden hoşlanmıyor olmasıdır. Bu durum gazete sahiplerinin ve yayın yönetmenlerinin karikatüristlerden buna uygun hareket etmelerini beklmelerine yol açmaktadır. Aksi durumda “çalışan sayısının azaltılması” bahaneleriyle karikatüristlerin işlerine son verilebilmektedir (Çeviker, 2010: 29).

2.4. KARİKATÜR TÜRLERİ

Grafik, mizah, cartoon, karikatür gibi birbirinden farklı terimler bazı ülkelerde ayrı türler olarak bilinmektedir. Türkiye’de her türlü mizahsal çizim karikatür adı altından ifade edilmektedir (Özer, 2007: 29).

Karikatürde en sık işlenen konular; siyasal ve ulusal haber alanları ve kadın alanına dairdir. Siyasal ve ulusal haber alanlarında; politikacılar, partiler, seçimler, uluslararası çatışmalar, savaş, borsa, ırkçılık, emperyalizm gibi konulardır. Kadın alanında ise aile, aldatan kadın ve kocası, aşk, cinsellik gibi konular yer alır. Bu konulara bağlı olarak yer alan alt evreler ise spor, moda, araba, havacılık, yarışlar, av, tatiller, turizm, kamp, plaj, yol gibi öğelerden oluşmaktadır. En çok kullanılan diğer konular ise şöyle sıralanabilir: Toplumsal sorunlar (fiyat, yoksulluk, işsizlik, sendikalar, sigortalar, grevler), saçmalıklar ve rastlantılar, taş devri biçemi, din adamları ve inançlar, askerler, doktorlar, modern sanat ve müzik, televizyon ve radyo, içki ve sarhoşlar, ölüm, çocuklar ve gençler, uzay, tatil dönüşü. Bu konular mizah desenlerinin % 98’ini oluşturmaktadır (Topuz, 1986: 12-16).

Karikatürler içeriği, biçimi, tarzı ve yer aldığı mecra bakımından birçok farklı türe ayrılmaktadır. (Arık, 1998: 63), karikatürleri içeriğine ve biçimine göre sınıflandırılmaktadır.

İçeriğine Göre: Siyasal Grafik Gülmece, Gülmeceli Grafik Portre, Saçma Grafik Gülmece, Gülmece Deseni, Reklam Gülmecesi.

Biçimine Göre: Steinberg Biçemi, Sembolik Tipler Biçemi, Panik Yaratan Biçemi, Hippy Biçemi, Yeni-Gerçekçi Biçem

Öte yandan Uslu (1999: para. 13) karikatürleri ifade tarzı ya da karikatürün anlayışına, tekniğe ve kurgu- yapı anlayışına göre incelenebileceğini belirtmiştir.

İfade tarzı ya da karikatürçünün anlayışına göre karikatür: Yazılı (absürd-günlük) karikatürler, Yazısız (grafik-ciddi) karikatürler.

Tekniğe göre karikatür: Renkli karikatürler, Siyah-Beyaz Karikatürler.

Kurgu-Yapı özelliğine göre karikatür: Tek kare karikatürler, Çok kareli karikatürler, Bant karikatürler.

Özer (2007: 34) ise, karikatürlerin içerik ve sanatsal anlayışına göre, “portre karikatür, karikatür ve humoristik desen” olmak üzere üç grupta incelenebileceğini söylemektedir.

Arık’a (1998: 65) göre, karikatürün en güçlü iletme kanalı basındır. Bu sebepten karikatürler yayınlandığı mecraya göre; gazete karikatürleri ve dergi karikatürleri olarak ikiye ayrılmaktadır. Kazanevsky ise, karikatürü felsefi, toplumsal ve sessiz ya da saf mizah olarak 3 gruba ayırmıştır (Aktaran: Meraki, 2010: 30).

Görüldüğü üzere karikatür türlerini birçok araştırmacı birbirinden farklı olarak ele almıştır. Bu kapsamda karikatür türlerine ayrıntılı bir şekilde değinmeyeceğiz. Bu kapsamda çalışmanın kuramsal çerçevesine ve ulaşılmak istenen verilere hizmet etmesi bakımından içeriğine göre karikatür türlerinden siyasi karikatür konusuna ayrıntılı olarak değinilecektir.

2.4.1. Siyasi Karikatür

Özer (2007: 34) karikatürün bu türünü içeriğine göre karikatür sınıflandırmasında ele almaktadır.

Siyaset ve siyasetçilerden kaynaklanan hataların sürekli karikatüre konu olması, karikatür ile siyaseti yakın bir ilişki içerisine sokmuştur. Siyaset kadar toplumsal (cinsellik, sosyal yaşam, eğitim vb.) konularda karikatürde sıklıkla işlenmiştir. Fakat karikatür ile siyaset arasındaki yakın ilişki, siyasal (politik) mizahın orta çıkmasına sebep olmuştur. Karikatürde bu tür, okuyucuların dikkatini ve ilgisini çekerek, büyük sayıda insan kitlesine siyasal bir düşüncüyü, görüşü anlatmaktadır (Bayram, 2009: 113). Kısaca siyasal karikatür, güncel siyasal olayları ve bunları olduran kişileri konu edinen karikatürler (Şenyapılı, 2003: 109) şeklinde tanımlanabilir.

Siyasal karikatüre aynı zamanda “siyasal gülmece deseni, siyasal karikatür, aktüalite karikatürü” gibi adlar da verilmektedir. Bu tür karikatür günlük basında düzenli ve sürekli olarak yer almaktadır. (Arık, 1998: 63). Türkiye’de bu türdeki en başarılı örnekler Ali Ulvi Ersoy, Turhan Selçuk, Nehar Tüblek, Semih Balcıoğlu, Bedri Koraman ve Tan Oral’a aittir. Bu alanda genellikle; “hükümet çalışmaları, parlamento, ülke yöneticileri, seçimler, polis, grevler, uluslararası güncel olaylar vb.” konular işlenmektedir. (Topuz, 1986: 38-40). Değişik konuları işlense de genellikle güncel siyasi

olaylar irdelenmektedir. Bu türde “karikatür, en ağır eleştirileri bile üstü örtülü bir havada yaptığı için, siyasal eleştiri kabul edilebilir bir nitelik kazanır” (Kongar, 1986: 68).

Tan Oral’a göre, 19. yüzyıl başlarında karikatür sözcüğünün mizah altında ortaya çıkışında siyasal bir amaç etkili olmuştur. Siyasal karikatür siyasal gelişmelere bağlı olarak oraya çıkmış, güncel gerçeği kendi doğruları çerçevesinde” değiştirmiş ve siyasetin önemli bir parçası olmuştur. Siyasi karikatür, 20. yüzyıla gelindiğinde de, I. Dünya Savaşı'nın eleştirisini yaparken faşizm tehlikesine karşı, demokrasiyi, özgürlüğü, sosyal adaleti ve barışı sağlamanın mücadelesini vererek, yine siyasetin önemli bir parçası olmuştur. Gerçeğe kuşkuyla yaklaşan ve değiştirmeyi amaçlayan siyasal karikatür, “siyasal ve sosyal çalkantılardan, baskılardan ortaya çıkmaktadır” (Aktaran: Sarıiz, 2010: 18-19). Bu hususta denilebilir ki, “karikatürün tarihi, toplum vicdanının tarihidir. Gerçekten de bir toplumun gelişme ve demokratikleşme yolundaki sorunlarını doğru bir şekilde izlemek, o toplumun karikatür tarihinin gözden geçirilmesiyle elde edilebilir” (Oral, 1998: 102). Topuz (1997: 129), siyasal karikatürün özelliklerini şöyle sıralamıştır:

“**a.** Yetenekli bir siyasal karikatürçü kendi becerilerinin dışında iyi bir gazeteci gibi siyasal bir düşünce sahibi olmalıdır; **b.** Karikatürçünün vereceği mesaj siyasal bir yorumdur. Mesaj yoksa karikatür de yoktur; **c.** Bu mesaj görüntüden (imajdan) oluşur, yazılı bir mesaj gerekmez. Karikatürün içinde yer alan balonlar ya da alt yazılar grafik humour’u tamamlayan yazılı humour niteliğindedir. Bunlara hümoristik desende hiç yer verilmez, siyasal karikatürde ise bunlara hoşgörü ile bakılabilir; **d.** Mesaj okuyucunun bir çırpıda anlayabileceği düzeyde olmalıdır; **e.** Siyasal karikatürçü yaptığı karikatüre ne zaman, hangi yerlerde, hangi sosyal ve kültürel bağlamda bakılacağını göz önünde tutmak zorundadır; **f.** Siyasal karikatürçüden yansız olması beklenemez; Karikatürdeki biçimlerle, temsil edilen kişiler arasında insana hemen çağrışım yaptırabilecek bir güçte abartılmış bir organ ya da davranış benzerliği olmalıdır”.

2.4.2. Siyasi Karikatürün Konusu ve Görevleri

Türkiye'nin siyasi tarihi incelendiğinde darbelerin, baskıların ve yasakların oldukça fazla olduğu gözlenmektedir. Böyle bir siyasi tarih içerisinde karikatüristler halkın yanında yer alarak, iktidara gelenleri halk için yapılanlar ve yapılmayanlar

noktasında sorgulama görevini başarılı bir şekilde sürdürmüşlerdir. Özellikle 20. yüzyılın önemli bölümünde karikatüristlerin çizimleri yöneten ve yönetilenleri etkilemiştir. Bu süreçte karikatüre konu olanlar siyasi kişiliklerdir ve çizgiler ağırlıkla eleştireldir (Özer, 2007: 54).

Bu kapsamda mizahın en büyük silahının sorgulama olduğu söylenebilir. Mizahın temel işlevleri baskı görevlerinde ortaya çıkmaktadır. Bu kapsamda mizah iki temel işlev görmektedir. Bunlardan birincisi, siyasal baskı dönemlerinde, halkın üzerindeki politik baskıyı gevşeten bir “emniyet supabı” olmasıdır. İkincisi ise demokratik ve özgür toplumlarda, iş, aile, okul ve diğer çevrelerden kaynaklanan toplumsal baskıları azaltmaktır (Bayram, 2009: 108).

Usta karikatürist Nezih Danyal, "Kovana Çomak Sokmak" başlıklı yazısında siyasi karikatürü arı kovanına çomak sokmak olarak niteleyip şunları söylüyor:

“Siyasi arılar, emekçi arıların ürettiği balın paylaşımını yöneten olmak için siyaset yaparlar. Birbirlerini acımasızca eleştirirler. Karşıt görüşlü siyasetçi arılar, ötekilerini cehalet, beceriksizlik, ahlaksızlık, rüşvet almak, yolsuzluk yapmak, yalan ve iftira gibi iğneler sokarak yönetimi ele geçirmelerini önlemeye çalışırlar... Karikatür de, bu kovana dışarıdan, çini mürekkebine batırılmış çomağı sokarak yönetimlerin, yöneticilerin yanlışlarını, aksaklıklarını, çağdışı anlayışlarını işaret etmek, göstermek ister. Üzerine bulaşan bu çini mürekkepli eleştiri, siyasetçiyi tedirgin eder, hırçınlaştırır çok nadir olsa da, dışa vurmaz, ama haklı bulur. Muhalif arılar her zaman karikatürcülerin yanında olmuşlardır. Ancak yöneten olduklarında karikatürcülerin işlerine çomak sokmasını bu kez de onlar istemezler. Karikatür hep güçsüzün ezilenin yanında olmamış mıdır? Öyleyse bu siyaset kovani oldukça, karikatürcüler de çomak sokup duracaklar” (Danyal, (t.y.): para. 1-10).

Şenyapılı (2003: 123) siyasal karikatürün bir “ikna aracı” değil, bir “ifşa aracı” olduğunu vurgulamaktadır. Ona göre, siyasal karikatürün en başarılısı “insanın temel kanı ve inançlarında değişime yol açanı değil (pek ender olan bir şey bu), insanın içinde yaşadığı dünya hakkında yepyeni bağlantılar kurmasına, yepyeni ilişkilerin varlığını kavramasına yardımcı olanıdır”.

Otoriter rejimlerde ve baskı dönemlerinde “Karikatürün siyasal güldürü deseni korkunç bir silahtır” olmaktadır. Karikatürcü “statükoya, tutuculuğa, kültüre, sanata, geleneklere, politikaya, rejime ve daha birçok şeye” karşı çıkararak, bunu yaparken de

karikatürün yıkıcı yanları ortaya çıkmaktadır. Buradaki amaç yıkmak değildir, şaşırtmaktır (Topuz, 1986: 93-94).

“Mizah, saldırırken toplumsal bir görevi yerine getirmiş olmanın saadeti ve rahatlaması içerisinde. Çünkü o mizahı düzeltici/değiştirici/terbiye edici bulur. Çarpık ya da yanlış bulduğu kişiyi ya da sistemi ancak halkın gözünde küçük düşürürse, dünyayı kurtaracak güzelliklere erişebileceğine inanır. Mizahçı tüm bunları yaparken “karşıt olma” niteliğine dayanarak, toplumsal muhalefet olmanın meşakkatli sorumluluğu içerisinde. Mizahçı böyle bir görevi üstlendiyse, eleştirdiği çarpıklığı ya da alay ettiği nesneyi değiştirebilecek çözüm önerilerine sahiptir; ancak mizahçının işi sadece işaret etmektir” (Kamiloğlu, 2013: 168-169).

Tan Oral siyasal karikatür çizmesini güdüleyen nedeni şöyle açıklamaktadır:

“Ben otoriteden korkarım. Yani devletten korkardım... haksız olmadığımı da hayat boyu hep gördüm... Ahmet Hamdi Tanpınar diyor ki ‘Mizah, meslek olmamak şartıyla çok güzeldir’. Çok haklı. Sezer Tansuğ diyor ki ‘Sanat rahatsız eder, eğlence buna yol açmaz’ diyor. Benim yapmak istediğim böylesine dramatik ve acılı bir nedenden geldiği için, eğlendirmek yerine moral vermek, güç vermek ve benim otoriteye karşı duyduğum, kendime duyduğum güvensizlikle, başka insanlar da olduğunu da görerek onları kırmak. Dolayısıyla ilerde siyasal karikatürlerle ilgilendiğim zaman siyasal otoriteyi direkt olarak kırmak gibi yollar önüme doğal olarak çıktı. Neden başbakan karikatürü çiziyorum diye düşündüğümde; çünkü başbakanlık çok tehlikeli bir meslek. Bir adama bütün yetkileri veriyorsun; herkes hakkında karar vermek durumunda ruh sağlığı her an bozulabilir ve çok tehlikeli olabilir, bu adamı her gün çizip burnunu her hafta bir kere yere sürmek onun ruh sağlığı açısından yararlı olabilir diye düşünceler geliştiriyorum.” (Aktaran: şenyapılı, 2003: 122).

Siyasal karikatür Türkiye’de sürekli siyasal liderleri konu edinmiştir. Siyasal liderlerin resmedilişleri kamuoyu üzerinde etki yaratan bir özelliğe sahiptir. Ali Fuad’ın II. Abdülhamit’i iri burnuyla alaya alan çizimleri, Sedat Simavi’nin Talat, Enver ve Cemal Paşa’yı eleştiren karikatürleri, Atatürk ve İnönü aleyhinde ve lehinde yapılan çizimler, Refik Halit Karay’ın Aydede dergisinde Ahmet Rıfkı tarafından Atatürk’ün Ankara keçişi biçiminde çizilmesi, Ratip Tahir Burak’ın Menderes’i kadınsı gösteren çizimleri, (Bayram, 2009: 113-114), 2003 yılında Cumhuriyet Gazetesi çizeri Musa Kart’ın başbakanı “kedi” olarak çizmesi ya da Penguen dergisinin Musa Kart’a açılan davalara

tepki olarak “Tayyipler Âlemi” başlıklı karikatürler çizmesi (Kamiloğlu, 2013: 170) siyasi karikatürün siyasi kişilikleri hedef aldığını gösteren örneklerdir.

Karikatür gerek dünya tarihinde, gerekse Türkiye tarihinde baskılarla ve yasaklarla karşı karşıya kalmıştır. Özellikle siyasetin, iktidarın karikatürün sivri diline hedef olması diğer ülkelerde olduğu gibi ülkemizde de hoş karşılanmamıştır. Siyaset arenasında mizaha yönelik baskıların ve yasakların artmasını Eski SSCB’nin Devlet Başkanı Kuruşçev, “gülmece, keskin bir usturaya benzer. Anneler çocuklarına kesici aletlerle oynamayı yasaklamakta haklıdır” sözleri özetler niteliktedir (Tamer, 1998: para.9). Bu algı daha başlangıcından itibaren siyasi karikatürün cezalandırmalar ile karşı karşıya kalmasına sebebiyet vermiştir.

Bu konuda Türkiye tarihinde, Türkiye mizah basınına yönelik belirli cezalandırmaları hatırlamamız bu ileri sürülen savın geçerliliği için yeterli olacaktır.

Cezalandırmalarla karşılaşan ilk mizah dergisi Diyojen olmuştur. Teodor Kasap’ın sahip olduğu Diyojen’in kapatılmasının ardından Çingiraklı Tatar ve daha sonra da Hayal adında mizah dergileri, Anayasa’daki “Matbuat kanun dairesinde serbesttir” ifadesine eleştiri getirince 3 ay hapse mahkûm edilmiştir. 1928 yılında Yavuz-Havuz Davası ile ilgili bir karikatürü sebebiyle Cem Dergisi kapatılmıştır. 25 Kasım 1946’da Aziz Nesin tarafından çıkarılan Markopaşa adındaki mizah gazetesi tek parti yönetimine karşı politikaları sebebiyle yayın hayatı boyunca toplatma, kapatma cezaları ve soruşturmalardan başını kaldıramamıştır. 1949 yılında Mim Uykusuz tarafından çıkarılan karikatür albümü, yayınladıktan 10 gün sonra mahkeme kararı ile toplatılmıştır. 1950-1960 yılları arasında Ratip Tahir Burak’ın çizdiği karikatürler için 54 dava açılmış, bunların 53’ünden berat etmiş; ancak birinden 14 ay hapis cezası almıştır. 1955 yılında Halim Büyükbulut, Ulus Gazetesi’nde yayınlanan bir karikatürü sebebiyle 14 ay hapis cezasına çarptırılmıştır. 1956 yılında Ferruh Doğan’ın “Asrileşen Köy” albümü mahkeme kararıyla toplatılmıştır. 1960 yılında Ali ulvi Ersoy’un “Uçtu Uçtu” isimli karikatürü yüzünden Cumhuriyet Gazetesi’nin yayını durdurulmuştur. 1982 yılında Gırgır Dergisi kapak karikatürleri sebebiyle 1 ay kapatma cezası almıştır. Çizdikleri karikatürler sebebiyle Ertan Aydın 10 ay, bir başka karikatür sebebiyle 11 ay, Ahmet Erkanlı 10 ay hapis cezası almıştır. Leman Dergisi’nde yayınlanan bir karikatür

için Yazı İşleri Müdürü'ne 3,5 ay hapis cezası verilmiştir. Yakın zamanda karikatürcü Musa Kart 5000 TL'lik tazminata mahkûm edilmiştir (Özer, 2007: 54-57).

Vatan Gazetesi çizeri Bülent Çelik, Türkiye siyasi karikatürü ile ilgili şu görüşleri paylaşmıştır:

“Türkiye’de çizere malzeme hiç bitmedi. Türkiye bu konuda, Karagöz-Hacivat'tan bu yana, İncili Çavuştan, Bektaşî'den Nasreddin Hoca'dan bu yana mizah malzemesi konusunda hep mümbit oldu. Norveç'te ya da Hollanda'da karikatürist olmak kâbus gibi bir şeydir herhalde. Çizerken bir aylık program yapmıyorum. Kalemime ne gelirse o gün o saat bana ne yanlış görünürse, gördüğüm gibi çizmeye çalışıyorum. Başkalarının çizdiklerini sadece tekrara düşmemek için izliyorum. Siyasal gücü sürekli olumlayan karikatüristlere de, karikatürlere de tümünden karşıyım. Çünkü onların karikatürün ruhuna ihanet ettiklerini düşünüyorum. Sosyal ve siyasi karikatür, muhalefettir. Toplumsal kurgunun kendisine biçtiği rol gereği, iktidara da muhalefettir, muhalefete de muhalefettir. Halkın, garibanın yanındadır. Ama bazen bir fiske de garibanlığa, fukaralığa, eğitimsizliğe, cahilliğe atar. Aksi durumda karikatürden değil haber deseninden söz edilir. Bu muhalefet daha çok en güçlü olana karşı yapıldığından zaman zaman karikatür muhalefetle aynı paralelde gözlemlenebilir. Bu yanlısamadır.” (Aktaran: Aşlakçı, 2011: 74).

İktidarla hiçbir zaman yan yana durmayan ve durmayacak olan mizah, iktidarı halkın yanında yer alarak eleştirdiği kadar, halkı da iktidarın karşısında sustuğu için eleştirmekten geri durmayacak bir anlayışa sahiptir (Kamiloğlu, 2013: 169). Mizah egemen sınıflara karşı bir karşı duruşun ifadesi olmuştur. Bu karşı duruşun yönü toplumun en alt tabakasından, iktidarın en üst tabakasına doğrudur ve “sivil bir eylemdir”. Mizah bu sebeplerle “gülümseyen öfke” olarak anılır (Arık, 1998: 43). Bu durum siyasetle mizahı karşı karşıya getirmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

PENGUEN DERGİSİ KAPAK KARİKATÜRLERİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZİ

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Ana-akım (egemen) medya çalışmalarında, kitle iletişim araçlarının kapitalist toplumlarda üretim araçlarını elinde bulduran egemen sınıfların çıkarlarını gözettiği, meşrulaştırdığı, iktidarların politika ve eylemlerine yönelik rıza unsurunun gösterilmesinde bilinç yönetimi işlevi gördüğü ileri sürülmektedir. Bu tez çalışmasının amacı belirlenirken ana-akım medyanın kitle iletişim araçlarına yönelik varsayımlarından hareket edilmiştir. Bu kapsamda denilebilir ki, egemen medya kamunun gündemini egemen sınıfların ve iktidarların çıkarları doğrultusunda belirlemektedir.

Van Dijk, **Söylemin ve İktidarın Yapıları** adlı makalesinde; birçok iktidar sahibinin) haber medyasında yeknesak bir şekilde yer aldığını ve böylece iktidarlarının daha da onaylanabileceğini ve meşrulaştırılabileceğini vurgular (Aktaran: İnceoğlu, 2006: para. 10).

Buradan hareketle bu araştırmanın temel amacı, kitle iletişim araçlarından biri olan Penguen mizah dergisinin karikatürün doğası gereği gündemlerini halkın çıkarlarına aykırı olan konulardan seçip oluşturduğunu ve iktidarı bu gündem maddeleri üzerinden mizahın sivri ve alaycı dili ile eleştirdiğini bulgularla ispatlamaktır.

Bu çalışmada ele alınan konu; bir kitle iletişim aracı olan Penguen dergisinin alternatif bir medya işlevi gördüğünü, ezilen ve sömürülen halkların yanında iktidara ve egemen sınıfa karşı durduğunu, egemen medyanın belirlediği gündemden bağımsız bir şekilde topluma etki edebilecek siyasal söylemleri, karar ve uygulamaları gündem haline getirip, eleştirdiğini göstermesi açısından önem taşımaktadır.

3.2. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE SINIRLILIKLARI

Penguen dergisi kapak karikatürleri, bu tez çalışmasının kapsamını oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında Penguen dergisi, mizah dergileri arasında en

yüksek tiraja sahip olanlar arasından rastlantısal bir şekilde seçilmiştir. Tirajın yanı sıra, karikatürün doğasına (halkın yanında yer alıp, eleştirel olması) uygunluğu da Penguen dergisinin tercih edilmesinde etkili olmuştur. Çalışma amacını destekler bulgular sağlayabileceği inancı da Penguen'in seçilmesinde etkili olmuştur. Kapak karikatürlerinin bu kapsamda incelenmesinin temel sebebi ise, Penguen dergisinin gündemi kapaklarında belirlemesidir. Penguen dergisi karikatürün eleştirel doğasını devam ettiren bir kitle iletişim aracı olarak, kamuoyu gündemini bu eleştirel yapıya uygun olarak belirlemekte ve iktidara karşı muhalif bir tavır geliştirmektedir. Penguen dergisinin 12 Haziran 2011 genel seçimleri sonrasında yayınlanan bir yıllık (09 Haziran 2011-07 Haziran 2012) kapak çalışmaları bu kapsamda ele alınmıştır. Örneklem alanını 12 Haziran 2011 genel seçimleri sonrası olarak belirlememizin üç temel sebebi vardır. Birincisi, tez çalışmasının belirli bir zaman dilimi içerisinde tamamlanması için araştırma alanının sınırlanması gerekliliğidir. İkincisi sebebi ise, genel seçimlerden sonra üçüncü defa iktidara gelen Adalet Kalkınma Partisi liderinin basına yönelik davaları geri çekmesinin karikatürün iktidarlara karşı sergileyeceği muhalif ve eleştirel yapıya nasıl etki yapacağı sorunsalıdır. Son olarak ise, Adalet Kalkınma Partisi'nin üçüncü iktidar dönemi için kullandığı "Uсталık Dönemi" ifadesinin, gündeme yansımalarının sığağı sığağına gözlenmesi gereksinimidir.

Karikatürün temel amacı, siyasal iktidara karşı muhalefet işlevi görmek ve siyasal iktidarı sürekli eleştirmektir. Bu sebeple özellikle siyasal konular (siyasal liderler, siyasal kararlar ve eylemler vb.) karikatüre konu olmaktadır. Toplumsal ve ekonomik sorunlar da karikatüre konu olmaktadır; ancak bilinen gerçeklik siyasal kararların ve eylemlerin halkın yaşadığı toplumsal ve ekonomik sıkıntılara yol açan temel faktör olduğudur. Buradan hareketle bu çalışma kapsamında siyasal karikatür ele alınmıştır. Siyasal karikatürler içeriğine göre şu iki gruba ayrılarak incelenmiştir:

1. Politik liderlerin söylem ve uygulamalarından kaynaklanan karikatürler,
2. Yasama ve Yürütme organlarının karar ve uygulamalarından kaynaklanan karikatürler.

Bu tez çalışması, karikatürü bünyesinde bulunduran çok sayıda kitle iletişim araçlarından yalnızca birine (dergi) odaklanması bakımından bir sınırlılık arz etmektedir. Bu kapsamda karikatür dergilerinden yalnızca Penguen dergisinin çalışma

evreni olarak belirlenmesi ve bu derginin yalnızca bir yıllık karikatürlerinin ele alınması da çalışmanın sınırlılıklarından biridir. Bunların yanı sıra karikatürler içerisinde sadece siyasal karikatürler üzerine odaklanılması da bu çalışmanın sınırlılıkları arasında sayılabilir.

3.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Çalışmamızın son bölümünde kitle iletişim araçlarından biri olan derginin karikatürler aracılığıyla Türkiye'nin gündemini hangi olaylardan ve durumlardan seçerek belirlediğini, gündeme yönelik karikatürün eleştirel işlevini yerine getirip getirmediğini inceleyeceğiz.

Çalışmamız kapsamında kapsam ve sınırlılıklar bölümünde de belirttiğimiz gibi, Penguen dergisinin 12 Haziran 2011 genel seçimleri sonrasında yayınlanan bir yıllık (09 Haziran 2011 – 07 Haziran 2012) kapak çalışmaları göstergebilimsel açıdan çözümlenmiştir. Kapak karikatürleri arasından da bir yıllık siyasal karikatürler göstergebilim yöntemi ile analiz edilmiştir. Göstergebilim yönteminin tercih edilmesinin sebebi, karikatürün sözel ifadelerden ziyade çizgilerle oluşan bir sanat olması ve sözel ifadelerle, çizgilerin birlikteliğinin kendilerinden başka bir anlama işaret etmesidir. Göstergebilimde bu kodları anlamlandırarak, ima edilen anlamları ortaya çıkarmaya çalışmaktadır.

Bu bir yıllık süreçte Penguen dergisi kapaklarında, siyasal gündeme yönelik 36 karikatür çalışılmıştır. İki gruba ayrılan siyasal karikatürlerde; birinci grupta (politik liderlerin söylem ve uygulamalarından kaynaklanan karikatürler) 16 karikatür, ikinci grupta (Yasama ve Yürütme organlarının karar ve uygulamalarından kaynaklanan karikatürler) 20 karikatür vardır.

Çalışmadan çıkarılan sonuçlar, göstergebilim yöntemin ve araştırmacının analiz yeteneğindeki sınırlılıklara sahiptir.

3.4. GÖSTERGEBİLİM

Dilbilim kavramından hareketle üretilen “göstergebilim” terimi, “göstergeleri inceleyen bilim dalı” ya da “göstergelerin bilimsel incelemesi” olarak tanımlanmaktadır.

Aynı zamanda bu kavramın günümüzde etkinliği, kavramı oluşturan “gösterge” ve “bilim” kavramlarının birleşiminden daha fazlasını ifade etmektedir (Rifat, 2014: 11). Göstergebilim, 1960’lı yıllardan sonra sanatta, iletişimde, pazarlamada ve reklamcılıkta bilinçli bir şekilde kullanılan ve hızlı bir gelişim gösteren bir alan olmuştur. Göstergebilim, “bir metin içinde var olan anlamlı dizgeleri göstergeler aracılığıyla okumak, kodları anlamlandırmak, dizi, dizim, metafor ve metonimi ile metinler arası ilişkileri değerlendirmek, ima edilen anlamların altında yatan ideolojiyi ve kültürü arama yaklaşımlarıdır” (Parsa ve Olgundeniz, 2014: 89). “Göstergebilim, göstergeleri, gösterge dizgelerini ele alan, çok değişik, kimi durumlarda da çelişik yaklaşımları kucaklayan, devinim içinde bulunan geniş bir daldır” (Barthes, 1979: IX).

Fiske (2003: 62), göstergebilimin temelinde gösterge kavramının yer aldığını söylemektedir. Ona göre, göstergelerin ve onların çalışma biçimlerinin araştırılmasına göstergebilim adı verilir. Göstergebilimin 3 temel çalışma alanı söz konusudur. Bunlar; göstergelerin ve bunların anlam taşıma yollarının, kullanılan göstergelerle ilişkilendirme biçimini araştıran “göstergenin kendisi”; Toplumun ve kültürün gereksinimlerini karşılamak amacıyla geliştirilen kodlar ve kodların iletilmesi için iletişim araçlarını devreye sokmaya çalışılan “içinde göstergelerin düzenlendiği kodlar ya da sistemler”; Kültürün varoluşu ve biçiminin bağlı olduğu kodların kullanımını kapsayan “kodlar ve göstergelerin içinde işlediği kültür” çalışmalarından oluşmaktadır.

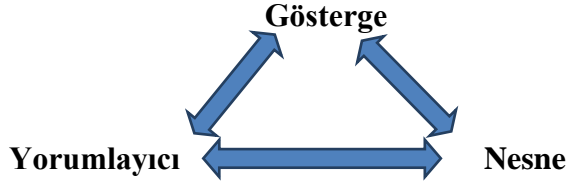
Gösterge kavramı, göstergebilimin merkezinde yer alır ve “kendisi o olmadığı halde, o şeyi çağrıştırarak iletişim sağlayan her aracı” şeklinde tanımlanır. Araçta ne kadar benzin kaldığını gösteren işaretler, trafik işaretleri, sözcükler hepsi birer göstergedir (Erkman, 1987: 10). Bu sebeple göstergebilimi anlamanın yolu, göstergeyi anlamaktan geçmektedir. “Sözcüğün en geniş anlamıyla gösterge, bir başka şeyin yerini alabilmesini sağlayan özellikler taşıdığından kendi dışında bir nesne, olgu, varlık belirtebilen öge olarak tanımlanmaktadır. Algılanabilir nitelik taşıyan bu öge bir tür uyarandır; anlıktaki imgesi bir başka uyarının imgesine bağlı olduğundan onu çağrıştırabilen bir uyarandır” (Sezer ve Sert, 2014: 21) Bu kapsamda örneğin, gök gürültüsü yağmurun, kedi sözcüğü hayvanın göstergesi sayılmaktadır. Buradan hareketle gösterge kavramının anlamını daha da genişletmek gerekirse;

“İnsanların bir topluluk yaşamı içinde çeşitli diller (sözelimi Türkçe, Fransızca, İngilizce vb.) çeşitli jestler, sağır ve dilsiz alfabesi, trafik

işaretleri, bazı meslek gruplarında kullanılan flamalar, reklam afişleri, moda, mimarlık düzenlemeleri, edebiyat, resim, müzik, vb. çeşitli birimlerden oluşan birer dizgedir. Değişik gereçlerin kullanılmasıyla (ses, yazı, görüntü, hareket, vb.) gerçekleşme aşamasına gelen bu dizgeler belirli kurallarla işleyen birer anlamlı bütündür. Bu anlamlı bütünlüklerin birimleri de genelde gösterge olarak tanımlanır” (Rifat, 2014: 12).

Modern göstergebilimin Amerika’daki kurucu ismi C.S. Peirce, Avrupa’daki kurucu ismi ise Saussure’dür. İki bilim insanı arasındaki coğrafi farklılıklar, çalışmalarına etki etmiştir. “Saussure göstergeyi dil temelinde incelemiştir. Pierce ise bilim ve faydacılık temeline oturtan bir mantık kuramı geliştirmeye çalışırken, doğal gösterge kavramıyla dil felsefesine eğilmiş ve bir gösterge kuramı geliştirmiştir” (Sezer ve Sert, 2014: 22).

Pierce, göstergeyi, göstergenin gönderme yaptığı şeyi (nesne) ve göstergenin kullanıcılarını (yorumlayıcı) bir üçgenin üç köşesi olarak görmektedir. Pierce’in bu üç terimi Şekil 3.1’deki gibi modelleştirilebilir



Şekil 3.1. Pierce’nin Anlam Ögeleri (Fiske, 2003: 64)

Fiske (2003: 63-64), her köşenin bir diğeriyle yakından ilişkili olduğunu ve ancak diğerleriyle ilişkileri söz konusu olduğundan anlaşılabilirliğini vurgulamaktadır. Okların iki uçlu olması, her bir terimin yalnızca diğeriyle ilişki içerisinde olduğunu vurgulamak amacıyla kullanılmıştır. İfadelenmek gerekirse, “bir gösterge kendinden başka bir şeye –nesneye- göndermede bulunur ve birisi tarafından anlaşılır yani kullanıcının -yorumlayıcı- zihninde” etkiye sahiptir ve hem yorumlayıcının hem de göstergenin nesne ile ilgili deneyiminden kaynaklı zihinsel bir kavrama işaret etmektedir. OKUL (gösterge) sözcüğünün yorumlayıcısı, kullanıcının sözcüğe ilişkin deneyimi ve okul sözcüğünün nesnesine (kurum olarak) ilişkin deneyiminin sonucu olacaktır. Kavrama yüklenen anlamlar kullanıcının deneyimlerine bağlı olarak “belirli sınırlar” içinde değişebilir. “Bu sınırları toplumsal uzlaşımlar belirler”. Kullanıcılar

arasındaki toplumsal ve psikolojik farklılıklar da bu sınırlar içindeki değişimler tarafından oluşur.

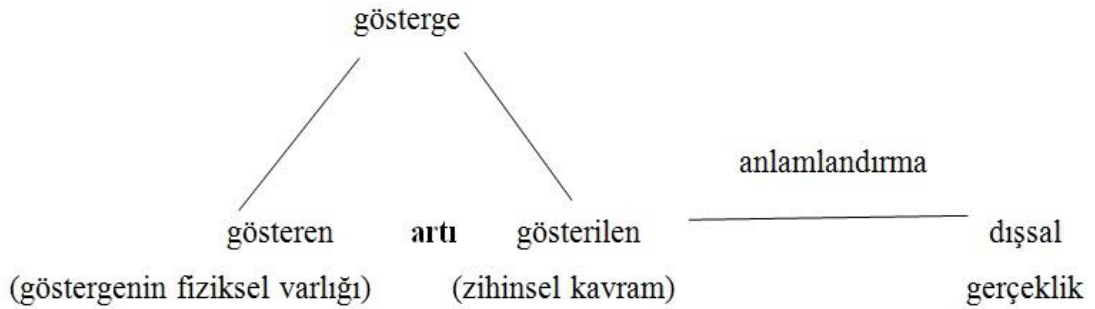
Gösterge, nesne ve yorumlayıcı arasındaki ilişkinin yanı sıra Pierce göstergeleri kendi içinde “görüntüsel gösterge, betimsel gösterge ve simge” olarak üç gruba ayırmaktadır. Buradaki görüntüsel gösterge, nesneyle benzerlik taşır. Örneğin, bir kadının fotoğrafı bir görüntüsel göstergedir. Verilen örnekten görüntüsel göstergeyi sınırlandırmak yanlış bir yaklaşım olacaktır. Görüntüsel gösterge sözel de olabilir. Belirtisel göstergenin ise nesnesiyle bağlantısı varoluşsaldır. Örneğin, dumanın ateşin, öksürüğün hastalığın, hapşırmanın soğuk algınlığının göstergesi olması gibi. Simge'nin ise nesne ile olan bağlantısı, “uzlaşma, anlaşma ya da kural sonucu” oluşmaktadır. Örneğin, “2 şeklinin bir çifte gönderme de bulunması kültürümüzdeki uzlaşımlar ve kurallardan” kaynaklanmaktadır (Fiske, 2003: 71-72). “Simgeler, iletişim niyetiyle üretilir ve kullanılırlar. Bir dilin sözcükleri simge sınıfına girer” (Erkman, 1987: 47). Bu üç kavram birbirleriyle ilişki halindedir. Bunlar arasındaki ilişkiyel süreç anlamın oluşmasına olanak sağlamaktadır. Barthes (2014: 44-47), Saussure de göstergenin, “gösterilen” ve “gösteren” kavramlarından oluştuğunu söylemektedir. Saussure'ün gösterge kavramına anlamlandırdığı gösteren ve gösterilen kavramları ile ilgili şunları söylemektedir:

“Tanrıbiliminden hekimliğe kadar çok değişik sözcük dağarcığında kullanılan ve İncil'den sibernetiğe kadar tarihi çok zengin olan bu gösterge terimi, bu yüzden anlamı belirsiz bir terimdir. Gerçekten de gösterge, çeşitli yazarlarda bir dizi benzer ve ayrı terim arasında yer alır. Belirtke, belirti, görüntüsel gösterge, simge, alegori terimleri gösterge ile yarışan belirli terimlerdir. Saussure'ün gösterilen ve gösteren sözcüklerini bulmasına kadar gösterge belirsiz bir sözcük olarak kalmıştır. Gösterge bir gösterilen ve bir gösterenden kuruludur”

Saussure dilbilimci olmasından dolayı özellikle dil ile ilgilenmiştir. Pierce'daki gibi nesnelere ilişkilerden ziyade, göstergelerle olan ilişkiler üzerine yoğunlaşmıştır. Bu sebeple de göstergenin kendisi Saussure için çok önemli bir yere sahiptir. Gösterge bir gösteren, bir de gösterilenden oluşmaktadır. “Gösteren, göstergenin algıladığımız imgesidir (kâğıt üzerindeki işaretlerdir, havadaki seslerdir). Gösterilen göstergenin göndermede bulunduğu zihinsel kavramdır. Bu zihinsel kavram, aynı dili paylaşan aynı kültürün üyelerinin tümü için ortaktır”. Örneğin, “öküz” kavramı ile öküzün fiziksel

gerçekliği arasındaki ilişki anlamlandırma ilişkisidir. Sözcükler dilden dile değişiklik gösterdikçe anlam olarak da değişmektedir. Öküz kavramı ile bizim zihinsel algılamamız ile Hindistan’da bulunan bir çiftçinin zihinsel algılaması farklıdır. “Gösterenin her dildeki dilsel biçiminin kültüre özgü olması gibi, öküzün anlamlandırılması da öküze özgüdür”. (Fiske, 2003: 66-68).

Saussure’ün gösterge, gösteren ve gösterilen ilişkisi Şekil 3.2’deki gibi modellenmiştir.



Şekil 3.2. Saussure’ün Anlam Öğeleri (Fiske, 2003: 67)

Göstergebilimin, Pierce’in mantıksal, Saussure’ün toplumsal işlevine yönelik yapılan çalışmaların yanı sıra Fransız felsefeci düşünür Barthes’ın çalışmaları da alanın gelişmesine katkı sağlamıştır (Sezer ve Sert, 2014: 24).

“Barthes’in kuramının merkezinde anlamlandırmanın iki düzey düşüncesi yer almaktadır. Anlamlandırmanın birinci düzeyi Saussure’un üzerinde çalıştığı düzeydir. Bu düzey göstergenin göstereni ve gösterilene arasındaki ilişkiyi ve göstergenin dış gerçeklikteki göndergesiyle ilişkisini betimler. Barthes bu düzeyi “**düz anlam**” olarak tanımlar. İkinci anlamlandırma düzeyi ise “**yan anlam**”dır. Göstergenin, kullanıcıların duygularıyla ya da heyecanlarıyla ve kültürel değerleriyle buluştuğunda meydana gelen etkileşimi betimlemektedir. Barthes’e göre yan anlamdaki en önemli etmen, ilk düzeydeki göstergedir” (Fiske, 2003: 115-116).

Barthes, yan anlamları çözümleyebilmenin gösterilene bakarak mümkün olabileceğini; onun gerçek dünyayla ve içinde yer aldığı siyasi ve kültürel ortamla olan ilişkisine bakılmasının yan anlamı vereceğini savunur. Gösterilen kavramı, gösterenin işaret ettiği bir nesne olarak anlaşılmalıdır; gösterilen, nesnelere soyutlanmasından meydana gelir ve bu süreçte işin içine göstergeyi yaratanın ideolojisi girer (Aktaran: Turan, 2012: 128).

Bu bağlamda çalışmada inceleme nesnesi olarak seçilen karikatürlerin içerdikleri sözel ve görsel iletiler; kendi anlamları, karikatürde yer alan diğer gösterenlerle ilişkileri, siyasal ve toplumsal yaşam ile kurdukları ilişkiler göz önünde bulundurularak çözümlenmiştir. Çözümleme de tek bir düşünce yerine, Saussure, Pierce ve Barthes'ın yaklaşımlarından eşit ölçüde yararlanılmıştır. Bu doğrultuda karikatürler göstergebilim çözümleme kapsamında şu aşamalara göre incelenmiştir:

1. Karikatüre dair bir ön bilgilendirme yapılmıştır.
2. Karikatürün gösterge tanımlaması yapılmıştır
3. Karikatürde gösteren ve gösterilen ayrımı yapılmıştır. Görsel ve sözel gösterenler belirlenmiştir. Bu gösterenlerin siyasal ve toplumsal kurallarla olan ilişkileri göz önünde bulundurularak işaret ettiği gösterilen (zihinsel kavram) belirlenmiştir.
4. Karikatür analizi, gösteren ve gösterilenler üzerine inşa edilmiştir. Bu kısımda görüntüsel gösterge, belirtisel gösterge ve simgelerin birbirleri ile olan ilişkileri ve bir arada meydana getirdikleri anlamlar düz anlam ve yan anlam kavramlarına göre incelenmiştir.
5. Son kısımda karikatüristin neyi ifade ettiği, çıkarım başlığı altında verilmiştir.

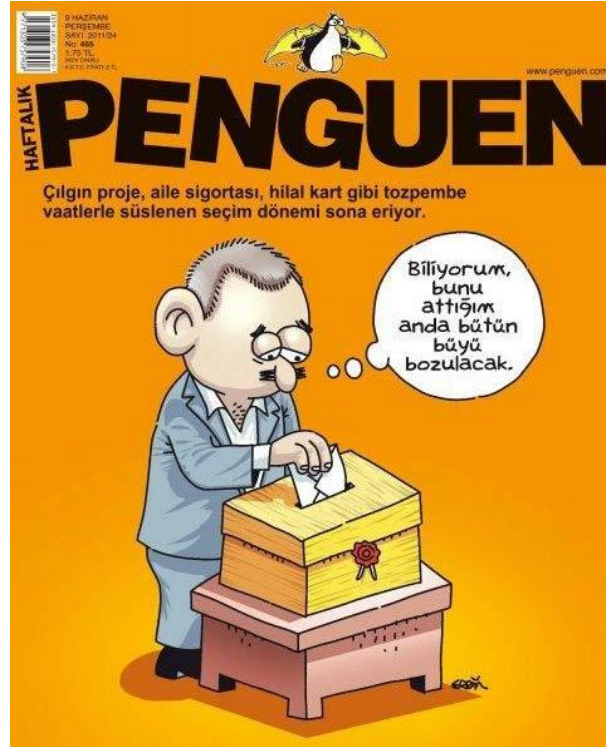
3.5. KARİKATÜRLERİN GÖSTERGEBİLİM YÖNTEMİYLE ÇÖZÜMLENMESİ

Bu kısımda 12 Haziran 2011 genel seçimleri sonrasında -istisnai olarak 09 Haziran 2011 tarihinde seçim günü için çizilen karikatürde kapsama dâhil edilmiştir- 07 Haziran 2012 tarihine kadar olan karikatürler yukarıda belirtildiği gibi incelenmiştir. Bu kapsamda karikatürler, siyasal karikatürler göz önünde bulundurularak sınırlandırılmıştır. Bu hususta karikatürler iki gruba ayrılmıştır. Birinci grup, “politik liderlerin söylemlerinden oluşan gündem karikatürleri”nden oluşmaktadır. Genellikle başbakan, bakan ve muhalefet parti lideri, diğer politik liderlerin ve şahısların söylemleri üzerine hazırlanan gündeme dair karikatürlerin yer aldığı bu grupta toplam 20 karikatür incelenmiştir. İkinci grup, genel bir tanımlama ile “yasama ve yürütme organlarının karar ve uygulamalarından oluşan gündem karikatürleri”nden oluşmaktadır. Cumhurbaşkanlığı, Türkiye Büyük Millet Meclisi, bakanlıklar ile bunlara bağlı kurum ve kuruluşların karar ve uygulamaları üzerine oluşturulan gündeme dair karikatürlerin yer aldığı bu grupta toplam 16 karikatür analiz edilmiştir. Özetle tez

çalışması kapsamında, iki başlık altında 36 karikatür göstergebilim yöntemine göre incelenmiştir. Karikatürlerde 2011 Genel Seçimleri sonrasında Başbakan olan -şuan Cumhurbaşkanı- Recep Tayyip Erdoğan genellikle çizilmiştir. Bu sebeple analizlerde anlam karışıklığı yaratmamak için “dönemin Başbakan’ı” ifadesini kullanılmamıştır. Bu sebeple, karikatürde çizilen siyasal seçkinlere, karikatürlerin çizildiği 2011-2012 tarihlerinde yürüttükleri görevlere (Başbakan, Parti Başkanı, Bakan, Milletvekili vb.) göre unvan kullanılmıştır.

3.5.1. Politik Liderlerin Söylemlerinden Oluşan Gündem Karikatürleri

Bu kısımda incelenen karikatürler şu başlıklar altında çizilmiştir: “Hep Aynı Son, Balkon Şov, Geri Çekme Yöntemi, Hani Her Şey Güzel Olacaktı, Terörün Bitmediği Yerdeyiz, Lüks Ev Alma Komşu Al, Öpücem Öpücem Dedim Sana, Zamlar Oldu Bittiye Geldi, Double Pişkinlik, Dersim’iz Polemik, Özgürlük Var Ama Bize Kadar, Ya Dindar Ya Tinerici, Tatilde Dayak Keyfi, Gerekeni Yaptık, Sağlıklı Yaşam Koçu, Özelleştirme Oyunu Sahnede, Sanata Tayyipsel Bakış, Başkanlık Çok Güzel Seçsenize, Gündem Avcısı, Ben Bilmem Tayyip Bilir”.



Şekil 3.3. Hep Aynı Son (09 Haziran 2011)

Açıklama: Seçim süresince parti liderlerinin gerek miting meydanlarında gerekse televizyon ekranlarında “Aile sigortası, çılgın kanal proje, hilal kart vb.” tozpembe vaatlerle süsledikleri seçim dönemi sona erdi.

Gösterge: Seçim karikatürü.

Gösteren: Seçmen, zarf, sandık, baloncuk içinde ifade.

Gösterilen: Yalan vaatler, mutsuzluk, öğrenilmiş çaresizlik.

Analiz: Karikatürde görüntüsel gösterge olarak aktarılan kişiyi, simge olarak kullanılan sandık ile olan ilişkisinden hareketle seçmen olarak tanımlayabiliyoruz. Seçmenin başka bir simge olan zarfı sandığa atma eylemi, düz anlamda oy kullanma işlemini anlatmaktadır. Ancak baloncuk içinde kullanılan seçmen tarafından söylendiğini bildiğimiz sözel görüntüsel gösterge olan “Biliyorum, bunu attığım anda bütün büyü bozulacak” ifadesi ve seçmenin dik olmayan duruşu, çehrenin resmedilişi “mutsuzluğun ve çaresizliğin” belirtisidir. Karikatür yan anlamsal okumada, seçmenlerin seçim sürecinde verilen vaatlerin yalan olduğunu bildiklerini, demokrasinin belirtisel göstergesi olan sandığa, yine halkın demokraside söz hakkının belirtisi olan zarfı attığı anda bütün vafının, vaatler gibi sona ereceğini söylemektedir.

Çıkarım: Karikatürist bu karikatürle Türkiye’deki seçim mantığını eleştirmektedir. Türkiye’deki seçim kampanyalarının parti liderlerinin miting alanlarında yalan vaatlerde bulunmasıyla gerçekleştirildiğini, seçimde büyük anlam taşıyan oy kullanma işleminin içinin boşaltıldığını ve sıradan bir işlem haline getirildiğini dile getirmektedir. En temelde ise karikatürist, toplum için yapılması gerekenlerin seçim meydanlarındaki vaatlerde kalacağını toplumun bildiğini ama buna rağmen oy kullanarak bu süreci bitirmenin toplumdaki bireylerde yarattığı öğrenilmiş çaresizliğe, seçmendeki mutsuz psikolojiye dikkat çekmektedir.



Şekil 3.4. Balkon Şov (18 Haziran 2011)

Açıklama: Adalet Kalkınma Partisi (AKP)'nin üçüncü kez seçimi kazanması sonrasında Başbakan Erdoğan seçim zaferini balkon konuşması ile kutladı.

Gösterge: Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) karikatürü

Gösteren: Kemal Kılıçdaroğlu, CHP tabelası, balkon, sebze-meyve resimleri, CHP'li ikinci bir kişi, baloncuklarda yer alan ifadeler.

Gösterilen: Yıllardır iktidar yarışında CHP'nin istediğini elde edememesi, mağlubiyet.

Analiz: Pencerede duran kişiyi siyasal yaşantıdaki deneyimlerimizden CHP lideri Kemal Kılıçdaroğlu'nun görüntüsel göstergesi olduğunu biliyoruz. Simge olarak kullanılan tabela ve Kemal Kılıçdaroğlu'nun görüntüsel göstergesi özde CHP'nin görüntüsel göstergesidir. Balkon ise, balkon konuşmasından hareketle seçim zaferini simgelemektedir. İkinci şahısın, ifadedeki görüntüsel göstergesinden CHP'li ikinci bir şahıs olduğunu söyleyebiliriz. İkinci şahısın görüntüsel göstergesi ve eylemi bize düz anlamda balkona sebze meyve yerleştirmesi eylemini anlatmaktadır. Kemal Kılıçdaroğlu'nun görüntüsel göstergesi (ağız açık şekilde çizilmesi) ve "Naaptınız balkona?" sorusunun görüntüsel göstergesi "şaşkınlığın" belirtisel göstergesidir. Bunun yanı sıra Kemal Kılıçdaroğlu'nun daha yaşlı olarak çizilen görüntüsel göstergesi de

uzun yıllardır başarı elde edemediklerinin bir belirtisel göstergesidir. Yan anlamsal okumada karikatürde balkon eylemi ve İkinci şahısın “kullanılmadığı için kiler yaptık” ifadesi, Recep Tayyip Erdoğan’ın seçimi kazanmasına ve sonrasında gerçekleştirdiği balkon konuşmasına ince bir göndermedir. Aynı zamanda karikatür mağlubiyeti ve CHP’li kadroların zafere inançlarını kaybettiklerini anlatan bir yan anlam taşımaktadır.

Çıkarım: Karikatürist, 2002, 2007 ve 2011 genel seçimlerinde CHP’nin elde edemediği başarıyı Recep Tayyip Erdoğan’ın balkon konuşması üzerinden eleştirmektedir. Balkon’u başarının simgesi olarak ele alan karikatürist CHP tarafından uzun yıllardır elde edilemeyen başarıyı metaforik bir anlatımla balkonun “kiler” olarak kullanılması ile anlatmıştır. CHP’li kadroların başarıya olan inançlarının çoktan kaybolduğunu ise, “kullanılmadığı için kiler yaptık...” ifadesindeki vurgu ile belirtmektedir.



Şekil 3.5. Geri Çekme Yöntemi (23 Haziran 2011)

Açıklama: AKP lideri Recep Tayyip Erdoğan, seçimden sonra gerçekleştirdiği seçim konuşmasında “Bugün hesaplaşma değil, helalleşme günüdür” ifadesi üzerine seçim sürecinde siyasetçi ve köşe yazarlarına yönelik açtığı davaları geri çekti.

Gösterge: AKP karikatürü.

Gösteren: Recep Tayyip Erdoğan, gazeteciler.

Gösterilen: Seçim başarısı sonrasında davaların geri çekilmesinin yarattığı kafa karışıklığı.

Analiz: Sol taraftaki kişi Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın görüntüsel göstergesidir. Onu görüntüsünden tanıyoruz. Sağ taraftaki kişileri; kullanılan kalem, defter, fotoğraf makinesi gibi simgelerden hareketle gazeteci ve yazar olarak tanımlayabiliriz. Gazeteci ve yazarların görüntüsel göstergeleri, şaşkınlığın, kafa karışıklığının belirtisel göstergesidir. “Nasıl da buradayız” ifadesi kazanılan seçim sonrası rahatlamanın ve özgüvenin belirtisel göstergesidir. Erdoğan'ın elinin görüntüsel göstergesi, “üstünlük kurmanın” belirtisel göstergesi sayılabilir. Karikatür düz anlamda Başbakan ile gazeteci ve yazarlar arasındaki karşılıklı diyalog olarak okunabilir. Yan anlamda, seçim sonrasında gelen başarı ile Başbakan Erdoğan'ın kendisinden beklenmeyen bir hareketle bulunmasının yarattığı şaşkınlık ortamı anlatılmaktadır. Aynı zamanda “nasıl da buradayız” vurgusu ile gazeteciye dokunuşunu “üstünlük kurma, üstü kapalı tehdit” olarak okuyabiliriz. Kısa süreli ateşkes olarak özetlenebilir.

Çıkarım: Karikatürist, Başbakan Erdoğan'ın seçim sonrasında gelen başarı ile rahatladığını ve kendisinden beklenmeyen bir hareketle şaşkınlığa yol açtığını betimlemektedir. Bu davranışın kazanılan zaferin rehaveti ile yapılmış bir eylem olduğunu, bundan sonra gazetecilerle eski sürtüşmelerin devam edebileceği düşüncesiyle, Başbakan Erdoğan'ın bu davranışını “samimi” bulmadığını ifade etmektedir. Başbakan'ın ifadesi ve duruşuyla, gazetecilerin “üstü kapalı tehdit” edildiklerine dikkat çekmektedir.



Şekil 3.6. Hani Her Şey Güzel Olacaktı (30 Haziran 2011)

Açıklama: Seçim sonrası yemin krizi ile birlikte “tutuklu milletvekilleri tahliye edilmemesi, halkın oylarıyla seçilen Hatip Dicle’nin milletvekilliğinin düşürülerek yerine AKP milletvekili getirilmesi, bağımsız milletvekillerinin yemin etmeyerek TBMM’yi boykot etmesi, tutuklu vekiller için düzenlenen gösteriye polis müdahalesinin gerçekleşmesi” gibi rahatsız edici birçok olay yaşanmıştır.

Gösterge: AKP karikatürü

Gösteren: Vatandaş ve vatandaşın yemini

Gösterilen: Halkın yaşanan gelişmelerden rahatsız olduğu

Analiz: Karikatürde resmedilen kişiyi “vatandaşın yemini” olarak verilen görüntüsel göstergeden hareketle vatandaş olarak nitelendirebiliriz. Buradan hareketle biçim vatandaşın görüntüsel göstergesidir. Vatandaş burada bir simge olarak halkın sabrının belirtisel göstergesidir. Düz anlamsal okumada vatandaşın durumdan rahatsız olduğu okunmaktadır. Karikatürdeki yan anlam ise bizlere, halkın sabrının tükendiğini, verilen yeminlerinin yerine getirilmemesinin halkı rahatsız ettiğini söylemektedir. Aynı

zamanda vatandaşın görüntüsel göstergesinde ellerini iki yanda yumruk yapması, çığlık atar şekilde biçimlendirilmesi de yan anlamı destekleyen bir belirtisel göstergedir.

Çıkarım: Seçim sonrasında seçim yemini ile göreve başlayacak olan iktidar partisinin “vatandaş yemini” başlığı altında yer alan birçok tatsız olarak adlandırılabilir olaylarla halkın gündemine yerleşmesi, verilen sözlerin daha en başında yerine getirilmemeye başlandığına ve bu durumun halkın sabrını tükettiğine dikkat çekilmiştir. Vatandaş yemini ifadesi ile seçim yemini krizi arasında metaforik bir ilişki kurularak, halkın oylarıyla seçilen vekillerin yaşadığı olumsuzluklar eleştirilmiştir. Halkın oylarının hiçe sayıldığı vurgusu yapılmış ve yaşanan tüm bu gelişmelerin halkın sabrını tükettiğini ve halkı rahatsız ettiği dile getirilmiştir.



Şekil 3.7. Terörün Bitmediği Yerdeyiz (21 Temmuz 2011)

Açıklama: Diyarbakır’ın Silvan ilçesinde gerçekleştirilen terör saldırısında 13 askerin öldürülmesi ile Başbakan Erdoğan bu saldırıları yapanların iyi niyet beklememeleri gerektiğini belirterek, “Güvenlik güçlerimiz bedelini ağır şekilde ödetecektir” dedi.

Gösterge: Asker karikatürü

Gösteren: İki asker, silah, bot, haki renk elbise

Gösterilen: Sorunun çözümsüzlüğü

Analiz: Karikatürde çizilen kişilerin, simgelerden hareketle (bot, silah, haki renk elbise) asker olduklarını söyleyebiliriz. Sol taraftaki askerin görüntüsel göstergesi içinde buldukları durumu sorguladığını söylemektedir. “Aynı yerde ölüp duruyoruz galiba?” ifadesi görüntüsel gösterge olmanın yanı sıra diğer görüntüsel göstergelerin (askerler) biçimleri ile birlikte ele alındığında büyük bir anlamsızlığın belirtisel göstergesi haline gelmektedir. Karikatürü, düz anlamda yürüyen iki asker olarak okumaktayız. Yan anlamda ise, askerler ölümlerinin anlamsız olduğunu, değişen hiçbir şeyin olmadığına, hiçbir şekilde yol kat edilemediğine dikkat çekmektedir.

Çıkarım: İki askerin resmedildiği karikatür terör olayları sonrasında hayatını kaybeden askerlerin acısını dramatik bir şekilde sorgulamaktadır. Şehit ölümleri sonrasında yapılan tartışmaların ve söylemlerin gereksizliğine, aynı şeylerin sürekli yaşandığına bir göndermedir. Aynı zamanda çözüm sürecine de bir ince gönderme vardır.



Şekil 3.8. Lüks Ev Alma Komşu Al (18 Ağustos 2011)

Açıklama: Ekonomik kriz konusunda Başbakan Erdoğan “teğet bile geçmeyecek” dedi ve halkı “Bir evde otururken lüks eve gireyim, deme. Şu anda oturduğun yerde oturmaya devam et.” şeklinde uyardı.

Gösterge: Başbakan Erdoğan karikatürü

Gösteren: Başbakan, gazete üzerinde yatan sakallı adam

Gösterilen: Lüks kavramı ve yoksulluk arasındaki dramatik gerçeklik

Analiz: Sağ tarafta resmedilen Başbakan Erdoğan'ın görüntüsel göstergesidir. Sol tarafta ayakları çıplak, pantolonu yırtık ve yamalı, kirli şapkalı ve gazete üzerinde yatan kişi yardıma muhtaç evsiz-yurtsuz kişinin görüntüsel göstergesidir. Bu kişi Başbakan Erdoğan'ın seslendiği vatandaşın temsiliyetidir. Yırtık ve yamalı pantolon ve gazete üzerinde yatma aynı zamanda ekonomik sıkıntı çekildiğinin, yoksulluğun simgesidir. Düz anlamda Başbakan'ın yatan kişiye kalkmamasını söylediği şeklinde okunuyor. Ancak yan anlamda, Başbakan'ın görüntüsel göstergesinde çehrenin resmedilişi ve “yat sen yat!” ifadesindeki vurgu, bu konuda sert bir tavrın söz konusu olduğunu, bu uyarının halkın ekonomik durumu itibariyle gereksiz olduğu ifadelendirilmektedir.

Çıkarım: Başbakan Erdoğan'ın lüks ev almayın uyarısı, bir evsiz-yurtsuz vatandaşın içinde bulunduğu durum üzerinden eleştirilmiştir. Lüks kavramının kişilerin içinde buldukları ekonomik koşullara göre değişebileceğine dikkat çeken karikatürist, evsiz-yurtsuzun ihtiyacının yarattığı tedirginlik üzerinden iktidarı alaycı bir dille eleştirmektedir. Aynı zamanda “lüks ev” ile dışarıda kalmış kişi arasında ironik bir yaklaşımla uyarının komikliğine dikkat çekmektedir.



Şekil 3.9. Öpücem Öpücem Dedim Sana (15 Eylül 2011)

Açıklama: Kemal Kılıçdaroğlu'nun Başbakan Erdoğan için "Gazze'ye gitsin, onu alnından öperim" söylemi üzerine; Başbakan'ın "Tertemiz alnımı lekeli dudağına sürdürmem" diyerek cevap vermesi öpme konusunda polemiklere neden olmuştur.

Gösterge: Politik lider karikatürü

Gösteren: Kemal Kılıçdaroğlu, Başbakan Erdoğan, fıs fıs

Gösterilen: Politik liderlerin gereksiz, absürd sayılabilecek polemikleri

Analiz: Soldaki kişi CHP lideri Kemal Kılıçdaroğlu'nun görüntüsel göstergesidir. Sağdaki kişi ise Başbakan Erdoğan'ın görüntüsel göstergesidir. Bunları siyasal yaşantıdaki deneyimlerimizden biliyoruz. Kılıçdaroğlu'nun elindeki "fıs fıs" yine toplumsal yaşantımızda medyada yer alan "fıs fıs İsmail" tiplemesine bir göndermedir ve "öpmeyi arzulamanın" belirtisel göstergesidir. Fıs fıs İsmail tiplemesi karşı cins ile yakın temas kurabilmek için ağız hijyenine önem gösteren bir kadın düşkününü ve sonuçta başarısız olan biridir. Kemal Kılıçdaroğlu'nun bu tiplemeye benzetmesi gerçekleşmeyecek bir duruma göndermedir. Başbakan Erdoğan'ın "Lan" vurgusu bir görüntüsel gösterge olmanın yanı sıra Başbakan Erdoğan'ın çehresinin resmedilişi ile olan ilişkisine bakıldığında "tedirginliğin" belirtisel göstergesi olmaktadır. Düz anlamda

karikatür ağzına fis fis sıkan Kılıçdaroğlu ile onun önünde duran Başbakan Erdoğan'ı ifade etmektedir. Yan anlamsal okumada ise Gazze'ye gidip gitmeme üzerine gerçekleşen öpme polemiğinin, gerçekleşmeyecek bir eylem olarak anlamsızlığına ve komikliğine vurgudur.

Çıkarım: Türkiye'nin içinde bulunduğu durumda birçok sorun söz konusu iken, iktidar ve muhalefet liderinin absürd sayılabilecek tartışmalarının komikliği, alaycı bir dille eleştirilmiştir.



Şekil 3.10. Zamlar Oldu Bittiye Geldi (20 Ekim 2011)

Açıklama: Başbakan Erdoğan, sigara ve alkol başta olmak üzere birçok ürüne yapılan ÖTV zammıyla ilgili eleştirilere “Kardeşim sigarayı alkollü içmezsin olur biter” şeklinde cevap verdi.

Gösterge: Başbakan Erdoğan karikatürü

Gösteren: Başbakan, vatandaş

Gösterilen: Gelen zamlarla halkın yaşadığı şaşkınlık

Analiz: Başbakan Erdoğan'ın görüntüsel göstergesi ve kaşlarının çatık olması “sinirli olduğunun” belirtisel göstergesidir. Sözel görüntüsel gösterge olan söylemler Başbakan

Erdoğan'ın sinirli tavrını destekleyici bir unsurdur. Sağ taraftaki kişiyi halkın görüntüsel göstergesi olarak tanımlayabiliriz. İkinci kişinin kıyafetleri ekonomik yapısının iyi olmadığını belirtisel göstergesidir. Aynı şekilde yüzdeki ifade şaşkınlık ve zamlarla birlikte gelen ekonomik baskının belirtisel göstergesidir. Düz anlamda Başbakan'ın bir vatandaş ile olan diyalogu şeklinde okunabilir. Ancak yan anlamda, yapılan eleştirilere Başbakan'ın sert bir tepki gösterdiği, “daha ne yapayım canını mı alayım” söylemi ile aba altıdan sopa gösterdiği şeklinde okunabilir.

Çıkarım: Başbakan Erdoğan'ın, anlık yapılan zamların halka getirdiği ekonomik baskının eleştirilmesine karşı verdiği tepki eleştirilmiştir. “Her şeye zam yaptım gene de yaranamadım sana” ifadesiyle ironik bir yaklaşım geliştirerek yapılan zamların halkın zararına olduğunu söylemektedir. Başbakan Erdoğan'ın eleştirilere yönelik tavrını da “daha ne yapayım canını mı alayım” ifadesi ile tehditkâr olarak nitelendirmiştir.



Şekil 3.11. Double Pişkinlik (03 Kasım 2011)

Açıklama: Maliye Bakanı Mehmet Şimşek, deprem vergilerinden toplanan paraların eğitim, sağlık ve double yollara harcandığını söyledi.

Gösterge: Depremzede karikatürü

Gösteren: Duple yol, yıkılmış ev, adam ve kadın

Gösterilen: Depremzedelerine gelmesi gereken deprem vergilerinin farklı harcamalara gitmesi ve halkın mağduriyeti

Analiz: Konu itibariyle ve toplumsal yaşantıdaki bilgilerimizden hareketle karikatür depremzedeleri anlatmaktadır. Arkada duran kadın bir depremzedenin görüntüsel göstergesidir. Kadının sırtını ve omuzlarını saran nesne kadının üşüdüğünün simgesidir. Yerdeki kereste ve parçalar yıkılan evin hem görüntüsel göstergesi ve hem de belirtisel göstergesidir. Ön tarafta duran adam diğer depremzedenin görüntüsel göstergesidir. Kafasındaki bere ve boyundaki atkı ise kış mevsiminin belirtisel göstergesidir. Aynı zamanda kadının çehresinde dudaklarını büzmesi acı çektiğinin belirtisel göstergesidir. Yolun yapısı zenginliğin belirtisel göstergesidir. Karikatür düz anlamda, yol kenarında oturan bir kadın ve ayakta yola bakan bir adam şeklinde okunabilir. Ancak yan anlamda dışarıda kalmış bir topluluğun simgeleridirler. Acı ve mağduriyet yaşayan bir halka gelmesi gereken yardımların farklı amaçlar için harcanması ve halkın daha da mağdur edilmesi anlatılmaktadır.

Çıkarım: Van'da meydana gelen deprem sonrasında toplanan deprem vergilerinin duple yollara harcanması, hükümetin yardıma muhtaç halkın ihtiyacı olanı paraları pervasızca harcaması sert bir mizahi dille eleştirilmiştir. “Yaşasın duple yol geçince evimizin değeri artacak” ifadesi ile güçlü bir ironi yapan karikatürist, yapılan faaliyetlerin depremzedelere hiçbir faydasının olmadığını anlatmaktadır. Toplumdaki acı ve hayal kırıklığını dile getirmektedir.



Şekil 3.12. Dersim’iz Polemik (01 Aralık 2011)

Açıklama: 1938 yılında Dersim (günümüzde Tunceli) olarak bilinen bölgede meydana gelen acı olaylarla ilgili olarak Başbakan Erdoğan, “Eğer devlet adına özür dilemek gerekiyorsa ve böyle bir literatür varsa, ben özür dilerim ve diliyorum” diyerek devlet adına özür dilemiş ve asıl sorumlu olarak gösterdiği CHP’yi de özür dilemeye davet etmiştir.

Gösterge: Politik liderlerin karikatürü

Gösteren: Başbakan Erdoğan, Kemal Kılıçdaroğlu ve kesik baş

Gösterilen: Tarihte yaşanan acı olayların polemik malzemesi haline getirilmesi.

Analiz: Soldaki kişi Başbakan Erdoğan’ın sağdaki kişi ise CHP lideri Kemal Kılıçdaroğlu’nun görüntüsel göstergesidir. Kesik baş bir simge olarak kullanılmıştır. 1938 Dersim olaylarında yaşamını yitirenlerin simgesidir. Aynı zamanda kesik baş olması ölümün, acının belirtisel göstergesidir. Başbakan Erdoğan’ın elleri açık, gözlerinin oyuk şekilde resmedilmesi “korkunç bir durumun” belirtisel göstergesidir. İfadenin verildiği baloncuğun biçimi korkulması gerektiğini destekleyen bir görüntüsel göstergedir. Kemal Kılıçdaroğlu’nun ellerinin açık, kafasının kenarındaki işaretler

“tedirginliğin” belirtileridir. İki liderin ayaklarının altındaki kırmızılık ise “kan”ın görüntüsel göstergesidir. Düz anlamda karikatür bize, birbirlerine kesik baş atan iki politik lideri göstermektedir. Yan anlamda ise yaşanan acıları polemik haline getirmenin büyük bir korkunçluk olduğunu söylemektedir.

Çıkarım: Dersim’de yaşanan acı olayları polemik haline getiren politik liderlerin, bu davranışı korkunçluk olarak nitelendirilmiştir. Liderlerin ayaklarının altındaki “kan” her ikisinin de bu konuda birbirinden farklı olmadıklarına bir göndermedir. “Kesik baş” ile durumu barbarca nitelendirmektedir.



Şekil 3.13. Özgürlük Var Ama Bize Kadar (12 Ocak 2012)

Açıklama: Tutuklu gazeteci sayısıyla Dünya birincisi olan ülkemizin İçişleri Bakanı İdris Naim Şahin, bu konuda “Bugün ülkemizde hiç olmadığı kadar demokrasi ve özgürlük var, elbette daha da genişlemesi için çalışmalıyız. Düşünce ve ifade özgürlüğünün önünde hiçbir engel olamamalı” dedi.

Gösterge: İçişleri Bakanı karikatürü

Gösteren: İdris Naim Şahin, Türk Bayrağı, kalem, koltuk

Gösterilen: Basın ve ifade özgürlüğüne getirilen yasaklamalar ve iktidarın tavrı

Analiz: Koltukta kahkaha atmış bir çehre ile resmedilen İçişleri Bakanı İdris Naim Şahin'in görüntüsel göstergesidir. Ayaklarını masanın üstüne atması, ellerini baş arkasına alması ve kahkaha atması "mutluluğun" belirtisel göstergesidir. Türk Bayrağı devletin ve kutsallığın simgesidir. Simge olan Türk Bayrağı ve diğer simge olan koltuk bir arada düşünüldüğünde İçişleri Bakanı'nın makamda oturduğuna dair bir belirtisel gösterge olmaktadır. Sözel görüntüsel göstergeler ise İçişleri Bakanı'nın mutlu olmasının sebeplerini göstermektedirler. Karikatürü düz anlamda okuduğumuzda, İçişleri Bakanı'nın makam koltuğunda mutlu ve rahat bir vaziyette oturduğunu söyleyebiliyoruz. Yan anlamda, muhalif basının susturulmasının ve ifade özgürlüklerine dair yasakların iktidar tarafından hoş karşılandığı anlatılmaktadır.

Çıkarım: İçişleri Bakanı'nın Türkiye'nin tutuklu gazeteci sayısıyla birinci sırada olması konusunda sarf ettiği ifadeler eleştirilmiştir. Hiç olmadığı kadar demokrasi ve özgürlük var diyen İçişleri Bakanı'na "hiç bu kadar özgür olmamıştık" ifadesi ile ironi yapan karikatürist, özgürlüklerin iktidar için olduğunu, aksi yönde düşünenlerin tutsak edildiklerine dikkat çekerek, tutsak gazetecilerin varlığına işaret etmektedir.



Şekil 3.14. Ya Dindar Ya Tinerçi (09 Şubat 2012)

Açıklama: Başbakan Erdoğan, “Gençlerimiz dindar olmasın da tinerci mi olsun!” diyerek tartışmalara neden olan “Dindar gençlik yetiştireceğiz” sözlerine açıklık getirdi.

Gösterge: Başbakan Erdoğan karikatürü

Gösteren: Başbakan Erdoğan, öğrenci

Gösterilen: “Dindar gençlik” vurgusuyla yaratılan yeni kimlik eleştirisi

Analiz: Solda Başbakan Erdoğan’ın görüntüsel göstergesi yer almaktadır. Sağda öğrencinin görüntüsel göstergesi verilmiştir. Sağdakinin öğrenci olduğunu görüntüsel göstergesinde simge olarak kullanılan boynundaki beyaz yakalık ve belirtisel gösterge olarak kullanılan mavi önlükten öğrenmekteyiz. Başbakan Erdoğan’ın gülen yüzü, sol eli ile sağda öğrenci olduğunu bildiğimiz bir diğer nesnenin başını okşamaması “şefkat göstermenin” belirtisel göstergeleridir. Sözel görüntüsel göstergeler Başbakan Erdoğan ile öğrenci arasında gerçekleşen diyalogu göstermektedirler. Düz anlamda karikatür Başbakan Erdoğan’ın öğrencinin başını okşamaması olarak okunabilir. Yan anlamda dindarlığı bir kimlik olarak yeniden oluşturması anlatılmakta ve bu durum eleştirilmektedir.

Çıkarım: Başbakan Erdoğan’ın “Dindar gençlik yetiştireceğiz” açıklaması eleştirilmiştir. Karikatür, dindarlığın bir meslek, bir sınıf gibi ifade edilmesine, iktidar olarak gücü elinde bulundurmasının bu sınıflandırmayı geçerli kılacak etkiye sahip olmasından duyduğu endişeyi dile getirmektedir. Karikatürde görüldüğü gibi astronotluk bir meslektir ama kendi içinde bir dindar ve tinerci olarak gruplandırılmıştır. Dindar vurgusu kabul edilebilirliğin kimliği olarak telaffuz edilmektedir. Bunun toplumsal yaşantıda yol açacağı kafa karışıklığı öğrenci imgesi ile anlatılmaktadır.



Şekil 3.15. Tatilde Dayak Keyfi (08 Mart 2012)

Açıklama: CHP Bursa Milletvekili Sena Kaleli, 8 Mart Dünya Kadınlar Günü'nün resmi tatil olması için kanun teklifi verdi.

Gösterge: Aile içi şiddet karikatürü

Gösteren: Kadın, erkek, tokat

Gösterilen: Kadına yönelik şiddetin sürekliliği

Analiz: Kapının açık vaziyette olması, sehpa üzerinde dantel işleme ve yerdeki halı/kilim, kadının ayaklarındaki terlikler bir evin içi olduğunu gösteren, görüntüsel ve belirtisel göstergelerdir. Sol tarafta erkeğin üzerindeki mont dışarıdan geldiğini gösteren bir belirtisel göstergedir. Erkeğin çehresi, kollarının duruşu ile kadının görüntüsel göstergesi bir arada ele alındığında erkeğin kadına vurduğunu söyleyebiliriz. Bunun yanı sıra kadının görüntüsel göstergesi “acı çektiğinin” belirtilerini taşımaktadır. Düz anlamda erkeğin kadına tokat attığı şeklinde okunmaktadır. Yan anlamda, Türkiye’de aile içi şiddete dikkat çekilmektedir.

Çıkarım: CHP Milletvekili Sena Kaleli’nin vermiş olduğu kanun teklifi sert bir mizahi dille eleştirilmiştir. Bunun sebebi şöyle açıklanabilir: “Gündeme getirilmesi ve çalışma

yapılması gereken konu tatil değil, kadına yönelik şiddet olmalıdır.” Kadınlar sudan sebeplerle şiddete maruz kalabiliyorlar. Karikatürist bu ifadeyi, karikatürde verdiği “Boş yere işe gittim, niye söylemiyorsun lan tatil olduğunu?” ifadesi ile desteklemektedir. Bunun yanı sıra kadınlar için özel olan bir günün, sadece kadınlara yönelik bir tatili kapsamasının daha doğru bir öneri olacağını, 8 Mart’ta kadının resmi tatil olduğu için dayak yemesi üzerinden eleştirmektedir.



Şekil 3.16. Gerekeni Yaptık (29 Mart 2012)

Açıklama: Kenan Evren, 12 Eylül askeri darbesi hakkında yürütülen davayla ilgili olarak “Ülke şartları müdahale gerektiriyordu. Biz de müdahale ettik. Darbe yapma suç değil. Darbe meşrudur, bu düzeni biz kurduk, siz bizi yargılayamazsınız!” dedi.

Gösterge: Kenan Evren karikatürü

Gösteren: Kenan Evren, sanık kürsüsü

Gösterilen: Askeri darbe ile tecavüz eylemi arasında kurulan ilişki

Analiz: Karikatürde resmedilen kişinin, siyasal ve toplumsal yaşamdaki deneyimlerimizden ve olay ile bağlantısından hareketle Kenan Evren olduğunu biliyoruz. Bu Kenan Evren’in görüntüsel göstergesidir. Kenan Evren’in elindeki baston,

çehrenin görüntüsü, beldeki kamburluk, ellerinin yapısı oldukça yaşlı olduğunun belirtisel göstergesidir. Önündeki sanık kürsüsü mahkemede olduğunun belirtisel göstergesidir. Kenan Evren'in görüntüsel göstergesinde yüzün biçimi, "kalbinin güzelliği yüzüne vurmuş" atasözüyle kurulan ironik ilişkidir. Düz anlamda karikatür sanık kürsüsünde Kenan Evren ifade veriyor şeklinde okunabilir. Yan anlamda ülkeyi yıkıma uğratan bir eylemin sorumlusu olarak durumu meşru görmesi, tecavüzcü benzetmesi ile sert bir mizahi dille eleştirilmektedir.

Çıkarım: Karikatürist, mahkeme ile aynı tarihte Bartın'da 16 kişinin tecavüzüne uğrayan 14 yaşındaki ilkokul öğrencisinin durumuna ilişkin Bartın Savcılığı'nın "rızası ile ilişkiye girmiş" açıklamasından hareketle, tecavüzcü-Kenan Evren, çocuk-ülke kavramları arasında metaforik bir ilişki kurmuştur. Tecavüz ile darbeyi, yüz kızartıcı suçu işleyen ile Kenan Evren'i eşleştirmiştir. Böyle bir durumda savunmanın yersizliğine ve darbenin sonuçlarının oldukça yıkıcı etkilere yol açtığına vurgu yapmıştır.



Şekil 3.17. Sağlıklı Yaşam Koçu (12 Nisan 2012)

Açıklama: Türk Tabipler Birliği'nin biber gazının sağlığa zararlı olduğu hatta ölümlere yol açabileceğini açıklamasına rağmen İçişleri Bakanı İdris Naim Şahin biber gazının yararlı olduğunu iddia etti.

Gösterge: İçişleri Bakanı karikatürü

Gösteren: İdris Naim Şahin, biber gazı

Gösterilen: İdris Naim Şahin'in biber gazının zararlı olduğu yönündeki açıklamalara tepkisinin eleştirisi

Analiz: Karikatürdeki nesnenin görüntüsel göstergesi, İçişleri Bakanı İdris Naim Şahin'e aittir. Bakan Şahin'in elleri cebinde, kafası dik, biber gazı atarken sol elinin duruşu kendinden emin, umursamaz bir tavrın belirtisel göstergesidir. Aynı şekilde bağırır gibi ağzı açık, kaşları çatık şekilde resmedilmesi de sinirli görüntüsünün belirtisel görüntüsüdür. Düz anlamda İdris Naim Şahin biber gazı atmaktadır. Yan anlamsal okumada biber gazının zararlı olmadığını söyleyen İdris Naim Şahin'i sağlığa zararlı maddeleri kullanan bir bağımlı olarak göstererek eleştirmektedir.

Çıkarım: İdris Naim Şahin İçişleri Bakanı olarak kendisine bağlı olan Emniyet kuvvetlerinin protestoculara yönelik çok sayıda biber gazı kullanmaları eleştirilerine karşın biber gazının sağlığa yararlı olduğu şeklinde yaptığı açıklamalar eleştirilmiştir. Yararlı olduğunu iddia ettiği biber gazını uzaklaştırması aslında zararlarını bildiği halde kullanmasına vurgudur. Bunun yanı sıra kullandığı "Bi biber gazım var ona da karışmayın" ifadesi toplumsal olarak bildiğimiz zararlı kullanımlara dair yapılan uyarılara karşılık ("Bi sigaram var ona da karışmayın", "Bi alkolüm var ona da karışmayın") bir savunma ifadesidir. Savunmanın yanı sıra bağımlılığa da bir vurgudur. İdris Naim Şahin'in zararlı olduğu halde kullanması bağımlı kişiliğini ve halkın sağlığını önemsemediğini göstermektedir.



Şekil 3.18. Özelleştirme Oyunu Sahnede (03 Mayıs 2012)

Açıklama: Şehir Tiyatroları'nın yönetmeliğiyle ilgili yapılan eleştirilere sınırlanan Başbakan Erdoğan "Devlet eliyle tiyatro olmaz. Tiyatroları özelleştireceğiz. Buyurun istediğiniz gibi oynayın" diyerek tepki gösterdi.

Gösterge: Başbakan Erdoğan karikatürü

Gösteren: Tiyatro sahnesi, tiyatro oyuncularını, Başbakan Erdoğan, kameralar

Gösterilen: Devlet tiyatrolarının özelleştirilmesini istemeyen sanatçılara, iktidarın sert tutumu

Analiz: Perde, tiyatronun simgesidir. Sağda ve solda yer alan kameralar ve solda yan yana duran üç kişinin kostümleri tiyatro sahnesinde yer aldıklarının belirtisel göstergeleridir. Aynı zamanda bu üç kişinin kostümleri içindeki görüntüsel göstergeleri tiyatro oyuncusu olduklarını bize göstermektedir. Tiyatro oyuncularının görüntüsel göstergelerinde çehreleri büyük bir tedirginlik ve şaşkınlık içinde olduklarının belirtisel göstergesidir. Başbakan Erdoğan'ın elinde tuttuğu kafatası tiyatro oyununun bir nesnesidir. Bıçak simge olarak kesici, tehdit edici bir anlam taşımaktadır. Başbakan Erdoğan'ın çehresi agresif yapısının bir belirtisel göstergesidir. Simge ve göstergeler

birlikte düşünülduğünde Başbakan Erdoğan tiyatro oyununda kötü bir karakter olarak resmedilmiştir. Düz anlamda, tiyatro sahnesinde sergilenen bir oyun olarak okunmaktadır. Yan anlamsal okumada, Şehir Tiyatrolarına devlet tarafından izin verilmemesi ve Başbakan Erdoğan'ın bu konudaki eleştirilere yönelik tepkisi eleştirilmektedir.

Çıkarım: Başbakan Erdoğan'ın eleştirilere yönelik tepkisi “kötü karakter” benzetmesi kullanılarak sert bir şekilde eleştirilmiştir. Toplumda mahalle kültüründen gelen bir bilgiden hareketle Başbakan Erdoğan mahallenin huysuz ve korkutucu amcası olarak resmedilmiştir. “Gidin başka yerde oynayın, keserim haa!..” ifadesi ile devletin şehir tiyatrolarına izin vermeyeceğini, gerekirse caydırıcı faaliyetlerle bunu engelleyeceğini ifade etmektedir. Başbakan Erdoğan – mahallenin korkutucu amcası metaforu, mahalle – tiyatro salonu benzetmesi baskılarla çocuğun özgürce oyun oynamasının (tiyatro hakkı) elinden alınmasına sert bir eleştiridir.



Şekil 3.19. Sanata Tayyipsel Bakış (10 Mayıs 2012)

Açıklama: Başbakan Erdoğan'ın Şehir Tiyatroları ile ilgili tartışmalara yönelik tepkisini şöyle dile getirdi: “Bunlar sanatı toplum için yapmazlar, sanatı sanat için yaparlar”.

Gösterge: Başbakan Erdoğan karikatürü

Gösteren: Başbakan Erdoğan, kaplumbağalar

Gösterilen: İktidarın toplumu çağdaşlaştıran sanata yönelik engelleri

Analiz: Ayakta elleri arkasında duran kişi Başbakan Erdoğan'dır. Bu Başbakan Erdoğan'ın görüntüsel göstergesidir. Yerde duran hayvanların, deneyimlerimizden hareketle kaplumbağa olduklarını biliyoruz. Bu resmedilişte kaplumbağaların görüntüsel göstergesidir. Sözel gösterge bir "tehdit söylemi" içermektedir. Düz anlamda Başbakan Erdoğan etrafını saran kaplumbağalara bakmaktadır. Yan anlamda, tarihte "kaplumbağa terbiyecisi" tablosuyla toplumun sanatla çağdaşlaşacağına mesajını veren, Osman Hamdi Bey'den hareketle iktidarın sanata yönelik engelleri eleştirilmektedir.

Çıkarım: Kaplumbağalar, "Kaplumbağa Terbiyecisi" eserinden hareketle değişime direnen sanatçıları simgelemektedir. Ancak dikkat edilmesi gereken nokta sanatçılar değişime değil, değiştirilmeye direnmektedirler. Başbakan Erdoğan'ın değişim anlayışı (özelleştirme) bu hususta eleştirilmiştir. Şehir Tiyatroları'nı özelleştirilmesini eleştiren sanatçılara karşı Başbakan'ın davranışını, karikatürden hareketle ilim sahibi olarak değil baskıcı, zorba bir tavır olarak hicvetmektedir.



Şekil 3.20. Başkanlık Çok Güzel Seçsenize (24 Mayıs 2012)

Açıklama: Başbakan Erdoğan başta olmak üzere, AKP'nin diğer yetkilileri her fırsatta Başkanlık Sistemi'nin ülkemize getireceği yararları gündeme getirmeye devam ediyor.

Gösterge: Başbakan Erdoğan karikatürü

Gösteren: Başbakan, vatandaş

Gösterilen: Başkanlık sisteminin halka yansımaları

Analiz: Sol taraftaki kişinin görüntüsel göstergesinden Başbakan Erdoğan olduğunu biliyoruz. Konu ile bağlantısından hareketle karşısındaki kişinin görüntüsel göstergesi vatandaş temsil etmektedir. Başbakan'ın sol eli cebinde, sağ eli ile vatandaşın sırtını sıvazlaması onu ikna etmeye çalıştığı belirtsel göstergesidir. Düz anlamda Başbakan Erdoğan bir vatandaş ile sohbet ediyor olarak okunmaktadır. Yan anlamsal açıdan, Başkanlık Sistemi'nin halkın yararına bir değişim getirmeyeceği şeklinde okunabilir.

Çıkarım: Başbakan Erdoğan'ın ve diğer AKP yetkililerinin Başkanlık Sistemi'nin ülkemize getireceği faydaları gündeme getirmeleri Başkanlık Sistemi için halkı ikna etmek istemelerinin göstergesidir. Vatandaş burada halkı temsil etmektedir. Vatandaşın "Siz Başkan Olunca Ben N'olcam" sorusu Başkanlık Sistemi'nin halka getireceği faydanın sorgulamasıdır. Başbakan Erdoğan'ın "Sen Aynen Üç Çocuğa Devam" ifadesi halk için hiçbir şeyin değişmeyeceğine bir vurgudur.



Şekil 3.21. Gündem Avcısı (31 Mayıs 2012).

Açıklama: Başbakan Erdoğan, “Ben sezeryanla doğuma karşı olan bir Başbakanım. Bunların özellikle planlı yapıldığını ve bunun bu ülke nüfusunun artmaması için atılan adımlar olduğunu biliyorum. Kürtajı bir cinayet olarak görüyorum” diyerek bir anda ülke gündemini değiştirdi.

Gösterge: Başbakan Erdoğan karikatürü

Gösteren: Başbakan Erdoğan, bir kadın, bir erkek, hediye paketi

Gösterilen: Başbakan Erdoğan’ın hızlı gündem değiştirmesinin eleştirisi

Analiz: Karikatürde Başbakan Erdoğan’ın ve iki vatandaşın görüntüsel göstergesi verilmiştir. Kadın ve erkeğin görüntüsel göstergesindeki çehre “şaşkınlığın” belirtisel göstergesidir. Başbakan Erdoğan’ın elindeki hediye paketi “sürpriz yapma, şaşkınlık yaratma” eylemlerinin simgesidir. Düz anlamda, Başbakan Erdoğan bir kadın bir erkeğe hediye paketi ile sürpriz yapmaktadır, şeklinde okunabilir. Ancak yan anlamda, değişen gündemin sürpriz olduğunu ve bunun şaşkınlık yarattığına bir göndermedir.

Çıkarım: Başbakan Erdoğan’ın sezeryan-kürtaj söylemi ile gündemi beklenmedik bir şekilde değiştirmesi büyük bir şaşkınlık yaratmıştır. Kadın ve erkek, ülkede yaşayan vatandaşları temsil etmektedir. Yüzlerdeki şaşkınlık, değiştiren gündeme yöneliktir. Hediye paketinde “değiştirme kartının olduğu” ifadesi Türkiye gündeminin isteğe bağlı değiştirilmesine alaycı bir bakış açıdır.



Şekil 3.22. Ben Bilmem Tayyip Bilir (07 Haziran 2012)

Açıklama: Sezeryan doğum tartışmalarına değinen Başbakan Erdoğan, “Sezeryanla olursa ikiden fazla olmaz. Niye iki çocuktan fazla olmasın. Ben bu ülkede her meselenin sorumlusuyum” diyerek kürtaj ve sezeryan karşıtı açıklamalarıyla kadının mahremiyetinin olamayacağını savundu.

Gösterge: Başbakan Erdoğan karikatürü

Gösteren: Kadın, Başbakan Erdoğan, WC

Gösterilen: Kadının mahremiyetine saygı duyulmaması

Analiz: Açık olan kapının üstünde yazan “WC” bir simgedir. Bu simge kadın ve erkeğin acil ihtiyaçlarına yönelik kullanacakları tuvaletleri göstermektedir. WC simgesinin altında yer alan kadın silueti, WC simgesi ile bir bütünlük içinde düşünülerek “kadın tuvaletini” göstermektedir. Kadın’ın görüntüsel göstergesinde sağ adımının önde olması tuvalete gireceğinin, yüz ifadesi ise arkasındaki erkekten duyduğu rahatsızlığın belirtisel göstergesidir. Bu rahatsızlığı kadının sözel görüntüsel göstergesi de desteklemektedir. Yüz ifadesini “sinirlenmiş” olduğunun belirtisel göstergesi olarak da kabul edebiliriz. Kadın tuvaleti, kadınlara özel bir alanı simgelemektedir. Arkasındaki erkek Başbakan Erdoğan’ın görüntüsel göstergesidir. Düz anlamda, tuvalete girmeye çalışan bir kadın ve arkasında onu takip eden bir adam olarak okunabilir. Yan anlamda, kadının mahremiyet alanının, özel sınırlarının yok sayılması olarak okunmaktadır.

Çıkarım: Başbakan Erdoğan sezeryan-kürtaj açıklamaları kadının mahremiyet alanına bir saldırı olarak tanımlanmıştır. Kadına özgü, onun mahrem alanı olarak tanımlanabilecek olan kadın tuvaletine giden bir kadının arkasında bir sapık gibi onu takip eder şekilde Başbakan’ın resmedilmesi, bu açıklamaların sert mizahi eleştirisidir. Aynı zamanda bu açıklamalar kadın kimliğine yönelik bir saldırı olarak da algılanmıştır. Kadınları aşağılayan bu açıklama, karikatürde “Sizi yalnız bırakmaya gelmez, sapıtıyorsunuz...” ifadesi ile somutlaştırılmıştır.

3.5.2. Yasama ve Yürütme Organlarının Karar ve Uygulamalarından Oluşan Gündem Karikatürleri

Bu kısımda incelenen karikatürler şu başlıklar altında çizilmiştir: “Yanlışlar Rıhtımı, Testbirikideneme, Kış Geldi Böyle Oldu, Aradığınız Vergiye Şuan Ulaşılamıyor, Doğal Afet Polisi, Atama İzindeyiz Atam, Karakolda Dayak Var Cevriyem, Sekiz Kat Kat, Gece Tarifesi, Kaza Bombası, Neye Baksak Seks, Yargıtayyip Danıştayyip Sayıştayyip, Dünyanın En Hızlı Onay Veren Kovboyu, Dört Dörtlük Değişim, Benzam, Sanat Bizim İşimiz”.



Şekil 3.23. Yanlışlar Rıhtımı (11 Ağustos 2011)

Açıklama: 2011 yılında sınavlarda şifre iddiaları gölgesinde başlayan ve skandal üzerine skandal yaşanan üniversite sınav süreci, ÖSYM'nin, üniversite tercihlerinin bitimine son yarım saat kala bazı öğrencilerin cep telefonlarına “Puanınızı yanlış hesaplamışız” mesajı göndermesi ile devam etmiştir.

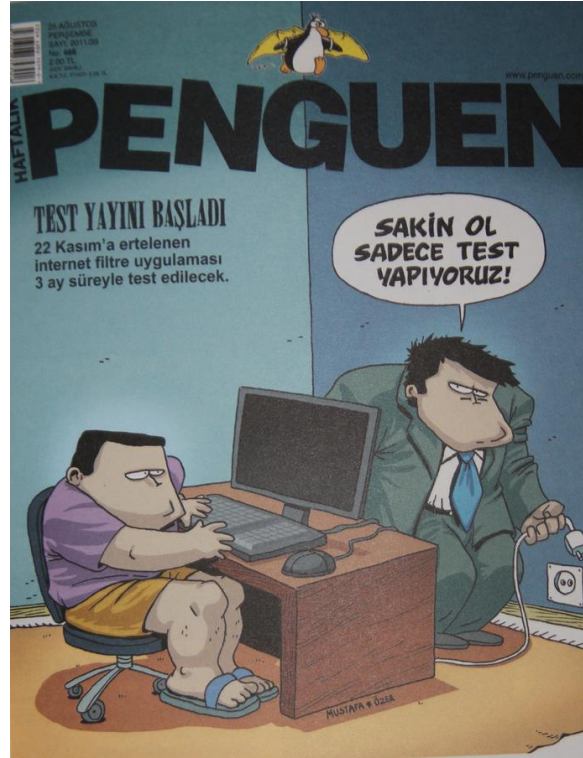
Gösterge: Uyarı mesajı karikatürü

Gösteren: Elde tutulan cep telefonu, mesaj

Gösterilen: ÖSYM'nin skandallarına bir yenisini eklemesi

Analiz: Elde tutulan cep telefonunun görüntüsel göstergesidir. El biçimini, karikatürdeki olay örgüsü ile birlikte değerlendirdiğimizde öğrencileri temsil eden bir simge olarak nitelendirebiliriz. Cep telefonunun görüntüsel göstergesinde verilen sözel görüntüsel gösterge mesaj geldiğinin belirtisel göstergesidir. Sözel göstergenin "... mesajlarını dikkate almayınız!" şeklinde biten ifadesi bir uyarı mesajı olduğunu gösteren belirtisel göstergedir. Düz anlamda telefon kullanıcısının zor durumda kalmaması için gönderilmiş mesaj olarak okunmaktadır. Yan anlamsal okumada, uyarı mesajlarından hareketle ÖSYM'nin öğrencileri içinde bıraktığı çıkmaza dikkat çekmektedir.

Çıkarım: Sınavlarda şifre iddiaları ile başlayan ve arkasından devam eden olaylar örgüsü ile anılmaya başlayan ÖSYM Başkanlığı, son faaliyeti ile öğrencileri büyük psikolojik yıkımın içine sürüklemiştir. Üniversite tercihlerinin yapılmasına çok kısa süre kaldığı bir zaman diliminde "puanlarının yanlış hesaplandığı" yönünde mesajlar alan öğrencilerin çektikleri sınav stresi, bu mesaj ile büyük bir yıkıma yol açmıştır. Gelen mesajın türü genellikle Emniyet Genel Müdürlüğü'nden vatandaşların mağdur olmamaları için potansiyel tehlikeler konusunda bir uyarı mesajına benzetilmiştir. İronik bir yaklaşım ile karikatürist ÖSYM'yi vatandaşı koruyucu değil, zarar verici bir kurum olarak nitelendirmiştir.



Şekil 3.24. www. Testbirkideneme... (25 Ağustos 2011)

Açıklama: Tartışmalara neden olan internette filtre uygulamasının 22 Kasım tarihine ertelenerek 3 ay süreyle test edilmesi kararı alındı.

Gösterge: İnternet karikatürü

Gösteren: Sandalyede oturan adam, bilgisayar, fişi çeken adam

Gösterilen: Vatandaşın internet kullanım hakkının iktidar tarafından engellenmesi

Analiz: Solda görüntüsel göstergesi verilen adamı, bilgisayar masasının önünde oturması, elleri klavyede olması gibi belirtisel göstergelerle ele alındığında internet kullanıcısı olarak tanımlanabilir. Görüntüsel göstergenin (soldaki adam) t-short, short, terlik giyimi, yerdeki halı ile ele alındığında alanın ev ortamı olduğunu söyleyebileceğimiz belirtisel göstergelere sahiptir. Sağdaki adamın görüntüsel göstergesi, takım elbise gibi belirtisel gösterge ile resmi görevli olduğuna bir vurgudur. Düz anlamda, adamın kullandığı bilgisayarın fişinin başka biri tarafından çekilmesi anlaşılmaktadır. Yan anlamda, vatandaşın internet erişim hakkına müdahale olarak okunabilir.

Çıkarım: Ev ortamında internet kullanıcısının bilgisayarının fişinin resmi bir görevli tarafından çekilmesi, yaşam alanına bir müdahale olarak betimlenmektedir. Alınan karar gereği internette sınırlı dolaşım hakkına yapılan müdahale, mahremiyet alanına yapılan müdahale olarak algılanmaktadır.



Şekil 3.25. Kış Geldi Böyle Oldu (06 Ekim 2011)

Açıklama: 2011 genel seçimlerinden sonra kış ayları yaklaşırken Ekim ayında elektriğe %9.58, doğalgaza %14.35 oranında zam yapıldı.

Gösterge: Vatandaş karikatürü

Gösteren: Gazete okuyan adam, tepkili vatandaş, çay, masa, sandalye

Gösterilen: Yapılan yüksek oranlı zamlara vatandaşın tepkisi

Analiz: Sol tarafta görüntüsel göstergesi verilen kişiyi elinde gazete ve bulunduğu ortam ile ele aldığımızda vatandaş olarak tanımlayabiliyoruz. Sol taraftaki vatandaşın görüntüsel göstergesinde gazete okurken ağzının şekli ve gözleri "şaşkınlığın" belirtisel göstergesidir. Şaşkınlığı oluşturan diğer belirtisel göstergeler ise sözel görüntüsel göstergelerde yer alan ifadelerden anlaşılmaktadır. Masa, sandalye ve çay nesnelere ortamın cafe, pastane vb. bir ortam olduğunun belirtisel göstergeleridir. Sağ tarafta

sandalyede oturan ikinci vatandaşın görüntüsel göstergesinde sağ elini havada parmakları birleşik tokat şeklinde yan olarak uzatması, sol elinin masada yumruk şeklinde durması ve masada oluşturduğu biçim “sınırlendiğinin ve tepkili olduğunun belirtisel göstergeleridir. Düz anlamda gazete okuyan vatandaşın okuduklarına tepkili olduğunu görmekteyiz. Yan anlamda ise, artarda yapılan zamlara vatandaşın büyük tepki göstermesi şeklinde okunabilir.

Çıkarım: Ardı ardına gelen zamlara halkın büyük bir tepki duyduğu karikatürde resmedilmiştir. Vatandaşın zam yapılan ürünlerle ilgili ihtiyaçlarını farklı ürünlerden karşılamalarının ve zamdan kaçmalarının imkânsızlığı dile getirilmiştir. Karikatürde özetle, iktidarın sürekli yaptığı zamlar halkın yaşam kalitesini düşürdüğü, sabır sınırlarını zorladığı vurgulanmaktadır.



Şekil 3.26. Aradığınız Vergiye Şuan Ulaşamıyor (27 Ekim 2011)

Açıklama: Gölcük Depremi'nin ardından halktan toplanmaya başlanan ve tahmini 40 milyar liraya ulaşan deprem vergisinin akıbeti Van Depremi ile tekrar sorgulanmaya başlanmıştır. Konu ile ilgili Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı, Maliye Bakanlığı ve Gelir Vergisi Daire Başkanlığı'ndan hiçbir cevap alınamamıştır. Vergiler Gölcük

Depremi ile birlikte geçici olarak getirilmiş, daha sonra ÖTV olarak kalıcı hale getirilmiştir.

Gösterge: Deprem yardım paketi karikatürü

Gösteren: İki adam, yığılmış koliler, Van yardım paketi

Gösterilen: Deprem için toplanan vergilerin akıbetinin belirsizliği

Analiz: Görüntüsel göstergelerin üzerinde bulunan takım elbise, resmiyetin bir simgesidir. Buradan hareketle görüntüsel göstergelerin resmi görevliler olduğunu söyleyebiliyoruz. Sağ taraftaki resmi görevlinin sol elinin arkada, sağ elinin duruşunun sözel görüntüsel gösterge ile ilişkisinden yönlendirici yapısı, kişiyi “sorumlu kişi” olarak betimlemektedir. Sol tarafta elinde “Van yardım paketi” bulunan görüntüsel göstergenin sol ayağının hareket tarzı paketi taşıdığını söyleyen bir belirtisel göstergedir. Görüntüsel göstergelerin gölge yapısı “gece” olduğuna bir göndermedir. Gece, gizliliğin, sessizliğin simgesidir. Yardım paketi bir simge olarak Van’daki vatandaşların yardıma ihtiyaçları olduğunu belirtmektedir. Sözel görüntüsel göstergede yer alan ifade, yığın halinde bulunan kolilerin deprem vergileri olduğunun belirtisel göstergesidir. Düz anlamda, yardım paketini taşıyan görevli ve onu nereye koyması gerektiğini gösteren sorumlu kişi olarak okuma yapılabilir. Yan anlamda, doğal afetler için verilen vergilerin, afetzedelere gitmesi gerekirken farklı amaçlar için başka yere gittiği söylenmektedir.

Çıkarım: Gölcük Depremi ile toplanmaya başlanan deprem vergileri, Van’da meydana gelen deprem sonrasında Van halkının ihtiyaçlarının karşılanmasında yaşanan sıkıntılar sonrasında gündeme getirilmiştir. 40 milyar liraya ulaşan vergilerin kullanılması gereken zamanlarda kullanılmaması, vergilerin akıbeti noktasında soru işaretleri doğurmuştur. Karikatürde yığın halinde bulunan koliler birikmiş olan vergilerin göstergesidir. Bunun Ankara’ya gidecek deprem vergileri olarak nitelendirilmesi de vergilerin hükümet tarafından harcadığının ifadesidir. Karikatürdeki olayın gece yaşanması olayın gizli saklı tutulduğuna göndermedir.



Şekil 3.27. Doğal Afet Polisi (17 Kasım 2011)

Açıklama: Van'da kış aylarında meydana gelen deprem sonrasında eksi 15 derecede yaşamaya çalışan Vanlı depremzedelerde 6 yaşındaki Deniz Olgun kaldığı naylon çadırda zatürreden öldü. Van'da polis hükümeti ve valiyi protesto eden depremzedelere biber gazı ve coplarla saldırdı.

Gösterge: Polis şiddeti karikatürü

Gösteren: Elinde copla iki polis, kar, vatandaş

Gösterilen: Depremzedelere uygulanan polis şiddeti

Analiz: Mavi renk elbise, kask, cop, belin sağ tarafına silah, bot ve en önemlisi göğsünün solunda bulunan arma gibi taşınan nesnelere her biri birer simge olarak emniyet güçlerini temsil etmektedir. Bu simgelerden hareketle soldaki kişiler, polisin görüntüsel göstergesidir. Eldeki cop, gücün ve şiddetin belirtisel göstergesidir. Polislerin görüntüsel göstergesinde kask altında çehresinin resmedilişi "acımasızlığın" belirtisel göstergesidir. Yerde yatan vatandaşın görüntüsel göstergesidir. Sağ elini kaldırması kendini korumak istemesinin belirtisel göstergesidir. Vatandaşın görüntüsel göstergesinde yüzdeki morluklar şiddet gördüğünün görüntüsel göstergesidir. Kar kış

ayının ve soğuk havaların simgesidir. Karikatürde düz ve yan anlam farklılığı yoktur. Her ikisinde de polis tarafından bir vatandaşın şiddet gördüğü okunmaktadır.

Çıkarım: İronik bir karikatür ile karikatürist polis şiddetini eleştirmektedir. Vatandaşın “AAAH! Ayaklarıma da vurun abiler... Ayaklarım da çok üşüdü” ifadesi ile acıyı ve üşümeyi dile getirmektedir. Devletin görevi halkı korumak, refah seviyesini yükseltmektir. Zor durumdaki halka, zorluklarını dile getirdikleri için şiddet uygulamanın yanlışlığını, eylemi kar üstünde iki polis tarafından şiddetle dövülen vatandaş üzerinden anlatmaktadır.



Şekil 3.28. Atama İzindeyiz Atam (24 Kasım 2011)

Açıklama: Hükümet'in verdiği 24 atama yapılacak sözünü 24 Kasım Öğretmenler Günü'nde hatırlatan atanamayan öğretmenler, hükümetin sözünü tutmasını istedi.

Gösterge: Öğretmen karikatürü

Gösteren: Adam, çocuk, ağaç, Türk Bayrağı, bina

Gösterilen: Atanamayan öğretmenlerin mağduriyeti ve meslek özlemi

Analiz: Ağaç olduğunu bildiğimiz nesnenin görüntüsel göstergesi ve yerdeki yaprakların görüntüsel göstergesi birlikte düşünüldüğünde ağacın yaprak döktüğü

anlaşılmaktadır. Ağaçların yaprak dökmesi, sonbahar ayının belirtisel göstergesidir. Çocuğun görüntüsel göstergesinde sırtındaki çanta, boynundaki yakalık, mavi önlük öğrenci olduğunun belirtisel göstergeleri ve simgeleridir. Adamın görüntüsel göstergesi ve sözel görüntüsel göstergede yer alan ifade adamın atanamayan öğretmen olduğunun belirtisel göstergesidir. Adamanın görüntüsel göstergesinde eliyle, görüntüsel göstergesinden öğrenci olduğunu bildiğimiz çocuğun başını okşaması “özlem duyduğunun” belirtileridir. Atanamayan öğretmenin çehresi, sonbahar ayı, öğrenciye yönelik eylemi, karamsarlığın belirtileridir. Türk Bayrağı, kutsallığın, kamu kurumunun simgesidir. Bina önünde Türk Bayrağı, diğer görüntüsel göstergelerle birlikte ele alındığında “okulun” görüntüsel göstergeleridir. Düz anlamda öğrencinin başını okşayan öğretmen şeklinde okunmaktadır. Yan anlamda atanamayan öğretmenlerin mesleklerini yapmaya duydukları özlem anlatılmaktadır.

Çıkarım: Atanamayan öğretmenlerin ruh halleri, karikatürde sonbahar mevsiminden hareketle metaforik bir anlatımla dile getirilmiştir. Sonbahar mevsimindeki kasvet, karamsarlık atanamayan öğretmenlerin ruh hallerinin resmidir. Öğrenci ile arasındaki diyalog öğretmenin, mesleğine duyduğu özlemin ifadesidir.



Şekil 3.29 Karakolda Dayak Var Cevriyem (15 Aralık 2011)

Açıklama: Vatandaşı korumakla yükümlü polisin, bir kadını ellerini kelepçeleyerek dövdüğü görüntüler Türkiye'nin gündemine oturmuştu. İzmir Karabağlar'da Fevziye Cengiz'i karakolda dövüp, hakaret ettikleri iddiası ile haklarında "işkence ve eziyet" suçundan dava açılan polis memurları dövdükleri kadını suçlarken, kendilerini "Kafasını yere vurdu, sakinleştirdik. Tamamen yasal sınırlar içinde görevimizi yaptık." sözleriyle savundular.

Gösterge: Aile içi şiddet karikatürü

Gösteren: Kadın, erkek, ev ortamı

Gösterilen: Halkı korumakla yükümlü güvenlik güçlerinin kadına uyguladığı şiddet

Analiz: Erkek ve kadının; yerdeki halı, sağdaki koltuk, soldaki dolap ve perde gibi görüntüsel göstergelerin birbirleri ile ilişkilerinden hareketle ev ortamında olduğu söylenebilir. Kullanılan nesnelere evin içinin belirtisel göstergeleridir. Kadın ve erkeğin sözel görüntüsel göstergeden hareketle karı-koca olduklarını söyleyebiliyoruz. Adamın görüntüsel göstergesinde sağ elin tarzı ve sol ayağın hareketi kadına tokat attığının belirtisel göstergeleridir. Kadının görüntüsel göstergesinde ellerini iki yana açması teslimiyetin ve korumasızlığın, yüzünde sağ ve sol yanağında, gözaltlarındaki morluklar kocası tarafından şiddet gördüğünün belirtisel göstergeleridir. Kadının sözel görüntüsel göstergesi kendisini korumak için kocasından daha güçlü bir otoriteye sığınma ihtiyacının ifadesidir. Düz anlamda, kadının kocası tarafından şiddete maruz kaldığı şeklinde okunabilir. Yan anlam ise, kadına yönelik şiddetin her yerde ve herkes tarafından uygulandığı, "şiddetin şiddetle" engellenmesi gibi dramatik bir bakış açısıyla sunulmaktadır.

Çıkarım: Polisin temel vazifesinin vatandaşın güvenliğini sağlamak olduğu gerçekliğinden hareket edersek, karikatürist kadına yönelik polis şiddetini, şiddetle eleştirmiştir. Kadına yönelik şiddetin arttığı ülkemizde, kadınları korumakla yükümlü polislerin kadınlar için tehlike arz etmesinin sakıncalarını dile getirmektedir. Karikatürist, "ben eşimi dövdürtmem gerekirse ben döverim" bilincinin topluma ekilmesinin ne kadar tehlikeli olduğunu, kadının şiddet görmesini şiddetle engelleyerek somutlaştırmaya çalışmaktadır. Karikatürist aynı zamanda kadını şiddet uygulanması gereken bir canlı gibi göstererek, toplumsal bir bilinç sorgulaması yapmaktadır.



Şekil 3.30. Sekiz Kat Kat (22 Aralık 2011)

Açıklama: Yoksulluk sınırı araştırmalarına göre, çalışan tek kişinin yoksulluk sınırı 1607 lira olarak hesaplanırken, ülkemiz nüfusunun %16.9'nun yoksulluk sınırının altında yaşadığı, en yoksul %20 ile en zengin %20 arasındaki gelir farkının 8 kat olduğu açıklandı.

Gösterge: Asansör karikatürü

Gösteren: İki adam, asansör

Gösterilen: Yoksul ile zengin arasındaki uçurumun temsiliyeti

Analiz: Vatandaşların içinde buldukları ortam, görüntüsel göstergedeki hareketle bir asansörün içidir. Solda yer alan tuşlar, arkadaki ayna asansörde olduklarının belirtisel göstergesidir. Soldaki adamın görüntüsel göstergesinde kullanılan kıyafetler ve sözel görüntüsel göstergesindeki ifadeler kat görevlisi olduğunun belirtisel göstergeleridir. Kat görevlisinin giyim-kuşamı lüks bir otelden bahsetmemizi sağlayacak bir belirtisel gösterge sayılabilir. Sağdaki adam yoksul bir vatandaşın görüntüsel göstergesidir. Bu bilgiye vatandaşın görüntüsel göstergesinde yer alan sol ayakkabısının yırtıklığından çıkmış ayak parmağı ve yamalı pantolondan ulaşabiliyoruz. Sözel göstergelerdeki 8.

Kat vurgusu yoksul-zengin arasındaki uçurumun simgesidir. Sağdaki adam yoksulluğun temsili iken, 8. Katta oturan Arif Bey zenginlerin temsilidir. Düz anlamda asansörde yukarı katlara çıkan iki adama işaret edilmektedir. Yan anlamda ise yoksul-zengin arasında artan uçurum sonucunda yoksulluk sınırının altında kalanlar için yaşamı devam ettirip, ettirememe psikolojisi anlatılmaktadır.

Çıkarım: Karikatürist “8” rakamını metaforik bir anlatım için kullanmıştır. Karikatürde 8. Kat zengin-yoksul arasındaki uçurumun ifadesi olmasının yanı sıra, bu uçurum simgesi olan 8 rakamı kimisi için lüks içinde yaşam anlamına gelirken kimisi için de yaşamın sonu olabilmektedir. Bunu da yoksul vatandaşın “Sekizinci kata çıkıcam... Atlıycam!” söyleminden görebilmekteyiz.



Şekil 3.31. Gece Tarifesi (29 Aralık 2011)

Açıklama: Gece yarısı oy birliğiyle değiştirilen kanunla milletvekillerinin emekli maaşlarına önemli oranda artış yapıldı. 5 bin 300 lira civarında emekli maaşı alan vekillerin emekli maaşları 7 bin 750 liraya çıkarıldı. Buna göre en az 2 yıl vekillik yapanların yaklaşık 8 bin TL emekli maaşı alması karara bağlandı.

Gösterge: Milletvekili karikatürü

Gösteren: Milletvekilleri, TBMM, ay

Gösterilen: Halk temsilcilerinin çıkarları söz konusu olunca birliktelikleri

Analiz: Konu itibariyle yer için verilen görüntüsel göstergenin Türkiye Büyük Millet Meclisi olduğu söylenebilir. Yine konu itibariyle 4 kişi milletvekillerinin görüntüsel göstergeleridir. Milletvekillerinin görüntüsel göstergelerinde çehrelerin biçimi mutluluk (sağdan ilk kişi), sinsilik (sağdan ikinci kişi), sevinç (sağdan üçüncü kişi) ve memnuniyetin (soldan birinci kişi) belirtisel göstergeleridir. Ay, gecenin simgesidir. Gece ise gizliliğin simgesidir. Düz anlamda milletvekillerinin keyifli bir sohbet içinde oldukları okunmaktadır. Yan anlamda ise, milletvekillerinin çıkarları söz konusu olunca tüm politik farklılıkların ortadan kalktığına bir göndermedir.

Çıkarım: Fransa'da soykırım yasasının tartışıldığı günde, bir gece vakti milletvekillerinin kendi geleceklerini refaha almak için sinsice karar almaları, milletvekillerinin üyesi oldukları siyasi grupların politikalarından kaynaklanan farklılıkların çıkarlar noktasında ortadan kalkması eleştirilmektedir



Şekil 3.32. Kaza Bombası (05 Ocak 2012)

Açıklama: Şırnak'ın Uludere ilçesi kırsalında Türk Silahlı Kuvvetleri'ne ait savaş uçaklarının bombardımanı sonucu, sınır kaçakçılığı yapan 35 köylü PKK'lı sanılarak öldürüldü.

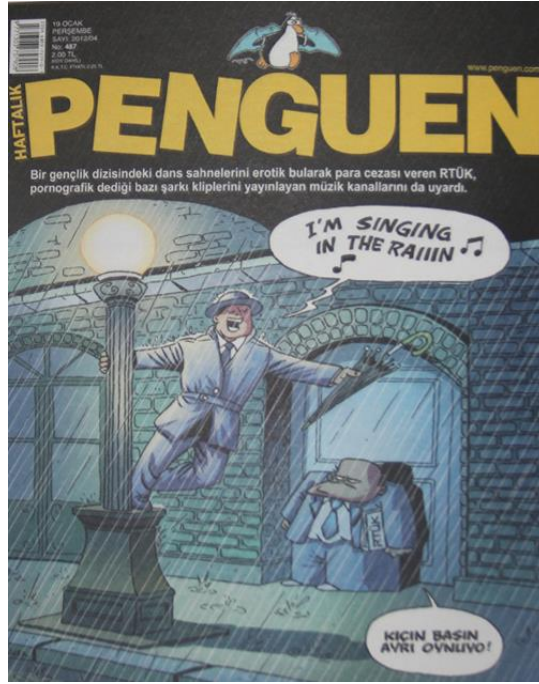
Gösterge: Vatandaş karikatürü

Gösteren: Vatandaşlar, kimlik, bomba, eşek ya da katır, kar

Gösterilen: Devletin kendi vatandaşlarını bombaladığı

Analiz: Yerdeki kar, kış mevsiminin belirtisel göstergesidir. Konu ile görüntüsel göstergelerin ilişkisinden hareketle kişilerin vatandaş olduğu söylenebilir. Arkada bir vatandaşın elinde bulunan eşek ya da katır kaçakçılık yapıldığının belirtisel göstergesidir. Ön kısımda sağda duran vatandaşın elinde tuttuğu Türkiye Cumhuriyeti kimliğidir. Kimlik, aidiyetliğin simgesidir. Vatandaşın elinde tutması Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olduğunun belirtisel göstergesidir. Havadan gelen nesne bombanın görüntüsel göstergesidir. Bombanın görüntüsel göstergesi ile vatandaşın görüntüsel göstergesi arasındaki ilişki çaresizliğe işaret etmektedir. Düz anlamda vatandaşa yönelen bomba şeklinde okunmaktadır. Yan anlamda ise devletin, korumakla yükümlü olduğu vatandaşlarını bombalaması şeklinde okunabilir.

Çıkarım: Uludere ilçesinde 35 kişinin ölmesi ile sonuçlanan olayda karikatürist, PKK'lı sanıldığı için öldürülmelerini "T.C. vatandaşı" vurgusu yaparak eleştiriyor. Bomba düşerken 35 kişinin yaşadığı psikolojiyi "çaresizlik" kavramı ile özetlemeye çalışmaktadır. Bu çaresizliği, karikatürde vatandaşın "Ne bileyim, ne yapayım" sorularında ortaya koymaktadır.



Şekil 3.33. Neye Baksak Seks (19 Ocak 2012)

Açıklama: Kamuoyunda büyük ilgi ile izlenen dizileri müstehcen bularak cezalar yağdıran Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK), pornografik dediği bazı şarkı kliplerini yayınlayan müzik kanallarını da uyardı.

Gösterge: Şarkı söyleyen adam karikatürü

Gösteren: Gene Kelly, yağmurlu hava, gece, şemsiye, RTÜK görevlisi

Gösterilen: RTÜK'ün yasaklamalarda, yayınlara bakış açısı

Analiz: Sokak lambasının görüntüsel göstergesine tutunmuş kişinin görüntüsel göstergesinin daha önceki bilgilerden hareketle Gene Kelly isimli sanatçı olduğunu biliyoruz. Gene Kelly, "I'm singing in the rain" (1951 yapımı, Gene Kelly'nin yönettiği ünlü bir müzikal) şarkısını söylemektedir. Gene Kelly'nin görüntüsel göstergesinde müstehcen sayılacak herhangi bir simge ve belirti yoktur. Gene Kelly'nin sokak lambasına tutulmuş şekilde şarkı söylemesi mutlu olduğunun belirtisel göstergesidir. Diğer kişinin sol koltuk altında tuttuğu RTÜK yazan dosya görevli olduğunun belirtisel göstergesidir. RTÜK görevlisinin görüntüsel göstergesinde çehre rahatsız olduğunun belirtisini vermektedir. Düz anlamda, yağmurlu havada bir kişi şarkı söylemektedir.

Yan anlamda, yasaklamaya uygun kusurlu davranışlar arama çabası içinde olan RTÜK görevlisinin olaya bakış açısının sığılı anlatılmaktadır.

Çıkarım: RTÜK'ün vermiş olduğu cezalar ve uyarıların gerekçesi (müstehtecen içerikli olması) eleştirilmiştir. Karikatürist burada RTÜK'ün sudan sebeplerle yayın hakkını engellediğini vurgulamaktadır. RTÜK görevlisinin “Kıçın başın ayrı oynuyor” ifadesi ile bu mesajını desteklemektedir.



Şekil 3.34. Yargıtayyip, Danıştayyip, Sayıştayyip (15 Şubat 2012)

Açıklama: Kritik devlet görevlerini yapan çok üst düzey kamu görevlileri hakkında soruşturma açılması, başbakanın yazılı iznine tabi tutulmak istendi. Adalet Bakanı Sadullah Ergin, “MİT’in üst düzey yöneticilerinin özel yetkili savcı tarafından ‘şüpheli’ sıfatıyla ifadeye çağrılmasının ardından, Mecliste yapılacak düzenlemeyle üst düzey devlet görevlilerinin ifadeye çağrılması, Başbakan’ın iznine bağlı olacak” dedi.

Gösterge: Başbakan Erdoğan karikatürü

Gösteren: Başbakan Erdoğan, bir adam, bank, ağaç

Gösterilen: İktidar partisi üyeleri ve üst düzey devlet görevlilerinin sınırsız özgürlükleri

Analiz: Bankta ağacın altında oturan iki kişiden sol taraftakinin Başbakan Erdoğan'ın görüntüsel göstergesi olduğunu biliyoruz. Sağ taraftaki kişi ise sıradan bir vatandaşın görüntüsel göstergesidir. Ağaç ve bank, yeşil oturma alanlarının birleşik simgeleridirler. Başbakan Erdoğan'ın üst kısmında yer alan sözel görüntüsel göstergesindeki ifadeler hükümetin bağımsızlık alanlarının belirtisel göstergesidir. Sağ taraftaki vatandaşın boynundaki atkının pembe olması bir cinsiyet ayrımına göndermedir. Pembe renk kültürel yapıda genellikle kadın kimliği tarafından tercih edilen bir renktir. Vatandaş burada homoseksüel olarak betimlenmiştir. Başbakan Erdoğan ve vatandaşın görüntüsel göstergelerinde çehrelerinin biçimleri mutlu olduklarının, birbirlerinden hoşlandıklarının belirtisel göstergesidir. Başbakan Erdoğan'ın altta verilen sözel göstergesindeki ifade ile vatandaşın sözel göstergesindeki ifade arasındaki ilişki bu durumu desteklemektedir. Düz anlamda Başbakan Erdoğan bir bankta vatandaş ile sohbet ediyor şeklinde okunmaktadır. Yan anlamda İktidar lideri ve üyelerinin ve üst düzey devlet görevlilerinin her türlü eylemde sınırsız özgüluğe sahip olduklarının özeti şeklinde okunabilir.

Çıkarım: Karikatürist cinsel bir içerik kullanarak Başbakan Erdoğan'ı bir homoseksüel olarak tanımlamıştır. Bunu yapmasındaki amaç, eylemlerde sınırsız özgürlüğe vurgudur. Çünkü bilindiği gibi ülkemizde homoseksüellik kabul gören bir cinsel tercih değildir. Kültürel olarak yıkılamamış tabulardan biri olarak katı toplumsal kurallarla baskılanmıştır. Böyle kesin çizgileri olan bir durumun tercih edilmesi, karikatürist açısından eylemde sınırsız özgürlük tanımını en iyi anlatabileceği metaforlardan biridir.



Şekil 3.35. Dünyanın En Hızlı Onay Veren Kovboyu (23 Şubat 2012)

Açıklama: MİT Kanunu'nda değişiklik yapan teklif, Melis'te kabul edildi. Teklif onay için Köşk'e gönderildi. Cumhurbaşkanı Abdullah Gül yaklaşık 4 saat sonra yasayı onayladı. Yasayla, terör suçları dahil MİT mensuplarıyla ilgili soruşturmalarda başbakanın izni şartı getirildi. Abdullah Gül, Cumhurbaşkanı seçildiği günden bu yana birçok yasa onayladı. Ancak 4 saat içerisinde imza attığı ilk yasası MİT'le ilgili düzenleme oldu.

Gösterge: Cumhurbaşkanı karikatürü

Gösteren: Cumhurbaşkanı, başbakan, kalem, masa

Gösterilen: Yasa değişikliklerinin Cumhurbaşkanı tarafından incelenmeden onaylandığı

Analiz: Görüntüsel göstergeler Cumhurbaşkanı Abdullah Gül ve Başbakan Erdoğan'a aittir. Cumhurbaşkanı Gül'ün ve Başbakan Erdoğan'ın görüntüsel göstergesinde ağızlarının açık olması, gözlerinin büyümesi "şaşkınlığın" belirtisel göstergesidir. Masanın üzerinde beyaz şerit ve üzerindeki siyah çizgiler masanın üstünden hızlı bir şey geçtiğinin belirtisel göstergesidir. Cumhurbaşkanı Gül'ün "attım attım" ifadesi ve kalem imzanın belirtisel göstergesidir. Düz anlamda Cumhurbaşkanı ve Başbakan masadan

geçen şeyi görememişlerdir ve şaşkınlık içindedirler. Yan anlamda ise Cumhurbaşkanı'nın MİT Kanunu'nu incelemeyi önüne geldiği gibi onaylaması eleştirilmiştir.

Çıkarım: Cumhurbaşkanı'nın Kanunları onaylama görevi, Cumhurbaşkanı'nın kanun teklifleri üzerine gerekli incelemeyi yaptıktan sonra kanun teklifine onay vermesi ya da onaylamama işlemini yapmasını ifade etmektedir. Karikatürist, MİT Kanunu'nda yapılan değişikliklerin 4 saat gibi kısa bir sürede onaylanmasının toplumda yarattığı şaşkınlığı eylemin birinci derece faillerinin şaşkınlıkları ile anlatmaktadır. Aynı zamanda Cumhurbaşkanı'nın bu görevi layıkıyla yerine getirip getiremediği konusunda bir soru işareti yaratmaktadır.



Şekil 3.36. Dört Dörtlük Değişim (01 Mart 2012)

Açıklama: Kamuoyunda 4+4+4 olarak bilinen ve zorunlu eğitimi kademeli olarak 12 yıla çıkararak kanun teklifi yine değişti. Çok eleştirilen sistemin, 8+4 gibi olması teklif edilirken, 4+4+4 kesintili eğitimden de tam anlamıyla vazgeçilmemesi istendi.

Gösterge: Başbakan Erdoğan karikatürü

Gösteren: Öğrenciler, Başbakan Erdoğan

Gösterilen: Sürekli değişen eğitim sisteminin yarattığı kafa karışıklığı

Analiz: Beyaz yakalık ve mavi önlük ilkokul öğrencilerinin simgesidir. Sol taraftaki çocukların taşıdıkları simgeler, öğrenci olduklarının belirtisel göstergeleridir. Öğrencilerin görüntüsel göstergelerinde yüzlerindeki ifade ve sözel göstergelerindeki ifadeler birlikte ele alındığında “kafa karışıklığına” vurgu yapmaktadır. Sağ tarafta Başbakan Erdoğan’ın görüntüsel göstergesi yer almaktadır. Görüntüsel göstergesinde kaşların çatıklığı, iki yanda ellerini aşağıya doğru bedenine dik yumruk yapması “sinirli olduğunun” belirtisel göstergesidir. Düz anlamda öğrencilerin Başbakan Erdoğan ile konuştukları anlaşılabilir. Yan anlamda ise öğrencilerin eğitim sisteminde sık sık yapılan değişikliklerle yaşadıkları kafa karışıklığına dair soruların geçiştirilmesi, iktidarın yaptıkları değişikliklere dair sorulara cevap üretememeleri ifade edilmektedir.

Çıkarım: Eğitim sisteminde yapılan sürekli değişimler öğrencilerde kafa karışıklığına yol açmaktadır. Karikatürde öğrencilerin, “Biz bu eğitim reformunu anlayamadık, şimdi biz kaç kade okuyoruz?” sorusu kafa karışıklığının en önemli göstergesidir. Başbakan Erdoğan, eğitim sisteminde gerçekleştirdikleri değişikliklerin sorgulanmasını dahi istememektedir. Karikatürçü, “Tablet Dağıttık Ya Len” ifadesiyle durumu somutlaştırmaktadır. Bunun yanı sıra öğrencilerin sorusuna Başbakan Erdoğan’ın cevap üretememesi üzerinden, yeni eğitim sisteminin neyi ifade ettiği, getirilerini ne olacağını konusunda iktidarı “bilinçsizlik” kavramı ile eleştirmektedir.



Şekil 3.37. Benzam (05 Nisan 2012)

Açıklama: Benzine son bir ayda tam üç kez zam yapıldı. Yapılan son zamlarla birlikte 95 oktan kurşunsuz benzinin litre fiyatı 4,70 liraya yükseldi. Üç hafta üst üste yapılan benzin zamlarından sonra, elektrik ve doğalgaza da zam yapıldı. Mart ayında yapılan bu zamlarla bir ailenin enerji tasarrufuna 94 liralık ek yük bindi.

Gösterge: Benzin istasyonu karikatürü

Gösteren: İki adam, benzin istasyonu

Gösterilen: Sürekli yapılan zamların halka ağır yansımaları

Analiz: Solda duran adamın görüntüsel göstergesinde giydiği tulum, elinde bulunan pompa, adamın petrol ofisinde çalışan işçi olduğunu söylemektedir. Adamın görüntüsel göstergesinin arkasında duran nesnenin pompaları petrol ofisini simgelemektedir. Petrol ofisi çalışanınin çehresinde şaşkınlığın belirtisel göstergesi vardır. Sağ taraftaki adamın görüntüsel göstergesinde arkasını petrol ofisi çalışanına dönük, eğilmiş vaziyette ve sözel görüntüsel göstergesindeki ifadesi petrol ofisi çalışanınin şaşkınlığının temel nedenidir. Düz anlamda petrol ofisinde elinde pompa bulunan bir çalışan ve eğilmiş

vaziyette bir kişinin olduğu görülmektedir. Yan anlamda ise, yapılan zamların, halkı telafisi zor şartlara sürüklediği ifade edilmektedir.

Çıkarım: Karikatürist ardı ardına yapılan zamları bel altı ifade ile sert bir dille eleştirmiştir. Zamlarla, “ırza geçmek” kavramı arasında ilişki kurmaktadır. Karikatürde pompa zamların ifadesidir. Vatandaşın duruşu mağdur edildiklerinin ifadesidir.



Şekil 3.38. Sanat Bizim İşimiz (19 Nisan 2012)

Açıklama: Yönetmelikte yapılan değişiklikle Şehir Tiyatroları'yla ilgili sanatsal kararların, bürokratların çoğunlukta olduğu yeni Yönetim Kurulu tarafından alınmasının önü açılmış oldu.

Gösterge: Tiyatro karikatürü

Gösteren: Hoşgeldin Godot pankartı, karşılama ekibi

Gösterilen: Resmi müdahalelerin sanattaki estetik yapıyı ortadan kaldırması

Analiz: “Hoş geldin Godot” pankartı beklenen biri olduğunun belirtisel göstergesidir. Pankartın görüntüsel göstergesinin altında duran kişilerin görüntüsel göstergelerinde takım elbiseli olmaları resmiyetin belirtisel göstergesidir. Toplumsal yaşamdaki deneyimlerimizden hareketle pankartın görüntüsel göstergesindeki ifade ile çoğunluğun

görüntüsel göstergesi arasındaki ilişki bir karşılaşmanın gerçekleşeceğini belirtisel göstergeleridir. Düz anlamda Godot isimli birini bekledikleri okunmaktadır. Yan anlamsal okumada, Samuel Beckett'ın "Godot'u beklerken" isimli tiyatro oyunundan hareketle, iktidarın sanat anlayışındaki bilgisizliğine bir göndermedir. Öte yandan sanata resmi müdahalelerin sanattaki estetik yapıyı ortadan kaldırdığı anlatılmaktadır.

Çıkarım: Karikatürist, Şehir Tiyatroları ile ilgili alınan kararı, temsili Yönetim Kurulu'nu komik durumda göstererek eleştirmektedir. "Hoş geldin Godot" pankartı bu alaycı yaklaşımın temelini oluşturmaktadır. Samuel Beckett'ın "Godot'u Beklerken" isimli tiyatro oyunundan hareketle iktidarın sanata müdahalesinin cahilce olduğunu söylemektedir.

SONUÇ

Türkiye tarihinin her döneminde halkın yaşadığı politik, ekonomik ve toplumsal sorunlar dönemleri içerisinde hep mizahın penceresinde kendisine yer bulmuştur. Bu kapsamda bu sorunlarla mücadelede mizahın bir türü olan karikatür etkili bir silah olmuştur. Diyojen ile birlikte Türk basınında yerini alan karikatür, daha sonraki dönemlerde toplumsal yapının demokratikleşmesi noktasında önemli bir misyon üstlenmiştir. Karikatür doğası gereği halkın, haklının, ezilenin ve sömürülenin yanında yer almış, siyasal iktidarlara karşı mücadele etmiştir. Bu amacı yerine getirirken, gülmeceyi bir araç olarak kullanmıştır. Kısaca denilebilir ki, karikatür gülmeceyi içinde barındıran, onu araç olarak kullanan bir muhalefet aracıdır.

Karikatür yapısı gereği iktidarlar tarafından hep tehdit olarak algılanmıştır. Öyle ki Türkiye tarihinin neredeyse her döneminde, iktidarlar tarafından yasaklarla, cezalandırmalarla, baskılarla karşı karşıya kalmıştır. Tüm bunlara rağmen karikatürve karikatürcüler baskı dönemlerinde söz söylemenin güçlüğünü yenebilen araçlar ve kişiler olmuşlardır. Tarih içinde karikatürün tarzı değişmiş olsa bile, özündeki muhalif karakter hiçbir zaman değişmemiştir. İstibdat döneminde Abdulhamit'in baskıcı uygulamasına karşı, karikatür eleştirel ve muhalif kimliği ile mücadele etmiştir. Milli mücadele döneminde karikatür bir silah, karikatürcüler ise birer savaşçı gibi ülke savunmasında rol oynamışlardır. Tek parti iktidarının uygulamalarına karşılık çok partili daha demokratik bir düzen mücadelesi karikatür aracılığıyla yerine getirilmiştir. Antidemokratik uygulamaların ve baskının had safhada hissedildiği darbe dönemlerinde bile, mizah dergileri, karikatür ve karikatürcüler önemli sınavlar vermiş, halkın sesi olmuşlardır.

Zamanla teknolojik alandaki gelişmeler karikatür açısından olumlu ve olumsuz sayılabilecek gelişmeleri beraberinde getirmiştir. Baskı teknolojilerindeki gelişmeler karikatürün daha hızlı yayılmasını sağlamıştır. Ancak diğer taraftan kitle iletişim araçlarının özellikle televizyon ve gazetelerin tek bir kişinin ya da grubun yönetimine girmesi, bu azınlığın iktidardaki söz hakkını güçlendirmiştir. Karikatür dergileri böyle bir süreçte yaşamlarını devam ettirebilmek için tiraj kaygısına düşmüş; içeriklerini muhalif ve eleştirel kimliklerinden soyutlanarak oluşturmaya başlamışlardır. Magazinleşmeye başlayan içerikler, karikatürün içeriğini boşaltmıştır. Bu konuda MEME

adlı mizah dergisinin yayın politikasında iddiasının olmadığını belirtmesi ve kendini kişiliksiz olarak tanımlaması karikatürün içinin boşaltıldığının en güzel örneğidir. Hatta birçok karikatürist geçimlerini gazetelerde sürdürmeye çalışmış; içinde yer aldıkları gazetenin yayın politikasının dışına çıkamamıştır. Karikatür muhalif kimliğine, Gırgır ile başlayıp, Limon, Leman, Uykusuz ve Penguen gibi önemli karikatür dergileri ile yeniden ulaşmıştır.

Gırgır ile aydın kesimin egemenliğinden kurtularak gençlerle buluşan karikatür, eleştirel doğasına Limon ile tekrar kavuşmuştur. Bu süreçte her ne kadar televizyonda yer alan programlar (Reyting Hamdi, Yasemince, Olacak O Kadar vb.) toplumun mizah ihtiyacını karşılayarak, karikatür dergilerinin tirajlarını düşürse de, karikatürcüler, bölünerek ve tekrar birleşerek farklı isimlerde tekrar okuyucunun karşısına çıkmışlardır. Egemen medyanın ve iktidarın karşısında, Penguen, Uykusuz vb. gibi günümüz karikatürleri muhalefet işlevini devam ettirmektedirler. Mizahın yeni rotası belirlenmiştir. Böylece mizah, medyanın tahakkümü altında olmayanların seslerini duyurabildikleri alternatif bir medya ortamı olmuştur.

Karikatürün yaşadığı dönüşümde 1960'larda medyanın tartışılan güçlü etkileri önemli rol oynamıştır. Kitle iletişim araçlarının güçlü etkileri, kullanıcılarda düşünce ve tutum değişikliğinin yaratılmasına olanak sağlayınca üretim araçlarına sahip olan egemen ve seçkin grup üyeleri medya içeriklerine büyük ilgi duymaya başlamışlardır. Yaylagül (2010: 19)'ün ifadesiyle, kapitalizmin gelişmesi ile birlikte ortaya çıkan kitlesel üretim ve kalabalık yığınların egemen seçkinlerde yarattığı endişe ve kaygı, egemenleri, kitleleri kontrol altına alma ve yönlendirme amacıyla kitle iletişim araçlarına yönlendirmiştir.

1960'larda kitle iletişim araştırmalarında, güçlü etkilere geri dönülmesi çağrısında bulunulmuştur. Davranışçı paradigma içinde iki önemli yaklaşım güçlü etkilere geri dönüşün öncülüğünü yapmıştır. Bunlardan birincisi Elisabeth Noelle-Neumann tarafından geliştirilen "Suskunluk Sarmalı Kuramı", diğeri ise McCombs ve Shaw tarafından geliştirilen "Gündem Belirleme Kuramı"dır (İrvan, 1997: 63-64). Suskunluk Sarmalı ile medyada toplumda egemen olması gereken düşünce işlenirken, Gündem Belirleme Kuramı ile toplumun hangi konulara önem vereceği işlenmektedir. İnsanlar medyanın kurmuş olduğu gündem sayesinde olayların hangi önemde olduklarını

öğrenmektedirler. Gündem Belirleme Kuramı, “medya insanlara ne düşüneceklerini söylemede başarılı olmasa da ne hakkında düşüneceklerini söylemede oldukça başarılıdır” varsayımı üzerine inşa edilmiştir. Shaw ve McCombs’un bu konuda gerçekleştirdikleri Chapel Hill ve Charlotte kasabası araştırmaları, Ray Funkhouser’ın çalışması, Iyengar, Kinder ve Wanta’nın laboratuvar deneyleri, Erbring, Golden ve Miller’in medya ve kamu gündemi çalışmaları ve çok sayıda araştırmacının çalışmaları medyada sıklıkla ele alınan konuların kamuoyunun da gündeminde önemli bir yere sahip olduğu sonuçlarını vermiştir. Özetle, medya gündemi kamu gündemini belirlemektedir. Hatta ikinci derece Gündem Belirleme Kuramı ile toplumun hangi konu hakkında nasıl düşüneceğini medyanın belirleyebileceği iddiası ortaya atılmıştır. Bunun anlamı, medya ve iktidar çıkarları doğrultusunda istedikleri konuları gündem maddesi haline getirerek, kamuoyunun bu konularda nasıl düşünmeleri gerektiğini belirleyebilir. Pasif ve edilgen bir kamuoyunun yaratılması, iktidarın sürdürülmesi için önem taşımaktadır. Böyle bir süreçte, halkın kitle iletişim araçlarını kullanma hakkının olmadığı, hangi konuda, ne kadar ve ne bilmesi gerektiğinin belirli çıkar grupları tarafından belirlendiği bir sistem işlemektedir. Bundan dolayıdır ki Gündem Belirleme Kuramı’na en çok ilgiyi siyasal seçkinler göstermektedir.

Bu kapsamda Türkiye gündemi de egemen medya yaklaşımından farklı oluşmamaktadır. Ama istisnai olarak kitle iletişim araçları arasında gördüğü işlev bakımından gündemi farklı amaçlar ve çıkarlar doğrultusunda oluşturan yapıların olduğu söylenebilir. Diğer bir ifadeyle, mizah dergileri mesajlarını karikatürler ile alıcılara iletmektedirler. İleti sürecinde karikatürün genel karakteristik yapısı olan eleştirel ve muhalif kimliği mesaja yansımaktadır. Çalışmada bu kimliği devam ettiren Penguen dergisinin, Türkiye gündemini egemen gruplarının çıkarlarına göre değil, yönetilen sınıfın çıkarlarına göre belirlediği ve belirlenen gündeme eleştirel yaklaşımda bulunduğu iddiası ele alınmıştır. 12 Haziran 2011 Genel Seçimleri sonrasındaki bir yıllık süreçte (09 Haziran 2011 – 07 Haziran 2012) incelenen 36 siyasal karikatür bu iddiayı desteklemiştir. Penguen dergisinin bir yıllık süreçte karikatür aracılığıyla gündem haline getirdiği konular, iktidarın söylem ve uygulamalarından kaynaklanan sosyal, ekonomik ve siyasal sorunların halka yansımalarının olumsuz olduğu bir özellik göstermektedir. Bu özelliğiyle Penguen -gündem haline getirilen konular göz önünde bulundurulduğunda- halkın yanında, iktidarın karşısında bir tavır sergilemiştir. Bundan

ötürü siyasal, sosyal, ekonomik ve hukuki alanda gerçekleştirilen söylem ve eylemlerin halka etkileri göz önünde bulundurularak gündemler, dergi kapaklarında işlenmiştir.

Penguen dergisinde bir yıllık süreçte yer alan siyasi gündem karikatürleri; “seçim vaatleri, seçim sonrasında tutuklu vekillerin serbest bırakılmaması, polis müdahaleleri, ÖSYM skandalları, terör olayları ve bunlara ilişkin iktidar söylemleri, zamlar, deprem vergilerinin duble yollara kullanılması, siyasi liderlerin toplumu etkileyecek konulardaki (Dersim olayları, tutuklu gazeteciler, gaz bombası vb.) söylemleri, dindar-tinerici gençlik tartışmaları, kadına yönelik şiddet, atanmayan öğretmenler, milletvekili emekli maaşlarına yapılan gizli zam, Uludere’de 34 vatandaşın bombalanması, MİT Yasası’nın 4 saatte onaylanması, eğitim sisteminde ardı ardına yapılan değişiklikler, şehir tiyatroları ile ilgili karar ve söylemler, iktidarın sezeryan-kürtaj söylemleri, internet yasağı” gibi konulardan hareketle çizilmiştir. Bu bağlamda denilebilir ki Penguen dergisi, halkı etkileyen siyasal, ekonomik, sosyal karar ve söylemlerden oluşan olaylardan hareketle gündemi karikatür aracılığıyla belirlemiştir.

Çalışma kapsamında karikatürler iki grupta ele alınmıştır. Bunlar; “politik liderlerin söylemlerinden oluşan gündem karikatürleri” ile “yasama ve yürütme organlarının karar ve uygulamalarından oluşan gündem karikatürleri”dir. Bu karikatürler göstergebilim yöntemiyle çözümlenerek analiz edilmiştir.

Birinci grupta yer alan 20 karikatürün konularının dağılımını Tablo 1’de görmek mümkündür.

Tablo 1. Politik Liderlerin Söylemlerinden Oluşan Gündem Karikatürlerinin Konu Dağılımları.

1	Seçim Vaatleri / 09 Haziran 2011
2	Balkon Konuşması / 16 Haziran 2011
3	Seçim Sonrası Basına Yönelik Davaların Geri Çekilmesi / 23 Haziran 2011
4	Seçim Yemin Krizi / 30 Haziran 2011
5	Terör Eylemlerine İlişkin Başbakan’ın Söylemi / 21 Temmuz 2011
6	Başbakan’ın Lüks Ev Alma Söylemi / 18 Ağustos 2011
7	Başbakan ve Kılıçdaroğlu’nun Öpme Polemiği / 22 Eylül 2011
8	Başbakan’ın Zam Söylemi / 20 Ekim 2011

Tablo 1. (Devam)

9	Maliye Bakanı Mehmet Şimşek'in Deprem Vergisi Söylemi / 03 Kasım 2011
10	Dersim Olaylarına İlişkin Polemik / 01 Aralık 2011
11	Gazetecilerin Tutuklanmasına İlişkin İçişleri Bakanının Söylemi / 12 Ocak 2012
12	Dindar-Tinerci Gençlik Söylemi / 09 Şubat 2012
13	8 Mart'ın Tatil Olması Yönünde Kanun Teklifi / 8 Mart 2012
14	Kenan Evren'in 12 Eylül Darbe Söylemi / 29 Mart 2012
15	İçişleri Bakanı İdris Naim Şahin'in Biber Gazı Söylemi / 12 Nisan 2012
16	Başbakanın Şehir Tiyatroları ile İlgili Karar Söylemi / 03 Mayıs 2012
17	Başbakanın Şehir Tiyatroları ile İlgili Karar Söylemi / 10 Mayıs 2012
18	Başbakanın Başkanlık Sistemi Söylemi / 24 Mayıs 2012
19	Başbakanın Kürtaj-Sezeryan Söylemi / 31 Mayıs 2012
20	Başbakanın Kürtaj-Sezeryan Söylemi / 07 Haziran 2012

Politik liderlerin söylemlerinden hareketle oluşturulan gündem karikatürlerinde en fazla Başbakan Erdoğan'ın söylemleri eleştirilmiştir. Bir yıllık süreçte Başbakan Erdoğan'ın 12 söylemi gündem haline getirilmiştir. Bu söylemler genelde toplumsal yapının çıkarlarına aykırı alınan kararlara ve toplumsal yapıda derin izler bırakan olaylara ilişkin ifadelerdir. Bunun dışında iktidar yapısına bağlı faaliyet gösteren bakanların söylemleri de toplumsal yapıyı tahrip edici özelliklere sahiptir. Bu kapsamda Bakan Mehmet Şimşek'in deprem vergileri ile ilgili söylemi ve Bakan İdris Naim Şahin'in tutuklu muhalif gazeteci sayısının çokluğuna rağmen özgürlük söylemi yer almaktadır. Seçim yemini krizi de yine iktidarın seçim vaatlerinin yerine getirilmemesi ile ilgili bir gündem karikatürüdür. Buradan hareketle denilebilir ki Penguen dergisi bir yılda politik liderlerin söylem ve uygulamalarında iktidarı hedef almıştır. İşlenen her konunun ekonomik, toplumsal, siyasal ve psikolojik anlamda halka olumsuz yansımalarının olduğu düşüncesinden hareketle iktidarı eleştirdiği görülmüştür.

İkinci grupta yer alan 16 karikatürün konularının dağılımını ise, Tablo 2'de görmek mümkündür.

Tablo 2. Yasama ve Yürütme Organlarının Karar ve Uygulamalarından Oluşan Gündem Karikatürlerinin Konu Dağılımı

1	ÖSYM'nin Yanlış Puan Hesaplaması / 11 Ağustos 2011
2	İnternet Yasağı / 25 Ağustos 2011
3	Zamlar / 06 Ekim 2011
4	Deprem Vergisinin Akıbeti / 27 Ekim 2011
5	Van Deprem Protestosuna Polis Müdahalesi / 17 Kasım 2011
6	Atanmayan Öğretmenler / 24 Kasım 2011
7	Kadına Karakolda Dayak/ 15 Aralık 2011
8	Yoksulluk Sınırı / 22 Aralık 2011
9	Milletvekili Emekli Maaşına Zam / 29 Aralık 2011
10	Uludere Vakası / 05 Ocak 2012
11	RTÜK'ün Kanallara Müstehcen İçerikli Yayın Yaptıkları İçin Ceza Vermesi / 19 Ocak 2012
12	Üst Düzey Kamu Görevlilerine Soruşturma Açılmasının Başbakanın İznine Tabi Tutulması / 16 Şubat 2012
13	Mit Kanunu'nun Hızlı Onayı / 23 Şubat 2012
14	4+4+4 Eğitim Sisteminin Değişmesi / 01 Mart 2012
15	Zam Kararları / 05 Nisan 2012
16	Şehir Tiyatroları ile İlgili Karar / 19 Nisan 2012

İkinci grupta ele alınan karikatürler, iktidarın yönetiminde gerçekleşen eylemlerden hareketle oluşturulan gündem karikatürleridir. Dağılım tablosu (Tablo 2) incelendiğinde genellikle halkın çıkarlarına aykırı olan konular gündem maddesi haline getirilerek eleştirilmiştir. Zamlar, internet yasağı, kadına şiddet, eğitim sisteminde değişiklikler, atanamayan öğretmenler, deprem vergisi vb. yönetilenleri ekonomik ve psikolojik yönden etkileyecek konular gündem haline getirilmiştir.

Sonuç olarak bu tez çalışmasında, mizah dergilerinden Penguen'in Türkiye gündemini halkın çıkarlarına aykırı konulardan hareketle belirlediği ve belirlenen gündeme karikatürün doğası gereği eleştirel yaklaştığı varsayımını destekleyecek bulgulara ulaşılmıştır. Özetle denilebilir ki, Penguen dergisi kapaklarında işlediği Türkiye gündemini egemen sınıfın çıkarları doğrultusunda değil, halka etkisi olan siyasal, sosyal, ekonomik konulardan seçerek belirlemekte ve Türkiye gündemini eleştirel bir yaklaşım ile ele almaktadır.

KAYNAKÇA

Kitaplar

- Alav, O. (2001). *Yerel Kitle İletişim Araçlarının Kamuoyu Oluşumuna Etkisi: Isparta Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Arık, B. (1998). *Değişen Toplum Değişen Karikatür*. İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları
- Aşlakçı, F. (2011). *Yazılı Basında Siyasi Karikatür Söylemi: 12 Haziran 2011 Genel Seçimlerinde Ulusal Gazetelerde Yer Alan Siyasi Karikatürlerin İncelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Kayseri: Erciyes Üniversitesi.
- Atabek, N. (1997). *Gündem Belirleme Modeli ve Enflasyon, Trafik ve Sosyal Güvenlik Konularındaki Gerçeklerle Medya ve Kamu Gündemlerinin Karşılaştırılması*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Atabek, N. ve Dağtaş, E. (1998). *Kamuoyu ve İletişim*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Balcıoğlu, S. ve Öngören, F. (1973). *50 Yılın Türk Mizah ve Karikatürü*. Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Balcıoğlu, S. (1983). *Cumhuriyet Dönemi Türk Karikatürü (1923-1983)*. Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Baran, E. (2009). *Süleyman Demirel Dönemi Karikatürlerinde Karşılaştırmalı Siyasi Söylem Analizi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Barthes, R. (1979). *Göstergebilim İlkeleri*. (Çev.: Berke Vardar, Mehmet Rifat). Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Bektaş, A. (2000). *Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Bergson, H. (2006). *Gülme: Komiğin Anlamı Üstüne Deneme*. (Çev.: Yaşar Avunç) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bıçakçı, İ. (1998). *İletişim ve Halkla İlişkiler*. Ankara: Mediacat Yayınları.

- Birsen, Ö. (2005). *Çok Seçenekli Medya Ortamında Kitle İletişim Araçlarının Tüketim ve Seçim Biçimi: Eskişehir Örneğinde Bir İzlerkitle Araştırması*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Bulut, S. (2011). *Sendikal Basın ve Karikatür*. Önder Barlı, Derya Tellan (Ed.). Gülmenin Arkeolojisi ve Medyada Mizah Olgusu: Ulusal İletişim Kongresi Bildiriler Kitabı (ss. 495-511) içinde. Erzurum: Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Çeviker, T. (1986). *Gelişim Sürecinde Türk Karikatürü-1: Tanzimat Dönemi (1867-1878)*. İstanbul: Adam Yayınları.
- Çeviker, T. (1988). *Gelişim Sürecinde Türk Karikatürü-2: Meşrutiyet Dönemi (1908-1918)*. İstanbul: Adam Yayınları.
- Çeviker, T. (1991). *Gelişim Sürecinde Türk Karikatürü-3: Kurtuluş Savaşı Dönemi (1918-1923)*. İstanbul: Adam Yayınları.
- Çeviker, T. (1997). *Karikatür Üzerine Yazılar*. İstanbul: İris Yayıncılık.
- Çeviker, T. (2010). *Karikatürkiye: Karikatürlerle Cumhuriyet Tarihi (1923-2008)*. İstanbul: NTV Yayınları.
- Dursun, D. (2010). *Siyaset Bilimi*. İstanbul: Beta Basın Yayım Dağıtım.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2005). *Öteki Kuram: Kitle İletişim Kuramı ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi*. 2005: Pozitif Matbaacılık.
- Erkman, F. (1987). *Göstergebilime Giriş*. İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Erözalp, H.A. (2012). *Gündem Belirleme Kuramı Açısından Türk Basınında Wikileaks Etkisi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Fiske, J. (2003). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. (Çev.: Süleyman İrvan). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Gerbner, G. (2005). *Kitle İletişim Araçları ve İletişim Kuramı*. Erol Mutlu (Der.) Kitle İletişim Kuramları (ss. 75-101) içinde. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Gökçe, O. (2003). *İletişim Bilimlerine Giriş*. Ankara: Turhan Kitabevi.

- Güneri, C. (2008). *Sanat Alanı Olarak Mizah: Sanat, Mizah, Karikatür İlişkisi ve Türkiye'den Üç Örnek*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Malatya: İnönü Üniversitesi.
- Güngör, N. (2011). *İletişime Giriş*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Güngör, N. (2011). *İletişim: Kuram ve Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Hazar, Ç.M. (1996). *Kitle İletişimin Etkileri ve Sosyolojik İşlevlerinden Gündem Kurma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- Hoşafçı, Ö. U. (2007). *Toplumsal Muhalefet ve Mizah Dergileri: Leman Dergisi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Ankara: Ankara Üniversitesi.
- Işık, M. (2012). *Kitle İletişim Teorilerine Giriş*. Konya: Eğitim Akademi Yayınevi.
- Işık, M., Akbaba, E. (2004). *Medyada Haber Seçimi*. Metin Işık (Ed.). *Medyada Yeni Yaklaşımlar* (149-167) içinde. Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları.
- İrvan, S. (1997). *Dış Politika ve Basın: Türk Basınındaki Dış Politika Haberlerinin Gündem Belirleme Yaklaşımı Açısından Çözümlemesi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi.
- Kapani, M. (2002). *Politika Bilimine Giriş*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Kayış, Y. (2009). *Demokrat Parti Döneminde Karikatür (1950-1960)*. İstanbul: Libra Kitapçılık ve Yayıncılık.
- Kışlalı, A.T. (1998). *Siyaset Bilimi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Koloğlu, O. (2005). *Türkiye Karikatür Tarihi*. İstanbul: Bileşim Yayınevi.
- Kopan, K. (2010). *Basının Gündem Belirleme İşlevi Üzerine Ampirik Bir Çalışma; Yazılı Basının 2009 Yerel Seçimlerine Bakışının Değerlendirilmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi.
- McQuail, D. ve Windahl, S. (1997). *Kitle İletişim Modelleri*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Meraki, G. (2010). *Karikatür Reklamcılığı ve Hedef Kitle İletişimi: Süttaş Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi) Konya: Selçuk Üniversitesi.
- Meydan Larousse : Büyük Lugat ve Ansiklopedisi (1992). Cilt: 11. İstanbul: Sabah Yayınları.
- Mutlu, E. (2005). *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*. Ankara: Ütopya Kitabevi.

- Mutlu, E. (2012). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Sofos Yayınevi.
- Neumann, E.N. (1995). *Kamuoyu: Suskunluk Sarmalının Keşfi*. (Çev.: Murat Özkök). Ankara: Dost Kitabevi.
- Nisan, F. (2012). *Siyasal Söylemin ve İdeolojilerin Gazete Karikatürlerinde Yeniden Üretimi: Örnek Olay 1982 ve 2010 Anayasa Referandum Süreci*. (Doktora Tezi) Konya: Selçuk Üniversitesi.
- Onayemi, A. (2010). *Medyanın Gündem Belirleme Gücü ve Mart 2009 Yerel Seçimleri: Trabzon Merkez Örnekleme*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Oral, T. (1998). *Yaza Çize*. İstanbul: İris Yayıncılık
- Öğün Emre, P. ve Çavdar, A. (2011). “Yeni Muhalefet Eski Dil: Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak Mizah”. Önder Barlı, Derya Tellan (Ed.). *Gülmenin Arkeolojisi ve Medyada Mizah Olgusu: Ulusal İletişim Kongresi Bildiriler Kitabı* (ss. 481-493) içinde. Erzurum: Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi, Yayınları.
- Öngören, F. (1983). *Cumhuriyet Dönemi Türk Mizahı ve Hicvi (1923-1983)*. Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Özer, A. (1994). *İletişimin Çizgi Dili Karikatür*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Özer, A. (2007). *Karikatür Yazıları*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Parsa, F.A., Olgundeniz, S.S. (2014). “İletişimde Göstergibilim ve Anlamlandırma Sürecini Örneklerle Değerlendirme”. Ahmet Güneş (Ed.). *İletişim Araştırmalarında Göstergibilim: Yazınsaldan Görsele Anlam Arayışı* (89-111) içinde. Konya: Sebat Ofset Matbaacılık.
- Penguen Dergisi (2011). *Penguen Karikatür Yıllığı*. İstanbul: Peng! Yayınları
- Penguen Dergisi (2012). *Penguen Karikatür Yıllığı*. İstanbul: Peng! Yayınları
- Rifat, M. (2014). *Göstergibilimin ABC'si*. İstanbul: Say Yayınları.
- Sariiz, B.M. (2010). *Gazete Karikatürlerindeki İdeolojik Kodların 2009 Yerel Seçimleri Örneğinde Analizi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Konya: Selçuk Üniversitesi.

- Severin, W. J. ve Tankard, J. W. (1994). *İletişim Kuramları: Kökenleri, Yöntemleri ve Kitle İletişim Araçlarında Kullanımları*. (Çev.: Ali Atıf Bir ve Serdar Sever). Eskişehir: Kibele Yayınları.
- Seyhan, S. (2011). "II. Meşrutiyet Döneminde Yayınlanan Mizah Gazetesi: Karagöz". Önder Barlı, Derya Tellan (Ed.). *Gülmenin Arkeolojisi ve Medyada Mizah Olgusu: Ulusal İletişim Kongresi Bildiriler Kitabı* (ss. 191-199) içinde. Erzurum: Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları
- Sezer, N., Sert, Y.N. (2014). "TV Kamu Spotu Reklamlarının Medya Okuryazarlığı Çerçevesinde Kullanılması: "Çocuk ve Medya Hareketi" TV Kamu Spotu Reklamının Göstergibilimsel Çözümlemesi". Ahmet Güneş (Ed.). *İletişim Araştırmalarında Göstergibilim: Yazınsaldan Görsele Anlam Arayışı* (11-49) içinde. Konya: Sebat Ofset Matbaacılık.
- Sipahioğlu, A. (1999). *Türk Grafik Mizahı*. İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.
- Şenyapılı, Ö. (2003). *Neyi, Neden, Nasıl Anlatıyor Karikatür: Kim, Neyi Çiziyor*. Ankara: ODTÜ Geliştirme Vakfı Yayıncılık ve İletişim A.Ş. Yayınları.
- Tekinalp, Ş. ve Uzun, R. (2009). *İletişim Araştırmaları ve Kuramları*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Tellan, D. ve Tellan, T. (2011). "Mizah, Karikatür ve Seri Anlatı: Çocuk Karakter Kullanımı Örneğinde 'Tuğçe'". Önder Barlı, Derya Tellan (Ed.). *Gülmenin Arkeolojisi ve Medyada Mizah Olgusu: Ulusal İletişim Kongresi Bildiriler Kitabı* (ss. 987-998) içinde. Erzurum: Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Temel Britannica Ansiklopedisi* (1992). Cilt: 10. İstanbul: Ana Yayınları
- Terkan, B. (2005). *Türkiye'de Basın ve Siyaset İlişkisi: Basın Gündemi ve Siyasal Gündemin Karşılaştırılmasına Yönelik Bir Gündem Belirleme Çalışması*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Konya: Selçuk Üniversitesi.
- Topuz, H. (1986). *İletişimde Karikatür ve Toplum*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi.
- Thompson, J. (2005). *Kitle İletişimin Bazı Özellikleri*. Erol Mutlu (Der.) Kitle İletişim Kuramları (ss. 210-221) içinde. Ankara: Ütopya Yayınevi.

- Topuz, H. (1997). *Başlangıcından Bugüne Dünya Karikatürü*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Vural, A.M. (1999). *Yerel Basın ve Kamuoyu*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Yaylagül, L. (2010). *Kitle İletişim Kuramları: Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yılmaz, M. (2011). "Trajikomik: Amerika Irak Savaşı'nda Türkiye'de Karikatür Dergileri". Önder Barlı, Derya Tellan (Ed.). *Gülmenin Arkeolojisi ve Medyada Mizah Olgusu: Ulusal İletişim Kongresi Bildiriler Kitabı* (ss. 979-984). Erzurum: Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Yumlu, K. (1994). *Kitle İletişim Kuram ve Araştırmaları*. İzmir: Yayl Yayınları.
- Yüksel, E. (2001). *Medyanın Gündem Belirleme Gücü*. Konya: Çizgi Kitabevi.

Sürelî Yayınlar

- Arık, B. (2002). "Karikatür Tarihimizde Önemli Bir Dönemeç: Marko Paşa Gazetesi". *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 12(1), 238-250.
- Atabek, N. (1998). "Gündem Belirleme Yaklaşımı". *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 7,156-169.
- Atabek, N. (2002). "Kamuoyu, Medya ve Demokrasi". *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Kurgu Dergisi*, 19, 232-235.
- Aziz, A. (1994). "Kitle İletişim Araçlarının Kamuoyunu Etkileme Gücü". *Kitle İletişim Araçları ve Kamuoyu Semineri*, 24.
- Bayram, Y. (2009), "Türkiye'de Siyasi Karikatürün Yeri ve 11. Cumhurbaşkanlığı Seçimine İlişkin Siyasi Karikatürlerin Çözümlemesi" *Selçuk İletişim Fakültesi Dergisi*, 6(1), 108-114.
- Cereci, S. (2001). "Gündem Belirlemede Medyanın Gücü". *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(3), 23-57.
- Çakır, H. (2006), "Tarihimizin İlk Mizah Dergisi Diyojen'in Kapatma Cezalarına Yine Mizahi Yoldan Gösterdiği Tepkiler". *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15, 163-171.

- Durur, K. E. (2011). "İnşacı Yaklaşım İçinde Çerçeveleme Kuramı ve Haberin Çerçevesi". *Atatürk İletişim Dergisi*, 2, 22-24.
- Erdem, M. (2005). "Tarih Öğretiminde Yardımcı Metinler: Sınıftaki Karikatürler". *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18, 133.
- Erdoğan, İ. (2011). "Gündem Koyma ve Saptama Yaklaşımında Bir Araştırma Geleneği ve Tasarımı Olarak Çerçeveleme". *Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Erciyes İletişim Dergisi*, 2(1), 54.
- Freeland, A. M. (2012). "An Overview of Agenda Setting Theory in Mass Communications". *University of North Texas*, November 12, 2-5.
- Gökçe, O. (1996). "Kamuoyu Kavramının Anlam ve Kapsamı". *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Kurgu Dergisi*, 14, 211.
- Gönenç, E. Ö. (2002). "Kitle İletişimi ve Kitle Kültürü". *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 13, 131.
- Kamiloğlu, Z. (2013), "Penguin Dergisinden Hareketle Türk Karikatür Tarihinde Mizahın Saldırı İşlevi", *Milli Folklor Dergisi*, 25(98), 168-173.
- McCombs, M., Shaw, D. (1972). "The Agenda-Setting Function of Mass Media". *Oxford University The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-182.
- McCombs, M., Shaw, D. (1993). "The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas". *Journal of Communication*, 43(2), 59-63.
- McCombs, M. (2005). "A Look At Agenda Setting: Past, Present and Future". *University of Texas Journalism Studies*, (7)6, 546.
- Özer, A. (1989). "Bir İletişim Sanatı Olarak Karikatürün Reklamda Kullanımı". *Anadolu Üniversitesi Kurgu Dergisi*, 5, 216-219.
- Özer, A. (2004). "Karikatür, Popüler Kültür ve Popüler Karikatür". *Milli Eğitim Bakanlığı Eğitim Dergisi Özel Sayı*, 5(57), 247.
- Özocak, G. (2011). "Türkiye'de Siyasi İktidarın Mizahla İmtihani: İfade Özgürlüğü ve Karikatür". *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*, 94, 264-270.
- Savaş, G. (2004). "Kitle İletişim Araçlarına Eleştirel Bir Yaklaşım". *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 1(1), 2.

- Temizel, H. (2008). “Kamuoyu Kuramları ve Kamuoyu Oluşumunda Kitle İletişim Araçları”. *Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 8, 130.
- Turan, O. M. (2012). “Gazetelerde Yayınlanan Siyasi Karikatürlerin Göstergibilimsel Çözümlemesi: 2011 Genel Seçimleri Örneği”. *Selçuk İletişim Dergisi*, 7(2), 128.
- Weaver, D. (2007). “Thoughts on Agenda Setting, Framing and Priming”. *Journal of Communication*, 57, 143-147.
- Yüksel, E. (2007). “Kamuoyu Oluşturma ve Gündem Belirleme Kavramları Nerede Kesişmekte, Nerede Ayrılmaktadır?”. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 576-585.

Elektronik Yayınlar

- Alsac, Üstün (t.y.), *Karikatürün Değişen Dili*, Erişim tarihi (01 Ekim 2014), <http://ekitap.kulturturizm.gov.tr/TR,81088/ustun-alsac---karikaturun-degisen-dili.html>.
- Aslan, Ali (t.y.), *Medyanın Toplumsal Gücü*, Erişim Tarihi (23 Ocak 2015), http://www.ilefarsiv.com/id/yazi_8.htm.
- Aşıcıoğlu, Elif, Atamaz (t.y.), *İletişim Tarihinde Karikatürün Yeri*, Erişim Tarihi (25.11.2014), <http://ekitap.kulturturizm.gov.tr/TR,81070/elif-atamaz-asicioglu---iletisim-tarihinde-karikaturun-.html>.
- Danyal, Nezih (t.y.), *Politika ve Basın*, Erişim Tarihi (28 Ekim 2014), <http://pmd.org.tr/nezih-danyalin-kaleminden-politika-ve-basin/>.
- Erdoğan, İrfan (t.y.), *Kitle İletişimin Toplumdaki Rolü*, Erişim Tarihi (04 Aralık 2014), <http://www.irfanerdogan.com/uydurular/24rol.htm>.
- Gümüş, Gülay (2009), *En Entelektüel Mizah Dergisi*, Erişim Tarihi (21 Ekim 2014), <http://www.on5yirmi5.com/haber/kultur-sanat/etkinlikler/7067/en-entelektuel-mizah-dergisi.html>.
- İnceoğlu, Yasemin (2006), *Kitle İletişim Araçlarında Medya ve İktidar İlişkilerinin Tarihsel Gelişimi*, Erişim Tarihi (06 Şubat 2015), http://acikradyo.com.tr/default.aspx?_mv=a&aid=15894.

- Kamuoyu, Erişim Tarihi (29 Mayıs 2015), Türk Dil Kurumu (TDK), http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.558d2a8e592e01.55971837.
- Kaptan, Ata Yakup (t.y.), *Karikatür ve Popüler Kültür Soruşturması*, Erişim Tarihi (19 Ekim 2014), <http://www.hakkiuslu.com/cartoon/karkatuer-ve-etm/73-karikatur-ve-egitim.html>.
- Karakurt, Sebati (2002), *Penguen Geliyor*, Erişim Tarihi (21 Ekim 2014), <http://webarsiv.hurriyet.com.tr/2002/09/14/180312.asp>.
- Marko Paşa (ty). Erişim Tarihi (30 Eylül 2014), Wikipedia, https://tr.wikipedia.org/wiki/Marko_Pa%C5%9Fa.
- Mizah, Erişim Tarihi (02 Eylül 2014), Türk Dil Kurumu (TDK), http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.558d2aa60b1344.00300508.
- Penguen Dergisi, Erişim Tarihi (21 Eylül 2014), Wikipedia, [https://tr.wikipedia.org/wiki/Penguen_\(dergi\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Penguen_(dergi)).
- Sol Kitap, (t.y.), *Leman Dergisi ve Siyaset*, Erişim Tarihi (09 Ekim 2014). <http://www.solkitap.net/karikatur-tarihi/3837-leman-dergisi-ve-muhalefet.html>.
- Sümer, Necdet, (t.y.), *Karikatür Sanatının Doğası Üzerine*, Erişim Tarihi (17 Kasım 2014), <http://www.felsefesinifi.com/?pnum=45>.
- Tamer, Meral, (1998), *İletişimin En Kestirme Yolu Karikatür*, Erişim Tarihi (28 Ekim 2014), <http://www.milliyet.com.tr/1998/01/30/yazar/tamer.html>.
- Uslu, Abdulkadir, (1999), *Karikatür Sanatı ve Karikatür Ürünleri*, Erişim Tarihi 22 Eylül 2014), <http://www.huslu.8k.com/yazi1.htm>.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı Soyadı	Hıdır POLAT
Doğum Yeri ve Tarihi	Çemişgezek - 1986
Eğitim Durumu	
Lisans Öğrenimi	Ankara Üniversitesi
Y. Lisans Öğrenimi	Atatürk Üniversitesi
Bildiği Yabancı Diller	İngilizce
Bilimsel Faaliyetleri	
İş Deneyimi	
Stajlar	
Projeler	
Çalıştığı Kurumlar	Ardahan Üniversitesi
İletişim	
E-Posta Adresi	polathdr@gmail.com
Tarih	