

## TÜRK MİZAH BASINI ÜZERİNE GÖRSEL BİR İNCELEME: KARAGÖZ GAZETESİ

### A VISUAL STUDY IN THE TURKISH HUMOUR PRESS; KARAGÖZ NEWSPAPER

**Abdulgani ARIKAN \*** Öz

**Yasemin GÜLŞEN YILMAZ \*\***

\*\* Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi  
İletişim Fakültesi  
Radyo-Televizyon ve Sinema Bölümü  
gani@selcuk.edu.tr

ORCID 0000-0003-1112-2305  
Konya / TÜRKİYE

\*\* Öğr. Gör., Selçuk Üniversitesi  
İletişim Fakültesi  
Gazetecilik Bölümü,  
yaseminyilmaz@selcuk.edu.tr

ORCID 0000-0001-5542-0983  
Konya / TÜRKİYE

#### Anahtar Kelimeler

Karagöz gazetesi, görsel algı,  
karikatür, modernleşme

#### Keywords

Karagöz newspaper, visual  
perception, caricatures,  
modernization

Adını Türk gölge oyunundaki Karagöz tiplerinden alan, Ali Fuat Bey'in sahibi olduğu Karagöz gazetesi "Pazartesi ve perşembe günleri çıkar siyasi, mizahi musavver halk gazetesi" sloganıyla 10 Ağustos 1908 tarihinde yayın hayatına başlamıştır. Haber alma, iletme, geçmiş olay ve görüntülere ilişkin imgeleri depolama, görsel ve güncel olan imgeyi algılayıp yorumlama açısından algı deneyimi, bir gazetenin dağıtımı gibidir. Bu benzerlikten yola çıkarak Karagöz gazetesinin, 13 Ağustos 1908 – 14 Eylül 1908 tarihleri arasında yayımlanmış sayılarından seçilmiş modernleşme süreci ile ilişkili karikatürlerin görsel algı kuramları açısından incelenmesi bu çalışmanın konusudur. Seçilen karikatürler modernlik bağlamında Gestalt, Marr'ın görsel algı, olasılıklı öğretisi, doğrudan algılama, nörofizyolojik ve yapılandırmacı görsel algı kuramları açısından incelenmiştir.

#### Abstract

Karagöz newspaper, which took its name from the character of Karagöz in the Turkish shadow play, owned by Ali Fuat Bey, started its publication life on 10 August 1908 with the slogan "It is a political, humorously illustrated public newspaper that comes out on Mondays, and Thursdays". News is the storage of images related to past events and images. It is important to perceive and interpret the visual and current image. The experience of perception is like the distribution of a newspaper. Based on this similarity, the subject of this study is to examine the cartoons selected from the issues of Karagöz newspaper published between 13 August 1908 and 14 September 1908, about the modernization process, in terms of theories of visual perception. Selected cartoons were examined in the context of modernity, from the standpoint of Gestalt, Marr's theories of visual perception, probabilism, direct perception, neurophysiological, and constructive visual perception.

**Başvuru/Submitted:** 05/04/2022

**Kabul/Accepted:** 14/12/2022

## GİRİŞ

Gülme; olabildiğince insansaldır (Baudelaire, 1997, s. 11). Aristoteles'e göre gülme "tüm canlı yaratıklar arasında yalnızca insana bahşedilmiştir" bu tinsel ayrıcalık canlılar arasında sadece insanda bulunmaktadır (Bakhtin, 2001, s. 89). Platon "gülmeyi beslememeliyiz" der ve ekler belki güldüğümüz kusurlardan bazıları bize de bulaşabilir. Şiddetli gülmelerde ussal kontrolümüzü tamamıyla kaybederiz, diğer bir anlatımla insansal olan yanımız yitirilmiş olur (Morreall, 1997, s. 8).

Gülme, Orta Çağ'da ideolojinin resmî ve toplumsal alanlarının dışında kalmıştır. Dinsel kültten, feodal ve devlet törenlerinden, görgü kurallarından ve yüksek spekülasyon türlerinden de dışlanmıştır (Bakhtin, 2001, s. 93). Moliere'in dediği gibi gülme, "Kalıplaşmış davranışları cezalandırır." Nasıl olmamız gerekiyorsa o şekilde görünmeye çalışmamız, günün birinde tam da görüldüğümüz gibi olmamızı sağlar (Bergson, 2014, s. 13-14).

Mitolojik düşüncede gülüş, insanın doğuştan sahip olduğu sihirli bir unsurdur. Sihirli gülüşün, bereket, bolluk, tokgözlülük ve ölüp-dirilme gibi sembolik anlamları vardır. Gülüşün hayat verici gücüne olan inanç Türklerin geleneksel görüşlerinde geniş yer tutar (Beydili, 2004, s. 225-226).

Gülmece, "eğlendirme, güldürme ve bir kimsenin davranışlarına incitmeden takılma amacını güden ince alay, mizah olarak tanımlanır (TDK, 2020). Batı kültüründe ise humour, mizah olarak geçmektedir ve toplumsal işlevi açısından değerlendirilmekte, güldürmenin yanı sıra sorgulamayı hatta yıkıcılığı içermektedir (Avcı, 2003, s. 80).

Mizah, Oskay'a (2000, s. 7-8) göre; kabullenip içinde yaşamaya çalışılan, diğer taraftan da değiştirmeye çalışılan toplumsal hayat içindir. Diğer bir anlatımla toplumsal hayatın gelenek, töre gibi düşüncelere karşı özgürleşme çabasıdır. "Ciddi olanın, iktidarı elinde bulunduranların, bu gücü destekleyenlerin bağnazlığının gülünçleştirilmesi. Gerçek hayatın içinde yalnız kaldıklarında boyun eğen sıradan insanların yüreklenme, nefes alma, çözüm arama çabasıdır".

Gülünç ile nüktenin ilişkisini açıklamak için karikatüre başvurulur. Fisher'e göre "çirkinlik gizleniyor mu, gülünçle birlikte onu ortaya çıkarmak gerekir, biraz belirgin olsa bile onu gün ışığına çıkarmak için yakalayıp göstermek gerekir... İşte karikatürün kökeni budur" (Freud, 1996, s. 7-8).

Karikatürün iki yanı vardır: Çizgi ve düşünce. Çizginin yoğun katılığı ile düşüncenin iğneleyici ve üstü kapalı niteliğinden oluşan bu karmaşıklık, kendisi gibi sade şeyleri anlamaya alışık bir akıl için güç öğeler taşır (Baudelaire, 1997, s. 7-8). Karikatürün yayın olanağı 1876 yılında Senefelder tarafından Litografi'nin (Taş Baskı) keşfi ile sağlanmıştır. Ardından İngiltere'de "political cartoon" ve ABD'de "editorial cartoon" olarak tanımlanan siyasal karikatürler gazetelerde yayımlanmaya başlamıştır. Süreç içinde bakır klişe ile oyma gravür, fotoğraf ve film endüstrisi karikatüre yeni gelişmeler sağlamıştır. Karikatürün orijinalini çinko tabakalar üstüne, istenen büyüklükte kazıyarak ucuz ve orijinalindeki gibi çoğaltma sağlanınca noktalı ve çizgili

tramlarla görüntüde gelişmelere ulaşılmıştır. Tipo, tıfdruk, ofset ve serigrafı teknikleri baskının elde edilmesini sağlamışlardır (Özer, 1995, s. 139).

Mizah dergileri yayımlandıkları dönemin mizah anlayışlarını belirler. Yaşanılan dönemin ve toplumun kültürel kodları kullanılarak aktarılmakta aynı zamanda bu kodların algılanış şekillerine ait veriler de sunmaktadırlar (Metin Basat, 2014, s. 226). Mizah dergileri yayımlandıkları dönemin toplumsal ve politik aksamalarına aslında bir ölçüde ayna tutar.

II. Abdülhamid'in uygulamaları nedeni ile Osmanlı toplumu II. Meşrutiyet'in ilanına kadar süreli mizah yayınlarından uzak kalmıştır. Bu boşluk Jön Türk yayınları ile doldurulmuştur. Mizah, II. Abdülhamid yönetimine karşı da güçlü bir araç olarak kullanılmıştır. Hayal, Hamidiye, Dolab, Tokmak, Beberuhi, Curcuna ve Deccal, Jön Türkler'in çıkardığı mizahi gazete ve dergilerden birkaçıdır (Varlık, 1985, s. 1097).

Takvim-i Vakayı'nın 1831 yılında yayımlanmasından sonra, Terakki gazetesi Ali Reşat ve Filip Efendi tarafından kurulmuş ve 1869 yılında haftanın iki günü ilave vermiştir. Terakki gazetesinin eklerinden biri kadınlara yöneliktir, diğeri ise mizahidir. Terakki Eğlence adını taşıyan bu ilave daha sonra haftada iki kez çıkmaya başlamış, cuma günleri büyük, salı günleri küçük boy olarak devam etmiştir (Varlık, 1985, s. 1093).

İlk basılı karikatür 1870'te Teodor Kasap'ın yayımladığı ilk mizah dergisi olan Diyojen'de yer alır. 24 Kasım 1870 tarihini taşıyan bu karikatür isimlessiz olarak yayımlanmıştır (Balçioğlu & Öngören, 1976, s. 5).

Meşrutiyet Dönemi hem Osmanlı mizahının sonunu hem de Cumhuriyet mizahının ana çizgilerini oluşturur. Teodor Kasap tarafından ilk mizah dergisi Diyojen 1870 yılında yayımlanır. Namık Kemal ve diğeri yazarların katıldığı dergi büyük bir ilgiyi toplar. 1871'de Hayal, 1872'de Çingiraklı Tatar, 1873'te Latife ve Kamer, 1874'te Şafak ve Kahkaha, 1875'te Geveze ve Meddah dergileri yayımlanır. 32 yıllık Abdülhamit döneminde mizah dergisi yoktur. Şair Eşref'in ünlü hicivleri el altından, kulaktan kulağa dolaşır. 1908'den sonra çıkan mizah dergileri üçe ayrılır. Birincisi, İncili Çavuş gibi, Diyojen döneminden kalma ekiplerin çıkardığı dergilerdir. İkincisi, Eşek ve Yeniçeri gibi dergilerdir. Bunlardan Boşboğaz ile Güllabi, kadrosunda Ahmet Rasim ile Hüseyin Rahmi Gürpınar bulunmaktadır. Üçüncüsün de ise, hazırlığını Avrupa'da yapmış Cem ve onun uzantısı Kalem dergileri sayılabilir (Öngören, 1984, s. 1425-1429).

II. Abdülhamid'in tüm yönetimi boyunca mizah dergilerine hiç izin verilmemiştir. 1888'den 1908'e kadarki ikinci kısımda ise yılda ortalama ancak bir yeni yayın görülür (Koloğlu, 1994, s. 45). 23 Temmuz 1908, Sultan II. Abdülhamid'in kaldırdığı 1876 Anayasası'nın tekrar yürürlüğe girdiği, dışa kapalı bir toplumun, kentlerde ve kasabalarda dışa açılmaya başladığı, sansürün kaldırıldığı ve imparatorluğun bütün halklarını temsil eden gazete ve dergilerin çıkmaya başladığı bir tarihtir (Ahmad, 1994, s. 51).

II. Abdülhamid aslında kendi düşünceleri ve yönetim anlayışı doğrultusunda basının yaygınlaşmasını istemiyor da değildi. 1903'te yayınlanan bir Şura-yı Devlet



kararnamesinde, basının illere yayılması, yerel tarım, doğal kaynaklar ve kültür konularının bu basında halkın yararına işlenmesi, konuların sade bir dille yazılması, gazetelerin köylere kadar girmesi istenmekteydi. Ancak tamamen özgür değil, sarayın denetiminde olacak bir basındı (Koloğlu, 1994, s. 47). Bu durum; belki de II. Abdülhamid'in kendi düşüncesine göre Devleti güçlendirmek adına aldığı bir önlemdi fakat sonuçları itibarıyla özellikle mizah basını alanında yoğun bir baskıyı da beraberinde getirmişti denebilir.

*II. Abdülhamit özgürce tartışan bir basına izin vermemiş ama genel kültür konularını yayan gazetelere de desteğini eksik etmemiştir. Buna karşılık kesin izin vermediği yayınlar mizah dergileri olmuştur. Bu yüzden onun döneminde karikatürcüler ancak ülke dışında ürün verebilmişlerdir. Gerek Avrupalıların gerekse yurt dışında Türk çizerlerin ısrarla sultanı aşağılayan karikatürler yapmaları yüzünden bu alandaki sansür en şiddetli olmuştur. Dolayısıyla İkinci Meşrutiyet'in ilanı ile birlikte en büyük patlama yapan basın dallarından biri de mizah yayınlarıdır. Turgut Çeviker araştırması sonucunda 1908–1918 arasında 92 mizah dergisi çıktığını saptamıştır. Bunlara 5 Ermenice dergiyi de eklemek gerekir (Koloğlu, 2010, s. 196).*

II. Meşrutiyet'in ilanının toplumda yarattığı sevinç, 1876 Anayasası'nın yeniden yürürlüğe girmesiyle devam eder. Sansür kaldırılıp basın özgürlüğü ilan edilir. Bu süreçte çıkan dergi ve gazetenin yayın hakkı bir gün içinde alınır. Yayın hakları alınan süreli mizah yayınlarının sayısı 92'dir. 1908-1919 yıllarında çıkan mizah yayınları dört grupta ele alınabilir: Geleneksel, modern, yergici ve tek sayılık yayınlardır (Çeviker, 1985, s. 1103).

1. Geleneksel mizah dergileri: Karagöz (1908), Hacivat (1908), Hayal-i Cedid (1910), Cadaloz (1911), Köylü (1913), Feylesof (1914) Tanzimat dergileri olan Diyojen ve Hayal modelini izlediler. Sözlü mizah geleneği ve tipleri bu anlayışın geleneği olarak işlevini sürdürdü. Karikatürde eski(miş) unsur olarak kaldı. Karagöz Hacivat estetiğinin getirdiği olanaklar, 1908'de aşılmıştır.
2. Modern mizah dergileri: Kalem (1908), Davul (1908), Cem (1910), Kara Sinan (1911), Karikatür (1914), Hande (1916), Diken (1918) gibi dergilerde genellikle Batı'da eğitim görmüş kişilerin çizdiği Tanzimat karikatürü aşılmış, resimsel karikatürün en yetkin şekillerine ulaşılmıştır.
3. Yergici dergiler: Eşek (1910), Kibar (1910), Alafranga (1910), el-Malum (1910) ise II. Meşrutiyet döneminde muhalif tutumlarıyla kendilerine önemli bir yer açmıştır.
4. Tek sayılık dergiler: el-Üfürük (1908), Mahkûm (1908) 4 sayfalık küçük boy broşürlerden oluşan dergilerdir (Çeviker, 1985, s. 1103).

1908 Hareketi topluma bir süre için gözle görülür bir rahatlama getirmiştir. Özellikle Meşrutiyet'in ilanı ile 31 Mart 1909 tarihleri arasında geçen dönem, oldukça geniş özgürlüklerin yaşandığı bir dönem olmuştur. Bu durum mizah alanına da yansımıştır. Çok sayıda süreli mizah yayınının çıkması, Karagöz ve ortaoyununun canlanması, amatör tiyatro grupları tarafından geçmiş dönemi ele alan çok sayıda

komedinin oynanması ve mizahi öğeler içeren romanların ve hikâyelerin yayınlanması gibi (Varlık, 1985, s. 1097).

Osmanlı Devleti döneminde sözlü mizahtan yazılı mizaha geçildiği dönemde sözlü mizahta yer alan kahramanlarının isimlerinin bu dönemde çıkan süreli yayınlara verilmesi. Yazılarda bu kahramanların konuşturulması ve karikatürlerde yer verilmesi de yazılı mizah anlayışının sözlü mizah anlayışı ile şekillendiğinin göstergeleridir (Varlık, 1985, s. 1092).

### KARAGÖZ GAZETESİ

Adını Türk gölge oyunundaki Karagöz tiplemesinden alan Karagöz<sup>1</sup> “Pazartesi ve perşembe günleri çıkar siyasi, mizahi musavver halk gazetesi” (Okay, 2004, s. 19) sloganıyla 10 Ağustos 1908 (28 Temmuz 1324-12 Recep 1326) tarihinde yayın hayatına başlamıştır. “İmtiyaz sahibi Ali Fuat Bey, ser muharriri Mahmud Nedim Bey ve vekili müdafî’i Selim Hüsnü Bey’dir. Seneliği 104 nüsha itibariyle İstanbul ve illere posta ücretiyle birlikte 65 kuruş ve harice 80 kuruşa satılmıştır” (Bedir, 2019, s. 37).

Ülkemizin ilk karikatüristlerden Ali Fuad Bey’in sahibi olduğu Karagöz, II. Meşrutiyet’in ilanından kısa bir süre sonra yayın hayatına başlamıştır. Halka dönük bir mizah dergisi olarak haftada iki gün çıkarak yayın hayatını sürdürmüştür. Bol karikatürlü ve olayların halkın anlayabileceği sade bir dille anlatıp yorumlandığı dergide, Karagöz tiplemesiyle işlenen konular Karagöz-Hacivat konuşmalarıyla verilmiştir. Ali Fuad Bey’in yönetiminde çıkan dergide, sonrasında Baha Tevfik Bey ve Aka Gündüz görev almıştır (Çakmak, 2014, s. 1114).

Gazetenin ölçüleri 28 cm x 41 cm olup dört sayfadan oluşmaktadır. Karagöz ve Hacivat karakterleriyle sunulan olgu ve süreçler, altyazılı ve anlaşılırdır. Halk dilinin olanaklarının kullanıldığı altyazıların betimleyici çizimlerle bütünleştirilmesi Karagöz gazetesinde yer alan yazıların temel özellikleridir (Çeviker, 1991, s. 17).

Karagöz gazetesinin çizerleri Baha ve Halit Beylerle simgeleşen tasvirici karikatür, Tanzimat dönemi anlayışının yetkinleşerek sürdürülmesini sağlamıştır. Alt yazıyla desteklenerek ayrıntılı bir çizgisel betimleme kullanılmaktaydı (Çeviker, 1985, s. 1105).

Türkiye’de yayın hayatında uzun süreli kalan mizah gazetelerinden olan Karagöz 1968 yılına kadar yayınlarına devam etmiştir. Süreç içinde gazetenin sahiplik yapılışı değişmiş. Ali Fuat Bey’in ölümünden sonra Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) tarafından satın alınan gazete, 12 Mayıs 1920’den 14 Nisan 1928’e kadar Burhan Cahit Morkaya,

<sup>1</sup> “Karagöz Dergisi”, “Karagöz Gazetesi” anahtar kelimeleri ile Yüksek Öğretim Kurulu (YÖK) Tez Merkezi’nden elde edilen yüksek lisans ve doktora tezleri incelendiğinde 2005 yılından itibaren çalışmaların yapıldığı görülmektedir.

Kılıçer’in (2005) Karagöz (1930-1938) Siyasi, Mizahi Bir Halk Gazetesi, Celep’in (2009) Osmanlı İmparatorluğu’nda Mizah: Karagöz Mizah Gazetesinin 1908-1918 Yılları Arası Bir Analizi, Demir’in (2015) Karagöz Gazetesi Transkript ve Değerlendirmesi (numara 19-36), Saka’nın (2018) Karagöz Dergisine Göre Avrupa Devletleri, Balkan ve Trablusgarp Sorunu (1908-1913), Karacalar’ın (2018) Hayalden Çizgiye Karagöz’ün Penceresinden Çanakkale Savaşı, Camtoz’un (2019) Mizah Basımında Karagöz Gazetesine Göre II. Dünya Savaşı’nın Analizi isimli yüksek lisans tezleri ve Bedir’in (2019) Yakın Dönem Siyasi Tarihinin Karikatür Üzerinden Analizi: Karagöz 1922-1939 adlı doktora tezi yer almaktadır.

daha sonra Aka Gündüz, Orhon Seyfi Orhon tarafından çıkarılmıştır. 14 Şubat 1935 tarihinde gazete CHP tarafından satın alınmış ve Sedat Simavi'ye devredilmiştir. Gazetede, 1947-48 yılları arasında Halim Cavit, 1949'da Feridun Ankara, 1950-59 yılları arasında Abdurrahman Ongan, 1960-61 yılları arasında Turgut Göle, 1962'de İbrahim Öktem, 1966'da Orhan Öztrak görev almıştır (Kılıçer, 2005, s. 42-47).

Ülkemizde yayıncılığın tarihi aynı zamanda Türk modernleşmesinin gelişim evrelerini göstermesi açısından da önemlidir. Çünkü Türkiye'de yayıncılık faaliyetleri başından beri modernleşme adımlarının bir parçası olarak gelişmiştir. Bu açıdan Karagöz gazetesi de bu sürecin bir parçası olarak yayımlanmıştır. Modernizm, 1880 ile 1950 yılları arasında Batı toplumlarında resimde Picasso, şiirde Eliot, edebiyatta Joyce, müzikte Stravinsky ve mimaride Bauhaus'a atıfta bulunan bir terimdir (Abercrombie, Hill, & Turner, 1994, s. 2269).

Modern, kelime olarak Latince Modernus'tan gelmektedir. Modernus, hodiernus (bugün anlamına gelen hodi'den) kelimesinden, hodiernus ise Latince kelime olan modo'dan (son zamanlar, tam şimdi) türetilmiştir (Kumar, 1999, s. 88).

Modernlik, 17. yüzyılın sonunda "querelle des anciens et des modernes (eskilerle modernler arasındaki çatışma)" olarak bilinen dönemde geçmişten farklı bir deyişle kökten kopuşu temsil etmektedir. 18. yüzyılda biçimlenen bu anlayış, tarihselliğin zamanla olan ilişkisinin değişmiş olduğu anlamına gelmektedir (Callinicos, 2013, s. 36).

Avrupa'da 17. yüzyılda başlayan sonrasında bütün dünyayı etkisi altına alan toplumsal yaşam biçimlerini ifade eden modernlik, toplumsal yaşam ve örgütlenme biçimlerine işaret etmektedir (Giddens, 2010, s. 9). Diğer bir anlatımla modernlik; ekonomik, politik ve kültürel alanlardaki değişme sonucunda ortaya çıkan bir toplum tipidir (Swingewood, 1998, s. 9). Özü itibarıyla modernlik kapitalizmin ve ulusal pazarların ortaya çıkıp kurumsallaşmasıdır.

## UYGULAMA

Algı, nörolojik araştırmaların ve kabul edilmiş psikolojik ilkelerin görsel iletişim araştırmalarına uygulanmasını açıklamak için kullanılan bir terimdir. Beynin bilgiyi nasıl aldığını, işlediğini, nasıl anlam çıkardığını ve nasıl kullandığını ele alan teorik bir yaklaşımdır. Görsel iletişim araştırmaları, sosyal araştırmalardan elde edilen iletişim teorilerinin değerlendirilmesine yardımcı olur. İletişim kuramına yönelik bu algısal yaklaşım, duyguların önceliğini kabul eder ve özellikle, birincil duygu temelli tepki sistemlerine bağlı olarak algısal süreç olarak görsel iletişimi hedefler (Barry, 2004, s. 45).

Bu bağlamda görsel iletişimin temel algısal süreci görsel algılama ile bağlantılıdır. Görsel algı, görülen bilginin anlamlandırıldığı diğer bir anlatımla görülen imgelerden ortaya çıkan bir süreçtir. Algılama yaklaşımlarının ilki Gestalt'tır ve büyüleyici bir paradoksu temsil eder. Biçimsel bir algı teorisi ve psikolojisi üzerinde önemli bir etkiye sahip olan teori, Wertheimer, Köhler ve Koffka'nın çalışmalarıyla ilişkilidir (Gordon, 2004, s. 7). Gestalt yaklaşımı; figür – zemin ilişkisi, denge, eşbiçimci uygunluk, algısal gruplama, benzeşme – ayırışma ve tamamlama ilkelerinden oluşur (Arıkan, 2009, s. 28-36).



Marr'ın görsel algı yaklaşımı, durağan nesnelere algılanma süreci üzerine odaklanmaktadır. Yaklaşımına göre, görüntüdeki yoğunluk değerlerinden sorumlu dört ana etken vardır. Bunlar; geometri, yansıma, aydınlatma ve bakış açısıdır. Bir görüntüde, tüm bu etmenler karıştırılır, bazı yoğunluk değişiklikleri bir nedene, diğerleri diğerine ve bazıları bir kombinasyona bağlanmaktadır. Tanımlanmış sınırların olması, nesnelere birbirinden ayrılmasını ve tanımlanmasını sağlamaktadır (Marr, 2010, s. 41).

Egon Brunswik'in yaptığı çalışmalardan olasıklık öğretisi yaklaşımı gelişmiştir. Algılanan kavramın kendi özellikleri, bulunduğu ortam ile algılayıcı arasındaki özelliklere bağlıdır. Algılanan kavram tarafından gönderilerin seçilerek tanımlanması, algılamının gerçekleşip gerçekleşmeyeceğinin de belirsizliğini getirir (Gordon, 2004, s. 55).

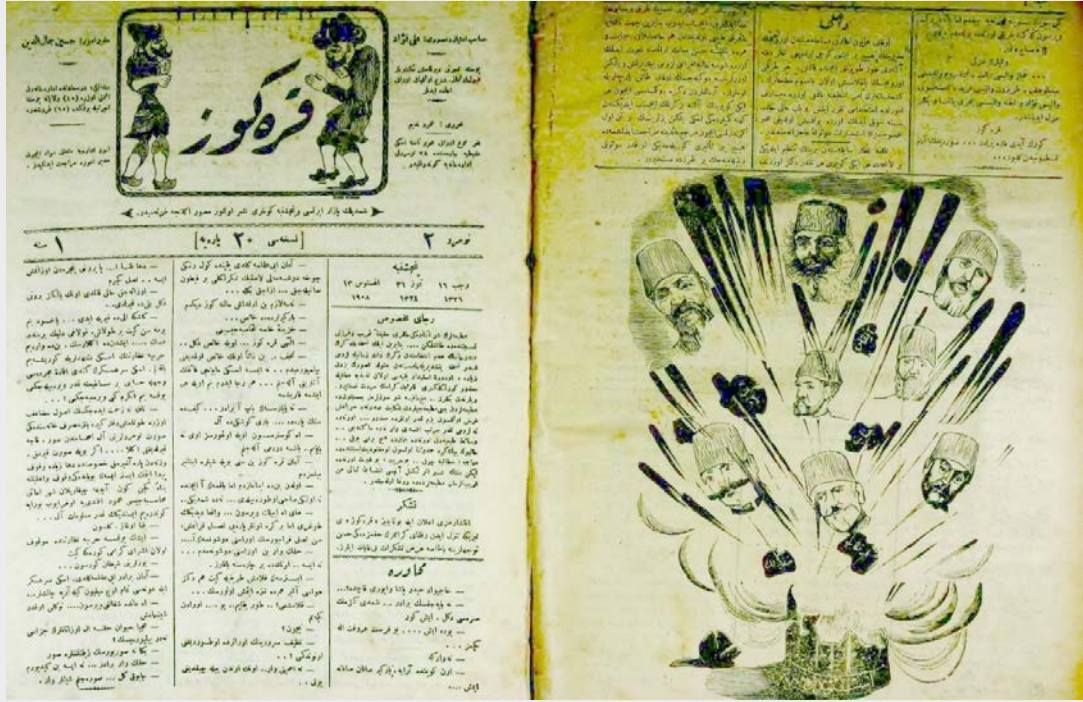
Değişmezleri anlamak Gibson'ın doğrudan algılama yaklaşımının anahtarıdır. Motor davranışımızın bir sonucu olarak ortaya çıkan değişiklikler, algılama sürecinin ayrılmaz bir parçası olarak düşünülmelidir. Nadiren herhangi bir nesnenin veya sahnenin durağan, değişmeyen bir görüntüsünü alırsınız (Gordon, 2004, s. 151).

Algıda nörofizyolojik yaklaşım, psikolojik hipotezlerin bilinen sinir mekanizmalarıyla değiştirilebileceğini önermektedir. Algılanan kavrama ilişkin bilgiyi bireyin nasıl yapılandırdığı üzerine durur (Gordon, 2004, s. 73). Yapılandırmacı yaklaşımında Richard L. Gregory'nin teorisi hipotez olarak algıdır. Uygun bilgi, psikolojik veriler oluşturmak için bu girdilerle etkileşime girer. Bu tür verilere dayanarak, dünyadaki olayları tahmin etmek ve anlamlandırmak için hipotezler geliştirilir. Bu olaylar zinciri de algılama sürecini oluşturur (Gordon, 2004, s. 128).

Haber alma, haber iletme, değişikliklere karşı duyarlılık, fark etme, geçmiş olaya ve görüntülere ilişkin imgeleri depolama, görsel ve güncel olan ve en son çıkan görsel imgeyi algılayıp yorumlama gibi işlemler açısından bir görme olgusu ya da algı deneyimi, bir gazetenin dağıtımına benzer (Genç A & Sipahioğlu, 1990, s. 19).

Gazeteler aynı zamanda görsel bir üretim olan karikatürlerin okuyucularla ve dolayısıyla da toplumla bulunduğu bir faaliyet alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada adını Türk gölge oyunundaki Karagöz tiplerinden alan 10 Ağustos 1908 tarihinde yayın hayatına başlayan Karagöz gazetesinin, 13 Ağustos 1908 – 14 Eylül 1908 tarihleri arasında yayımlanmış sayılarından seçilen karikatürler modernleşme süreci ve görsel algı kuramları açısından incelenmiştir.

## KARAGÖZ GAZETESİ KARİKATÜR 1



## KARAGÖZ (13 Ağustos 1908)

Şimdilik Pazartesi ve perşembe günleri neşrolunur musavver eğlence gazetesidir.

Numara: 2

Nüshası 20 Paraya

Sene: 1

Sahib-i İmtiyaz ve Musavveri: Ali Fuad Müdür-i Umur: Hüseyin Cemaleddin

16 Recep 1326

31 Temmuz 1324

13 Ağustos 1908

## 4. Sayfa

## 1. karikatürde en üstten aşağı doğru çizimlerin içinde yer alan yazılar:

Alçaklık, Denaet (Eskimiş), Cinayet, Hınzırlık

## 1. karikatürün sağ kısmında yer alan yazı: İrtikâp (Kötü iş yapmak, kötülük)

## 1. karikatürün en alt kısmında yer alan yazı: İstibdat

Karagöz gazetesinin çalışma kapsamında seçilen ilk karikatürüne bakıldığında bilinen Hacivat ve Karagöz karakterlerinden çok dönemi yansıtmaktadır. 24 Temmuz 1908 gazetelerin sansürden geçmeden okura ulaştığı bir tarihtir (Ayhan, 2010, s. 53). Bu tarihten yaklaşık on beş gün sonra çıkan Karagöz gazetesinin ilk sayısındaki karikatürde bunu yansıtmaktadır. Karikatürü Gestalt'ın şekil- zemin ilişkisi açısından değerlendirmek gerekirse, parça ve bütün arasındaki ilişki şekil zemin arasındaki basitlik ve sadelik yaklaşımı ile sağlanmaktadır. Ülkedeki düşünce – yazın insanlarının portreleri ve II. Meşrutiyet'in basın alanında nasıl bir patlama, özgürlük yarattığının göstergeleri olan farklı boyut ve açılardaki çizgilerin zemindeki toz bulutunun içinden çıkması şeklinde çizilmiştir. Çizimlerin içinde en alta "istibdat" yazan nesnenin patlamayla uçuşan parçaları yer almaktadır. Bu parçacıklar yazı ile desteklenmiştir. En üstten aşağı doğru parçaların içinde Alçaklık, Denaet (Eskimiş), Cinayet, Hınzırlık,



İrtikâp (Kötü iş yapmak, kötülük), En alt ana parçada İstibdat yazmaktadır. Bu haliyle patlayan/parçalanana istibdat ile düşünce ve özgürlük bir patlama şeklindedir.

Karikatür işlevsellik yönü göz önünde bulundurulduğunda yetişkinlere yönelik bir yaklaşım taşımaktadır. Karagöz gazetesinin 1908 yılındaki ikinci sayısı incelendiğinden dönemin baskı teknolojilerinden dolayı ikinci hamur sarı kâğıda siyah beyaz basılmış olduğu görülmektedir. Karikatür, Karagöz ve Hacivat temasından çok ülkenin içinde bulunduğu özgürlük ortamına gönderme yapan şekil zemin ilişkisi içindedir.

Karikatürde şekil ve zemin arasında zıtlık gözetilmiştir. Şekiller arasındaki zıtlık, düşünce insanların portreleri açık, patlama çizgileri koyu verilmesi ile oluşturulmuştur. Zemin ve şekil arasındaki zıtlık ise yakınlık-uzaklık, büyük-küçük ile verilmiştir. Patlamanın gerçekleştiği yerin küçük, patlama ile etrafa yayılan düşünce insanların daha büyük olarak verilmesiyle sağlanmıştır. Karikatürde ana düşünce ülke içinde basın alanı özelinde yaşanan özgürlük modernleşmenin bir anlatımı olarak gösterilmektedir.

Karikatür yakınlık ilkesi açısından değerlendirildiğinde bu ilkenin göstergeleri açık anlaşılır bir şekilde gözlemlenmektedir. Gazetenin okuruna düşünce insanların portreleri daha yakın, patlamanın gerçekleştiği yer daha uzaktır. Karikatürde kullanılan metinler okunmasa bile anlatılan konu ülkede yaşanan özgürlüklerdir ve hedef kitle anlama ilişkin sembolleri görebilmektedir.

Süreklilik ilkesi bu karikatürün yanı sıra bütünsel olarak gazetenin tamamında okurda yarattığı görsel etkiyle açıklanabilir. Karikatürlerde kullanılan çizimlerde benzerlik dikkat çekicidir.

Basın özgürlüğüne yapılan göndermeler ile bilişsel algının yapıldığı söylenebilir. Farklı ilgileri çerçevesinde bölünmüş algı alanları okurda oluşturulmuştur. Diğer bir anlatımla bireyin algısal alanına göndermeler içeren göstergeler ile hedef kitlenin farklı bilişsel ve duyuşsal özelliklerine sunularak okurun kendi algısını oluşturması sağlanmıştır.

Karikatürde yer alan ayrıntıların hepsi küçük mesajlar vermektedir. Okurda bu mesajları bir araya getirerek kendisine ait mesajı çıkarmaktadır. Küçük bir yerde gerçekleşen patlama, patlama sonucunda oluşan bulut ve sekiz düşün ve yazı insanı göstergeleri gibi. Durağan nesnelere algılanma süreci Marr'ın yaklaşımı ile değerlendirilebilir. Sekiz düşünce ve yazı insanının portreleri arasında yeterli boşluğa yer verilmiştir. Marr'a göre tanımlanmış sınırların kenarların olması, nesnelere birbirinden ayırmayı ve onları tanımlamayı sağlamaktadır. Karikatürde kullanılan görselin sınırları da okur tarafından algılanmasını sağlayacak biçimdedir. Karikatürde 1908 yılının getirdiği modernleşme süreci düşün insanları üzerine yapılan vurgudan yararlanılarak aktarılmaktadır.

Karikatürdeki basın özgürlüğünün karşılaştırmaya olanak vermesi kullanılan simgeler ve düşün ve yazı insanların portrelerine olan yönelimidir. Karikatürde yer alan göstergeler Brunswick'in olasılıklı işlevsellik yaklaşımı ile ilgilidir. Yaklaşımına göre okurun algılama sürecinde algılanan kavram ile gönderilen iletilerden yararlı ve fonksiyonel olanları seçer. Karikatürde de ülkede yaşanan gelişmeler basın

özgürlüğünün patlaması üzerinden modernleşme süreci ile ilgili göstergelerle hedef kitleye iletilmektedir.

Görsellerin hedef kitleye etkileşimi olacak şekilde sunulması Gibson'un doğrudan algı yaklaşımına göre iletilen mesajın daha kolay algılandığına yöneliktir. Karikatürde patlama ve düşün ve yazın insanların portre göstergeleriyle hedef kitleye gereksiz öğelerin olmadığı ve göstergelerin hedef kitle tarafından algılanır olması ile sağlanmaktadır.

Nörofizyolojik yaklaşıma göre yapılan çalışmalar hedef kitleye aktarılacak istenen iletilere göre hazırlanmalıdır. Karikatürde hedef kitlenin ülkede yaşanan özgürlük patlamasına odaklanması sağlanmaktadır. Bireysel özelliklerle üzerine inşa edilen algılama, duygusal etki, ilgi ve motivasyondan etkilenir. Okurda aidiyet duygusu bu karikatürle oluşturmaya çalışılmıştır. Yapılandırmacı yaklaşımda, bilgi, psikolojik veriler oluşturmak için bu girdilerle etkileşime girer. Bu tür verilere dayanarak, II. Meşrutiyetin getirdiği siyasal ortam ile modernleşme açısından süreci anlamlandırmaktadır. Hedef kitle bilgileri anlamlandırmada pasif değil, ülkede yaşanan gelişen değişimi de gözlemleyerek aktif konumdadır.

## KARAGÖZ GAZETESİ KARİKATÜR 2



### KARAGÖZ (7 Ağustos 1908)

Şimdilik Pazartesi ve perşembe günleri neşrolunur musavver eğlence gazetesidir.

Numara: 4 Nüshası 20 Paraya Sen: 1

Sahib-i İmtiyaz ve Musavveri: Ali Fuad Müdür-i Umur: Hüseyin Cemalettin

23 Recep 1326 20 Ağustos 1324 7 Ağustos 1908

4. Sayfa

## 2. karikatürün (a) kısmında yer alan yazılar:

*Karagöz: O kadar vakitten beri her tarafı zehirlemekte kusur etmediğin elvermedi de şimdi beni de yılanlara yem mi edeceksin?*

*Ebul'l-Hüda: Hayır efendim. Ben eskiden de bunları oynatırdım. Yine işime başlayacağım.*

## 2. karikatürün (b) kısmında şişenin üstünde yazılanlar:

Umurca Doz'u, Fabrikanın sermayesi 6.000.000 lira

## 2. karikatürün (b) kısmında yer alan yazılar:

*Hacivat: Aman birader ağzım pek sulandı. Bir tek olsun ver...*

*Karagöz: Deli misin sen? Hiç ağzını açmaya gelir mi? Tam doksan gradodur (sıvının içindeki alkol derecesi) ... Dakikasında fırlar.*

Karagöz gazetesinin çalışma kapsamında seçilen ikinci karikatürüne bakıldığında bilinen Hacivat ve Karagöz karakterleri ve şişenin içinde fesi, çantasıyla gösterilen kişi ile olan ilişkileri temsil edilmektedir. Karikatürde kapalı şişenin içine hapsolmuş fesi ve çantası olan kişinin solunda ayakta sol eliyle şişeye dokunup kapalı kapağa bakan Hacivat bulunmaktadır. Şişenin sağında ise sandalyede oturan Karagöz karakteri yer almaktadır. Gestalt'ın şekil- zemin ilişkisi açısından değerlendirmek gerekirse; parça ve bütün arası ilişkinin şekil zemin arası yalınlık ile kurulduğu görülmektedir. Karikatür zemin ilişkisine dayalı olarak değerlendirildiğinde kapalı şişenin içine hapsolmuş fesli ve çantası olan kişinin solunda ayakta duran Hacivat sağında ise sandalyede oturan Karagöz dikkati çeker. İşlevsellik açısından yetişkinlere yönelik bir yaklaşım taşımaktadır. Gazetenin çıktığı dönem itibariyle teknoloji siyah beyaz baskıya olanak sağlamaktadır. Karikatür, Karagöz ve Hacivat temasına gönderme yapan şekil zemin ilişkisi içindedir.

Karikatürde şekil ve zemin arasında zıtlık düşük düzeyde gerçekleşmiştir. Şekiller arasındaki zıtlık, Hacivat ve Karagöz karakterleri ile uyumlu bir şekilde göstergelenerek sağlanmıştır, biri otururken diğerinin ayakta olması, biri şişeye dokunurken diğerinin sadece bakması gibi. Hacivat ve Karagöz ile şişenin içine hapsolmuş fesli çantalı kişinin aynı yerde olması bütünlüğü görsel açıdan sağlamıştır. Karikatürde ana karakterler Hacivat ve Karagöz'dür ama aralarında kalan şişeye hapsolmuş kişinin kıyafeti, fesi, çantası ile Hacivat ve Karagöz'e göre daha modern kıyafetlerle göstergelenmiştir. Şişe göstergesi de karikatürde diğer göstergelerden daha uzun bir şekilde çizilmiştir.

Hacivat'ın sol eliyle şişeye dokunması, Karagöz'ün ise sol ayağının şişeye dokunması yakınlık ilkesini içeren göstergeler olarak somut bir biçimde gözlemlenmektedir. Bilindik Karagöz ve Hacivat atışması sahnelenmiş ve hedef kitle anlama ilişkin sembolleri görebilmektedir.

Gazetenin bu sayısı da dört sayfadan oluşmaktadır ve yine iki karikatür yer almaktadır. Süreklilik ilkesi karikatürlerde ve bütünsel olarak gazetenin tamamında gerçekleşmektedir. Kullanılan çizimlerde benzerlik sürekliliğe katkı vermektedir denebilir.



Bilişsel algının Hacivat ve Karagöz'ün arasında kalan şişedeki kişiye göndermeler üzerine kurulduğu söylenebilir. Farklı ilgileri çerçevesindeki hedef kitleye bölünmüş algı alanları oluşturulmuştur. Değişken bilişsel ve duyuşsal niteliklerine ileti gönderen göstergeler okurun kendine ait algısının oluşturmasını sağlanmıştır.

Ayrıntılar hedef kitleye küçük mesajlar vermekte ve okur bu mesajları bir araya getirerek kendisine ait iletiyi görebilmektedir. Hacivat ve Karagöz'ün kıyafetleri, şapkaları, ayakkabıları ve şişenin içine hapsolmuş kişinin kıyafeti, fesi ve ayakkabısı göstergelerinde olduğu gibi. Hacivat ve Karagöz'ün şapkası ile şişenin içinde yer alan kişinin şapkası arasında yeterli boşluğa yer verilmiştir. Şişenin içinde yer alan kişinin kıyafeti ve çantası batı ile, fesi ise Osmanlı ile tanımlana bilecek bir göstergedir. Tanımlanmış sınırlar çizimleri birbirinden ayırmayı ve tanımlamayı sağlamaktadır. Çalışma için seçilen ikinci karikatürde de kullanılan görselin sınırlarının algılanmasını sağlamaktadır. Karikatürde 1908 yılının ağustos ayının getirdiği modernleşme sürecine kıyafetler üzerine yapılan vurgudan yararlanılmaktadır.

Karikatürdeki kıyafetlerin karşılaştırmaya olanak vermesi kullanılan simgelerle sağlanmaktadır. Bu göstergeler, Brunswick'in olasılıklı işlevsellik yaklaşıma göre okurun algılama sürecinde algılanan kavram ile gönderilen iletilerden yararlı ve fonksiyonel olanları seçer. Karikatürde de kıyafetler ve kapalı şişe içindeki kişi üzerinden modernleşme süreci ile ilgili göstergeler hedef kitleye iletilmektedir.

Doğrudan algı yaklaşımı görsellerin daha kolay algılandığına vurgu yapar. Karikatürde Hacivat ve Karagöz'ün arasında kalan şişe içindeki kişi ile verilen kıyafet, çanta ve şapka göstergeleriyle hedef kitleye gereksiz öğelerin olmadığı ve göstergelerin hedef kitle tarafından algılanır olması ile sağlanmaktadır.

Karikatürde hedef kitlenin kapalı şişenin içindeki kişi, kıyafetler, Hacivat ve Karagöz'e odaklanması nörofizyolojik yaklaşımı sağlanmaktadır. Algılama bireysel özelliklerin üzerine temellendirilir. Hacivat, Karagöz ve şişedeki kişi ile ilgili çizimler yapılandırıcı yaklaşımı oluşturmak için etkileşime girer. Ülkede yaşanan özgürlük ortamının getirdikleri modernleşme açısından anlamlandırılmaktadır. Hedef kitle bilgileri anlamlandırmada yaşayarak ve gözlemleyerek nesne konumundan özne konumuna geçmiştir.

KARAGÖZ GAZETESİ KARİKATÜR 3



KARAGÖZ (3 Eylül 1908)

Şimdilik Pazartesi ve perşembe günleri neşrolunur musavver eğlence gazetesidir.

Numara: 8 Nüshası 20 Paraya **Sene: 1**

**Sahib-i İmtiyaz ve Musavveri: Ali Fuad Müdür-i Umur: Hüseyin Cemaleddin**

7 Şaban 1326 21 Ağustos 1324 3 Eylül 1908

4. Sayfa

3. karikatürde yer alan yazılar:

- A birader... Nedir bu çektiğimiz.

- Ne olacak... Con??? Paşa ile onu oraya koyanların belasını çekiyoruz.

Karagöz gazetesinin çalışma kapsamında seçilen üçüncü karikatüre bakıldığında bilinen Hacivat ve Karagöz karakterlerinin yanı sıra şehir, ulaşım, taşıtlar ve teknolojiyi yansıtmaktadır. Karikatür Gestalt'ın şekil- zemin ilişkisi açısından değerlendirmek gerekirse; parça- bütün ilişkisinin şekil zemin arası sadelik ile kurulduğu görülmektedir. Karikatür zemin ilişkisine dayalı olarak değerlendirildiğinde ulaşım ve teknoloji şeklinde göstergelenmektedir. 19. yüzyılın sonlarında Sultan Abdülhamid, Boğaz'da demirli filodan bir askerî darbe gelebileceğinden korkarak donanmayı terhis edip gemilerin parçalanmasına izin vermesi Osmanlı donanmasının durumunu anlatır niteliktedir. 1908 Jön Türk devrimi ile donanma konusunda İngiltere'nin yardım sürecini hızlandırmıştır (Rooney, 2008, s. 74-75). İstanbul Boğazı'nda Hacivat ve Karagöz'ün içinde olduğu sandal ve yanında teknoloji ile eşzamanlı bir gemi şehir silüeti ile aktarılmaktadır. Karikatür işlevsellik

yönü göz önünde bulundurulduğunda yetişkinlere yönelik bir yaklaşım taşımaktadır. Gazetenin 1908 yılındaki sayısı incelendiğinden baskı teknolojilerinden dolayı siyah beyaz renkler bulunmaktadır. Karikatür Karagöz ve Hacivat temasından çok ülkenin içinde bulunduğu gelişmeler teknoloji ve donanmaya yapılan gönderme şeklinde kurgulanmıştır.

Geleneksel karakterler olan Hacivat ve Karagöz sandalda iken yanlarında dönemin teknolojisini taşıyan geminin olması karikatürde zıtlıklardan yararlanıldığını göstermektedir. Sandal ve gemi arasındaki zıtlık, hedef kitleye teknoloji vurgusu yapması açısından önemlidir. Hacivat ve Karagöz'ün içinde olduğu sandal ve gemi göstergelerinin hedef kitleye yakın olması şehir silüetinin uzak olması, sandalın küçük geminin ise büyük şekilde çizimi ile verilmiştir. Diğer bir anlatımla zemin ve şekil arasındaki zıtlık, yakınlık-uzaklık, büyük-küçük ile verilmiştir. Karikatürde ana düşünce gemi, donanma özelinde yaşanan teknoloji ve modernleşmenin bir anlatımı olarak gösterilmektedir.

Yakınlık ilkesi açısından değerlendirmek gerekirse; karikatürde bu göstergeler anlaşılır bir şekilde gözlemlenmektedir. Okura gemi ve sandal daha yakın, şehir silüeti ve bu silüet içinde yer alan bacalar daha uzaktır. Karikatürün altında yazan metin okunmasa bile anlatılan konu ülkede yaşanan değişimin teknolojiye de yansıdığı ve hedef kitlenin anlama ilişkin sembolleri görebildiğine yöneliktir. Gazetenin okurda oluşturduğu süreklilik görsel etkiye dayalı olarak gerçekleştiği söylenebilir. Karikatürlerde kullanılan çizimlerde benzerlik yaklaşımı bu sayıya da devam etmektedir.

Bilişsel algının ülkenin gelişimi ve değişimine teknolojik yansımaya yapılan göndermeler üzerine kuruludur. Okurun ilgileri çerçevesinde bölünmüş algı alanları oluşturulmuştur. Diğer bir anlatımla okurun kendi algısını oluşturması sağlanmıştır.

Karikatürde kullanılan her bir ayrıntı hedef kitleye mesajlar iletmektedir ve okur bu mesajları bir araya getirerek kendisine ait bir mesaj çıkarmaktadır. Boğaz'da Hacivat ve Karagöz'ün sandalda kürek çekmesi ve hemen yanlarında teknolojiye uygun bir gemi, şehir silüeti ve o silüette bacası tüten göstergelerin olması gibi. Durağan nesnelere algılanması söz konusu olduğunda bu nesnelere odaklanan Marr'ın yaklaşımı da akla gelmektedir. Sandal, gemi ve şehir silüeti arasında yeterli boşluğa yer verilmiştir. Karikatürlerin tanımlanmış sınırlarının ve kenarlarının olması nesnelere birbirinden ayırmakta ve böylelikle tanımlanmasını da sağlamaktadır. 1908 yılının getirdiği modernleşme süreci gemi ve teknoloji üzerine yapılan vurgudan yararlanılarak aktarılmaktadır.

Karikatürdeki Hacivat ve Karagöz'ün kürek çektiği sandal, gemi teknolojinin karşılaştırmaya olanak vermesi kullanılan simgeler olasılıklı işlevsellik yaklaşımı açısından ilişkilendirilebilir. Okur, algılama sürecinde kaynak tarafından gönderilen iletiler arasından kendisi için yararlı ve fonksiyonel olanları değerlendirir. Karikatürde de ülke de yaşanan gelişmeler gemi, donanma üzerinden modernleşme süreci ile ilgili göstergeler hedef kitleye iletilmektedir.

Görsellerin hedef kitleye etkili şekilde iletilmesi, verilmek istenen mesajın daha kolay algılandığına vurgu yapar. Hacivat ve Karagöz'ün kürekle çektiği sandal ve



sandala göre teknolojik bir gemi göstergeleri gereksiz öğelerin olmadığı ve göstergelerin hedef kitle tarafından algılanır olması ile sağlanmaktadır.

Karikatürde hedef kitlenin ülkede yaşanan değişim ve gelişime odaklanması sağlanmaktadır. Algılama bireysel özelliklerin üzerine temellendirilir. Karikatürde hedef kitleye gelecek olan teknolojinin yanında olma duygusunu oluşturan bir çalışma yaratılmıştır. Yapılandırmacı yaklaşımda, bilgi, psikolojik veriler oluşturmak için bu girdilerle etkileşime girer. Bu tür verilere dayanarak, teknoloji ile modernleşme açısından süreci anlamlandırmaktadır. Bilgileri anlamlandırmada hedef kitle pasif değil, ülkede yaşanan gelişen değişimi de gözlemleyerek aktif konumdadır.

#### KARAGÖZ GAZETESİ KARİKATÜR 4



#### KARAGÖZ (7 Eylül 1908)

Şimdilik Pazartesi ve perşembe günleri neşrolunur musavver eğlence gazetesidir.

Numara: 9 Nüshası 20 Paraya Sene: 1

Sahib-i İmtiyaz ve Musavveri: Ali Fuad Müdür-i Umur: Hüseyin Cemaleddin

11 Şaban 132625 Ağustos 1324 –

7 Eylül 1908

4. Sayfa

4. karikatürde yer alan yazılar:

– Kapitülasyon ne olacak?

- *Gerdune-i istibdada (İstibdat arabası) binmiş gidiyor, görmüyorsun*  
 – *Türkiye’deki meserrete (sevince) bak... Ne güzel değil mi?...*

Karagöz gazetesinin çalışma kapsamında seçilen dördüncü karikatürü diğerlerinden çizim ve anlatım açısından farklılık göstermektedir. Hacivat ve Karagöz karakterlerinden çok dönemi yansıtmaktadır. Ülkede özgürlük düşün ekseninde değişimin olduğu kadar teknolojiye de bu değişimin yaşanması isteğini yansıtmaktadır. Karikatür Gestalt’ın şekil- zemin ilişkisi açısından değerlendirmek gerekirse; parça ve bütün arası ilişkinin şekil zemin arası sadelik yaklaşımı yerine tek tek farklı dört çizimin tümevarım ile kurulduğu görülmektedir. Ülkede yaşanan özgürlükçü ortamın farklı alanlarda kendini göstermesi göstergelenmektedir. Tasarımlarda Latin alfabesi kullanıldığında gazetelerde hedef kitlenin sayfayı göz ile takibi alfabeyle doğru orantılı olarak soldan sağa doğrudur. Osmanlı alfabesinin sağdan sola olması hedef kitlenin göz takibinin de bu yönde olacağı varsayımına yönelik olarak Hacivat ve Karagöz karakterleri karikatürün sağ tarafında bulunmaktadır. Güneş ve güneş ışınlarının altında Hacivat ve Karagöz ayakta birbirleriyle konuşur bir şekilde bir haritanın üzerinde gibi algılanacak bir zeminle göstergelenmektedir. Güneş ışınlarının altında yer alan Hacivat ve Karagöz’ün hemen solunda batılı tarzda kıyafetleri, şapkaları, konuşmaları jestleriyle verilen iki kişi ülkedeki özgürlük ortamına atıfta bulunmaktadır. İki kişiden biri sandalyede oturmakta ve elindeki gazeteyi ayakta olan kişiye sansürün olmadığını anlatmak ister gibi göstermektedir. Batılı tarzda kıyafetleri, jestleriyle gösterilen çizimin solunda büyük bir kuş arabadaki kişileri bulutlar üzerinde uçurmaktadır. 1903 yılında Orville ve Wilbur Wright kardeşlerin motor gücü ile havalanıp bir süre havada kalarak gerçekleştirdikleri uçuştan (Yalçın, 2016, s. 192) beş yıl sonra çıkan gazetede bu teknolojinin toplum tarafından istenen bir gelişme olduğuna yönelik olarak değerlendirilebilir. Bu karikatürden aylar sonra 1909 yılında uçak ve balon üreticileri İstanbul’a gelerek sistemlerini tanıtmış Osmanlı ordusu da bu gelişmelere kayıtsız kalmamış bir komisyon kurarak uçakları değerlendirmiştir (Yalçın, 2016, s. 198). Bulutların arasında uçan kuş arabasının altında, Eyfel Kulesini anımsatacak tarzda bir rasathane çizimi bulunmaktadır. Rasathanede bulunan teleskopla etrafı gözlemleyen kişiler göstergelenmektedir. Bu karikatür gazetesinin diğer sayılarında yer alan diğer karikatürlerden farklı olarak ayrı ayrı anlatımlarla teknolojiye her alanda önem verilmesi gerekliliği algısına vurgu yapılmaktadır.

Karikatürün işlevsellik yönü yetişkinlere yöneliktir. Baskı teknolojisinden dolayı siyah beyaz basıldığı kâğıdının da sarı saman kâğıdı olduğunu bir kere daha hatırlatmakta yarar var. Karikatür Karagöz ve Hacivat temasından çok teknolojiye duyulan isteğe gönderme yapan bir şekil zemin ilişkisi içinde kurgulanmıştır.

Dört farklı karikatürden teknoloji ile ilgili bir bütün oluşturma çabasının olduğu çalışmada şekil ve zemin arasında tümevarım gözetilmiştir. Şekiller arasındaki ortak payda teknoloji açısından sağlanmıştır. Karikatürde ana düşünce teknolojiyle, yaratıcılıkla toplumun yaşamının nasıl değişeceği modernleşmenin bir anlatımı olarak göstergelenmektedir.



Dört farklı karikatürde yakınlık açısından değerlendirildiğinde göstergeler somut bir biçimde gözlemlenmektedir. Hedef kitleye güneş ışınlarının altındaki Hacivat ve Karagöz ile rasathane daha yakın, batılı tarzda giyimleriyle birbiriyle yazılı bir kitap ya da gazete hakkında konuşan iki kişi ile bulutların arasındaki uçan kuş arabasındakiler daha uzaktır. Karikatürün altında yazan metin okunmasa bile anlatılan konu ülkede istenenin teknoloji olduğu ve hedef kitle anlama ilişkin sembollerini göstermektedir. Grafik tasarımda yer alan kompozisyon öğesinden biri yakınlıktır. Burada tipografik öğelerin karikatürün dışında olmasından dolayı yakınlık söylenemez.

Süreklilik ilkesi bu karikatürün yanı sıra bütünsel olarak gazetenin tamamında okurda oluşturduğu etkiye bağlı olduğu söylenebilir. Karikatürlerde kullanılan çizimlerde benzerlik yaklaşımı dikkati çeker.

Teknolojik gelişmeye yapılan göndermelerin bilişsel algı üzerine kurulduğu gözlenmektedir. Okurun ilgi alanlarına göre bölünmüş algı alanları şekillendirilmiştir. Algısal alanlara yapılan göndermeler okurun kendi algısının oluşturması sağlanmıştır.

Güneş ışınlarının altındaki Hacivat ve Karagöz, batılı tarzda giyinmiş birbiriyle konuşan iki kişi, uçan kuş arabasının içindeki yolcular ve rasathanede gözlem yapanlar. Bu dört karikatürde yer alan ayrıntılar hedef kitleye küçük küçük mesajlar vermekte ve okur bu mesajları bir araya getirerek kendisine ait mesaj çıkarmaktadır. Durağan nesnelerin algılanma süreci açısından bu dört karikatür arasında yeterli boşluğa yer verilmiştir. Karikatürleri tanımlanmış sınırlarının ve kenarlarının olması ile karikatürleri birbirinden ayırmayı ve onları tanımlamayı sağlamaktadır. Kullanılan görselin sınırları karikatürün algılanmasını sağlayacak şekildedir. Dört karikatürde 1908 yılının getirdiği modernleşme süreci teknoloji üzerine yapılan vurgudan yararlanılarak aktarılmaktadır.

Dört karikatürde teknolojinin yaşamın farklı alanlarında nasıl kullanılabileceğine olanak vereceğini yansıtan simgeler; uçan kuş taşıma aracı, rasathane, bir kitap ya da gazete hakkında konuşan kişiye olan yönelimdir. Bu göstergeler Brunswick'in olasılıklı işlevsellik yaklaşımı açısından değerlendirilebilir. Okur algılama sürecinde kaynak tarafından gönderilen iletiler arasından kendisi için yararlı ve fonksiyonel olanları belirler. Teknolojinin hayatın her alanı üzerinden modernleşme süreci ile ilgili göstergeler hedef kitleye iletilmektedir.

Gibson'un doğrudan algı yaklaşımı görsellerin hedef kitleye iletilmek istenen mesajın algılanmasındaki kolaylığa vurgu yapar. Dört karikatürde kullanılan göstergeleriyle hedef kitleye gereksiz öğelerin olmadığı ve göstergelerin hedef kitle tarafından algılanır olması ile sağlanmaktadır.

Nörofizyolojik alanında yapılan çalışmalar hedef kitleye aktarılmak istenen iletilere göre hazırlanmalıdır. Dört karikatürde de hedef kitlenin teknolojiye odaklanması sağlanmaktadır. Duygusal etki, ilgi ve motivasyondan etkilenen algılama bireysel özelliklerin üzerine temellendirilir. Bu karikatürde etki alanı hedef kitleye aidiyet duygusu yaratacak şekildedir. Yapılandırmacı yaklaşımda, bilgi, psikolojik veriler oluşturmak için bu girdilerle etkileşime girer. Bu tür verilere dayanarak, teknolojinin hayatın her alanı ile modernleşme açısından süreci anlamlandırmaktadır. Hedef kitle



bilgileri anlamlandırmada pasif değil, ülkede yaşanan gelişen değişimi de gözlemleyerek aktif konumdadır.

## KARAGÖZ GAZETESİ KARİKATÜR 5



### KARAGÖZ (14 Eylül 1908)

Şimdilik Pazartesi ve perşembe günleri neşrolunur musavver eğlence gazetesidir.

Numara: 11 Nüshası 20 Paraya Sene: 1

Sahib-i İmtiyaz ve Musavveri: Ali Fuad

Müdür-i Umur: Hüseyin Cemalettin

18 Şaban 1326 1 Eylül 1324 14 Eylül 1908

4. Sayfa

5. karikatürün (a) kısmının yanında yer alan yazı:

*Neşriyatın birinci günü*

5. karikatürün (b) kısmının yanında yer alan yazı:

*Tashih-i hata günü*

Karagöz gazetesinin çalışma kapsamında seçilen bu sayısındaki karikatürlerine bakıldığında çalışmanın iki bölümden oluştuğu ve iletişimin tanımında yer alan hedef kaynak ilişkisini temsil etti görülmektedir. Haber alma, iletme, geçmiş olay ve görüntülere ilişkin imgeleri depolama, görsel ve güncel olan imgeyi algılayıp yorumlama açısından algı deneyimi, bir gazetenin dağıtımına benzer (Genç A & Sipahioğlu, 1990, s. 19). Bu benzerlikten yola çıkarak ilk karikatürde gazetesini alıp okuyan hedef kitle gösterilmekte. Bu hedef kitlenin Karagöz gazetesi okuru olduğu gülmelerinden anlaşılmaktadır. İlk karikatürde dört kişi gazeteyi açıp okurken bir

taftan da gülmektedirler. İkinci karikatürde ise Karagöz karakteri bir tarafıyla gazeteyi temsil ettiği algısıyla gazeteyi okuyup gülen kişilerin ardından onlara güler bakmaktadır. İki karikatür Gestalt'ın şekil- zemin ilişkisi açısından değerlendirmek gerekirse; parça ve bütün arası ilişkinin şekil zemin arası sadelik ile kurulduğu görülmektedir. İki karikatür gazete ve okur şeklinde göstergelenmektedir. İlk karikatürdeki dört kişinin gazeteyi açıp güler okumaları gazetenin hedef kitleye ulaştığı mizah gazetesi olması açısından da işlevini gerçekleştirdiği gösterilmektedir. İkinci karikatürde ise Karagöz'ün durumu görüp çıkardıkları gazetenin başarısına mutlu olduğu görülmektedir. Karikatür işlevsellik yönü göz önünde bulundurulduğunda gazete ve hedef kitesine yönelik bir yaklaşım taşımaktadır. Karagöz gazetesinin bu sayısı da baskı teknolojisinden dolayı siyah beyaz renktedir. İki karikatür Karagöz ve Hacivat temasından gazete ve okur ortamına gönderme yapan bir şekil zemin ilişkisi içinde kurgulanmıştır.

İki karikatür arasındaki zıtlık, birinci karikatür okuru temsil ettiği için yüzleri hedef kitleye dönüktür, ikinci karikatür gazeteyi temsil ettiği için hedef kitleye Karagöz dönüktür. Zemin ve şekil arasındaki zıtlık ise yakınlık-uzaklık ile verilmiştir. Birinci karikatür üstte ikinci karikatür ise alttadır. Birinci karikatürde okurun yüzü ikinci karikatürde okurun sırtı görülmektedir. İki karikatürdeki ana düşünce okur ve gazete ilişkisi modernleşmenin bir anlatımı olarak göstergelenmektedir.

Karikatürde yakınlık ilkesi açısından değerlendirildiğinde göstergeler açık bir şekilde gözlemlenmektedir. Okura birinci karikatür üstte ikinci karikatür ise altta verilmiştir. Anlatılan konu gazete ve okur ilişkisi ve hedef kitle anlama ilişkin sembolleri görebilmektedir.

Bilişsel algı gazete ve okuruna yapılan göndermeler üzerinedir. Okurun ilgileri doğrultusunda bölünmüş algı alanları oluşturulmuştur. Algısal alana gönderilen göstergeler değişken bilişsel duyularına yöneliktir. Bununla okurun kendi algısını oluşturması sağlanmıştır.

Birinci karikatürde gazeteyi okuyan ve gülen okur, ikinci karikatürde ise okurun arkasından bakan ve yaptığı işin iyi olduğunu gören Karagöz karakteri ile gösterildiği gibi. İki karikatürün alt alta olması durağan nesnelere algılanma süreci açısından aralarında yeterli boşluğa yer verilmiştir. Karikatürün tanımlanmış sınırlarının ve kenarlarının olması, karikatürleri birbirinden ayırır ve tanımlar. Karikatürdeki görselin sınırları algılanmasını sağlayacak şekildedir. İki karikatürde 1908 yılının getirdiği modernleşme süreci okur gazete ilişkisine yapılan vurgudan yararlanılarak aktarılmaktadır.

İki karikatürdeki okur gazete karşılaştırmasına olanak vermesi kullanılan simgelerdir. Bu simgeler Brunswick'in olasılıklı işlevsellik yaklaşımı açısından değerlendirilebilir. Algılama sürecinde okur kaynak tarafından gönderilen iletiler arasından kendisi için yararlı ve fonksiyonel olanları seçer. İki karikatürde de okur gazete ilişkisi üzerinden modernleşme süreci ile ilgili göstergeler hedef kitleye iletilmektedir.

Görsellerin hedef kitleye etkileşimli bir şekilde sunulması ile iletilmek istenen mesajın anlaşılır algılandığına dairdir. Bu da doğrudan algı yaklaşımına vurgu yapar.

İki karikatürde okur ve gazete göstergeleriyle hedef kitleye gereksiz öğelerin olmadığı ve göstergelerin hedef kitle tarafından algılanır olması ile sağlanmaktadır.

Nörofizyolojik açıdan birinci karikatürde hedef kitlenin okura ikinci karikatürde gazeteye odaklanması sağlanmaktadır. Duygusal etki, ilgi ve motivasyondan etkilenen algılama, bireysel özellikler ile ilgilidir. Bu karikatürde okura aidiyet duygusu yaratacak bir alan oluşturulmuştur. Bilgi, psikolojik veriler oluşturmak için bu girdilerle etkileşime girer. Bu tür verilere dayanarak, okur gazete ilişkisi ile modernleşme açısından süreci anlamlandırmaktadır. Hedef kitle bilgileri anlamlandırmada pasif değil, ülkede yaşanan gelişen değişimi de gözlemleyerek aktif konumdadır.

### SONUÇ

Dergiciliğin gelişimi niteliksel ve niceliksel açıdan Cumhuriyet’le gerçek anlamını kazanmıştır. 19. yüzyılda Osmanlı’da yaşanan düşünce akımlarının yaygınlaşması ve etkinleşmesinde gazeteler kadar dergiler de etkili olmuştur (Güngör & Tellan, 2010, s. 232). Çalışma kapsamımızda incelenen Karagöz, dergi özellikleri gösterse de ilk sayısında “Pazartesi ve perşembe günleri çıkar siyasi, mizahi musavver halk gazetesi” sloganıyla çıkması nedeniyle çalışma içinde gazete olarak belirtilmiştir.

Çalışma kapsamında incelenen karikatürler, konuları açısından modernleşen ve değişen toplumdaki imgeler sunmaktadır. Düşünce ve ifade özgürlüğü vurgusu değişen siyasal ve entelektüel hayatın bir göstergesidir. Yine karikatürlerde yer alan kent, teknoloji, yeni yaşam pratikleri, gündelik hayat göstergeleri yeni bir toplumun imgelerini sunmaktadır. Bir taraftan modernleşme isteği diğer taraftan bu isteğe paralel olarak istibdat eleştirisi ve istibdatın kalkmasından duyulan sevinç de karikatürlerde yansıtılmaktadır. Karikatürün özünde yer alan ‘eleştiri’ bile ilk kez merkezi iktidara karşı kamusal alanda bu kadar açık ve belirli bir şekilde yapılmaktadır. Bunlar hayata, kültüre ve siyasal değişime yönelik önemli göstergelerdir. Bu bağlamda Karagöz gazetesi ve gazetede yer alan karikatürler Osmanlı’dan Cumhuriyet’e devam eden modernleşme bağlamındaki değişimi göstermekte yeni bir kamusal alanın inşasında önemli bir işlevi yerine getirmiş görünmektedir.

### EXTENDED ABSTRACT

In mythological thought, a smile is a magical element that humans are born with. The magic smile has symbolic meanings such as abundance, and, and resurrection. The belief in the life-giving power of a smile has a wide place in the traditional views of the Turks. Cartoons are used to explain the relationship between ridicule and wit. According to Fisher:

*“is ugliness hidden, it is necessary to expose it with the ridiculous, even if it is a little obvious, it is necessary to catch it and show it in order to bring it to light... This is the origin of the cartoon”.*

Humor, according to Oskay; is for social life that is accepted and tried to live in, and on the other hand, it is for social life that is tried to change. In other words, it is the effort of social life to be liberated against ideas such as tradition and custom.



*“What is serious is ridiculing the bigotry of those who hold power, those who support that power. It is the encouragement, the breathing, the search for solutions by ordinary people who submit when they are alone in real life.”*

The cartoon has two sides; line and thought. This complexity, which consists of the intense rigidity of the line and the sarcastic and implicit nature of thought, carries difficult elements for a mind accustomed to understanding simple things like itself. The publication opportunity of the cartoon was provided by Senefelder in 1876 with the discovery of Lithography (Stone Print). Then, political cartoons, defined as “political cartoons” in England and “editorial cartoons” in the USA, began to be published in newspapers.

Humor magazines determine the sense of humor of the period in which they are published. On the one hand, they convey these codes by using the cultural codes of the context in which they occur, on the other hand, they provide important data on the way these codes are perceived.

Due to the practices of Abdülhamid II, Ottoman society remained away from periodicals until the declaration of the Second Constitutional Monarchy. This gap has been filled by Young Turk publications. Humor was also used as a powerful tool against the rule of Abdülhamid II. Hayal, Hamidiye, Dolab, Tokmak, Beberuhi, Curcuna and Deccal are some of the humorous newspapers and magazines published by the Young Turks.

Karagöz, which takes its name from the character of Karagöz in the Turkish shadow play, started its publication on 10 August 1908 (28 July 1324/12 Recep 1326) with the slogan “Political, humorous illustrated folk newspaper that comes out on Mondays and Thursdays” (Okay, 2004, s. 19). The publisher is Ali Fuat Bey, leading author is Mahmud Nedim Bey, and the defense counsel of the newspaper is Selim Hüsnü Bey. As of 104 copies per year, it was sold to İstanbul and provinces for 65 kuruş including postage and 80 kuruş abroad.

Karagöz, owned by Ali Fuad Bey, one of the first cartoonists of our country, started its publication life shortly after the declaration of the Second Constitutional Monarchy. It continued to be published twice a week as a public humor magazine. In the magazine with plenty of cartoons and the events are explained and interpreted in a plain language that the public can understand, the topics covered in the Karagöz style are given with Karagöz-Hacivat speeches. Baha Tevfik Bey and Aka Gündüz took charge in the magazine, which was published under the management of Ali Fuad Bey.

The dimensions of the newspaper are 28 cm x 41 cm and consist of four pages. The facts and processes presented with the characters Karagöz and Hacivat are subtitled and understandable. Integrating the subtitles, in which the possibilities of the folk language are used, with the descriptive drawings are the main features of the articles in the Karagöz newspaper. Karagöz, which is one of the long-lasting humor newspapers in Turkey, continued its publications until 1968.

Expressing the social lifestyles that started in Europe in the 17th century and then influenced the whole world, modernity refers to the forms of social life and

organization. In other words, modernity is a type of society that emerges because of changes in economic, political, and cultural fields. In essence, modernity is the emergence and institutionalization of capitalism and national markets.

Perception is a term used to describe the application of neurological research and accepted psychological principles to visual communication research. It is a theoretical approach that deals with how the brain receives, processes, makes sense of, and uses information. Visual communication studies help evaluate communication theories derived from social studies. This perceptual approach to communication theory accepts the primacy of emotions and specifically targets visual communication as a perceptual process depending on primary emotion-based response systems. Visual perception is a process that emerges from the images in the outside world, in which the information coming from the eyes is interpreted. Gestalt approach: It consists of the principles of figure-ground relationship, balance, isomorphic conformity, perceptual grouping, resemblance-separation, and completion.

Marr's visual perception approach focuses on the perception process of stationary objects. According to this approach, there are four main factors responsible for the intensity values in the image. These are the geometry, reflection, lighting, and perspective. In an image, all these factors are mixed, some intensity changes attributed to one cause, others to another, and some to a combination. Having defined boundaries enables objects to be separated and defined. The probabilistic approach developed from the work of Egon Brunswik (1903-1955). The characteristics of the perceived concept depend on the features between the environment and the perceiver. It depends on the environment in which the perceived concept is located, the situation that reveals this relationship, and the characteristics of the perceiving person. Selecting and defining the posts by the perceived concept also brings uncertainty about whether the perception will take place or not.

The neurophysiological approach to perception proposes that psychological hypotheses can be modified by known neural mechanisms. It focuses on how the individual constructs knowledge about the perceived concept. In his constructivist approach, Richard L. Gregory's theory is perceived as a hypothesis. Appropriate information interacts with these inputs to create psychological data. Based on such data, hypotheses are developed to predict and make sense of events in the world. This chain of events also constitutes the perception process.

A vision phenomenon or perception experience is like the distribution of a newspaper in terms of processes such as receiving news, transmitting news, sensitivity to changes, noticing, storing images of past events and images, perceiving, and interpreting the visual and current, and the latest visual image.

Newspapers also appear as a field of activity where cartoons, which are a visual production, meet with the readers and therefore the society. In this study, the cartoons selected from the between 13 August 1908 and 14 September 1908 issues of the newspaper Karagöz, which started its publication on August 10, 1908, named after the Karagöz style in the Turkish shadow play, were examined in terms of the modernization process and the theories of visual perception.

The cartoons that we have discussed and examined within the scope of the study offer us images of the modernizing and changing society in terms of their subjects. The emphasis on freedom of thought and expression is an indicator of the changing political and intellectual life. The images of the city, technology, new life practices, and daily life that are also included in the cartoons present us with images of a new society. On the one hand, the desire for modernization, on the other hand, the criticism of tyranny and the joy of the abolition of tyranny are also reflected in the cartoons. Even the 'criticism', which is at the core of the caricature, is for the first time made in such a clear and specific way in the public arena against the central government. These are important indicators of life, culture, and political change. In this context, the Karagöz newspaper and the cartoons in the newspaper show the change in the context of modernization from the Ottoman Empire to the Republic and fulfill an important function in the construction of a new public space.

### **Makale Bilgileri**

<i>Etik Kurul Kararı:</i>	Etik Kurul Kararından muafır.
<i>Katılımcı Rızası:</i>	Katılımcı yok.
<i>Mali Destek:</i>	Çalışma için herhangi bir kurum ve projeden mali destek alınmamıştır.
<i>Çıkar Çatışması:</i>	Çalışmada kişiler ve kurumlar arası çıkar çatışması bulunmamaktadır.
<i>Telif Hakları:</i>	Çalışmada kullanılan görsellerle ilgili telif hakkı sahiplerinden gerekli izinler alınmıştır.

### **Article Information**

<i>Ethics Committee Approval:</i>	It is exempt from the Ethics Committee Approval.
<i>Informed Consent:</i>	No participants
<i>Financial Support:</i>	The study received no financial support from any institution or project.
<i>Conflict of Interest:</i>	No conflict of interest.
<i>Copyrights:</i>	The required permissions have been obtained from the copyright holders for the images and photos used in the study.



## KAYNAKÇA

- Abercrombie, N., Hill, S., & Turner, B. S. (1994). *The penguin dictionary of sociology*. London: Penguin Books.
- Ahmad, F. (1994). *Modern Türkiye'nin oluşumu*. (Y. Alogan, Çev.) İstanbul: Sarmal Yayınları.
- Arıkan, A. (2009). *İmgeden baskıya grafik tasarım*. Konya: Akademi Yayınları.
- Avcı, A. (2003). Toplumsal eleştiri söylemi olarak mizah ve gülmece. *Birikim*(166), 80-96. Aralık 20, 2020 tarihinde <https://birikimdergisi.com/dergiler/birikim/1/sayi-166-subat-2003/2354/toplumsal-elestiri-soylemi-olarak-mizah-ve-gulmece/3891> adresinden alındı
- Ayhan, B. (2010). II. Meşrutiyet döneminde İttihat ve Terakki, siyaset ve basın. H. Aydın (Dü.) *İkinci meşrutiyet devrinde basın ve siyaset içinde*, (s. 43-71). Konya: Palet Yayınları.
- Bakhtin, M. (2001). *Karnavaaldan romana*. (S. Irzık, Dü., & C. Soydemir, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Balcıoğlu, S., & Öngören, F. (1976). *50 Yılım Türk mizah ve karikatürü*. İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.
- Barry, A. M. (2004). Perception Theory. K. Smith, S. Moriarty, G. Barbatsis, & K. Kenney (Dü) içinde, *Handbook of visual communication theory methods, and media*. London: Routledge.
- Baudelaire, C. (1997). *Gülmenin özü*. (İ. Yalçın, Çev.) İstanbul: İris Yayıncılık.
- Bedir, A. (2019). *Yakın Dönem siyasi tarihinin karikatür üzerinden analizi: Karagöz 1922-1939 (Doktora tezi)*. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> adresinden alındı
- Bergson, H. (2014). (2014) *Gülme*. (D. Çetinkasap, Çev.) İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.
- Beydili, C. (2004). *Türk mitoloji sözlüğü*. Ankara: Yurt Kitap.
- Callinicos, A. (2013). *Toplum kuramı: tarihsel bir bakış*. (Y. Tezgiden, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Camtoz, H. İ. (2019). *Mizah basımında Karagöz gazetesine göre II. Dünya Savaşı'nın analizi (Yüksek lisans tezi)*. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> adresinden alındı
- Celep, A. (2009). *Osmanlı İmparatorluğu'nda mizah: Karagöz mizah gazetesinin 1908-1918 yılları arası bir analizi (Yüksek Lisans tezi)*. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> adresinden alındı
- Çakmak, F. (2014). Ay Dede ve Karagöz mizah dergilerinde Türk kurtuluş savaşı. *Büyük Taarruzun 90. Yılında Uluslararası Milli Mücadele ve Zafer Yolu Sempozyumu 2-4 Ekim 2012*. 2, s. 1113-1142. Ankara: Atatürk Araştırma Merkezi Yayınları.
- Çeviker, T. (1985). Tanzimat'tan Cumhuriyete Türk karikatürü. *Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Türkiye ansiklopedisi* (C. 4, s. 1101-1108). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Çeviker, T. (1991). *Gelişim sürecinde Türk karikatürü*. İstanbul: Adam Yayıncılık.
- Demir, M. (2015). *Karagöz gazetesi transkript ve değerlendirmesi (numara 19-36) (Yüksek lisans tezi)*. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> adresinden alındı
- Eisenstadt, S. N. (2007). *Modernleşme başkaldırı ve değişim*. (U. Coşkun, Çev.) Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Freud, S. (1996). *Espri sanatı*. (E. Alkan, Çev.) İstanbul: Toplumsal Dönüşüm Yayınları.
- Genç A, A., & Sipahioğlu, A. (1990). *Görsel algılama "sanatta yaratıcı süreç"*. İzmir: Sergi Yayınevi.
- Giddens, A. (2010). *Modernliğin sonuçları*. (E. Kuşdil, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Gordon, I. E. (2004). *Theories of visual perception*. New York: Psychology Press.
- Güngör, N., & Tellan, T. (2010). Türkiye'de dergiciliğin gelişim sürecine genel bakış. N. Güngör (Dü.). *Cumhuriyet döneminde iletişim kurumlar, politikalar içinde* (s. 231-242). Ankara: Siyasal Kitabevi.

- Karacalar, H. S. (2018). *Hayalden çizgiye karagöz'ün penceresinden Çanakkale Savaşı* (Yüksek lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>. adresinden alındı
- Karagöz Gazetesi. (13 Ağustos 1908).
- Karagöz Gazetesi. (14 Eylül 1908).
- Karagöz Gazetesi. (3 Eylül 1908).
- Karagöz Gazetesi. (7 Ağustos 1908).
- Karagöz Gazetesi. (7 Eylül 1908).
- Kılıçer, G. S. (2005). *Karagöz (1930-1938) siyasi, mizahi bir halk gazetesi* (Yüksek lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>. adresinden alındı
- Koloğlu, O. (1994). *Osmanlı'dan günümüze Türkiye'de basım*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Koloğlu, O. (2010). *Osmanlı Dönemi basının içeriği*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi 60. Yıl Yayınları.
- Kumar, K. (1999). *Sanayi sonrası toplumdaki post-modern topluma çağdaş dünyanın yeni kuramları*. (M. Küçük, Çev.) Ankara: Dost Yayınları.
- Marr, D. (2010). *Vision a computational investigation into the human representation and processing of visual information*. London: The MIT Press.
- Metin Basat, E. (2014). Sözden çizgiye: karikatüristlerin gözünden sözlü anlatılar. *Milli folklor*, 26 (101), 225-236.
- Morreall, J. (1997). *Gülmeyi ciddiye almak*. (K. Aysevener, & Ş. Soyer, Çev.) İstanbul: İris Yayıncılık.
- Okay, C. (2004). *Dönemin mizah dergilerinde Milli Mücadele karikatürleri 1919-1922*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Oskay, Ü. (2000). *Tek kişilik haçlı seferleri*. İstanbul: İnkılap Yayınevi.
- Öngören, F. (1984). Türk mizah ve karikatürü. *Cumhuriyet Dönemi Türkiye ansiklopedisi* (C. 5, s. 1439-1446). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Özer, A. (1995). Günlük gazete karikatürü. *Kurgu dergisi*, (13), 139-153.
- Rooney, C. (2008). Osmanlı İmparatorluğu'na gelen İngiliz deniz misyonları'nın uluslararası önemi 1908-1914. *Yakın dönem Türkiye araştırmaları* (Ö. Kocatürk, Çev.) içinde, s. 73-105
- Saka, Ö. (2018). *Karagöz dergisine göre Avrupa devletleri, Balkan ve Trablusgarp sorunu (1908-1913)* (Yüksek lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>. adresinden alındı
- Swingewood, A. (1998). *Sosyolojik düşüncenin kısa tarihi*. (O. Akınhay, Çev.) Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- TDK (2020). Aralık 20, 2020 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/>. adresinden alındı
- Varlık, M. B. (1985). Tanzimat'tan Cumhuriyet'e mizah. *Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Türkiye ansiklopedisi* (C. 4, s. 1093-1100). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Yalçın, O. (2016). Havacılık, hava gücünün doğuşu ve Birinci Dünya Savaşı'na etkisi. *Ankara Üniversitesi Türk inkılap tarihi enstitüsü Atatürk yolu dergisi* (56), 181-236