

- Scognamillo, G. (1998). **Türk Sinema Tarihi**. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Smelik, A. (2006). **Feminist Sinema ve Film Teorisi: Ve Ayna Çatladı**. İstanbul: Agora.
- Soydan, E (2009). **Görsel Medyada, Pornografi ve Kültürel Yansımaları**. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon Sinema Anabilim Dalı.
- Tarih Bilinci, <http://www.tarhibilinci.com/sayfa/tarhibilimi/tarihoncesi.htm>. (Erişim Tarihi: 10.10. 2016).
- Tarihteki En Eski Erotik Resim, <https://antropology.wordpress.com/2012/05/19/tarihteki-en-eski-erotik-resim/>. (Erişim Tarihi: 03.01.2017).
- TBMM Sıra Sayısı:380. <https://www.tbmm.gov.tr/sirasayi/donem24/yil01/ss380.pdf>. (Erişim Tarihi: 01.02. 2017).
- TDK Kültür, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=K%C3%9CLT%C3%9CR. (Erişim Tarihi: 17.02.2017).
- TDK Porno, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.58c9c014705215.106781321970. (Erişim Tarihi: 17.02.2017).
- “Türkiye’de yasaklı site sayısı 113 bin”, <http://www.lanetolasi.com/2016/10/turkiyede-yasakli-site-says-113-bin.html>. (Erişim Tarihi: 02.02.2017).
- Tylor, E B (1871). “Primitive Culture: Researches into The Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom”. (Vol. 2). **Murray**.
- Ülkelere Göre +18 Sitelerde En Çok Aranan 10 Kelime <https://ofpof.com/mekrak/ulkelere-gore-18-sitelere-en-cok-aranan-10-kelime>. 8Erişim Tarihi: 27.02.2017).
- Yalom, M (2002). **Memenin Tarihi**. (Çev: Ayşe Gün). İstanbul: ÇitlembikYayıncılık.
- Williams, L (2003). “Cinsellik ve Sansasyon”, **Dünya Sinema Tarihi** içinde. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Zizek, S (2010). **Yamuk Bakmak**. (Çev. Tuncay Birkan). İstanbul: Metis Yayınları.

SOSYAL MEDYANIN DİJİTAL MİZAHI: İNTERNET MEME/CAPS

Ali Murat KIRIK*
Rabiya SALTİK**

ÖZET

Geçmişten günümüze insan elindeki en önemli eğlence ve muhalefet araçlarından biri olan mizah, zamana ve teknolojiye bağlı olarak gelişim göstermiştir. Tiyatro, sinema, karikatür gibi önemli mizahi silahlar bugün de mevcut olsa da sosyal medya kavramı ile yeni bir mizahi form ortaya çıkmıştır: internet meme. İnternet meme (bizim daha iyi bildiğimiz adıyla caps) formunda yaratılan dijital mizah, kullanıcı tabanlı medya ortamında yaratılırken geleneksel mizahi üretim sürecinden farklılık göstermiştir. Geçmişte mizahın sadece tüketicisi olanlar, sosyal medyanın kullanıcı tabanlı yapısı sayesinde hem üreten hem de tüketen durumuna gelmiştir. Bu çalışmada internet meme kavramı ve gelişim süreci anlatılmıştır. Daha sonra internet meme’leri/caps’lerin göstergebilimsel yöntemle analizi yapılmış ve dijital medyada mizahi anlamın ne şekilde inşa edildiği ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Mizah, Meme, İnternet Meme, Caps.

DIGITAL HUMOR of SOCIAL MEDIA: INTERNET MEME/CAPS

ABSTRACT

Humor, one of the most important means of entertainment and opposition in human beings, has evolved due to time and technology. Although important humorous weapons such as theater, cinema, and cartoon are still present today, a new humorous form has emerged with the concept of social media: internet meme. The digital humor created in the form of an Internet meme (or caps) differs from traditional humorous production processes when created in a user-based media environment. In the past, those who are only consumers of humor have become both producers and consumers through the user-based structure of social media. In this study, internet meme concept and development process are explained. Later, internet memes / caps were analyzed by semiotic method and tried to find out how the humorous meaning was constructed in the digital media.

Keywords: Social Media, Humor, Meme, Internet Meme, Caps.

* Yrd. Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, İstanbul: murat.kirik@marmara.edu.tr.

** Doktora Öğrencisi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon Anabilim Dalı, İstanbul: rabiya_saltik@hotmail.com.

GİRİŞ

Teknolojik alanda yaşanan gelişmeler sadece teknolojik zeminiyle değerlendirilmemektedir. Her teknolojik yenilik çoğu zaman iletişimsel bir yeniliği de beraberinde getirmektedir. Geçmişten bugüne birbiriyle ilişki içinde olan teknoloji ve iletişimin hayatımıza kazandırdığı pek çok kavram bulunmaktadır: yeni medya, bilişim, iletişim çağı, sosyal medya vs. Mağara duvarlarındaki resimlerden telgraf, telefon, radyo ve televizyona kadar ulaşan iletişim süreci teknolojik imkanlar sayesinde bugün yepyeni bir boyut kazanmıştır.

Henüz 1960'lı yıllarda McLuhan'ın küresel köy olarak adlandırdığı yenedünya düzeni 21.yüzyılda sosyal medya kavramı ile bambaşka bir noktaya ulaşmıştır. İnsanoğlunun iletişim serüveni için dönüm noktası web 2.0 teknolojisinin ortaya çıkışı olmuştur. İletişimde etkileşim unsurunun devreye girmesinin yanı sıra kullanıcı tabanlı medya ortamında kişiler aynı zamanda medya üreticisi haline gelmiştir. Kendisine sunulanın salt tüketicisi olan birey, sosyal medya ile hem üreten hem de tüketen olmaya başlamıştır. Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Vine, Periscope gibi sosyal medya ortamları ile kullanıcılar kendi medyalarını oluşturmuş, hatta kendi profil sayfalarıyla sadece kendilerine ait olan bir dünya var etmiştir. Web 2.0 çağında mizah da dönüşerek çağdaş bir görünüm kazanmıştır. Rod Martin, mizahı evrensel bir tecrübe olarak kabul etmektedir. İçinde bulunduğu topluma ve zamana göre farklılaşan mizah, teknolojik gelişmeler sonucunda “yeni anlatım teknikleri” edinmiştir. İletişime paralel olarak teknoloji merkezli mizah da “evrensel iletişim modu” halini almıştır (Tay, 2012: 26). Teknoloji merkezli mizahın evrensel olan yeni anlatım tekniği ise meme olmuştur.

Çeşitli durum ve olaylardan esinlenerek üretilen internet meme kavramı ülkemizde ise daha çok “caps” adıyla bilinmektedir. Kullanıcı tabanlı medya ortamında üretilen mizah ürünleri de yine kullanıcı tabanlı olarak yaratılmıştır. Birçok insanın kullanıcı olarak yer aldığı bu alternatif mecra, geleneksel medyanın aksine kullanıcı tabanlı yapısıyla bir katılım kültürü oluşturmuştur. Salt tüketen olma zorunluluğu bulunmayan sosyal medya kullanıcıları kendi mizahi serüvenlerini başlatmıştır. Ortaya çıkan mizah ürünleri çoksesli bir söylem oluşturmuş, başka kullanıcılara ilham vermiş ve onları yeni yaratımlarda bulunmaları konusunda teşvik etmiştir. Kimi zaman gündelik hayatın saçma, komik ve eğlenceli yönlerini kendine malzeme edinerek güldürü öğesi haline gelen; kimi zamansa toplumsal, siyasal gündeme muhalif eleştiriler getirmek için bir vasıta olarak kullanılan internet meme'leri bu çalışmanın odak noktasını oluşturmaktadır.

1. İNTERNET MEME KAVRAMI

“Meme” sözcüğü ilk olarak Richard Dawkins'in 1976 yılında kaleme aldığı “Gen Bencildir (The Selfish Gene)” kitabında geçmektedir. Meme, “*kültürel iletilerin transferini sağlayan birimdir*”. Bu kitapta yumurta ve spermle bir bedenden baş-

ka bedene dağılan genlere benzer şekilde meme'lerin bir bellekten başka belleğe aktarıldığı ifade edilmektedir (Tekrin, 2015: 124). İnsan vücudunda bulunan genlerin temel hedefi yayılma ve çoğalmadır. Dawkins bu kitapta evrim teorisini kültürel bir birim olarak meme'lere uyarlamıştır. Ona göre tıpkı genler gibi bir toplumdaki toplumsal ve kültürel içerikler meme'ler yoluyla aktarılmaktadır.

Fikir, düşünce ve davranış biçimlerinin aktarılmasını sağlayan bir unsur olarak meme; jest-mimik, yazı, fotoğraf, animasyon, konuşma gibi yollarla kişiden kişiye aktarılmakta ve yayılmaktadır. Meme'lerin aktarımı için araçlara ihtiyaç vardır, bu aracı da insandır. İnsan faktörü meme'yi “virüs” gibi dağıtmaktadır. Meme'ler kişiden kişiye aktarılırken çoğunlukla ilk hali ile kalmamakta, “mutasyon” geçirmektedir. Yani bir kişi zihnine ulaşan bir meme'yi çoğaltırken öğrendiği bilgilerle değiştirerek yaymaktadır (Buchel, 2012: 18). Kelime anlamı olarak meme “*Oxford İngilizce Sözlüğü 'nde taklit gibi yöntemlerle yayıldığı belirtilen kültürel birimler; Merriam Webster Sözlüğü 'nde de bir kültürde kişiden kişiye aktarımlar yoluyla yaygınlaşan stil, düşünce ve kullanımlar*” olarak tanımlanmaktadır. Tyler (2011); meme sözcüğünün taklit edilen anlamındaki Yunanca'da geçen “mimeme” kelimesinin bugüne dönüşmüş hali olarak tanımlanmaktadır (Tyler'dan aktaran: Aktaş, 2016: 6-7).

Meme kavramı sayısallaşmadan çok önce tanımlansa da ağ ortamının sağladığı olanaklarla yaygın bir alışkanlığa dönüşmüştür. İnternet meme kavramı aktarılabilir bir ileti türü olarak ağ kültürünün yayılan mizahi/eğlenceli bir parçası olarak kabul edilmektedir (Chen, 2012: 7). İnternet meme'leri ile ilgili akademik anlamdaki ilk bilimsel tanımlamayı Patrick Davison yapmış ve “*online aktarım yoluyla yayılan şaka, kültürün bir parçası*” olarak tanımlamıştır. Knobel ve Lunkshear (2006); internet meme'lerini kültürel bir eylem, fikir ya da davranışın söz, yazı, fotoğraf vb. formlarda seri bir biçimde yayılımını sağlayan güncel bir kavram olarak açıklamakta iken Bauckhage, ağ ortamında kısa sürede yükselen fenomen durumlar olarak tanımlanmaktadır (Buchel, 2012: 29). İnternet meme'lerini eşsiz yapan nitelikler aktarımın hızlı olması ve yaratılan meme'lerin şekilsel formudur (Davison, 2012: 122). Dijital kültürü anlama konusunda son derece önemli olan internet meme'leri, internet alt kültürünün bir niteliği olmasının yanı sıra ağ ortamında yeni anlam ve fonksiyonlar üretmesi bakımından da önem arz etmektedir (Börzsei, 2013: 2). Ağ ortamı dünyanın çok farklı noktalarından ya da çok farklı sosyo-kültürel seviyelerinden insanları tek uzamda bir araya getirmektedir. İnternet meme'lerinin yaratımı da bölünmüş bir evrende topluluk olma hissini vermesi açısından önem arz etmektedir. Ağ ortamı yapısı itibarıyla katılımcı özelliğiyle grup/örgüt/topluluk olma hissini fazlasıyla vermektedir. Meme kültürü de bu hissiyatı destekleyen bir yapı olarak kullanıcıların karşısına çıkmaktadır (Shifman, 2014: 342). Kişiler zihninden geçirdikleri herhangi bir düşünceyi, görseli, olayı vs. ağ ortamında kolaylıkla paylaşmakta, paylaşılan meme'ler internet ağında “virüs” gibi yayılmakta ve kullanıcıların dokunuşlarıyla dönüşmektedir. Bir internet meme'si biçimsel olarak

ağ ortamında yayılan bir söz, metin, slogan olabildiği gibi popüler bir fotoğraf veya hareketli görüntü de olabilmektedir.

Dawkins (1976); iyi bir genin “*kopyalanabilirlik, verimlilik ve uzun ömürlülük*” olmak üzere üç niteliğe sahip olduğunu savunmakta ve memelerin de kültürel içerikler olarak bu nitelikleri taşıdığını ifade etmektedir (Marwick, 2013: 12). Dawkins’in tanımladığı bu kavram ağ dünyasının esas nitelikleri ile katılımcı yönünü içine alan bir kavramdır. Sayısal kültürün parçası olarak tanımlanabilecek internet meme’lerinin nitelikleri tek kaynaktan çok kişiye ulaştırılması, klonlanarak arttırılması ve kullanıcıların tercihleriyle yayılmasıdır. Kullanıcılar herhangi bir sosyal medya platformunda bir içeriği beğendiklerinde ya da paylaştıklarında sayısal ortamın parçası haline gelmektedir. Kişiler dijital ortamda aldıkları meme’leri öncelikle akıllarına yerleştirirler. Daha sonra ise zihinlerinde yer edinen meme’leri biçimlendirerek yeni bir görünüme kavuştururlar. Dönüştürülmüş meme’ler dolaşıma girmeye hazır hale gelir ve ağ ortamında paylaşılır. Bu anlamda bir tanım yapmak gerekirse internet meme’leri başlangıçta kişiden kişiye daha sonra toplumun geneline yayılan ve fenomen olan kültürel ürünlerdir ve web 2.0’da kültürün üretim biçimini göstermektedir (Shifman, 2013). Shifman, Dawkins’in kültürel birimler olarak tanımladığı meme kavramını “*içerik birimleri grubu*” olarak tanımlamakta ve dijitalleşmeyle birlikte meme türlerinin çok hızlı bir biçimde tek tıkla ulaşılır ve yayılır hale geldiğini belirtmektedir (Shifman, 2014: 341). Üstelik dijital ortamda yayılan meme’ler içeriği bölgesel ya da küresel olsun tüm dünya tarafından ulaşılabilir bir ortamdadır. Börzsei de internet ağıyla iletişimin küreselleşmesinin, internet memelerini yerel olay ve durumlarla ilgili iletileri destekleyen global bir vasıta durumuna getirdiğini düşünmektedir (Bozkuş, 2016: 51-52). Ağ ortamında hızlı bir biçimde yayılan internet meme’leri taklitler, mizahi taklitler, yorumlamalar ve hatta televizyon gibi başka medya organlarındaki iletiler üzerinden oluşturulmakta ve kolaylıkla popüler olabilmektedir. Meme’lerin üretim biçimi ise zorunlu bir yaratım süreci değil, istekliliğe bağlıdır ve genellikle yaşlılar arasında yayılarak gündem oluşturmakta ve popüler olmaktadır (Bauckhage, 2011: 42).

2. İNTERNET MEME’LERİNİN TEMEL ÖZELLİKLERİ

Brodie(1996), meme kavramını kişiden kişiye, zihinden zihine dağılan ve kopyalandıkça viral olarak çoğaltılan bir birim olarak tanımlamaktadır (Jenkins vd., 2008:12). Viral terimi virüs gibi bir doğal yayılımı ifade etmektedir ancak; hızlıca yayılabilen ve bir anda popülerliği elde edebilen internet meme’leri sadece ağ ortamında doğal olarak yayılan bir süreç olarak devam etmemiştir. Ağ ortamında meme formunda üretilen içeriğin gücünü fark eden halkla ilişkiler ve reklam sektörleri planlı olarak “viral içerikler” yaratmıştır. Siyasi partiler de internet meme’lerini kullanarak toplum nezdinde fikirler oluşturmayı denemiştir (Bauckhage, 2011:42).

Goriunova(2013:55-56); bir meme’nin meme olarak kabul edilebilmesi için popüler

kültürden bağımsız olma ve sürekli dönüşüm geçirme gibi temel özelliklere dayanması gerektiğini ifade etse de çoğu araştırmacılar bunu kabul etmemektedir. Zira internet meme’leri popüler kültürden kesinlikle esinlenmekte, statik bir biçimde de tüm sosyal medya kanallarına yayılabilmektedir. Bazı araştırmacılar meme ve viral arasında derin ayrımlar olmadığını düşünürken Shifman; “*Viral; birçok kopyayı yayın tek bir kültürel birim, meme ise daima bir internet koleksiyonudur*” açıklamasını yapmaktadır (De Seta, 2015:476-477). Yani Shifman sabit bir biçimde ağ ortamında yayılan içerikleri meme olarak değerlendirmemektedir. Knobel ve Lankshear ise meme’lerin sabit ve remikslenmiş iki türünden bahsetmektedir. Yani meme’lerin taklit edilme süreci statik ve remiks olmak üzere iki biçimde gerçekleşmektedir. Statik denilen sabit meme’ler yaratıldıktan sonra başka kullanıcılar tarafından detaylandırılmaz iken remikslenmiş meme’ler kullanıcıların dokunuşlarıyla evrilmekte ve çeşitlenmektedir. Yani Goriunova meme’lerin dönüşüm geçirmesi zorunluluğunu ortaya koyarken, Knobel ve Lankshear kullanıcıların detaylandırmadığı sabit meme’lerin de varlığından bahsetmektedir (Bozkuş, 2016:46). Remiks yaratım sürecinde görüntünün esas hali bozulur ve oluşturulan yeni görünüm yeni anlamlar üretir. Üretilen yeni anlam sosyal medya ortamında tutulur ve farklı kullanıcılar tarafından taklit edilir. Yani aslında temelde yeni bir şey sunmayan içeriklerin farklı kullanıcılar tarafından düzenlenmesi ve farklı bir kanaldan paylaşıldığı bu üretim biçimi “taklit” tir (Shifman, 2013). Bu açıklamayı somutlaştırmak gerekirse örneğin yakın geçmişte tüm sosyal medya platformlarında fenomen olan “Mannequin Challenge”, “Gangnam Style dansları” ve “Harlem Shake” akımları iyi birer örnek olacaktır. Bir örneği somutlaştırmak gerekirse çok kısa zaman önce tüm sosyal medya platformlarında bir anda yükselen “Mannequin Challenge” akımında müzik başladığı anda herkesin olduğu pozisyonda donup kalması ve çekilen görüntülerin sosyal medya platformlarında paylaşılması tüm dünyada popüler olan bir internet meme örneğidir.

3. İLK ÖRNEKLER VE YÜKSELİŞ

İnternet meme’lerinin başlangıç aşaması noktalama işaretlerinin birlikte kullanımıyla ortaya çıkan ifade sembolleridir. 1982’de bir USENET’i kullananlardan Fahlman, ağ ortamında yürütülen iletişimde görsel eksiklerin olduğunu fark etmiş ve bu durumun özellikle komik, eğlenceli içerik paylaşımında kullanıcılar arasında iletişimsel anlamda problem oluşturabileceğini düşünerek noktalama işaretleriyle yaratılan ilk meme’leri kullanıma sokmuştur. Fahlman “:-)” işaretini komik unsurlar içeren iletilerin belirleyicisi, “:- (“ işaretini de önemli ve gülünecek unsur barındırmayan iletilerin belirleyicisi olarak kullanmıştır. Günümüzde “smiley” olarak adlandırdığımız ifade simgeleri seri bir biçimde bütün ağ ortamlarına dağılmıştır (Börzsei, 2013: 5). Görüldüğü üzere meme’ler sadece komik bir anlam çıkartılabilen resimler olarak tanımlanamaz, emoji de birer internet meme olarak kabul edilmektedir.

11 Eylül olaylarından sonra ABD’nin Afganistan’ı işgal etmesi üzerine birçok pro-

testo (özellikle de Pakistan’da) gerçekleştirilmiştir. Amerikan karşıtı ve Bin Ladin’i destekleyici pankartlar ve posterler yaratılmıştır. Bu pankartlardan biri de Susam Sokağı’nda Būdū olan Bert’in Usame bin Ladin’le birlikte yer aldığı görseldir. Önce Avrupa’da bir haber ajansına daha sonra CNN’e ulaşan posterin başlangıçta photoshop olduğu düşünülmüş ve çok geçmeden gerçek ortaya çıkmıştır. Bangladeşli bir firma posterini basarken Bert’in de Amerikan karşıtı olduğunu düşünerek basmıştır. Ancak bu posterin Filipin kökenli Amerikan vatandaşı Dino Ignacio tarafından oluşturulduğu ortaya **çıkılmıştır** (<http://www.mahsumakbas.com/bert-is-evil-%E2%80%93-convergence-culture-ve-etkileri/>, Erişim Tarihi: 21.03.2017). Susam Sokağı’nda bir karakter olan Būdū/Bert’in **görüntülerini toplayan site, ağ ortamındaki ilk mizah örneklerinden biridir ve aynı zamanda meme’lerin dijital ortamdaki ilk örneklerinden biri olarak kabul edilmektedir (Bozkuş, 2016: 50)**. Asla yüksek bir popüleriteye ulaşamayan meme’ler sonraki internet meme’leri için örnek teşkil etmesi açısından önemlidir. Henry Jenkins “Bert kötüdür” meme’sini örnek vererek yakınsama kavramını açıklamaktadır. Sıradan bir insanın bilgisayar başında hazırladığı görsel uluslararası düzlemde yankı uyandırmıştır. Her şey o kadar birbirine yakınlaşmıştır ki (protesto, poster, CNN, Susam Sokağı vs.) ufaklık bir şey küresel hale gelebilmektedir (Jenkins, 2006: 1-4). Ağ üzerinde basit bir kullanıcı olan birey tüm dünyada yankı uyandırmıştır. Dolayısıyla internet meme kavramının yakınsama kültürünün en iyi örneklerinden biri olduğunu söylemek mümkündür.



Görsel 1: “Bert is Evil” meme’leri

(<https://speedsofrhetoric.wordpress.com/2015/03/31/bad-storify-example-memes-are-everywhere/>, Erişim Tarihi: 15.03.2017)

2000’li yıllarda pek çok meme örneği ve kanalları ortaya çıkmıştır. Bu kanallardan biri 4Chan’dır. 4Chan, 2003’te Christian Poole isimli 13 yaşındaki bir gencin kurduğu bir paylaşım sitesidir. Popüler kültür ve Japon animeleriyle ilgili paylaşımlar yapılmak üzere kurulan site oyun, anime, resim, moda, gezi, spor, teknoloji ve eleştiri gibi 60’tan fazla bölümden oluşmaktadır. En popüler kısım ise herhangi bir konu sınırlamasının olmadığı, her türlü imge paylaşımının yapılabildiği /b/ bölümüdür. Sitede paylaşım yapmak ya da yapılmış paylaşımlara katılmak için üyelik oluşturulamaz. İsteyen herkes her türlü paylaşımı yapar ve paylaşımlar “anonim” olarak görülür. Bir meme paylaşıldığında başka birileri anonim olarak yorumlamaya başlar ve o meme tekrar üst sıralara çıkar. Dolayısıyla 4Chan internet meme’leriyle uyumlu olan topluluk yaratımı bir formdur (Tekrin, 2016: 126).



Görsel 2: “I can has cheezburger?” meme’si

(<http://knowyourmeme.com/memes/sites/cheezburger>, Erişim Tarihi: 16.03.2017)

Fenomen haline gelen bir diğer internet meme örneğini LOLcat meme’leri oluşturmaktadır. Lulz ya da LOL(Laughed Out Loud) “yüksek sesle gülmek” anlamına gelmektedir. LOLcats ise kedi meme’leri dizisine verilen addır. Bu meme’lerde bir kedi resmi ve bu kedinin konuşmasını simgeleyen resim üzerine bindirilmiş yazılar bulunmaktadır. 2007’de ilk kez yaratılan bu meme’ler 4Chan’de paylaşılan bir kedi fotoğrafıyla başlamıştır ve çok zaman geçmeden küresel düzlemde yayılarak popülerleşmiştir (Goriunova, 2016: 70). İnternet meme’leri kısa ömürlü olsa da LOLcats denilen kedi meme’leri çok uzun süre dolaşımda kalabilmektedir. Kedi meme’leri tüm dünyada ses getirmiştir. İlk olarak bir Rus web sitesinde “I Can Has Cheezburger?” yazılı bir kedi meme’si görülmüştür. Bu meme’nin kaynağı konusunda emin olunmasa da geniş kitlelere yayılmasını sağlayan platform 4Chan olmuştur. 4Chan’de cumartesi günleri kedi meme’lerinin oluşturulduğu “Caturday” adlı bir alt bölüm oluşturulmuştur (Buchel, 2012: 38-39). LOLcat meme’lerinde kullanılan dil bozulmuş, kedi ve çocuk konuşmasını anımsatacak bir biçimsel formdadır. Rosen, bu dil kullanımına LOLspeak adını vermektedir. LOLspeak, en basit tanımlamasıyla bilinçli olarak hatalı dil kullanımıdır. Başlangıçta kedi meme’lerinde kullanılan LOLspeak dili daha sonra tüm meme’lere yayılmıştır (Tekrin, 2015: 127).

4. TÜRKİYE’DE İNTERNET MEME’LERİNİN EN BİLİLEN FORMU: CAPS

“İnternet meme” kavramı ülkemizde pek bilinmemekte ve bu kavramın yerine daha çok “caps” kavramı kullanılmaktadır. Caps kelimesi İngilizce’de “capture” ve “screenshot” sözcüklerinin birleşiminden türetilmiş bir kelimedir. Capture sözcüğünün Türkçe’de pek çok anlamı olsa da buradaki anlamı “el konulan görüntü” anlamındadır. Screenshot ise “ekran görüntüsü alma” anlamına gelmektedir (Aktaş, 2016: 6). Sosyal medya platformlarında kırmızı şerit üzerine bindirilmiş yazılar ve bunlara eşlik eden fotoğraftan oluşan caps’ler ağ ortamındaki meme’lerin tam olarak karşılığı olmasa da internet meme’lerinin bir biçimini oluşturduğunu söylemek mümkündür. Bu anlamda caps internet meme’lerinden resim üzerine yazı bindirilen image

macros türü ile özdeşleşmektedir. Durum ve olayların eğlenceli, alaycı biçimde yorumlanması veya görsel iletilerden hareketle hiciv yapılması caps'i internet kullanıcıları için cazip hale getirmektedir. Bir internet ağındaki kodlamanın bilgisayar ya da akıllı telefon ekranlarında anlamlandırılması önemli bir güçtür ve insanların yaşamlarını daha çekilir hale getirmektedir (Kullar ve İnci, 2015: 24-25). Caps çoğunlukla resim üzerine bindirilmiş yazılardan meydana gelse de sadece metinden oluşan bir içerik de caps olabilmektedir. Sadece metin olarak yaratılan caps'ler daha çok Twitter'da yaratılmakta ve "retweet" yoluyla geniş kitlelere yayılmaktadır (Karataş ve Binark, 2016: 439).

Ülkemizde ilk caps örnekleri İnci Sözlük sitesi üzerinde yaratılmaya başlamış ve daha sonra birçok caps sitesi kurulmuştur. Ardından sosyal medya kanalları üzerinden de caps içeriği sunan anonim hesaplar oluşturulmuştur. Caps'ler tamamen dijitalleşmiş bir çağın içine doğan ve bu çağı yaşamlarının bir parçası olarak benimsemiş genç kuşak için "yeni bir okuma kültürü" olarak tanımlanabilir. Medyanın profesyonelleşmiş çalışanları olmaktan ziyade caps yaratıcıları amatör ve sıradan internet kullanıcılarıdır (Asutay vd., 2015: 6-8). İnci Sözlük'ün kurucuları tarafından oluşturulan İnci Caps, ülkemizdeki dijital mizahi içerik sitelerinin başında gelmektedir. "*Beyaz yaka için mizah kültürü*" sloganıyla yola çıkan İnci Caps, çok başarılı bir "*dijital mizahi içerik üretimhanesidir.*" 2009'da İnci Sözlük yazarları arasında popüler olan caps'lerin geniş kitlelere ulaşması ise Facebook ve Twitter gibi sosyal paylaşım platformları sayesinde olmuştur.

Fotoğraf odaklı internet meme'leri phtotoshop meme'leri, karakter meme'leri (image macros) ve taklit meme'leri olmak üzere üç türde yaratılmaktadır. Caps internet meme'nin tam karşılığı değil, sadece bir formudur. Genel olarak ülkemizde meme anlayışına uygun yaratımların oluşturulduğu en iyi iki sosyal medya kanalı İnci Caps ve Bobiler.org'dur. İnci Caps fotoğraf odaklı meme'lerin image macros türünü oluştururken, Bobiler.org monte adını verdiği photoshop yerleştirmeleriyle daha çok photoshop meme'leri türünü yansıtmaktadır.

5. MUHALİF BİR UNSUR OLARAK İNTERNET MEME'LERİ

Meme'ler dijital ortamda salt gülme aracı olarak kullanılmamaktadır. Mizah aynı zamanda iyi bir muhalefet aracıdır. Ağ ortamında üretilen meme'ler arasında güldürü meme'leri ve politik meme'ler olarak ayırım yapmak doğru olacaktır. Güldürü meme'lerinde esas olan sosyal medyada geçirilen sürenin daha komik ve eğlenceli hale getirilmesi iken politik bir amaçla yaratılan meme'lerde meme'nin bir alt metni bulunmaktadır. Politik olan çok ciddi bir konuyu mizah üzerinden gülünç bir ifade biçimi gibi sunarak eleştirmek onu daha kabul edilebilir hale getirmektedir (Decker-Maurrer, 2012: 22). Doğal bir yayılımın olduğu ağ ortamında birbirini tanımayan fakat; aynı görüşü paylaşan, aynı ideolojik değerlere sahip olan insanlar bir araya gelerek örgütlenebilmektedir. Yeni toplumsal hareketlerin merkezi olarak

gösterilen sosyal medyanın sanal direniş ve muhalefet aracı olarak kullanımı son derece yaygındır. İnternet meme'leri yapısı itibariyle muhalif direnişlere izin vermekte ve yaşanan toplumsal olaylarda kolektif ürünler ortaya koymaktadır.

Siyasal hoşnutsuzluklara karşı bir güç olarak kullanılan internet meme'leri, dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen protesto hareketleri sırasında oldukça etkili olmaktadır. Sıradan insanın yaratımı olan bu meme'ler egemen güçlere meydan okuyarak siyasete doğrudan katılımı mümkün hale getirmekte ve demokrasinin önemli bir aracı olmaktadır. Ağ ortamında yaratılan meme'ler vasıtasıyla siyasete katılım siber kültürün gündelik yaşantılarımıza tesirini göstermektedir (Esteves, 2012: 6).

Kahn ve Kellner, yeni iletişim teknolojilerinin devrimsel bir nitelik taşıdığını ifade etmektedir. Protesto hareketlerinde yeni medya teknolojilerinin kullanılması hür ve güçlü toplumun var edilmesini destekleyerek gündelik hayatın devrimci yönünü ortaya koymaktadır (Bozkuş, 2016: 52). Sunstein (2007) de meme sitelerindeki demokratik çok sesli katılım için "yankı meclisi" kavramını kullanmaktadır (Milner, 2012: 304). Esteves ise ağ ortamında remiks kültürüyle yaratılan meme'lerin çevrimdışı muadilinin "craftivism" yani zanaat aktivizmi olduğuna dikkat çekmektedir. David Gaunlett; çevrimdışı siyasal zanaat sanatıyla çevrimiçi demokratik eylemler için yaratılan politik meme'ler arasında paralellik olduğunu ifade etmektedir (Esteves, 2012: 6). Mizahın dolayısıyla meme'nin siyasal bir düşünce olarak kullanılmasının altındaki en önemli etmen ise meme'nin genellikle anonim bir yapı olarak oluşturulmasıdır. Davison, meme yaratıcısının bireysel olarak öne çıkmaktan ziyade anonim katılımı tercih ettiğini ve anonim yaratımın katılımı arttırdığını ifade etmektedir (Vickery, 2014: 302). 4Chan'ın de yükselişinin temel sebebi budur. Genel olarak sosyal medya protesto hareketlerinde yoğun bir biçimde kullanılmaktadır ve meme de protesto araçlarından biri olmaktadır. Çoğunlukla gülme aracı olarak kullanılan meme'ler, protesto hareketlerinin ürünü olarak yaratıldığında gülme aracı olmanın ötesinde kamusal söylemler olarak çok daha derin anlamlar ortaya çıkarılmaktadır. İnternet meme'lerinin üretildiği her türlü yeni medya platformu muhalif fikirler üretmek için son derece cazip ortamlardır. Shifman (2014) da meme'lerin modern toplumsal hareketlerde son derece etkili bir silah olduğunu düşünmektedir. Ona göre meme kültürü yurttaşların toplumsal eylemlere katılımını arttırmakta ve kişilerin bireysellik duygularını muhafaza etmektedir (Huntington, 2016: 82).

Siyasal hicvin dijital çağdaki en önemli araçlarından biri meme'dir. Politik içerikten yola çıkan internet meme'leri, çoğunlukla mevcut bir iletinin yıkılarak ya da yok edilerek yeni anlamlar üretildiği bir yapıda yaratılmakta ve bu yolla mizah unsuru oluşturulmaktadır. Bu türden meme'ler "sanal bozum" kavramıyla ilişkilendirilmektedir (Ünsay ve Ügümü, 2014). Sanalbozum kavramı Lasn'ın savunduğu "detournement" kavramıyla açıklanabilir. Saptırma anlamına gelen detournement terimi kopyalama, bozma, taklit etme, yerinden etme ve koparma anlamlarında kullanılmaktadır. İnternet ağında yaratılan mizahi formların dolayısıyla meme'lerin de

(özellikle fotoğraf ve video formundaki meme'lerin) mizahi unsurları yaratırken sabote etme ve saptırma yollarından yola çıktığı görülmektedir. Mizaha başvuru olarak internet meme'leriyle egemen söylemler, davranışlar ve eylemler anlamından koparılmakta ve saptırma yoluyla yeni anlamlar oluşturulmaktadır (Fırat, 2016: 646-647). Özellikle photoshop yardımı alınarak oluşturulan meme'lerin yoğun bir şekilde biçimbozumuna uğradığını söylemek mümkündür. Ciddi, otoriter ya da basıkıcı bir lideri meme aracılığıyla gerçekliğinden çıkarmak, sanatsal bir isimle siyasi bir ismi aynı meme'de buluşturmak, güncel bir durumu tarihsel bir öge ile birleştirmek vs. biçimbozumun meme'de kullanımını doğrudan açıklamaktadır. İnternet meme'leri politik meseleler ile birleştiğinde sıkıcı ve klişe olmak bir yana daha çok eğlenceli ve yaratıcı biçimlerde üretilmektedir. Klişelikten sıyrılmanın sağlanmasında ise biçimbozumun etkisi büyüktür. İnternet meme'lerinin siyasal olaylarda kullanımına en iyi örneklerden biri Wall Street hareketi sırasında oluşturulan internet meme'leridir. New York'ta 2011'de başlayan protesto hareketleri için çok sayıda internet meme'si oluşturulmuştur. Güvenlik güçlerinin orantısız gücünü ortaya koyan internet meme'leri protesto direnişinin simgesi haline gelmiştir (Miltner akt. Tekrin, 2015: 129). "Pepper Spray Everything Cop", Wall Street hareketi sırasında yaratılmış, polis şiddetini eleştiren internet meme'leri serisidir. Bu meme serilerinde California Davis Üniversitesindeki protestoculara biber gazı sıkın polis merkeze alınmıştır. Sanalbozum kullanılarak oluşturulan meme'lerden örnekler aşağıda verilmiştir.



Görsel 3: "Pepper Spray Everything Cop" meme'lerinin çıkış noktası ve örnekler

(<http://knowyourmeme.com/memes/casually-pepper-spray-everything-cop>, <http://www.occupythegame.com/wp-content/uploads/2011/11/flag-raising-on-iwo-jima-with-lt.-pike.jpg>, <http://weknowmemes.com/wp-content/uploads/2011/11/pepper-spray-cop-statue-of-liberty.jpg>, Erişim Tarihi: 17.03.2017)

6. İNTERNET MEME'LERİ/CAPS'LERİN GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZİ

Sosyal medyada dijital mizah ürünü olarak yaratılan internet meme'leri incelendiğinde mizahi anlamın amacı ve ne şekilde inşa edildiği ortaya çıkarılabilecektir. İnternet meme'leri fotoğraf, video, gif, animasyon gibi birbirinden farklı şekilsel formlarda yaratılsa da bu çalışmada fotoğraf tabanlı internet meme'leri göstergebilimsel analiz yöntemiyle incelenecek, mizahi anlamın ne şekilde yaratıldığı ortaya çıkarılmaya çalışılacaktır. Göstergebilim analizi Roland Barthes'ın görüşlerinden yola çıkılarak uygulanacaktır. Bu amaçla Roland Barthes'ın savunduğu gösteren, gösterilen, düz anlam, yan anlam, simge gibi kavramlar ışığında göstergebilim analizi gerçekleştirilecek ve farklı unsurların bir araya getirilmesiyle ortaya çıkan mizahi anlamlar ortaya çıkarılarak analiz tamamlanacaktır.

6.1. Evren ve Örneklem

Çalışma kapsamında sosyal medyada dolaşıma giren ve geniş kitlelere yayılan fotoğraf tabanlı tüm internet meme'lerini incelemek olanaksız olduğundan Türkiye'deki internet meme formuna uygun popüler iki meme sitesi www.bobiler.org ile www.incicaps.com siteleri evren olarak belirlenmiş ve analizi yapılacak internet meme'leri rastlantısal örneklem metoduyla seçilmiştir. İnci Caps'te meme yaratımı çoğunlukla doğal olan bir görüntü ile metin detayı bulunan bir kırmızı şeritin birleştirilmesiyle oluşturulmaktadır. 2006'da kurulan Bobiler.org sitesi ise kendisini ülkemizdeki en orjinal viral içerik yaratım noktası şeklinde tanımlamaktadır. Sitede mizahi anlamlandırma doğal görüntülerin bozularak aslından koparıldığı ve yeni anlamlara kavuşturulduğu bir süreçte inşa edilmektedir. Evren olarak seçilen sitelerin içerik yaratımları internet meme'lerinin Türkiye'deki formunu çok iyi yansıtan caps ve montelerden oluşmaktadır. Literatür taramasında photoshop meme'leri olarak geçen yaratımlar Bobiler.org'da monte kavramıyla ifade edilmektedir. Yine literatürde "image macros" ya da "stock character macros" olarak geçen metinsel öğelerin eklendiği meme'ler İnci Caps'teki caps formuyla özdeşleşmektedir.

6.2. Analiz ve Bulgular

Analizi yapılacak meme sayısı 4 olarak belirlenmiş ve meme'lerden ikisi güldürü yönü baskın, ikisi ise eleştirel yönü baskın örneklerden seçilmiş ve dijital mizahın inşası irdelenmiştir.



Görsel 4: “Terror Of Thrones” Örneği

(<https://www.bobiler.org/monte/terror-of-thrones--189774>, Erişim Tarihi: 20.04.2017)

6.2.1. “Terror Of Thrones” Örneği

Düzanlam	Yananlam	Mizahi Anlam
Tahtta oturan yaralı bir çocuk	Game of Thrones filminde uğrunda savaş verilen ihtişamlı demir taht	Suriye’deki savaşın simgelerinden biri haline gelen Ümran bebek ile Game of Thrones filminde uğrunda çok kan dökülen meşhur taht arasında bağ kurulmuştur.

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
İnsan/Çocuk	Suriyeli Ümran bebek	Mazlum, ezilmişlik, mağduriyet
Nesne 1	Demir taht	Huzursuzluk, rahatsızlık, savaş, kaos
Nesne 2	Ateş	Savaş, emperyalizm, kaos
Metin	Terror of Thrones/Terör Tahtı	Savaş, emperyalizm

Yukarıda gösterge şeması çizilen meme örneği çalışmanın bu aşamasına kadar incelenen örnekler arasında hiciv yönü en baskın meme örneğini teşkil etmektedir. Meme, bir önceki örnekte olduğunun aksine mizahi güldürü yaratımı olmaktan ziyade açık bir taşlama örneğidir. Meme’nin merkezine Suriye’de yaşanan ve hali hazırda devam eden savaş yerleştirilmiştir. Meme’de mizahi anlamın inşası için savaşın simgelerinden biri haline gelen Ümran bebek kullanılmıştır. Hava saldırısı sonrası çıkarıldığı enkazdan ambulansa taşındığı sırada fotoğraflanan Ümran bebek o sıralarda savaşın yeni yüzü olmuş, uluslararası kamuoyu vicdanının tartıldığı bir sembol haline almıştır. Savaşın simgesi olan Ümran bebek fillerin tepiştiği dünyada ezilen çimeni temsil etmektedir. Gösteren olarak sunulan Ümran bebek mağduriyetin ve ezilmişliğin simgesidir.

Ümran bebeğin fotoğrafının yerleştirildiği görsel ise Game of Thrones isimli popüler diziden alınmıştır. Meme’nin odak noktasındaki taht filmdeki olay örgüsünün temelini oluşturmaktadır. Taht, Yedi Krallık’ta hüküm süren kralın tahtıdır ve kralın otoritesini simgelemektedir. Ancak demir tahtın üstünde Ümran bebeğin yer alması başka anlamlar ortaya çıkarmaktadır. Demir taht emperyalizmin, savaşın simgesi

olarak sunulmaktadır; nitekim filmde de taht uğruna çok kan dökülmekte, savaşın temel amacını tahta oturmak oluşturmaktadır. Bununla birlikte demir tahtın keskin ve arkaya yaslanmaya izin vermeyen rahatsız bir yapısı vardır ve sıradan bir kral tahtından çok farklıdır. Keskin kılıçların bir araya getirilmesiyle oluşturulmuş tahtın korkunç bir havası bulunmaktadır. Bu tahtı tasarlayan ve ilk sahibi olan kral da bir kralın sürekli diken üstünde olması gerektiğini düşünerek tasarlamıştır ve kendisinden sonra tahta geçen Çılgın kral da defalarca kendisini kesmiştir. Meme’de ise tahta oturan savaş mağduru bir çocuktur ve savaşın tüm acı yüzünü yaşamıştır. Gösteren olarak rahatsız, keskin ve yaralayan tahtın kullanıldığı meme’de gösterilmek istenen savaşın ve emperyalizmin acı yüzüdür ve bütün mağduriyeti yaşayan çocuk tahttan epey yara almıştır. Filmde siyahlar içinde sunulan taht meme’de alevler içerisinde sunulmuştur. Alev almış tahtta oturan ise mağdur ve masum olan çocuktur. Yangının çıkış noktası olan kor halindeki taht savaşın merkezidir ve savaş en çok masumun canını yaktır.

6.2.2. “Sabah-Akşam Metrobüs Ferahlığı” Örneği



Görsel 5: “Sabah-Akşam Metrobüs Ferahlığı” Örneği
(<http://www.incicaps.com/c/i95k6tvgd/>, Erişim Tarihi: 13.04.2017)

Düzanlam	Yananlam	Mizahi Anlam
Bir market arabasına sıkıştırılmış, üst üste bindirilmiş köpekler	Bir toplu taşıma aracı olan metrobüsün her zaman kalabalık oluşu	Market arabasına sıkıştırılmış köpeklerin görüntüsüyle her zaman kalabalık ve yorucu olan metrobüs ulaşımı arasında bağlantı kurulmuştur.

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
Hayvan	İç içe geçmiş köpekler	Sıkışıklık, dip dibelik, yoğunluk
Konum/Ortam	Market arabası	Huzursuzluk, rahatsızlık, sıkıntı
Metin	Sabah-akşam metrobüs ferahlığı!	Metrobüsün yoğunluğu ve rahatsız ulaşımı, sıkıntılı ulaşım

Bu meme fotoğraf odaklı teknik meme kategorilerinden “image macros” olarak aktarılan resim üzerine yazının bindirildiği meme türüdür. Fotoğrafın temelinde herhangi bir photoshop uygulaması vs. yoktur. Meme’de mizahi anlam doğal bir görselin altına yerleştirilen kırmızı bant üstündeki yazı ile oluşturulmuştur. Fotoğrafa eklenen metinsel öge ile fotoğrafın temel anlamı biçimbozumuna uğratılmıştır. Alt yazı ferahlıktan bahsetmekte fakat; caps görseli üst üste bindirilmiş köpeklerin görüntüsünden oluşmaktadır. Dolayısıyla mizahi yapı bir zıtlık zemini üzerine kurulmuştur. “Sabah-akşam metrobüs ferahlığı!” yazısının metinsel mizahi öge olarak kullanıldığı meme’de/caps’te ferahlık ve yoğunluk zıtlığı kurulmuştur. Gösteren olarak iç içe geçmiş, sıkışık bir biçimde bir market arabasında bulunan köpeklerin kullanıldığı bu meme’de gösterilmek istenen ise metrobüsün kalabalıklığıdır. Market arabası burda yoğunluk, rahatsızlık ve huzursuzluğun simgesi olarak sunulmuştur. Düz anlamı üst üste bindirilmiş, sıkışık köpekler olan bu caps’in yan anlamı eleştirel olarak şu şekilde okunabilir: Market arabasına sıkıştırılmış köpeklerin durumundan yola çıkılarak metrobüs kullanan İstanbul halkının ulaşımında yaşadığı sıkıntıların eleştirisinin yapılmasıdır. Bu caps üzerine yoğunlaşılması beklenen, gündelik hayatı zorlaştıran bir yaşamsal soruna dikkat çeken bir eleştiri formu olarak yorumlanabilir.

6.2.3. “İtina ile Denize Yunan Dökülür” Örneği



Görsel 6: “İtina İle Denize Yunan Dökülür” Örneği

(<http://www.incicaps.com/c/h3461zdg/>, Erişim Tarihi: 24.04.2017)

Düzanlam	Yananlam	Mizahi Anlam
Bir adamın eliyle denize attığı semboller	Et tuzlama hareketi görüntüleriyle tüm dünyada fenomen olan Nusret’in görüntüsünden bir alıntı	Beşiktaş-Olympiakos maçını kazanan Beşiktaş’ın teknik direktörü Şenol Güneş’in yüzü Nusret’in et tuzlama görüntüsüne yerleştirilerek Mizahi bir anlam oluşturulmuştur.

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
İnsan	Beşiktaş teknik direktörü Şenol Güneş	Zafer, başarı, galibiyet
Nesne	Olympiakos takım sembolü	Mağlubiyet, başarısızlık
Ortam	Deniz	Zafer, galibiyet
Metin	İtina ile Yunan denize dökülür	Tarihsel başarı, galibiyet

Yukarıdaki caps 16 Mart 2017 tarihinde gerçekleşen Beşiktaş-Olympiakos maçını Beşiktaş’ın 4-1 kazanmasından sonra oluşturulmuş bir caps örneğidir. İnci Caps üzerinde oluşturulan bu caps çok kısa zaman önce yükselen bir fenomenden etkilenerek oluşturulmuştur. Yakın zaman önce sosyal medya hesabında etle yaşadığı garip anları paylaşan et restoranı sahibi Nusret Gökçe, çok kısa sürede popülerliğini uluslararası düzeye ulaştırarak fenomen haline gelmiştir. Nusret Gökçe’nin et doğarken, pişirirken ya da sunuma hazırlarken çektiği videoların hepsinde ortak bir sahne vardır: tuzlama sahnesi. Kendine has tarzıyla eti sunuma hazırlayan Nusret’in fenomen haline gelmesini sağlayan temel etmen bu tuzlama tekniğidir. Kendisini kısa sürede fenomen haline getiren tuzlama tekniği aslında başlı başına bir internet meme örneğidir. Bu meme örneği hem image macros kategorisinde hem de moda olan/taklit edilen internet meme kategorisinde yer almaktadır. Beşiktaş ile Yunan takımı Olympiakos arasında geçen maçın Beşiktaş tarafından 4-1 gibi büyük bir skorla kazanılmasının ardından tüm sosyal medya platformlarında yayılan caps iki şeye gönderme yapmaktadır: Nusret’in tuzlama tekniği ve Yunan’ı denize döken Türkler. Kurtuluş Savaşı’nda büyük bir hezimete uğratılan Yunan’ın 2017’de tekrar Türklere kaybettiği, tarihin tekerrürden ibaret olduğu mesajı zamanın popüler simgesi haline gelmiş tuzlama tekniği ile anlatılmıştır. Nusret’in şahsına münhasır biçimde serptiği tuz biçimbozumuna uğratılmış ve Yunan takımı Olympiakos’un takım simgesi olarak yeniden inşa edilmiştir. Tuzu serpen de Nusret değil, Beşiktaş teknik direktörü Şenol Güneş olarak anlamlandırılmıştır. Oluşturulan “İtina ile Yunan denize dökülür” şeklindeki metinsel öge de tarihsel başarıya açıkça atıfta bulunmaktadır. Denize dökülen Olympiakos takımının sembolleri hezimet, yenilgi ve mağlubiyetin simgesidir. Sembollerin döküldüğü deniz ise tarihsel bir zaferin, başarının, tarihin tekrar edişinin simgesi olarak sunulmuştur.

6.2.4. “İşte Benim Donald Trump” Örneği



Görsel 9: “İşte benim Donald Trump” Örneği

(<https://www.facebook.com/bobiler/photos/a.438595919160.201709.135465744160/10155041067059161/?type=3&theater>, Erişim Tarihi: 11.04.2017)

Düzanlam	Yananlam	Mizahi Anlam
Bir plak kapağında yer alan bir adam/ABD Başkanı Donald Trump'ın yüzü	Türk Sanat Müziği'nin önde gelen isimlerinden biri, sanat güneşi olarak da adlandırılan Zeki Müren	Sanat güneşi Zeki Müren'in fotoğrafıyla ABD Başkanı Donald Trump'ın yüzü birleştirilmiştir.

Dijital mizah ürünü olan bu meme'ye düz anlam açısından bakıldığında ABD Başkanı Donald Trump görülmektedir. Meme Trump'ın görselini bir müzik plağının kapağı formunda sunmaktadır. Meme'ye yan anlam açısından bakıldığında ise Donald Trump'ın yüzü ile Zeki Müren'in en bilinen görsellerinden biri birleştirilerek yeni bir anlam yaratıldığı görülmektedir. Bu meme'de mizahı var eden şey iki zıtlığın bir araya getirilmesidir. Siyasetçi bir isimle sanatçı bir ismin bir araya getirilmesiyle ortaya çıkan zıtlık mizahi bir anlam oluşturmuştur. Bir diğer zıtlık unsuru ise ruhu, hali ve tavrıyla son derece zarif bir isim ile sert, otoriter bir isim arasında benzerlik oluşturulmasıdır. Zıtlığın yanı sıra bu meme'nin mizahi anlam oluşturmasında sosyal medya meme'lerine saçlarıyla epeyce konu olan Trump ile Zeki Müren'in saçları arasındaki benzerlik bağı kurulması etkili olmuştur. Bu meme, teknik açıdan bakıldığında fotoğraf odaklı meme türlerinden photoshop meme kategorisine girmektedir. Meme'ye mizahi nitelik kazandıran unsur orijinal görüntünün sanalbozuma uğratarak yeni bir anlam yaratılmış olmasıdır. Bu meme sadece Zeki Müren ile Donald Trump'ın görselinin harmanlanmasından ibaret değildir. Bir plak kapağı gibi sunulan meme'de Zeki Müren'in "İşte Benim Zeki Müren" adlı şarkısına da atıf yapılmıştır. Bobiler.org'un Facebook hesabında paylaşılan meme çok kısa sürede yayılmış ve kullanıcıların katkılarıyla yeni anlamlar yaratılmıştır. Zeki Müren'in "Şarkılarla yaşıyorum" şarkı sözünün kullanıcılar tarafından tarafından "Duvarlarla yaşıyorum", "Sınırlara duvar çeken işte benim Donald Trump" şeklinde dönüştürüldüğü görülmektedir. Zeki Müren'le özdeşleşmiş kalıpların anlam bozumuna uğratıldığı ve yeni anlamlar yaratıldığı görülmektedir. Trump'ın göçmenlerin ülkeye girişini önlemek amacıyla Meksika sınırına duvar dikilmesine izin veren kararnameyi imzalaması ve bunu her fırsatta dile getirmesi yaratılan mizahtan payını almıştır. Başka bir kullanıcının ise "Midelere giren kramp, işte benim Donald Trump" şeklinde getirdiği yorumlama, gerek yönetime gelmeden önce yapılan söylemler gerek de iktidara geldiği süreçte baskıcı bir yönetim anlayışı sürdüren Trump'a getirilen eleştiri niteliğindedir.

SONUÇ

Sonuç olarak sanal bozumun mizahi yaratım için kullanıldığı internet meme'leri çağdaş, katılımcı, yaratıcı sosyal medya mizahının temelini oluşturmaktadır. Üstelik bu üretim biçimi sosyal medya mizahının elitist olmayan halkçı yönünü vurgulamaktadır. Basit bir şekilde ekran görüntüsünün alınarak ya da grafik ve photoshop teknikleriyle görselin anlamlandırılarak ortaya çıkarıldığı fotoğraf odaklı internet meme'leri ulaşımı ve katılımı kolay sosyal medya mizahının sadece bir parçası-

nı oluşturmaktadır. İsteyen herkesin kolaylıkla katılabileceği bu süreç kimi zaman gündelik hayatın uyumsuz, saçma ve gülünç yanlarını eğlence unsuru haline getirmekte; kimi zamansa toplumsal ve siyasal gündeme muhalif eleştiriler getirerek tekelci mizah anlayışını dönüştürmekte, daha halkçı ve çok sesli bir mizah anlayışını internet meme'leri üzerinden var etmektedir. Sosyal medya kullanıcıları mizahın hem üreticisi hem de tüketicisi olabilmektedir. Kullanıcılar tüketicilerin daha güçlü olduğu medya ortamında üre-tüketici olarak sosyal medyada kendi kültürünü yaratmaktadır. Bazen ulusal değerler üzerinden oluşturulan meme'ler, bazense uluslararası kültürel metinlerden esinlenerek oluşturulmaktadır. Kimi zaman ince bir mizahi nitelikte kimi zamansa estetik ve incelikten uzak olarak üretilen sosyal medya mizahı, popüler bir üretim yöntemi olarak içinde bulunduğumuz teknoloji çağında iletişimin dönüşümünü göstermesi açısından önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

- Aktaş, Ö. (2016). “Bir İletişim Yöntemi Olarak Caps/Memes”, İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi. 6(14), 1-14 <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/inustd/article/view/5000208441/5000178375>. (Erişim Tarihi: 01.01.2017).
- Asutay, H., Atik, O., Demir, M., Öğretmen, S. & Göçerler, H. (2015). “Değişen Gençlik Kültürleri İle Ortaya Çıkan Yeni Okuma Türleri”, https://www.academia.edu/15029620/De%C4%9Fi%C5%9Fen_Gen%C3%A7lik_K%C3%BCrleri_Ortaya_%C3%87%C4%B1kan_Yeni_Okuma_T%C3%BCrleri. (Erişim Tarihi: 04.04.2017).
- Bauckhage, C. (2011). “Insights into Internet Memes, Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media”, <http://www.aaai.org/ocs/index.php/20ICWSM/ICWSM11/paper/viewFile/2757/3304>. 42-49. (Erişim Tarihi: 16.03.2017).
- Bozkuş, Ş. B. (2016). “Pop Polyvocality and Internet Memes: As a Reflection of Socio-Political Discourse of Turkish Youth in Social Media”, **Global Media Journal: Turkish Edition**. 6 (12), 44-74.
- Börzsei, L. K. (2013). “Makes A Meme Instead: A Concise History of Internet Memes”, **New Media Studies Magazine**. (7), https://works.bepress.com/linda_borzsei/2/. (Erişim Tarihi: 17.03.2017).
- Buchel, B. (2012). **Internet Memes as Means of Communication**. (Yüksek Lisans Tezi). Brno: Masaryk University Faculty of Social Studies Department of Sociology.
- Chen, C. (2012). “The Creation and Meaning of Internet Memes in 4Chan: Popular Internet Culture in The Age of Online Digital Reproduction”, **Instutions Habitus**, 6-19.
- Davison, P. (2012). “The Language of Internet Memes”, **The Social Media Reader**. 120-134.
- Decker-Maurer, H. (2012). **I Can Has Rhetoric: How Image Macros Address Social Issues in an Age of Participatory Culture**. (Yüksek Lisans Tezi). Milwaukee: Wisconsin-Stout Üniversitesi.
- De Seta, G. (2015). “Memes in Digital Culture”, **New Media & Society**. 17 (3), 476-478.
- Esteves, V. (2012). “Internet Memes: Transnational Products of (Home-Made) Cyberculture”, **Young**, 125. <http://www.inter-disciplinary.net/critical-issues/wp-content/uploads/2014/04/estevescyberpaper.pdf>. (Erişim Tarihi: 21.03.2017).
- Fırat, T. E. (2016). “Dijital Mizahın Biçimbozumu: Bobiler.org Örneği”, **Tarih Okulu Dergisi**. 9 (28), 641-655.

- Goriunova, O. (2016). “The Force of Digital Aesthetics: On Memes, Hacking, and Individuation”, **The Nordic Journal of Aesthetics**. 24 (47), 54-75.
- Huntington, H. E. (2016). “Pepper Spray Cop and the American Dream: Using Synecdoche and Metaphor to Unlock Internet Memes”, **Visual Political Rhetoric, Communication Studies**, 67 (1), 77-93.
- Jenkins, H. (2006). **Convergence Culture: Where Old and New Media Collide**. New York: NYU Press.
- Jenkins, H., Li, X., Krauskopf, A. D., & Green, J. (2008). **If It Doesn't Spread, It's Dead: Creating Value in a Spreadable Marketplace**. Cambridge MA: Convergence Culture Consortium.
- Karataş, Ş. & Binark, M. (2016). “Yeni Medyada Yaratıcı Kültür: Troller ve Ürünleri Caps”, **TRT Akademi, Dijital Medya**. 1 (2), 426-448.
- Kullar, U. & İnci, S. (2015). **İnci Caps: Kutsal Mizah Kırbacı**. 3.Baskı, İstanbul: Epsilon Yayıncılık.
- Marwick, A. (2013). “Memes”, **Contexts**. 12 (4), 12-13.
- Milner, R. M. (2012). **The World Made Meme: Discourse and Identity in Participatory Media**. (Doktora Tezi). Manhattan: University Of Kansas.
- Shifman, L. (2013). “Memes In Digital Culture. ABD: Mit Press”. <https://od-com-3846809a027a1eca73cea934a9a1625c.read.overdrive.com/>. (Erişim Tarihi: 15.03.2017).
- Shifman, L. (2014). “The Cultural Logic of Photo-Based Meme Genres”, **Journal of Visual Culture**. 13 (3), 340-358.
- Tay, G. (2012). **Embracing Lolitics: Popular Culture, Online Political Humor, and Play**. (Yüksek Lisans Tezi). Christchurch: University of Canterbury.
- Tekrin, D. (2015). “Bir Yeni Medya Fenomeni: İnternet Memeleri ya da Caps'ler”, (Der. Çetinkaya A. Kınk A. M. ve Şahin. Ö. E.). **Bilişim Ve** içinde. İstanbul: Hiperlink Yayınlan. 123-134.
- Rıfat, M. (2009). **Göstergebilimin Abc'si**. 3.Baskı. İstanbul: Say Yayınlan.
- Ünsay, Y. & Ügümü, P. (2014). “Türkiye’de Dijital Aktivizmin Mizahi Yüzü: ‘Caps’ler”. <http://akademikstok.com/turkiyede-dijital-aktivizmin-mizahi-yuzu-capsler-humorous-side-of-digital-activism-in-turkey-capses-oku-26.html>. (Erişim Tarihi: 14.04.2017).
- Vickery, J. R. (2014). “The Curious Case of Confession Bear: The Reappropriation of Online Macro-İmage Memes”. **Information, Communication & Society**. 17 (3), 301-325.

İnternet Erişimleri

<http://www.mahsumakbas.com/bert-is-evil-%E2%80%93-convergence-culture-ve-etkileri/> (Erişim Tarihi: 21.03.2017).

<http://knowyourmeme.com/memes/casually-pepper-spray-everything-cop> (Erişim Tarihi: 17.03.2017).

<http://www.occupythegame.com/wp-content/uploads/2011/11/flag-raising-on-iwo-jima-with-lt.-pike.jpg> (Erişim Tarihi: 17.03.2017).

<http://weknowmemes.com/wp-content/uploads/2011/11/pepper-spray-cop-statue-of-liberty.jpg> (Erişim Tarihi: 17.03.2017).

<http://knowyourmeme.com/memes/sites/cheezburger> (Erişim Tarihi: 16.03.2017).

<https://speedsofrhetoric.wordpress.com/2015/03/31/bad-storify-example-memes-are-everywhere/> (Erişim Tarihi: 15.03.2017).

<https://www.bobiler.org/monte/terror-of-thrones--189774> (Erişim Tarihi: 20.04.2017).

<http://www.incicaps.com/c/i95k6tvgd/> (Erişim Tarihi: 13.04.2017).

<http://www.incicaps.com/c/h3461zdg/> (Erişim Tarihi: 24.04.2017).

<https://www.facebook.com/bobiler/photos/a.438595919160.201709.135465744160/10155041067059161/?type=3&theater> (Erişim Tarihi: 11.04.2017).

YENİDÜNYA DÜZENİNDE GÖZETLENME: ARAÇSAL GÖZETİMDEN SANAL GÖZETİME*

Eylem ŞENTÜRK KARA*
Alattin ELÇİBOĞA*

ÖZET

Günümüzde gözetim teknolojik gelişmelerin etkisiyle günlük hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Artık internetin dolayısıyla sosyal medyanın insanların hayatına girmesiyle beraber belirli araçlarla veya belirli mekânlarda gözetim yapılma devri sona ermiştir. İnsanların sanal ortamlarda paylaştıkları özel bilgiler, başkaları tarafından gözetlenmeyi daha kolay ve ekonomik bir hale getirmiştir. Bu çalışma, insanların gözetlenmeyle ilgili ne düşündüklerini, gözetlenme noktasında ne kadar bilinçli olduklarını, gözetlenme düşüncesinin onların sosyal medyadaki paylaşımları üzerindeki etkisini tespit etmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın teorik kısmında gözetim kavramı, gözetimin tarihsel gelişimi, gözetleme ve iktidar ilişkisi, görsel gözetim (güvenlik kameraları), sanal gözetim kavramları anlatılmıştır. Uygulama kısmında derinlemesine görüşme yöntemi kullanılmıştır. Çalışma kapsamında İnönü Üniversitesi'nde okuyan, Yüksek Öğrenim Kredi ve Yurtlar Kurumu Yurdu'nda kalan toplam 20 öğrenci (10 kadın ve 10 erkek) ile görüşülmüştür. Araştırma sonucunda, bireylerin günlük hayatları içerisinde birçok noktada gözetlendiklerinin bilincinde oldukları ve sosyal medyanın yardımıyla başkaları hakkındaki merak ihtiyaçlarını gidermek amacıyla gözetleme eylemini gerçekleştirdikleri ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gözetlenme, Sosyal medya ve gözetleme, Kameralar, İktidar, Panoptikon.

THE SURVEILLANCE IN NEW WORLD ORDER: FROM INSTRUMENTAL SURVEILLANCE TO VIRTUAL SURVEILLANCE**ABSTRACT**

Surveillance is a concept that we have frequently encountered in our day and have become routine in our daily lives. At first, surveillance was carried out with certain instruments and certain places. In today the situation is different and age of carrying out surveillance with certain instruments and certain places is over. The purpose of this study is to determine the effect of surveillance on the individual. In the theoretical part of the research, the concept of surveillance, the historical development of surveillance, the relationship between surveillance and power, to surveillance society from information society, visual surveillance, security cameras, virtual surveillance and panopticon were explained. In the application part, problem-centered interview technique was used. In the study, 20 students studying at Inonu University and staying at the dormitory of Yüksek Öğrenim Kredi ve Yurtlar Kurumu were consulted.

Keywords: Surveillance, Social media and surveillance, Cameras, Power, Panopticon.

* Bu çalışma, 8-10 Ağustos 2017 tarihlerinde Roma'da gerçekleştirilen "3. International Conference on the Changing World and Social Research (ICWSR 2017)" adlı kongrede bildiri olarak sunulmuştur.

** Yrd. Doç. Dr., İnönü Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, Malatya: eylem.kara@inonu.edu.tr.

*** Yüksek Lisans Öğrencisi, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya: alattin_2147@hotmail.com.