

*Makale Gönderilme Tarihi / Article Submission Date: 01-04-2020*

*Makale Kabul Tarihi / Article Acceptance Date: 05-04-2020*

*Araştırma Makalesi / Research Article*



INTERNATIONAL JOURNAL OF HUMANITIES AND EDUCATION (IJHE),  
VOLUME 6, ISSUE 13, P. 157 – 178.

ULUSLARARASI BEŞERİ BİLİMLER VE EĞİTİM DERGİSİ (IJHE), CİLT 6,  
SAYI 13, S. 157 – 178.

## **Elektronik Kültür Ortamında Sosyal Kodlamalar: Medyada Eğlence Kaynağı Olarak Şiddet İçerikli Mizahın Toplumsal Cinsiyetçi Bakış Açısıyla Değerlendirilmesi**

**Mehmet ÖZDEMİR\***

### **Özet**

Bu makalede elektronik kültür ortamındaki sosyal kodlamalar, toplumsal cinsiyet kültürü açısından çözümlenmiştir. Bu amaçla medyada sunulan şiddet temalı içeriklerden hareketle eğlence olgusu üzerinde çeşitli çıkarımlarda bulunulmuştur. XXI. yüzyılda başta internet ve televizyon olmak üzere medya araçları kültürün temel taşıyıcısı durumundadır. Özellikle televizyonun yaygınlığı, akıllı telefon ve diğer cihazlar sayesinde internet erişiminin her geçen gün daha da kolaylaşması, medyayı kültürel içeriklerin temel icra ortamına dönüştürmüştür. Dolayısıyla medya, toplumsal mesajların da sıklıkla aktarıldığı bir kanal olarak gelişme göstermiştir. Makalede elektronik ortamdaki sosyal kodlamalar yine elektronik ortam yaratıcı kültürel içerikleri olan reklam, klip, dizi ve sinema ekseninde yorumlanmıştır. Çalışmada erkeklik ve kadınlık olarak medya araçlarında gerçekleşen kodlamalar, saldırganlık ve cinsellik temelli eğlenme algısı, bir cinsi toplumun belirlediği kalıplarla diğerinden aşağıda veya yukarıda yorumlama eğilimi gibi olgular negatif mizah kapsamında eğlence malzemesi olarak değerlendirilmiştir. Bu bağlamda makalede çeşitli medya araçlarından seçilen örneklerden hareketle negatif mizah unsurları toplumsal cinsiyet bakış açısından hareketle incelenmiş ve mizahın gülme dışında olan eğlendirici yönleri de sorgulanmıştır. ‘Mizah sadece güldürür mü?’, felsefesinden hareket edilerek toplumsal cinsiyet ve güldürmeden eğlendiren mizah olgusu üzerinde çıkarımlarda bulunulmuştur. Gülme ve kahkahanın doğuşu, mizahın temelinde eğlenceden ziyade saldırganlığın bulunması, mizahın negatif işlevleri, eğlencelik bir tür olarak şiddetin tadına varılması vb. gibi konulara odaklanılmıştır. Fıkra ve güldürü temelli alışlagelmiş eğlenme yöntemleri dışında özellikle günümüz gösteri ve eğlence endüstrisi yapımları üzerinde durulmuştur. Bu kapsamda popüler kültür konularının sorgulandığı çalışmada geçmiş ve bugün bağlamında negatif mizah üzerinde değerlendirmelerde bulunulmuştur. Makale yaptığı farklı sorgulama biçimleriyle pek çok açıdan sosyal kodlamalara bağlı olarak ortaya çıkan ve gülme içermeyen eğlence olgusunu irdelemektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Mizah, Toplumsal Cinsiyet, Şiddet, Eğlence.

\* Dr. Öğr. Üyesi, Artvin Çoruh Üniversitesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü, E-posta: [mozdemir@artvin.edu.tr](mailto:mozdemir@artvin.edu.tr),  
<https://orcid.org/0000-0002-9046-4735>.

## Social Codings in Electronic Culture Environment: Evaluating of the Violent Sense of Humor -as an Entertainment in Media - Through Genderism

### Abstract

In this article, the social codings in the electronic culture environment are analyzed in terms of genderism. For this purpose, various inferences have been made over the entertainment factor with reference to violence-themed content presented in the media. The media tools -especially the internet and television- has the primary position of culture conveying in 21th century. Especially the prevalence of television, internet access' getting easier every day thanks to smart phones and other devices, turned the media into the basic performance milieu of the cultural content. There fore the media has got improved as a passage that social messages are often transferred. In the article, the social codings in the electronic culture environment are interpreted in terms of advertisement, clip, series and cinema which has the cultural content that creates electronic environment. In this study, the codings made in the media tool as femininity and masculinity, the aggression and the sexuality based definition of entertainment, the factors like tendency to interpret of the gender roles about which is superior and which is inferior are evaluated as entertainment material within the scope of negative humor. In this context, negative humor elements are analyzed based on selected examples of various media tools from the article and humor's entertaining aspects other than laughing are also questioned. Starting the point of "is humor only to make laugh?" view, there are some inferences are made from the humor fact that entertains but does not make laugh. It is focused on subjects such as the origin of the smile and laughter, humor's having aggression rather than fun on it's base, humor's negative functions and enjoying violence as an entertainment genre. It is emphasized on the today's show and entertainment industry productions except the usual fun methods based on jokes and the comedy. In this context, in the study in which popular culture subjects are questioned, negative humor has been evaluated in the context of past and present. The article examines the fact of entertainment -that occurred depending on social codes and does not contain laughters- in many ways and with different forms of questioning.

**Key words:** Humor, Gender, Violence, Entertainment.

### Giriş

Gülme, tarihin en eski devirlerinden bu yana araştırmacıların üzerinde tartıştığı konulardan birisidir. İnsana ait bir özellik olarak görülen gülmenin fizyolojik ve felsefi boyutu çeşitli araştırmalarda ortaya konulmaya çalışılmıştır. Dinler tarihi açısından da gülme konusu kutsal kitaplarda çeşitli hükümlere bağlanmıştır. Bu anlamda gülmenin tarihi incelendiğinde mizahın genellikle alay, küçümseme, dışlama, küçük düşürme vb. olumsuz nitelikler üzerine kurulduğu görülmektedir. Buna bağlı olarak ilahi dinlerde gülmeye karşı olumsuz bir tutum gelişmiştir. Yani, gülmenin ciddiyeti bozduğu düşüncesi hâkimdir. İnsanların anne karnında, doğuştan ya da sonradan sahip olduğu genetik veya çevresel etkenlere bağlı olarak gelişen vücut özellikleri, kusurlar, hastalıklar (kellik, körlük, topallık, delilik, cücelik vb.) yüzyıllar boyunca mizahın malzemesi olarak kullanılmıştır. Platon, karma zevklerin, (ağlama ile gülmenin ve sevinç ile hüznün birlikteliğinin) gülmenin tarihi açısından baskın bir özellik olduğu görüşündedir (Sanders, 2001, s. 57).

Türk kültürünün en önemli güldürü kaynaklarından birisi fıkralardır. Öyle ki fıkra ve gülme eş anlamlı görülmüştür; çünkü fıkra gülünç olanın malzemesidir. Ancak gülme davranışı sadece fıkraya bağlı olarak ortaya çıkmaz. Gülmenin felsefi bir problem olarak tanımlanması mizahın

kaynaklarındaki çeşitliliğin fark edilmesini sağlamıştır. Eğlence endüstrisi de büyük oranda mizah temeli üzerine kurulmuştur. Ama eğlencenin biricik kaynağının güldürme olmadığı artık bilinmektedir. Mizah, günlük yaşamda görülen gülme eksenindeki yorumların aksine farklı görme biçimleriyle analiz edildiğinde popüler yaşamın önemli bir unsuru olarak medya araçlarından sunulmaktadır. Burada “*gülme içermeyen*<sup>1</sup>” (güldürmeden eğlendiren) eğlence olgusu mizahın kökeninden habersiz bilinçaltına çoğu kez toplumsal cinsiyet kodları üzerinden göndermeler yapmaktadır. Dolayısıyla toplumsal cinsiyet, mizah ve şiddet kavramları eğlence olgusu etrafında işlenerek kültürel ekonomik içeriklere dönüştürülmektedir. Bu anlamda ‘korkunç, utanç verici, çirkin, kaba, argo, bayağı, itici, küçültücü, tiksindirici, alay edici’ vb. kalıplarda sunulan olumlu niteliklerden yoksun ‘duygusuz’ bir negatif mizah belleği bulunmaktadır. Acıma duygusunun gülmeyi bastırıldığı söylenemez ama düşünmek için yeterli fırsatı verir. Diğer taraftan acıma eğlencenin malzemesi olarak sunulduğunda kolay bir şekilde pazarlanabilen bir içeriğe dönüşmektedir. Gülmenin bulaşıcı olması gibi üzüntünün de bağlamsal çerçevede yer alan kişileri olumsuz anlamda etkilediği bilinmektedir. Ancak bir bebek ağlamasına verilecek tepki gülme ile sonuçlanabilmektedir. Özellikle sosyal paylaşım sitelerinde bebeklerin hıçkırıklı ağlayışları en çok görüntülenen içerikler arasında yer almaktadır. Mizahın en önemli yanı insani özellikler üzerinden sunulmasıdır. Bergson’un ifadesiyle gülünç olan insani tavrın bir uzantısıdır (2014, s. 5).

Türk sineması birçok yönden tiplleşme (tiplleştirme) üzerine kuruludur. İnek Şaban, Damat Ferit, Güdük Necmi, Tulum Hayri, Badi Ekrem, Tosun Paşa, Kel Mahmut, Adile Ana, Maho Ağa, Çiçek Abbas, Banker Bilo, Turist Ömer, Kötü Adam (Erol Taş), Recep İvedik vb. en meşhur tiplerden bazılarıdır. Bu tiplerin olumlu ve olumsuz davranışları izleyici üzerinde önemli bir etki oluşturmaktadır. Son dönemin negatif mizah örneklerinden birisini temsil eden Recep İvedik tiplemesinin kulak ve burun karıştırma, geğirme, yellenme, kusma, müstehcen yerlerini kaşıma gibi çeşitli davranışları eğlence endüstrisi kapsamında mizah olarak izleyiciye sunulmaktadır. Aslına bakılırsa söz konusu tiplemenin temsil ettiği bu aşırı özellikler François Rabelais’in Gargantua ve Pantagruel adlı eserlerinde yüzyıllar önce işlenen konular arasında yer almaktadır. Sanders’in belirttiği gibi burada toplumsal edep sınırlarını ihlal ederek gerçekleştirilen güldürme eyleminde amaç çarpıklıkların ortaya konulmasıdır (2001, s. 257).

---

<sup>1</sup> Burada gülerek veya gülmeden eğlenme olarak sistemleştirilmeye çalışılan konunun sınırlarını keskin bir şekilde çizmek mümkün değildir. Çalışmanın amacı dijital kültür çevrelerinde negatif mizah unsurlarının toplumsal cinsiyet temelli kurgulanarak eğlence malzemesine dönüştürülmesidir. Elbette bazı sahnelerde gülünç sonuçların ortaya çıkması kaçınılmazdır. Bu durum her şeyden önce mizahın bir bütün olmasıyla ilgilidir; negatif ve pozitif mizah ayrımlarının ise bir çözümleme modeli olduğu unutulmamalıdır.

Günümüzde eğlence endüstrisi negatif ve pozitif mizahtan oluşan iki temel üzerine inşa edilmiştir. Her iki oluşumun da kendi ekseninde bir takipçi kitlesi bulunmaktadır. Bu takipçiler için söz konusu mizah yaklaşımları giderilmesi zorunlu ihtiyaç kapsülüne dönüşmüştür. Çalışmada üzerinde daha sık durulan negatif mizah türünün geçmişine bakıldığında saldırganlık, alay, küçümseme gibi olumsuz anlamlar yüklenmiş olduğu görülmektedir. Bu durum geçmişten günümüze mizahın bir sonucu olarak değerlendirilen gülme ve kahkaha ile ilintilidir. Çünkü Raskin gülmenin düşmanlıktan, Rapp ise kahkahanın nefretten ve şiddetten doğduğunu belirtmişlerdir. Aristoteles uygar insanın gülmeden kaçınması gerektiği üzerinde durur. Gülme ahlakı, sanatı ve dini küçük düşüren davranış olarak değerlendirmiştir (Öğüt Eker, 2014, s. 16-64-65). Bu yorumlardan hareketle şiddet, aşırılık ve saldırganlık mizahın ilk dönemlerdeki unsurları olarak değerlendirilmelidir. Eğlence kaynağı olarak Antik Yunan'da işkence evleri, Roma İmparatorluğu'ndaki gladyatör dövüşleri, Orta Çağ Avrupası'ndaki idam görüntüleri, insanoğlunun tarih sahnesindeki acımasızlık belleğinin dikkat çekici örnekleridir (Öğüt Eker, 2014, s. XV). Geçmişten günümüze gelindiğinde İspanya'da boğa güreşleri, belki bir spor organizasyonu olarak başta boks ve diğer dövüş müsabakaları, aynı şekilde bahisli horoz ve kafes dövüşleri, ABD'deki Guantanamo Kampı, uçaklardan ve savunma sistemlerinden atılan güdümlü füzeler, varil bombaları, halka açık ortamlara sıkılan biber gazları vb. pek çok unsur günümüz insanının söz konusu acımasızlık belleğinin yansımaları olarak değerlendirmek mümkündür.

Gülme çeşitli eylemlere gösterilen bir davranış türüdür. Ancak birçok gülme davranışının felsefi arka planı ele alındığında negatif mizah unsurlarının olduğu görülmektedir. Ayağı takılıp kendini yerde bulan birisine gülmemiz tekrar eden eylemler dizisinin bir sonucu olmakla birlikte burada gülünç olan sakarlıktır. Bu aynı zamanda kalıplaşan davranışın (düşmenin) cezalandırılmasıdır (Bergson, 2014, s. 9-14-58). James Beattie kahkaha üzerine kaleme aldığı çalışmalarında kahkahanın bir kutuplaşma ürünü olduğunu belirtir. Kahkaha “karmaşık bir nesne ya da oluşumda bir araya gelen en az iki uyumsuz, uygunsuz ya da tutarsız nesne ya da olay”dan müteşekkildir (Sanders, 2013, s. 97). Yapılan tanımda yardıma muhtaç bir kimseyi alaya almak, herhangi bir nedene bağlı olarak düşen birisine sırt çevirmek ya da rakibini alt etmek için mahremiyetle ilgili sınırlarını açığa çıkarmak bu tutarsızlıklara örnek verilebilir. Unutulmaması gereken gülme tıpkı kızgınlık gibi mizahın dış dünyada algılanan göstergelerinden sadece bir tanesidir. Şakayla karşılaşan bir insanın verdiği gülme tepkisi oldukça doğaldır. Ancak bir insana eşek şakası yapıldığında verdiği tepki çoğunlukla kızgınlıktır. İçinde bulunulan durum ve verilen tepkiler diğer insanların eğlencesine kaynak

oluşturmaktadır. En bilinen örnekleriyle arkadaşınız oturduğunuz sandalyeye çeşitli yapışkanları ve sıvıları dökebilir ya da oturma esnasında sandalyenizi çekebilir. Yürürken arkanızdan çelme takıp sizi düşürebilir, sigaranızın içerisine patlayıcı koyabilir, kulağınızın dibinde balon patlatabilir. Bunun gibi pek çok şaka sizin üzerinizden başkalarının eğlence kaynağı olabilir. Tüm bunlar düzenlenen şakanın gülünç olup olmamasıyla ilgili değildir. Çünkü insan şakaya maruz bırakılan kişiye gülerken ona acı vermektedir (Öğüt Eker, 2014, s. 19). Burada gülmeye eşlik eden duygusuzluğa dikkat çekilmelidir. Çünkü gülmenin doğasında kayıtsızlık vardır; gülmenin en büyük düşmanı duygulardır. O halde gülmek için kısa süreliğine de olsa acıma duygusunu bastırmak gerekmektedir (Bergson, 2014, s. 5). Dolayısıyla çalışmanın öne sürdüğü hipotezde de belirtildiği gibi mizahın tek sonucu gülme olmamalıdır.

Mizah, en bilinen tanımıyla eğlencenin temel unsurudur. Geçmişten günümüze mizah ve güldürü aynı anlama gelecek şekilde kullanılmıştır. Ancak mizah gibi bir alan henüz tam anlamıyla açıklanamayan gülme edimiyle sınırlandırılmıştır. “Mizah; gülümseme ve kahkaha gibi bir eylemle reklam, sinema, ekonomi, siyaset, spor vb. çok farklı alanlarda hedef kitlenin zihninde söz, yazı, resim vb. aracılığıyla gönderilen bir tür yönlendirici mesajdır” (Öğüt Eker, 2014, s. 205). Mizahın çok boyutlu olarak kullanıldığı sektörlerin başında eğlence dünyası gelmektedir. Burada dikkat çekilmesi gereken bir başka olgu da eğlencenin insan grupları üzerine inşa edilmiş olmasıdır. H. Bergson’un ifade ettiği gibi “...eğer yalnız ve diğer insanlardan yalıtılmış hissediyorsanız gülünç olandan keyif almanız mümkün değildir” (2014, s. 6).

Yaygınlaşan kullanımıyla “...modern çağın kullanım formatında mizah, tüketim kültürünün çok önemli bir nesnesi ve kitle iletişiminin önemli bir aracıdır” (Öğüt Eker, 2014, s. 205). Özellikle 21. yüzyıl elektronik sektörünün devasa yatırımlarla büyüdüğü ikincil sözlü kültür çağı olmuştur. Elektronik teknolojisinin hızlı yükselişi, yeni sosyal paylaşım siteleri ve başka medya unsurlarının keşfi sanal kültürün etkinliğini de attırmıştır. Sanal ortamın yükselişinde, mizah önemli bir rol oynamıştır. Benzer şekilde stand up tarzı programların sayıca artışı, mizahı sosyal yaşamın merkezi haline getirmiştir. “Eğlence sektörü, geçiş dönemlerinden festivallere, alışveriş merkezlerinden yemek kültürüne, stand up programlarından karikatür dergilerine, mizahî kişilikleriyle tanınan sanatçıların yer aldığı reklamlardan sinema filmlerine” (Öğüt Eker, 2014, s. 211) ve daha pek çok alanı kapsayan önemli bir mekanizmadır. *‘Eğlendiğin kadar insansın’* mesajı eğlence endüstrisinin medya araçları vasıtasıyla günümüz insanına dolaylı yollardan iletildiği önemli bir tüketim kodudur. Bu mesaj sayesinde, insanda çalışıyorsun, yoruluyorsun, eğlenmek senin en doğal hakkın vb. türlerinde algılar oluşturulmaktadır.

### **Elektronik Ortamda Sosyal Kodlamalar: Toplumsal Cinsiyet, Şiddet ve Mizah**

Toplumsal cinsiyet kavramı sosyoloji literatürüne Ann Oakley tarafından dâhil edilmiştir. Yazar, cinsiyeti (seks), erkek ve kadın cinsleri arasındaki cinsel organ ve doğurganlık fonksiyonlarıyla ilgili biyolojik farklılıklara temas eden bir kavram; *toplumsal cinsiyeti* (gender) erkeksi ve kadınsı sınıflandırmaları içeren bir kültür meselesi olarak görmektedir. Cinsiyet değişmeyen bir niteliğe sahipken toplumsal cinsiyet kültürler arasında değişiklik gösterebilmektedir (Oakley, 1985, s. 16). Bu anlamda doğuştan hiçbir etkisi olmayan toplumsal cinsiyet, kadın ve erkek olmayı öğrenmek şeklinde de tanımlanabilir (Bora, 2008, s. 12). Dolayısıyla kadından ya da erkekten beklediği şekilde davranmak bir toplumsal cinsiyet göstergesi olarak sistemleşmiştir.

Toplumsal cinsiyet kalıplarının bireylere öğretimi genç yaşlardan itibaren ailede başlamaktadır. Bu anlamda Dede Korkut Kitabının geçen: “Kız anadan görmeyince öğüt almaz, oğul atadan görmeyince sofraya çekmez” (Ergin 2008, s. 16) atasözü bireylerin rollerinin öğrenimi açısından son derece önemlidir. Toplumsal cinsiyet rollerini öğretimi örgün eğitim yoluyla okullarda ve çeşitli kitle iletişim araçları vasıtasıyla gerçekleşmektedir. Kültürümüzün eğitime verdiği önem bağlamında ‘*Ağaç yaş iken eğilir*’ atasözü de bu görüşü desteklemektedir (Özdemir, 2010, s. 102). Medya, özellikle televizyon, sosyal kodlamalarda önemli bir araç konumundadır. Neil Postman’ın belirttiği gibi önemli olan televizyonun bize eğlendirici temalar sunması değildir; bütün temaları eğlencenin malzemesi gibi sunmasıdır. Çünkü televizyonda yer alan eğlendirme güdüsü hemen her söylemin üst ideolojisi olarak verilmektedir (2014, s. 101-102). Günümüzde aşırı derecede televizyon bağımlılığı “*televizyonu kapatıp sosyal etkileşime geçmek*” kavramını ve zorunlu isteğini ortaya çıkarmıştır (Sanders, 2013, s. 48). Daha çocuk yaşta başlayan sosyal kodlamaların da en önemli aracı televizyon olmuştur. Toplumsal cinsiyet rolleri çocukluk yıllarından itibaren kodlanmaya başlanmaktadır. Çocuğun cinsiyeti yapılan kodlamanın temel belirleyicisidir (Yılmaz ve Uluyağcı, 2007, s. 141). Her gün yeni bir teknolojik gelişmenin yaşandığı popüler kültür çağında, daha çocuk yaşta başlayan tek yönlü iletişim sonucu televizyon bireylerin temel izlencesi olmuştur. Çocuğun kendi ihtiyaçlarından ziyade, televizyon tarafından yaratılan suni ihtiyaçlar önemlidir ve çocuk bu ihtiyaçlarını gidermektedir. Sanders’in ifadesiyle “çocuk, televizyonu, kendisini hiç görmeden her gereksinimini bilen elektronik bir anne gibi kullanır” (2013, s. 52). Burada arka plandan cinsiyet rolleri vurgulanmaya devam etmektedir. Yani hangi davranışın erkeğe hangisinin kadına özgü olduğu çoğu kez filmler, çizgi romanlar ya da reklâmlar aracılığıyla öğrenilmektedir (Yılmaz ve Uluyağcı, 2007, s. 147).

Toplumsal cinsiyet, kız ve erkek cinslerine doğumlarından itibaren açık veya gizli kalıplar halinde öğretilen sosyal ve kültürel algılardır (Bhasin, 2003, s. 1-2). Yapılan araştırmalar erkeği “sert, hükmeden, güçlü, yargılayıcı, kararlı, başarılı, bağımsız, hırslı, çözüm getiren, etkin” bir kalıpta sunmaktadır. Kadınsı özellikler olarak nitelenen ‘yumuşak, uyum gösteren, güçsüz, kabullenici, kararsız, başarısız, bağımlı, çaresiz, edilgen’ kalıplardan ise uzaklaştırmaktadır (aktaran, Yılmaz ve Uluyağcı, 2007, s. 144). Bu rollere göre utangaçlık, çekingenlik, kırılabilirlik, korkma ve acıma duygusu kadınsı; utanmazlık, cesaret, korkusuzluk ve acımasızlık duyguları da erkeksi özellikler olarak cinsiyet göstergeleri biçiminde imajlara dönüşmüştür.

Batı kültüründe kadınların erkeklerden daha az espri yapıyor olmaları, mizah duygusu veya fıkra anlatma yeteneğinden ziyade, erkeklere oranla daha sakin, edilgen ve geri planda bir role sahip olarak toplumsallaşmasıyla açıklanmaktadır (Sanders, 2001, s. 36). Yani toplumsal cinsiyet rolleri üzerinden bir değerlendirme söz konusudur. Bunların sonucu olarak kadın gibi gülmek deyişi ve toplumsal cinsiyet kalıbı şeklinde gelişen neşeli gülüş, erkeklerde yerini alaycı bir mizaha bırakmıştır (Sanders, 2001, s. 76).

Toplumsal cinsiyet temelli kutuplaşmalar kadınların kendi aralarında birtakım savunma mekanizmaları üretmelerini sağlamıştır. Eleştirmenler tarafından cinsiyetçi bir kodlamayla “erkek gibi dövüşemeyenlerin” silahı olarak nitelenen dedikodu, sadece kadın faaliyeti olarak görülmüştür. Dedikodunun oluşumunda elbette kadın ve erkek cinsleri arasındaki eşitsizlik vardır. Erkeklerle eşit şartlara sahip olamayan kadınlar, “kara mizahla, acı öğrenmelerle dolu keskin öyküler anlatarak oluşturdukları dedikodu denen gizli etkinlik sayesinde kendi güç alanlarını oluşturdular” (Sanders, 2013, s. 107). İnsanların davranışlarının sonuçları toplumsal cinsiyet olarak tanımlanmaktadır. Bir kadının tebessümü hoş karşılanırken, yüksek tonda attığı kahkaha ayıplanmaktadır. Bu davranışsal tepki toplumsal cinsiyet süzgecinden geçirilmiş ve uzun yıllar önce *kadın gülmesi* olarak imaja dönüşmüştür. Dolayısıyla dedikodu ve gülme kadınsı tepkiler olarak tanımlanmıştır.

Dünyanın pek çok bölgesinde uzun yıllar eğlencenin en önemli kaynağı şiddet olmuştur. Şiddet, fiziksel, sözel, jest ve mimiklerle, davranışlardaki tutumlarla vb. pek çok şekilde sunulmaktadır. “İş yerleri, eğitim kurumları gibi kamusal alanlarda pornografik dille, sözle, elle sarkıntılık, laf atmak, çift anlamlı sözcüklerle kadın cinselliğinden ya da cinsel ilişkiden söz etmek, ısrarlı komplimanlar, bakışlar, dostça görünüm altında rahatsız eden konuşma ve dokunmalar” (Kaypakoglu, 2003, s. 126) kadına yönelik şiddetin örnekleri arasında sıralanabilir. Eş anlamlı sözcüklerin doğrudan ya da dolaylı bir şekilde söylenmesinden sonra genellikle erkeklerin kaş-göz hareketleriyle eğlenmeleri de söz konusu duruma örnektir. Bu daha çok erkekler arasında

kurgulanan hem haz hem de eğlence amaçlı bir şiddet durumudur. Bunda en önemli etken savaşıklık, kan dökücülük, acımasızlık ve sertlik gibi erkeksi karakter özellikleridir. Bu bakış açısına göre erkek korunması, ilgilenilmesi ve güdülerini giderilmesi gereken tek canlıdır. Gerçek insan sadece ve sadece erkektir, kadın ise ara aşamadır (Tarhan, 2006, s. 217).

Medya araçları, başta televizyon yayınları sahip olduğu güçle birlikte can sıkıntısının tanımını değiştirmiştir. Televizyon programları ve filmler, bir deneyimin kişiyi gerçekten tatmin edebilmesi için en yüksek yoğunluk perdesine ulaşması gerektiği beklentisini yaratmaktadır. Bu da çatışma, kavga, cinayet ve sevişme sahneleri anlamına gelmektedir (Sanders, 2013, s. 52). Ekran şiddetin ve cinselliğin birleştiği bir merkeze dönüşmüştür. Burada izleyiciye sunulan yapay tema değerleri altüst ederken küresel sermayeye güç katmaktadır. Bu anlamda alaycı bir gülüş rakibi yerle bir ederken izleyici bu anın tepkisiyle çoğu kez içinde bulunduğu ana odaklanarak eğlenmeyi tercih etmektedir (Sanders, 2001, s. 138).

Reklam, dizi, sinema vb. unsurlarla kadın ve erkek cinselliğinin sunulması, mahremiyet algısının yok edilmesi toplumsal yozlaşmayı beraberinde getirmektedir. Söz konusu durum kadın ve erkek için cinsel şiddet olarak değerlendirilmelidir; çünkü hem dinî hem de örfi kaideler cinselliği aile olgusunun temel taşı olarak değerlendirirken medyanın bu sırrı ihlal etmesi sonucu ‘yatak odası / gerdek gecesi’ algısı aşınmıştır. Dolayısıyla söz konusu durum günümüz toplumlarında cinsel şiddetin kontrol edilememesinde rol oynamaktadır. İlkokul seviyelerine düşen taciz, tecavüz girişimleri, kız çocuklarının çoğu kez kendilerinden büyüklerle genç yaşta evlendirilerek sözde toplumsal sapkınlıklardan kurtarılması, toplumsal cinsiyetin ve şiddetin göstergeleridir. 21. yüzyılda medyanın olumsuz kodlamalarından dolayı aileye verilen önem giderek azalmaya başlamıştır. Her gün binlerce örneğiyle karşılaşılan kadın programlarında bir beyin yıkama durumu söz konusudur. Medya genç kızları büyülü bir serüvene inandırarak duygularını sömürmektedir. Bu kapsamda evlenmeler, kriter kavramına sıkıştırılan bir yorumlamayı beraberinde getirmiştir. İncelenen evlenme programlarında özellikle erkeklerde aranılan fiziksel özelliklerin tamamı bütçe konusu gündeme gelir gelmez önemini kaybetmektedir. Dünyaya bir kez gelmek, güzel yaşamı hak etmek, bakımlı ellerin zarar görmemesi, zenginlik, zengin bir koca, sefa içinde bir yaşam, elini sıcak sudan soğuk suya sokmama algısı, sürekli kendisine hizmet edileceği beklentisi, bir giydiğini bir daha giymeme düşüncesi... vs. medyanın önemli kodları arasında sıralanabilir<sup>2</sup>. Bu yapımlarda izleyiciye

<sup>2</sup> Esra Erol, Seda Sayan ve Zuhul Topal tarafından yapılan çeşitli programlardan derlenmiştir. Bu yapımlar yayından kaldırılınca adı geçen sunucular format değişikliğinde ekranlarda boy göstermeye devam etmişlerdir. “Esra Erol’da” programı evlilik, evli bayanların başkası ile kaçması, boşanma vb. konularında; “Seda Sayan ile Yemekteyiz”, “Zuhul Topal’la Sofrada”, “Gelinim Mutfakta” vb. mutfak yapımlarıyla yayın hayatına ve topluma



sunulan sadece sıradan tanıştirma, nişanlanma veya evlenme unsurları değildir. Burada reytingleri arttırmak amacıyla sahtekârlıklar, yalan-dolan ve her türlü entrika bazen de sözel şiddet unsuru kullanılmaktadır. Dikkat edilecek olursa programın en heyecanlı yerinde, olayların en karmaşık olduğu zamanda, tartışmanın başlangıcında vs. araya reklam girmektedir. Reklam izleyicide merak güdüsü oluşturmakta ve ekran karşısında geçirilen süreyi uzatmaktadır.

Medyanın sunduğu bu olumsuz içerik ve beklentiler esasında aile olgusunu da temelden sarsan psikolojik şiddet unsurlarıdır. Çünkü evlenmenin temel unsuru maddiyat olarak görülmekte dolayısıyla boşanma oranlarında da artış olmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre 2019 yılı itibariyle “541.424” çift evlenmesine rağmen evlenmeler % 2,3 oranında azalmıştır. Sağlanan birlikteliklerde “155,047” çift de boşanmış olup, boşanma oranı % 8 artmıştır (Erişim Tarihi: 21.01.2020; <http://www.tuik.gov.tr>).

Kadınlar, iş yaşamına atılımla birlikte rutin hayatta kendilerini mutlu edecek çeşitli deneyim alanları oluşturmuşlardır. Bunlardan birisi de saç şeklinin veya renginin değiştirilmesidir. Esmer bir kadının saçlarını sarıya boyatmasının altında psikolojik anlamda kendini iyi ve mutlu hissetme işlevi yatmaktadır. Ancak saçını sarıya boyatanlar toplumsal cinsiyet kodu olarak ‘aptal sarışın’ imajına da maruz kalmaktadır. Sarı saç ve çingenelik arasında da ayrıca ilişki kurulmaktadır. Bunun en temel nedenlerinden birisi de çingenelerin eğlenceli olmaları ve renkli/karışık giyim tarzlarıdır. Dolayısıyla göstergelerle alakalı bir durumdur. Saçlarını sarıya boyatan bir insana gülünmesi de doğrudan ‘çirkinlik’ imajıyla ilgili değildir. Burada tekrar ve neden-sonuç ilişkisi sonucu toplumda yerleşen kabullerle bilinçaltına kodlanan ‘aptallık’ imajının bir sonucudur. Ayrıca kadının bilgisine ve yardımına karşı ön yargılı bir tutum söz konusudur. Bu anlamda “kadın akli ve saç uzun akli kısa” ifadeleri, kadın düşüncesinin küçümsendiğinin en bariz göstergeleridir.

Oyun, eğlencenin en önemli kaynaklarından birisidir. Bir kedinin avı olan fareyi tek hamlede öldürmemesinin kaynağında kültürel ifade biçimi olarak oyunun yer aldığı söylenebilir. Farenin dramı ve kaçınılmaz son bellidir. Kedinin fareyi öldürmesi açlığından ziyade içgüdüünün yani avlanma isteğinin bir sonucudur. Burada üzüntüden ziyade eğlence olgusu ve mutluluk duygusu ön plana çıkar. Bu acımasızlıktan ziyade eğlencenin malzemesine yönelik tekrarın (mekaniklik) bilinçaltında oluşturduğu sembolik gülünç imgesiyle ilgilidir (Bergson, 2014, s. 48-50). Dolayısıyla kapana kısılan bir kurbanın çektiklerini keyifle izlemenin altında oyun belleği, güç

---

yön vermeye devam etmektedir. Ayrıca “Damat Bayıldı” adıyla yapılan yemek programı damadı “gelin ve kaynana” arasında bırakmış ancak format gereği izlenmeyince sonlandırılmıştır.

gösterisi, acımasızlık ve eğlenme isteği yatmaktadır. Atasözünde olduğu gibi ‘Tilkinin dönüp dolaşıp geleceği yer kürkçü dükkânıdır’. Somut veya soyut anlamıyla aslında kaçınılmaz son, baştan bellidir. Çünkü bu tekrarlar sonucu bilinçaltına yerleşmiştir; başlangıçtan belli olan bir sonuç vardır. Aslında gülme edimi dışında olan duyguların eğlenceye eşlik edeceği bellidir. Buna rağmen söz konusu içerikler, hemen her dönemde mizahın malzemesi olarak işlenmeye devam etmektedir.

### **Gülünç Olmayan Eğlence Kaynağı Olarak Mizah**

Toplumlar her ne kadar uygarlaşsa da tarihin hiçbir döneminde acımasızlıktan zevk alma güdüsünden vazgeçilmemiştir (Öğüt Eker, 2014, s. XV). Gülmeden eğlenilebilir mi? Eğlenmenin doğasında zorunlu olarak sadece gülmek mi vardır? Hıçkırıklara boğularak yani ağlayarak eğlenmek mümkün müdür? Eğlencenin yegâne kaynağı gülmek midir? Korkan ya da korkutulan insanın amacı eğlenmek midir? Ücretini ödediğiniz bir gösteride küçümsenmek hoşunuza gider mi veya küçümsenmek sizin için eğlence kaynağı mıdır? Sizinle alay edildiğinde bu diğer izleyiciler için bir eğlence kaynağı değil midir? Aşağılandığımız bir ortamda nasıl eğlenebilirsiniz? Argo ve hakaret eğlencenin kaynağı olabilir mi? Mizah gülmek ve ağlamak, şaşırma ve korkmak gibi edimleri birleştiren bir kavram olabilir mi? Gülme şiddet içerikli mizahın bir sonucu olmayabilir, bu tarz mizahî kurgulara stadyum tepkileri gibi heyecanlanmak, yerinde duramamak, tezahüratta bulunmak gibi farklı tepkiler de verilebilir. Makalenin bu bölümünde mizahın gülme edimiyle sınırlanamayacak derecede geniş bir disiplin olduğu, gülme ediminin mizahın pek çok sonucundan sadece birisi olduğu, güldürü unsuru içermeyen ama eğlendiren mizahın önemli bir olgu olduğu gibi pek çok konu incelenmektedir.

Rabelais tarafından kaleme alınan “Gargantua” ve “Pantagruel”, mizahın negatif özellikleriyle incelendiği eserlerdir. Gargantua annesinin karnında 11 ay kalmıştır. Henüz dünyaya gelmeden önce yani annesi Gargamelle’nin karnındaki 11. ayda bir şölen tertip edilir. Bu şölende içmek ve eğlenmek başlıca unsurlardır. Mübalağalar okuyucuyu hayrete düşürmektedir. Haz ilkesine göre yemek, içmek bu şölenin başlıca unsurlarıdır. Romanda cinsel öğeler de özellikle kadınlar üzerinden aşağılayıcı bir tonda yoğun bir biçimde kullanılmış, gebelik ve cinsel ilişkiden hareketle mizahî bir kurgu oluşturulmuştur:

Dul kadınlar kocalarının ölümünden sonra iki ay serbestçe, doyasıya, kıyasıya kış oynatabilirler. Aman ne olur, zampara dostlarım benim, böylesi kadınlardan uçkur çözmeye değer birkaçını bulursanız, atlayın üstlerine, getirin bana. Zira üçüncü ayda gebe kalırlarsa veletleri merhumun varisi olur; gebelikleri bir kez belli oldu mu, daha da veryansın edip pupa yelken gidebilirler. Çünkü benim yükümü almıştır gayrı! Nasıl ki, Julia, İmparator Octavianus’un kızı, ancak gebeliğini

anladıktan sonra tokmakçılarına bırakmış kendini, tıpkı bir geminin kaptanını yalnız kalafatlanıp yüklendikten sonra alması gibi. Ve biri çıkar da onları gebe gebe kendilerini dübürtüklemelerinden ötürü kınayacak olursa, hayvanlar dolu karınla erkeği üstlerine çıkarmazlar derse, biz hayvan değiliz, kadınız derler onlar da, gebelik üstüne gebe kalmanın güzel ve keyifli bir hakçağızları olduğunu ileri sürerler (Rabelais, 2014, s. 23).

Gargantua oğlu Pantagruel'in doğumuyla karısını kaybeder. Ama asıl düşüncesi karısının ölümünden duyduğu üzüntü değildir: "Ah, Badebec, küçüğüm, sevgilim, küçük hainim (hâlâ üç tarla ve iki bahçe vardı ekinleri biçilmeyi bekleyen), narinim, güzel saçlım, ürkeğim, seni bir daha hiç göremeyeceğim!" (Rabelais, 2012, s. 21). Burada Gargantua gibi eğlence, sefa düşkünü birisinin tarlayı ve ekinleri düşüneceği anlamı çıkarılmamalıdır; zira kastedilen cinsel ilişkidir. Cinsellik her koşulda mizahın bir malzemesidir<sup>3</sup>. Erkek ve kadın cinsel organı, kadınla çiftleşme, dışkılanma, yellenme, geçirme vb. yanında yeme özellikle de içme en önemli haz kaynakları arasında gösterilebilir. Hatta daha ileri bir boyutta değerlendirilecek olursa erkek cinsel organı her iki çalışmada da evrenin ve eğlencenin merkezi olarak kabul edilmiştir.

Medya araçları özellikle de "...televizyon çocukları ve gençleri her gün ve her gece binlerce şiddet, cinsellik ya da cinsel şiddet görüntüsünün edilgen alıcısı haline geliyor" (Sanders, 2013, s. 48). İzlenen bir reklam, gösteri veya filmde kapana kısıtılan bir oyuncu seyirci üzerinde her ne kadar acıma hissi uyandırır da seyircinin asıl ilgisi oyuncuya çektilen eziyetle ilgilidir. Burada merak edilen oyuncunun bu şiddet karşısında yaşamda kalmayı başarıp başaramayacağıdır. Dolayısıyla ilk etapta kimse oyuncunun yaralanmasıyla veya ölümüyle ilgilenmez. Ancak bazı reklamlarda, gösterilerde, dizilerde, sinema filmlerinde, gerçek yaşamda silah üzerine kurulu oyunlarda ya da bilgisayar oyunlarında en temel eğlence unsuru ölüm üzerine kuruludur. Günümüzde pek çok dizi ve filmin temel karakteri saldırganlık ve vurdu-kırdı temaları üzerine yoğunlaşmaktadır. Para-makam güç ve otorite anlamına geldiğinden, bunlara sahip olan kişiler her şeyi yapma konusunda kendilerini haklı görmektedir.

Üzülerek daha doğrusu gözyaşı dökerek eğlenmek de eğlence sektörü ve kültürü bağlamında sorgulanması gereken önemli bir içeriktir. Pek çok yaralanma ve ölümlü kazaya neden olan lunaparklara yüksek miktarlarda ücretler ödeyip eğlenen insanlar azımsanmayacak kadar çoktur. Çarpışan arabalar, Korku Evleri, Korku Tünelleri, Gondol, G-Max, Fireball, Disk Coaster, Big Shot, Flying Fury, Sky Trip, Giant Discovery, Insanity, Scream Roller Coaster,

---

<sup>3</sup> "Parçala Behçet" örneğinde olduğu gibi insanlar arasında günlük yaşamda herhangi bir iş dalında sıklıkça göndermelerde bulunan cinsel söylem ve konuşmalar da mizah açısından incelenmesi gereken bir çalışma alanıdır.

X-Scream, Ranger, Vortex, Crazy Dance, Go-Kart, Paintball, Bungee Jamping, Zipline vb. araçlar insanları korkutarak ve dehşet çığlıkları attırarak eğlendirmektedir. Yukarıda sıralanan bu eğlence araçları çok tehlikelidir; ancak tehlikenin dozu arttıkça eğlence düzeyi de paralel bir şekilde artmaktadır. Tüm bunlar mizahın negatif nitelikleriyle ilişkili, eğlence endüstrisi tüketim nesnelere dir. Burada mizah ve tehlike, haz ve doyum arasında önemli bir ilişki olduğu bilinmelidir. Söz konusu araçlarda mizah bir tüketim nesnesi olarak sunulmaktadır. Burada tüketicilerin satın aldığı şey heyecan ve deneyim arzusudur. Bauman'ın belirttiği gibi “tüketiciler her şeyden önce heyecan derleyicilerdir” (2014, s. 96).

Ölümlü trafik kazalarının, kafa kafaya çarpışan iki otomobilin, savaş uçaklarının bombardımanının, kurallara uygun olmayan motosiklet kullanımları veya motosiklet kazaları, mobese görüntülerinin, tren yolunda parçalanmış bedenlerin, elektrik çarpması görüntülerinin, sel veya heyelan sırasında insanların düştüğü çaresizliklerin, silahlı infaz görüntülerinin, apartman dairesinden, çatıdan, ağaçtan vb. düşenlerin, denizde, gölde, havuzda vb. boğulanların, pek çok kanalın ana haber bültenlerinde tekrar tekrar gösterilmesi reytingle ilgili bir durumdur. Akıllı telefonların icat edilmesiyle başlayan selfie çılgınlığının sonu yoktur. İnsanlar sıra dışı fotoğraf çekmek adına ölümü göze almaktadır<sup>4</sup>. Yine insanlar başından geçen ya da tesadüfen karşılaştıkları kaza, yaralanma, cinayet, ölüm vb. şiddet içerikli olayları sosyal medyadan paylaşmakta bir sakınca görülmemektedir. Ayrıca insanlar kendi işledikleri hırsızlık, taciz, tecavüz ve cinayet vb. suçları canlı yayın üzerinden paylaşmaktadır. Söz konusu içeriklerin paylaşılmasında elbette insanların izlemesi amaçlanmaktadır. Burada korkutma ve tehdit etme söz konusudur; paylaşımı yapan kişi bu haz tutkusuna göre hareket etmektedir. Bu mizahın cezalandırma üzerinden eğlendirme işlevidir. İnsanların böylesi görüntüleri izlemesinde en önemli etken hiç şüphesiz merak unsurudur; ancak burada dikkati çeken asıl nokta bu görüntülerin sıradan olayarmış gibi sunulması ve izletilmesinde bir sakınca görülmemesidir.

Türk kültüründe kahvenin, “bir kahvenin kırk yıl hatırı vardır” gibi olumlu bir imajı vardır. Bunun yanında gelenekte tuzlu kahve ikramı gibi olumsuz imajı da söz konusudur. Gelenekte damadı beğenmeme sembolüyle sunulan tuzlu kahve ritüeli de anlam değiştirmiştir. Kız isteme törenlerinde damada tuzlu, acılı, kahvenin içirilmesi halk arasında sevgi testi veya damadı sınama yöntemine dönüşmüştür. Damat bu sınavı geçmek ve kızı almak için tüm zorluklarına rağmen tuzlu kahveyi içmelidir. Bu sınav, damadın gücünü göstereceği, otoritesini

<sup>4</sup> Bu konuda internette yapılan taramalarda selfie çekilirken düşen yaralanan ve ölen yüzlerce insan olduğu görülmüştür.

sağlamlaştıracağı ilk rol ve sorumlulukları arasında yer almaktadır. Ayrıca damadın kahveyi içmeye zorlanması da bir cezalandırma şeklidir. Kız isteme töreninde yer alanların bu anın görüntüsüyle haz duymaları, kahkaha atmaları, kameraya kaydedip sosyal paylaşım sitelerine yüklemeleri çeşitli eğlence yöntemleridir. Burada damada gösterilen haz, kahkaha ve duyurma gibi tepkiler de ikincil bir cezalandırma yöntemidir. Damadın eziyeti izleyicilerin eğlencesine dönüşmektedir.

Gelin kaynana, gelin görünce ve eltiler arası ilişkiler toplumsal cinsiyet göstergeleri temeline dayanan, aile veya eş tercihi ‘anlaşamama, ayrı eve çıkma, kavga, boşanma’ vb. mizahın bir malzemesidir. Futbol maçlarında ve sonrasında taraftarların birbirlerine küfür ve hakaret etmeleri hatta saldırmalarının bilinçaltında elbette eğlence olgusu vardır. Kimse durup dururken bir başkasına zarar vermek istemez. Düğünlerde, sünnet törenlerinde, mezuniyet balolarında, geleneksel kutlama ve şenliklerde yüksek sesli müzik eşliğinde oynanan oyunlarda güldürü unsuru yok denecek kadar azdır. Ya da geleneksel çocuk oyunlarında hiçbir çocuk misket oynarken ya da ip atlarken kahkaha atmaz; ancak kazanmanın verdiği hazla zevkten dört köşe olur. Yani oynayarak eğlenir, burada eğlencenin kaynağı oyundur. Dolayısıyla mizahın gülme veya kahkaha olarak yorumlanması demek gülme dışındaki mizahı da yok saymak anlamına gelmektedir.

Toplumda kaba, hakaret içerikli ve küfürlü konuşan bireylere karşı olumlu bir tutum sergilenmezken, televizyon, sinema ve internet gibi medya araçlarında çok çeşitli bağlamlarda kaba, hakaret ve küfür içerikli söylem önemli bir eğlence unsuru olarak görülmektedir. Burada “yasak, ayıp, terbiyesizlik, kabalık gibi olumsuzluklar, mizahın hoşgörü potasında eritilerek bertaraf edilir” (Öğüt Eker, 2014, s. 31-32). Lakin sosyal kodlamalar gereği çocukların da bu mesajlarla büyütüldüğü unutulmamalıdır; dolayısıyla bir toplumda aşağılanan kadın cinsi genel-geçer bir kullanımla eğlence malzemesine dönüşmüştür. Kadın bedeninin, dayak yiyen bir kum torbası ya da teşhir edilen bir nesne gibi medya araçlarında en çok kullanıldığı ortamların başında filmler, diziler ve video klipler gelmektedir. Geçmiş yıllarda “İtilmiş Kakılmış” karakterleri üzerinden işlenen kadına şiddet olgusu ve toplumsal cinsiyet algısı ATV’de yayınlanan “Âlemin Kralı” dizisinde de görülmektedir. Dizi kadına şiddet olayının en sık kullanıldığı yapımlar arasında yer almaktadır. Dizinin asıl kurgusu iki farklı ev ortamında geçmektedir. Kubat karakteri karısı Nihale’yi sırf eğlence için dövmektedir. Burada Nihale adının seçilmesi de isim sembolizmi açısından son derece dikkat çekicidir; çünkü Nihale ezilen, altta kalan anlamına gelmektedir. Kubat, kadın sığınma evine yerleşen Nihale’ye kılık değiştirip ulaşmıştır. Burada erkeğin güçlü, kadının pasif olduğu imgesi çizilerek ataerkil topluma

göndermeler yapılmaktadır. Dizide aynı durumun tersi de söz konusudur. Nihale'nin öz ağabeyi Arslan'da (Şafak Sezer) kendi evinde kaynana şiddetine maruz kalmaktadır. Yine isim sembolizmi bağlamında dışarda Arslan (kral) evde kedi imajı çizilmiştir. Ayrıca imgelerin insan yapısı olduğu bilindiğine göre söz konusu kodlamalar yapılırken izleyicinin beklentileri göz önünde bulundurulmaktadır. Her imge bir unsuru görme ve algılama biçiminin bir sonucu olarak değerlendirilmektedir (Berger, 2014, s. 9-10). Bu dizi cinsiyet göstergeleri bağlamında kadın yaşantısının bir sunumudur. Dizi yoğun şiddet içerdiği gerekçesiyle RTÜK tarafından cezalandırılmıştır (<https://www.milliyet.com.tr/gundem/alemin-kirali-na-890-bin-lira-ceza-1649969>).

“Korku Yolu, Testere, 300 Spartalı, Spartacus, Blue Mountain State, Shameless, Banshee, Boardwalk Empire, Game of Thrones, The Sopranos, Paranormal Activity, Otel, Dabbe, Barda, Musallat, Kutsal Damacana vb. filmlerle Fatma Gül'ün Suçu Ne, İffet, Aşk-ı Memnu, Âlemin Kralı, 1 Erkek 1 Kadın, Deli Yürek, Kurtlar Vadisi, Kardeş Payı, Kaçak, Karadayı, Arka Sokaklar, Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz, Yasak Elma, Sen Anlat Karadeniz, Gel Dese Aşk” vb. dizilerden bazıları aşırı derecede cinsellik, argo ve şiddet içeren modern insanın eğlencelik ritüelleri arasında gösterilebilir.

Mizah unsurunun en çok kullanıldığı yapımlardan bir diğeri de gece yayın kuşağında yer alan stand up tarzı programlardır. Bu yapımlarda hem pozitif hem de negatif mizah unsurlarını kullanılmaktadır. Negatif mizahın önemli ikonlarından olan Okan Bayülgen, “Gece Kuşu, Televizyon Çocuğu, Zaga, Herkes Bunu Konuşuyor, Televizyon Makinesi, Disko Kralı, Medya Kralı, Muhabbet Kralı, Kral Çıplak, Muhallebi Kafa, Çıplak Kafa, Makina Kafa” gibi programlarda sunuculuk yapmış, birçok reklamda ve filmde oyuncu olarak seslendirmede yer almıştır. Bayülgen seyirciyi eğlendirmek için “ağır eleştiri, hakaret, alay, küçümseme bazen de küfre” başvurmaktadır. Lezzet Haritası programının sunucusu Ezgi Sertel, bir bölümde yumurta yeme tarzından dolayı gündeme gelmiştir. Okan Bayülgen, Makina Kafa adlı programında ‘böyle yumurta yenir mi?!!’ diyerek sunucuyla dalga geçmiştir. Bayülgen, “ben olsam bu programın adını yemek yiyen kadın koyarım” diyerek alay konusu yapmıştır (<http://www.izlesene.com/video/makina-kafa-ezgi-sertel-ile-lezzet-haritasi/7164409>). Aslında burada iki durum söz konusudur: Kültür endüstrisi yaklaşımı insanlarda arzu oluşturarak doyuma ulaşmayı hedeflemektedir. Bu amaçla tüketici istenilen şekilde yönlendirilmekte ve yapay gereksinimler ihtiyaç şeklinde sunulmaktadır (Adorno, 2014, s. 74-78). Sunucunun iştahlı bir şekilde yumurta yeme davranışı bir kültür turizmi ve pazarlama stratejisidir. İkinci olarak söz konusu durum yeme ve cinsellik birlikteliğinde negatif mizah olgusuna gönderme

yapmaktadır. İnsanları aşağılayan bir şovmen ya da avını heyecan içinde bekleyen bir avcı, hedefine ulaşmanın sevincini mutluluk çığlıkları atarak kutlamaktadır. Burada izleyicinin gergin ve tedirgin ruh hali oyuncunun rolüne daha fazla odaklanmasını sağlamaktadır. İzleyici ise acıma, endişe, korku ve gerilim arasında eğlence duygusunu keşfetmektedir. Bu anlamda ironik, yani alaycı ve küçümseyici espriler birçok durumda içten gelen ve uzun süren kahkahalara yol açmazlar. Burada mizah unsuruna verilen tepkiyi gülmeyle sınırlandırmamak gerekir. Çünkü bir mizah unsuruna gülme tepkisi veren bireylerin çoğunlukla neye güldüklerinin bilincinde olmamaları bile söz konusu durumu örneklendirmektedir. Ancak bu espriler rakibe büyük bir güçle vurdukları için daha fazla can yakma özelliğine sahiptirler (Sanders, 2001, s. 75).

Kişinin eğlence algısı tarzıyla ilgilidir. Komedi tarzında (kara mizah) yapımlarıyla bilinen Şahan Gökbakar, hâlihazırda 6 filmde oluşan Recep İvedik serisiyle ün yapmıştır. Söz konusu yapımda, Recep İvedik karakteri, “geğirme, yellenme, kusma, kaşınma, küfür, hakaret, alay” vb. negatif mizahın bütün unsurlarını kullanarak takipçilerini eğlendirmektedir. İrem Derici tarafından seslendiren “Kalbimin Tek Sahibine<sup>5</sup>” isimli şarkı, bağlılık, sadakat, sevgi vb. temaları içeren pozitif mizah unsurlarıyla yüklüdür. Aynı şarkı Şahan Gökbakar tarafından yeni sözlerle negatif mizah malzemesi haline getirilmiştir: “Benim kocam tam bir hayvan / Yapmışım yanlış bir seçim / Maç izler, hemen uyur / Horlar, osu...eşim / Bin defa küfrettim / Beni ona verene / Gerçekten pişmanın evlendiğime / O şerefsizdir, o cibilliyetsizdir / Pavyona gider de gelmez evine / Kirayı vermemiş ev sahibine / Götürmüş yatırmış ganyan fişine / Kahır sensin bana geliyor cinnet / Martılar sışç...versin şaşkın yüzüne” (<http://www.youtube.com/watch?v=MO47dcx1dH8>). Şarkıda yer alan sözlerin başlı başına negatif mizah unsurları olduğu görülmektedir; ayrıca Gökbakar, İrem Derici’ye göndermelerde bulunulmuştur.

PSY’nin “Gentleman” adlı şarkısı ve video klibi kadın bedeninin ve cinselliğinin yoğun biçimde işlendiği bir örnektir. Klipteki pek çok sahnede özellikle sanatçı söz ve davranışlarıyla kadınları cinsel, sözel ve fiziksel şiddete maruz bırakmaktadır. Özellikle klip başlangıcında sanatçının tuvalet pozisyonunda oturması; yürürken cansız mankenin göğüslerine dokunması; koşu bandının hızını arttırıp üzerinde koşan bir kadını düşürmesi; kahve içen kadının fincanına alttan vurarak kahveyi yüzüne serpmesi; tuvalet ihtiyacı olup hızlıca asansöre binen bir adamın asansörden inmesini geciktirmek amacıyla bütün tuşlara basması; kışını kaşındığı elini kadının yüzüne götürmesi; maç oynayan çocukların topunu saha dışına atması ve onları ağlatması;

<sup>5</sup> Şarkı için bakınız: <http://www.youtube.com/watch?v=mTZRQltuHRc>.

kadının altından sandalye çekmesi; düşen kadına el uzatıp yardım edecek imajı verip, kaldıracığı esnada tekrar itmesi; kadınların yerde yatan erkekleri bacakları arasına alıp dans etmeleri; sanatçının kafasını fotokopi makinasına koymasına vb. gibi aşırılık içeren davranışları haz duyacak bir şekilde zevkle yapması, eğlence uğruna her şeyin mubah görülmesi cinsel şiddet göstergeleridir. Kadın-erkek cinsel organı ve anüsler üzerinden sergilenen çeşitli aşırılıklar cinsel şiddetin eğlence amaçlı kullanımına açık örneklerdir ([http://www.youtube.com/watch?v=ASO\\_zypdnsQ](http://www.youtube.com/watch?v=ASO_zypdnsQ)). Ayrıca şarkıda geçen sözler de cinsel şiddetin göstergeleridir: “Evet sen, baksana / Kendimi tanıtacak olursam / Kendine öz güveni olan biriyim / Canlılık ve delilik / Ne duymak istiyorsun? / Bana ne yapmak istiyorsun? / Lanet olsun! Bebeğim! Sen aşırı seksisin! / Hey / Kafan, belin, bacakların, baldırların / Harika! Hissediyor musun? / Mükemmel, yumuşacık / Nefesini keseceğim / Sana çılgılık attıracağım / Lanet olsun! Yavrum! Ben parti mafyasıyım! / Seni terleteceğim / Seni azdıracacağım...” (<http://www.bizimvatan.org/2013/04/psy-gentleman-turkce-sarki-sozleri.html#ixzz3LVKkT8AI>).

Şiddet içerikli mizahın sunulduğu bir diğer ortam da reklamcılık sektörüdür. Kadınlara çanta, parfüm, pırlanta, kıyafet, ayakkabı gibi tüketim nesnelere üzerinden sanal ve sahte bir mutluluk sunulmaktadır. Söz konusu güzelliklerin peşinde, marka takipçisi ve hep daha iyisini arzulayan bir kitle yaratmak temel beklentidir. Bu anlamda Zen Pırlanta “Değişim Kampanyası” adlı reklamında nefes almaksızın konuşan bir kadın imgesiyle izleyicinin karşısına çıkmaktadır. Burada kadının sözcüklerinde yer alan “altın, pırlanta, elmas, kolye, yüzük, küpe, bileklik” her türlü eski takıyı “tasarımı bir harika, şıklığıyla parıl parıl parlayan, bakanın dönüp bir daha baktığı, herkesin kıskandığı yepyeni Zen Pırlantalarla” değiştirmek istemesi aç gözlülük, doyumsuzluk, üstünlük ve haz ilkesi bağlamında yorumlanabilir. Satıcının sadece onay anlamında ‘evet’ demesinden sonra konuşmasına izin verilmemesi de doyum noktası olarak görülebilir. Burada her şeyin sadece pırlanta hatta Zen olduğu imajı oluşturulmaktadır (<https://www.youtube.com/watch?v=K825pdACdu8>).

Bir başka takı markası Blue Diamond ise hazırladığı “Büyük değişim kampanyası” adlı reklam filminde her kadının pırlantayı hak ettiği imajını oluşturmaktadır. Burada eskisini götürüp yenisini alabileceği üzerine kurulan reklamda kızların çok değiştiği, eski küpeleri yerine beştaş, eski altın kolyeyi ışıl ışıl bileklikle, bilezikleri baget yüzükle değiştirmeyi, yenilenmek ve değişmek olarak sunmaktadır. Reklamın sonunda hep bir ağızdan “Blue Diamond her kadının hakkı” şeklindeki slogan kadınlar arası eşitsizliğin, doyumsuzluğun, kıskıncılığın, üstünlüğün ve haz ilkesinin bir sunumudur ([https://www.youtube.com/watch?v=glqxB1S8i\\_w](https://www.youtube.com/watch?v=glqxB1S8i_w)).



Her iki reklamda da kadın karakterlerin yüzünde görülen tebessüm ifadesi olarak gülümseme hedefine ulaşmış olmanın verdiği mutluluk ve doyumla ilgilidir. Burada doğrudan mizahın üstünlük işlevine gönderme yapılmaktadır. Eski-yeni değişimleriyle birlikte ulaşılmak istenen hedef yani doyumsuzluk yumuşatılmaktadır. Bu bir bakıma hayali kurulan yeni kadın tipinin toplumla uyumunu kolaylaştırmak veya sosyal hayat içerisindeki kadının isteklerini haklı gerekçelere dayandırmaktır.

Günümüzde popüler mizahın malzemelerinden birisi de ahlaki sınırların çiğnenmesidir. Küfür, argo, toplum içinde duyulacak şekilde yellenme, tükürme, gibi davranışlar ve bunları yapanlar toplum tarafından kabul görmeyerek dışlanırlar. Ancak burada ahlak dışı olana gülmek, bunu kabullenmek anlamına gelmemelidir. Söz konusu davranış her neyse cezalandırılması beklenir. Taciz, tecavüz, gibi cinsel saldırı ve suçlar da hukuki anlamda cezai yaptırımları yanında toplum tarafından da çeşitli cezai işlemlere maruz bırakılırlar. Söz konusu suçları işleyenlerin toplumdaki dışlanması veya işlenen suçun karşılığı olarak dövme, sakat bırakma veya öldürme gibi intikam biçimleri de söz konusudur. Bu suçları işleyenlerin ceza evinde uğrayacakları şiddet de toplum tarafından onaylanan bir davranış biçimidir. Burada davranışı sergileyen kişinin cezalandırılması eğlencenin kaynağını teşkil eder. Halk felsefesinde söz konusu durum yüreklere su serpilmesi olarak da yer almaktadır.

Sosyal medya kanallarında popüler olmak, izlenmek, para kazanmak vb. eğlence amaçlı cezalandırılmalı soru cevap oyunları da oynanmaktadır. Bu tarz yarışmalarda mutfak kültürü öğeleri üzerinden mizah olgusu işlenmektedir. Enis Arıkan ile Ezgi Mola çektikleri bir videoda birbirlerine soru sormaktadır; cevap bilinmediği ya da verilmek istenmediği durumda mide bulandırıcı, beğenilmeyen yiyecekler yedirilmektedir. Burada eğlence olgusu iğrenme ve kusma tepkilerinden hareketle işlenmektedir (<https://www.youtube.com/watch?v=-bKGlzsTgAM>).

Gülme rakipten veya suçludan bir çeşit intikam alma biçimidir (Bergson, 2014, s. 125-127). Kavga etmeye yatkın birisinin her fırsat ve konuda şiddeti bir çözüm olarak görmesi ve kullanması, gerekli tedavileri inkâr ve reddetmesi, defalarca uyarılmasına rağmen şiddet yoluna başvurması sonucunda cezai yaptırımlara maruz kalması kaçınılmazdır. Bu tekrar eden eylemler dizisinde 'oh olsun, hak etti, ders olsun, bir musibet bin nasihatten iyidir, aklının başına gelmesi gerekiyordu, kendi düşen ağlamaz, belki kendisine çeki düzen verir' vb. şeklinde cezayı ve cezalandırmayı onaylayan ifadeler bulunmaktadır. Geleneksel kültürde "Gülme komşuna gelir başına" atasözü de bugünün insanları arasında değişim göstermiştir. Bu durum

insanların iyilikten kötülüğe dönüşümünün bir göstergesidir. Bu bir çeşit cezalandırmadır; söz dinlemeyen veya kuralları ihlal eden kişinin aklını başına alması istenir. Mizahın sonuçlarından birisi olan gülme davranışı çoğu zaman bir ıslah aracıdır. Toplum maruz kaldığı saygısızlıklara gülmeye cevap verir. Burada sergilenen gülme davranışı, gelip geçici bir anlamdan ziyade kötülüğe kötülükle cevap vermeyi içermektedir.

## Sonuç

Gülme, bilimsel olarak yapılan açıklamaların ötesinde kültürel bir ifade biçimidir. İnsanların gülme davranışı benzer özellikler görmekle birlikte, neye, niçin, ne zaman ve nasıl gülüdüğü kültürler arasında farklılıklar gösterebilmektedir. Bu anlamda gülmeye kaynaklık eden davranışların farklılığı da dile getirilmelidir. Ayrıca gülme, cinsiyetler arasında farklı tanımlara yol açan kadın gülmesi şeklinde kalıplarla da ifade edilmiştir. Bu makalede negatif mizah yaklaşımından hareketle eğlence olgusunun mevcut durumu eleştirel bir gözle dikkate sunulmuştur. Mizahın kültürel ekonomik bir içerik olarak medyanın temel dinamiklerinden birisi olduğu görülmüştür. Eğlence kültürü kapsamında mizahın gülme içermeyen, negatif nitelikli içeriklerinden daha çok faydalandığı dikkate sunulmuştur. Makalede gülmenin mizahın pek çok sonucundan sadece birisi olduğu fikrinden hareketle Antik Yunan'da Roma'da ve Orta Çağ Avrupası'ndaki eğlence anlayışıyla günümüzdeki eğlence anlayışlarına kaynaklık eden mizah yaklaşımları arasındaki benzerliklere dikkat çekilmiştir. Bu kapsamda, negatif mizah temelinde üretilen içeriklerin kasma, geçirme, kaşınma, yellenme; intikam, cezalandırma, doyum ve doyumsuzluk, kıskançlık, haz ilkesine göre hareket etme; hakaret, alay, ironi, argo, küfür, sapkınlık ve aşırılıklar, psikolojik baskı, fiziksel temas gibi şiddet içerikli olduğu görülmüştür. Medya araçlarında toplumsal cinsiyetçi bakış açısı, cinsellik ve şiddet, evlilik ve aile olgusunun aşındırılması, negatif mizah kapsamında değerlendirilen konular olarak öne çıkmaktadır. Filmlerde, dizilerde, stand up tarzı yapımlarda ve reklamlarda reyting başta olmak üzere ekonomik nedenlerle negatif mizah unsurlarının ele alındığı sonucuna ulaşılmıştır.

## Kaynaklar

- Adorno, T. W. (2014). *Kültür endüstrisi, kültür yönetimi*. (çev. N. Ülner vd.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Aksu, B. (2008). *Sivil toplum kuruluşları için toplumsal cinsiyet rehberi*. Ankara: Odak Ofset Matbaacılık.
- Bauman, Z. (2014). *Küreselleşme*. (çev. A. Yılmaz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Berger, J. (2014). *Görme biçimleri*. (çev. Y. Salman). İstanbul: Metis Yayınları.
- Bergson, H. (2014). *Gülme*. (çev. D. Çetinkasap). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Bhasin, K. (2003). *Toplumsal cinsiyet*. İstanbul: KADAV Yayınları.
- Ergin, M. (2008). *Dede Korkut kitabı*. İstanbul: Boğaziçi Yayınları.
- Kaypakoğlu, S. (2003). *Toplumsal cinsiyet ve iletişim*. İstanbul: Naos Yayınları.
- Oakley, A. (1985). *Sex, gender and society*. England: Gower Publishing Company Limited.
- Öğüt Eker, G. (2014). *İnsan kültür mizah*. Ankara: Grafiker Yayınları.
- Özdemir, M. (2010). “Türkiye’deki reklamlarda toplumsal cinsiyet ve sunumu”. *Millî Folklor*. (88), 101-111.
- Postman, N. (2014). *Televizyon öldüren eğlence*. (çev. O. Akınhay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Rabelais, F. (2012). *Pantagruel*. (çev. B. Uzma). İstanbul: Everest Yayınları.
- Rabelais, F. (2014). *Gargantua*. (çev. S. Eyüboğlu vd.). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Sanders, B. (2001). *Kahkahanın zaferi*. (çev. K. Atakay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sanders, B. (2013). *Öküzün a’sı*. (çev. Ş. Tahir). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Tarhan, N. (2006). *Psikolojik savaş*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Yılmaz, R. A. ve Canan U. (2007). “Televizyon reklamlarında çocuğa ilişkin toplumsal cinsiyet rollerinin sunumu”. *Galatasaray Üniversitesi, İletişim Fakültesi Dergisi*. (6), 141-157.

### **İnternet Kaynakları**

- Alemin Kralı Ceza Aldı, <https://www.milliyet.com.tr/gundem/alemin-kirali-na-890-bin-lira-ceza-1649969> adresinden 25 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.
- Blue Diamond Pırlanta Reklamı, [https://www.youtube.com/watch?v=glqxB1S8i\\_w](https://www.youtube.com/watch?v=glqxB1S8i_w) adresinden 25 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.
- Enis Arıkan ile Ezgi Mola Cezalandırma Oyunu, <https://www.youtube.com/watch?v=-bKGlzsTgAM>, adresinden 05 Nisan 2020 tarihinde erişilmiştir.
- Evlenme Boşanma İstatistikleri, <http://www.tuik.gov.tr> adresinden 11 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İrem Derici, Kalbimin Tek Sahibine <https://www.youtube.com/watch?v=mTZRQltuHRc>, adresinden 07 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

Okan Bayülgen, Makine Kafa, <http://www.izlesene.com/video/makina-kafa-ezgi-sertel-ile-lezzet-haritasi/7164409>, adresinden 06 Şubat 2020 tarihinde alınmıştır.

PSY, Gentleman, <http://www.bizimvatan.org/2013/04/psy-gentleman-turkce-sarki-sozleri.html#ixzz3LVKkT8AI>, adresinden 20 Şubat 2020 tarihinde alınmıştır.

PSY, Gentleman, [http://www.youtube.com/watch?v=ASO\\_zypdnsQ](http://www.youtube.com/watch?v=ASO_zypdnsQ), adresinden 20 Şubat 2020 tarihinde alınmıştır.

Şahan Gökbakar, Kalbimin Tek Sahibine İroni, <http://www.youtube.com/watch?v=MO47dcx1dH8>, adresinden 07 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

Zen Pırlanta Reklamı, <https://www.youtube.com/watch?v=K825pdACdu8>, adresinden 25 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

### **Extended Abstract**

One of the most important sources of humor in Turkish culture is anecdote. So much so jokes and laughs were synonymous; because anecdote is the material of the comic. However, laughing behavior does not only arise due to the anecdote. The definition of laughing as a philosophical problem led to the difference in the sources of humor. The entertainment industry is largely built on the basis of humor. But laugh is not the only source of fun. Unlike the comments on the axis of laughter seen in daily life, humor is presented from media tools as an important element of popular life when analyzed with different ways of seeing. Here, the phenomenon of entertainment “without laughter” (entertain without laugh) often refers to the subconscious, unaware of the origin of humor, via gender codes. Therefore, the concepts of gender, humor and violence are transformed into cultural economic contents by processing around the phenomenon of entertainment. In this sense, "horrible, embarrassing, ugly, vulgar, slang, vulgar, repulsive, humiliating, disgusting, cynical" are the prominent concepts. These are some of the tools of an "emotionless" negative humor memory that lacks positive qualities. It cannot be said that the feeling of suffering suppresses laughing but it gives enough opportunity to think. On the other hand when pity is presented as the material of entertainment, it turns into a content that can be easily marketed. Sadness, like laughing, is contagious; this is a human emotion. A baby's cry is accompanied by laughter; that is, crying response is not given to this behavior of babies. Especially on social networking sites, hiccups of babies are among the most viewed content.

Today, the entertainment industry is built on two foundations, consisting of negative and positive humor. Both formations have a follower mass on their axis. For these, these humor approaches have been transformed into a capsule of necessity. When we look at the history of the negative humor type, which is emphasized more frequently in the study, it is seen that negative meanings such as aggression, ridicule and disdain are loaded. When the philosophical background of many laughing behaviors is taken into consideration, it appears that there are negative elements of humour. Of course, there is entertainment in the subconscious of the fans swearing and insulting each other and even attacking each other during football matches.

While there is no positive attitude towards individuals who speak rude, insulting and abusive in society, rude, insulting and profanity discourse is seen as an important entertainment element in a wide range of contexts in media, such as television, cinema and internet. However, it should not be forgotten that children are raised with these messages due to social coding; Therefore,

the type of woman humiliated in a society has turned into entertainment material with a general-use. Films, series and video clips are among the most commonly used media of the female body in media, such as a beating punching bag or an exposed object. In the media, the image is generally made by patriarchal society by drawing the image that man is strong and woman is passive. Family and spouse preference, disagreement, going home, fight, divorce etc. they are a material of humor. Also, since it is known that the images are human structure, the expectations of the viewer are taken into consideration while making these codings.

Laughter is a form of cultural expression beyond scientific explanations. Although people's laughing behavior has similar characteristics, what, why, when and how they laugh may differ between cultures. In this sense, the difference of the behaviors that cause laughter should be mentioned. In addition, laughter is expressed in patterns such as female laughter, which leads to different definitions between genders. In this article, based on the negative humor approach, the current state of entertainment phenomenon is critically considered. Attention has been drawn to the similarities between the understanding of entertainment in Ancient Greece, Rome and Medieval Europe, and the humor approaches that are the source of today's entertainment. In the media, socialist perspective, sexuality and violence, abortion of marriage and family phenomenon come to the fore as the subjects evaluated within the context of negative humor. It was concluded that negative humour elements were addressed for economic reasons, especially ratings in films, series, stand up-style productions and commercials.