

Atıf Bilgisi: Sunal, G. ve Kara, A. S. (2021). “Sen hep gülümse” reklam filminin göstergebilimsel çözümlemesi üzerinden eleştirel bir değerlendirme. *İNİF E- Dergi*, 6(1), 79-102.

“SEN HEP GÜLÜMSE” REKLAM FİLMİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL ÇÖZÜMLEMESİ ÜZERİNDEN ELEŞTİREL BİR DEĞERLENDİRME

*Dr. Öğr. Üyesi Gözde SUNAL**

*Doç. Dr. Ayşe Simin KARA***

DOI: 10.47107/inifedergi.889384

Araştırma Makalesi***

Başvuru Tarihi: 02.03.2021

Kabul Tarihi: 13.04.2021

Öz

Bu çalışma, Ziraat Bankası'nın 157. yıl dönümü için hazırlanan Happy People Project imzalı “Sen Hep Gülümse” isimli reklam filminin göstergebilimsel incelemesini ve çözümlemesini sunmayı amaçlamaktadır. Bu reklam filminde, Türk halkının kalbinde taht kurmuş, Türkiye'nin gülen ve güldüren adamı Kemal Sunal baş roldedir. Türkiye’de ilk defa kullanılan “deepfake” teknolojisi ile tasarlanan reklam filmi, Sunal’ın yer aldığı filmlerden görüntü ve sesi derin öğrenme ve yapay zeka teknolojisi kullanılarak hazırlanmıştır. Çekimleri üç gün, post prodüksiyonu 40 gün süren reklam filmi, komedi sinemasının büyük değerlerinden olan Sunal’ı yeniden hatırlatarak dünyanın ve ülkenin zor günlerden geçtiği bu zamanlarda insanların yüzünde bir tebessüm yaratmak ve bu topraklarda ihtiyacı olan herkesin yanında olduğunu milyonların yüzünü güldürdüğünü öneren Ziraat Bankası'nın reklam vaadini izleyicilere sunmak için hazırlanmıştır. Bu çalışmanın ilk bölümünde, dünya güldürü sinemasının tarihsel gelişimi, Türk güldürü sinemasının ortaya çıkışı, ilk örnekleri, güldürü sinemasının bir prototipi haline gelen Sunal’ın Şaban tiplmesi ve bu tiplemenin Türk güldürü sinemasında nasıl başat bir rol oynamaya başladığı vurgulanacaktır. Aynı zamanda her filmi defalarca televizyonlarda gösterilen, komedi filmi denildiğinde nerdeyse her kuşağın aklına ilk gelen isim olmayı başaran, oynadığı rollerle, replikleriyle insanların zihnine kazınan Sunal’ın yer aldığı filmlerin ve karakterlerin, Türk güldürü sinemasındaki yeri aktarılmaya çalışılacaktır. Çalışmanın alt yapısını oluşturan bu bölümden sonra gülme teorilerine ve yaklaşımlarına yer verilmektedir. Buradaki amaç ise son derece doğal ve masum olan gülmenin ihtilafı bir güç silahı haline dönüşmesini ve diyalektik doğasını vurgulayan görüşleri okuyucuya aktarmaktır. Bu makalenin son basamağında ise reklam filminin göstergebilimsel incelemesi ve çözümlemesiyle reklam filmi eleştirel teorisi perspektifinden değerlendirilecektir.

Anahtar Kelimeler: *Türk Güldürü Sineması, Gülme Kuramları, Mizah, Göstergebilim, Kemal Sunal, “Sen Gülümse Yeter” Reklam Filmi*

A CRITICAL EVALUATION ON THE SEMIOTIC ANALYSIS OF “SEN HEP GÜLÜMSE (SMILE ALL THE TIME)” ADVERTISING FILM

Abstract

This study presents a semiotic analysis of “Sen Hep Gülümse (Smile All the Time)” advertising film by Happy People Project designed to celebrate the 157th anniversary of Ziraat Bank. Kemal Sunal, known as “the smiling man of Turkey” stars in the lead role. Film is produced by Deepfake technology. To make the character lifelike, images and voice recordings from Sunal movies are put together thanks to deep learning and artificial intelligence made possible by this technology. The film took 3 days to shoot while post-production took a total of 40 days. While the main motive of the film is to remorph Sunal so as to put a smile on people’s faces in these troubling times, the unique selling proposition of the film is to affiliate Ziraat Bank with Sunal by inferring that just like Sunal, it makes millions of people smile as it is always by the one in need. To provide background for this study the first section will look at the historical development of the

* İstanbul Ticaret Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, E-mail: gsunal@ticaret.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-9535-5714

** İstanbul Ticaret Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Bölümü, E-mail: aserdemir@ticaret.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-5641-9738

*** Yazar / yazarlar, makalede araştırma ve yayın etiğine uyulduğuna ve kullanılan fikir ve sanat eserleri için telif hakları düzenlemelerine riayet edildiğine yönelik beyanda bulunmuştur.

world comedy cinema, the emergence of the Turkish comedy cinema, its first examples, the emergence of Şaban typification by Sunal, and how this typification influenced the evolution of the Turkish comedy cinema. The following section will present laughter theories and approaches to highlight the transformation of the so-called natural and innocent laughter into a controversial weapon of power and place emphasis on its dialectical nature. Finally, this study will wrap up with the semiotic analysis of the “Sen Hep Gülümse” advertising film followed by a presentation of critical discussion on the cinematographic, and ethical aspects of the film.

Keywords: *Turkish Comedy Cinema, Theories of Laughter, Humor, Semiotics, Kemal Sunal, "Sen Gülümse Yeter" Advertising Film*

*“Gülüş yalnızca hafif bir silahtır.
Toplum hıncının öldürücü, amansız tanklarını
göndermeye gerek olmayan durumlarda
öldürücü biçimde vuran hafif bir silahtır”
Sergey Mihailoviç Ayzenştayn
(Makal, 1995, s. 110).*

Giriş

Sinema dram, komedi, trajedi, melodram gibi birçok türden yararlanmışır. Özellikle güldürü türü sinemanın sessiz döneminden başlayarak (1895-1922) halk tarafından her zaman talep görmüştür. Aslında güldürü türü sinemaya hızlı bir giriş yapmış ve kısa sürede geniş halk kitlelerinin ilgisini çekmiştir. Yaklaşık otuz yıl süren sessiz film döneminde, bazı kaynaklar “Fred Ott’un Aksırığı”nı ilk gülünç kısa film olarak kabul etseler de genel eğilim, “Bahçıvanın Sulanışı” filminin (1895) olduğu görüşündedir (Abisel, 2003, s. 123-124). Filmde bahçeyi sulamakta olan bir bahçıvanın muzip bir oğlan çocuğunu tarafından suyu kaynağından kesmesiyle ıslanmasının yarattığı komik etki vurgulanıyordu (Onaran, 1986, s. 96).

Çoğunlukla gülünçlük olmaması gereken ile olması gerekenin şaşırtıcı bir şekilde yer değiştirmesi ile ortaya çıkmaktadır. Güldürü bir yandan kaçış sineması özelliğiyle diğer yandan da siyasal taşlama gibi bazı türler aracılığıyla toplumdaki haksızlıkları, yanlışlıkları görünür hale getirerek farkındalık yaratmaktadır. Kaba güldürü, aile güldürüleri, romantik komedilerin yanı sıra toplumsal güldürü, siyasal taşlama, kara güldürü gibi türler ile zıtlıkları yansıtmaktadırlar (Ünal, 2010, s. 13). Güldürü türüne ilişkin çalışmalar önce Fransa’da başlayan Fransız güldürü okuluyla sonra da Amerikan güldürü okuluyla kendini göstermiştir. Fransız güldürü okulunun en önemli güldürü sanatçısı Max Linder’dir. Linder, rahatına düşkün bir burjuva tipi olan Max’ı canlandırmıştır. Diğer tarafta Amerikan güldürü sinemasının babası olarak bilinen Mack Sennet’le birlikte türün asıl büyük ustaları Charlie Chaplin, Harold Lloyd, Harry Langdon ve Buster Keaton’dır (Özgüç, 2005, s. 63). Sennett, vodvil tiyatrosundan etkilenmiştir.

Sinemanın en önemli güldürü ustaları arasında yer alan Charlie Chaplin daha toplumsal bir komedi anlayışını benimsemiştir. “Şarlo Serseri” (1915) adlı filmi ile kişiliğinin ilk çizgilerini yansıtan Chaplin’in sinema dili evrenseldir. Hayat verdiği Şarlo tipi ile mimikleri, kıyafet tarzı ve insan psikolojisine dayanan güldürü anlayışı ile komik gibi görünen olaylardan ziyade gerçek dünyaya gönderme yapar. Güldürülerinin tamamında toplumsal bir boyut vardır (Büker, 1985, s. 73-74). Örneğin, “Asri Zamanlar” (Modern Times, 1936) 1930’lu yıllarda makineleşmenin de etkisi ile bozulan ekonomik ve toplumsal koşulları, artan işsizlik sorunu ve bu süreçte insanın düzene ayak uydurmaya çalışırken kişiliğini yitirliğini, “Büyük Diktatör” (The Great Dictator, 1940) dönemin diktatörlerinin sindirilmiş ve korkutulmuş kitlelerini nasıl bir felaket ile karşı karşıya bıraktığını güldürü kalıpları içerisinde göstermektedir.

1960’lı yıllardan sonra özellikle 1970’li yılların ortalarında yapı olarak daha basit olmasına rağmen okunması daha güçlü olan filmler çekilmeye başlanmıştır. Bu türün

başında ise Woody Allen filmleri verilebilir. Allen filmlerinin ortak belirleyicileri ölüm, bunalım ve aşktır. “Annie Hall” (1977) bu temaların en yoğun olarak görüldüğü Allen filmlerindedir. Woody Allen gibi bir isimden sonra Mel Brooks ile de başka bir komedi anlayışının gelişmeye başladığı söylenebilir. Çoğunlukla abartmaya dayalı olan Mel Brooks’un filmlerinin temel belirleyicisi kostüm ve harekettir. Çağdaş güldürücüler içinde Peter Sellers’in ayrı bir yeri vardır. Peter Sellers, Londra’da ünlü bir tiyatro oyuncusu olduğunu kabul ettirdikten sonra filmler çevirmiş; bu uğraşını sürdürmek üzere sonradan Amerika’ya gitmiştir. “Sarsak” güldürü tipini yeni boyutlar içinde “Pembe Panter”, “Dr. Strangelove” or “How I Stop Worrying and Love the Bomb” (Dr. Garibaşk ya da dert edinmeyi bırakıp bombayı nasıl sevdim?) belirgindir (Onaran, 1986, s. 100-101).

Nasreddin Hoca ve Hacivat ile Karagöz geleneğinin hüküm sürdüğü topraklar Türkiye’de sinemanın nasıl bir güldürü anlayışı ile izleyicinin karşısına çıktığını incelemek için, Türk güldürü sinemasının tarihsel gelişimine bakmak gerekmektedir. İlk güldürü filmi, işgal ordularının İstanbul’a girişinden hemen sonra çekilmiştir (Pamuk, 2002, s. 23). Fransız Pathe şirketinin temsilcisi olarak Türkiye’ye gelen Romanya uyruklu Polonya Yahudi’si Sigmund Weinberg’in 1916’da çekimine başlayıp, 1918 yılında ise Fuat Uzkınay’ın tamamladığı “Himmat Ağa’nın İzdivacı” ve çekimi yarım kalan “Leblebici Horhor Ağa”, Türk sinemasının “ilk güldürü denemeleridir” (Özgüç, 2005, s. 63). “Bican Efendi Vekilharç” (1921), “Hikmet Ağanın İzdivacı” (1921) gibi filmler, o dönemde ülkenin bulunduğu durumu ya da konuları işlemek yerine salt güldürüye dayalı savruklamaya dayanmaktadır (Pamuk, 2002, s. 23). Güldürü türünde ilk konulu uzun metrajlı filmler “Bican Efendi” serisi Şadi Fikret Karagözoğlu’nun tamamıyla bir güldürü serüvenine dayanmıştır “İlk güldürü filmlerinin yönetmeni Şadi Fikret Karagözoğlu, Bican Efendi Vekilharç, Bican Efendi Mektep Hocası ve Bican Efendinin Rüyası üçlemesiyle, 1921 yılında ilk güldürü tiplemesini yaratır. Tiyatrocular olarak bilinen Muhsin Ertuğrul döneminde ise güldürüye pek rağbet olmamış, güldürü sanatçısı yaratılmamıştır. Ancak geçiş yıllarından sonra özellikle sinemacılar dönemi 1950-1960 yılları arasında güldürü türü değer kazanmaya başlamıştır (Evren, 2009). Bu dönemde bir güldürü ustası olan İsmail Dümbüllü’nün sinemadaki en parlak dönemidir. İncili Çavuş, Keloğlan gibi halk kahramanlarına benzerliğiyle bu dönemi canlandırmıştır. 1958–1964 yılları arasında tipleme yaratma açısından yönetmen sineması gündemdedir. Osman F.Seden’in “Cilalı İbo” ile “Adanalı Tayfur”u ve Hulki Saner’in “Turist Ömer”i güldürü sinemasının üç büyükleri olarak ortaya çıkar (Özgüç, 2005, s. 67). 1960’lı yıllarda Keloğlan gibi altın kalpli bir gezginci olan tipleme Turist Ömer karşımıza çıkmaktadır. Aynı dönemde Öztürk Serengil’in canlandırdığı bir tip olan Adanalı Tayfur geleneği devraldı. “Türk sinemasının bir kısmı sokaklarla birlikte hızla siyasallaşırken, Yeşilçam’ın güldürü geleneği adeta bu olup bitenlere omuz silkiyor, hala Karagöz gibi kelimelerle oynuyordu” (Dündar, 1996). Bu dönem Vahi Öz “Horoz Nuri” tiplemesiyle Yeşilçam’ın kahkaha kaynağıydı. Türk sinemasındaki güldürü Nasreddin Hoca’dan, Karagöz ve Hacivat gölge oyunundan, Meddah¹ geleneğinden etkilenerek tiplere dayalı bir temeli inşa etmiştir. Bu süreç ise Türk Güldürü Sineması’nda önemli bir yer tutan “Şaban” filmlerinin temelini atmıştır.

¹ “Meddâh”, Arapça bir kelime olup, “çok metheden” anlamını ifade etmektedir. Ancak bu kelimenin, zamanla, anlamında bir genişleme olmuş, “halk hikâyecisi, mukallit” mânâsında da kullanılagelmiştir. Tek sanatçının rol aldığı bir tiyatro türü olup bu türün esaslı anlatmaya (tahkiye) dayanır. Meddah adı verilen kişi anlattığı olaya ve kahramanlarına göre taklitler, jest ve mimikler yapar, ses tonunu değiştirebilir. Konularını büyük şehirlerin günlük hayatından olduğu kadar masal ve halk hikâyelerinden de alan meddahlar yeni ve farklı konularda da hikâyeler anlatabilir (Tülücü, 2005, s. 1-2).

1970’li yıllara gelindiğinde bu kez Ertem Eğilmez ekolü olarak adlandırabileceğimiz Hababam Sınıfı dizisi ile birlikte yeni bir güldürü anlayışı ve yeni tiplerle karşılaşmaktayız. Bu anlayış Eğilmez komedileri ile geleneksel Türk seyirlik oyunları arasında birkaç açıdan benzerlik bulunmaktadır. Birinci benzerlik kadın-erkek ilişkileri üzerinedir. İkinci benzerlik iyi-kötü çatışmasından ileri gelir. Aptal ve naif gibi görünüp aslında çok zeki olmanın karşılığı Kemal Sunal’ın tiplemesinin genel çerçevesidir. Aptal olarak görünüp alaya alınan adam, zekası, uyanıklığı sayesinde asıl alayı karşısındakine kendisi yapar (Özgüç, 1993, s. 48-49). Örneğin, Şaban tiplemesi, o dönem izleyici tarafından çok sevilmiş ve kolayca tiplerle özdeşleşebilmiştir. Sebebi ise klasik dönem Türk sinemasında zengin kötü, yoksul hep iyi klişesinden dolayı küçük insanın öne çıkması melodram geleneğine sızmıştır. Bu tiplerede aslında dönemin içinde bulunduğu toplumsal yapıyı da görmek mümkündür. Örneğin Hababam Sınıfı filminde “...Şaban köyden kente okumaya gelmiştir. Şaban da okula geldiğinde diğer kentli arkadaşlarının aracılığı ile kent kültürü ile tanışır. Ancak bu tanışma yanlış bir tanışmadır. Kent kültürünü sigara içmek, hocalarla alay etmek, bol para harcamak ve kızlara aşık olmak olarak tanıır” (Uluyağcı, 2006, s. 110). “Hababam Sınıfı, Kemal Sunal tarihçesinde de önemli bir yer tutar. Düzenle (kurumlarla: burada resmi bir kurum olan özel okul) oynanan muzipçe oyunlar, ilk anarşistçe çıkışların kaynağı gibidirler. Sunal burada tek başına sivrilemez. Klişeleşmiş düze temsilciler bile, bu ütöpic cemaatte ve coğrafyada, düzeni temsil etmekten çok, otoriter bir yol göstericiliği, koruyucu insan olma özelliğiyle bütünleştirmiş kişilerdir” (Atayman, 2007, s. 58-59). Hababam Sınıfı ile tanınan Şaban tiplemesi 1977 yılından başlayarak yine aynı adla yeni bir dizinin öncüsü olarak pek çok filmin ana karakteri olmuştur. Kemal Sunal artık bu dönemin bir prototipi haline gelmiştir. “Şabanoğlu Şaban (1977)”, “Orta Direk Şaban (1985)”, “Atla Gel Şaban (1984)” gibi. “Hemen bütün olaylar onun çevresinde döner. Yalnızca ona özgün sözler mimikler vardır, belirli bir davranış biçimi sergiler. Kahramanı, “Postacı Adem”, “Sahte Doktor Kemal”, “Köylü Bayram” olan filmlerinde de Kemal Sunal “Şaban”dan ayrılmı biridir değildir. Adı ayrılmı olan bu filmlerde de aynı kahramanın serüvenleri anlatılmaktadır” (Kırmızı, 1990, s. 76). Bu dönem Kemal Sunal’ın yer aldığı filmlerde kendilerini zeki sanan, kolay yoldan zengin olmayan çalışan kötü insanları yola getirmeye çalışan yoksul bir gencin serüvenleri anlatılmaktadır. Düzenin adeta koruyucusu olarak üç kağıtçıların oyunlarını bozan Şaban tipi, yoksul halkın ezilmişlik duygusunu bir nebze hafifletmeye çalıştığı görülmektedir (Sunall, 2001, s. 9–10).

Kemal Sunal filmlerinde iyi ve kötü karakterler vardır ve bunların ayrımı çok belirgindir. Şaban, Şaban’ın sevgilisi, zavallı mahalle halkı hep iyidir ama diğer yanda olan zenginler mesela ağalar hep kötüdür. Bu ayrımı çok belirgin bir şekilde görürüz. İyi karakter; salak olmasına rağmen cesurdur. Kendisinin de zayıf olmasına rağmen iyilerin yanındadır. Sunal, filmlerinde daima haksızlığa uğrayanın yanındadır ve filmin sonunda zenginlerden aldığı malları mülkleri kendi almaz yine yoksullara dağıtır.

Karakter ve tip Türk sinemasının en büyük sorunsallarındandır. Yani 1980’lere kadar Türk sinemasında bir karakter olduğunu görmek mümkün değildir çoğunlukla hep tip vardır (Evren, 2009). Karakter öykünün ana kişisidir. Öyküyü taşıyan ve sona götüren kişisidir. Filmde her karakterin bir amacı vardır. Bu amacını gerçekleştirirken karşısına çıkan engellerle boğuşur. Karakter derinliği olan, duyguları, düşünceleri, rüyaları, geçmişi olan zengin anlatı kişisidir. Bir çırpıda özetlenmez ve tarif edilemez. Tip ise; klişe ve kendinden bekleneni yapan anlatı kişisidir. Belli bir iki özelliği ön plana çıkarılır. Basmakalıptır. (Kırel, 2006). Tip, daha çok şematik bir şeydir, filmde filme aynı şeyi tekrarlar hatta aynı şeyi temsil eder. Karakter ise; değişkendir, daha gerçektir, daha

inandırıcıdır. Karakterlerde varyasyonlar olabilir. Sevimli bir durumdan sonra sevimsiz bir duruma girebilir. Ama tip bunu yapamaz (Scognamillo, 2009). Mesela Kemal Sunal'ın, Zübük filminde oynadığı 'Zübükzade İbrahim' bir karakterdir ama 'Şaban' bir tiptir.

1980'li yıllarda bir başka güldürü türü olarak toplumsal güldürüye örnek olabilecek "Deli Deli Küpeli" (Kartal Tibet, 1986), "Davacı" (Zeki Ökten, 1986), "Yoksul" (Zeki Ökten, 1986), "Düdüdü Dünya" (Zeki Ökten, 1988), "Kiracı" (Orhan Aksoy, 1987), "Öğretmen" (Kartal Tibet, 1988) gibi filmlerle karşılaşmaktadır. Bu tür, toplumsal yaşamla ilgili aksayan yönleri eleştirel bir tutumla ele alır ve bu sürecin gülünç yanlarını ortaya koyup aslında bu aksaklıkların düzeltilmesi noktasında farkındalık oluşturmaktadır. Bu dönemde artık Kemal Sunal'ın yer aldığı filmlerde de daha toplumsal içeriklere yer verilmiştir ve Kemal Sunal oyunculuğunda da bir evrilme söz konusu olmuştur. "Kemal Sunal halkın cin fikirliliği ile saf dilliliğini birleştirdiği bir oyunculukla, gelenekten süzülen bazen Keloğlan, bazen Hoca Nasrettin, bazen de Karagöz yansımalarını beyazperdeye taşıdı. Ama bunu tamamen kendine özgü bir tarzda ve yaşadığı çağın gündelik çatışmalarını, sosyo-kültürel çelişkilerini gözlemleyerek yaptı" (Ünal, 2010, s. 74). Deli Deli Küpeli filminde tımarhaneden kaçan ve bir tesadüf sonucu kaymakam olan birinin kasabaya düzen getirme çabasını izlemekteyiz. Yakışıklı (Orhan Aksoy, 1987) konut sorununu eleştirel bir yaklaşımla sorgulamaktadır. Bu filmlerin çıkış noktasına zemin hazırlayan birçok nedenden biri de 80'li yıllar içinde bulunulan toplumsal yapıdaki değişiklikler olduğunu söylemek gerekmektedir. Sinemada bu değişime karşılıksız kalmıyor. "Kemal Sunal'ı bu dönemde başarıya ulaştıran ve halkın sevgilisi yapan tip, saf gözükken ama yeri gelince bir çarıklı erkân-ı harp kurnazlığı sergileyen; korkak gözükken ama sırasında çok cesur olabilen; sömürülen ama zamanı gelince kendisini sömüreni pes ettirecek yetenekleri olan; güreşte altta olmasına aldırmadan mücadelesini sürdüren bir karakterdi. Ayakları yere basardı. Uyumsuz, yabancılaşmış, şımarık, gösteriş düşkününü olan kişilere karşı sıradan insanların duyduğu tepkileri bile dile getirirdi" (Alkan, 2000).

Karakter ile tip arasındaki en büyük ayrım hiç kuşku yok ki karakterlerin psikolojik boyutlarının olması, çeşitli olaylar ve tavırlar karşısında farklı tutumlar sergilemesinden kaynaklanır. Tip ise tek tiptir. Yani ortaoyunundaki Kavuklu ile Pişekâr gibi yahut Karagöz ve Hacivat gibi. Ya iyidir ya kötü. Ya olumludur ya olumsuz. Ya çirkindir ya güzel. Tipler olaylar ve durumlar karşısında tavrını hiç değiştirmez hep aynı tepkiyi gösterir. Yaşamayan tek boyutlu bir simge gibidir. Hâlbuki karakter yaşayan bir kişidir, yaşamda karşılığı vardır. Karakter; sever, öpüşür, iyidir, kötüdür, çeşitli olaylar durumlar karşısında farklı tavırlar alabilir (Evren, 2009). Kemal Sunal'ı yalnız bir güldürü sanatçısı olarak tanımlamak doğru değil, o güldürünün töre güldürüsünden kahraman güldürüsüne ya da duygusal güldürüye kadar çok farklı karakterler çizerek örneklerini ortaya koymuştur (Evren, 2009).

2000'li yıllara bakıldığında ise yüksek gişe hasılatını hedefleyen yapımların yer aldığını görmekteyiz. Düşünmekten, eleştirmekten çok salt güldürmeyi amaçlayan yapımların yer aldığı bu dönemde komedi sineması başka bir forma dönüşmüştür. G.O.R.A., Vizontele, Eyvah Eyvah, Recep İvedik gibi filmlerin ortaya çıkmasıyla bu filmlerin yönetmenleri Cem Yılmaz, Yılmaz Erdoğan, Ata Demirer ve Şahan Gökçek bu döneme hızlı giriş yaparak karşımıza çıkmış ve yüksek gişe hasılatı yapmışlardır.

1. Mizah Kuramları ve Yaklaşımlar

Komedi ve trajedi birbiriyle yakından ilişkilidir. Bu ilişkinin kanıtları antik Yunan tiyatrosunda da görülür; trajedi ve komedi antik tiyatronun özünü oluşturmuştur. Bir diğer kanıt ise antik tiyatrodaki ifade aracı işlevi gören trajedi ve komediye temsilen kullanılan

tiyatral maskelerin günümüzde tiyatro sembolü olarak kullanılmasıdır. Antik Yunan’da, tiyatrolar sorunların tartışıldığı, yolsuzluğun gün yüzüne çıkarıldığı ve adaletsizliklerin düzeltilmesi için sivil katılım forum görevi görerek trajik konulara ışık tutardı. Komedi ise tiyatrolar, tanrılar, hükümdarlar, savaş ve barış gibi önemli konuları tartışmak için faydalanırdı (Yüksel, 2017). Tıpkı trajedinin özünün katarsis, bir diğer deyişle ruha acı çektirerek tutkularından arındırmak olması gibi, antik tiyatrodaki komedinin özü de ezilenleri ve mazlumları destekleyerek insani kusurlara ayna tutmaktır (Bernays ve Rudnytsky, 2004, s. 320). “Gülme, düşünme, konuşma, alet yapma gibi sadece insana özgü olan, insanın ne tür bir varlık olduğuna dair önemli ipuçları veren temel özelliklerden biri olmasına rağmen ifadeye kavuşturulması ve tanımlanması bakımından en zor konulardan biridir” (Şentürk, 2010, s. 46). Literatür incelemesinde gülmeye ve mizaha dair farklı tutum ve görüşlere yer verildiğini görüyoruz. Gülmeye ve mizaha dair tutumlar olumlu ve olumsuz olmak üzere iki farklı kola ayrılırken yaklaşımlar gülmeyi ve mizah kullanımını bir silah veya aydınlatıcı, özgürleştirici güç olarak konumlandırarak ayrıştırmaktadır. Literatürde ifade edilen gülmeye ve mizaha dair olumsuz tutumların sebebini antik Avrupa kültürünün bir parçası olan karnaval kültürüne ve bu kültürün antik Yunan uygarlığının en önemli üç filozofu olan Aristoteles, Sokrates ve Platon gibi öncü düşünürlerin görüşleri üzerindeki etkisine atfedebiliriz.

Antik Avrupa kültürlerinde, sosyal yapı oluşmadan önce ritüel temelli bir kutlama türü olan festivaller insanların eğlencesinin ayrılmaz bir parçasıydı. Sosyal yapı oluşup sınıf ve statü kavramları ortaya çıkınca alternatif bir halk kültürü haline gelip tüm tarihsel sınırları, tüm hiyerarşileri askıya alan ve hatta ortadan kaldıran, dilin ve üslubun tüm yüksek ve ciddi türlerini basmakalıplığa, ikiyüzlülüğe ve sahteciliğe batırıp yıkıma uğratan “gülme”, Aristoteles gibi düşünürlerin gülmeyi arzu edilen bir nitelik olarak görmemesine sebebiyet vermiştir (Bakhtin, 1984, s. 4). Komedi ve trajedinin birbiriyle yakından ilişkili olduğunu gören Aristoteles, komedinin seyirciden daha az erdem sahibi olan karakterleri aşağılarken, trajedinin komediden farklı olarak ortalama veya ortalamadan daha iyi olan kişileri ele aldığını savunmuştur (Aristotle, 1996, s. 9). Seyircinin bu “komedi” tipleri ile dalga geçerek kendini üstün hissettiğini ve bu üstünlük hissini ise sadece seyircinin egosunu ve kibrini tatmin etmeye yaradığını belirtmiştir (Billig, 2005, s. 43). “İnsanın neye niçin güldüğü sorusuna verilebilecek cevaplardan bir tanesi de gülen kişinin kapıldığı üstünlük duygusudur. Gülme bir üstünlük duygusunun, dolayısıyla ötekini küçümsemenin, ötekiyle alay etmenin bir ifadesi olabilir. Bu tarz gülmenin elbette narsist bir karaktere sahip olduğunu söyleyebiliriz. Örneğin Antik Yunan döneminde yer alan komedilerde (hatta belirli bir çerçevede trajedilerde) mitolojik narsist Tanrıların insanların içinde buldukları duruma güldükleri, onları küçümsedikleri, alaya aldıkları söylenebilir (Demir, 2017).

Mizah aracılığıyla başkaları üzerindeki üstünlüğümüzü fark ettiğimizde “aniden gelen zafer” hissinden ortaya çıktığını öne sürmüştür (Aristotle, 1996, s. 9). Dolayısıyla gülme, uyumlu ve mutlu bir toplumun göstergesi değildi. Bunun aksine, rekabetçi insanın doğası gereği bireyleri birbiriyle alay etmeye iten basit bir eğlence türüydü. Mizah ve gülmeye dair bir başka sorgulayıcı bakışta Platon ve Sokrates tarafından öne sürülmüştü; karnavalesk eğlenceyi onaylamamışlardı. Onların fikirlerine göre, karnaval kültürü hiyerarşinin bozulmasına ve kabul edilmeyen daha yüksek felsefi gerçek ve güzellik kavramlarının alay konusu olmasına sebep olmuştu (Billig, 2005). Platon, kişinin kendi rasyonel kontrolünü kaybettiği ve bir süreliğine insanlıktan çıktığı gerekçesiyle toplumu yüksek kahkahalara karşı uyarıyordu (Morreal, 1987, s. 244).

Mizahın evrimsel temeline benzer olarak, neyin mizah olarak görüldüğü, insanı neyin güldürdüğü ve gülmenin sezdirimsel temeli değişmeye devam etmiştir ve etmektedir. Birçok mizah kuramcısı, gülmeyi insanlarda bir noktaya kadar diğer hayvanlar tarafından da paylaşılan (fiziksel reaksiyon- gıdıklandığında gülmek), doğuştan gelen bir özellik olarak değerlendirerek gülmenin biyolojik-evrimsel temelini vurgulamışlardır. Örneğin, Darwin (1872 [1972]) gülmenin karşımızdaki kişi ya da kişilere sevgimizi ve anlayışımızı göstermek için kullandığımız sosyal iletişim mekanizması işlevi gören ve hayati değere sahip bir memnuniyet ve mutluluk ifadesi olduğunu ifade etmiştir. Peki, nasıl olur da son derece doğal ve masum olarak tanımlanabilecek bir özellik zamanla ihtilafli bir edinim haline gelir? Bu soruyu açıklayabilmek için gülmenin dinamiklerini anlamak gerekir. Bu sebepten literatür taramasında gülmenin temellerini konu alan çalışmaların incelenmesi uygun görülmüştür.

Literatür incelendiğinde gülme konusunun altı kategoride gruplandırıldığını söylemek mümkündür: (1) mizahsız gülme (gergin gülme ve anlık sosyal gülme de dahil); (2) bastırılmış düşüncelerin ve duyguların bir ifadesi olarak gülme (3) başka insanların algılanmış bayağılığına gülme; (4) doğrudan insanları küçük düşürme girişimleri (kışkırtma, nükteli hazırcevaplık, vb.); (5) uyumsuz durumlar; ve (6) uyumsuz fikirler (Martin, 1998). Bu sınıflandırmaların aksine, Martin (1998)'in belirttiği üzere Eysenck (1972) gülmenin arkasındaki üç farklı muhtemel anlama dikkat çekmiştir. Bu anlamlardan birincisinde, kişinin yaptığımız aynı şeylere güldüğü anlamını çıkarabiliriz (uyumlu anlam). İkincisinde, kişinin çok güldüğü ve kolaylıkla eğlendiği anlamını çıkarabiliriz (niceliksel anlam). Üçüncüsünde ise kişinin eğlenceli hikayeler anlatarak ve diğer insanları eğlendirerek “eğlence hayatı ve ruhu” olduğu anlamını çıkarabiliriz (üretken anlam). Ancak, genellikle mizah duygusuyla ilişkilendirilen diğer bir anlamın ise kişinin kendisini çok ciddiye almama durumu ve kendi kusurlarına ve zayıflıklarına gülebilmeye kabiliyeti olduğunu söyleyebilmek mümkün. Mizah kuramları özellikle bireysel değişkenlikleri ele almamakla birlikte, neden belli durumlara güldüğümüzü ve diğerlerine gülmediğimizi ve ne tür zihinsel, duygusal ve motivasyonel süreçlerin mizah algısı ve tecrübesine dahil olduğunu açıklama girişiminde bulunmuşlardır. Ancak, bu kuramlar genel olarak bazı insanların diğer insanlardan neden daha çok güldüğüne ve mizaha katıldığına veya neden diğer insanların farklı türden olaylara güldüğüne dair çok fazla şey söylememişlerdir. Bununla beraber, bu farklılıkları açıklayabilmek için mizah kuramcılarının düşüncelerinden çıkarım yapmak mümkündür. Bu amaçla literatür incelemesi özellikle bireysel farklılık araştırmalarında en etkili olan mizah kuramlarına ve kuramsal yaklaşımlara odaklanacaktır. Böylesi bir inceleme gülmenin temellerine ışık tutmak adına gereklidir.

1.1. Psikoanalitik Kuram: Rahatlatıcı Mizah

Freud, neden belli şakalara güldüğümüzün ve diğerlerine gülmediğimizin arkasındaki gizli motifleri ortaya çıkarmaya çalışmıştır. Freud üç farklı tür veya eğlenceli tecrübeyi; şakalar, komedi ve mizah olarak birbirinden ayırmıştır (Christoff ve Dauphin, 2017). Bunların her biri gülme formunda yayılan psişik enerjinin saklanması veya idareli kullanılmasını içerir. Şakalar, bireyin normalde bastırılan bilinçsiz agresif ve cinsel dürtülerini ifade etmesini sağlayan birçok bilişsel (yer değiştirme, yoğunlaşma ve birleştirme) teknikten faydalanır. Freud, normalde bu libidinal dürtüleri bastırmak için kullanılan kısıtlayıcı enerjiye aşırı yüklenme olduğu zaman enerjinin dışavurumu olarak gülmenin gerçekleştiğini savunur (Freud, 1960).

Freud'un gülme ile ilgili ikinci kategorisi olan komedi de ise güldürü komedisi veya sirk palyaçoları gibi eğlencenin sözsüz kaynakları yer alır (Peacock, 2014). Freud'a

göre, bu gibi durumlarda izleyici olması gereken şeye dair olan beklentiyle bir miktar bilişsel enerjiyi harekete geçirir (Freud, 1960). Beklenen şey olmadığında, bu sıkışan bilişsel enerji harekete geçer ve gülme şeklinde dışavurum gerçekleşir. Freud, komedinin kişinin kendi veya başkalarının çocuksu davranışlarına yönelik hoşnutluk kahkahasını içerdiğini öne sürmüştür, bu gülmeye ise “kaybolmuş çocukluk kahkahasının geri kazanılması” adını vermiştir (Freud, 1960, s. 224). Freud’a göre, komedi bir “maske düşürme” eylemi, bir diğer deyişle günlük hayatımızda bastırmak zorunda olduğumuz (hassas konular, sosyal yasaklar ve tabular) dürtülerin serbestçe ortaya çıkarılmasını sağlayan bir mekanizmadır.

Üçüncü kategori olan ve genellikle Freud’un rahatlama kuramıyla ilişkili olan mizah ise bireylerin korku, üzüntü veya öfke gibi olumsuz duyguları normalde tecrübe edeceği sırada durumdaki eğlendirici veya uyuşmaz unsurların bu bireylere söz konusu duruma ilişkin farklı bir bakış açısı kazandırdığı ve bu olumsuz etkiyi yaşamaktan kaçınmalarını sağlayan anlarda ortaya çıkar (Shurcliff, 1968). Mizah olumsuz duyguyla ilişkilendirilen, ama artık aşırı yüklenmiş olan enerjinin açığa çıkmasıyla baş gösterir. Freud’a göre mizah, bireyin olumsuz bir duygunun etkisi altına girmeden zor bir olayla yüzleşmesine olanak sağlayan bir tür savunma mekanizmasıdır (Shurcliff, 1968).

Freud’un rahatlık veren mizahın daha çok psikolojik ve kişisel yönlerine (örneğin cinsel mizah) odaklanan kuramının aksine, öykücüler mizahı bir nefes temiz hava yaratarak güç, umut ve devam etme güdüsü ve geri adım atarak ve durumları sorgulayarak olaylara yeni bir bakış açısı sağlayan bir unsur olarak görürler. Bakhtin, en özgür olduğumuz zamanın güldüğümüz zaman olduğunu savunmuştur (2001); çünkü ancak o zaman içinde yaşadığımız dünyanın sorgulanmaksızın kabul edilme durumunu sorgularız ve tersine çeviririz. Bir diğer yandan, bazı filozoflar gülmenin doğası gereği başkaldıran, demokratik ve ilerleyen nitelikte olduğunu savunurken, diğerleri ise kültürel olarak kısıtlayıcı olduğunu ve statükoyu tasdik ettiğini öne sürer. Bergson (2012), toplumun gerektirdiği şekilde adapte olamayan katı bireylere güldüğümüz için, gülmenin bir disiplin gücü görevi gördüğünü savunmuştur. Gülmeyi toplumun bireylerini ehliileştirmek ve sosyal disiplini sağlamak için kullandığı önemli bir araç olarak tanımlamıştır. Dolayısıyla gülmenin belli sosyal esnekliğe olanak tanıdığını, ancak temelde insanların bazı gelenekleri ve rutinleri sürdürmesini ve çizgiyi aşmamasını sağladığını savunmuştur (Bilig, 2005, s. 131). Gülmenin disipline edici etkisi ekseninde insanlar aşağılanmış hissedeceği için kendilerine gülünmesinden hoşlanmazlar. Dolayısıyla, gülmede iyi niyet aranmaz (Berlant, 2015). Bergson (1900, s. 274), “gülmenin doğal ortamı aldırmaçlık, en büyük düşmanı ise duygulardır” der ve komedinin kalbin anlık anestezisi gibi bir şey olduğunu da eklemiştir; sosyal empatinin baskılarından kurtardığını böylelikle şakanın hedefine karşı acımasız olabilmeyi mümkün kıldığını ifade etmiştir.

1.2. Uyuşmazlık Kuramları

Psikoanalitik kuram duygu ve motivasyona dikkat çekerken, uyuşmazlık kuramları mizahın bilişsel unsurlarına odaklanır. Bu yaklaşıma göre mizah, normalde farklı olan iki ayrı fikrin, kavramın veya durumun şaşırtıcı veya beklenmedik şekilde bir araya getirilmesini içerir. Mizahın uyuşmazlık kuramının önde gelen temsilcisi Kant, beklenmedik, tuhaf bir durum olduğunda güldüğümüzü savunur (Morreall, 1982). En başta bir anlamda (genellikle ciddi) algılanan şey aniden tamamen farklı bir bakış açısıyla ele alınır (genellikle mantıksız veya gülünç) ve esas beklenti gülmenin eşlik ettiği hoşnutluk verici bir tecrübeyle sonuçlanarak adeta bir baloncuk gibi patlar. Kant beklenti ile tecrübe arasındaki boşluğa odaklanırken, Schopenhauer ise duyu algıları ile soyut rasyonel bilgi

arasındaki boşluğa dikkat çekmiştir (Lewis, 2005, s. 36). Schopenhauer, “her durumda gülmenin nedeni basitçe bir ilişki içinde olduğu düşünülen bir kavram ile gerçek objeler arasındaki uyumsuzluğun aniden fark edilmesidir ve gülme yalnızca bu uyumsuzluğun ifade edilmesi olduğunu belirtir. O halde gülmenin her hali bir paradoks ile ortaya çıkar. Komedinin trajedideki durum gibi acı verici veya yıkıcı olmayan bir hata veya uygunsuzluk olduğunu unutmamak gerekir. Kant’a göre, komedi günlük güç yapılarındaki uyumsuzlukları ve doğallığı ortaya çıkararak alışılmışı alışılmamışa dönüştürebilir ve eleştiri fırsatları yaratabilir (Morreall, 1982). Bu şekilde, mizahşörlere kültürün yerleşik normlarına tartışmadan ziyade “nükte” yoluyla meydan okuyabilir. Bu aynı zamanda Locke’un gülmenin entelektüel uyumsuzluktan ortaya çıktığı tanımlaması ile de desteklenir (Eğilmezler, 2015, s. 66). Mizah, zihnin nükte ve çabukluğunun bir sonucudur. Locke, gülmenin ardındaki duygusal dinamiklerden ziyade bilişsel süreçlere odaklanarak nükte ile mizahı birbirinden ayırmıştır (Eğilmezler, 2015, s. 67). Gülmedeki zevkin arkasındaki neden, algılama duyumuzun bilinçli düşünme süreçlerini alt ettiği gerçeğidir. Algı esas bilgi iken, düşünme genellikle korku ve pişmanlık aracıdır. Bizi neşelendiren ve gülmeyi ortaya çıkaran hayatlarımızdaki bu buyrukçu gücün yenilgisidir. Beklentiler gerçeğe çatıştığında, hayata gülünür (Eğilmezler, 2015, s. 67).

1.3. Üstünlük/Aşağılama Kuramları

Üstünlük veya aşağılama kuramları, temelleri Platon ve Aristoteles’e dayanan eski mizah kuramları arasında yer alır. Aristoteles gülmenin temelde zayıflık ve çirkinliğe verilen bir tepki olduğu sonucuna varmıştır. Hobbes ise mizahı “başkaları üzerindeki üstünlüğümüzü fark ettiğimizde aniden gelen zafer hissi” olarak tanımlar (Stefanova, 2012, s. 64). “Gülme tutkusu, başkalarının güçsüzlüğü veya geçmişteki kendi güçsüzlüğümüz ile kıyaslandığında üstün olduğumuzu aniden anladığımız zaman ortaya çıkan ani zafer hissinden başka bir şey değildir” şeklinde devam eder (Kuipers, 2008, s. 371). Dolayısıyla, mizahın bir kişinin veya geçmiş hatalarımızın veya akılsızlığımızın küçük görülmesinden doğan bir üstünlük duygusundan ortaya çıktığı düşünülür. Gruner (1978, 1997) bu yaklaşımın en açık sözlü çağdaş şampiyonlarından biridir. “Alay tüm mizahi materyallerin temel bileşenidir ve ... mizahi materyalin bir parçasını anlamak için yalnızca kiminle nasıl ve neden alay edildiğine bakmak gerekir” demiştir (Gruner 1978, s. 14) ve eklemiştir “gülmek için gerekli ve yeterli olan şeyin kaybetmenin anılığı ile birlikte küçümsenecek veya alay edilecek bir mağlubun birleşimidir” (Gruner, 1978, s. 31). Gruner, mizahın insanlarda taklit ve alay ile savaşta kazananın kahkahasından kelime oyununa, şakalara ve bilmecelelere evrildiğini öne sürmüştür.

2. Mizahın Sosyal İşlevleri

Yukarıda bahsedildiği üzere, mizahın aşağılama/üstünlük yaklaşımı, mizahı daha çok öfkeyle, düşmanlıkla ve küçümsemeyle ilişkilendirilen olumsuz insan eylemi olarak resmediyor gibi görünür. Ancak, mizaha yönelik birkaç kuramsal yaklaşım, küçümseme/üstünlük yaklaşımının bir türevi olsa dahi mizahın kişinin dış bir tehdide karşı öz saygısını ve yetkinlik duygusunu güçlendirdiğini öne sürerek daha pozitif bir yaklaşım benimsemiştir. İşlevselci yaklaşım mizahı sosyal işlevleri ve sosyal düzenin korunmasına yönelik katkısı bakımından açıklar. Kuipers (2008) mizaha yönelik işlevselci yaklaşım çerçevesinde üç katlı bir bölümlendirme geliştirir. Mizah öncelikle yatıştırılacak gerilime yönelik bir güvenlik vanası görevi görerek rahatlatıcı işlevini gösterebilir. Mizaha atfedilen ikinci işlev ise sosyal kontroldür ve mizahın toplum içinde zaten var olan hiyerarşik düzeni güçlendirmek için kullanıldığı durumları örneklendirir. Bu işlev Bergson’un toplum düzeltici olarak mizah ve gülmeye yönelik kuramını akıllara getirir. Mizah yoluyla sosyal

kontrolün sağlanmasına bir başka örnek ise üstünlüğün tersine herkesin hiyerarşi anlamında değersiz olan alt grupla dalga geçtiği bir sosyal gruptaki “aşağılama”dır. Bu şaka türü sosyal hiyerarşiyi yansıtır ve insanları “yerinde” tutarak sosyal düzenin korunmasına yardımcı olur (Kuipers, 2008, s. 369). Mizahın üçüncü işlevi ise tecrübeleri paylaşmanın ve grup içerisinde bir kimlik oluşturmanın yanı sıra, insanları bir araya getiren ve dayanışma ortamı oluşturan sosyal uyumdur. Mizahın sosyal uyum işlevinde, şakayı anlamayan diğer kişileri veya şakanın hedefi olanları dışlamak gibi başka bir yön vardır.

İşlevselci yaklaşım 1950li ve 1960lı yıllarda eleştiri yağmuruna tutulmuş ve mizahın sosyal düzeni güçlendiren yönlerine odaklanan bu yaklaşımlar da sorgulanmıştır. Bunun yerine, işlevselci yaklaşımları tamamlamak için daha fazla kapsam ve içeriğe dayalı analizler yapılmıştır. Dolayısıyla, yakın zamanlardaki çalışmalarda daha çok çoklu sosyal roller ve mizah işlevlerinden bahsedilmiştir. Mizah, çatışmayı ifade ederek, direnmeye sevk ederek ve başkalarını suçlayarak, küçümseyerek veya taşlayarak sosyal düzene katkı sağlamasının yanı sıra, bir “tehdit” olarak da algılanır hale gelmiştir (Kuipers, 2008, s. 371). Bu nedenle, mizahın işlevleri sabit olarak değil, tam aksine sosyal bağlama, ilişki türüne, vb. bağlı olduğu şeklinde değerlendirilmiştir. Çatışma yaklaşımı mizahı bir hoşnutsuzluğu dile getirme aracı olarak görür ve mizahı sosyal çatışma ile ilişkilendirir. Mizahı “baskıdan kurtulma” bakış açısıyla gören işlevselci yaklaşımın aksine, çatışma yaklaşımı mizahın sosyal rolünü dayanıklılık ifade eden bir silah ve savunma mekanizması olarak değerlendirir (Kuipers, 2008). Bazı kuramcılar, mizah yoluyla muhalefetin ifade edilmesinin yalnızca çelişkili durumlarda dengeyi sağladığını savunurken, diğerleri ise başka şekilde anlatılamayan ve sorgulanmayan konular ile ilgili konuşmayı mümkün hale getirdiğini öne sürer (Sturges, 2010, s. 277). Literatürde ise mizahın sosyal rolü ve işlevi ile ilgili dört ana tema yer almaktadır (Eğilmezler, 2015, s. 67).

2.1. Muhalefet, Başkaldırı ve İfade Özgürlüğü

Mizah, insanları günlük hayatta tanık oldukları statükoyu ve adaletsizlikleri sorgulamaya sevk eden bir değişim katalizörü olabilir. Herkes kendisine bir şeyin dayatılmasından korkar. Kimsenin sesini çıkarmadığı ve herkesin kendisini bir güç merkezi olarak empoze etmeye çalıştığı bir sosyal düzende özgür ortamdan bahsedilemez. Bu ortam faşizmin paylaşıldığı bir ortamdır. Olumsuz düşünceler baskılanır, problem büyür ve iletişim yalnızca kavga şeklinde meydana gelir. Mizah insanlara kendilerini savunma umudu ve gücü verir. Etkili bir iletişim aracıdır ve potansiyel değişim faktörüdür. Adeta bir ağrı kesici ve antidepresan görevi görerek yalnızca statükonun katlanılabilir olmasını sağlamakla kalmayıp aynı zamanda insanların bakış açısını değiştirmekte ve ufuklarını genişletmekte etkilidir. Umuda mizah ve mizahla karşı koyma ile ortaya çıkan toplum duygusunun eşlik ettiği dikkate alınarak mizahı şiddetli saldırılarla başa çıkmak ve kendini savunmak için bir araç olarak kullanarak, gülmenin olduğu yerde her zaman umut olduğu sonucuna varılabilir.

2.2. Nükteli Savunma

Mizah, şiddetli saldırılarla akıllıca başa çıkma ve kendini savunma aracıdır.

2.3. Terapi, Umut ve Yaşam

Mizah bir antidepresan ve terapi mekanizması görevi görür. Mizah, bir nefes temiz hava ve dünyaya yeni bir bakış açısı yaratarak güç, umut ve dayanma duygusu verir. Bu da insanların gerçekleriyle yüzleşebildikleri bir terapi ortamı oluşturur. Yetkililerin baskıcı yönelimleri ve toplumun muhafazakar yönelimlerinin yüksek olduğu Türkiye gibi

toplumlarda mizah, hayat tecrübelerinin karanlığını ve üzüntüsünü hafifleten bir rahatlama duygusu sağlar.

2.4. Özdüşünüm, İletişim ve Toplum

Mizah bir sosyal iletişimi ve hoşgörüyü artırma aracıdır. İzleyiciler arasında güçlü ortak bir duygu ve ortak bağlayıcı dil sayesinde toplum oluşumunu kolaylaştırır. “Güçlü görünmek” durumu yüceltilir. Hafiflemek için üzerimizdeki bu ağır yükten kurtulmamız gerekmektedir. Yardım etmek daha yumuşak bir empati ve toplum kültürü yaratır. “Güçlü görünmek” kutsallaştırılır ve kişinin kendisiyle alay etmesi zayıflık olarak görülür. Böylesi bir ortamda mizah, iletişimi daha kolay bir hale getirmek ve duvarları yıkmak için güçlü bir araç görevi niteliğindedir.

3. “Sen Hep Gülümse” Reklam Filminin Göstergibilimsel Çözümlemesi

Reklam filmini oluşturulan sahneler incelendiğinde, filmin anlatısında iki karşıtlık göze çarpmaktadır. Reklam filminde karşıtlık unsuru olarak gülme edimini seyirciye sunulmaktadır. Kahkaha toplumundan yana olmayan toplumlarda, gülme ediminin toplumsal yaşamla uyuşmayan eğilimleri cezalandırması ve düzeltilmesi açısından disipline edici bir gücü olduğu düşünülür. Bir şeye gülmek, gülünmek, gülünen için bir aşağılama ve gülen için bir üstünlük hissine sebebiyet vermekte ve böylelikle bir güç silahı olarak kullanılmaktadır. Gülmek insan tabiatının en doğal, en saf ifade biçimiyken, sevincin veya rahatlamanın bir ifadesiyken nasıl olur da “kötü”, “karanlık” bir anlama dönüşebilir ve sosyal sınırlamalarla kısıtlanması beklenir? İşte bu tezatlık “Sen Hep Gülümse” reklam filminde de kullanılmakta; yaşadığımız karanlık günlerde hayata tutunmak adına gülmenin kattığı can suyu etkisine gönderme yaparak Ziraat Bankası’nın yaptığı başarılı işlerle insanların yüzünü güldürdüğü, sevgiyle anıldığı, unutulmadığı, güler yüzüyle bir bankadan daha fazla olduğu vaadini izleyiciye etkili bir şekilde aktarmaktadır. Reklam çözümlemesi sunarken karşıtlıklar temalandırılarak ilişkili olan reklam kareleri etiketlenmiştir. Tema 1: Gülmek- karanlık, olumsuz, kötü. Sosyal sınırlamalarla hem toplumsal hem de bireysel düzeyde kontrol altına alınması gereken bir edim. Tema 2: Gülmek- aydınlık, olumlu, iyi. İnsanın çocuksu yanını kaybetmemesi, adeta bir çocuk saflığıyla, önyargı olmaksızın gönlünce gülmesi, rahatlama, hayata tutunması şeklinde etiketlenilerek reklam filmdeki sahneler çözümlenecektir.

Görsel 1. “Sen Hep Gülümse” Reklam Filmi Açılış Sahnesi



Görsel 1 (**Tema 1**): Reklam filminin ilk karesi arka fonda parkta oynayan çocukların sesleri eşliğinde açılıyor. Seyirci, bu sahnede iki erkek çocuğun arasındaki zorbalığa şahit olmaktadır. Birbirlerine dikleşerek adeta meydan okuyan iki çocuktan büyük olanın bedeninin aldığı pozisyondan anlaşılacağı üzere diğer çocuğun algısında fiziksel üstünlük oluşturma çabalarına tanık olunmaktadır. İki erkek çocuğunun bu duruşu ve arka fondaki dramatik melodi izleyiciye bu çocuklar arasında bir kavganın patlak vermek üzere olduğunu anlatmaya çalışmaktadır. Zayıf ve kısa olan erkek çocuğunun kendisinden hayli iri yapıda olan çocuğa “Gülmeyeceksin!” diye emir vermesiyle ve karşı tarafın diklenen bir ses tonunda “Gülerim!” diye karşılık vermesiyle reklam filmi başlamaktadır.

Görsel 2. Gülmeyeceksin Tartışmasını Yaşayan İki Erkek Çocuğunun Sahnesi



Görsel 2 (**Tema 1**): Bu iki erkek çocuğun arasındaki kavganın reklam vaadinin doğduğu odak noktası olduğunu karakterlerin ekranın tam ortasında izleyicilerin bakışlarının kenetlendiği noktaya konumlandırılmasından anlaşılıyor. Bu karede yakın planda zorbalığa maruz kalan çocuğu görülmektedir. Aslında kendisine müdahale edilmesinden hoşlanmayıp kendisine zorbalık gösteren arkadaşına iyice sinirlendiğini ve bu gerilim ile aslında bu sahneden sonra seyirci bir sürprize hazırlanmaktadır. Bu sahneden de anlaşılacağı üzere genellikle reklam filmi boyunca çekim ölçeği olarak yakın planlar kullanıldığı fark edilmektedir. Sadece açılış ve kapanış sahnesi olmak üzere boy plan kullanılmıştır. Kendisinin kaile alınmadığını düşünüp iyice sinirlenen küçük olan çocuk bu sefer istediğini daha sert bir şekilde bir dile getirmektedir: “Gülmeyeceksin işte!” şeklinde.

Görsel 3. Bir Simgesi Olarak Bisiklet Sahnesi



Görsel 3 (**Tema 2**): Ancak gerilim bir yetişkin bisikletinin kareye girmesiyle hafiflemektedir. Tam bu sırada sözlü atışma sanki zorbalığa uğrayan çocuğun “Ya n’olmuş güldüysek?” sözüyle devam edecek gibi algılanmaktadır. Bu söz ile yavaş yavaş izleyiciye gülmenin bir suç olmadığı, farklı anlamlar çıkarılmaya çalışılmaması gerektiği önerilmeye başlanmaktadır. Aynı zamanda gülmenin getirdiği özgürleştirici güç ile düşündürdüğü, sorgulamaya davet ettiği ve böylelikle akli uyuşturan sınırlamalardan kurtulan ruhun baskın güç (zorba, ideolojiler, altyapı ve üstyapı oluşumları) karşısında geri basmayıp kendini ifade edebilmesine gönderme yapmaktadır. Kemal Sunal karakterini canlandıran oyuncunun vasıta aracı olarak bisiklet kullanması dikkat çekici bir öğedir. Reklam filminin anlatı yapısı güçlendiren bu öğe aslında çocukluğa dair bir gönderme olduğu düşünülmektedir. Simgesel olarak kullanımıyla Sunal’ın çocuk saflığına, temiz kalbine ve tiplerinde resmedilen yaşına göre gelişmemiş zekasına gönderme yapılmaktadır. İlerleyen karelerde ise çocuklardan biriymiş gibi olmanın yanı sıra onların sözcüsü, geleceklerini aydınlatacak bir elçi olarak konumlandırılmaktadır. Bisikletin kadraja girdiği anda kameranın görüş açısının bisikletin fenerine odaklanması da Sunal’ın karanlığı aydınlatmaya geldiği yönündeki önergeyi pekiştirir nitelikte olduğu düşünülmektedir.

Görsel 4. Kemal Sunal’ın Bisikletiyle Kadraja Girdiği Sahne



Görsel 4 (**Tema 1**): İzleyicinin sesinden hemen tanıdığı ama bir yandan da kendisinin vefat etmesinden dolayı emin olamadığı bir yetişkin görülmektedir. Bu yetişkin kavgayı “Arkadaşlar! N’oluyor?” sözüyle bölmektedir. Çocuklardan biri cevap vermektedir: “Nolacak, durduk yere her şeye gülüyor işte!”. Bu cümleyle gülmenin sosyokültürel sınırlamalarına vurgu yapılmış ve ancak bir aptalın gerekli gereksiz güldüğünü ima etmektedir. Atışan çocuklar bir yetişkinin muhtemel bir kavga durumuna müdahale etmek için gelmiş olma olasılığına aldırmandan pozisyonlarını korumaktadırlar. İşte tam bu sırada kadrajda boynun aşağısının gösterildiği yetişkin iki çocuğun arasında durmaktadır ve seyirci gerek ses tonundan gerek hafızalara kazınan konuşma tarzından gerekse kostümünden bu gizemli yetişkinin Kemal Sunal olduğunu anlamaktadır.

Tablo 1. Kemal Sunal'ı Görmeden Önce Reklam Filminde Karşılaşılan Göstergeler

Gösterge Türü	Gösterge	Gösteren	Gösterilen	Yan Anlam
Görüntüsel	İnsan	Çocuk Topluluğu	Sosyalleşen Çocuklar	Toplumun geleceğini simgeleyen topluluk
Belirtisel	Mimik	Kızgınlık	Öfke	Birbirlerine yüzlerini dönmüş olmaları, birbirlerine doğru hafif eğik bir duruş pozisyonunda olmaları, yumruklarının sıkılı oluşu, başlarının öne eğik olması, çatık kaşları, gergin dudaklarıyla bir kavga anını gösteriyor.
Görüntüsel	Mekân	Çocuk Park Alanı	Çocukların Mekânı, Geleceklerine Açılan Kapı	Çocukların Mevcut Evreni, Kendileri İçin Önemli Bir Gelişim Alanını ve "Bugünü"nü Simgeliyor.
Görüntüsel	Atmosfer	Kapalı Hava	İşksiz, Kasvetli Ortam	Mevcut Karamsar Koşullar.

Görsel 5. İki Arkadaşın Atıştığı Sahne

Görsel 5 (**Tema 1**): Bu karede kameramanın yukarı tilt hareketiyle gizemli yetişkinin yüzü gözler önüne serilmiştir ve tam da bu esnada Kemal Sunal karakterini Türk halkına kazandıran Hababam Sınıfı serilerinin fon müziğinin melodisi duyulmaktadır. Dikkat çeken bir başka detay ise reklam filminin hâkim olduğu atmosferdir. Kemal Sunal'ın kadraja girene kadar geçen sahnelerde ortam ışığı kasvetli ve daha karamsarken sonrasında güneşli bir hava hakimdir. Çocuklar arasında atışmanın devam ettiği anlarda Kemal Sunal'ı fark etmemektedir. Zorbalığa maruz kalan çocuğun "Sanki sen hiç gülmüyorsun" ifadesi gülmenin gayet doğal bir iletişim aracı olduğunu önerirken (**Tema 2**) zorbanın "Hiç de bile gülmüyorum!" (**Tema 1**) deyip "Kendi kendine gülünlere ne derler biliyor musun?" diye eklemesi gülmenin kesinlikle kabul edilemeyecek bir şey olduğunu ve deli saçması olduğunu önermektedir.

Görsel 6. Çocukların Yetişkine (Kemal Sunal) Gösterdikleri Tepki

Sen de yerli yersiz gülenlerdensin galiba amca!

Görsel 6 (**Tema 1**): Çocukların atışmalarına meşhur gülüşü ve ünlü replikleriyle karşılık veren Kemal Sunal çocukların tepkisiyle karşılaşmaktadır. Sunal'ın gülmekten rahatsız olan çocuk Sunal'a: “Sen de yerli yersiz gülenlerdensin galiba amca!” demektedir. Bu ifadeyle gülmenin sosyo-kültürel sınırlamalarla kısıtlanmış olduğu önerisi yatmaktadır. Gülmek kimin ya da neyin tekelindedir? Yerinde gülmeyi kim tanımlamıştır, hangi durumlar yerinde gülmektir? Bu ifadeyle insanın en doğal parçası olan gülmek sınırlamalar içine sokulmuştur.

Görsel 7. Çocukların Kemal Sunal'ı Tanıdıkları Sahne

Gülmek fena mı ya? Ben mümkünse hep gülerim.

Görsel 7 (**Tema 2**): Bu karede Sunal, gülmenin kötü bir şey olmadığını çocuklara söylemektedir. “Gülmek fena mı ya? Ben mümkünse hep gülerim.” Bu ifadeyle karakteri canlandıran oyuncu izleyicilerin ve filmdeki oyuncuların gülmeye karşı bakışını değiştirmeye davet etmektedir. Sonrasında kavga eden çocukların bankta oturan diğer arkadaşlarına kamera dönmekte ve reklam filminde önemli bir odak noktasında yer alan kız çocuğu karakteri Kemal Sunal'ı hemen tanımaktadır ve “Kemal Sunal değil mi o?” demesiyle arkadaşları Sunal'ın yanına neşeye koşar adım gitmektedirler. Dikkat çekici unsurlardan bir diğeri ise erkek çocuklarının içinde bir tane kız çocuğun olmasıdır. Kemal Sunal ile ilk iletişime geçen ve çocuk oyuncuların içinde en çok gülümseyen kendisi olmasının yanında reklam filmi boyunca tüm duygusal önermeleri aktaran tek kişi de bu kız çocuğudur. Bunun tesadüfî bir kurgu olmadığı ve Türk halkının ataerkil yapısına gönderme yapıldığı düşünülmektedir. Sevimli bir kız çocuğunun anlatısıyla anlatı yapısı daha da güçlenmektedir. Aynı zamanda seçilen kız çocuğunun mavi gözlü olması da

üzerinde düşünülmesi gereken bir noktadır. Mavi renk umut, inanç ve özgürlük duyguları aşıladığından ve reklam dilinde aydınlık olanı, özgürlüğü simgelediğinden Kemal Sunal'ı görünce gülen bir çift mavi göz umut dolu aydınlık bir geleceğe gönderme yapmaktadır. Bu noktada da bankanın vaadiyle özdeşim sağlanmaya çalışılmaktadır.

Görsel 8. Kemal Sunal ve Çocukların Gülme Üzerine Konuştukları Sahne



Görsel 8 (Tema 2): Küçük kızın arkadaşlarından bir erkek çocuğu “Bakma sen bunlara Kemal abi. Gülmek hiç fena olur mu?” diyerek gülmenin aslında kötü bir şey olmadığına vurgu yapmaktadır.

Görsel 9. Küçük Kızın Umut Dolu Bakışları



Görsel 9 (Tema 2): Bu karede küçük kız Sunal'a “Hem zaten sen gülünce herkes gülüyor. Ama herkes derken herkes” diyerek Sunal'ın tüm insanları güldürdüğünü, mutlu ettiğini ifade etmektedir. Küçük kızın ses tonundaki ve yüz ifadesindeki burukluk bu zor zamanlarda yurdumuzun, milletimizin ve hatta tüm dünyanın gülmeye hasret kaldığını ima

etmektedir. Küçük kızın “Ve sen öyle güzel gülüyorsun ki Kemal abi, gülüşün unutulmuyor” demesi Türkiye’nin gülen ve güldüren adamı olarak Kemal Sunal isminin literatürde tanımlanmasını açıklar niteliktedir. Bu diyalog bir erkek çocuk oyuncu tarafından söyleneceği reklamın etkisi daha farklı olabilirdi. Bu noktada kültürel kodların devreye girdiği düşünülmektedir. Küçük kızın “Bizim için gülmeye devam et, tamam mı?” demesi ve devam etmesi aslında toplumca, milletçe gülmeye hasret olduğumuzu ve geleceğimiz için bunun gerekli olduğunu vurgulamaktadır.

Görsel 10. Reklam Filmine Dair Tüm Sembollerin Bulunduğu Sahne



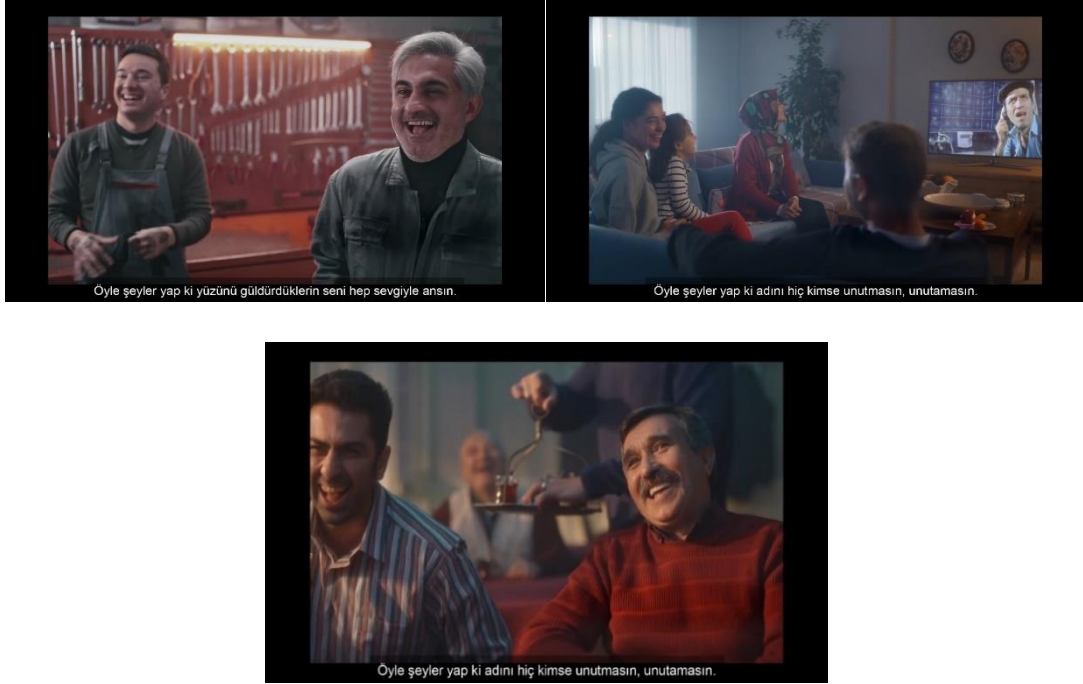
Görsel 10 (**Tema 2**): Sunal “Merak etme sen o iş bende” diyerek Türk halkının yüzünü güldürmeye devam edeceğini belirtmektedir. Yani reklamı yapılan banka ile bir özdeşim kurarak aslında bankanın vaadi olan mesajı vermek istemektedir.

Görsel 11. Reklam Filminin Ziraat Bankasına Ait Olduğunun Gösterildiği Sahne



Görsel 11 (**Tema 2**): Reklam filminin Ziraat Bankası’na ait olduğu gösterilmekte ve bankanın vaadi izleyiciye sunulmaktadır.

Görsel 12. Kemal Sunal Filmlerini İzleyen Halktan Kareler



-Öyle şeyler yap ki yüzünü güldürdüklerin seni hep sevgiyle ansın.

-Öyle şeyler yap ki adını kimse unutmasın, unutmasın.

-Ziraat Bankası güler yüzüyle 157 yıldır bir bankadan daha fazlası.

Bu ifadeler reklam metni olarak izleyiciye aktarılırken sunulan görseller çeşitli kesimlerden emekçileri, kahvehanelerdeki yerel halkı ve orta sınıf aile ortamından kesitler paylaşarak aslında halktan biri olarak Kemal Sunal gibi Ziraat Bankasının da halkın bankası olduğunun altı çizilmeye çalışılmaktadır. Yukarıdaki ifadelerle Ziraat Bankası, Türk toplumunun gönlünde taht kurmuş Kemal Sunal ile kendi sunduğu artı değeri arasında bir benzetme yaparak yaptığı başarılı işlerle insanların yüzünü güldürdüğünü, sevgiyle anıldığını, unutulmadığını, güler yüzüyle bir bankadan daha fazla olduğunu izleyiciye aktardığı düşünülmektedir.

Tablo 2. Kemal Sunal'ın Kadrajda Görünmesiyle Reklam Filminde Karşılaşılan Göstergeler

Gösterge Türü	Gösterge	Gösteren	Gösterilen	Yan Anlam
Görüntüsel	Vasıta	Bisiklet	Yetişkin Bisikleti	Çocukların elçisi olarak konumlandırılmış oyuncunun bisikleti sürmesi, çocuklardan biri olduğunu, onların elçisi görevinde konumlandırıldığını aktarıyor.
Görüntüsel	Atmosfer	Güneşli Hava	Aydınlık Ortam	Kemal Sunal karakterinin getirdiği, kalpleri gülümseten, kasveti dağıtan etkisi.
Belirtisel	Mimik	Bakış	Alaycı Bakış	Gözleri kısarak ve dudağı bükerek "sen de yerli yersiz gülenlerdensin galiba amca" ifadesiyle pekiştirilmiş gülmeye karşı alaycı duruş.

Görüntüsel	Nesne	Bisiklet Feneri	Karanlığı Aydınlatmaya Yarayan Nesne.	Gençlerin geleceğine ışık tutacak bir simge olarak kullanılmakta.
Görüntüsel	İnsan	Çocuklar	Koşarak Etrafında Toplanmak	Kemal Sunal karakterine duyulan hayranlık.
Belirtisel	Mimik	Gülümseme	Samimiyet, İçtenlik, Mutluluk Hali	Samimi, rahat, içten ve mutlu olmak
Görüntüsel	İnsan	İnsan Toplulukları	Kemal Sunal Filmlerini İzleyen İnsanlar	Kemal Sunal filmlerinin insanları bir araya getirip yüzlerini güldürdüğü
Görüntüsel	Simge	Sözcük Öbekleri (Motto)	Ziraat Bankası	Tam 157 yıldır bu topraklarda halkın yüzünü güldüren banka.
Görüntüsel	İnsan	Kadın	Ziraat Bankasının Kapısından Yüzünden Gülümsemeyle Çıkan Müşteri	Ziraat Bankası müşterilerinin yüzünü güldürdüğü
Görüntüsel	Nesne	Evrak Dosyası	Kırmızı Dosya	Ziraat Bankası'nın kurumsal rengi kırmızı olduğu için banka dosyasını simgeliyor.
Görüntüsel	Simge	Logo	Buğday Başağı	Tarım toplumu olan Türkiye'nin ve toprağımızın bereketinin bir simgesi.

Görsel 13. Reklam Filminin Kapanış Sahnesi



Reklam filminin bu kapanış sahnesi aslında izleyici de Kemal Sunal keşke yaşasaydı hissini uyandırmakla birlikte teknolojiyi bilen ve kullanan bir nesli vurgulamaktadır. Bu noktada da bankanın teknoloji ile iç içe olduğu aslında dijitalleşme noktasında bir mesaj vermektedir.

Sonuç ve Tartışma

Toplumbilimciler, mizahın insanları nasıl bir araya getirdiğine ve kahkahanın toplulukları nasıl güçlendirdiğine dair tartışmalar öne sürmektedir. Bu yaklaşımı savunan görüşlere göre mizah sosyaldır, kahkaha her zaman başkalarıyla paylaşılır ve bu neşe dolu sosyalleşme şekli insan hayatı için gerekli olduğundan dolayı mizahın iyi bir şey olduğu kabul edilir ancak Fromm ve Adorno mizaha ilişkin bu naif varsayımlara meydan okuyarak mizahın kültürel bir ürün olduğunu ileri sürmektedir (Hietalahti, 2017, s. 91). Herkes mizahi olay ve durumları kendisine özgü bir şekilde anladığından ve deneyimlediğinden dolayı, mizah anlayışının tamamen kişiye özgü bir özellik olduğu düşünülmektedir. Adorno ve Horkheimer (1947), kültür endüstrisinin ve bunun bir parçası olan mizahın, kişiler ve toplumlar üzerinde nasıl uyuşturucu ve bunaltıcı bir etki yarattığına odaklanmaktadır. Mizah anlayışı insanı benzersiz kılan bir özellik ve bireyselliğin göstergesiyse, sosyal, ekonomik ve kültürel ortamın bu benzersiz özelliği bozarak bizleri diğer insanlarla aynılaştırması endişe vericidir; “Günümüz kültürü, her şeyi aynılaştırmaktadır” (Horkheimer ve Adorno, 1947, s. 94). Fromm (1947), kapitalizm mantığının insan hayatının en önemli ilkesi haline gelmesini ve bu endüstrideki tüm ürünlerin sermaye odaklı olmasını eleştirmektedir.

Eğlencenin vaat ettiği özgürlük (sözüm ona stresten kurtulma) aslında işin devam etmesidir; yani bizleri, bağımsız düşünme özgürlüğüne kavuşturmaz, aksine bağımsız düşünmemizi engeller (Fromm, 1941) çünkü eğlencemizin kökleri güçsüzlüğe dayanmaktadır (Horkheimer ve Adorno, 1947, s. 116). Komedi filmlerini izlerken kendimizden kaçır ve birer insan olarak gelişme ihtimalinden uzaklaşırız, çünkü bu tür ucuz eğlenceler, bizlere, yüzleşmek istemediğimiz sorunlardan kaçma imkanı tanımaktadır (Fromm, 1941). Kültür endüstrisi insanları iyileştirmeye çalışmaz, kendi ürünlerini tekrar tekrar üretebilmek için basit ilaçlar sunar. Kahkahayı, yalancı bir mutluluk aracı haline getirir. Kapitalizm mantığı eğlenceye hükmettiği sürece, televizyonları ve internet kanallarını dolduran komedi ve skeç programları yalnızca popüleriteye kavuşmak ve popüler olmak için uğraşabilir, tüketicilerin mevcut zevklerine çok fazla ters düşen işler yapmaları mümkün değildir (Horkheimer ve Adorno, 1947, s. 97). Çağdaş mizahın ana sorunları da her yere yayılmış olan bu aynılık ve bir türlü sonu gelmeyen tekerrürdür. Kapitalizm mantığı toplumun genel mizah anlayışına yayılmış durumdadır, bu nedenle mizah artık yabancılaşmıştır. Diğer bir deyişle değeri piyasaya göre belirlenen bir maldan farkı yoktur.

Ancak Fromm, şakayla tetiklenen kahkahanın bir sonuç değil başlangıç olabileceğini öne sürmüştür (Fromm, 1976). Kahkahadan sonra ne olduğunu ve bu mizahi durumun ne tür etkiler doğurduğunu düşünmek gerekmektedir. Kültür endüstrisine hizmet eden bir eğlence metasına atılan kahkahaları izler kitlenin yalnızca can sıkıntısını geçiren bir ilaç olacağını; kişileri, kendilerini bunaltan durumları değiştirmeye itmeyeceği sonucuna varmıştır. Mizah, toplumsal gerginlikleri hafifleten bir emniyet sübabı görevi görmekte ve toplumun sermaye sahipleri tarafından kontrolüne yardımcı olmaktadır.

Mizahta hayatın komik yanları ele alınır, ancak aynı zamanda kişilerin gerçeğe karşı duyarsız hale gelmeleri de istenir bu ise gülme edinimi öğretilerek kazandırılır. Bu ifade “Ağlanacak halimize güleriz” sözüyle açıklanabilir; medya izleyicilere sunduğu içeriklerde gülme efekti (dizilerdeki kahkaha efektleriyle) ve çeşitli donelerle katılımcıya kahkaha atmaya davet eder. Öğrenilmiş bu edinim sonucunda kalbin anestezisi gerçekleşir, akıl dumura uğrar böylelikle tektipleştirmenin önü açılır ve kitlesel kontrol mümkün kılınmaktadır.

Fromm'un neşe ve eğlence/zevk kavramları arasında yaptığı ayrımı anlamak gerekir. Fromm, neşesiz zevkler dünyasında yaşadığımız fikrinden hareket etmektedir. Fromm'a göre eğlence de dahil olmak üzere birçok farklı zevk türü vardır ve kapitalist sistem sunduğu yapay ürünlerle insanları bu zevklere ulaştıracağını savunur. Vaat edilen deneyim yapay olduğundan "patolojiktir ve insanların içinde bulunduğu duruma yeterli düzeyde bir çözüm sunmaz" (Fromm, 1976, s. 145). Örneğin, hayallerinizi süsleyen bir araba olabilir. O arabayı alınca çok mutlu olacağımızı düşünürsünüz ve nihayetinde satın aldığınızda hayal ettiğiniz düzeyde bir tatmin ya da mutluluk getirmediğinin farkına varırsınız. Sizi çok mutlu edeceğini düşündüğünüz yeni bir arzu nesnesi belirlersiniz ve döngü kendini tekrarlar. Çağdaş mizah yalnızca seyircinin kahkaha atmasını sağlar, herhangi bir kalıcılığı yoktur. Fromm (1976) sunulan eğlencenin neşesizliğine gönderme yaparak bu tür bir mizahın neşeyi iletmeyeceğini belirtmiştir. Bu açıdan bakılacak olduğunda mizahın herhangi bir şeyin aracı veya maşası olarak düşünülemeyeceği açıktır, zira mizaha bir araç olarak yaklaşmak onu putlaştırır ve putlaştırmak sorgulamayı öldürür, tektipleştirerek insanların bireyselleşmesi önünde bir engel görevi görür. Bu ise, insanlar arasındaki farklılıkları ve benzerlikleri anlama olasılığını ortadan kaldırarak toplumu etkileyecek sorunları, problemleri tespit etmede ya da düzeltmede yapıcı bir işlev görevi görmez.

Bu noktadan hareketle, son zamanlarda özellikle reklam çalışmalarında hayatını kaybeden ünlülerin gelişen dijital teknolojiler sayesinde yeniden ekranlarda yer aldığı görülmektedir. Türkiye'de ilk kez bir reklam filminde kullanılan Deepfake teknolojisiyle yeniden hayat bulan Kemal Sunal'ın, bir marka yüzü olarak Ziraat Bankası'nın reklamında oynatılması Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar yönetmeliğince belirlenmiş etik konusunu kapsayan bent ve altbentlerinde ve kişiliğin korunması kanununa aykırılık teşkil ettiği düşünülmektedir. Türk Medeni Kanunu'nun (TMK) 28/1 maddesinde kişiliğin ölümle birlikte sona ereceği düzenlenmiş, ancak kişilik değerlerinin ölümden sonra korunup korunmayacağına ilişkin herhangi bir kurala yer verilmemiştir. Ölümle birlikte hak ehliyetinin sona ereceği kuralını öngören madde ölenin artık hukuk tarafından korunan malvarlığı veya kişivarlığı değerlerine sahip olamayacağı anlaşılmaktadır. Ancak hayatını kaybeden kişinin yakınlarının kendi kişilik haklarına dayanarak talepte bulunmaları mümkündür. Hak ehliyetini kaybetmiş bir insanın üzerinden ticari amaç güdülmesi ve itibar puanı en yüksek sektörlerden birinde bulunan bir bankanın reklam taktiği olarak tabiri caizse "ölünün diriltmesi", sinematografik unsurlardaki ve göstergebilimsel detaylardaki aykırılıklar hem Sunal'ın hem de bankanın itibarına zarar verir niteliktedir. Altını çizmek gerekir ki Sunal izleyiciye üstünlük atfederek canlandırdığı karakterler aşağılanır. Filmleri Freud'un güldürü komedisi tadındadır. Bu gerçekleri göz önünde bulundurduğumuzda Ziraat Bankası güldürü komedisi ustası Sunal ile kendini özdeşleştirerek tıpkı eğlence endüstrisinin sunduğu gibi somut bir çıktı sunmayan sadece soyut bir mutluluk vaadi önerdiğini söylemek mümkündür. Deepfake teknolojisi henüz gelişim aşamasında olduğu için Sunal karakterini canlandırmada gerçeklik ögesine dair eksikler bulunduğunu da belirtmek faydalı olacaktır. Reklam filminde Sunal birebir iletişimde olduğu çocuk karakterle göz teması kuramamış, gözleri farklı açılara odaklanmıştır. Vücudu ve başı aynı yöne bakmadığı sahneler bulunmakta ve cevaplarda kopukluklar saptanmaktadır. Bu aksaklıkların Sunal'ın aurasına zarar verdiği düşünülmektedir. Bir bankanın en büyük değeri itibarıdır. İtibar "güven" içerir. İtibar oluşumunda gerçeklik ve somut değerler itibar katsayısına etki eden en yüksek unsurlardır. Reklam filminde gerçeklik ögesinin eksik olması, ünlü kullanımı marka arasında uyumun izler kitleye aktarılamamış olması ve etik aykırılıkların bulunması reklam vadinin gerçeklik değerini

yitirmesine ve ticari amaca odaklanan bir reklam filminin ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

Kaynakça

- Abisel, N. (2003). *Sessiz sinema*. İstanbul: Om Yayınevi.
- Alkan, T. (2000). Korsan aile fertleri. *Radikal*.
- Aristotle. 1996 (367-322 B. C.). *Poetics*, (trs. M. Heath). London: Penguin.
- Atayman, V. (2007). Şarlo'dan Şaban'a, komedi türünün düzen söylemi. *Modern Zamanlar Sinema Dergisi*, (Kasım) 44. Altın Portakal Film Festivali Özel Sayısı.
- Bakhtin, M. (2001). *Karnaval dan romana*. (Çev. C. Soydemir). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bergson, H. (1900 [1911]), *Laughter: An essay on the meaning of the comic*. (trs. C. Brereton and F. Rothwell). London: Macmillan.
- Bergson, H. (2012). *Laughter: An essay on the meaning of the comic*. CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Berlant, L. (2015). A momentary anesthesia of the heart. *International Journal of Politics, Culture, and Society*, 28(3), 273-281.
- Bernays, J. and Rudnytsky, P. L. (2004). On catharsis: From fundamentals of Aristotle's lost essay on the "effect of tragedy"(1857). *American Imago*, 61(3), 319-341.
- Billig, M. (2005). *Laughter and ridicule: Towards a social critique of humour*. Sage.
- Black, D. W. (1984). Laughter. *JAMA*, 252(21), 2995-2998.
- Büker, S. (1985). *Sinema dili üzerine yazılar*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Christoff, M. and Dauphin, B. (2017). Freud's theory of humor. *Research Gate, Research Gate*. file:///Users/helenanderson/Downloads/FreudsTheoryofHumor%20(1).pdf., Erişim Tarihi: 21.03.2020.
- Darwin, C. (1872). *The expression of the emotions in man and animals*. London: John Murray.
- Demir, T. (2017). 'Gülme teorileri' kitabı dolayısıyla Doç. Dr. Rıdvan Şentürk ile... <https://akademyadergisi.com/gulme-teorileri-kitabi-dolayisiyla-doc-dr-ridvan-senturk-ile/>, Erişim Tarihi: 05.03.2021.
- Dündar, C. (1996). *Aynalar belgeseli*, Show TV.
- Eğilmezler, B. M. (2015). *Humorists' narratives on social role of humor in Turkey in a historical perspective*. Middle East Technical University, Unpublished Doctoral Dissertation.
- Evren, B. (2009). Evren, B. ile yüz yüze görüşme. 20 Mart 2009.
- Eysenck, H. (1972). Foreword to *the psychology of humor*, J. Goldstein and P. McGhee (eds.), New York: Academic Press.
- Freud, S. (1960). *Jokes and their relation to the subconscious*. New York: Norton.
- Fromm, E. (1941). *Die furcht vor der freiheit*. GW, Bd.1, Stuttgart: DVA1980.
- Fromm, E. (1976). *To have or to be*. London: Sphere.

- Gruner, C. (1978). *Understanding laughter: The workings of wit and humor*. Chicago: Nelson-Hall.
- Hietalahti, J. (2017). Socially critical humor: discussing humor with Erich Fromm and Theodor W. Adorno. *Idéias*, 8(1), 87-108.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (2006). The culture industry: Enlightenment as mass deception. *Media and cultural studies: Keywords*, 41-72.
- Kırel, S. (2006). Kırel, S. ile yüz yüze görüşme. 15 Aralık 2006.
- Kırmızı, N. (1990). *Türk güldürü filmleri üzerine yapısalci bir çözümleme*. Eskişehir: AÖF Yayınları.
- Kuipers, G. (2008). The sociology of humor. *The Primer of Humor Research*, 8, 361-398.
- Lewis, P. B. (2005). Schopenhauer's laughter. *The Monist*, 88(1), 36-51.
- Makal, O. (1995). *100 filmde başlangıcından günümüze güldürü / komedi filmleri*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Martin, R. A. (1998). Approaches to the sense of humor: A historical review. *The Sense of Humor: Explorations of a Personality Characteristic*, 15, 60.
- Morreall, J. (1982). A new theory of laughter. *Philosophical Studies: An International Journal for Philosophy in the Analytic Tradition*, 42(2), 243-254.
- Navidi, M. and Amjad, F. A. (2017). Repository of carnivalism in Shakespeare's titus andronicus. *Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*, 9(2), 110-119.
- Onaran, A. Ş. (1986). *Sinemaya giriş*, İstanbul: Filiz Kitabevi.
- Özgüç, A. (1993). *100 filmde başlangıcından günümüze Türk sineması*. İstanbul: Bilgi Yayınevi
- Özgüç, A. (2005). *Türlerle Türk sineması*. İstanbul: Globus Dünya Basımevi.
- Pamuk, S. (2002). *Kitle iletişim çözümleme yöntemleri ve bu yöntemlerden toplumbilimsel çözümleme yöntemi ile 'Zübük' filminin incelenmesi*. Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.
- Peacock, L. (2014). *Slapstick and comic performance: Comedy and pain*. Springer.
- Scognamillo, G. (2009). Scognamillo, G. ile yüz yüze görüşme. 13 Mart 2009.
- Shurcliff, A. (1968). Judged humor, arousal, and the relief theory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 8(4), 360.
- Stefanova, A. (2012). Humour theories and the archetype of the trickster in folklore: An analytical psychology point of view. *Folklore: Electronic Journal of Folklore*, 50, 63-86.
- Sturges, P. (2010). Comedy as freedom of expression. *Journal of Documentation*, 66, 279-293.
- Şentürk, R. (2010). *Gülme teorileri*. İstanbul: Rasyo Yayınları.
- Tülücü, S. (2005). Meddah, meddahlık ve meddah hikâyeleri üzerine bazı notlar. *Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 24, 1-14.

Uluyağcı, C. (1996). Türk sinemasında güldürü. *Kurgu Dergisi*, 14. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Ünal, M. (2010). Türk sinemasında Kemal Sunal. *Yeni Düşünceler Dergisi*, 5, 69-78.

Yüksel, A. (2017). Antik Yunan tiyatrosu'nda komedyanın evreleri. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 33, (1-2).