

**B.K. Erdem**

Yüksek Lisans Öğrencisi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,  
Türk Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı, Ankara, Türkiye (burcakkubrae@gmail.com)

**Sosyal Medya Mizahında Halk Kültürü Ürünlerinin Kullanımı\***

**Özet**

Endüstri devrimi ile başlayan teknolojik gelişmelerin insanları her açıdan birbirine yaklaştırmasıyla başlayan kültür alışverişinin hızlı olması ve bununla birlikte tüketen toplum yapısının üreten toplum modelinin önüne geçmesi 20.yy. itibari ile görülmektedir. Bu değişim mizah ve güldürü unsurları üzerinde de etkili olmuştur. Gülme işlevi de gülmeyi meydana getiren amaçlar ve olgular da değişime uğramıştır. 1950 yılından sonra ortaya çıkan internet tabanlı iletişim ağının milenyum çağına girildikten sonra boyut değiştirerek geleneksel medyayı da değiştiren sanal bir dünya yaratması bu değişimin önemli sebeplerinden biridir. Gülmenin protesto işlevi ile daha fazla görüldüğü bu sanal gerçeklikte hızlı tüketim, aniden yükselen ve bir anda yok olan caps ve video temelli güldürü öğeleri ön plandadır. Bu çalışmada mizahın temelinde yatan sebepler üzerinden sanal akışkanlığa ve sınırsız bir mekânlığa sahip sosyal medya temelli mizah öğeleri arasında halk kültürü ürünlerinin kullanım sıklığı, hangi amaçla kullanıldığı ve çağa göre geçirdiği değişim ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

**Anahtar kelimeler:** sosyal medya, internet, halk kültürü, mizah, gülme, mizah öğeleri.

**B.K. Erdem**

Graduate Student, Ankara Yıldırım Beyazıt University, Institute of Social Sciences,  
Turkish Language and Literature Department, Ankara, Turkey (burcakkubrae@gmail.co)

**Use of Folk Culture Products in Social Media Humor**

**Abstract**

The rapid exchange of culture, which began with the Industrial Revolution, when technological developments brought people closer to each other in all respects, and with it the consuming structure of society outstripped the producing model of society 20.century. as it is observed. This change has also had an impact on the elements of humor and laughter. The function of laughing has also changed the purposes and facts that make up laughing. One of the important reasons for this change is that the internet-based communication network, which emerged after 1950, created a virtual world that changed the traditional media by changing its size after entering the millennium era. In this virtual reality, where laughter is seen more with the function of protest, rapid consumption, caps and video-based laugh elements that suddenly rise and disappear in an instant are at the forefront. In this study, it was tried to reveal the frequency of use of folk culture products,

\*Bu bildiri Sosyal Medyada Mizahın Kullanımı: Halk Kültürü Ürünleri Örneği adlı yayımlanmamış yüksek lisans tezinden hareketle oluşturulmuştur.

the purpose for which they are used and the change they undergo according to the era among the elements of social media-based humor that have virtual fluidity and unlimited space through the reasons underlying humor.

**Keywords:** social media, internet, folk culture, humor, laughing, humor elements.

### Giriş

Aristo'dan Bergson'a kadar pek çok filozofun problem olarak kabul ettiği gülme eylemi, gerçekten de çözülmesi zor felsefi soruları içinde barındırmaktadır. Birçok filozof gülmeye ilişkin teorilerini ortaya atmış ve insanın düşünce dünyasına yönelik sorular sorarak bu kavramı açıklamaya çalışmıştır. “İnsanlar neden gülmeye ihtiyaç duymaktadır?”, “Dilin olmadığı zamanlarda gülme bir tür iletişim biçimi olarak kabul edilebilir mi?”, gibi problemler günümüzde de halen daha sorulmaya ve sorgulanmaya devam etmektedir.

Gülme kavramı insana özgü bir davranış olması ile birlikte –bu içgüdüsel veya eylemsel olabilir- genel olarak mizah üzerinden ifade edilmeye çalışılmakta veya anlık davranışlar sonucunda dışa vurulan bir tepki biçiminde ifade edilmektedir. Bu davranış biçimini oluşturan eylemlerin psikolojik sonuçları ise toplum üzerinde birtakım etkilere sebep olmaktadır. Gülme dost kabul ettiğiniz kişilere karşı güven tazeleyen ve sosyal bağları güçlendiren bir kuvvete sahipken düşman kabul edilen bir gruba karşı alaycı yönüyle saldırgan bir kimliğe bürünebilmektedir. Gülmenin nesnesi konumunda olan kişi bulunduğu bağlamda gülen öznelere etki altına alan bir statüye sahip olmasının yanında köle-efendi paradoksu içinde kalan ‘gülünen şey’ durumunda da kalabilmektedir. Bu nedenle gülme kavramı, tarih boyunca, toplumsal olarak kural koyucu, çekinilmesi gereken bir eylem olarak insanlara aktarılmıştır.

Nebi Özdemir, “Mizah Eleştirel Düşünce ve Bilgelik: Nasreddin Hoca” adlı makalesinde mizahta eleştirel bakışın yaratıcılığı doğurduğunu ve mizahın gelişmediği toplumlarda eleştirel düşüncenin ve yaratıcılığın gelişmediğini vurgulamaktadır[1, s 253]. Eleştirel düşüncenin bir ürünü olarak kabul edilen mizah, bireyin ve toplumun gelişmesinde, kültürün aktarılmasında önemli bir yere sahiptir. Ayrıca mizahın doğasında var olan hazır cevaplılık ve anilik hem yaratıcılığın hem de ifade gücünün göstergesidir. Bu durum, mizahın “gülme eylemi” dışında başka fonksiyonlara da sahip olmasının yanında kültür ve düşünce aktarımını sağlamakla birlikte, toplumsal eleştiri mekanizmasını da çalıştırdığının bir göstergesidir.

Gülmenin etkin bir madde olarak karşımıza çıktığı en önemli başlık mizahtır. Deneysel olarak ele alınan mizahın kendisinin ciddi, malzemesinin eğlenceli olmasının yarattığı ironi, problem alanlarından biri olan mizah teorilerinin temelini oluşturmaktadır. Antik çağlardan günümüze yüzeyde eğlenme işlevi fonksiyonu olan gülme, alt katmanlara inildikçe psikoanalitik sorulara da cevap vermektedir. Geçmiş yıllarda Türk mizah geleneği içinde yer alan tiplerin güldürü ögesi olarak kullanılmasının didaktik ve hiciv amaçlı olması Doğu ekolünde mizahın eğitim ve eleştiri amaçlı kullanıldığını göstermektedir. Bununla birlikte Avrupa kültüründe ise güldürünün alt sınıflara ait bir ‘şey’ olduğu ciddiyetin karşısında yer aldığını söylemek mümkündür.<sup>1</sup>

Bu iki ekolde de ortak olan nokta mizahın, bütün yönleriyle güldürü unsurlarını barındıran fizyolojik işlevlerinin yanında sosyal düzen oluşturan ve onları yeniden kurgulayan bir tavır sergilemekte olduğudur. Bu durum özellikle halk kültürü ürünleri üzerinde görülmektedir. Örneğin; Nasreddin Hoca fıkralarının veya Karagöz ve Hacivat oyunlarının çağa göre farklı olayları ihtiva etmesi halk kültürü ürünlerinin ortaya koyduğu gülmeyle oluşturan konuların dönem şartlarına göre yeniden düzenlenebilir/güncellenebilir olduğunu göstermektedir. Bu değişim sanayi devrimi sonrası toplumlarda kullanılan mizahın işlevlerinde de kendini göstermektedir.

Sanayi devrimi ile gelen makineleşme çağı bireyselle yönelik bir toplum modelini tetiklediğinden dolayı geleneksel yaşam biçiminde kırılmalar görülmektedir. Bu değişiklik sanayileşme sürecini hızlı tamamlayan ülkelerde daha da ivedilik kazanmıştır. Özellikle modernitenin başlangıcı olarak kabul edilen endüstri devrimi ile şirketlerin, tek tür haline getirdiği homojen toplumlar üzerinde buhrana sebebiyet veren olaylarda mizah, farklı bakış açısı ile çözüm olanağı sunmaktadır. Özellikle internet çağının yarattığı 21.yy. kent kültürü hegemonyası altında yeni yaşam alanlarından biri olarak ortaya çıkan sosyal medyada mizahın işlevlerinin günümüz şartlarına göre yeni anlamlar kazandığı anlaşılmaktadır. Bu ayna dünyada mizahın öne çıkan işlevlerini şu başlıklar altında ele almak mümkündür: Protesto işlevi, sosyalleşme işlevi, gerilimi azaltma işlevi, savunma/saldırı işlevi, eleştiri ve hoşgörü işlevi sosyal tarihin kod ve mesajlarını taşıma işlevleri. Bu bahsedilen işlevler, bir yönüyle de mizahın kitle üzerindeki etkisini göstermektedir.

---

<sup>1</sup> Ayrıntılı bilgi için bakınız. Sanders, Barry (1995). *Kahkahanın Zaferi ‘Yıkıcı Tarih Olarak Gülme’*, Ayrıntı Yay: İstanbul.

Dijital ortamların yerel kültürleri tek tip bir organizmaya dönüştürebilme potansiyeli sosyal medyadaki bireysel üretim sayesinde ortadan kaldırılmıştır. Bunun nedeni sosyal medyanın, siyaset, bireysel veya sosyal hayat üzerine paylaşımların yapılmasının yanı sıra tüketiciye sunulanın tekrar üretime kazandırıldığı, küresel olanın yerelleştiği/ yerel olanın küreselleştiği, bir alan olmasıdır.

21. yy.da bireylerin kendilerini ifade etme yollarından biri olarak da kullanılan sosyal medya, kullanıcılarına kimliklerini değiştirebilme imkânı vermektedir. Bu şekilde birey üzerine sanal bir giysi giydirebilme hakkını da elde etmektedir.

Ortamın anomik yapısının çok sayıda farklı kimliğin bir anda üretilmesine, hızlı tüketilmesine ve yerine yenilerinin inşa edilmesine olanak vermekte olduğunu ve siber ortamda genel ahlaki değerlerden uzak, insanların yüzlerine takabilecekleri sayısız maske ve yeni kimliklerin kullanıcılara cazip geldiği gözlemlenmektedir.

Walter Ong'un '*Sözlü ve Yazılı Kültür*' adlı eserinde bahsettiği görsel ve işitsel kültür çağı sosyal medya gerçekliği sayesinde yeniden yükselişe geçmiştir. Bu dünyada asıl olan görsel kültürdür yazı ve söz bu kültür için kullanılan yardımcı araçlardır. Görsel kültürün aktarımında en çok kullanılan yöntemlerden biri olarak karşımıza mizah çıkmaktadır. Kültür aktarımı konusunda önemli taşıyıcı unsurlardan biri olan mizah, sosyal medya üzerinde görsel mizah ürünleri ile geleneksel kültür ve kent kültürü arasında yeniden üretilen, dönüştürülen mekanizmalar gibi kullanılmaktadır. Bu kullanımın yanında mizahın; gülümseme veya kahkaha gibi bir eylemle reklam, sinema, ekonomi, siyaset, spor vb. çok farklı alanlarda hedef kitlenin zihnine söz, yazı, resim vb. aracılığıyla gönderilen bir tür yönlendirici mesaj olduğu görülmektedir. Bu yönüyle modern çağın kullanım formatında mizah, tüketim kültürünün çok önemli bir nesnesi ve kitle iletişiminin bir aracı haline gelmektedir [2, s. 205].

### **1. Mizah ve mizahı ortaya çıkaran durumlar**

Endüstri devrimlerinin seri üretimlerle ulus devletleri birbirine hızla yakınlaştırmaya başladığı çağlardan itibaren tekil türleşmeye doğru hızla boyut değiştiren bu zaman dilimine değin gülmenin özü geleneksel metinlerin içerisinde efendi-köle, cahil-bilgin gibi paradoks ilişkilerin etrafında şekillenmiştir. Bunun yanı sıra gülme -faaliyetlerde- farkındalık yaratma eylemi olarak tetikleyici unsur olabilme gibi önemli bir role sahiptir. Yukarıda verilen ikili ilişkiler ağının her birinin nedenleri olduğu

belli teoriler ile açıklanmaya çalışılsa da insanın neden güldüğü üzerine kesin olarak bir kanıt sunulmamaktadır. Beyin üzerine araştırma yapan Nörolog Sultan Tarlacı gülme eyleminin beynin tarihi belleği kadar eski bir davranış biçimi olduğunu söylemektedir. Dil tam olarak ortaya çıkmadığı zamanlarda gülme bir iletişim biçimi olarak kullanılıyordu ve günümüze kadar gelen ortak tarihi belleğimizdeki gülmenin belki de kontrol altına alınmış bir saldırganlık durumu olabileceği görüşü mizahın önemli bir içeriği olan bilen ve bilmeyen kişi bağlamının düşündürücü bir nedeni olarak kabul edilebilmektedir.

“Gülme ortaya nasıl çıkmıştır?”, “Gülmeyi ortaya çıkaran sebepler nelerdir?”, “İnsanlar gülmeye neden ihtiyaç duyar?” soruları bu kavramın uzun bir süre boyunca bir problem alanı olarak filozofların karşısına çıkmasına sebep olmuştur. Dilin iletişim biçimi olarak kullanılmadığı dönemlerde gülmenin bir iletişim yöntemi olarak kullanıldığını savunan John Morreal ‘Gülmeyi Ciddiye Almak’ adlı eserinde gülmenin pozitif ve negatif hislere göre şekil alabileceğini ifade etmektedir.

Mizahın çıkış noktasının eleştirel düşünce olduğu pek çok araştırmacı tarafından kabul görmektedir. Cicero, mizahın kente özgü bir kavram olduğunu ve uygarlıkların ortaya çıkmasıyla birlikte meydana geldiğini savunurken V. Raskin mizahın gülmenin olduğu her yerde var olduğunu ve bu nedenle insanlık tarihi kadar eski bir geçmişi olduğunu söylemektedir.

Sözlükte *eğlendirme, güldürme, bir kimsenin davranışlarına incitmeden takılma amacını güden ince alay* olarak tanımlanan mizahın toplumsal süreç içerisinde kültürlerin dönüşümünü ve bu dönüşümün dinamiklerinin ortaya koyduğu kültür tarihinin analizini yaptığı görülmektedir. Eşğine ters binen Nasreddin Hoca imgesi gibi mizah da dünyayı farklı yerlerden yorumlamanın, yaşamı tersinden okumanın eleştirel bakışın sembolüdür. Dolayısıyla buradan yola çıkarak mizaha tanım yapacak olur isek onun, *yaşamın tekdüzeliğine karşı insanı var edici, yaratıcılığı geliştirici ve akışın dışına çıkarak kalıplaşmış yaşam biçimlerinin komedisini* anlatan kavram olduğunu söylemek mümkündür. Mizah eleştirel düşünceden beslenir ve bunu aynı şekilde eleştirel düşünceye de aktaracak şekilde yapmaktadır. Bunun sonucunda toplumsal ve bireysel sorunlara şiddet üzerinden değil de yaratıcı ve herkes tarafından kabul edilen çözümler sunmaktadır.

Mizahı tanımlamak ve onu sistematik bir şekilde anlayabilmek için ortaya çok fazla teori atılmıştır. Fakat mizah kavramını tanımlamak akışkan halde olan herhangi bir şeyi tanımlamak kadar zordur. H. Bergson mizahın

herhangi bir tanım içine sıkıştırılmayacak kadar hareketli bir organizma olduğunu söylemektedir. Bu organizmayı oluşturan insanlardır ve bağlamına göre farklı mizah çeşitleri ortaya çıkabilmektedir. Mizahın ortaya çıktığı konular ne kadar farklı olursa olsun bu kavramın ortaya çıkış amacı temelde bireyin bağlı olduğu topluluğa seslenme ihtiyacıdır. Farkında olunma içgüdüleri ile eyleme geçen insan kabul alma gereksinimi ile hareket ederek mizahın nesnesi veya faili olabilmektedir. Bu bağlamda Gülin Ö. Eker, mizahı; sosyal, kültürel, siyasal, cinsel ve ekonomik baskı altında bulunan; yenilgi, çöküş ve parçalanma gibi fiziki anlamda güç kaybeden insan ve toplumların başvurduğu en etkili gizli silahı olarak kabul etmektedir [3, s. 29]. Mizahı kullanarak kitleler üzerinde etkili olan karikatüristler, soytarılar vb. bu çıkarsamanın doğruluğunu ve bir anlamda kahkahanın zaferini göstermektedir.

Geleneksel yaşamda mizahın ortaya çıkmasını ve devamlılığını sağlayan temel unsurlar için geçerli kuralların geç dönem toplumlar için değişmediği görülmektedir. Mizahın ortaya çıkması için gerekli olan temel madde eğlence ihtiyacı ve hoşgörüdür. Bu iki ana gereksinim için gerekli bağlam sağlandığında mizahın belli durumlarda ortaya çıktığı görülmektedir. Mizah teorilerinin ortaya attığı görüşleri fizyolojik, kültürel ve psikolojik başlıkları altında değerlendirdiğimizde internet çağının başlattığı dijitalleşmenin mizah üzerinde de çok ciddi bir etki ortaya koyduğunu ve sosyal medya olarak nitelendirilen sanal gerçeklik düzleminde gülmenin kendini bu işlevlerde yeniden tanımlayarak gösterdiğini söylemek mümkündür. Abartı, iletişimsizlik, çatışma, korku, tezat, alışılmayan durum, kültürel ifade, yanlış anlama, bilinçaltı duygular, sembolik iletişim, dil ve hareket ile kazanılan anlamlar başlıkları altında değerlendirilebilecek durumlar mizahı oluşturmaktadır.\*

### 1.1. Abartı

Söz, yazı veya karikatürlerde olan mübalağa sanatıdır. Etkiyi arttırmak için kavramın olamayacağı biçimde göstermektir. Abartının mizahta sıkça kullanılmasının nedeni “ genel anlamıyla bir grupta tipik, ortalama olan; norma uyan; toplumca kabul edilebilir” [4, s. 539] olarak tanımlanan normal olan özelliklerin “ genelde normdan, toplumsal, kültürel veya bilimsel olarak kabul görmüş normlardan sapan, ruhsal, zihinsel veya davranışsal etkinlik” [5, s. 76] olarak tanımlanan anormal hale

---

\* Mizahı oluşturan durumların sosyal medyadaki kullanımlarını görmek için sosyal medyada kullanılan halk kültürü mizah ürünleri bölümüne bakabilirsiniz.

dönüştürülmesidir. Çünkü gülmenin gerçekleşmesi için en önemli unsur farklılıktır.

### **1.2. Tezat**

Bütün varlıkların zıttı ile bilinmesi felsefesi mizahın gelişiminde de kendini göstermektedir. Tezat; güzel, çirkin, iyi, kötü, zengin, fakir, işçi, politikacı, cahil, bilgin gibi paradokslar etrafında mizah kurmacasında yer almaktadır.

### **1.3. Alışılmayan durum**

Bir olay etrafında beklenmedik bir durumun teşekkül etmesi komiği uyandırır.

### **1.4. Korku**

Aniden gelişen beklenmedik bir husus bireylerin korkmasına sebep olabilir. Kişi korktuğu şeyin gerçek olmadığını anlayınca tutarsızlığı fark ederek ve gülmeye başlamaktadır.

### **1.5. İletişimsizlik**

Hızla gelişen dünyada düşünceler arasında da her türlü değişim meydana gelmekte ve kuşaklar arasında düşünce farklılıklarına dayanan kopukluklar meydana gelmektedir. Toplumsal baskıyı üzerinde hisseden bireyler kendilerini mizah üzerinden ifade etme gücü bulabilmektedir.

### **Çatışma**

Mizahta insanların içerisinde buldukları gerçek yaşamla gerçekleşmesini istedikleri durumlar ve olaylar arasında bir çatışma vardır. Kuşak ve kültür farklılıkları gibi malzemeler mizahın konusu olarak kullanılmaktadır. Bu kurmaca dünyada bireyler günlük yaşamda yapamadıkları şeyleri mizahi unsurlarla gerçekleştirmeye çalışmaktadırlar.

### **1.6. Bilinçaltı duygular**

Toplumsal kabullerin dayattığı yaşam biçimlerinde mizah sembolik olarak kişilerin yapamadıkları, bastırdıkları duyguları gerçekleştirme alanı sağlayan bir oyun alanını dönüşmektedir.

### **1.7. Sembolik bir iletişim**

Mizahta yapısal bir ilişki, çağrışım, anlaşma, rastlantısal benzerlik vb. yollarla başka bir şeyi temsil eden, onun varlığına işaret eden bir nesne,

figür, imaj, mimik, eylem, olay, ses, harf, kelime, işaret olarak tanımlanan sembollerden fazlaca yararlanır. Bastırılan bir dürtünün, arzunun, duygunun ya da nesnenin yerine bir temsilinin ya da sembolünün konulması süreci olarak tanımlanan sembolleştirme eğilimi vardır [6, s. 462-463]. Sembolik anlatımın en çok görüldüğü yerler genellikle doğrudan ifade özgürlüğünün bulunmadığı alanlardır. Dolaylı anlatım bu sembollerin olduğu yollardan biridir. Bu nedenle mizah temsillerinde pek çok karakter ve tip vardır. Metin And Türk Halk Tiyatrosunu bu açıdan güldürü başlığı altında değerlendirdiği görülmektedir. Mutlak otoriteye bağlı toplumlarda yönetimin eleştiriye kapalılığı gülmecenin toplum sorunlarına inmesini engellerken aynı zamanda bu sembolik dilin gelişimine de olanak sağladığı görülmektedir.

### **1.8. Dil ve Hareket ile Kazanılan Anlam**

Mizahı öne çıkaran sözcüklerle oynama ustalığıdır. Her kesimin anlayacağı bir dili kullanmanın yanında az sözle çok şey anlatmak mizahı gerçekleştiren öznde aranan niteliklerden biridir. Bergson hareket komiğinin aksiyon ve kelimeler planı ile aktarılmasının komiği orta çıkarttığını söylemektedir. Mizahta sözün yanında abartılı hareketler, aşırılıklar, kaba şakalar, beden normalinin dışına çıkması komik olarak kabul edilmektedir.

### **1.9. Sözsüz İletişim**

Yukarıda ifade edildiği gibi mizah dil ile anlam kazanır ama bazı seyirlik oyunlar sözsüz iletişim ile komiği yakalamaktadırlar. Pantomim ile elde edilen görüntüler mekaniği yıkararak gülüncü vermektedirler.

### **1.10. Kültürel İfade**

Her toplumun kendine özgü bir mizah geleneği mevcuttur. Mizah genellikle ait olduğu toplumun sosyo-kültürel, ekonomik, siyasal vb. yapılarına göre anlam kazanır. Aziz Nesin'e göre mizah, toplumlara, sınıflara, uluslara hatta kişilere göre ayrılıklar gösteren bir kavramdır [7, s. 39]. Bu durum mizahın pek çok tanımının yapılmasını haklı çıkarmaktadır. Çünkü herkes kendi anlayacağı mizahı tanımlamaktadır.

### **1.11. Yanlış anlama**

Mizahta yanlış anlamalar abartı ve zıtlıklar kadar önem arz etmektedir. Geleneksel Türk Tiyatrosunda Karagöz ve Hacivat, Kavuklu ve Pişekâr arasında geçen konuşmalarda yanlış anlamalar komiği ortaya



çıkarmaktadır. 21.yy. sosyal medya ortamında oluşturulan mizah örnekleri yanlış anlamaya dayalı cevapları barındıran video, caps gibi görsel kültür örneklerini barındırmaktadır.

Yukarıda verilen başlıklar sosyal medyada ortaya çıkan yeni tür mizah ürünlerinde de durum komiği olarak kullanılmaktadır.

## 2. Mizah teorileri

Gülmeye sebep olan uyarıcıların ardında yatan nedenleri açıklamak için ortaya atılan kuramların mizah teorilerinin çıkış noktası olduğu görülmektedir. Gülmeyi, ironi, hiciv gibi birçok durum ve türle iç içe geçmiş gibi görünen mizahın sadece fizyolojik bir davranış olarak dışa vurumu şeklinde tanımlamak doğru değildir. Çünkü bu kavramı esnemek ya da öksürmek gibi fizyolojik bir temele oturarak açıklamak yeterli olmamaktadır [8, s. 6]. Gülmenin sadece fizyolojik bir durum olduğunu söylemek; onun psikolojik, çevresel, kültürel ve dönemsel faktörlerden de etkilendiğini göz ardı etmek olur. Bu nedenle en eski çağlardan günümüze gülmenin fizyolojik tarafının dışında kalan diğer boyutu sistemleştirilmeye ve bir kuram çerçevesinde toplanmaya çalışılmıştır. Aristo, Eflatun, Platon, Cicero gibi felsefecilerden başlayarak 21. yüzyıla gelindiğinde birçok araştırmacının (Spenser, Stanley, Dearborn, Gregory, Kimmins, Rapp, Monro, Fry, Berlyne vd.) bu konu üzerine kuramsal denemeler yaptığı görülmektedir (9, s. 133).

John Morreall'ın 1. baskısını 1997 yılında yaptığı 'Gülmeyi Ciddiye Almak' adlı kitabında genel mizah kuramları Üstünlük, Uyumsuzluk ve Rahatlama Kuramı olarak üç başlık altında incelenmiştir. Fakat Gülin Öğüt Eker'in 'İnsan, Kültür, Mizah' adlı kitabında kuramların bu üç başlıkla sınırlı kalmadığı Duygu Karmaşası Kuramı, Berlyne'in Derleyici Motivasyon Kuramı, Dilbilimsel Kuram ve Tek Yönlü Mizah Kuramı gibi farklı mizah kuramlarına da rastlanılmaktadır.

İnsan ve toplum arasındaki ilişkiler ağının önemli bir ayağını oluşturan gülmenin orta çıkması için gerekli olan şartların ve bu şartları oluşturan temel unsurların ne olduğunu analiz /tasnif etmeye çalışan mizah kuramları kültürel açıdan pek çok farklı şekilde ele alınmıştır. Bunun için en kapsamlı olan gruplandırma yöntemi, bu çalışmaları ana etmenler ve başlıkları şeklinde sınıflandırmaktır. Bu yöntem sonucunda mizah teorilerinin biyolojik, içgüdüsel ve evrim teorileri; bilişsel algısal özellik gösteren uyumsuzluk teorileri; duygu karmaşası teorileri; toplumsal değerleri ve algılamaları ön plana çıkaran aşağılama ve üstünlük teorileri,

baskılama ve rahatlama gibi etkenleri içeren psikoanalitik teoriler ve son dönem teorileri etrafında şekillendiği görülmektedir.

Sosyal medya mizahını kapsamı içine alan teoriler; rahatlama teorisi, uyumsuzluk teorisi ve üstünlük teorisidir. Bu bağlamda bu makalede yer alan mizahi öğeleri adlandırma ve sınıflandırma işleminde bu üç teori kullanılmıştır.

### 2.1. Psikoanalitik/ Rahatlama teorisi

Sigmund Freud tarafından geliştirilen teori “Tezli Gülmece Kuramı olarak” da adlandırılmaktadır. Bu teorinin problem alanı gülmenin biyolojik işlevlerinin ne olduğu sorusu üzerinedir. Uyumsuzluk teorisinin ortaya koyduğu ‘gülme, insanın nesne ile bağlantısındaki çatışma ve zıtlıktır.’ önermesinin burada ‘sinirsel enerjinin dışa vurması için gerekli olan fizyolojik rahatlama’dır.’ ifadesi ile yer değiştirmiş olduğu görülmektedir.

Toplumsal tabuların gülmeyi ortaya çıkaran bastırılmış sinirsel enerjinin tetikleyicisi olduğu fikri Freud tarafından ‘Espriler ve bilinçdışı ile ilişkileri’ adlı eserinde belirtilmiştir [10, s. 97]. Bu kitapta gülmeyi oluşturan üç tür bulunmaktadır: Şakalar, komik durumlar ve mizah. Freud’un teorisine göre gülmenin özünde yatan ‘şey’ gülünecek durumlar için ayrılmış ruhsal enerjidir. Şaka yaparken bastırılmış veya yasaklanmış düşünceler için kullanılacak enerjiyi, komik durumlar için düşünmek için kullanmadığımız enerjiyi ve mizah içinse duygular tarafından kullanılmayan enerji harcanmaktadır.

Freud belirttiği üç gülme türünden “şakalar” üzerinde daha fazla durmuştur. Burada açığa çıkan herhangi bir yasağın birey üzerinde yasağı delme arzusu uyandırması ve bunu norm kaygısı ile yapamaması açığa çıkmamış sinirsel enerji olarak görülmektedir. Örneğin, çocukların oyun oynama ihtiyacının büyükler tarafından sekteye uğratılarak onları sessiz ve sakin kalmaya zorlamaları bahsedilen sinirsel enerjinin kendisini kas gerilmeleriyle ve kıpır kıpır olma yoluyla açığa vurmasına yol açmaktadır. Gülmeye yol açan birçok olgu, Freud’da geleneksel toplum yasakları ile doğrudan ilintilidir ve özellikle cinsellik ve düşmanlık baskı altında tutulan gülmeyi ortaya çıkaran yegâne itkilere sahiptir. Bu itkiler duygu ve düşüncelerin ortaya çıkarılması için şakayı kullanmaktadır. Bu süreçte şaka yapan kişi Freud’un tezine göre bilinçli değildir. Çünkü bastırılmış duygu ve düşünceler bilinçaltı kaynaklıdır.

21.yy. postmodern düzlemden bu teoriye bakıldığında Freud’un iddiasının yetersiz kaldığını görmek mümkündür. Çünkü günümüzde stand-

up ve güldürüye dayalı oyunlar hazırlayan profesyonel espri üretenler - komedi yazarları- bahsedilen şakaları bilinçli ve sistemli bir şekilde bir araya getirmektedirler. Bu da şakayı hazırlayanın yapay gülmeyi oluşturduğuna işaret etmektedir.

## 2.2. Uyumsuzluk teorisi

Mizah kavramı üzerine en kapsamlı eserlerden biri olan Gülme, uyumsuzluğun – sürpriz ve tezatın- gülmeye yol açabileceği hususu üzerinde durmuştur [11, s. 52]. Buradan hareketle uyumsuzluk kelimesinin sözlük anlamı üzerinde durulduğunda, “Bireyin çevresel koşul ve etkenlerle bağdaşmazlığı ya da toplumsal davranış düzgülerinden ayrılma durumudur.” ifadesi ile karşılaşılmaktadır. O halde, uyumsuzluğu oluşturan asıl etken, insan zihninde kurgulanan olay ve durumların beklenenin tersine gerçekleşmesidir.

Uyumsuzluk teorisinin dayanak noktası beklenti içindeki insanların ummadıkları bir sonuç ile karşılaşmalarında verdiği tepkilerden biri olan gülme eyleminin neden oluştuğu; daha genel ifadeyle ‘Gerçekleşmeyen beklentinin insanı şok etmesi üzerine algıdaki değişim neden gülmeye yol açmaktadır?’ sorusuna cevap vermeye çalışmaktır. Tarihte bu teorisinin ilk savunucusunun Aristo olduğu bilinmekle beraber Kant ve Schopenhauer tarafından geliştirildiği ve James Beattie tarafından bir sistem haline getirildiği görülmektedir. Bu teorisinin savunucularına göre gülmenin temelinde olan ‘şey’ uyumsuzluk ve zıtlıktır. Bu durum, Aristo poetikasında “katharsis” (arınma) olarak görülmektedir. Katharsis uyumsuzluk kuramı çerçevesinde beklentilerin yıkımı ile insanın önceki düşüncelerinden arınarak yeni bir kişilik –ben- meydana getirmesidir.

Kant’a göre, şaşkınlıktan ortaya çıkan gülme duygusal boşalım olarak yıkılan bir umudun hiçliğe doğru ani değişiminden doğmuştur. Burada Kant’ın altını çizdiği nokta ise beklenenin tersine gerçekleşen durum ile beklenmeyen bir birine karıştırılmaması gerektiğidir. Çünkü beklentinin tersine gerçekleşen durumda gülme değil ağlama gerçekleşmektedir [12, s. 48]. Uyumsuzluk teorisi üzerine çalışan diğer isim Schopenhauer, Kant’ın ortaya attığı ‘hiçliğe gitme’ tezine karşı çıkmıştır. Beklenmeyene tepki olarak gülmenin gerçekleşmesini yapılan açıklamanın duruma uygun olmamasına bağlamaktadır. Ona göre gülmenin meydana çıkması için durum ile neden arasındaki bağda –kavram/nesne uyumsuzluğu- oluşan uyumsuzluğun aniden algılanarak bireyin- gülmeyi gerçekleştirecek kişinin- aydınlanma yaşamasıdır.

### 2.3. Üstünlük teorisi

Mizahın gücünün sosyal gerçeklikler temelinde inşa edildiği bütün toplumlarda görülmektedir. Antik dönem toplum yapısı üzerinden gülmeyi anlamaya çalışan Platon'a göre bir insanı gülünç kılan şey kendisini bilmemesidir. Kendisini bilmeyen insan ise gülmenin nesnesi haline gelmeye mahkûmdur. Bu görüşten hareketle üstünlük teorisinin ortaya koyduğu fikir, gülmenin rakibi saf dışı bırakmaktan kaynaklanan keyif, toplum tarafından küçük düşürücü kabul edilen bir olayın parçası olmaktan –ötekinin düştüğü utanç verici talihsizliklerden alınan zevk-kaynaklanan memnuniyet hissi yer almaktadır.

Modern dönemlerin gülme anlayışında alayın sevgiyle yumuşatılmış şen mizah olduğu anlayışı ilkel mizahın güncel vekilleri olduğu fikrini ortaya çıkarmıştır. Rapp, modern mizahtaki alay ögesinin gizli olduğunu ve bazı yönleriyle düşmanlıktan arındırılmış olduğunu ifade etmektedir[13, s.43-44].

Bazı düşünürler gülme ile alayın birbirinden ayrılması gerektiğini savunmuşlardır. Voltaire, gülmenin ortadaki bir durumla eğlenmeden kaynaklı olarak ortaya çıktığını ve bunun küçük görme, alay etme gibi kavramlarla bağdaşmadığını öne sürerken; Max Eastman gülmeyi oluşturan alayın içine hor görme katıldığı anda gülmeyi ondan ayırmak gerektiğini vurgulamaktadır.

Morreal üstünlük kuramından bahsederken bu teoriye getirilen eleştirilerin tutarsızlığını alay güdüsünün ahlak ile çarpışmasından doğan reddedişler olarak görmektedir. Bunun sebebi olarak gülmenin saldırganlıkla ilişkilendirilmesinin -insanların başkalarının talihsizliklerine gülmesi örneğinden hareketle- toplumsal düzeni bozmak olarak kabul edilmesi gösterilmektedir. Geç dönem orta çağ Avrupası'nda hüküm giyen bir suçlunun satın alınarak eğlence amaçlı insanlar tarafından parçalanması üstünlük teorisinin ortaya koyduğu en açık örneklerden biridir. Göreceli ahlak kavramının alaycı gülmenin bazı yönlerini ayıkladığını söyleyen Huizinga ise gülmenin temel işlevinin rakip üstünden kurulan hâkimiyet olduğunu söylemektedir [14, s. 85-86]. Bütün bunların yanında üstünlük teorisinin mizahi olmayan gülme durumları için –kişinin kendi yaptığı gaflar, kendi kendine gülme, bebeklerin gülmesi vb.- bir açıklama yapamadığı da görülmektedir.

Alaycı gülme denilen kavramın modern dönemlerdeki yansıması sit-com, parodi ve stand-up gibi türevleriyle köle- efendi paradoksu içinde olan durum komedileridir. Sahnede olan efendinin telefonun ucunda olan veya

seyirciler arasından seçtiği kölesi arasında geçen bütün güldürüye dayalı diyaloglar üstünlük teorisinin ortaya koyduğu zafer duygusunu destekler durumdadır. Özellikle televizyon ile başlayan bu tip mizahçılık 21.yy. düzleminde “Birey için toplum vardır.” anlayışından hareketle daha da sivrilmiştir. İnsanların etnik köken, aksan, görünüş, giyim tarzı vb. üzerinden yapılan ayrıntılı taklitleri dijital ortamda üretilen mizahın merkezi haline gelmiştir. Bu taklitler üstünlük teorisinin sosyal medya gerçekliğinde var olan komedinin ana kaynağı olduğu fikrinin en somut kanıtıdır.

### 3. Sosyal medyada kullanılan halk kültürü mizah ürünleri

Sosyal medya mizahında gülmeyi oluşturan pozitif veya negatif nedenler arasında negatif mizahın daha geniş bir yer kapladığı görülmektedir. Negatif/kötü/saldırgan mizahın türlerini oluşturan istihza, alaycılık ve abartılı gülmenin amacı küçük düşürmek, acı çektirmek ve aşağılamaktır. Pozitif mizaha ise iyimser duygular hâkimdir ve grup dayanışması, iyileşmek ve arınmak, sevmek ve yaratıcılığı hedeflemektedir. Pozitif ve negatif mizahın birbirinin zıttı yönde hareket eden amaçları doğru şekilde tespit edildiğinde toplum nazarında mizahın iyileştirici yönünü temsil eden pozitif mizahın öne geçtiği görülmektedir.

Sosyal medyada egemen olan negatif mizahta olan tiplerin birbiri üzerinde gösterdikleri saldırganlık gülmenin kökeninde olan düşmanlığın kanıtıdır. Dalga geçmek bu düşmanlığın yumuşatılmış -günümüz dünyasına uyarlanmış- daha vicdani görünümüdür. Sosyal medya üzerinden incelendiğinde caps (internet meme), anlık video gibi kavramların negatif mizahın uygulama alanları olduğunu ifade etmek mümkündür. Özellikle teknolojinin gelişmesiyle kullanıcılara sunulan yeni alternatif yöntemler, -videolar, filmler, diziler, stand-up gösterileri- durdurularak yakalanan ekran görüntüleri üzerine eklenen alakasız yazılar ile bu tip mizah türleri üzerinden kullanıcıların gülmesine yol açmaktadır.

Nebi Özdemir, *Sanal Mizah* adlı yazısında bilişim alanındaki gelişmelerin yerel kültürü evrensel kültür öğelerine dönüştürmeye başladığını bunun yanında internetin de yerelleşmeye başladığını söylemektedir [15, s. 271]. Bu yerelleşme kullanıcıların kültürel kimliklerini sanal dünyaya taşıması ile mümkün olmaktadır.

Karikatürler, videolar ve görsel ile kısa yazı biçimini buluşturan capsler (internet meme) sosyal medyada en çok kullanılan mizah araçlarıdır. Görsel kültür ürünü olarak adlandırabileceğimiz bu araçlar hem kısa hem de dönem şartlarına ve güncel şartlara göre uyarlanabilmeleri yönüyle

okumaya/izlemeye dayalı mizah ürünlerinden daha fazla yaygınlık göstermektedirler. Örneğin Nasreddin Hoca'nın ya tutarsa adlı fıkrasının petrol konusu ile birleştirilerek kullanıcıya sunulması ve sosyal medya da hızla viral olması bu fikre kanıt olarak görülebilmektedir. Sanal dünyanın interaktifliği ve hızlı yaşama yönelik olması kısa metinlerin daha hızlı yayılmasına olanak tanırken uzun metinli mizah ürünlerinin kullanıcılar tarafından tercih edilmemesine (kaydırma yöntemi) neden olmaktadır.

'Sanallaşan mizah' ve 'sanal mizah' kavramları internetin yaygın şekilde kullanılmaya başladığı 2000'li yıllardan sonra ortaya çıkmıştır. Hızlı bir üretim ve tüketim ortamı olan sosyal medya ortamları kültürün kullanımı konusunda kolektif birikimlerin çeşitli değişikliklere uğrayarak farklılaşmaya başladığı sınırsız mekânlar olarak görülmektedir. Bu değişimler geleneğin kırılmalar göstererek yeni bir forma bürünmesine neden olmaktadır. Mizah üzerine üretim yapan sanal siteler halk kültürü ürünlerini kullanarak yeni tip kullanıcılarını şaşırtmakta bunu yaparken de geleneksel ürünleri –fıkra, oyun vb. – güncel hale getirmekte veya yeni mizah ürünlerini oluşturmaktadır. Her teknolojik yenilik gibi internet de yeni fıkraların oluşmasına vesile olmaktadır. Sanal ağlar sayesinde Türk ve dünya fıkra belleği oluşturulmakta, korunmakta ve yeni ürünlerle zenginleştirilmektedir. Yerel fıkra ürünleri, koleksiyonları ve tipleri, internet ile ulusal ve küresel izleyiciyle hızlı ve kolay bir şekilde buluşabilmektedir [16, s. 69].

İnternette en çok paylaşılan fıkralar Nasreddin hoca fıkralarıdır. Sosyal medyada yer alan Nasreddin Hoca fıkraları sözlü kültürde yer edinmiş halinden daha farklıdır. Komikliği farklı komik, içeriği ve yapısı ise farklı bir kurgudur. Çünkü artık bu fıkralar kitapların boyunduruğundan kendilerini kurtarmış, matbu dünyadan sanal bir boşlukta özgürce hareket kabiliyeti kazanmıştır. Nasreddin Hoca'nın fıkralarındaki sesi, artık sanal dünyada yankı bulmaktadır. "Siber uzam" da adını verdiğimiz bu sanal boşlukta artık tek bir yazar yoktur. Burada kullanıcılar/ziyaretçiler vardır ve her kullanıcı aynı zamanda bir yazardır.



**Görsel 1. Ya Tutarsa adlı fıkranın devamı halinde bir karikatür.<sup>2</sup>**

Alıcı kitlesindeki kullanıcılar yeni bir kuşaktır. Bu kuşak, duruma ticari nazarla ve arz talep dengesiyle yaklaşmaktadır. Bu sebeple kalıplar onları bağlayamayacağı için, yapılacak tek iş tabuların ardındaki farklı bir Nasreddin Hoca'yı bulup çıkarmak olmaktadır [17, s. 136].

İnternet çağının Doğu ekolüne yaslanan mizah üzerine en büyük etkisi güldürü öğelerini görsel ürünler haline getirmesidir. Bu dönüşüm içerik üzerinde de değişikliklere yol açtığı için verilmek istenen mesajlar çağa uygun hale dönüştürülmeye başlanmıştır. Bu durum Temel ve Keloğlan fıkraları içinde geçerlidir.

Sosyal medya ve günümüze uyarlanmış bazı fıkralar aşağıdaki gibidir.

Hoca bir gün CD'ciye gidiyormuş. Çocuklar önünü kesip: - Hocam bize de oyun CD'si alsana demişler. Yalnız içlerinden biri Hoca'ya para vererek Doom3 CD'si istemiş. Hoca akşam Cd'ciden dönerken çocuklar yine önünü kesip hocaya, "Hani bizim CD?" demişler. Hoca da yalnız bir Cd çıkarıp parasını veren çocuğa vermiş. Sonra da; - Parayı veren oyunu oynar, demiş.

Nasreddin Hoca bir gün küçük hack programlarıyla Yahoo'yu hacklemeye çalışıyormuş. Çevresindekiler sormuş: - Hoca, ne yapıyorsun? –

<sup>2</sup> Ayrıntılı bilgi için bakınız. <https://images.app.goo.gl/KZf8vDDwKfchyUsb9>

Görmüyor musunuz Yahoo'yu hacklemeye çalışıyorum. - İyi de hocam o programla Yahoo hacklenmez ki! - Ya hacklenirse.<sup>1</sup>

Hocaya sormuşlar: - Hocam dünyanın merkezi neresi. Hoca: - Google da girip "dünyanın merkezi" diye arattır demiş.



**Görsel 2. Sosyal medya kullanıcılarının dijital aktörler olarak para kazanmasına yapılan gönderme.<sup>2</sup>**

Sosyal medyanın kendi değer yargılarını oluşturduğunu söyleyen sosyal medya araştırmacıları buna örnek olarak da atasözleri üzerinde yapılan değişiklikleri sunmaktadır. Yapılan bir araştırmada Twitter ve Facebook sosyal ağları üzerinden elde edilen 1368 anti-atasözü arasında 53 anti-atasözü, sosyal medya ve sosyal paylaşım siteleri ile ilgili kelime içeriklerine dayanılarak belirlenmiş olup 9 geleneksel atasözünden türeyen 11 anti-atasözü değerlendirilmiştir. Seçilen anti-atasözleri özellikle Türk toplumunda insan ilişkileri, sosyal ağ sitelerinin gücü ve sosyal medya bağımlılığına dayanmaktadır. Bu çalışma, anti-atasözleriyle aktarılan yeni içeriğin insanlar arasındaki ilişkilerin daha sanal hale geldiğinin, sosyal medyanın kısa sürede çok sayıda kullanıcıya ulaşmasında ve etkin biçimde kullanılmasındaki gücünün, sözlü konuşmanın aksine sosyal medyada paylaşılanların kalıcı olduğunun bir yansıması olduğunu ortaya koymaktadır [18, s.247].

<sup>1</sup> Ayrıntılı bilgi için bakınız. [https://www.chip.com.tr/forum/nasretin-hoca-ve-pc\\_t64006.html](https://www.chip.com.tr/forum/nasretin-hoca-ve-pc_t64006.html)

<sup>2</sup> Ayrıntılı bilgi için bakınız. <https://images.app.goo.gl/7UoENEWULmUCWPq86>



Bazı atasözlerinin uyarlanmış halleri şu şekildedir: Söz gümüşse sükut altındır/Söz gümüşse, sosyal medya altındır; Söz uçar yazı kalır/ Fav uçar, screenshot'ı kalır; Çamur at, izi kalsın/Tweet at, izi kalsın; Gözden irak olan, gönülden de irak olur/ Facebook'tan irak olan, gönülden de irak olur; Derdini söylemeyen, derman bulamaz/ Derdini Google'da aratmayan derdine derman bulamaz. Bana arkadaşını söyle, sana kim olduğunu söyleyeyim/ Bana beğendiklerini, takip ettiklerini felan söyle sana kim olduğunu söyleyeyim; Ak akçe kara gün içindir/ Ak akçe kara para aklamak içindir; Gülü seven dikenine katlanır/ Gülü seven dikenine epilasyon yaptırır; İnsan insanın kurdudur/ İnsan insanın imajmaker'ıdır; Öfkeyle kalkan zararlar oturur/ Öfkeyle kalkan reality show oturur; Bir fincan kahvenin kırk yıl hatırı vardır/ Bir fincan nescafe'nin hatırı bir geceliktir. Bir Türk dünyaya bedelli asker'dir. Bütün yollar yolsuzluğa çıkar. Yalancının mumu yatsıdan sonra jenarötöre bağlanır [19, s. 250-253].

Atasözleri üzerine yapılan bu değişim dil bilgisi kurallarına göre hata kabul edilmektedir. Fakat kullanıcılar arasında hızla yayılan kullanılan ve üretilmeye devam eden bu tarz kullanımlar geleneksel kodlarda birtakım kırılmalar veya dönüşümlere açık kapı bırakmaktadır.

Sosyal medya kullanıcılarına kimliksizlik içerisinde fikirlerini istedikleri gibi belirtebilecekleri bir imkân tanımaktadır. Böylece üzerine sanal bir giysi giyen kullanıcılar eleştirmek istedikleri herhangi bir konu hakkında -mizahı araç olarak kullanarak- dilediklerince özgür olmaktadır. Bu özgürlük alanı siyasi eleştiri içeren fikirlerden, sosyal eleştiriye kadar günlük hayatın sorunlarını kapsayan çok geniş bir yelpaze olarak karşımıza çıkmaktadır.

### **Sonuç**

Bu çalışma ile geleneksel mizah ürünlerinin 21.yy.da geçirdiği dönüşüm ve bu dönüşümü ortaya çıkaran nedenler araştırılmış ve mizah teorileri ile ortaya konulan gülme çeşitlerinin hangi durumlarda gerçekleştiği anlatılmıştır.

Gülmenin ortaya çıkış nedenleri ve geç modern çağ insanını gülmesini oluşturan etkenler aynı temalar etrafında şekillenmektedir. Sosyal bir varlık olan insan için çevreyle olan bağını güçlendirirken düşman kabul edilenler için kontrol altına alınmış bir saldırganlık sergilemektedir. Gülme mizah kavramının fizyolojik bir dışa vurumu olmasının yanında aynı zamanda mekanik katılığın yıkımı ile amacı konumundadır.

Mizah savunulan veya kabul edilmeyen olay ve olgular açısından ciddi bir savunma silahı olarak kullanılmaktadır. Geleneksel toplumlarda da

eleştiri amacıyla kullanılmış olan mizahın -alay edilme duygusunun- oluşturduğu kaygı sosyal medyada uyarıcı bir etken olarak öznelere disiplin altında tutmaktadır.

Dijitalleşen mizahın en önemli sorunlarından biri de kendisini ortaya koyabilmek için takındığı gelenekseli reddeden tavidir. Bu yaklaşım modeli ile varlık göstermeye çalışan sosyal medya mizahı, çağın yeniliklerine göre oluşan anlık hareketler üzerinden kendisini daimi bir güncelleme içinde bulan hareketli bir organizma gibi hareket etmektedir. Bunun yanında internetin anonimliği ve hızlı yapısı mizahı üreten aktörlere ulaşma konusunda yetersizlik oluşturmaktadır.

Bireylerin kendi kültürüne ait yerel imgeleri internet platformlarına taşınması evrensel bir türün yerel içeriklerle zenginleşmesini sağlamaktadır. Bu durum bazı araştırmacılar tarafından olumsuz görülmektedir. Fakat halk kültürü ürünlerinin karikatür, caps, troll akımlar ve video üzerinden kullanılması onların geleneksel yapılarında kırılmalara yol açmış olsa bile kültürel kodların internete taşınması konusunda başarılı olmuştur.

#### Kaynakça

1. Özdemir, Nebi, *Kültür Bilimi ve Yönetimi*, Grafiker Yayınları, Ankara 2017, 603 s.
2. Özdemir, Nebi, *Medya Kültür ve Edebiyat*, Grafiker Yayınları, Ankara 2012, 440 s.
3. Arslan, Ahmet S, *Geleneğin Yeniden Üretimi ve Tüketimi Kapsamında Bir Deneme: Sosyal Medya ve Mizah*, Hacettepe Üniversitesi Genç Halkbilimciler Kongresi s.22-39.
4. Eker, Gülin Ö., *İnsan Kültür Mizah –Eğlence Endüstrisinde Tüketim Nesnesi Olarak Mizah-*, Grafiker Yayınları, Ankara 2014, 256 s.
5. Budak, Selçuk, *Psikoloji Sözlüğü*, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara 2000, 902 s.
6. Budak, Selçuk, *Psikoloji Sözlüğü*, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara 2000, 902 s.
7. Nesin, Aziz, *Cumhuriyet Döneminde Türk Mizahı*, Akbaba Yayınları, İstanbul 1973, 481 s.
8. Koestler, Arthur, *Mizah Yaratma Eylemi*, (Çev.: Sevinç-Özcan Kabakçıoğlu), İris Yayınları, İstanbul 1997, 118 s.
9. Eker, Gülin Ö., *İnsan Kültür Mizah –Eğlence Endüstrisinde Tüketim Nesnesi Olarak Mizah-*, Grafiker Yayınları, Ankara 2014, 256 s.
10. Freud, Sigmund, *Espriler ve Bilinçdışı ile İlişkileri*, Payel Yayınları, İstanbul 2016, 297 s.
11. Bergson, Henri, *Gülme*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul 2015, 128 s.
12. Morreal, John, *Gülmeyi Ciddiye Almak* ( çev. Kubilay Aksever), İris Yayınları, İstanbul 1997, 198 s.
13. Rapp, Albert, *The Origins Wit and Humor*, Michigan Üniversitesi, Dutton 1951, 208 s.
14. Huizinga, Johan, *Homo Ludens* Ayrıntı Yayınları, İstanbul 2017, 288 s.
15. Özdemir, Nebi, *Kültür Bilimi ve Yönetimi*, Grafiker Yayınları, Ankara 2017, 603 s.
16. Genç, Köksal, *Sanal Ortamda Türk Mizahı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi*, Gazi Üniversitesi, Ankara 2010, 193 s.

## **В.К. Erdem. Sosyal Medya Mizahında Halk Kültürü Ürünlerinin Kullanımı.**

17. Genç, Köksal, Sanal Ortamda Türk Mizahı, *Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*, Gazi Üniversitesi, Ankara 2010, 193 s.
18. Tuzcu, Usta Öznur, Sosyal Medya Söyleminde Türk Anti-atasözleri, *International Journal of Social Science*, İlkbahar 2019, 243-269 s.
19. Tuzcu, Usta Öznur, Sosyal Medya Söyleminde Türk Anti-atasözleri, *International Journal of Social Science*, İlkbahar 2019, 243-269 s.

### **Андатпа**

XX ғасырдағы жағдай бойынша технологиялық дамулар мен өндірістік төңкерістен басталған жедел мәдени алмасу адамдарды барлық жағынан бір-біріне жақындатты және онымен бірге тұтынушылар қоғамының құрылымы өндірушілер қоғамының үлгісінен озып кетті. Күлудің функциясы, күлкінің мақсаттары мен фактілері де өзгерді. Бұл өзгерістің маңызды себептерінің бірі – 1950 жылдан кейін пайда болған интернетке негізделген байланыс желісінің мыңжылдық дәуірінен кейін өлшемдерін өзгертіп, дәстүрлі медианы да өзгерткен виртуалды әлем құруы. Күлкі наразылық функциясымен көбірек көрінетін бұл виртуалды шындықта жылдам тұтыну, кенеттен көтеріліп, жоғалып кететін қақпақтар мен бейнеге негізделген комедия элементтері алдыңғы қатарда. Бұл зерттеуде әзілдің астарлы себептері арқылы виртуалды сұйықтық пен шексіз кеңістікке ие әлеуметтік медиа негізіндегі әзіл-оспақ элементтерінің арасында халық мәдениетінің өнімдерін пайдалану жиілігін, оларды қандай мақсатта қолданатынын және жасына қарай өзгеруін анықтауға тырысады.

**Кілт сөздер:** әлеуметтік медиа, интернет, халық мәдениеті, әзіл, күлкі, юмор элементтері

**(Б.К. Ердем. Әлеуметтік желілердегі әзіл-қалжында халық мәдениеті элементтерінің қолданысы)**

### **Аннотация**

В 20-м веке быстрый культурный обмен, начавшийся с технологических разработок и с промышленной революции, сблизил людей во всех отношениях, и вместе с этим структура общества-потребителя опередила модель общества-производителя. Это изменение коснулось также элементов юмора и комедии. Функция смеха, а также цели и факты, из которых состоит смех, также изменились. Одна из важных причин этого изменения заключается в том, что коммуникационная сеть на базе Интернета, которая возникла после 1950 года, создала виртуальный мир, который изменил традиционные средства массовой информации, изменив их размер после вступления в эпоху тысячелетия. В этой виртуальной реальности, где смех чаще встречается с функцией протеста, на первый план выходят быстрое потребление, внезапно растущие и исчезающие шапки и элементы комедии на основе видео. В этом исследовании делается попытка выявить частоту использования элементов народной культуры среди элементов юмора на основе социальных сетей, обладающих виртуальной плавностью и неограниченным пространством, с какой целью они используются, а также изменения, которые они претерпели в зависимости от возраста.

**Ключевые слова:** социальные сети, интернет, народная культура, юмор, смех, элементы юмора.

**(Б.К. Ердем. Использование элементов народной культуры в юморе социальных сетях)**