



# PESA INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL STUDIES

PESA ULUSLARARASI SOSYAL  
ARAŞTIRMALAR DERGİSİ

June 2024, Vol:10, Issue:1  
e-ISSN: 2149-8385

Aralık 2024, Cilt:10, Sayı:1  
ISSN: 2528-9950

Journal homepage: <http://dergipark.gov.tr/pesausad>



*Doi:*

## ÜSTÜNLÜK KURAMI BAĞLAMINDA KARİKATÜRLERDEKİ DİNİ FIGÜRLERİN ANALİZİ: “LEMAN” VE “UYKUSUZ” DERGİLERİ ÖRNEĞİ<sup>1</sup>

Analysis of Religious Figures in Cartoons in the Context of Superiority Theory: Example of  
“Leman” and “Uykusuz” Magazines

**Kazım KANDEMİR**

Dr., İstanbul, Türkiye, [kandemirkazim@hotmail.com](mailto:kandemirkazim@hotmail.com)

### MAKALE BİLGİSİ

### Öz

**Makale Geçmişi:**  
Geliş: 28 Nisan 2024  
Kabul: 18 Haziran 2024

**Anahtar Kelimeler:**  
Karikatür, Din, Üstünlük Kuramı,  
Dini Figürler, Görsel Analiz

Karikatürler, mesaj üretme hususunda diğer popüler kültür araçlarına göre birtakım ayrıcalıklara sahiptir. Görsel özellikleri ön planda olan karikatürler sosyal alana dönük yargılar meydana getirmekte ve oluşturdukları düşünce kalıplarını belirli mesajlar vasıtasıyla sunmaktadırlar. Dolayısıyla toplumsal alana dönük mesajlar üretmesi ve iletmesi açısından önemli bir görsel tür olan karikatürleri analiz etmek, işlevsel görünmektedir. Bu çalışmanın amacı dini figürlerin şeyeleştirilip popülerleştirilmesi sorununu üstünlük kuramı bağlamında, din sosyolojisi açısından karikatürlerin görsel analizini gerçekleştirilerek ortaya koymaktır. Çalışmada nitel araştırma tekniklerinden biri olan görsel analiz tekniği uygulanmıştır. Bu çerçevede “Leman” ve “Uykusuz” dergilerinin 2017-2021 tarih aralığı incelenerek, konuyla ilgili karikatürler analize tabi tutulmuştur. Söz konusu tarih aralığında siyasal gelişmelere paralel olarak dinin kurumsal yönden etkinliğinin ve din adamlarının yetkilerinin artırılması hususunun “Leman” ve “Uykusuz” dergilerinde fazlasıyla yer edinmiş olması dergilerin seçilmesinde belirleyici olmuştur. Sonuç olarak karikatürlerde dini figürlerin stereotipleştirilerek popüler kültür aracı haline getirildiği, dini figürlerin üstünlük kuramı üzerinden güldürmeyi amaçladığı anlaşılmıştır.

© 2024 PESA Tüm hakları saklıdır

### ARTICLE INFO

### ABSTRACT

<sup>1</sup> Bu makale Doç. Dr. Birsan Banu Okutan danışmanlığında 2024 tarihinde sunduğumuz/tamamladığımız Popüler Kültür Ürünü Olarak Karikatürlerdeki Dini Figürlerin Analizi başlıklı doktora tezi esas alınarak hazırlanmıştır.

**Article History:**

Received: 28 April 2024

Accepted: 18 June 2024

**Keywords:**

Cartoon, Religion, Superiority Theory, Religious Figures, Visual Analysis.

© 2024 PESA All rights reserved

Caricatures have some privileges compared to other popular culture tools in terms of producing messages. Caricatures, whose visual features are at the forefront, create judgments about the social field and present the thought patterns they create through certain messages. Therefore, it seems functional to analyze caricatures, which are an important visual genre in terms of producing and transmitting messages towards the social sphere. The aim of this study is to reveal the problem of reification and popularization of religious figures in the context of the theory of supremacy, by performing visual analysis of caricatures in terms of the sociology of religion. Visual analysis technique, one of the qualitative research techniques, was applied in the study. In this context, the 2017-2021 date range of "Leman" and "Uykusuz" magazines was examined and the caricatures on the subject were analyzed. The fact that the issue of increasing the institutional effectiveness of religion and the authority of the clergy, in parallel with the political developments in the said period, was widely covered in the "Leman" and "Uykusuz" magazines was a determining factor in the selection of the magazines. As a result, it was understood that religious figures in the caricatures were stereotyped and turned into popular culture tool, and that religious figures aimed to make people laugh through the theory of superiority.

## GİRİŞ

Sosyo-kültürel yapı içerisinde toplumu meydana getiren yapısal unsurlardan olan kültür, inanç ve değerler sistemi birbirleriyle her daim etkileşim halindedir. Din ve kültür arasında da ahenkli bir etkileşim söz konusu olmaktadır. Kültürün aktarımı, var oluşu, değişimi ve dönüşümünde etken olan kitle iletişim araçları da bu etkileşimde belirleyici olmakta, kutsala dair unsurlar kitle iletişim araçlarından biri olan karikatür dergileri aracılığıyla dönüştürülüp yeniden üretilme sürecinden geçmektedir. Bu noktada popüler karikatürler sosyal yapı unsurlarının değişim ve dönüşümünü sağlayan etki ajanlarından biri olarak işlevsel olmaktadır.

Popüler kültür unsuru olarak işlev gören karikatürler kendi içerisinde birtakım mesajları barındıran, bu yönüyle kültür endüstrisinin çıkarlarına hizmet edebilen, toplumsal algılar oluşturan ya da söz konusu algıları dönüştüren özelliklere sahiptir. Bu bağlamda sosyoloji bakış açısıyla karikatürlerdeki dini figürlerin analizini gerçekleştirecek çalışmalar kutsala dair unsurların dönüşümünü ortaya koymak açısından önem arz etmektedir. Bu çerçevede karikatürlerdeki dini figürlerin şeyleştirilip popülerleştirilmesi sorunu üstünlük kuramı bağlamında, din sosyolojisi zaviyesinden karikatürlerin görsel analizi gerçekleştirilmek suretiyle ortaya konulmaya çalışılacaktır.

Bu doğrultuda yapılan bu çalışma sosyoloji ve din sosyolojisi alanında konuyla ilgili olarak var olan boşluğu görece doldurmayı ve literatüre katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Nitel araştırma tekniklerinden biri olan görsel analiz tekniği esas alınarak gerçekleştirilen bu çalışmada öncelikle iletim kanallarından biri olan karikatürün anlamsal katmanlarına değinilecektir. Bunun yanında üstünlük kuramı bağlamında karikatürün boyutları ortaya konulmaya çalışılacaktır. Ardından tarihsel boyutları itibarıyla karikatürün dünyada ve Türkiye'deki gelişim sürecine projeksiyon tutulmaya gayret edilecektir.

Son bölümde ise üstünlük kuramı bağlamında "Leman" ve "Uykusuz" dergileri örneğinden hareketle karikatürlerdeki dini figürlerin görsel analizi gerçekleştirilecektir. Bu yönüyle karikatürler üstünlük kuramı temelinde dini figürlere yüklenen negatif etiketler bağlamında irdelenecektir. Böylelikle çalışmada, popüler karikatürlerin, belirli etiketlerle dini figürleri stereotipleştirerek, toplumsal alanda varlık gösteren etki ajanı olma işlevi de vurgulanmış olacaktır. Sonuç olarak elde edilen bulgular, çalışmanın geneliyle bütüncül bir şekilde değerlendirmeye tabi tutulup konuyla ilgi tespitler ortaya konulacaktır.

## ÇALIŞMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Çalışmanın amacı; popüler karikatürlerdeki dini figürlerin aktarılabildiği biçimlerini ortaya koymak, taşıdığı örtük işlevleri sorgulamak; içerdiği sembolleri, mesajları ve etiketleri tespit etmektir. Çalışmada nitel araştırma tekniklerinden biri olan görsel analiz tekniği uygulanmıştır. Görsel analiz tekniği görsel öğeleri analiz etmek için sıklıkla başvurulan bir tekniktir (Neuman, 2016: 466). Bu çerçevede görsel analiz tekniği bir metnin içeriğini bir araya getirip analiz etme tekniği olarak ifade edilmektedir. Buna ilaveten görsel analiz tekniği deney ve gözlemin geçerli olmadığı durumlarda kullanılan bir teknik olma özelliğini de taşımaktadır (Bilgin, 2006: 6).

Görsel öğelerin analizini yapmak, görsel öğenin taşıdığı imgelerin, anlamların ve kodların okumasını yapmayı gerektirmektedir. Bu tür okuma biçimi, mekanik olmaktan ziyade, kültürel kodlarla ilişkili bir okuma biçimidir. Örneğin, trafikte kırmızı ışığın yandığını gören birinin durması gerektiğini bilmesi, o kişinin yaşadığı kültürde kırmızı ışığın "dur" anlamını taşımasıyla ilgilidir. Dolayısıyla insanlar kültürel anlamlar oluşturmakta ve bu kültürel anlamları sembolik imgelere yüklemektedirler (Neuman, 2016: 472). Bu anlamda görsel analiz araştırmacı tarafından buz dağının görünmeyen kısmını ortaya çıkarma faaliyetidir (Kıral, 2020: 172). Bu noktada görsel analiz tekniğiyle içeriği belirgin kılma çabası teknik boyuttan ötedir. Dolayısıyla metnin zor taraflarını ortaya çıkarmada görsel analiz tekniği etkin olabilmektedir. Neuman (2016: 466) bu gerçekliği şu örnekle desteklemektedir:

"Örneğin, televizyon reklamlarını izlerken, pahalı ürünlerin (örn. Lüks arabalar, kürkler, mücevherat, parfüm, v.b.) reklamlarında beyaz olmayanların nadiren görüldüğünü düşünebilirsiniz, içerik analizi sistematik olmayan gözleme dayalı belirsiz düşüncelerinizin doğru olup olmadığını objektif, nicel terimlerle belgeleyebilir. Metin hakkında yinelebilir, kesin sonuçlar verir."

Görsel analiz iletişimin içeriğini tarafsız şekilde açığa çıkaran bir tekniktir. Bu bağlamda kişi ön kabullerinden, değerlerinden, alışkanlıklarından, tutum ve davranışlarından arınarak metne ya da görsele yaklaşmalıdır. Bunu yaparken de sistematik olmaya özen gösterilmelidir. Bu da içeriğin kişiyi etkileyen saklı boyutlarını görünür kılmayı hedef haline getirmek anlamını taşımaktadır. Böylece görsel analiz "ikincil bir okuma" şeklinde faaliyet yürütmektedir (Bilgin, 2006: 1). Görseldeki saklı boyutların ortaya çıkarılması sayesinde görseldeki mesajlarla ilgili birtakım bilgiler temin edilir. Dolayısıyla görünenden hareketle saklı olan mesajlar adeta "arkeolojik bulgu" gibi açılır. Örneğin, yazarın metinleri ya da görselleri analize tabi tutulduğunda, yazarın düşünsel ve yaşamsal izleri hakkında da birtakım izlere ulaşma imkân doğar. Böylelikle görsel analiz, analizciye betimlemelerin ötesinde birtakım ipuçları sunar (Bilgin, 2016: 15). Gizil boyutları ortaya çıkarırken metnin tamamının bağlamına sadık kalmak gerekir. Aksi durumda "kategoriler", "sınıflamalar", "kodlamalar" vasıtasıyla meydana getirilen analizlerin anlam bütünlüklerinde kopmalar oluşabilir. Bu durum metnin analizinde isabetli olmama sonucunu doğurabilir (Gökçe, 2006: 21-23). Ayrıca görsel analizde metne dair gerçekleştirilen analizlerin kültürel iletişimin kendisiyle tahdit edilmesi görsel analiz için dikkat edilmesi gereken bir husustur. Bu çerçevede gerekli olan metnin içeriğini yorumlamak değil, içeriği olduğu gibi ortaya çıkarmaktır. Dolayısıyla metni meydana getirenlerin amaçlarına ya da metne yaklaşanların mesajları algılayış biçimlerine dönük yorumlamalar yapılmamalıdır (Neuman, 2016: 477-478).

Görsel analiz tekniğinin bazı aşamaları bulunmaktadır: İlk aşama araştırmacı tarafından araştırma hedeflerinin ortaya konulduğu aşamadır. İkinci aşama, araştırmacının örneklemini içeren aşamadır. Üçüncü aşama ise örnekleme belirli birimlere ya da maddelere ayırma aşamasıdır. Ayrıca bu aşamada birim ya da maddelerin bir araya getirileceği kategoriler belirlenir. Nihayetinde kategorilerin frekansları nicel veri olarak tespit edilir ve söz konusu verilerden hareketle yorumlamalar ortaya konulur (Bilgin, 2006: 11).

Görsel analizde araştırmacı; girift, karmaşık ve belirsiz görünen iletişim aracını objektif nicel bilgiye dönüştürebilmek için özenli şekilde kodlamada bulunmaya dikkat etmelidir. Kodlama metnin içeriğinin

sıklık, yönelim, yoğunluk ve alan olmak üzere dört özelliğini görünür kılar. Sıklık bir sembolün var olup olmama sıklığını ölçmektir. Yönelim, görseldeki mesajların yönünü negatiflik, pozitiflik, uyumluluk ya da aykırılık gibi süreklilikler düzleminde ifade etmektedir. Alan ise analizcinin metindeki mesajların boyutunu kritik etmek manasını taşımaktadır. Bütün bunların neticesinde kodlama eylemi "açık kodlama" ve "örtük kodlama" şeklinde sonuca ulaştırılır (Neuman, 2016: 468-470).

Görsel analiz, analiz edilecek konuya göre "frekans analizi, kategorisel analiz, değerlendirici analiz, olumsuzluk ya da ilişki analizi" gibi çeşitli tekniklerle gerçekleştirilmektedir. Bu çalışma görsel analiz tekniğinde kullanılan "kategorisel analiz" tekniğini temel alarak görselleri aşamalara ve kategorilere ayırmıştır. Bilgin (2006: 19) kategorisel analiz tekniğini şöyle açıklamaktadır:

"Kategorisel analiz, genel olarak, belirli bir mesajın önce birimlere bölünmesini ve ardından bu birimlerin, belirli kriterlere göre kategoriler halinde gruplandırılmasını ifade eder. Kategorileştirme, mesajların kodlanmasını, yani anlamlarının işlenmesini gerektirir. Analiz kategorileri, mesaja bizim ilgilendiğimiz çok çeşitli boyutlara dayanabilir."

Görsel analizin niteliğini artıran belirleyici etken kategori düzenidir. Araştırma probleminin saptanmasında, gerekli bilgilerin ve sembollerin tercih edilmesinde tesirli bir vasıta işlevi görmektedir. Bu anlamda araştırma problemine uyumlanmayan içerikler ayıklanıp gruplar halinde kategoriler meydana getirilebilmektedir (Gökçe, 2006: 58). Örneğin, içerik analizinde kullanılan kategorileşme evresi kargo personelinin taşıdığı kargoları belirlenen adreslere teslim etmesine benzer bir süreçtir. Öyle ki, kargo personeli paketlerini teslimat adreslerine uygun şekilde kategorileştirerek sevkiyat işlemini daha kolay ve düzenli hale getirir. Bununla birlikte kategorileştirme işlemi, bütünden anlamlı parçalar oluşturmayı olanaklı hale de getirir. Böylelikle metindeki bütünlüklü mesajlar bölünerek kategoriler marifetiyle yeniden birleştirilmekte ve tasnif edilebilmektedir (Metin ve Ünal, 2022: 280).

Bu çalışmada da görsel analiz tekniği çerçevesinde "kategorisel analiz" tekniğini kapsamlı şekilde ele alan J. Collier ve M. Collier'in sıralaması esas alınmıştır. J. Collier ve M. Collier'e (1987: 177-178) göre görseldeki unsurların tanımlama ve sınıflama eşiği ne kadar yüksekse, analiz vasıtasıyla bilgi kaynağı olmaya o kadar yakınlaşmış olur. Bu çerçevede görsel analiz aşamaları J. Collier ve M. Collier tarafından şu şekilde belirlenmiştir: İlk aşama verilerin bütünlüklü olarak irdelenmesidir. Böylelikle tüm tanımların ve karakterlerin bağlamsal çizgileri belirginleşmiş olur. İkinci aşama araştırmacının araştırma gayesine uygun olarak görselleri birtakım kategoriler altında sıralamasıdır. Üçüncü aşama ise kategorilerin detaylı şekilde analizinin gerçekleştirildiği aşamadır. Bu aşamada aynı zamanda görselleri çok defa gözden geçirmek gerekebilmektedir. Böylelikle aşamalardaki tüm pürüzler giderilir ve görsel analiz eksiksiz şekilde yürütülmüş olur.

Çalışmada üstünlük kuramı bağlamında popüler karikatürlerin görsel analizi gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın hedefi "Leman" ve "Uykusuz" dergileri örneğinden hareketle ortaya konulmuş, dergilerin 2017-2021 tarih periyodundaki sayılarında kaleme alınan karikatürlerin görsel analiziyle sınırlı tutulmuştur. Bu noktada çalışmanın hedefini yansıtabilecek şekilde karikatürlerdeki dini figürler ve semboller tespit edilmiştir. Bulgulardan yola çıkarak dini figürler ve semboller "din adamı figürü" ve "sıradan dindar figürü" olmak üzere iki başlık altında kategorize edilmiştir. Son olarak yukarıdaki kategoriler altında sıralanan karikatürler birçok defa gözden geçirilmeye gayret edilmiş, böylelikle yöntemsel olarak muhtemel eksikliklerin önüne geçilmeye çalışılmıştır.

## KARİKATÜR KAVRAMI

Karikatür kelimesi köken olarak İtalyanca bir kelime olup, "yüklemek" ve "hücum" anlamına gelen "caricare" kelimesinden türemiştir (Kayış, 2004: 4, Alsaç, 1994: 7). Terim olarak ise karikatür çizgisini mizahla şekillendirip eleştiri gayesiyle okuyucu kitlesinin karşısına çıkan bir sanat alanıdır. Karikatür eleştirinin yanında okuyucusunu eğlendirme ve eğitime gayesini de taşımaktadır. Bu yönüyle

karikatürün çarpıklıkları, düzensizlikleri, yanlışlıkları belirtmesi beklenmekte; tabuları yıkmaya, eğlendirme ve haber verme gayesini gütmeye umulmaktadır (Balcıoğlu, 1987: 7- 8, Topuz, 1986: 64). Dolayısıyla Dokgöz'ün ifadesiyle karikatür muhalefet görevini üstlenen bir çizgi perspektifi taşımaktadır (Dokgöz, 2004: 285).

Karikatür "evrensel " ve "çabuk tüketilen" olmak üzere iki şekilde biçimlendirilmektedir. Evrensel karikatürler yalnızca çizgisel nitelikteki karikatürler olup, aktüelliğini sürdüren, uluslararası özellikler taşıyan karikatürlerdir. Çabuk tüketilen karikatürler ise, yazıyı barındıran, yerel ve anlık özelliklere sahip, belirli zaman diliminde popüler olan, hızlı tüketilen ve aktüelliğini yitiren karikatürlerdir. Dolayısıyla bu tür karikatürler basın-yayın organlarında çokça yer bulan, her türden olayı, mübalağalı ve bol yazıyla okuyucusu kitlesine aktaran popüler karikatürlerdir (Dokgöz, 2004: 285).

Popüler karikatür okuyucusu tarafından kolay anlaşılan, tüketilen, hızlıca unutulmuş ve anlık olan karikatürlerdir. Bu yönüyle eğlence gayesiyle, olabildiğince keyif alarak anın geçirilmesini sağlayan "kullan-at" biçimindeki karikatürlerdir. Dolayısıyla popüler karikatürler çizgi anlayışını pazara dönük hale getiren, tüketim unsuru kılan karikatürlerden sayılmaktadır. Bu durum mizahın popüler karikatürler tarafından eğlence unsuruna dönüştürülmesi sonucunu doğurmaktadır. Bunun sonucunda karikatür kavramı olumsuz bir görüntüye bürünmektedir (Özer, 2004: 248-249).

Geçmiş dönemlerde yayımlanan karikatür dergileri "evrensel" biçimli karikatür anlayışıyla okuyucusunun karşısına çıkmakta, etkisi uzun süren toplumsal olaylara değinmekteydi. Aktüel popüler karikatür anlayışı ise kadını, cinselliği ve argoyu okuyucusuna aktarmış, böylelikle okuyucusunu meşgul edip "kullan-at" eylemini, "satın al-güldür-at" kavramıyla özdeş kılmıştır. Karikatürün asıl gayesi olan düşündürme ve sorgulama eylemi kısa süreli beğenilerle tüketilen bir güldürü anlayışına evrilmiştir. Böylelikle karikatür, kapitalist pazarın ve metanın güdümü altına girme sürecini yaşamıştır (Kaptan, 2004: 258).

Karikatürün görsel yönü onun "belirgin işlevlerini" meydan getirmektedir. Bunun yanında karikatürler taşıdığı betimlemelerle bünyelerinde birçok örtük işlevi ve mesajı da barındırmaktadır. Bu yönüyle popüler karikatürlerin de arka planında birtakım ideolojik betimlemeler/imgelemler taşıdığı kesin bir gerçekliktir. Örtük işlevler eylemin failinin arzusu dışında gelişen, kalıplaşmış yapıları ve kodları sürdüren, hâkim düzeni sürdürmek yanında yeni bir kalıba sokabilen yapısal özellikler barındırmaktadır (Okutan, 2013: 12). Bu bağlamda popüler dergi ve gazeteler vasıtasıyla okuyucu kitlesine sunulan popüler karikatürlerin görsel analiz tekniğiyle içerdiği mesajları ortaya çıkarmak önem teşkil etmektedir.

## ÜSTÜNLÜK KURAMI VE KARİKATÜR

Gülmeyi meydana getiren "her şey" ya da "nesne" (Susa, 2022: 45) olarak tanımlanan ve bünyesinde karikatürü de barındıran mizah kavramına düşünce tarihi içerisinde çeşitli kuramlarla açıklık getirilmeye çalışılmıştır. Bu kuramlar Üstünlük Kuramı, Rahatlama Kuramı ve Uyuşmazlık Kuramı olmak üzere temel olarak üç başlık altında bir araya getirilerek sınıflandırılmıştır. (Graham vd., 1992: 161 ve Vallade, vd., 2013: 231) Bu noktada tüm bu kuramlar devamlı surette "Neden güleriz?" sorusuna yanıt bulmaya çalışmaktadırlar (Erkek, 2017: 3).

Gülme ediminin kişinin başkaları üzerinde üstünlük kurma biçimi olduğunu ifade eden gülme kuramı diğer kuramlar içerisinde en eski ve en yaygın olanıdır. Öyle ki, üstünlük kuramı olarak nitelendirilen bu kuramın bilinen en eski formu ünlü filozof Platon'un gülmeye ilgili düşüncelerine dayanmaktadır. Platon'a göre kişinin kendini bilmemesi onu gülünç duruma düşürmektedir. Bu kişi kendisini gerçekte olduğundan daha farklı gören, üstün özelliklere sahip olduğunu zanneden kişidir. Dolayısıyla bizler

böyle kişilere gülerек karşılık verir ve bundan oldukça haz alırız. Böylesi bir gülme dikkatimizi karşı tarafın kusuruna odaklamamızdan kaynaklanır. Bunun yanında gülme hususunda kişi eğer aşırıya kaçarsa güldüğü kusurların kendisine bulaşma tehlikesiyle karşılaşır. Bu da kişinin insan olma yönünü kaybetmesine sebep olur (Morreal, 1997: 9).

Platon tarafından ortaya konulan üstünlük kuramı daha sonraki düşünürler üzerinde de etkili olmuştur. Bu düşünürlerden biri olan Hobbes'un mizah anlatısı, kuramı daha da güçlü kılmıştır. Hobbes'e göre bir kimsenin eksikliği, başarısızlığı ve kötü hali karşısında kişinin kendisinden övünç duyması, kendisinde üstünlük hissini uyanmasına zemin oluşturur (akt. Morreal, 1997: 10). Dolayısıyla bu his gülmeyi peşinden getirir. Bu noktada Hobbes'a göre kişiyi gülmeye yönelten şey, kişinin her bir şeyi bir başkasından daha iyi yaptığını düşünmesidir (Şentürk, 2016: 50). Zira bu düşünce "ani zafer" (Morreal, 1997: 12) kazanma isteği şeklinde de kendini göstermektedir. Bu nedendir ki, insanlar başkalarında var olan eksikliklere şahit olduklarında kendilerini onlarla kıyaslamak isterler. Bunun sonucunda kendilerinden taraf olurlar ve kendi üstünlüklerini öne çıkarmaya çalışırlar (akt. Vallade vd. 2013: 232). Örneğin, birine tökezleyip düştüğü için gülmemiz, o insanı noksan kendimizi de ondan üstün görmemizden ileri gelir. Senders (2001: 31) bu hususu şöyle özetlemektedir:

"Aslına bakılırsa, sakar tökezleyenimiz topallamasa ya da hiç sendelemese, düşmese bile, ona çelme takmaya çalışırdık – bu durum bize üstünlük duygusu vereceği için. Rekabetçi toplumlarda, tökezleyenler ve düşenler kendi sosyal refahımızın güvencesidirler; onlar bize toplum merdiveninde bir basamak üste çıkma olanağını verirler."

Böylece "ani zafer" duygusuyla ortaya çıkan gülme eyleminin odağında "alay etmek" bulunmaktadır. Başkalarına yöneltilen psikolojik üstünlük göstergesi olan "alay"ın temelinde kendimiz dışındakileri küçümseme eğilimi bulunmaktadır. Zira karşı tarafın gülünç yanlarının öne çıkarılma çabası, olumsuz etiketlerle "küçümseme" ve "üstünlük kurma" amacına dönüktür.

Üstünlük kuramı "rakibi saf dışı bırakmaktan duyulan keyif, bir başkasını dezavantajlı duruma getirmenin verdiği haz, "öteki" konumundaki kişinin düştüğü kötü durumdan duyulan mutluluk, başkalarının talihsizliklerinden ve acılarından alınan zevk, bedensel çirkinlik veya bozuklukların kendi bedeninde olmamasından duyulan memnuniyet ile mantıksız hareket ve eylemlere gülme" (Eker, 2014: 142) zeminine dayanmaktadır. Böylece kişi kendisi dışındakilerin "bedensel ve zihinsel kusurlarını" kendisiyle kıyaslayarak üstünlüğünü ortaya çıkarmak istemektedir. Dolayısıyla "etnik, ırkçı, karşı cinsin zayıflığını ortaya koymaya çalışan" şakalar üstünlük içeren şakalardır (Coughlin, 2002: 19, Konning ve Weiss, 2002: 2).

Üstünlük kuramı bağlamında popüler karikatürlerin de kullanışlı bir alan olarak işlevsel kılındığı görülmüştür. Popüler karikatürlerdeki birtakım semboller ve figürler nasıl ki "alay" temelinde, üstünlüğü ortaya çıkarmak şeklinde sunulmaktaysa, dini sembollerin ve figürlerin de aynı hedef doğrultusunda çizgiselleştirilmek istendiği düşünülmektedir. Dolayısıyla çizerin üstünlük kurma gayreti popüler karikatürlerdeki dini sembollerin ve figürlerin üzerinde somutlaştırılmaktadır (Kandemir, 107: 2024). Bu tür popüler karikatürlerin üstünlük kuramı bağlamında görsel analizini gerçekleştirmek, tipolojilerin sunulmasına etki eden ideolojik bagajların varlığını açıklamakta önem arz etmektedir. İlerleyen bölümde "Leman" ve "Uykusuz" dergilerinin karikatürlerindeki dini sembollerin ve dini figürlerin kategoriler halinde, birtakım başlıklar altına görsel analizi gerçekleştirilecektir. Bu bölüme geçmeden önce Türkiye'de popüler karikatürün gelişim süreci ve "Leman" ve "Uykusuz" dergilerinin bu bağlamdaki yeri ortaya konulmaya çalışılacaktır.

## TÜRKİYE'DE KARİKATÜR: "LEMAN" VE "UYKUSUZ" DERGİLERİ

Türkiye'de bilindik anlamda karikatür dergiciliğine dair ilk adımlar Tanzimat Dönemi'nde atılmıştır. Tanzimat'la birlikte Müslüman ahalinin üstün olduğu anlayışının terk edilmesi, gayrimüslim unsurlarla

Müslüman ahalinin siyasi ve hukuki sahada eşit sayılması, karikatür dergiciliğın oluşmasında uygun bir ortamı inşa etmiştir. Bunun yanında Osmanlı'daki Ermeniler ve Rumlar gibi gayrimüslim unsurların yabancı dil öğreniminde önde olması Batı'daki basın ve yayın dünyasıyla ilgili gelişmelerin takibinin onların eliyle gerçekleşmesini sağlamıştır. Bu durum karikatürle ilgili gelişmelerin yakından takip edilmesine de olanak sağlamış, gayrimüslim unsurlar Osmanlı karikatürçülüğünde öncülük etmişler ve etkinlik sahası oluşturmuşlardır (Koloğlu, 2005: 21-22). Tanzimat Dönemi karikatürçülüğünün ilk örneğı Hovsep Vartanyan imzalı "Boşboğaz Bir Âdem" isimli karikatür dergisidir. Bu derginin ardılı olması bakımından 1856 yılında neşredilen "Meğü" isimli dergi de döneme damgasını vuran bir diğerkarikatür neşriyatıdır. Adı geçen dergilerin ortak yanı Osmanlı sınırları içerisinde yaşayan Ermeni yazar ve çizimler tarafından yayımlanmış olmalarıdır (Güneri, 2008: 89).

Karikatür yayını olup Türkler tarafından çıkarılan ilk neşriyat ise 1867 yılında Arif Arıkan tarafından yayımlanan "İstanbul" isimli gazetedir (Topuz, 1997: 221). Karikatür dergiciliğine örnek olması bakımından Türkler tarafından çıkarılan ilk karikatür dergisi ise 1870 yılında yayımlanmaya başlanan Teodor Kasap imzalı "Diyojen" adlı dergidir. Derginin, Tanzimat Dönemi karikatürçülüğüyle ilgili en önemli özelliğı Türkçe olarak çıkarılan ilk karikatür dergisi olmasıdır. (Çeviker, 1986, cilt 1: 120-121). "Diyojen" dergisinin ardından Teodor Kasap tarafından çıkarılan diğerkarikatür dergileri ise "Çıngıraklı Tatar" ve "Hayal" isimli karikatür dergileridir (Çeviker, 2004: 73). Tanzimat Dönemi'nde çıkarılan "Tiyatro", "Latife", "Kahkaha", "Geveze" ve "Meddah" adlı neşriyatlar da diğerkarikatür neşriyatları arasında sayılmaktadır (Özer, 1994: 52, Çeviker, 1986, cilt 1: 126-133).

Tanzimat Dönemi'nde okuyucusuyla buluşan Türk karikatürünün serencamı, modernleşmeyle birlikte yeni bir şekle bürünmüş ve Cumhuriyet Dönemi'ne ilham kaynağı oluşturacak modern karikatürün temelleri atılmıştır. Tanzimat Dönemi'nin karikatür anlayışını yetkinleştiren modern karikatürün öncü ismi Cemil Cem, yayımladığı "Cem" ve "Kalem" dergileriyle modern karikatürün meşalesini yakmıştır. Cem, siyasi ve toplumsal değerlerle ilgili konulara değinerek Batı anlayışına uygun karikatürlere yer vermeye itina göstermiştir (Arık, 1998: 16). 1940'lı yıllara gelindiğinde Ramiz Gökçe ve Cemal Nadir imzalı karikatürler ise popüler karikatür anlayışına uyumlanan Türk karikatürünün ilk nüvelerini teşkil etmektedir. Bu karikatürlerle birlikte Türk karikatürü siyasi eleştirilerden uzaklaşarak gündelik yaşamı ve sıradan insanları konu alan bir mecraya dönüşmüştür (Özer, 2004: 248). 1950'li yıllarla gelindiğine "Aziz Nesin", "Mim Uykusuz", "Rıfat Ilgaz" ve "Sabahattin Ali" gibi ünlü simalar tarafından kurulan "Markopaşa" adlı karikatür dergisiyle birlikte modern karikatür anlayışı bir üst noktaya taşınmıştır. "Markopaşa" Türk karikatüründe konu ve çizgi birlikteliğı oluşturmuş, modern bir karikatür estetiğı inşa etmiştir. (Özer, 1985: 19, Aşlakçı: 2011: 35).

1960'lı yıllarda ise toplumsal yapıdaki değışim ve dönüşüme paralel olarak Türk karikatürü de durgunlaşma süreciyle karşı karşıya kalmıştır. Bu evre adeta Türk karikatürünü yok olma tehlikesine maruz bırakmıştır. Seçkin kitleye hitap eden karikatürlere ilgi azalmış, karikatür dergileri okuyucuları tarafından ilgisizliğe hapsedilmiştir (Özer, 1985: 19, Durgeç, 2009: 106). Bu dönemde "Akbaba" dergisi yeniden basın sahnesine çıkarak, Türk karikatürü için adeta bir can suyu işlevi görmüştür. Dergi, eğlence ve güldürüyü ön plana çıkaran karikatür anlayışıyla okuyucunun ilgisinin yeniden karikatüre yönelmesinde etkili bir yayın olmuştur. Böylece "Akbaba" dergisi dönemin en güzel karikatür örneklerine imza atan bir dergi olarak görülmüştür (Özer, 1985: 20).

1970'li yıllarla birlikte popüler karikatür en belirgin deneyimini Oğuz Aral yönetiminde basın sahnesine çıkan "Gırgır" dergisiyle gerçekleştirmiştir. "Gırgır" dergisi kırsaldan kente doğru göçen ve gecekondu yaşantısını benimseyerek kentli olmakta güçlük çeken halkın nabzını tutmayı öncelmiştir. Dergide, köy ve kent arasında savrulan karmaşık bir kültürün mizahı öne çıkarılmış, arabesk figürler ve yeme içme kültürü gibi kavramlar mizah unsuru olarak sunulmuştur (Özer, 2004: 248). Ayrıca dergide çizgi yazıyla

desteklenmiş, böylece yeni bir karikatür anlayışı okuyucuların beğenisine sunulmuştur. Ekol olarak adlandırılan "Gırgır"ın güldürü geleneği karikatürün halkın düzeyine inmesi şeklinde görünür olmuştur. "Gırgır" dergisiyle birlikte karikatürlerde halkın beğeni esas tutulmuş, argo ve gündelik dil çizgi dili olarak benimsenmiştir (Arık, 1998: 32-37). Dolayısıyla genç kitlenin beklenti ve beğenilerine göre tasarlanan dergi, sanatsal kaygıyı bir kenara bırakarak yeni bir karikatür dünyası oluşturmuştur. Öyle ki, derginin karikatürleri popülerleştirilerek yüksek baskı sayısı uğruna tüketime dönük olmaktan kurtulamamıştır (Arık, 2004: 251). Zira insanları eğlendirmek uğruna en basit konuları gündeme taşımaya, ciddi konuları tahfif etmesi ve para kazanma kaygısı onu popüler kültür unsuru haline getirmiştir (Özer, 2004: 248).

"Gırgır" ekolünden gelen genç karikatüristler, zaman içerisinde Oğuz Aral'ın yönetim anlayışından uzaklaşmış ve bağımsız olmak gayesiyle "Gırgır" dergisinden ayrılmışlardır. Bu doğrultuda genç karikatüristler tarafından "Mikrop", "Hıbrır", "Penguen" gibi birçok karikatür dergisi yayımlanmıştır (Arı, 2008: 35-46). "Leman" ve "Uykusuz" dergileri de "Gırgır" ekolünden doğan yeni dergiler arasındadır. "Leman" dergisi, "Limon" adıyla "Güneş" gazetesinin eki olarak "Şükrü Yavuz", "Mehmet Çağçağ", "Tuncay Akgün", "Suat Gönülay", "Can Barslan" ve "Gani Müjde" tarafından kurulmuştur (Basat, 2014: 31). 90'lı yılların ilk yarısında "Leman" dergisi karikatür dergiciliğinde adeta ipi göğüsleyerek kendini öne taşımış bir dergidir. Bunu sağlayan temel nokta "Leman" dergisinin diğer dergilere göre yüksek tiraj elde etmekteki başarısıdır. Bu durum "Leman" dergisini parlatmış, karikatür dergiciliğiyle "Leman"ı özdeş kılmıştır (Arı, 2008: 43). "Leman" dergisinin markalaşmasında derginin çizgi anlayışı etkili olmuştur. Derginin çizgi anlayışında da yayın çizgisini kendisinin belirlemesi ve okuyucu kitlesinin gençlerden müteşekkil olması sağlamıştır. Zira derginin çizer kadrosu toplumdaki değişim ve gelişmeleri yakından takip etmiş, tüm bunları mizahi bir üslupla çizgiye taşıma başarısını göstermiştir (Basat, 2014: 33).

"Leman" dergisi sanatsal kaygıyı bir kenara bırakıp tamamen gazetecilik kalıplarına göre hareket eden bir dergi işlevi görmüştür. Bu durum onun satış odaklı olduğunu göstermektedir. Onun sahip olduğu bu özellik, çizgilerinin eğri büğrü ve karışık vaziyette olmasını sağlamıştır. Dolayısıyla dergide "ne çizildiği"nden öte "nasıl çizildiği" ön plana çıkarılmıştır. Bunda "Leman" dergisinin alışılmadık dışına çıkmasının ve toplumsal olaylara karşı ilgi düzeyinin yüksek oluşunun etkisi olmuştur (Arı, 2008: 43). "Leman" dergisi 1990'lı yıllara değin üstlendiği yayın çizgisini koruyamamış, dergi ideolojilere açık hale gelen ve kâr amacı güden bir yayın çizgisine evrilmiştir (Arık, 2004: 252).

"Gırgır" ekolünden doğan bir diğer karikatür yayını da "Uykusuz" adlı karikatür dergisidir. Dergi; "Yiğit Özgür", "Ersin Karabulut", "Umut Sarıkaya", "Oktay Gencer (Oky)", "Memo Tembeler (Mehmet Çilingir)", "Uğur Gürsoy" isimli çizerler tarafından 2007 yılında kurulmuştur. Karikatür yayıncılığındaki bir başka kopuşun ve ayrışmanın sonucu olarak ortaya çıkan "Uykusuz" dergisi, böylesi bir geleneğin devamı olarak görülmektedir. Bu durum fikri bir ayrışma ve kopuş olmaktan ziyade, karikatür yayıncılığına çeşitlilik ve boyut kazandıran bir ayrışmadır. Karikatür yayıncılığında olumsuz görünen bu durum, birçok derginin yayın hayatını kısa sürede sonlandırmasına neden olmakla birlikte yeni karikatür dergilerinin yayımlanmasına da olanak sağlamıştır. "Uykusuz" dergisi de karikatür dergiciliğinde sürekli olmayı başaran, dijital medyada da kalabalık bir kitle tarafından takip edilen bir dergidir (Demir, 2016: 12). Bunun yanında dergiyi diğerlerinden ayıran bir başka farklılık da, derginin görece daha derinlikli ve zengin bir içeriğe sahip olmasıdır (akt. Basat, 2014: 45). "Uykusuz" dergisi içeriğindeki karikatürleriyle siyasi, sosyal, ekonomik gelişmeleri, gündelik yaşantıyı ve gençliğin sorunlarını gündeme taşımakta hassas davranmış, sokaktaki insana projeksiyon tutmaya özen göstermiştir (Aktaş, 2012: 63).

## KARİKATÜRLERDEKİ DİNİ FİGÜRLER



Çalışmada, "Leman" ve "Uykusuz" dergilerinin 2017-2021 tarih aralığı incelenerek, konuyla ilgili karikatürler analize tabi tutulmuştur.<sup>2</sup> Karikatürlerin görsel analize tabi tutulmasındaki temel gaye, karikatürün anlatı boyutu değil, karikatürlerdeki dini figürlerin çizgiye nasıl yansıtıldığıdır. Karikatürlerdeki dini figürler çoğunlukla karikatürün ana figürü olarak işlev görmektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde karikatürlerdeki dini figürlerin olumsuz imajlarla yansıtıldığı görülmektedir. Bu olumsuz imajlar Türkiye'deki mizah geleneğinin adeta bir izdüşümü şeklinde yerini bulmaktadır. Bu noktada karikatürlerdeki dini figürler olumsuz etiketlerle damgalanmaktadır. Bu durum da dini figürlere dönük olumsuz kanaatleri pekiştirici bir işlev görmektedir.

Analize tabi tutulan karikatürlerdeki dini figürlerin büyük ölçüde erkeklerden oluştuğu görülmüştür. Kadın karakterler ise bağımsız bir cinsiyet olarak değil, genellikle erkek karakterlerin yanında konumlandırılmış ikincil karakterler şeklinde öne çıkarılmıştır. Bu zaviyeden bakıldığında, karikatürlerdeki dini figürlerin sırdan dindar ve din adamı imajı üzerinden çoğunlukla eğitimsiz, görgüsüz, menfaatperest, saldırgan, suçlu ve zorba olarak imlendiği görülmektedir. Nitekim olumsuz imgelerle resmedilen dini figürler üzerinde üstünlük kurulmakta ve dini figürler stereotip<sup>3</sup> haline getirilerek aşağılanmaktadır. Bir sonraki bölümde, dini figürleri yansıtan on beş karikatür belirli başlıklar altında kategorilere ayrılarak üstünlük kuramı bağlamında görsel analize tabi tutulmuştur.

## KARİKATÜRLERİN GÖRSEL ANALİZİ

### 1. Din Adamı Figürü



Fotoğraf 1: Sefer Roni, "Leman" Dergisi, 6 Eylül 2017, s.3

Çoğu medya organında olduğu gibi Diyanet İşleri Başkanlığı'nın bütçesiyle ilgili tartışmalar, "Leman" dergisi tarafından da çizgiye aktarılmıştır. Dergi tarafından olumsuz bir imajla hoca figürü üzerinden Diyanet İşleri Başkanlığı'na eleştirel bir tutum sergilemiştir. Bu noktada dergide bütçe miktarı ve hoca figürü merkezli bir ironi kurgulanmaktadır. Dolayısıyla karikatürün temel konusu devlet tarafından

<sup>2</sup> "Leman" ve "Uykusuz" dergilerinin diğer dergilere göre tirajlarının görece daha yüksek olması ve okuyucular tarafından daha çok ilgiyle takip edilmiş olmaları dergilerin seçilmelerinde belirleyici olmuştur. Buna ilaveten seçilmiş olan tarih aralığında siyasal gelişmelere paralel olarak dini kurumsalın etkinliğinin ve din adamlarının yetkilerinin artırılması hususunun "Leman" ve "Uykusuz" dergilerinde fazlasıyla konu edilmiş olması da bir diğer etkidir.

<sup>3</sup> Stereotip, Yunanca bir kelime olup katı (stereos) ve damga (typos) kelimelerinden türetilmiş bir kelimedir. Sosyolojik olarak tipolojileri olumsuz yönlerle ilişkilendiren ve etiketlemelerde bulunduran bir kavramdır (akt. Okutan, 2018:257).

Diyanet İşleri Başkanlığı'na sağlanan yüklü miktardaki bütçedir. Diyanet İşleri Başkanlığı sarıklı ve sakallı hoca figürüyle çizgiselleştirilmiştir. Bu bağlamda karikatürde sarık, sakal ve cübbe de hocanın giyim tarzını yansıtan bütünleyici unsurlardır. Buradaki unsurlarla hoca figürünün diyalog biçimi arasında uyumsuzluk göze çarpmaktadır. Bu yönüyle hoca figürü karikatürde taşıdığı misyondan uzak davranan, çıkarını önceleyen bir din adamı görüntüsü vermektedir. Öyle ki, karikatüre göre kurumun bütçesi niteliksiz din adamı figürünün eliyle adeta israfa uğratılmakta ve gereksiz şekilde harcanarak bitirilmektedir. Sonuç olarak karikatürün alt mesajında din adamı figürü "niteliksiz", "cahil" ve "eğitimsiz" olarak etiketlenmekte ve üstünlük bu etiketlerle biçimlendirilmektedir.



Fotoğraf 2: Sefer Semih, "Leman" Dergisi, 11 Ekim 2017, s.3

Kitle iletişim araçları kanalıyla din adamı ve dindarlara dair gerçekleştirilmeye çalışılan bilinç yönetimi bu karikatürde de olumsuz imajla öne çıkarılmış bulunmaktadır. Bu düzlemde imamların nikâh kıymakla yetkilendirilmesi hususu karikatürün konusunu oluşturmaktadır. Karikatürde takkeli dindar erkek figürüyle başörtülü dindar kadın figürü olmak üzere iki figür boy göstermektedir. Karikatür mekânsal olarak camii içerisinde konumlandırılmakta ve karikatürde İslam'ın kutsal saydığı yazı levhaları ve tespih sembolü öne çıkarılmaktadır. Karikatürdeki dindar erkek figürü ise namaz kılmak istemesine karşın başörtülü kadın figürü tarafından anlamsızca randevu almaya mecbur bırakılmaktadır. Buradaki tüm göstergeler, imamların nikâh kıyma yetkisiyle donatılmasını görev tanımı dışında olabilecek bir durum şeklinde vurgulamaktadır. Böylece karikatürün alt mesajında imamların görev tanımı camiyle sınırlandırılmaktadır. Dolayısıyla imamın "önder" anlamına gelecek şekilde geleneksel kodla ilişkilendirilmesi ve yetkisinin genişletilmesi eleştirilmiş, din adamı figürüne "menfaatperest" etiketi iliştilmiştir. Bu yönüyle karikatürdeki eleştiri biçimi üstünlük kuramını içermektedir.

### Diyanet'te 117 bin kişi çalışıyor.



Fotoğraf 3: Haydari-Utku, "Leman" Dergisi, 13 Aralık 2017, s.3

Diyanet İşleri Başkanlığı'nın kurumsal yapısı Cumhuriyet Türkiye'sinin mizah geleneğindeki Diyanet eleştirisine uyumlu olarak karikatürde hedef tahtasına oturulmaktadır. Karikatürün konusu ise imamların çoğunluğuna dair temel iddiayı içermektedir. Karikatürdeki dini figürler de takke, sarık ve cübbe sembolüyle imlenmiş imam figürleridir. Karikatürdeki diyaloglar Diyanet'te çalışan din adamı personelinin çokluğuna atıfla, imam figürlerini menfaatlerini merkeze alan birer figür olarak yansıtmaktadır. İmam figürüyle menfaatperest etiketi bir arada verilerek karikatürde karşı bir argüman oluşturulma çabası sergilenmektedir. Dolayısıyla karikatürün alt mesajında imamlık mesleğinin artış göstermesi, böylece imamların çokça görünür olması problemleri bir durum olarak vurgulanmaktadır. Böylelikle karikatürde imamlar üstünlük kuramı bağlamında aşağılanmakta ve eleştiriye uğramaktadır.



Fotoğraf 4: Sefer Semih, "Leman" Dergisi, 18 Ekim 2017, s.1

Bu karikatür de imamların nikâh kıyma yetkisini konu edinmektedir. 2017 yılının gündemini oluşturan konulardan biri olması yönüyle karikatürün çizerinin nikâh kıyma meselesini derginin ilk sayfasına taşıyarak meseleye ironik bir boyut katmak istediği anlaşılmaktadır. Bu çerçevede karikatürde sarıklı ve cübbeli imam figürü ön plana taşınarak konu okuyucunun odağına sunulmuştur. Karikatürde imam figürünün korkutucu yüz hatlarıyla çizgiselleştirilmesi de konuyu daha trajik hale büründürmektedir. Damat figürünün gelin figürüne göre yaşça büyük görünmesi ise olumsuz algılarla okuyucuyu bilinç

üretimine uğratmak için uygun bir alan oluşturmaktadır. İmam figürünün “istesen de istemesen de evleneceksin” diyerek tehditkâr bir tavır içerisine girmesi yaş farkını onayladığını göstermektedir. Dolayısıyla karikatürde imam figürü “zorba” ve “saldırgan” olarak etiketlenmek istenmektedir. Böylece üstünlük karikatürde olumsuz etiketlerle biçimlendirilmektedir.



Fotoğraf 5: Bahadır Boysal, “Leman” Dergisi, 21 Şubat 2018, s.5

Diyanet İşleri Başkanlığı'nın kurumsal kimliği karikatürün ana konusudur. Karikatür, kitle iletişim araçları vasıtasıyla Diyanet İşleri Başkanlığı üzerinden kurgulanan algı yönetiminin bir uzantısı görünümündedir. Öyle ki, karikatürdeki dini figür sarık ve cübbeyle imlenmiş hoca figürü olup, Diyanet İşleri Başkanlığı'nı çağrıştıran bir gösterge olarak öne çıkarılmaktadır. Olumsuz hoca figürü gazete manşetine taşınan bir figür görüntüsü içerisinde ahlaki değerlere ve kanunlara aykırı olabilecek yönelimleri teşvik etmektedir. Bu yönüyle karikatürde hoca figürüne “suçlu” ve “yakışsız” etiketleri yüklenmektedir. Böylelikle Diyanet İşleri Başkanlığı'nın itibarı zedelenmekte, hoca figürü üzerinde de olumsuz etiketlerle üstünlük kurulmak istendiği anlaşılmaktadır.



Fotoğraf 6: Kapak Sayfası, “Uykusuz” Dergisi, 5 Ağustos 2021, s.1

Karikatürdeki dini figür, korona ve kılıçla ilişkilendirilen sarıklı ve cübbeli Diyanet İşleri Başkanı figürüdür. Ayasofya Camii'nde hutbe verirken Diyanet İşleri Başkanı'nın kılıç kuşanması karikatürün alt

mesajını oluşturmaktadır.<sup>4</sup> Karikatürde görüldüğü şekliyle Diyanet İşleri Başkanı dünyada korona vaka sayısının 17 milyonu aşmasına karşılık tepkisel bir tavır içerisinde girmektedir. Bu durumdan dolayı tepkisini ifade etmek için kılıç kuşanmayı istemektedir. Karikatür kılıç metaforu üzerinden hoca figürünü "saldırgan" ve "zorba" olarak etiketlemektedir. Dolayısıyla korona virüsünün etkisi kılıç metaforuyla ilişkilendirilmekte, böylece Diyanet İşleri Başkanı uyumsuz bir kurgunun öznesi kılınmaktadır. Bu bağlamda üstünlük kuramı karikatürdeki olumsuz etiketlerle biçimlendirilmektedir.



Fotoğraf 7: Kapak Sayfası, "Uykusuz" Dergisi, 10 Kasım 2021, s.1

Karikatür, üst metinde dile getirildiği şekliyle Diyanet İşleri Başkanı'nın sosyal medya ile iletişim kanallarıyla ve gençlerle ilgili sözlerini çizgi konusu yapmaktadır. Diyanet İşleri Başkanı konuyla ilgili insanların bilinçli şekilde dinden uzaklaştırıldığına dikkat çekmiş, bunun sosyal medya ve iletişim kanallarıyla gerçekleştirildiğini vurgulamıştır. Konu çerçevesinde karikatürde ana figür olarak Diyanet İşleri Başkanı şeklinde yansıtılan sarıklı ve cübbeli hoca figürü belirginleştirilmiştir. Göz önünde bulundurulması gereken bir husus olmasına karşın Diyanet İşleri Başkanı'nın sosyal medya kanalıyla gençlere dinsizlik aşılandığına dair vermiş olduğu beyanat uygunsuz bir üslupla öne çıkarılmıştır. Bu bağlamda karikatür hoca figürünün "uyarıcılık" görevini, taşıdığı misyonla uyuşmayacak bir zeminle ilişkilendirerek, hoca figürünü "yakışsız" bir durumun odağına çekmektedir. Böylece hoca figürü ahlaki değerlere ve kanunlara aykırı davranan "yakışsız" ve "suçlu" bir figür olarak etiketlenmektedir. Dolayısıyla üstünlük kuramı söz konusu olumsuz etiketlerle vurgulanmaktadır.

## 2. Sıradan Dindar Figürü

<sup>4</sup> Kılıçla hutbe verme geleneği hakkında bkz. Naz, Y. (2021). Kolektif hafızanın derin dehliz mabedi: Ayasofya. *Stratejik Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5 (Özel Sayı "Türk Yunan İlişkileri"), 219-231. <https://doi.org/10.30692/sisad.930239>



Fotoğraf 8: Bahadır Boysal, “Leman” Dergisi, 20 Eylül 2017, s.5

Karikatürdeki dini figürler takke ve başörtüsüyle imlenmiş dindar erkek ve kadın figürüdür. Son dönemde birtakım dindarların postmodern yaşam biçiminin kısıcında savrulduğuna atıfla karikatürün her iki figürü de postmodern tipoloji şeklinde görsele aktarılmıştır. Karikatürde özellikle dindar kadın figürü abartılı makyajıyla ve sıra dışı başörtüsüyle karikatürün kurgusuna uygun bir gösterge olarak sunulmuştur. Her iki figürün görüntüsü “görgüsüz” etiketiyle biçimlendirilmiş görülmektedir. Ayrıca karikatürde her yerin camiler ve imam-hatiplerle donatıldığı vurgulanmakta ve okuyucunun dikkati bu yöne çekilmektedir. Karikatürün alt yazısında ise her ne kadar “gâvur icadı” olarak nitelendirse de dindar figürlerin teknolojiyle barışık oldukları alt mesaj olarak iletilmektedir. Böylelikle karikatürde cami ve imam-hatiplerin çokça görünür olması eleştirilmekte, üstünlük kuramı “görgüsüz” etiketiyle biçimlendirilmektedir.



Fotoğraf 9: İpek Özsüslü, “Leman” Dergisi, 22 Mayıs 2019, s.2

Karikatürdeki dini figür, Laiklik ve Cumhuriyet karşıtlığını çağrıştıran bir imgeleme öne çıkarılmış, sakallı, takkeli ve şalvarlı dindar figürüdür. Karikatür Türkiye'nin mizah geleneğine uygun olarak toplumu geriye götürmeye çalışan, gerici, cahil, menfaat odaklı dindar görüntüsüyle uyumlu bir çizgi kurgusunu barındırmaktadır. Bu bağlamda yeniliklere karşı duran, düzenbaz dindar imgesiyle “Leman” dergisinin dindar karşıtlığında birleşen çağdaş mizah geleneğini devam ettirdiği anlaşılmaktadır. Karikatürde dindar figür, 19 Mayıs nedeniyle toplu taşımadan istifade ederken “Yaşasın Laiklik! Yaşasın

Cumhuriyet" sloganı atmaktan geri durmayarak, menfaat odaklı davranan bir karakter görüntüsü vermektedir. Bunun yanında Laiklik ve Cumhuriyet karşıtlığının merkezinde konumlandırılarak da "yobaz" ve "zorba" olarak yansıtılmaktadır. Böylece "dindar figürler Cumhuriyet'i ancak çıkarları için kullanır" mesajı öne çıkarılarak dindar figür "yobaz" ve "zorba" etiketiyle birlikte "menfaatperest" olarak da etiketlenmektedir. Dolayısıyla üstünlük kuramı karikatürde vurgulanan olumsuz etiketlerle biçimlendirilmektedir.



Fotoğraf 10: Suat Özkan, "Leman" Dergisi, 8 Aralık 2021, s.11

Karikatüre konu olan dindar figürler takkeli, sakallı, yeşil cübbeli yaşlı dindar figürüyle çarşafli yaşlı dindar kadın figürüdür. Karikatürün çizgi kurgusunda gerici-çağdaş dikotomisini merkeze alan temel yaklaşım biçimini barındırdığı anlaşılmaktadır. Bu bağlamda karikatür çağdaş medyada kurgulanan dindar temsilinden uzak görünmemektedir. Buna uyumlu olarak yaşlı dindar erkek figürü cebinde ekmek taşıyan, "görgüsüz" ve "eğitimsiz" bir dindar görünümündedir. Çarşafli dindar kadın figürü de sadece burnu görünecek şekilde imlenerek, özgürlüğüne ket vurulmuş ikincil bir figür durumundadır. Her iki figür de "eğitimsiz" ve "görgüsüz" etiketleriyle sıradan tipolojiler şeklinde öne çıkarılmaktadır. Böylelikle karikatür alt mesajında ataerkil erkeğin daha güzel olacağı gerekçesiyle kadını çarşafa mahkûm ettiğini okuyucusuna iletmektedir. Karikatür böylesi bir aşağılama ve alay kurgusuyla üstünlük kuramını belirginleştirmektedir.



Fotoğraf 11: Sefer Semih, Tuncay Akgün, “Leman” Dergisi, 7 Şubat 2018, s.2

Karikatür toplumun gündemine oturan camide cinsel istismar davasını konu edinmiştir. Mahkeme salonu göstergelerini barındıran karikatürde “suçlu” dindar tipolojisinin biçimsiz ve korkutucu yüz hatları yargılanma gerekçesiyle uyum göstermektedir. Ayrıca karikatürün üst yazısında da belirtildiği şekilde, karikatür çocuğun şikâyetçi olmasına karşın, babanın şikâyetçi olmamasını öne çıkartarak, tüm dindarları itham edercesine “suçlu”, “pedofili” ve “yakışsız” dindar imajını okuyucusuna iletme istemektedir. Bütün bu olumsuz etiketlerle, tüm dindarlar damgalanarak okuyucular bilinç üretimine maruz bırakılmaktadır. Böylece üstünlük kuramı “suçlu”, “pedofili” ve “yakışsız” etiketleriyle biçimlendirilmektedir.



Fotoğraf 12: İlker Altungök, “Uykusuz” Dergisi, 22 Haziran 2017, s.12

Karikatür bilim insanı görüntüsüne aykırı şekilde laboratuvar ortamında deney yapmakla uğraşan, çirkin yüz hatlarıyla imlenmiş bir dindar figürüdür. Öyle ki, dindar figür takke ve sakal sembolüyle öne çıkarılmış; bakımsız ve biçimsiz bir profildir. Karikatürde dindar figürün söylemi bilime aykırı olacak şekilde sunulmuştur. Dolayısıyla dindar figür bilimsellikten uzak bir halde dünyayı ele geçirmeye çalıştığını söyleyerek deneyini gerçekleştirmektedir. Böylece bilim adamı görüntüsüyle dindar figürün inanca dair ezoterik bir yaklaşımla menfaat elde etmeyi amaçladığı anlaşılmaktadır. Bu yönüyle dindar figür “menfaatperest” olarak etiketlenmekte, böylesi bir olumsuz etiketle üstünlük kuramı belirginleştirilmektedir.





Fotoğraf 13: Cihan Kılıç, "Uykusuz" Dergisi, 24 Mart 2021, s.4

Karikatürün konusu takke, cübbe ve sakal sembolüyle çizgiye aktarılan yaşlı dindar figürüdür. Takke, cübbe ve sakal belirli çağrışımlar oluşturan sembollerdir. Dini figürün böylesi kılık kıyafetle görünür olması karikatürün kurgusunda belirleyici olmuştur. Karikatürdeki haliyle dindar figür genç bir karakterle diyalog halindedir. Genç karakter dindar figüre kendilerine karışmamasına karşılık altınla ödüllendirme vaadinde bulunmaktadır. Dindar figür önündeki altınlara kayıtsız kalamayarak altınları kabul etmekte, "faizse neden olmasın" diyerek de dinin hoş görmediği bir eylemi normalleştirmektedir. Zira çıkar devşirmek için dini yönelimleri pazara dönük ve tüketime açık kılmaktan çekinmemektedir. Bu durum karikatürde dini hükmün olabildiğince hafife alındığını göstermektedir. Sonuç olarak dini figür üzerinden karikatürde "menfaatperest" etiketiyle üstünlük vurgulanmaktadır.



Fotoğraf 14: Sönmez Karakurt, "Uykusuz" Dergisi, 25 Mart 2020, s.15

Karikatür, COVID virüsünden dolayı karantina altına alınan dindar figürleri konu edinmektedir. Dindar figürler takkeli, sarıklı, cübbeli ve çarşafly dini figürler olup kolluk güçleriyle çatışan bir sosyolojik kitleyi oluşturmaktadırlar. Dini figürler orantısız ve çirkin yüz hatlarıyla betimlenmiş, aykırı tipolojiler görünümündedir. Aynı zamanda öğrenci yurdunda karantina altına alınmalarından dolayı öğrencilerin

mağdur edilmelerine de sebep olmaktadır. Buna karşılık kaldıkları mekânı beğenmeyip süresi dolmadan karantinadan çıkmak isteyerek, ellerindeki sopalarla sınırdan gözleri dönmüş şekilde polis engeline karşı şiddetle karşılık vermektedirler. Bu göstergelerden hareketle dindar figürler mağduriyete ve çatışmaya yol açmaktadır. Böylece dindar figürler uyumsuz imajıyla "saldırgan" ve "zorba" şeklinde etiketlenmekte, söz konusu olumsuz etiketlerle üstünlük vurgusu öne çıkarılmaktadır.



Fotoğraf 15: Sönmez Karakurt, "Uykusuz" Dergisi, 19 Mayıs 2021, s.15

Oruç tutmayanlara karşı süreklilikte bulunmak isteyen dindar figürler karikatürün konusudur. Dindar figürler sakallı, sarıklı ve cübbeli olarak imlenmişler; sinirli yüz hatları, sopa ve satırta öne çıkarılmışlardır. Ayrıca ellerindeki suç aletleriyle oruç tutmayanları tespit edip şiddet ve zorbalıkla sindirmek amacındadırlar. Karikatürdeki diğer karakter ise, oruç tutmayıp su içmekten dolayı zorbalığa maruz kalmaktan korkan ve yüz hatlarında da yaşadığı korkuyu yansıtan bir profil olarak görülmektedir. Bu yönüyle karikatür dindar figürleri olumsuzlamakta, "saldırgan", "zorba" ve "yobaz" etiketleriyle damgalamaktadır. Dolayısıyla karikatürde üstünlük kuramı "saldırgan", "zorba" ve "yobaz" etiketleriyle biçimlendirilmektedir.

## SONUÇ

Objeleri irdelemek için görsellerin alt mesajlarını tespit etme gayreti görsellerin örtük işlevlerini analiz etmede önemli bir aşamadır. Popüler kültür unsurları ideolojik bagajlara sahip olmasından dolayı derinlikli şekilde incelenmesi gereken bir alan olma özelliğini taşımaktadır. Zira popüler kültür unsurlarının sosyo-kültürel yapıların değişimi ve dönüşümünde etkili bir araç olduğu gerçeği görmezden gelinemez bir gerçekliktir. Bu durum popüler kültür unsurlarının kendilerine mahsus belirli ölçüler ve prensipler oluşturduklarını göstermektedir. Bu ölçü ve prensipler de birtakım mesajlar taşımaktadır. Bu temel yargı bağlamında, "Leman" ve "Uykusuz" dergilerinin beş yıllık yayınları etrafıca ele alınmıştır. Elde edilen sonuçlara göre karikatürlerdeki dini figürler genel olarak "menfaatperest", "eğitimsiz", "görgüsüz", "saldırgan", "suçlu" ve "zorba" olarak etiketlenerek anlam kaybına uğratılmıştır.

Din adamı figürü başlığı altına analizini gerçekleştirdiğimiz karikatürlerdeki dini figürlerin çoğunlukla "menfaatperest", "eğitimsiz", "görgüsüz" ve "saldırgan" olarak etiketlendiği görülmüştür. Bu yönüyle din adamı figürü üstlendiği misyonun dışında hareket eden bir figür görüntüsüne büründürülmüştür. Karikatürlerde din adamı figürü özelinde hususiyetle Diyanet İşleri Başkanlığı'na sistematik şekilde eleştiriler getirilmiştir. Zira kurumsal olarak Diyanet İşleri Başkanlığı yetki genişletilmesinden ötürü

eleştirilmiş, din adamlarının görünürlülüğünün artması "fazlalık" olarak etiketlenmiştir. Yetki genişlemesi durumu karikatürlerin dini figürleri "mesleğini ticarileştiren" ve "güvensiz" kimlikler olarak yansıtılmalarına zemin oluşturmuştur. Böylece bu karikatürler kurumsal eleştiri yapan ve din adamı figürünü etiketleyerek üstünlük vurgusunda bulunan karikatürlerdir. Bu durum gerçekleştirilen çalışmalardaki anonim eleştirilere karşın, bugün Diyanet İşleri Başkanı üzerinden hedefe konulan din adamı eleştirisinin varlığını göstermektedir. Dolayısıyla bu amaca binaen, okuyucu kitlesinin odağını görüntüye kaydırması ve öne sürülen din adamı imajının stereotipleştirilmesi amaçlanmaktadır. Böylesi bir imaj din adamı figürünü "şaşırtıcı" ve "ironik" bir göstergeye dönüştürmekte, din adamı figürü negatif etiketlerle bir araya getirilerek aşağılanan bir tipolojiye dönüştürülmektedir. Bu da söz konusu negatif etiketlerle üstünlük vurgusunu biçimlendirmektedir.

Sıradan dindar figürler başlığı altında analizini gerçekleştirdiğimiz karikatürlerdeki dindar figürlerin de çoğunlukla "menfaatperest", "eğitimsiz", "görgüsüz", "saldırgan" olarak etiketlendiği görülmüştür. Dindar figürler içerisinde başörtülü kadın figürlerinin de varlık göstermesi "başörtülülerin her yerde olduğu" algısını pekiştirmektedir. Bu durum başörtülülerin iltimasa tabi tutularak yetkilerle donatıldıklarına dair alt mesajla başörtülülerini "menfaatperest" şekilde etiketlemektedir. Bunun yanında dindar figürler ezoterik inanç yönelimleriyle çıkar sağlamaya çalışan tipolojiler olarak da yansıtılmaktadır. Tüm bunlar dindar figürleri onların üzerinde üstünlük kurarak dışlamakta, alaya almakta ve aşağılamaktadır.

Tüm bu tespitler ışığında, "Leman" ve "Uykusuz" dergilerinde dini figürlerin stereotip haline dönüştürüldüğü görülmektedir. Kitle iletişim araçları kanalıyla dini figürlerin olumsuz ve aşağı etiketlerle temsil edilmesinin günümüzde de sürdürüldüğü anlaşılmaktadır. Stereotipleşen din adamı figürü ve dindar figürlerin içerisinde ikincil figür olarak konumlandırılan dindar kadın figürlerinde genellikle itaat nesnesi olarak yansıtıldığı gözlemlenmiştir. Bu durum modernliğin dikotomik bakış açısıyla ahenklik göstermektedir. Karikatürlerde görüldüğü şekliyle her iki figürün de ortak noktası kötü bir şöhretle stereotipleşme vetiresine uğratılmış olmalarıdır.

Sonuç olarak karikatürlerde dini figürlerin popüler kültür unsuru haline getirildiği, dini figürlerin üstünlük kuramı üzerinden güldürmeyi amaçladığı anlaşılmıştır. Böylece, karikatürlerdeki dini figürlerin üzerinde üstünlük kurulmakta ve aşağılanma söz konusu olmaktadır. Ayrıca dini figürler popüler kültür unsuruna dönüştürülerek yeni bir kimliğe büründürülmekte, değerler ve semboller dönüşüme uğrayarak tüketime açık hale getirilmektedir. Böylelikle dini değerler adeta metalaşmakta ve işlevsel boyuta evirilmektedir.

## KAYNAKÇA

Aktaş, Y. (2012). Mizah dergilerinde gençlik alt kültürlerinin temsili: Uykusuz dergisi (Yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Alsaç, Ü. (1994). Türkiye'de karikatür, çizgi roman ve çizgi film. İstanbul: İletişim Yayınları.

Arı, B. (2008). Gırgır ve leman dergileri örneğinden 1980 sonrası mizah basını ve muhalefet anlayışı (Yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Arık, M. B. (2004). Neden sadece gençler mizah dergisi okuyor?. *MEB. Eğitim Dergisi*, (57), 250-254.

Arık, M. B. (1998). Değişen toplum değişen karikatür. İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.

Aşlakçı, F. (2011). Yazılı basında siyasi karikatür söylemi, 12 Haziran 2011 genel seçimlerinde ulusal gazetelerde yer alan siyasi karikatürlerin incelenmesi (Yüksek lisans tezi). Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.

Altungök, İ. (2017). *Uykusuz Dergisi*, 12.

- Balcıoğlu, S. (1987). Cumhuriyet dönemi Türk karikatürü. Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Barry, S. (2001). Kahkahanın zaferi (Çev. K. Atakay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Basat, E. M. (2014). Sözden çizgiye. *Millî Folklor*, 26(101), 225-236.
- Basat, E. M. (2014). Sözlü kültürün görsel mizaha yansımaları: Leman, penguen ve uykusuz dergileri örneği (Doktora tezi). Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Bilgin, N. (2006). Sosyal bilimlerde içerik analizi: Teknikler ve örnek çalışmalar. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Boysal, B. (2017). *Leman Dergisi*, 5.
- Boysal, B. (2018). *Leman Dergisi*, 5.
- Collier, J., Collier, M. (1986). Visual anthropology: Photography as a research method, albuquerque. University of New Mexico Press.
- Coughlin, J. (2002). Gallows humor and its use among police officers James (Doctoral dissertation). Madison University, UMI Dissertation Information Service.
- Çeviker, T. (1986). Gelişim sürecinde Türk karikatürü (Cilt. 1). İstanbul: Adam Yayınları.
- De Koning, E., Weiss, R. L. (2002). The relational humor inventory: Functions of humor in close relationships. *American Journal of Family Therapy*, 30(1), 1-18.
- Demir S. T. (2016). Türkiye'de mizah dergileri kültürel hegemonya ve muhalefet. İstanbul: Seta Yayınları.
- Demir, T. (2016). Postmodern perspektiften popüler kültür ve dindarlığın yeni formları. *Şırnak Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 7 (15), 117-133.
- Dokgöz, D. (2004). Popüler kültür nesnesi olarak karikatür ya da çizginin metaya dönüşmesi. *MEB. Eğitim Dergisi*, (57), 285.
- Durgeç, P. (2009). Popüler kültür bağlamında mizah dergilerinin değişen işlevi: Penguen dergisi (Yüksek lisans tezi). Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Eker, G. Ö. (2014). İnsan kültür mizah eğlence endüstrisinde tüketim nesnesi olarak mizah. Ankara: Grafiker Yayınları.
- Erkek, F. (2017). Kahkaha toplumdan yana: Henri bergson'un gülme yorumu. *Dört Öge*, (11), 1-16.
- Gökçe, O. (2006). İletişim bilimi. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Graham, E. E., Papa, M. J., & Brooks, G. P. (1992). Functions of humor in conversation: Conceptualization and measurement. *Western Journal of Communication*, 56(2), 161-183. <https://doi.org/10.1080/10570319209374409>
- Güneri, C. (2008). Sanat alanı olarak mizah: Sanat, mizah, karikatür ilişkisi ve Türkiye'den üç örnek (Yüksek lisans tezi). İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Hıfzı, T. (1986). İletişimde karikatür ve toplum. Eskişehir: Eskişehir Anadolu Üniversitesi Basımevi.
- Kandemir, K. (2024). Popüler kültür ürünü olarak karikatürlerdeki dini figürlerin analizi. Ankara: İlahiyat Yayınları.
- Kapak. (2021). *Uykusuz Dergisi*, 1.
- Kaptan, A. Y. (2004). Karikatür ve popüler kültür soruşturması. *MEB. Eğitim Dergisi*, (57), 258.
- Karakurt, S. (2020). *Uykusuz Dergisi*, 15.
- Kayış, Y. (2004). Demokrat parti iktidarı döneminde siyasi karikatür (Yüksek lisans tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Enstitüsü, İzmir.
- Kılıç, C. (2021). *Uykusuz Dergisi*, 4.

- Kıral, B. (2020). Nitel bir Veri analizi yöntemi olarak doküman analizi. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 170-189.
- Koloğlu, O. (2005). Türkiye karikatür tarihi. İstanbul: Bileşim Yayınevi.
- Metin, O. ve Ünal, Ş. (2022). İçerik analizi tekniği: İletişim bilimlerinde ve sosyolojide doktora tezlerinde kullanımı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 273-294. <https://doi.org/10.18037/ausbd.1227356>
- Morreall, J. (1997). Gülmeyi ciddiye almak, (Çev. K. Aysevener, Ş. Soyer). İstanbul: İris Yayınları.
- Naz, Y. (2021). Kolektif hafızanın derin dehliz mabedi: Ayasofya. *Stratejik Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(Özel Sayı "Türk Yunan İlişkileri"), 219-231. <https://doi.org/10.30692/sisad.930239>
- Neuman, W. L. (2013). Toplumsal araştırma yöntemleri: Nicel ve nitel yaklaşımlar, (Çev. S. Özge). Ankara: Yayın Odası.
- Okutan, B. B. (2013). Karikatürlerdeki başörtülü figürlerin göstergebilimsel analizi: Penguen dergisi örneği, *İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (29), 9-38.
- Okutan, B. B. (2018). *Türkiye'de modern medya ve stereotipleştirilen dini kimlikler*, (Ed. Mustafa Tekin). İslam ve Modernlik (s.255-283). İstanbul: Rağbet Yayınları.
- Özer, A. (1985). Karikatürün reklamlarda kullanımı (Yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Özer, A. (1994). Karikatür: İletişimin çizgi dili. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Özer, A. (2004). Karikatür, popüler kültür ve popüler karikatür. *MEB. Eğitim Dergisi*, (57), 246-249.
- Özkan, S. (2021). *Leman Dergisi*, 11.
- Özsüslü, İ. (2019). *Leman Dergisi*, 2.
- Roni, S. (2017). *Leman Dergisi*, 3.
- Sanders, B. (2001). Kahkahanın zaferi: Yıkıcı tarih olarak gülme, (Çev. K. Atakay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Semih, S. (2017). *Leman Dergisi*, 3.
- Semih, S. (2017). *Leman Dergisi*, 1.
- Semih, S., Akgün, T. (2018). *Leman Dergisi*, 2.
- Susa, A. (2002). Humor Type, Orgnizational Climate And Outcomes; The Shortest Distance Between An Organizations Environment And The Bottom Line is Laughter (Doctoral dissertation). University of Nebraska, UMI Dissertation Information Service.
- Şentürk, R. (2016). Gülme teorileri. İstanbul: Küre Yayınları.
- Topuz, H. (1997). Başlangıcından bugüne dünya karikatürü. İstanbul: İnkılap Yayınları.
- Utku, H. (2017). *Leman Dergisi*, 3.
- Vallade, J. I., Booth-Butterfield, M., & Vela, L. E. (2013). Taking back power: Using superiority theory to predict humor use following a relational transgression. *Western Journal of Communication*, 77(2), 231-248. <https://doi.org/10.1080/10570314.2012.669018>