

Mizah Dergilerinde Yaş Ayrımcılığının Yeniden Üretimi

Işıl Demir

Arş. Gör., Akdeniz Üniversitesi, Gazetecilik

Adres: Gazetecilik Bölümü, Akdeniz Üniversitesi, Antalya, Türkiye

E-posta: isildemir@akdeniz.edu.tr

Geliş Tarihi: 16 Kasım 2017 ; Kabul Tarihi: 7 Aralık 2017

doi: 10.24876/senex.2017.4

Künye: Demir, I., (2017). Mizah Dergilerinde Yaş Ayrımcılığının Yeniden Üretimi. *Senex: Yaşlılık Çalışmaları Dergisi*, 1, s.57-75

Özet

Çalışmada yaş ayrımcılığı kapsamında her yaştan insanın takip ettiği mizah dergilerinde yaşlıların temsili üzerine odaklanılmıştır. Dolayısıyla çalışmanın amacı egemen ideoloji ekseninde yaşlılarla ilgili hegemonik söylemin mizah yoluyla yeniden üretimini ortaya koymaktır. Bu bağlamda çalışmanın örneklemini olarak kamuoyunda belli bir dağıtım ve erişim alanına sahip mizah dergilerinden Penguen ve Uykusuz dergileri seçilmiş, bu dergilerin satış rakamlarının en fazla olduğu 2015 (Demir, 2016, 9) yılında yaşlılarla ilgili çıkan karikatürlerden 8'i semptomatik olarak belirlenerek incelenmiştir. Karikatürler, Roland Barthes'in göstergebilim yöntemine uygun olarak düz anlam, yan anlam ve mit bağlamında analiz edilmiştir. Analiz sonucunda medyada ötekiler için alternatif bir alan olarak görülen mizah dergilerinde yaşlılara yönelik yaş ayrımcılığının olduğu ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler:

Yaş Ayrımcılığı • Mizah • Karikatür • Medya

The Reproduction of Ageism in Humor Magazines

Abstract

This study focuses on the representation of older adults from the perspective of ageism in humor magazines read by people of all ages. In this regard, the aim of this study is to assert the reproduction of the hegemonic discourse about older adults determined by the dominant ideology through humor. The humor magazines Penguen and Uykusuz, among the most widely distributed and highly accessed humor magazines in Turkey, were chosen as the sample of the study. Eight of the humor magazine issues, including images of older adults in the year 2015 when sales figures for these humor magazines peaked (Demir, 2016, 9), were analyzed. These cartoons were examined in terms of the connotation, denotation and myth categorizations of the semiotic analysis as proposed by Roland Barthes. It has been revealed that ageism exists in these humor magazines, and may be regarded as an alternative platform to realize "otherness" in the media.

Keywords:

Ageism • Humor • Cartoons • Media

Arkaplan

Yaş ayrımcılığı, diğer ayrımcılık (etnik, cinsel, dini, biyolojik vb.) türleri arasında değerlendirilmektedir. Gündelik yaşam pratikleri içerisinde sürekli bir biçimde yaşa dayalı ayrımcılığın üretildiği düşünüldüğünde, çoğu kişinin farkında bile olmadan yaptığı bir tür olarak görülebilir. Özellikle yaşlılara karşı olan bakış açısı günümüz toplumsal, ekonomik, sosyal ve siyasal koşullar içerisinde o denli meşrulaştırılmıştır ki kimse ayrımcılık yaptığının bilinciyle davranışlarını belirlemez.

Yaşlılara karşı zihnimize oluşan belirli kalıplar, doğal süreç içerisinde meşrulatırılarak oluşturulmuştur. Bu kalıplar, egemen sistem tarafından üretilen politikaların yansıması olarak medya metinleri aracılığıyla kimi zaman izlediğimiz bir film ile kimi zaman okuduğumuz gazetede, mizah dergileri ile zihnimize nüfus etmekte ve nesilden nesile aktarılmaktadır.

Bu çalışmada mizah dergilerinde yaşlıların temsiline odaklanılarak yaş ayrımcılığının nasıl üretildiği analiz edilmeye çalışılmıştır. Mizah dergileri genellikle alternatif bir medya olarak muhalefet eden, direniş alanı olarak görülmektedir. Ancak söz konusu yaşlılar olduğunda egemen yapının kurallarına karşı olan bu alanda bile yaş ayrımcılığının yapıldığı görülmektedir.

Bu nedenle çalışmanın birinci bölümünde yaş ayrımcılığı kuramsal bakış açısıyla ele alınıp ayrımcılığın üretiminde medyanın rolü açıklanmaya çalışılmıştır. İkinci bölümde ise çalışmanın göstergebilim ile çözümlendiği belirtilmiştir. Roland Barthes'ın anlamdırma düzeyleri olarak ele aldığı düz anlam, yan anlam ve mit bağlamında belirlenen karikatürler incelenmiştir. Analiz sonucunda mizah dergilerinde yaşlıların 'hasta, sağlıklı, eski, dindar, gençlere özenen, çirkin, yoksul vb.' mitlere dayanılarak gösterildiği ortaya çıkmıştır.

Yaş Ayrımcılığı

Yaşlılık, insan hayatının kaçınılmaz ve doğal bir sonucudur, denilebilir. Bireyler bu süreci, kalımsal özelliklerine ya da bulundukları sosyo-kültürel koşullara bağlı olarak farklı yaşayabilmektedirler. Bu bağlamda yaşlılık, biyolojik (vücutta meydana gelen değişikliklere bağlı), duygusal (yaşam görüşü ve yaşam şekline bağlı) ve fonksiyonel (farklı toplumlarda aynı yaştaki kişilerin karşılaştırılmasına bağlı olarak yaşlanma) olarak sınıflandırılmaktadır (T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, 2012, s.2). Dünya Sağlık Örgütü yaşlılığı yaşa dayalı olarak; 45-59 yaş arası orta yaş, 60-74 yaş arası yaşlılık, 75-89 yaş arası ileri yaşlılık, 90 ve üstü ise ihtiyarlık olarak kategorilendirmiştir (T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, 2012, s.2).

Yaşlılık konu edildiğinde en fazla değinilen konunun biyolojik yaşlılık olduğu söylenebilir (Aközer, Nuhrat & Say, 2011, s.119). Dünya Sağlık Örgütü'nün yaptığı sınıflandırmanın da biyolojik yaşa bağlı olduğu görülmektedir. Sosyal yaşlanma ise üzerine çok fazla düşünülmeyen bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Oysa sosyal yaşlanma ile toplumun yaşlılara karşı 'bakış açısı'nın, yaşlılıkla birlikte yaşanan 'rol kayıpları'nın, 'kaygı-stres'in yaşlanmayı etkileyen faktörler arasında yer aldığı belirtilmektedir (Aközer vd., 2011, s.120). Buradan hareketle yaş ayrımcılığı konusu önem kazanmıştır ki bu (ageism) kavram tartışılarak akademik alanda araştırma konusu olmaya başlamıştır.

Literatürde yaş ayrımcılığı (ageism), yaşlarından dolayı insanların sosyal ilişkilerinde (iş yaşamında, gündelik hayatlarında vb.) ayrımcılığa uğramaları olarak açıklanmaktadır (Çayır, 2012, s.164). Bu kavram ilk kez 1968 yılında Robert Butler tarafından gündeme getirilerek yaş nedeniyle insanların olumsuz tutum, inanç ya da eylemlere maruz kalması olarak tanımlanmıştır (Fahr, 2004, s.16). Benzer bir biçimde Woolf da yaş ayrımcılığının –izm olarak yaşlı erişkinlere karşı olan önyargıyı

temsili ettiğini belirtmiştir (Webster University, Ageism and Introduction). Buradan hareketle yaşlılığın biyolojik sınıflandırılmasının yanı sıra sosyolojik olarak ele alınmasının da önemli ve gerekli olduğu anlaşılmaktadır. Bu anlamda Macionis (2013), yaşlılığın sadece fiziksel ve zihin yapısı ile ilgili olmadığını, yaşlanmanın kültürel bir süreç içinde hatta ırk, cinsiyet, sınıf gibi sosyal tabakalaşmanın bir boyutu olarak algılanmasının altını çizmektedir. Yani yaşlılık, toplumsal ve kültürel bir sorun olarak ele alınmalıdır (akt., Dağdelen, 2017, s.288). Benzer bir biçimde Çayır (2012), yaşlılığın 'kültürel bir kurgu' olduğuna dikkat çekerek insanların erken yaşta da günümüz koşullarında yaşlı sayılabildiklerine ve bu nedenle ayrımcılığa uğrayabildiklerine dikkat çekmektedir (Çayır, 2012, s. 169).

Kültürel olarak bakıldığında yaş ayrımcılığının modernizm teorisiyle ilişkilendirilerek modern toplumlarda ortaya çıktığı vurgulanmaktadır. Özkul ve Kalaycı (2015), Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığının 2011 yılındaki hazırladıkları raporu referans alarak yaşlılığın sembolik bir hale geldiğini şu sözleriyle açıklamaktadırlar:

"Geleneksel toplumlardan modern toplumlara geçişte yaşanan sanayileşmenin, kentleşmenin, göçün, iş olanaklarının artmasının, farklı mesleki özelliklerin ortaya çıkmasının, kitle iletişim araçlarının yaygın kullanılmasının, örf, adet ve geleneklerde, kültürel ve demografik yapıda, ekonomik ve eğitim sisteminde meydana gelen değişimlerin aile yapısı üzerine yaptığı etki, toplumsal değişim sürecinin niteliğini ve niceliğini ortaya koymaktadır. Yaşlı, modern toplumda, geleneksel toplumdaki aileyi temsil etme gücünü, dolayısıyla aile ilişkilerini yönlendirme inisiyatifini kaybetmiştir. Bu değişimler, modern toplumlarda yaşlılık statüsünü sembolik bir öneme indirgemıştır" (s.262-265).

Benzer biçimde Helman (2005), bu geçiş döneminde yaşam tarzının değişmesi, kentleşme, teknolojinin insan yaşamında öneminin artması ile

bireyselleşmenin ön plana çıktığını vurgulayarak yaşlılardan beklenen rollerin azaldığına, bunun sonucunda da yaşlıların saygınlıklarını yitirmeye başladıklarına işaret etmiştir (akt., Özkul & Kalaycı, 2015, s. 262). Bu bağlamda geleneksel toplumda deneyimi önemsenen yaşlılara atfedilen anlam ve rollerin, modern toplumlarda değişmeye başladığı görülmüştür (Dağdelen, 2017, s.284). Bu değer düşüşü ise modernleşmenin sebep olduğu faktörlerle ilişkilendirilmiştir:

- "Azalan doğum ve ölüm oranları nüfustaki yaşlı oranının artmasına neden olmuştur.
- Artan teknoloji ve otomasyon kullanımı yaşlı çalışana talebi azaltmıştır.
- Hızla değişen teknoloji ve yeni meslekler/ iş alanları yaşlıların mesleki yeteneklerini 'eski' kılmıştır.
- Artan emeklilik oranları yaşlıların aldıkları maaşları ve sahip oldukları sosyal statüyü azaltmıştır.
- Çocuk odaklı eğitim ve hızlı sosyal değişim, eskiden yaşlıların prestijinin temelini oluşturan bilginin çoğunu 'eski' haline getirmiştir.
- Şehirleşme, yaşlıların kırsal alanlarda veya kentin bozulan alanlarında kalmalarına; statü ve prestijlerinin daha da azalmasına neden olmuştur." (Palmore, 1990, s.68-69).

Palmore'a (1990, s.31) göre yaş ayrımcılığı, ilk olarak devlet kurumları tarafından yapılmaya başlanmıştır. İstihdam alanında, sağlık hizmetlerinde hatta aile içerisinde bile yaşlılara yönelik ayrımcılık ortaya çıkmıştır. Meyers (1998), emek piyasasında gençlerin istenmesinin, yaşlı insanların emekliye ayrılmasının talep edilmesinin, hastanelerde yaşlılardan dolayı hastalıkların onların doğal bir parçası olarak görülmesinin vb. durumların ayrımcılığı yaratan unsurlar olduğunu vurgulamıştır (Fahr, 2004, s.18). Bu unsurların ise yaşlılarda 'yoksullaşmaya,

özgüven eksikliğine, bağımlı yaşamlarına, yaşlılığa hazırlanamamalarına, sosyal yoksunluklarının olmasına, arkadaş ve aile kaybına uğramalarına' neden olduğu ileri sürülmüştür (Dönümcü, 2007). Benzer bir biçimde Çayır (2012, s.167-169) da yaş ayrımcılığı ile yaşlıların 'bağımlı ve bakıma muhtaç olarak algılama, muhatap almama, sosyal hayattan dışlama, suistimal etme' gibi davranışlara maruz kaldığını belirterek yaşlıların diğer ayrımcılık türlerinde olduğu gibi kendileri hakkındaki önyargıları benimsediklerini ve kabullendiklerini belirtmiştir.

Tüm bu süreçler, yaş ayrımcılığının, sosyal öğrenme yoluyla kültürel değer olarak kuşaklar arasında aktarılmasına hizmet etmiş ve yaşlılığın sosyal bir soruna dönüşmesine yol açmıştır. Çünkü kuşaklar arasındaki çatışmanın azaltılacağı ya da dayanışmayı teşvik eden durumlar yaratılmamıştır (Vasil & Wass, 1993, s.72). Örneğin, yaşlanmayla ve yaşlılıkla ilgili negatif stereotipler genellikle yaşlıların 'hasta, çirkin, akıl hastası, faydasız, yalnız, iktidarsız, yoksul ve depresyonda olan kişiler olduğu yönündedir (Palmore, 1990, s.20). Negatif kalıpların yanı sıra pozitif stereotipler ise yaşlıların 'nazik, bilge, güvenilir, özgür ve mutlu olduklarına vurgu yapar (Palmore, 1990:46). Kart (1994), toplumda yaşlılarla ilgili klişeleşmiş stereotipleri şöyle belirtmiştir:

- (a) yaşlılar bunamadan kaçamaz,
- (b) yaşlıların çoğu yalnız ve ailelerinden ayrı,
- (c) yaşlıların çoğunluğu sağlıksız,
- (d) yaşlılar, gençlerden daha fazla suç mağduru olma ihtimaline sahiptir,
- (e) yoksulluk içinde yaşayan çoğunluk,
- (f) yaşlılar yaşlandıkça daha dindar hale gelir,
- (g) yaşlı işçiler daha az üretkendir ,
- (h) emekli olan yaşlılar genellikle sağlıkta bir düşüş yaşarlar,

(i) çoğu yaşlı insanın cinsel ilişkiye ilgi veya kapasitesi yoktur,

(j) yaşlıların çoğu bakımevlerinde yaşar (Fahr, 2004, s.27).

Butler de neyin eski olduğunu kronolojik olarak zamanın belirleyeceği algısıyla eski olarak yaşlıların stereotipleştirildiğini söyler. Aynı zamanda bunamadan kaçamadıkları ve yaşlılığın dinginlik ve sukunetle eşitlendiğini belirtir (akt., Fahr, 2004, s.27). Bu bağlamda Arun (2016, s.32-44) yaşlıların 'eski, çağ dışı, yeniye yabancı, ağırkanlı, ne denildiğini anlamayan, basitçe uzun yaşayan, sadece emeklilerden oluşan, ihtiyar, kocamış, geçkin homojen bir grubu oluşturduğu düşünülen kişiler' olarak yansıtamayacağını, 'yaşlı denildiğinde hastalığın ve ölümün dışında başka görüntülerin de zihnimize canlanması' gerektiğine dikkat çekmektedir. Yaş ayrımcılığını, Türkiye'de de yaşlılarla ilgili 'toplumsal cinsiyet, eğitim, sosyal sınıf, sağlık' alanlarında yeterince politika üretilmemesinin sonucu olarak görür.

Yaş Ayrımcılığı ve Medya

Yaş ayrımcılığı ile ilgili stereotiplerin medya, dil ve mizah yoluyla kolayca aktarıldığı savunulmaktadır (Webster University, Ageism and Introduction). Medya, başkalarını anlayabilmemiz açısından insanlara görüntüler sunmakta ve bu görüntüler aracılığı ile başkaları hakkında fikir edinilmesine aracılık etmektedir. Edinilen bilgiler ise insanların zihinlerinde stereotiplerin güçlenmesine neden olmaktadır (akt., Harrison, Reynolds-Dobbs & Thomas, 2008, s.50). Dolayısıyla medya ulusal ve uluslararası alana dair hemen hemen her konuda insanları bilgilendirdiğinden bilgiye ulaşmanın en hızlı ve en kolay yolu olarak görülmekte, bu nedenle kültürel değerlerin yaratılmasında ve sürdürülmesinde de önemli bir rolü bulunmaktadır (Fahr, 2004, s.20).

Medya, sembolik modelleme ile çocukların ve yetişkinlerin sosyal tutumlarını ve davranışlarını etkileyebilmektedir (Bandura, 1977, s.39). Bu

anlamda bireyin davranışlarında olumlu ya da olumsuz etki yaratabilen medya, ekonomik ve sosyal politikalar nedeniyle sorun haline gelen yaş ayrımcılığının oluşmasında önemli etkenlerden biri olarak görülmektedir (Yüksel Özmen, 2013, s.114). Benzer biçimde Bandura (1977, s.40), günlük yaşamda çevrelerindeki küçük bir kesimle temas halinde olmalarına bağlı olarak, insanların medyada gördükleri, duydukları, okudukları şeyler ile toplumsal gerçeklik algılamalarını oluşturdıklarına dikkat çekmektedir (Yüksel Özmen, 2013, s.111).

Bu durumun yaratılmasında yani gerçekliğin toplumsal inşasında ideolojinin önemli bir rolü bulunmaktadır. Çünkü ideoloji, simgeler ve anlamların etkileşimi ile oluşan dünyanın içinde var olur. Eleştirel çalışmalar bu bağlamda ideolojiyi merkeze alarak toplumsal iktidarın dilsel pratikler aracılığıyla nasıl oluştuğunu kavramaya çalışır. Ve iktidar ilişkilerinin dilin içinde kodlanıp dil aracılığıyla dolaşıma girdiğini ileri sürmektedir (Karaduman, 2009, s. 42; 44). Dilin ifadesi ise söylemdir. Dolayısıyla Van Dijk'a (2010, s.12) göre bu bağlamda iktidar bilişsel bir çerçeveye sahiptir ve iktidar insanların 'nasıl ve ne düşünebilecekleri, bilgi kavramları, tutumları, düşünce ve ideolojileri üzerinde denetim kurarak' onların zihinlerini ve eylemlerini kontrol ederek hakimiyet kurabilmektedir.

İdeoloji hem dilsel hem de göstergesel yapılardan yararlanarak gerçekliği kurar. Voloşinov (2001), insanların maddi gerçeklik üzerinden kendilerini ürettiğini ve yeniden ürettiğini ileri sürer. Göstergelerin maddi dünyayı ve gerçekliği anlatmaya çalıştığını, ancak kendine eklenen ideoloji ile dönüşüme uğrayarak kendini var ettiğini savunur. Bunun sonucunda göstergelerin artık yalnızca bir gerçekliğin parçası olmadığını başka bir gerçekliği yansıtacağının altını çizerek. Dolayısıyla gösterge varsa ideolojinin olacağını, ideolojik herşeyin ise göstergesel değere sahip olacağını vurgular (Çoban, 2003, s.252-253). Dil bir anlamlandırma pratiği olarak görülür ve

gerçekliğin dilin dışında oluşsa da dil aracılığıyla anlaşıldığı vurgulanır (Çoban, 2003, s.249; 251). Bu anlamda dilsel iletilerin egemen ideolojinin izlerini taşıdığı, ideolojik bir etkinin olmadığı bağımsız bir dilsel ve iletişim sürecinden söz edilemeyeceği ve ideolojinin rızanın üretilmesinde etkin bir araç konumuna geldiği söylenebilir (Çoban, 2003, s.254- 255).

Medya ise rızanın üretilmesinde ve iktidarın hakimiyet kurabilmesi için bu sistemin bir parçası gibi işlev görmektedir ve sistemi 'muhafaza etme ve sisteme meşruluk kazandırma rolünü' oynamaktadır (Petkovic, 2010, s.173). Bu anlamda medya kültürel homojenlik içerisinde iktidarın belirlediği şeklin dışında kalan diğerlerini ötekileştirir (Gürkan Pazarıcı, 2005, s.157). Sorunların toplumsal/kültürel, ekonomik ve politik nedenlerini sorgulamayan bir politika izleyerek üretim yapar (Cangöz, 2013, s.76). Çelenk (2010, s.222), medyadaki ayrımcılığın temsil düzeyinde olduğunu ileri sürerek medyanın, bazı kesimlerin dışlanmasına aracılık ettiği için ayrımcılığı ürettiğini söylemektedir. Çelenk'e (2010) göre medyanın 'gerçeklikle' ilişkisi 'simgesel olarak onu yeniden üretmekle sınırlıdır'. Bu yeniden üretim sürecinde ise medya, dışlanan kesimleri yok sayarak ya da önyargıları stereotipleştirerek ayrımcılığı üretmekte ve sürdürmektedir (Çelenk, 2010, s.223). Medyanın buradaki amacının ise iktidar sahiplerinin çıkarlarını korumak istemesi olarak değerlendiren Göregenli (2012, s.62), iktidar sahiplerinin mevcut konumlarının devamlılığı için ayrımcılığın bir ihtiyaç olduğunu altını çizmektedir. Dolayısıyla politik bir boyutu olan bu yeniden üretim süreci medya aracılığıyla işlemektedir. Göregenli (2012) ayrımcılığın asıl aktörleri iktidar sahipleri olsa da bunu yaygınlaştıranın ve meşrulaştırmanın ayrımcılığa uğrayan mağdurlar olduğunu belirtmektedir. Mağdur, medyada değersizleştirildiğinden, hak taleplerinin de meşru olarak görülmesi güçleşmektedir. Ve bu değersizleştirme, mağdurların kendi içlerinde ayrımcı tutumlar ve

önyargılar sergilemesine neden olduğundan, ayrımcılığın yaygınlaşması söz konusu olmaktadır. Çünkü medya ve iktidar tarafından üretilen bu ayrımcılık mağdurlar tarafından da içselleştirilmektedir (Göregenli, 2012, s. 62).

Bu durumu yaşlılık açısından ele aldığımızda yaşlılığın medyada olumsuz bir şekilde sunulduğu görülmektedir (Çayır, 2012, s.167). Örneğin, yaşlı karakterler sıklıkla gri saçlı, gözlüklü, baston kullanan kişiler olarak tasvir edilmektedir (Vasil & Wass, 1993, s.77). Yapılan araştırmalar incelendiğinde JoEtta, Vernon, Williams, Phillips ve Wilson (1990) 'Media Stereotyping: A Comparison of the Way Elderly Women and Men Are Portrayed on Prime- Time Television' adlı çalışmalarında yaşlı kadınların televizyon programlarında temsiline ilişkin 139 programı incelemiş, genel anlamda yaşlıların yetersiz ve olumsuz temsil edildiklerini ortaya koymuşlardır. Bu çalışmada aynı zamanda cinsiyete göre yaşlı kadınlara yaşlı erkeklerden daha az yer verildiği saptanmıştır. Latika Vasil ve Hannelore Wass (2006) 'Media: A Literature Review And Implications For Educational Gerontologists' makalesinde kitle iletişim araçlarındaki yaşlıların temsiline ilişkin 28 ampirik çalışmanın bulgularını değerlendirmiş, yaşlılara ABD nüfus oranı göz önünde bulundurulduğunda az temsil edildiği sonucuna varmıştır. Bununla birlikte yaşlıların olumsuz görüntülerle, basmakalıp terimlerle marjinalize edildiği, önemli rollerde ve pozisyonlarda yeterince yaşlılara yer verilmediğini belirtmiştir. Maya Khemlani David ve Ponmalar N. Alagappar (2013) 'Representation Of The Elderly In A Malaysian English Daily' çalışmasında 2007'den 2011'e kadar olan süreçte English Daily gazetesindeki yaşlılarla ilgili 326 habere içerik analizi uygulamış, yaşlıların sağlıksız ve yardıma muhtaç kişiler olarak haberlerde temsil edildiği sonucuna ulaşmıştır.

Ülkemizde konuyla ilişkin araştırmalar incelendiğinde de benzer sonuçların ortaya çıktığı söylenebilir. Demez (2012), 'Gençlik İdeali:

Anti Aging Uygulamaları ve Değişen Yaşlılık Algılarının Medyada Temsili' konulu çalışmasında Hürriyet Gazetesi'nde 1997-2011 arasında yaşlanma ve yaşlılık ile ilgili 205 haberi incelemiş, analiz sonucunda yaşlılığın istenmeyen bir durum olduğu üzerine yoğunlaşarak haberlerde 'yaşlılığı engelleme, yok sayma, en azından erteleme yollarının ipuçlarını veren yorumların' yer aldığı, bununla birlikte 'yaşlılığın doğal bir yaşam süreci olduğu bilgisinin yerine gençliğin yüceltildiği' çıkarımında bulunmuştur. Yüksel Özmen (2013) ise 'Türk Kültüründe Yaşlının Yeri ve Medyayla Yaşlılığın Değişen Konumu' makalesinde medyada yaşlıların sunumunu 'fiziksel ve ruhsal açıdan zayıf ve sağlıkları bozuk şekilde', 'konum olarak ve aktivite olarak stereotipleştirilmiş', 'fiziksel olarak çekiciliğini yitirmiş', 'karakter özelliklerinin resmedilişi olumsuzluk taşımaktadır' şeklinde dört başlık altında toplamıştır. Ve sonuç olarak yaşlıların iki şekilde temsiline ön plana çıktığını söylemiştir. Özmen (2013) kültürel anlamda yaşlıların, 'hürmet edilen ve kıymetli kişiler' olarak haberlerde sunulduğunu belirtirken aynı zamanda 'toplumsal atık' gibi haberlere konu olduklarına dikkat çekerek yaşlılara yönelik kalıpsal yargıların yeniden üretildiğini ileri sürmüştür. Kuruoğlu ve Salman (2017), 'Medyada Yaşlılık ve Türk Sinemasında Yaşlılık Temsili' adlı araştırmalarında 1950 yılından itibaren gösterime girmiş olan Türk filmlerinde, yaşlı temsillerinin nasıl biçimlendiğini ortaya koymuşlar, çalışmalarında yaşlıların genellikle sağlıksız olarak temsil edildikleri ve yaşlıların sosyoekonomik gelişmişlik açısından sunumlarının farklılık gösterdiğini belirtmişlerdir. Maddi durumu iyi olanların farklı hobiler edinebildikleri, yoksul olanların ise çalışmak zorunda kaldıkları şeklinde temsillerin olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca yaşlıların toplum tarafından dışlanmamaları için kendi alt kültürlerini oluşturduklarına dair temsillerinin olduğu sonucuna da ulaşmışlardır. Tuncal vd. (2017) 'Yaşlılara Bakış Açısının Karikatürlerdeki İzdüşümü Konusunda Uzman Görüşleri' adlı çalışmada da yaşlılığın karikatürlerde nasıl ele

alındığına ilişkin uzman görüşleri incelenmiştir. Çalışmada 2012-2013 yılları arasında iki karikatür dergisinde yaşlılıkla ilgili olan karikatürlere ilişkin anket formu düzenlenmiş, formlar dört değerlendirici tarafından doldurulmuştur. Araştırma sonucunda karikatürlerin %70,6'sında 'bunama (%25,3), teknolojik gelişmelere uyum sağlayamama (%12,1), rijidite-esnek olmama ve yeniliğe açık olmama (%11) ile ölüm kaygısı (%9,9)' gibi yaşlıların olumsuz yönleriyle temsil edildiği gözlenmiştir.

Amaç

Çalışmada yaşlıların medyada nasıl temsil edildiğinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu bağlamda mizah dergilerinde yaşlıların temsili üzerine odaklanılmıştır. Çünkü mizah dergileri içerik açısından 'politik ve apolitik' mizahi unsurlara yer vermekte, 'siyaset, cinsellik, aile ve okul gibi toplumsal kurumlar, gündelik yaşam vb. konular'ı eleştirel bakış açısıyla ele almaktadır (Tellan, 2015, s.2). Mizah dergileri, iktidara yönelik muhalefet edebilen, bir direniş alanı ve ötekilerin seslerinin yer alabildiği bir alternatif medya olarak tanımlansa da (Tellan, 2015, s.4) karikatürlerde olayların, insanların, duygu ve düşüncelerin doğal olanla ters düşen yanlarını abartılı çizimlerle aktararak (aktaran Tuncal vd., 2017, s.45) sosyal algının oluşmasına katkıda bulunmaktadır (Tuncal vd., 2017, s.45). Dolayısıyla yaş ayrımcılığının mizah dergilerinde üretilip üretilmediği çalışmada tartışılmıştır.

Yöntem

Medyada yaşlılık temsillerinin çok fazla olmadığı varsa bile yetersiz temsil edildiği araştırmalar sonucunda ortaya çıkmıştır. Yaşlıların medyada temsiline odaklanan çalışmalar (Kuruoğlu & Salman 2017; Demez, 2012; Tuncal vd. 2017, Özmen 2013) sınırlı olduğundan dolayı çalışmada yaşlıların mizah dergilerinde temsiline odaklanılmış, egemen ideoloji ekseninde yaşlılarla ilgili hegemonik söylemin mizah yoluyla

yeniden üretimi analiz edilmiştir.

Bu nedenle çalışmada Türkiye'nin en çok takip edilen mizah dergilerinden Uykusuz ve Penguen dergileri tercih edilmiştir. Uykusuz ve Penguen dergilerinin tirajlarının en fazla olduğu 2015-2016 yılı içerisindeki yaşlılarla ilgili yayınlanan karikatürler çalışmanın örneklemini oluşturmuştur (Demir, 2016, s.9). Bu kapsamda yaşlılarla ilgili Uykusuz dergisinde 48, Penguen dergisinde 46 olmak üzere toplam 94 karikatür yayınlandığı görülmüştür. Örneklemin belirlenmesinde ise üç kriter göz önünde bulundurulmuştur. Bunlardan ilki literatürde bulunan yaşlılıkla ilgili mitlerdir. Butler, Palmore ve Kart'ın belirttiği yaşlıların 'hasta, çirkin, verimsiz, yalnız, iktidarsız, yoksul, bunak, yalnız, depresyonda, sağlıklı, mağdur, dindar, bakımevlerinde yaşayan, kronolojik olarak eski ola, akıl hastası, emeklilikte hasta olan' stereotiplerine örnek karikatürler analizde kullanılmıştır. İkincisi ise araştırmada gündelik yaşamda yaş ayrımcılığının üretildiğinin ortaya konulması amaçlandığından karikatürlerin gündelik yaşama ilişkin olmasıdır. Bu çerçevede gündem bağlantılı siyasi karikatürler ve seri şeklinde yayınlanan karikatürler çalışma dışında bırakılmıştır. Bu iki kriteri karşılayan karikatürler arasından ise araştırmanın amacına uygun Uykusuz dergisinin 6, Penguen dergisinin 1 olmak üzere 7 karikatürü çözümlenmiştir. Üçüncü kriter ise 94 karikatür içerisinde pozitif stereotipi içeren 5 karikatür olması ve genelleme yapılamayacağı kanısıyla çalışmada negatif stereotiplere odaklanılmış, pozitif stereotipleri içeren karikatürler çalışma dışında tutulmuştur.

Seçilen karikatürler, Roland Barthes'ın göstergebilim yöntemine uygun olarak düz anlam, yan anlam ve mit bağlamında çözümlenmiştir. Yaşlılarla ilgili karikatürlerin nasıl temsil edildiğini anlamak için anlam evrenini çözümlemeyi amaçlayan göstergebilim, yöntem olarak belirlenmiştir. (Özgür, 2006, s.27). Göstergebilim, göstergelerin ve onların çalışma biçimlerinin araştırılmasıdır. Göstergebilimin üç

temel çalışma alanı söz konusudur:

1. Göstergeler: Göstergeler insanlar tarafından yaratılmakta ve insanların onları kullandıkları biçim içerisinde anlaşılmaktadırlar. İletişim de göstergeler ve kodlar bulunmaktadır ve göstergeler anlamı oluşturmaktadır.

2. Kodlar: Göstergeleri düzenleyen sistemler kodlardır. Kodlar, göstergelerin birbirleri ile ilişkisini ortaya koymaktadırlar.

3. Kültür: Kültür, kodlar ve göstergeleri kapsamaktadır. Göstergeler ve kodlar kültürün var oluşunu biçimini belirler (Fiske, 1996, s.62).

Barthes göstergeler zincirinden bahsederek anlamlama sürecini açıklar. Barthes'a göre anlamlama süreci anlatım düzlemi ve içerik düzleminden oluşur (Barthes, 2009, s.84). Bunlar gösteren (anlatım düzlemi) gösterilen (içerik düzlemi) olarak adlandırılır ve ikisi arasında bir bağlantı vardır. Çağrışımsal toplamaları ise göstergeye işaret eder ve gösterge bir anlamdır (Barthes, 2014, s.182). İlk dizgenin oluşumu ile birlikte iç içe geçmiş iki anlamlama sistemi oluşur. Bu zincirin ilk halkası olarak tanımlanabilecek ilk anlamlama sistemi (gösteren, gösterilen ve gösterge) düz anlamı oluşturur. İkincisi ise yan anlamdır. Yan anlam gösteren, gösterilen ve anlamlamayı kapsar. Düz anlamın göstergeleri yan anlamın gösterenini oluşturur (Barthes, 2009, s.85). Barthes bu anlamlama sürecinde ikinci dizgeyle mitin oluştuğuna dikkat çeker.

Fiske (1996), düz anlamın göstergenin 'ortakduyusal' anlamına gönderme yaptığını belirterek düz anlamı şöyle açıklar:

"Bir sokak manzarası fotoğrafı belirli bir sokağı gösterir; "sokak" sözcüğü binalar arasında uzanan bir şehiryolunu anlatır. Ama ben aynı sokağı önemli derecede farklı biçimlerde fotoğraflayabilirim. Renkli bir film kullanabilir, donuk bir gün ışığı seçebilir, yumuşak bir odak ayarı yapabilir ve sokağı çocuklar için mutlu, sıcak, şefkat dolu

bir oyun alanı haline getirebilirim. Ya da siyah beyaz bir film, sert odak ayarı, güçlü kontrastlar kullanabilir ve aynı sokağı oyun oynayan çocuklar için soğuk, zalim, barınılmaz ve yıkıcı bir mekan haline getirebilirim. Bu iki fotoğraf, aynı anda ve birbirine yalnızca birkaç santimetre uzaklıktaki iki fotoğraf makinesi tarafından çekilmiş olabilir. Bu iki fotoğrafın düzanlamsal anlamı aynı olacaktır. Farklılığı yaratan yananamlarıdır. [...] Düzanlam neyin fotoğraflandığıdır; yananlam ise nasıl fotoğraflandığıdır (Fiske, 1996, s.116)."

Yan anlam ise kültüre özgü olan, göstergenin kullanıcı ile buluştuğunda yarattığı etkileşimi betimlemektedir (Fiske, 1996, s.116-117). Barthes (1993), yananlam gösterenlerinin düz anlam gösterenlerinden oluştuğunu söyleyerek düz anlamın anlamsal bakımından kapandığını yan anlamın ise tam kapanmamış bir yapısı olduğunu söyleyerek ideolojinin yan anlam gönderi alanına sızdığını işaret etmiştir. Benzer bir biçimde Hall'de yan anlamın ideolojik değer taşıdığını söyler (Çoban, 2003, s.257). Mit ise Barthes'a göre 'bir kültürün, gerçekliğin ya da doğanın bazı görünümünü açıklamayı ya da anlamasını sağlayan bir öyküdür' (Fiske, 1996, s.119). Mit söylemsel bir pratiktir ve tarihöncesinin gerçekliğini aktararak onları simgeleştirir. Bunu yaparken dilin tüm özelliklerini kullanır ve tarihöncesinin 'doğayla, toplumla, ekonomik ve siyasi yapıyla olan ilişkilerini yansıtır (Çoban, 2003, s. 262). Barthes (2014, s.207), miti ise gerçekten ideolojiye yani 'yalancı dünya'ya geçişi sağlayan bir araç olarak tanımlar. Mitin işlevinin gerçeği boşaltmak ve gerçeğin tarihsel niteliğini silmek olarak belirtir. Barthes'a göre (2014, s. 210) egemen ideoloji kendisini maskeleyerek miti üretir ve tanımlar. Amaç ise yalancı doğa içerisinde insanın kendisini yaratmasına izin vermeyerek insanı durdurmaya çalışmaktır (2014, s. 218).

Dolayısıyla mit, belirli bir dönemde egemen olan toplumsal sınıfın ürünü olarak onların gerçekliğini işaret etmektedir. Ürettikleri

anlamlar o dönemin izlerini taşımaktadır. Ancak mit olarak işleyebilmesi taşıyıcısı oldukları anlamların egemen toplumsal sınıfa ait olduğunu gizleyebilmesinde yatmaktadır. Yani, doğal olduklarını vurgulayabildikleri sürece mitler yaşarlar ve ideolojinin taşıyıcısı olarak işlerler (Fiske, 1996, s.119).

Bulgular



Görsel 1: "Yaşlılar Eskidir Mitinin Kullanıldığı Karikatür", Uykusuz 2015, sayı 40.

Düz anlam: Karikatür, dış mekanda geçmektedir. Karikatürde 2080 yılının İstanbul'u tasvir edilmiştir. En arkada elindeki tepside çay ve kahve taşıyan bir genç görünmektedir. Buradan dış mekanın bir kafe olduğu anlaşılmaktadır. Genç olan kişi masada tek başına oturmakta, önde yer alan masada 3 yaşlı erkek sohbet etmektedir. Kişilerin fiziksel özellikleri yaşlı ve genç ayrımının yapılmasını kolaylaştırmaktadır. Yaşlı bireylerin yüzleri kırışık, beyaz saçlı ve saçlarının büyük çoğunluğu dökülmüştür. Yaşlılardan birinin gömlek üzerine süveter giydiği, diğerlerinin ise ceket giydikleri görünmektedir. Kıyafetlerinin eski olduğu üzerlerindeki çizgilerle gösterilmiştir. Yaşlılardan birinin önünde Posta Gazetesi bulunmaktadır. Genç erkeğin ise siyah saçlı, siyah uzun t-shirtünün üzerine kısa kollu beyaz bir t-shirt giydiği, cildinde kırışıklık olmadığı

görünmektedir. Gençin, sohbet eden yaşlıları dinlemekte olduğu gösterilmektedir.

Yan anlam: Karikatürde 2080 yılının İstanbul'u yaşlılar üzerinden anlatılmaktadır. 3 yaşlı erkeğin sohbetlerinde "Siz nerden emeklisiniz?, Reklam Ajansından Kreatif Direktörüm. Ne güzel. Siz Muhterem? 56 sene yazılım şirketinde çalıştım. Mobil uygulama geliştiricisiydim..." cümlelerinden yaşlıların meslekleri ile emekli oldukları anlaşılmaktadır. Bu sohbeti dinleyen genç erkeğin ise "Hiç normal dede kalmadı lan..." sözleriyle yaşlılığın eskilik miti ile özdeşleştirildiği anlaşılmaktadır. Genç tarafından yadırganan durum, yaşlıların geleneksel meslekler yerine çağın koşullarına uygun modern mesleklere sahip olmalarıdır. Dolayısıyla, yaşlıların durumu, sahip oldukları mesleklerden dolayı 'normal olmayan' şeklinde genç erkeğin gözünden yansıtılmaya çalışılmıştır. Burada, yaşlılara karşı yapılan ayrımcılık iki karşıtlığın bir arada olma durumu şeklinde yansıtılmaktadır. Yaşlı eskidir, meslekleri ise yeni ve modernidir.

Genel stereotiplere bakıldığında yaşlı insanlar, gençler tarafından 'yaşam tarzları, hayata bakışları ve giyimleri ile eski olanı ifade ettikleri için modası geçmiş olmakla tanımlanırlar' (aktaran Demez, 2012, s.98). Dolayısıyla, yaşlı erkekler emekli olduklarında cafede oturarak sosyalleşen, can sıkıntısından bulmaca çözen kişiler olarak resmedilmiştir. Aynı zamanda, gazetenin adının özellikle belirtilmesi de buna işaret etmektedir. Araştırmalarda Posta Gazetesi, en çok satın alınan gazete (Connected Vivaki, 2016) olarak ilk sıralarda yer almasına rağmen karikatürde, magazin ve eğlence içeriği yoğun olan (Marketing Türkiye, 2015) bu gazeteyi sadece yaşlıların okuduğu algısı yaratılmaktadır.

2080 yılında iş ve çalışma koşullarının değişeceği öngörüsüyle hazırlanan bu karikatürde yaşlı insanların bu yeni mesleklerden emekli olacağı düşüncesi ile okuyanlar gülümsetilmeye çalışılmaktadır. Bunun yanı sıra, yaşlı insanların

eski mesleklere sahip olması gerektiği algısı güçlendirilmektedir. Benzer bir biçimde dil kullanımında da bu durum gösterilmeye çalışılmıştır. Eskilik miti, dil üzerinden, yaşlı erkeğin "Siz Muhterem?" şeklindeki konuşmasında eski bir sözcük olan 'muhterem' kelimesinin seçimiyle aktarılmıştır. Genç erkek ise gençlerin kullandığı argo sözcükleri kullanarak gençlerin konuşma jargonuna uygun şekilde konuşturulmuştur.

Mit: "Yaşlılar Eskidir"

Bu mit ile insanlar nesnelerle özdeşleştirilir. Tıpkı bir eşyanın uzun kullanımıyla eskiyeceği gibi insanların da yaş aldıkça eskiyeceği düşünülür. Oysaki, bir insanın eskimesi mümkün değildir. 'Çok uzun bir zamandan beri var olan ve üzerinden çok süre geçmiş olarak' tanımlayabileceğimiz eski, insanla ilişkilendirildiğinde anlamsızdır. Çünkü eski olarak atfedilen şeyler durağandır. Var olduğu zamanda kalır. İnsan ise sürekli gelişen, değişen ve sürekli kendini yenileyebilen bir varlıktır. Bu bağlamda, yaşlılık, yalnızca geçmişle ilişkilendirilerek olumsuz bir biçimde mitleştirilmiştir. Emekli olduktan sonra insanların pasifleştiği, verimsizleştiği gösterilerek egemen ideolojinin verimlilik temelinde değerlendirdiği yaşlılara yönelik tutumu bu karikatürde doğallaştırılmaktadır.



Görsel 2: "Yaşlılar Yoksuldur ve Yenilikleri Takip

Etmez Mitinin Kullanıldığı Karikatür", Uykusuz 2015, sayı 52.

Düz anlam: Karikatürde iç mekanda kapıyı açan bir genç ve kapıdan içeri giren yaşlı bir erkek görünmektedir. Gencin suratında yaşlı erkeği gördüğünde (beklediğim başıma geldi şeklinde) korku ifadesi bulunmaktadır. Yaşlı erkeğin ellerinde 'BİM' yazan poşetler, üzerinde atkı ve palto, kafasında ise 'Stars Wars' yazılı bir şapka bulunmaktadır. Yaşlı erkeğin yüzünde kırışıklığa vurgu yapan çizgiler vardır. Poşetler, yaşlı erkeğin elinde dengeli bir biçimde durmamakta, yüz ifadesinden ve duruşundan onları taşımakta zorlandığı anlaşılmaktadır. Başındaki şapka ise etrafındaki çizgilerle belirginleştirilerek gösterilmektedir.

Yan anlam: Karikatürde 'Star Wars7: Güç Uyanıyor' filminin vizyona girmeden önce BİM'de Star Wars ürünlerinin satılmaya başlaması konu edilmiştir. Karikatürde BİM mağazasında satıldığından dolayı bu ürünleri ancak yaşlıların satın alabileceği, yaşlılara yönelik yoksulluk miti ve yenilikleri takip etmeme miti üzerinden aktarılmaya çalışılmıştır.

Yaşlı kişinin yoksul olduğunu vurgulamak için marketin logosu poşetlerde büyük bir şekilde yer almıştır. Çünkü belirtilen marketin yerleşik algısı ucuz, kalitesiz ürün satan, üst sınıfa hitap etmeyen bir market olduğudur (Kaya ve Ayluçtarhan, 2015, s.19-20). Araştırmalar günlük alışveriş ucuz ve kolay ulaşılabilir olması bakımından her kesimden insanın tercih ettiğini gösterse de (Kaya ve Ayluçtarhan, 2015, s.19-20; FortuneTurkey, 2014; onedio, 2017) marketin yerleşik algısı üzerinden karikatürde yaşlı erkeğin yoksul olduğuna işaret edilmiştir.

Ayrıca film vizyona girmeden önce Star Wars orijinal ürünlerinin satışa çıkarılacağı duyurulduğu andan itibaren (mynet, 2015), sözlüklerde ve sosyal medyada konu hakkında çok sayıda konuşulmuş, entry girilmiş (ekşi, 2015) ve ürünün

birçok takipçisi tarafından ürünler hemen alınarak fotoğrafları sosyal medya hesaplarından paylaşılmıştır (Scroll, 2015). Karikatürde ise yaşlı bireyin bu durumdan haberdar olmaması ve üşüdüğü için ihtiyaç duyduğu bir ürün olarak şapkayı satın aldığı anlaşılmakta, genç erkeğin bu durumu beklediğim başıma geldi şeklindeki 'bende bundan korkuyordum' sözleriyle anlatılmaktadır. Burada yaşlı kişinin hem gündemden haberdar olmayan hem de Star Wars'u bilmeyen bir kişi olarak konumlandırıldığı görülmektedir.

Mit: "Yaşlılar Yoksuldur ve Yenilikleri Takip Etmez"

Bu mitte yoksulluk yaşlanmanın bir sonucuymuş gibi gösterilir. Gerçekten de mevcut ekonomik koşullara bakıldığında bireylerin yoksullaştığı görülmektedir. Yeniliklerin ve trendlerin takip edilmesi bireylerin hayat algısına, kişilik özelliklerine, gelir durumlarına vb. bağlı olarak ortaya çıkan bir sonuçtur. Bu karikatürde ise yoksulluk gibi yeniliklerin takip edilememesi de yaşlı olma durumuyla ilişkilendirilerek mitleştirilmiştir. Ancak bu yaşla değil; ekonomik ve sosyal politikalarla ilişkilidir. Bu mit yaşlılıkla yoksulluk arasında bağlantı kuran ekonomik ve sosyal politikaları görünmez kılar.



Görsel 3: "Yaşlılar Çirkindir ve Dindardır Mitinin

Kullanıldığı Karikatür", Uykusuz 2015, sayı 46.

Düz anlam: Karikatürde iki yaşlı erkek dış mekanda yer almaktadır. Yürürken sohbet ettikleri görülmektedir. Biri elinde baston, kafasında bere, uzun kollu, birbirinden farklı renklerde giysiler giyen, yüzü diğerine göre daha kırışık, kaşları uzamış, burnu büyük ve uzun boylu olarak tasvir edilmiştir. Diğerisi ise daha bakımlı, kısa kollu, uyumlu renkleri giyen, daha sevimli bir kişi olarak görülmektedir.

Yan anlam: Karikatürde iki yaşlı arasında geçen konuşmalar çirkinlik ve dindarlık miti üzerinden kurgulanmıştır. Konuşmalarda elinde baston olan yaşlı "Ben de senin gibi Bulut Dede olmak istiyorum lan... Cennet garanti bir şey senin için... Kesin Gidersin.. Önce şu kaşlardan kurtulmam lazım.." derken kendini çirkin olarak gördüğü ve kendisinde güzel olanın cennete gideceği düşüncesinin hakim olduğu görülmektedir. Diğerisi ise "Oğlum bir rekât namaz kılmışlığım yok lan... Sen benden iyisindir..", diyerek cennete dindarlığın gerektirdiklerini yerine getirmediği için gidemeyeceğini vurgulamaktadır.

Burada yaşlıların negatif sunumu söz konusudur. Karikatürde yaşlılar dindar, dindar olmayan, çirkin ve güzel sınıflandırması ile gösterilmiştir. Fiziksel özelliklerine bakıldığında çirkin olarak gösterilmek istenen yaşlının burnunun büyük ve uzun gösterilerek çirkin tanımı yapılmaktadır. Kıyafetleri, renk seçimi ile bu durum desteklenmektedir. Yaş aldıkça insanların dine yöneldiği, çirkinleştiği gösterilmeye çalışılmıştır. Oysaki gençler arasında güzellik çirkinlik mevzuu bir amaca yönelik olduğunda bu amaç genellikle kız arkadaş edinme gibi konularda gösterilmekte, ancak burada yaşlılar söz konusu olunca tip, ancak Allahın sevgisini kazanmakla ilişkili ele alınmakta ve cennete girme koşulu olarak gösterilmektedir. Bulut dede ise türbesi de olan insanların sevdiği bir dede olarak bilinmektedir. Karikatürde bu sevginin nedeni fiziksel özelliklerle ilişkilendirilmiş, adamın

bulut dedeliği sevimliliği ve güzelliği üzerinden kurulmuştur.

Mit: “Yaşlılar Çirkindir ve Dindardır”

Karikatürde işleyen dindarlık miti iki şekilde görünür. İlk olarak cennete gitme ve ölüm sonrası hayatın nasıl olacağına ilişkin kaygı, yaşlı insanların sıradan sohbet konusu olarak gösterilir. Bu mit yaşlılık ve ölüm korkusu arasındaki ilişkiyi doğallaştırmaktadır. Çirkinlik/güzellik ikilemi üzerinden işleyen diğer mit ise dindarlık miti ile ilişkilendirilmiştir. Buna göre, güzellik dünyevi bir olgudur ve dindar bir kişi güzellik kaygısı taşımayacağı için kişisel görünümünü önemsemez. Kişisel görünümüne önem veren bir kişi ise dinsel sorumluluklarını yerine getirmeyecektir. Bu bağlamda ele alındığında ölüm korkusunu yoğun şekilde yaşayan ve “doğal” olarak ahirete yatırım yapan yaşlıların güzel ve bakımlı olmasının beklenmeyeceği, ahirete yatırım yapmadığı için güzel ve bakımlı olan yaşlıların ise başkalarından beklediği (tanrı da dahil olmak üzere) sevgiyi ve kabulü bu özellikleri nedeniyle kazanacakları vurgulanmaktadır.



Görsel 4: “Yaşlılar Muhtaç/Mağdurdur, Dindardır, Sağıksızdır Mitlerinin Kullanıldığı Karikatür”, Uykusuz 2015, sayı 19.

Düz anlam: Karikatürde bir yaşlı kadın ve genç erkek gösterilmektedir. Genç erkek ayrı bir odada telefonla görüşüyorken yaşlı kadının onu dinlediği görülmektedir. Evin duvarlarında yeşil renkte dua tabloları vardır. Karakterlerin fiziksel özelliklerine bakıldığında yaşlı kadının başında renkli çiçek desenli siyah bir yazma olduğu, renkli bir elbise giydiği görülmekte, yüz ifadesinden kızgın olduğu anlaşılmaktadır. Genç erkek ise eşofman ve sarı bir tshirt giymiştir. Pencerenin önünde telefonla konuşurken diğer taraftan dışarıya bakmaktadır. Dışarıda ise havanın kötü olduğunu işaret eden çizgiler görülmektedir.

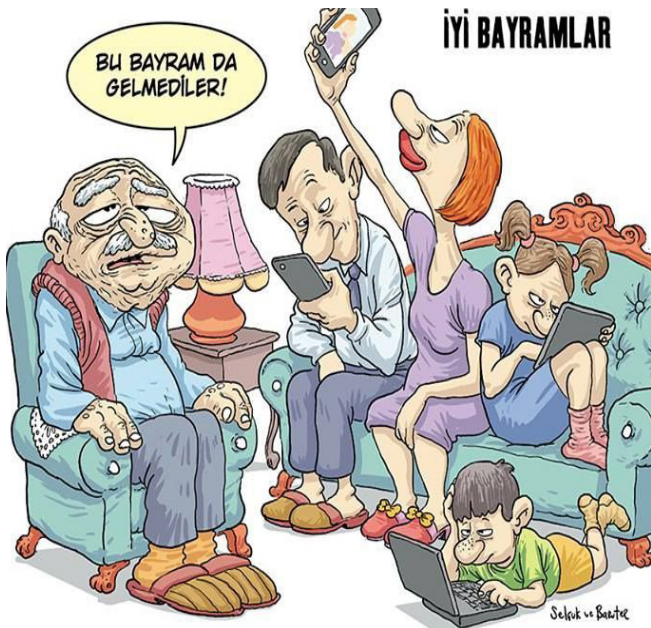
Yan anlam: Karikatürde anneannesinin torunu tarafından işe gitmeme bahanesi olarak kullanıldığı görülmektedir. İşe gitmeme sebebi olarak anneannesinin namaz kılariken düştüğünü ve ona bakmak zorunda olduğunu söylemektedir. Anneanne “kimbilir ben kaç kere öldürdün, hastaneye yatırdın, serumlar yedirdin, hayırsız torun” diyerek karşılaştığı duruma hayıflanmakta ancak bu durumla yüzleşmeden kendi kendine içermektedir. Bu bağlamda yaşlı kadının karikatürde aciz, zayıf ve mağdur olarak temsil edildiği görülmektedir.

Yaşlı kadın karikatürde dindarlık miti, sağıksız miti ve mağdur miti üzerinden konumlandırılmıştır. Yaşlı kadının dindar olduğu hem fiziki görünümüyle hem de evde kullandığı eşyalarla gösterilmeye çalışılmıştır. Yaş aldıkça insanların ölüm korkusu ile dine yöneldiği algısı karikatürde güçlendirilmiş ve bu doğrultuda bir anneanne temsili sunulmuştur. Bu anneanne ayrıca torununun telefon konuşmasını kapı arkasına saklanarak gizlice dinlemektedir. Bu temsil edilme şekli yaşlı kadının meraklı olduğu, özel alana saygı göstermediği gibi geleneksel klişeleri de pekiştirmektedir. Ayrıca torunun, anneannesini bahane ederken sürekli sağlığı üzerinden yalan söylemekte olduğu anlaşılmaktadır ve hastalıkların yaş aldıkça artması bunun gibi bahanelerin inandırıcılığını arttırmaktadır. İşe gitmeme nedenlerinin kabul

görmesinin ise bu tür söylemlerin toplumda geçerli olduğunu göstermektedir ki bu durum karikatürle de desteklenmektedir. Dolayısıyla bu yerleşik algılara uygun bir anneanne figürünün karikatürde temsil edildiği görülmektedir.

Mit: “Yaşlılar Muhtaç/Mağdurdur, Dindardır, Sağlıksızdır”

Bu karikatürde de yine din olgusunun yaşlı insanlarla ilişkilendirilerek her yaşlının dindar olduğu ve olması gerektiği inancı pekiştirilmektedir. Torununun anneannesine ilişkili ortaya koyduğu bahanelerin sürekli bir şekilde kabul görmüş olduğu bilgisi yaşlı insanların sürekli sağlık sorunu yaşaması durumunun normal olduğunu göstermektedir. Oysaki sağlık durumu yaşlılığın değil, yaşlanma süreçlerinin sonucudur. Yine aynı şekilde yaşlı kadının tüm hayıflanmasına rağmen torunuyla aynı evde gösterilmesi yaşlı insanların mutsuz olmalarına ya da şikayet etmelerine yol açan ortamlar olsa da aileleriyle yaşamaları sürecini bir zorunluluk olarak ortaya koymaktadır. Bu mit aynı zamanda yaşlı insanların bakıma muhtaç kişiler olduğu inancını da genelleştirir.



Görsel 5: “Yaşlılar Yalnızdır ve Depresyondadır Miti”, Penguen 2015, sayı 29.

Düz anlam: Karikatürde bir kadın ve erkek, bir kız ve bir erkek çocuk ile yaşlı bir erkek görülmektedir.

İç mekanda tasvir edilen karikatürde yaşlı erkek, tekli koltukta çökük bir oturuş şekliyle, elleri koltuğun üzerinde, bacakları bitişik bir şekilde oturmakta ve üzgün görünmektedir. Erkek telefonuna bakmakta, kadın selfie çekmekte, kız çocuğu elinde tabletle oynamakta ve kadına dayanır pozisyonda arkası dönük şekilde oturmaktadır. Erkek çocuk ise yere uzanmış ve bilgisayar ile ilgilenmektedir.

Yan anlam: Karikatürde yaşlı erkeğin yalnızlığı konu edilmektedir. Bir bayram sabahının karikatürize edildiği yaşlı erkeğin ‘Bu bayramda gelmediler’ sözünden anlaşılmaktadır. Yaşlı erkeğin bu sözlerinden aynı odada 4 kişinin varlığına rağmen yanında kendisini yalnız hissettiği belirtilmektedir. Baba ve anne olarak tasvir edilen kadın ve erkek ile torunları olduğu anlaşılan çocukların kendisiyle ilgilenmediği yaşlı adamın sözlerinden algılanmaktadır. Yanında olan çocukları ve torunlarının kendisiyle iletişim kurmadığı, teknolojik ürünlerle zaman geçirmeyi daha çok tercih ettikleri gösterilmektedir. Yaşlı erkek burada oturuş pozisyonuyla mağdur olarak ve oturuşundaki çekingenlikle hayat enerjisini yitirmiş şekilde görülmekte, aynı zamanda beden diliyle iletişime açık olduğu şeklinde konumlandırılmıştır. Çocukları ve torunları ise oturuş pozisyonları ile çok rahat tasvir edilmekte ve her birinin başka bir yöne bakması, yaşlı erkekle iletişim kurmak istemediklerine işaret eder şeklindedir. Yaşlı erkeğin üzgün olduğunun gösterilmesi ve diğerlerinin bu durumu umursamaz oluşları yaşlı erkeğin acınacak bir durumda olduğu şeklinde algılanmaktadır.

Mit: “Yaşlılar Yalnızdır ve Depresyondadır”

Yalnızlık miti bir kimsenin yanında ve hayatında kimsenin olmadığı şeklinde tanımlanır. Dolayısıyla yalnız insan mutsuz olur. Karikatürde geleneksel ve modern ikiliği üzerinden yalnızlık miti işlevlik kazanmaktadır. Geleneksel değerleri benimseyen yaşlı erkek, modern çağın gündelik pratiklerine uygun davranmamakta

ve teknolojiden anlamadığı için bununla birlikte eşi olmadığı için yalnız olduğuna vurgu yapılmaktadır. Aynı zamanda yaşlı olduğu için iletişim kurulmak istenmediği, saygınlığının azaldığı, bir önemi olmayan köşeye itilmiş, hayata dair hiçbir beklentisi ve enerjisi olmayan yalnız bir erkek olarak resmedilmektedir. Yaşlı insanın tek beklentisinin ve ihtiyacının sadece torunlarının ve çocuklarının sevgisi olduğu gösterilmektedir. Yalnızlığının sebebi olarak ise torunlarının ve çocuklarının ilgisizliği gösterilmiştir. Oysa modern topluma geçişle birlikte çekirdek ailenin önem kazanması, ekonomik problemlerin yaşlıları tüketici konumuna zorunlu kılması, gündelik hayatta kuşaklar arasında değerlerin ve ilkelerin dönüşmeye başlaması yaşlılar için sorun olmaya başlamıştır. Tüm bu koşullar yok sayılarak asli sorumluluğun ne olduğu ve kimlerde olduğu gözardı edilerek sorumluluk kişiselleştirilmektedir. Bunun yanı sıra yaşlanma süreçlerindeki farklılıklara göre yaşlı insanların koşullarının, yaşam tarzlarının ve beklentilerinin değişebileceği düşünülmemekte ve gösterilmemektedir.



Görsel 6: "Yaşlılar Verimsizdir Mitinin Kullanıldığı Karikatür", Uykusuz 2015, sayı 27.

Düz anlam: Karikatürde dış mekanda yaşlı bir çift oturmakta ve orta yaşlı bir erkek ayakta alaycı bir ifadeyle çiftte bakmaktadır. Fiziksel olarak yaşlı çiftin gözlük kullandığı, yüzlerinin kırışık olduğu, büyük burunlu tasvir edildiği görülmüştür. Yaşlı

kadının surat ifadesinden kızgın olduğu, yaşlı erkeğin ise gülümsediği anlaşılmaktadır. Orta yaşlı adam ise çifti umursamayan bir tavırla ayakta durmaktadır.

Yan anlam: Yaşlı erkek ve orta yaşlı erkek karakterlerinin konuşmalarında yaşlıların verimsiz olduklarına dair algının bu mitle yansıtıldığı görülmüştür. Yaşlı erkeğin 'Ercan ben eski toprak mıyım?' diye sorduğu görülmektedir. Eski toprak, 'yaşlandığı halde dinç olan kimse' anlamına gelmektedir (Türk Dil Kurumu (TDK), 2017). Diğer erkek karakter bu soruya 'Hayır' cevabı ile karşılık vermiştir. Yaşlı erkeğin diğer sorusu 'Nasıl yani Yeni Toprak mıyım?' olmuştur. Bu soruya verilen cevap da "hayır" olmuştur. 'Neyim ben?' sorusunun karşılığı ise 'Saksısın sen abi'dir. Saksı, çiçek yetirilen bir kaptır, bunun dışında kullanım alanı yoktur ve bırakılan yerde kalır. Yaşlı erkeğe bu söz söylenerek hiçbir şey olmadığı, boş boş durduğu, verimsiz olduğu işaret edilmiştir. Yaşlı kadının, 'senden nefret ediyorum' şeklinde karşılık verdiği görülmüş, yaşlı erkeğin ise bu alaycı tavrı gülümseyerek karşıladığı görülmektedir. Bu tepkiler farklı olsa da çiftin bu durumu kabul ettiği ve bu duruma hak verdikleri tepkilerinden anlaşılmaktadır.

Karikatür, yaşlandıkça verimsiz, işe yaramaz şekilde yaşlıları tasvir etmektedir. Hatta yaşlıların kendilerinin de bu görüşü benimsediği şeklinde yaşlıları sunmaktadır. Yaşlıların oturarak gösterilmesi de bu algıyı güçlendirmektedir. Burada ayrıca yaşlı erkek espri yeteneği olan hoşgörülü tasvir edilirken yaşlı kadın mutsuz, sevimsiz ve ciddi bir biçimde resmedilmiştir.

Mit: "Yaşlılar Verimsizdir"

Karikatür, yaşlıların verimsiz olduğu mitine dayanarak oluşturulmuştur. Buna göre yaşlılık hiçbir koşulda üretmenin mümkün olmadığı bir durumdur. Bu durumun altında yatan nedenler ise yaşlıların yetersizlikleri, fiziksel olarak bir işe yaramayacak durumda olmaları ve yeniliklere

kapalı olmaları olarak gösterilmektedir. Bu durum yaşlıların fiziksel yetersizliklerine bağlı bir neden değil, yaşlılara yönelik ekonomik politikaların üretilmemesinden ortaya çıkan bir sonuçtur.



Görsel 7: Yaşlılar Bunaktır ve İktidarsızdır", Uykusuz 2015, sayı 18.

Düz anlam: Karikatürde yaşlı erkek ve genç bir kadının konuşması gösterilmiştir. Kadının, 'Kaçır beni buralardan Sunullah' sözleri üzerine yaşlı erkeğin, kadının göğüs ucuna dokunarak 'Bibip' dediği gösterilmektedir.

Yan anlam: Bu karikatürde kadının bulunduğu ortamdan huzursuz olduğu ve yaşlı erkekten beklentisi olduğu yansıtılmakta ancak yaşlı erkeğin sorunu algılamadığı ve duygusal tepkilerinde uyumsuzluk olduğu gösterilmektedir. Yaşlı erkek sorunla ilgilenmek yerine cinsel davranışları hatırlatacak davranışlar yapmaktadır. Burada yaşlı erkeğin bunak miti ve iktidarsız miti üzerinden temsil edildiği görülmektedir.

Mit: "Yaşlılar Bunaktır ve İktidarsızdır"

Bunama, beyin hücrelerinde oluşan hasarların ve hücre kayıplarının sonucunda oluşmaktadır. Bunama ile kişinin, duygularını ve davranışlarını kontrol etmesi zorlaşmaktadır (Academic Hospital, Bunama). Yaşlı erkeğin yaşından dolayı bunadığı ve aynı zamanda cinsel davranışta bulunsa bile bunu anlamlandırmakta güçlük çektiği gösterilmektedir. Oysa bu sorunlar yaş

aldıkça herkesin yaşabileceği sorunlar değildir, kişilerin yaşlanma süreçleriyle veya farklı birçok sebebe bağlı olarak oluşabilmesi ile ilgilidir.

Sonuç

Egemen ideoloji ekseninde yaşlılık, istatistiksel verilerle tanımlanır. Yaşlılara yönelik ekonomik, sosyal ve kültürel politikaların üretilmemesi, yaşlıların bilinçli bir biçimde pasifleştirilmesine, itibar kaybına uğramalarına yol açmaktadır. Bu nedenler gözardı edilerek egemen ideoloji ekseninde oluşturulan kültürel kurgu içerisinde yaşlılara yönelik tutum doğallaştırılmaktadır. Yaşlıların toplum içerisindeki rolleri bilinçli bir şekilde sınırlandırılarak kendileri ve yaşam koşulları verimsizleştirilmektedir. Tüm bu olumsuzluklar yaşlılığı sosyal bir soruna dönüştürse de sorunlar, fiziksel ve biyolojik bir sürecin doğal bir parçası olarak gösterilmektedir.

Nitekim yapılan analizler ışığında mizah dergilerinde yaşlılarla ilgili karikatürlerin yer aldığı görülmüştür. Ancak bir yıl içerisinde 94 karikatürün yer alması yaşlıların yetersiz temsil edildiğinin göstergesidir. Bununla birlikte yaşlıların olduğu karikatürlerde ve analiz edilen karikatürlerde yaşlıların çoğunlukla olumsuz temsil edildiği ortaya çıkmıştır. Literatürdeki stereotiplere göre yapılan analizde yaşlıların 'eski, yalnız, yoksul, sağlıksız, mağdur, dindar, verimsiz, muhtaç, bunak, iktidarsız' olduklarına yönelik mitlerin var olduğu bunun yanında 'yenilikleri takip edememe,' mitinin de bulunduğu görülmüştür. Yaşlıların bakımevlerinde yaşadığı, akıl hastası, emeklilikte sağlığında düşüş yaşayanlar mitleri bağlamında bir karikatüre rastlanmamıştır. Bu durum mitin kültüre özgü – özellikle bakımevlerinde yaşayanlar miti olduğu gerçeğiyle anlaşılabilir.

Genel olarak bakıldığında mitlerin yaşlılıkla ilgili ekonomik ve sosyal koşulları gözardı ettiği yoksul, sağlıksız, verimsiz ve mağdur olmalarının yaşlılığın doğal sonucu olarak karikatürlerde

yansıtıldığı ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte yaşlanma süreçleri de görünmez kılınp yaşlılığın sonuçları biçiminde mitler anlamlandırılmıştır. Analizde göze çarpan başka bir detay ise konu yaşlılarla ilişkili olmasa da güldürme öznesi olarak yaşlıların tercih edilmesidir. Burada da mitlerin işleyişinin yaşlılar üzerinden gerçekleştirildiği görülmektedir. Ancak bu güldürme işlevinin hareket ettiği nokta normal şartlarda yaşlılarla ilişkili olarak düşünölmeyen öğelerin yaşlılarla ilişkilendirilmesidir.

Sonuç olarak araştırmanın sınırlılığı göz önünde bulundurulduğunda belirli bir dönem içerisinde ele alınan bu karikatürler kapsamında egemen sistemin yaşlılara yönelik oluşturduğu ve meşrulaştırıldığı mitlerin, gerçekleri gizleyerek, mizah dergileri aracılığıyla insanlara aktarıldığı, insanların zihinlerinde modeller oluşturduğu yorumu

yapılabilir. Aynı zamanda bu çalışmada pozitif stereotipler ele alınmamış, yaşlı erkeklerin yaşlı kadınlardan daha fazla temsil edildiği gözlenmiş, ancak toplumsal cinsiyet bağlamında karikatürler değeriendirilmemiştir. Dolayısıyla toplumsal cinsiyet bağlamında ve pozitif stereotipleri içeren karikatürlerin değeriendirilmesi sonraki çalışmalar açısından ele alınıp incelenerek alana katkı sağlayabilir.

Yazarın Notu

Bu çalışma 2-3 Kasım 2017 tarihleri arasında düzenlenen Senex: Lisansüstü Yaşlılık Çalışmaları Kongresi'nde sunulmuş ve kısa özeti yayınlanmıştır.

Kaynakça

- Aközer, M., Nuhurat, C., Say, Ş. (2011). "Türkiye'de Yaşlılık Dönemine İlişkin Beklentiler Araştırması". *Aile ve Toplum*, 12(7), 103-128.
- Arun, Ö. (2016). "Çağdaş Türkiye'de Yaşlılık ve Eşitsizlik". *Mediterranean Journal Of Humanities*, 6(2), 29-48. doi: 10.13114/MJH.2016.287.
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Barthes, R. (2009). *Göstergebilimsel serüven*. M. Rifat ve S. Rifat (çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Barthes, R. (2014). *Çağdaş Söylenler*. T. Yücel (çev.), İstanbul: Metis.
- Cangöz, İ. (2013). İnsanların Savaşı, Kelimelerin Barışı. S. Alankuş (Der.). *Yeni Habercinin Elkitabı, Gazeteciliğe Başlarken Okuldan Haber Odasına* (s. 73-97) içinde. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları:14.
- Çayır, K. (2012). "Yaşlılık/Yaşa Dayalı Ayrımcılık". K. Çayır ve M. Ayan Ceyhan (Der.). *Ayrımcılık Çok Boyutlu Yaklaşımlar* içinde (s.163-175.), İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Çelenk, S. (2010). Ayrımcılık ve Medya, B. Çaplı ve H. Tuncel (Ed.). *Televizyon Haberciliğinde Etik* içinde, Ankara: Fersa Matbaacılık.
- Çetin Dağdelen, M. (2017). "Tüketim Kültürüne Alternatif Bir Bakış: Yaşlılık Değerinin Tüketimi". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(49), 283-294.
- Çoban, B. (2003). "Söylem, İdeoloji ve Eylem: İktidar ve Muhalefet Arasındaki Mücadeleyi Çözümleme Denemesi". B. Çoban ve Z. Özarslan (Hazırlayan.). *Söylem ve İdeoloji* içinde (s.245-285), İstanbul: Su Yayınları.
- Demez, G. (2012). "Gençlik İdeali: Antı Aging Uygulamaları Ve Değişen Yaşlılık Algılarının Medyada Temsili". *Felsefe Ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar*, Ocak 2012, 5(1), 94-120.
- Demir, S., T. (2016). *Türkiye'de Mizah Dergileri Kültürel Hegemonya ve Muhalefet*. İstanbul: Seta Yayınları.
- Dijk, v. T. A. (2010). "Söylem ve İdeoloji". A. Çavdar ve A. B. Yıldırım (Ed.). *Nefret Suçları ve Nefret Söylemi* içinde (9-44), İstanbul: Uluslararası Hrant Dink Vakfı Yayınları.
- Dönümcü, Ş. (2007). "Yaşlılıkta Üretmek: Kendini Sürekli Yeniden Yaratmak". İzzet Baysal Üniversitesi Fizik Tedavi Yüksek Okulu "Yaşlılıkta Verimlilik" Paneli.
- Fahr, Alicia V., (2004). "Representation Of The Elderly In Counselor Education Textbooks". Dissertations. Paper 1097.
- Fiske, J. (1996). "İletişim Çalışmalarına Giriş". S. İrvan (Çev). Ankara: Ark yayınları.
- Gürkan Pazarcı, N. (2005). "Türkiye'de Gazetecilerin "Gözlükleri"/ Medyanın Dönüşemeyen Kodları". S. Alankuş (der.). *Medya ve Toplum* içinde (s.149-168). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları:4
- Göregenli, M. (2012), "Ayrımcılığın Meşrulaştırılması", K. Çayır ve M. Ayan Ceyhan (Der.). *Ayrımcılık Çok Boyutlu Yaklaşımlar* içinde (s.61-73). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Harrison, M. S., Reynolds-Dobbs, W. & Thomas, K. M. (2008). "Skin Color Bias in the Workplace: The Media's Role and Implications Toward Preference". R. E. Hall (Ed.), *Racism In The 21st Century* in. (s. 47-62.) USA: Springer.
- JoEtta A. Vernon RN, MS , J. Allen Williams Jr. PhD , Terri Phillips MA & Janet Wilson MS (1991). "Media Stereotyping: A Comparison

- of the Way Elderly Women and Men Are Portrayed on Prime-Time Television". *Journal of Women & Aging*, 2(4), 55-68, doi: 10.1300/ J074v02n04_05
- Karaduman, S. (2009). *Televizyon haberlerinde Egemen İdeoloji ve Farklı Kimliklerin Temsili*. Yayınlanmamış doktora tezi. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Kaya, S. & Ayluçtarhan, A. (2015). "Bim Birleşik Mağazalar A.Ş. Stratejik Analiz". Sezai Kaya.
- Kuruoğlu, H. & Salman, S. (2017). "Medyada Yaşlılık Ve Türk Sinemasında Yaşlılık Temsili". *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR)*, 2(3), 1-23.
- Özkul, M. & Kalaycı, I. (2015). "Türkiye'de Yaşlılık Çalışmaları", *Sosyoloji Konferansları*. 52(2), 259-290.
- Palmore, E. B. (1990). *Ageism: Negative And Positive*. New York: Springer.
- Petkovic, B. (2010). "Romanlara yönelik nefret söylemi ve profilleri" A. Çavdar ve A. B. Yıldırım (Ed.). *Nefret Suçları ve Nefret Söylemi* içinde (s.166-174), İstanbul: Uluslararası Hrant Dink Vakfı Yayınları.
- T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı (2012). "Türkiye'de Yaşlıların Durumu ve Yaşlanma Ulusal Eylem Planı Uygulama Programı". Ankara.
- Tellan, B. (2015). "Uykusuz Habercilik: Alternatif Medya Olarak Mizah Dergileri". B. Çoban ve V. Ataman (Der.) *Direnış Çağında Türkiye'de Alternatif Medya* içinde. (s.449-475). İstanbul: Kafka Yayınları.
- Tuncal, T., Yücel, D., Bal Tepe, N. B, Hoşgören Alıcı, Y., Kırıcı, S. Baştuğ, Özel Kızıl, E. T. (2017). "Yaşlılara Bakış Açısının Karikatürlerdeki İzdüşümü Konusunda Uzman Görüşleri". *Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi*, 10(1), 43-50.
- Vasil, L. & Wass, H. (1993). Portrayal Of The Elderly In The Media: A Literature Review And Implications For Educational Gerontologists, *Educational Gerontology*, 19(1), 71-85.
- Yüksel Özmen, Ş. (2013). "Türk Kültüründe Yaşlının Yeri ve Medyayla Yaşlılığın Değişen Konumu". *Millî Folklor*, 25(100), 110-119.

İnternet Kaynakları

- Academic Hospital,(2017). *Bunama*, Erişim adresi: <http://www.academichospital.com.tr/tr/e-saglik/bunama-demans>.
- Khemlani David, M. and Alagappar, N., P. (2013). 'Representation Of The Elderly In A Malaysian English Daily' https://www.researchgate.net/publication/287311145_REPRESENTATION_OF_THE_ELDERLY_IN_A_MALAYSIAN_ENGLISH_DAILY Erişim tarihi: 12.10.2017
- Özgür, Ahmet (2006). "Göstergebilim" Erişim adresi: http://www.ahmetozgur.com/akademik/gostergebilim_2006.pdf. Erişim tarihi: 12.10.2017
- Türk Dil Kurumu, (2017). Erişim adresi: http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.59e3b3f2627ae2.35915634. Erişim tarihi: 12.10.2017
- Woolf, L., M. "Ageism: An Introduction" Erişim adresi: <http://faculty.webster.edu/woolfm/ageism.html>. Erişim tarihi: 12.10.2017
- Marketing Türkiye (2015). "Türkiye'nin Medya Tüketim Alışkanlıkları", Marketing Türkiye'nin Method Research Company, Metod Trend Araştırması. Erişim adresi <http://www.connectedvivaki.com/turkiyenin-medya-tuketim-aliskanliklari/> Erişim tarihi: 12.10.2017
- Gazete Tirajları (2016). Erişim adresi : <http://www.connectedvivaki.com/tag/tiraj/> Erişim tarihi: 12.10.2017.

“BİM’in Star Wars ürünleri izdiham yarattı” (2015).

Erişim adresi: <http://www.mynet.com/haber/guncel/bimin-star-wars-urunleri-izdiham-yaratti-2219113-1> Erişim tarihi: 12.10.2017

“18 aralık 2015 bim star wars olayı”(2015). Erişim adresi : <https://eksisozluk.com/18-aralik-2015-bim-star-wars-olayi--4986327>. Erişim tarihi: 12.10.2017

Perapost Dergisi ve CRIF araştırma şirketi (2017).

“Türkiye Nereden Alışveriş Yapıyor? İşte Ülkemizde En Çok Satış Yapan 20 Perakende Markası” Erişim adresi: <https://onedio.com/haber/turkiye-nereden-alisveris-yapiyor-iste-ulkemizin-en-cok-satis-yapan-20-perakende-markasi-752950> Erişim tarihi: 12.10.2017

“Fortune 500’de perakendenin yeni şampiyonu BİM” (2017). Erişim adresi: <http://www.fortuneturkey.com/fortune-500de-perakendenin-yeni-sampiyonu-bim--306>. Erişim tarihi: 12.10.2017

Star Wars Ürünleri BİM’de Satışa Çıktığı Gibi Tükendi! (2015). Erişim adresi: <http://www.scroll.com.tr/star-wars-urunleri-bimde-satisa-ciktigi-gibi-tukendi/> Erişim tarihi: 12.10.2017

Karikatürler

Uykusuz 12 Kasım 2015 sayı 46.

Uykusuz 7 Mayıs 2015, sayı 19.

Uykusuz, 2 Temmuz 2015, sayı 27

Uykusuz 1 Ekim 2015 sayı 40

Uykusuz 24 Aralık 2015 sayı 52

Penguen, 16 Temmuz 2015, sayı 29

Uykusuz, 30 Nisan Perşembe, sayı 18