

Atıf Bilgisi: Aşlakcı, F. ve Öztekin, A. (2021). Siyasal söylem ve ideolojilerin gazete karikatürlerinde yeniden üretimi: 7 Haziran 2015 ve 1 Kasım 2015 genel seçimleri örneği. *İNİF E- Dergi*, 6(1), 485 -508.

SIYASAL SÖYLEM VE İDEOLOJİLERİN GAZETE KARİKATÜRLERİNDE YENİDEN ÜRETİMİ: 7 HAZİRAN 2015 VE 1 KASIM 2015 GENEL SEÇİMLERİ ÖRNEĞİ*

Dr. Faruk AŞLAKCI**
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet ÖZTEKİN***
DOI: 10.47107/inifedergi.885346

Araştırma Makalesi****
Başvuru Tarihi: 23.02.2021
Kabul Tarihi: 13.04.2021

Öz

Karikatür; eleştiren, güldüren ve düşündürülen doğasıyla toplumsal, siyasal ve güncel olaylar hakkında mizahi anlatımla okuyucuya çeşitli mesajlar vermektedir. Genellikle sistem eleştirisini amaç edinen karikatür, bazen sisteme hizmet eden bir araca da dönüşebilmektedir. Karikatüristin yaratıcılığına bağlı olarak çeşitli konulardaki eleştirileri ön plana çıkaran siyasal karikatürler, okuyucuya farklı bir perspektif sunmaktadır.

Siyasal karikatürler, özellikle seçim dönemlerinde siyasal söylem ve ideolojilerin yeniden inşası noktasında büyük önem arz etmektedir. Her ne kadar karikatür, egemen olma yarışındaki grupların siyasal ve toplumsal açmazlarını, aksak yönlerini eleştirel bir biçimde çizgilerine yansıtırsa da diğer taraftan siyasal söylemleri, yayımlandığı gazetenin genel yayın politikasına göre ideolojik süzgeçten geçirerek yeniden inşa etmekte, böylece seçmenin tercihini etkileyebilmektedir.

Bu çalışma, 7 Haziran 2015 ve 1 Kasım 2015 seçim süreçlerinde meydana gelen siyasal ve toplumsal olayların karikatürlere nasıl yansıtıldığını dil, söylem ve ideoloji bağlamında ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Çalışmanın evrenini gazetelerde yayımlanan siyasal/ideolojik içerikli karikatürler oluşturmaktadır. Örneklemi ise en yüksek tiraja sahip ve seçim süreci boyunca en çok siyasal karikatüre yer veren gazeteler olarak *Cumhuriyet*, *Milliyet*, *Habertürk*, *Yeni Şafak* ve *Zaman* gazetelerindeki siyasal/ideolojik içerikli karikatürler oluşturmaktadır. Örneklemdeki gazetelerde yer alan 124 adet siyasal/ideolojik içerikli karikatür dil, söylem ve ideoloji bağlamında incelenmiştir. Çalışma seçimler öncesi üçer haftalık zaman dilimiyle sınırlandırılarak siyasal parti ve liderlerinin karikatürlerde nasıl gösterildiği, siyasal söylem ve ideolojilerin nasıl inşa edildiği sorularına yanıt aranmıştır. Bu yanıtlara ulaşabilmek için çalışmanın doğasına uygun olarak söylem çözümlemesi ve göstergebilimsel çözümleme yöntemlerinden yararlanılmıştır. Çalışmada elde edilen bulgular çerçevesinde karikatüristlerin, gazetelerin yayın politikaları doğrultusunda bir dil/üslup kullandıkları, bazı toplumsal gerçeklikleri inşa ettikleri ya egemen ideolojiyi yeniden ürettikleri ya da karşıt yeni söylemler geliştirdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Gazete Karikatürleri, Siyasal Karikatürler, Söylem, İdeoloji, 7 Haziran 2015 Genel Seçimleri, 1 Kasım 2015 Genel Seçimleri*

REPRODUCTION OF POLITICAL DISCOURSE AND IDEOLOGIES IN NEWSPAPER CARICATURES: THE CASE OF 7 JUNE 2015 AND 1 NOVEMBER 2015 GENERAL ELECTIONS

Abstract

With its criticizing, laughing and thought-provoking nature, caricature gives various messages to readers by its humorous expression about social, political and current events. Aiming generally to criticize a system, caricature may sometimes turn into a tool providing service for a system. Highlighting criticism on

* Bu çalışma, Aralık 2020'de Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'ne aynı başlıkla sunulan doktora tezinin özetidir.

** Bağımsız Araştırmacı, E-mail: farukaslakci@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-8711-3558

*** Erciyes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema, E-mail: aoztekin@erciyes.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-7525-2788

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

various topics depending on the creativity of a cartoonist, political caricatures provide readers with a different perspective.

Political caricatures are of paramount importance in rebuilding of discourses and ideologies, especially in election periods. Although caricatures critically reflect the political and social dilemmas as well as defective aspects of the groups, which compete for dominance, they also rebuild political discourses by filtering them ideologically in line with the general publication policy of the newspaper in which they are published, thus, they can have an effect on the choices of voters.

This study aims to reveal how the political and social events that took place during 7 June 2015 and 1 November 2015 election periods were reflected on caricatures in terms of language, discourse and ideology. The population of the study covered all caricatures with political/ideological content published in newspapers. On the other hand, the sample of the investigation consisted of the caricatures with political/ideological content published in the newspapers of *Cumhuriyet*, *Milliyet*, *Habertürk*, *Yeni Şafak* and *Zaman*, which had the highest circulation and published most political caricatures during the aforementioned election period. 124 caricatures with political/ideological content published in the newspapers in the sample were analyzed in terms of language, discourse and ideology. The study was limited to three weeks periods before the above-mentioned elections, and answers were sought for the questions how political parties and their leaders were shown in caricatures and how political discourse and ideologies were built. In order to achieve the answers of these questions, discourse analysis and semiotic analysis methods were used in line with the nature of the study. It was concluded based on the findings obtained that caricaturists used a language/style in line with publication policies of newspapers, built some social realities, either reproduced the dominant ideology or developed new opposing discourses.

Keywords: *Newspaper Caricatures, Political Caricatures, Discourse, Ideology, June 7 2015 General Elections, November 1 2015 General Elections.*

Giriş

Toplumsal olayların ve bakış açılarının temsillerini sunan gazeteler aynı zamanda belli siyasal/ideolojik çerçevelerin yeniden üretildiği alanlardır (Haydari, 2010, s. 123). Kamuoyuna haber ve bilgi verirken genel yayın politikaları doğrultusundaki düşünsel pratiklerini de sunan gazeteler, genellikle yayınladıkları haber, makale ve yorumlarla gündem oluşturmak ya da toplumsal bir algı da oluşturabilmek adına çeşitli yollara başvurumaktadırlar. Düşünsel üretimin inşa edildiği bu süreçte gazeteler, maddi dünyanın nasıl olduğundan ziyade maddi dünyaya yönelik algıların nasıl şekillendirildiğini daha fazla önemsemektedir. Bu çerçevede güç-iktidar ilişkilerinden beslenen gazeteler, siyasetle kurduğu yakın ilişki içerisinde haber ve bilgilerin yanında basit ama etkili niteliğiyle karikatürden de azami ölçüde faydalanmaktadırlar.

Toplumsal kanaat oluşturmada etkin bir mecra haline gelen gazete karikatürleri, yoğun siyasi içeriğe de sahiptir. Güldürürken düşündüren, eleştirel ve muhalif kimliğiyle, olayların ardındaki görünmeyeni okuyucuya aktarmaya çalışan siyasi karikatürler, gazetenin siyasi kimliğine kolayca uyum sağlayarak ideolojinin yeniden üretilmesine de hizmet etmektedirler. Bir gazete haberinde okuyucunun gözünden kaçabilecek detaylar, karikatür çizgilerindeki mesajlarla okuyucuya daha kolay ulaştırılabilmektedir. Egemen olma yarışındaki güçlerin gazete haberleri üzerinde belirleyici rol oynama çabası, haber metinleri üzerinde dolaylı kontrol mekanizması oluşturma gayretleri, karikatüristleri de bu doğrultuda keskin ve iğneleyici bir üslup benimsemeye sevk etmektedir.

Siyasi ve toplumsal olayların her zamankinden daha yoğun yaşandığı, siyasi rekabetin arttığı seçim dönemleri, gazete haberleri için olduğu kadar karikatüristler için de önemli malzeme kaynağı olmaktadır. Seçim dönemlerinde gazete karikatürlerindeki söylem ve ideoloji tartışmalarının yoğunlaşması, bu çalışmanın hareket noktasını oluşturmaktadır. Bu noktadan hareketle bu çalışma, siyasi rekabetin arttığı, medyanın seçime odaklandığı, manipülasyonun, bilgi kirliliğinin, terör olayların yoğun bir şekilde konuşulduğu 2 seçim dönemi olarak 7 Haziran 2015 ve 1 Kasım 2015 seçim sürecinde meydana gelen olayları karikatüristlerin penceresinden incelemeyi, karikatürleri siyasi söylem ve ideolojiler

çerçevesinde analiz etmeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın evrenini gazetelerdeki siyasal karikatürler oluştururken örneklemini ise maksimum sayıda okuyucuya ulaşabilmesi nedeniyle en yüksek tiraja sahip¹ (medyatava.com, 2016) 10 gazeteden en çok karikatür yayınlayan 5 gazete oluşturmaktadır². Bu çerçevede yapılan ön inceleme sonucunda en yüksek tiraja sahip 10 gazetede yer alan karikatür sayıları 7 Haziran 2015 seçimi için *Milliyet* gazetesinde 13 (13'ü de siyasal/ideolojik içerikli), *Zaman* gazetesinde 13 (13'ü de siyasal/ideolojik içerikli), *Cumhuriyet* gazetesinde 11 (11'i de siyasal/ideolojik içerikli), *Habertürk* gazetesinde 8 (5'i siyasal/ideolojik içerikli), *Yeni Şafak* gazetesinde 8 (5'i siyasal/ideolojik içerikli), *Sabah* gazetesinde 6 (6'sı da siyasal/ideolojik içerikli değil), *Hürriyet* gazetesinde 8 (3'ü siyasal/ideolojik içerikli), *Akit* gazetesinde 1 (siyasal siyasal/ideolojik değil), *Star* gazetesinde 4 (4'ü de siyasal/ideolojik içerikli değil) ve *Vatan* gazetesinde de 3 adet olmak üzere (3'ü de siyasal/ideolojik içerikli değil) toplam 75 karikatür tespit edilirken; 1 Kasım 2015 seçiminde de benzer bir şekilde *Milliyet* gazetesinde 26 (26'sı da siyasal/ideolojik içerikli), *Zaman* gazetesinde 21 (21'i de siyasal/ideolojik içerikli), *Cumhuriyet* gazetesinde 13 (12'si siyasal/ideolojik içerikli), *Habertürk* gazetesinde 13 (10'nu siyasal/ideolojik içerikli), *Yeni Şafak* gazetesinde 11 (9'u siyasal/ideolojik içerikli), *Sabah* gazetesinde 3 (3'ü de siyasal/ideolojik içerikli değil), *Vatan* gazetesinde 3 (3'ü de siyasal/ideolojik içerikli değil), *Hürriyet* gazetesinde 2 (2'si de siyasal/ideolojik içerikli değil), *Akit* gazetesinde 2 (2'si de siyasal/ideolojik içerikli değil) ve *Star* gazetesinde 1 (siyasal/ideolojik içerikli değil) adet olmak üzere toplam 95 karikatür tespit edilmiştir. Ön inceleme sonucu elde edilen bilgiler ışığında *Milliyet*, *Zaman*, *Cumhuriyet*, *Habertürk* ve *Yeni Şafak* gazeteleri her iki seçim döneminde de hem en fazla karikatüre yer veren hem de en fazla sayıda siyasal içerikli karikatür yayımlayan gazeteler olması nedeniyle çalışmanın örneklemini olarak seçilmiştir.

Çalışmanın kapsamını örneklem olarak seçilen gazetelerde yer alan siyasal içerikli karikatürler oluşturmaktadır. Çalışma, seçim tarihine yaklaştıkça siyasal kampanyalardaki yoğunluğun arttığı, siyasetçilerin seçmeni etkileyebilmek adına diğer aday ve partilere daha fazla yüklendiği özetle, siyasal söylem ve ideolojilerin daha yoğun bir şekilde hissedildiği dönem olduğu varsayımından hareketle, seçimler öncesindeki üçer haftalık (7 Haziran 2015 genel seçimi için 17 Mayıs - 7 Haziran tarih aralığı, 1 Kasım 2015 genel seçimi için 11 Ekim - 1 Kasım tarih aralığı) zaman dilimiyle sınırlı tutulmuştur. Bu bağlamda örneklem olarak seçilen gazetelerde yer alan 170 karikatürün tamamı incelenmiş, bunlardan 124 tanesinin siyasi içerikli olması nedeniyle 124 karikatürün tamamı değerlendirmeye alınmıştır. Seçim dönemine ait siyasal/ideolojik karikatürlerin çözümlendiği bu çalışmada yöntem olarak, söylem çözümlemesi ve göstergebilimsel çözümleme birlikte kullanılmıştır.

Söylem çözümlemesi bir çeşit okumadır. Bu okuma kısaca, gerçekleri birebir aktarmaktan ziyade, metinden çıkarılacak anlamı çözümleme yöntemidir (Nixon ve Power, 2007, s. 75). Göstergebilim ise göstergelerden oluşan ve göstergelerin kendilerinden başka bir şeye gönderme yaptığını duyarımızla kavrayabileceğimiz (Fiske, 2003, s. 63), sembollerden çıkarılacak anlamı çözümleme yöntemidir. Çalışma, 7 Haziran 2015 ve 1 Kasım 2015 seçim sürecinde yayımlanan karikatürlerdeki söylem ve ideolojilerin yeniden üretimi üzerine yapılan ilk çalışma olması nedeniyle alanyazına sağlayacağı katkısı, çalışmayı önemli kılmaktadır.

Siyasi karikatür çalışmalarıyla ilgili alanyazına bakıldığında, siyasal söylem ve

¹ Rakamlar www.medyatava.com internet sitesinden alınmıştır.

² Yapılan ön inceleme sonucunda söz konusu gazetelerin aynı zamanda en fazla sayıda siyasi karikatür yayımlayan gazete olduğu da tespit edilmiştir.

karikatür konusunda 5 kitap, 4 doktora tezi, 3 yüksek lisans tezi ve 3 makale dikkat çekmektedir. Konuyla ilgili doktora ve yüksek lisans tezlerinde sadece birkaçının siyasi karikatür üzerine odaklandığı görülmüştür. İletişim aracı olarak karikatürle ilgili yapılan çalışmaların geneline bakıldığında ise siyaset-karikatür ilişkisi üzerinde durulmasının yanında, karikatürün tarihe ışık tutan bir belge niteliğini ön plana çıkaran çalışmalara da rastlanmıştır. Her iki tür çalışmada ortak nokta karikatürün iğneleyici karakteri üzerine kurulu açık ya da gizli ideolojik mesajların incelenmesidir. Bu çalışma ise 5 ay içerisinde gerçekleştirilen iki genel seçim sürecinde yayımlanan siyasal/ideolojik içerikli gazete karikatürlerinin birlikte ele alınarak siyasi söylem ve ideoloji bağlamında karşılaştırmalı olarak incelenmesiyle diğer çalışmalardan ayrılmaktadır.

1. İdeoloji, Dil ve Söylem İlişkisi

Kültürel etkenlerin siyasal yaşama yansımaları söz konusu olduğunda, akla ilk gelen olgu kuşkusuz ideolojilerdir. Bir düşünce biçimi olarak ideolojinin temelini bakıldığında, asıl ideoloji çağının büyük kitlelerin politikaya katılmasıyla başladığı görülür. 19. yüzyılın sonuna doğru gerçekleşen bu siyasal yapı değişikliği, büyük siyaset demagoglarının politika arenasında çok etkin olmaya başladıkları bir döneme denk gelmektedir (Mardin, 2004, s. 50). İdeoloji kavramının kullanımının asıl yaygınlaşması ve çeşitlenmesi, Avrupa'daki devrimci hareketlerin yenilgisini izleyen 1920'li yıllarda başlamıştır. Devrimci hareketin rafine aydınlar olan önderlerinden çoğu yenilgiyi kendi dışlarında aramışlar, yenilgiyi işçi sınıfının hareketinin dışarıdan, kentsoylu ideolojisi tarafından bloke edilmesine bağlamışlardır (Oskay, 1980, s. 207).

İdeoloji kavramı, kullanılmaya başlandığı ilk dönemde, 'fikirler bilimi', 'fikirlerin çözümlenmesi', 'fikirlerin kökeninin araştırılması' anlamında kullanılmıştır (Gramsci, 2008, s. 208). Bu kavramın daha sonraki kullanımına bakıldığında ise bir insanın ya da bir toplumsal grubun zihninde egemen olan fikirler, tasarımlar sistemi olarak ele alındığı görülmektedir (Althusser, 2014; Duverger, 1964, s. 81-82). Günümüzde ise çoğu kez, belirli bir toplumsal düzeni yasallığa kavuşturan ve yanlış bilinç üreten hegemonik idealardan oluşan homojen ve oldukça rijit bir yapı olarak düşünülmektedir (Oskay, 1980, s. 197). Bir dünya görüşü ya da bir sınıf bakışı olarak soyutlanabilecek, göreceli olarak biçimsel ve eklenmiş anlamlar, değerler ve inançlar sistemi olarak tanımlanan ideolojiler (Williams, 1977, s. 109; Van Dijk, 1998; Van Dijk, 2002), toplumda benzer koşulları paylaşanların, bu koşullardan doğan ortak gereksinimlerini karşılayan, kendi içinde tutarlı inanç sistemleri olarak da ifade edilmektedir. İdeolojiler, ilgili toplum kesimlerinin doğru ya da yanlış bilinçlenmesinde, siyasal çatışmaların yönlendirilmesinde önemli rol oynamaktadırlar. Bu bağlamda her ideolojik çatışmanın, genellikle belirli toplum kesimlerinin çıkarları arasındaki bir çatışmadan kaynaklandığını söylemek mümkündür (Kışlalı, 1997, s. 111).

İdeolojiyi belli insan özneleri arasında, dilin belirli etkiler yaratmak amacıyla fiilen nasıl kullanıldığıyla ilgili olduğunu düşünen Eagleton (1996, s. 306-307), bir önermenin ideolojik olup olmadığına, söz konusu önermenin söylemsel bağlamından kopartılmış bir halde incelenmesiyle karar verilemeyeceğini belirtir. Bu bağlamda ideoloji, bir ifadenin içerdiği dilsel özelliklerden çok, kimin kime hangi amaçlarla ne söylediğiyle ilgili bir mesele olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla ideoloji, bir dil meselesinden öte, bir söylem ve anlamlandırma meselesidir. Dilin kullanımının her geçen gün toplum içinde daha da önem kazanması, özneye olan bağlılığın artması, dilin ait olduğu öznenin ne dediği kadar nasıl dediğini de önemli kılmaktadır. İdeoloji ile dil arasındaki ilişki de buradan doğmuş, söylemsel pratikler ideolojiyle birlikte anılır hale gelmiştir. İktidar sahibinin iktidarını sürdürmesinde bu anlamsal söylemler ve bu söylemlerin sürekli karşılıklı olarak

yer değiştirmesi neticesinde gerçekleştiğini ortaya çıkarmıştır (Thompson, 1984, s. 138). Özetle ve en yalın haliyle ideoloji, gerçekler hakkında insan beyninde oluşmuş belli biçimde düşünceler, duygular ve inançlar demektir. İşte bu nedenle, söz konusu bu düşünceleri, duyguları ve inançları kontrol edebilmek, insanı da kontrol edebilme anlamına gelmesi, ideolojiye atfedilen önemin daha anlaşılır bir hale getirmektedir.

Althusser ‘devletin ideolojik aygıtları’, Gramsci de ‘hegemonya’ kavramıyla gücün iktidar kurabilmesi ya da iktidarını sürdürebilmesi sürecinde ideolojik olarak toplumsal rıza üretimi üzerine benzer değerlendirmelerde bulunmuşlardır (Öztekin ve Öztekin, 2020, 2914). Tarihsel süreçte 20. yüzyılın ortalarından itibaren ideolojinin bir kültürel biçimlendirme alanına dönüşmesi, Gramsci’nin hegemonya kavramıyla yakından ilgilidir. Gramsci’nin ideoloji yaklaşımı, hegemonya teorisi, kültür sorunlarına gösterdiği ilgi, toplumsal yapılanmanın üstyapısını çözümlemeye çalışması ve kapitalist devletin zora dayalı olmanın ötesinde, bu zoru görünmez hatta gereksiz kılacak iktidar biçimlerine dikkat çekmesi, taktik ve iktidarın önemini vurgulaması bakımından ideoloji teorilerinde önemli bir yere sahiptir (Saybaşılı, 1985, s. 54-55). Klasik Marksizm’den doğup tarih içinde şekillenerek farklı anlamlar yüklenen ideoloji, 1970’lerden itibaren kültürel farkındalığın önemi etrafında şekillenmeye başlamıştır.

İdeolojiyle ilişkili diğer bir kavram olan dil sosyal ise bir üründür; her sosyal ürün gibi kişisel seviyede bireyin kendisiyle iletişiminden (yani düşünme ve kararlar vermesinden) örgütlü toplumsal ilişkiler seviyesine kadar çeşitlenen günlük ilişkiler ağında, sürekli üretilmektedir. Bu üretim süreçlerinden geçerek dil ile egemenlikler ve karşı mücadeleler yeniden üretilmektedir. Aynı zamanda dil, bir inşa aracıdır; maddeyi ve düşünseli üretme için gerekli olan iletişim faaliyetinin yapılmasının zorunlu koşuludur. Dil egemenlik ilişkileri içinde biçimlendirilir ve kasıtlı olarak farklılaştırılır. Bu nedenle, sarayda konuşulan dil ile Anadolu’da kullanılan dil ayrıdır. Televizyon haberinde ‘meclis açıldı’ demek yerine ‘meclis start aldı’ denilmesi, ‘kendini bilmezlik ve sahte statü duygusu’ ötesinde, bazı yaratılmış psikolojik gereksinimlerin giderilmesiyle de ilişkilidir. Bu ve benzeri nedenlerle dilin kullanımı, sahibiyile kendini özdeşleştirerek kendine kimlik atayan eğitilmiş kölenin, kendini kendinden olandan ayırmasının, yönetimin ve sınıf farklılığının bir fonksiyonudur (Alemdar ve Erdoğan, 2010, s. 215-216).

İdeolojiyle ilişkili ve dil ile icra edilen söylem ise Foucault’un Bilginin Arkeolojisi adlı kitabında (1972, s. 107) işaretler dizilerinden oluşan belli başlı varoluş yöntemini belirleyen ifadeler şeklinde ele alınmaktadır. Söylemin üretimi, günlük hayatta metinlerin nasıl üretildiği ve yeniden üretildiğiyle ilgilidir. Bu bağlamda birbiriyle rekabet halindeki söylemler güç-iktidar mücadelesi olarak ele alınıp incelenmelidir (Erdoğan ve Alemdar, 2005, s. 327). Van Dijk (2003, s. 112), ısrarla söylemin ideolojileri aktarabilen tek şey olduğunun altını çizmiştir. Bu nedenle söylem kuramı olmadan ideoloji kuramı kökten eksik kalmaktadır. Tersine olarak da söylemin toplumdaki rolünü anlamak için aynı zamanda, genelde toplumsal temsillerin, özelde ise ideolojilerin yeniden üretimindeki temel rollerinin bilinmesi gerekmektedir. İdeoloji, dil ve söylem arasındaki ilişkide dilsel diyalog ve metinler arası bağlardan oluşan anlam yüklemeleri, birtakım ideolojik şifrelerin var olduğunu, bu şifrelerin ancak metinsel analiz ile çözülebileceğini göstermektedir.

Siyaset-medya ilişkisi dikkate alındığında medyanın siyasi söyleme aracılık etmekte öncü role sahip olduğu, böylece toplumsal olay ve olguları oldukları gibi aktaramayacağı meselesi de belirleyici olmaktadır. Bir siyasi söylemde siyasi haberi seyirsel ve görsel kılan yazılı ve görsel medyanın işleyiş yapısıdır. Bu nedenle artık siyasi olan ile medyatik olan iç içe geçmiş durumdadır. Bu iç içelikte çağın egemen anlayışının asli unsuru olan toplumsalın ve kişiselin kitle iletişim araçlarıyla aracılanmış olması son

derece önemlidir. Kitle iletişimin biçimsel, toplumsal ve kültürel yapısı hem iletişim pratiğine (pratiği taşıyan araca) hem de diğer toplumsal pratiklere nükesedip onları son kertede belirlemektedir (Cheviron, 2009, s. 187).

2. Toplumsal Gerçekliğin İnşasında Medyanın Söylem ve İdeolojiyi Yeniden Üretimi

Her gün binlerce olay, çeşitli biçimlerde toplum gündeminde dolaşıma sokulmaktadır. Kitle iletişim araçları bu verileri bünyesine katmadan önce sosyal yaşama yön veren bürokratik güçler, ideolojik bir tavır sergileyerek bu fikir yapılarını arzu ettikleri biçimleriyle toplum üzerinde görmek istemektedirler. Dolayısıyla egemen olma çabasındaki grupların toplumu şekillendirme, manipüle etme girişimleri tüm toplum türlerinde her dönem var olmuştur³. Bu yapısal durum, farklı şekillerde de olsa her çağda toplumun en üst kademesinden en alt kademesine kadar bloklaşma şeklinde amaçlarını gerçekleştirmeye çalışmakta, kodlanmış ideolojiler siyasal söylemler kullanılarak halka ulaştırılmaktadır. Bu çerçevede kültürel ve ideolojik bağlam katılarak halka ulaştırılan bilgi sabit, basit ve her zaman yüzeysel değildir. Birtakım enformatik değişimlere uğratarak genellikle değiştirilen ya da üretilen inşa edilmiş gerçekler, kitleler için anlam yüklü birer haber haline gelmiştir. Burada kitleler için mesajı üreten bir grup, şekil verip ve yeniden üreten bir grup, bir de mesajı alan toplumsal bir grup söz konusudur. İktidar biçimleri farklı olsa da her toplumda mesajı gönderen gurubun saygın nitelikte olduğu ve tartışmaya gerek kalmadan onaylanması gerektiği şeklinde yanlış bir bilinç oluşturulmaktadır. Özetle medya, gerçekte var olan ya da olmayan olaylardan esinlenerek ürettiği, değer atfettiği anlamı toplumsal bir gerçeklik olarak kurgulayan, bu gerçekliğin üreticisi, yeniden üreticisi ve yayıcısı olarak etkin bir işleve sahiptir.

Toplumsal gerçekliğin inşasında, medyanın anlamlandırma politikası büyük önem arz etmektedir. Dünyadaki olayların sorunlu olduğu, olayların toplumun dünya hakkındaki beklentilerinden çok farklı işlediği şeklindeki söylemler, yüksek toplumsal çıkarılara sahip olan grupların söylemidir ve tamamen ideolojik söylemlerdir. Dolayısıyla olayları belli yönde anlamlandıran egemenin kendisi de ideolojiktir. Bu türden bir anlamlandırmanın gördüğü işlevin bir kısmı söylemin başvurduğu bir özne inşa etmektedir (Hall, 2005, s. 83). Bu yapay özne olayların ve durumların ana sorumlusu olarak gösterilmekte, perde arkasındaki gerçeklerin muhatabı her defasında ıskalanmakta, görmezden gelinmektedir. Bu çerçevede medya izleyicisi ya da okuyucusu bireylerin, toplumsal ve ekonomik çıkarları elinde bulunduran egemen olma yarışındaki grupların karmaşık olmayan fakat sürekli olarak ürettiği mesajlara maruz kaldığı bilinmektedir. Sayısız olay ve durum içinde tek tip mesaj üretilip toplumsal hayatın dönüşüme zorlanması, bu sistemin söyleminin yeniden gözden geçirilmesini gerekli kılmaktadır. Bu durumu Erdoğan ve Alemdar (2005, s. 299) şu şekilde açıklamaktadır:

Yükleyenin/yazarın doldurduğu anlamlar, bazılarınca, orijinal anlamlar olarak nitelenmekte ve orijinal anlamların incelenmesini tarihsel yorumlama olarak nitelemektedir. Elbette orijinal anlamın incelenmesi sonucu sunulan anlam, orijinal anlamla örtüşebilir de örtüşmeyebilir de. Bazıları, metinde orijinal anlam (niyet, amaç) olduğu görüşünü reddetmektedir. Dolayısıyla, yazarın amacı ve isteğinin önemini ortadan kaldırmakta; onun yerine, okuyanın anlamı inşası (construction) veya yeniden-inşası (reconstruction) üzerinde durmak gerekmektedir. Dolayısıyla, metinde anlam arama anlamını yitirmiş; asıl anlam okuyanda aranmıştır. Böylece, örneğin hem propagandanın ve reklamın içeriğinin yükünün incelenmesinin anlamsız olduğu (örneğin tekelleşmenin, ücret politikalarının, iş koşullarının nasıl biçimlendirildiğinin incelenmesinin gereksizliği) vurgulanmış, hem düşünsel

³ Detaylı bilgi için bakınız: Öztekin, A., Öztekin, H. (2020). İktidarın Meşruiyeti ve Rıza Üretimi: Masallardan ve Mitlerden Kitle İletişimine Toplumsal Bilincin İnşası. OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 16 (30), 2911-2940. DOI: 10.26466/opus.758822

üretim ve dilde okuyanın (izleyenin, çalışanın veya işsizin) çıkardığı anlamlar üzerinde durulmuştur. İzleyicinin çıkardığı anlamlar üzerinde durmanın birkaç temel nedeni vardır. Birincisi, güç yapılarının çıkarına işlevsel olan bilgiler toplamaktır. İkincisi, bunu yaparak para kazanmaktır. Üçüncüsü ise anlamın çoklu olduğu söylemi dolaşıma sokularak, demokrasi ve özgürlük gibi biliş yönetimi sunumları desteklenmektedir. Dördüncüsünde ise metinle ilgili (ki bu metin bir katliam, savaş veya kandırma olabilir) herhangi bir sorumluluğu, metnin yazarına (yapana) değil, halkanın son zincirindeki anlam verene yüklenmiştir.

Medyanın neden toplumsal olguları oldukları gibi aktaramayacağı sorusu söylem ve ideolojiden beslenmesiyle ilgilidir. Gazete ve haber bir dil işidir ve dil pozitivist bilim anlayışının iddia ettiğinin aksine şeffaf değildir. Dilin şeffaf olduğu iddiası gerçek dünyada olup biten olayların dil aracılığıyla olduğu gibi aktarıldığını/yansıtıldığını varsayar. Sanki her şey kendi kendilerinden söz ediyor gibidir. Oysa şeylerin bir şeyden söz eder hale gelebilmesi için söylemin alanına dahil edilmeleri, hatta bu söylem tarafından anlamlandırılmaları gerekir. Demek ki dil, bir dünya vizyonunun ve dünyaya ilişkin tikel bir anlamın kurulduğu saydamsızlığı içinde taşımaktadır. Dilin kullanımı kesinlikle şeffaf ve masum değildir (Cheviron, 2009, s. 209).

Söylem siyasi bir metadır, bir dışlama, sınırlandırma ve yönetme fenomenidir (Foucault, 1980, s. 245). İdeolojik olarak kuşatılmış söylemsel pratikler olabildiği kadarıyla güç-iktidar ilişkilerinin sürdürülmesi veya altının oyulmasına katkıda bulunmaktadır (Fairclough, 2003, s. 170). Halkın kendisine iletilen söylemleri ilgili grup, kişi veya kurumun istediği gibi algılaması, anlamlandırması istenmektedir. Ancak bazı durumlarda, söylemde bulunan kişi veya bireyler söyleme karşı durmak için gerekli bilgi, belge, kanaat ve inanca sahip olmayabilir. Çünkü çoğu zaman bireylerin medya veya kamusal kaynaklar dışında bilgi alabileceği alternatif bir seçenek bırakılmamaktadır (Devran, 2007, s. 29).

Anlamın ve toplumsal gerçekliğin inşasından söz ederken medyanın yön belirleyici yapısına özellikle vurgu yapmak gerekir. Medya söyleminin doğal yapısı, toplumda güç mücadelesi yaratmak, gerçeği üreten yapılarla rekabet etmek ve onlara günlük hayatta okuyuculardan da destek bulmak, medya imajlarının ötesine giden yolda onlara anlam üretmek için imkanları elinde tutmaktadır (Gamson vd, 1992, s. 373-393). Medya, konuşulabilir olanın alanını yaratan bir görme biçimi, düzenleme ve yargılama yöntemi, seçme ve tercih aracı yaratmaktadır. Bu söylem düzeni hem dışlayıcı bir bilgi alanı hem de bu alana karşılık gelen özne konumları yaratmaktadır (Sholle, 2005, s. 289).

Söylem dilinin kullanımı, konuşma tarzı, argüman kullanımı, ideoloji aktarımı gibi kavramlar birden çok işlevi ihtiva ettiği gibi aynı zamanda dilin anlamsal boyutuyla gücü elde etmek için de kullanılmaktadır. Söylem, onu kullanan öznenin bakış açısına göre şekillenmekte ve yeni bir gerçeklik inşa etmektedir (Devran, 2007, s. 100). Bu bağlamda Sözen (1999, s. 22), modern dünyanın söylemsel bir alan olduğunu ve kelimeler ile kültürel nesnelerin biçimsel nitelikleri yoluyla imajların önemsizleştiğini iddia etmektedir.

Dilbilimciler, dil ve söylem arasındaki ilişkiyi ve söylemin dilden farklı olarak bir metne ya da söylemde bulunana ilişkin ne gibi anlamlar kattığına dair çok sayıda çalışma yapmışlardır. Bu anlamda en çok yoğunlaşılan noktansa eleştirel söylem çözümlemesi olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Eleştirel söylem çözümlemesi olarak adlandırılan yöntemi benimseyen araştırmacıların ortak özelliğinin 'dil' sorununa daha duyarlı bir yaklaşım arayışı olduğu söylenebilir (İnal, 1996, s. 154). Her türlü bilginin söylem olarak dolaşıma sokulması ve alımlanması özellikle bu söylemleri üreten ve kontrol altında tutan güçlü toplumsal aktörlere zihinleri doğrudan etkileme veya ikna ve manipülasyon yoluyla dolaylı biçimde kontrol edebilme fırsatı sunmaktadır (Parlak ve Öztürk, 2015, s. 90). Eleştirel okuma, sistematik bir metodoloji ve mükemmel bir araştırmaya gereksinim

duymaktadır. Söylemlerin analizi yoluyla güç ilişkileri ve ideolojilerle bağlantıların kurulması amaçlanmaktadır. Bu yöntemle üretilen okumalar yoruma açık ve dinamiktir ve yeni bağlamlara ve yeni enformasyonlara öncülük etmektedir (Sözen, 1999, s. 147).

İdeolojik sürecin toplumsal süreçteki etkinliği temelde medyanın bir durumun veya olayın tanımını yapabilme gücüne dayandırılmaktadır. Öznellik motifli değerlendirilen söylem anlayışında gerçeklik tanımı yapılırken, bu gerçeklik karşısında (televizyon dizileri ya da haber ve belgesellerde medya metinlerinde) bir olayın, kişinin veya durumun medyada ne şekilde yansıtıldığını (iyi-kötü, doğru-yanlış) ifade etmekten öte, bir olay, kişi ya da duruma ilişkin gerçeğin medyada nasıl tanımlandığı, hangi anlamların dışlanıp hangilerinin bastırıldığı, inşaya dayalı olarak kavranmaktadır (Hall, 1997, s. 15-64). Burada kişinin medyada doğru mu yanlış mı temsil edildiği değil, medyanın bir kişiyi veya olayı belirli bir tarzda temsil etme, tanımlama ve anlamlandırma gücü daha önemli bir hale gelmiştir (Çam, 2008, s. 200). Söylemin gücünün gerçeklerden geldiği, fakat bu gerçekliğin yalın ve doğrudan değil dolaylı bir şekilde medya tarafından genellikle takla attırılarak kamuoyuna sunulduğu görüşü, toplumsal gerçekliğin inşasında ideoloji ile söylemin esas kesiştiği noktayı oluşturmaktadır. Buna göre özellikle medyatik içerikler, kaynağından çıktığı biçimiyle tamamen doğal değil, doğal bir görünüme kavuşturulan makyajlanmış, kurgulanmış içerikler olarak topluma sunulmaktadır. Haber metinlerinden belgesellere, fotoğraftan karikatüre kadar durum genellikle böyledir. Televizyon ya da gazetede basitleştirilerek sunulan (medyatik) gerçeklik, toplumda hazmedilmesi kolay birkaç cümle ya da görüntü olarak yerini almaktadır. Onu izleyen bireyin kafasında gündeme dair zihinsel boşluklar kolayca doldurulup, başka soru işaretlerine gerek kalmayacak şekilde profesyonelce hazırlanan söylemlerle mesajlar hedefine ulaştırılmaktadır. Arka planda yoğun mesai harcanarak elde edilen bu durum, toplumda kısa sürede net bilgilere erişildiği izlenimi vermektedir.

İdeolojinin bir dizi düşüncenin dayatılması olarak değil, anlamsal alanı sınırlandırma süreci olarak yeniden tanımlanması nedeniyle, burada iktidarın kazanımı ve kullanımı söylemin savaş alanında gerçekleşmektedir. Başka bir anlatımla bu mücadelede egemen konumu kimin işgal ettiğini hiçbir sınıf ya da belirleyici tek başına tanımlayamamaktadır (Sholle, 2005, s. 285). Toplumsal gerçekliği biçimlendiren egemen olma yarışındaki grupların yapılarının kamuoyunu biçimlendirmek için pek çok ideolojik yönlendirme metotlarını kullandığı bilinmektedir.

Günümüz medya dünyasındaki sınırsız bilgi akışı ve bunlar arasında tam anlamıyla özgür olduğumuzu hissettiren çeşitli medyatik içerikler, aslında toplum için seçilmiş birtakım özel içeriklere sahiptir. Bunu görebilmek için egemen, müzakereci ve karşıt okuma biçimlerinden faydalanılması gerekmektedir. Aksi takdirde topluma aktarılan her bilgi kısıntısının hakikat olarak görülüp savunulması gayet normaldir. Sadece medyatik değil tüm kültürel içeriklerin bazı süzgeçlerden geçirilmesinin bir zorunluluk olacağı tartışma götürse de şu bir gerçektir ki gün içerisinde yoğun bir şekilde mesajlarına maruz kaldığımız kitle iletişim araçları temelde, toplumsal bir gerçeklik yaratmak için kurgulanmıştır. Bu ifadenin okumasını, 'egemenliği elinde bulunduran yapıların, kitleleri yönlendirmeye, değişime uğratmaya ve egemen olma yarışındaki grupların düşünce yapısının arzu ettiği davranış biçimlerine harfiyen uymaya zorlamaktadır' şeklinde yapmak da mümkündür.

Egemen ideolojinin, insanın insanı sömürdüğü her toplulukta ve eski imparatorluklardan beri toplumun temelini maskeleyen işlevi gördüğünü, ideolojik sürecin çalışma biçimi gerçek itici güçlerin saklanması/unutulmasını, var olan toplumsal düzenin kökeninin görülmemesini ve sanki doğal düzen gibi yaşanılmasını içerdiğini söylemek

mümkündür. Böylece medyanın toplumsal kurumların baskı araçları olduğu gerçeği maskelenip, sadece gösterilmek istenenler gün yüzüne çıkarılmaktadır (Erdoğan ve Alemdar, 2010, s. 246).

3. Gazete Karikatürlerinde Siyasal Söylem ve İdeolojilerin Yeniden Üretimi

Birçok mizah tarihçisi ‘hiyeroglif’ (Fransızcadan dilimize geçen resimyazı) yazısını karikatürün başlangıcı olarak göstermiştir. Fakat ne denirse densin, çizgi yazıdan önce var olmuş ve insanoğlu yaşamını yaklaşık 15 bin yıl önce İspanya’nın Altamira ve Fransa’nın Lascaux mağaralarında çizgilerle dile getirmiştir (Özer, 1997, s. 7).

Her ne kadar karikatür, toplumda salt bir mizah ögesi olarak görülse de aslında karikatür, sıradan bir gülmece ve eğlence değil, mizahi bir yapı içinde değerlendirilmesi gereken ciddi bir kavramdır. Ortaya çıktığı ilk dönemde yalnızca güldürme, hoşça birkaç dakika geçirme amacı güden karikatür, daha sonra fikir ve sanat dergilerinde, gazetelerde, makale ve araştırma yazılarında, en az makale kadar ciddi, ağırbaşlı fikir ve felsefe yüklü bir mecraya dönüşmüştür (Özer, 1994, s. 3). Karikatürün gayesi bir fikir ifadesidir, bu fikir mizahidir, fakat güldürmek için icat edilmemiştir. Karikatürün gayesi de sadece güldürmek değildir (Selçuk, 1998, s. 14-15). Özellikle karikatürler okuyazar olan ile olmayanın kültürü arasındaki uçurumda bir köprü oluşturmuştur. Çünkü bu çabucak anlaşılan güçlü görsel iletişim alanı, okuyazar olanla olmayanın ideoloji ve simgelerinin kaynaştığı ortak bir zemin sağlamıştır (Brummett, 2003, s. 57). Gazetede mizahın çarpıcılığı ve olaylara dikkat çekici yönü keşfedildiğinden beri gazetelerde yerini alan karikatür sanatı, gülme ve eğlenmenin ötesinde farklı örneklerle ciddi konulara eğildiğini de göstermiştir.

Yaşamın yoğun çelişkilerini, bireyin iç dramasını yoğun bir tartışma ortamına itebilecek güçte çizilen karikatürler sanat eseri mesabesinde değildir. Çünkü bu tür eserler, bireyin başkalarıyla olan ilişkilerinde ortak bir iletişim kurmayı da sağlayabilmektedir (Levent, 1995, s. 29). Böylelikle karikatür, göz ve el becerisi kadar herkes tarafından görülmesi ve fark edilmesi mümkün olmayan incelikleri de aktarmaktadır (Kar, 1996, s. 67). Toplumun bir yansımasını ele alan karikatürler, kamuoyunun ilgisiyle paralellik göstererek genellikle kamuoyunun dikkatini çeken konulara odaklanmaktadır. Kamunun dikkatle takip etmesine rağmen yine de gözden kaçırdığı noktaları karikatürler yakalayarak, farklı bir bakış açısıyla okuyucularına sunmaktadır (Çakır ve Öztekin, 2014, s. 70). Yine en keskin eleştirilerin çizgiler yoluyla güldürerek yapılabileceği göz önüne alındığında, karikatür aracılığıyla saldırgan dürtüler yansıtılabilir ya da oklar kişinin kendisine çevrilerek kendi çelişkileriyle dalga geçilebilir (Yörükoğlu, 1996, s. 21). Diğer bir deyişle karikatür hem savunma hem de saldırı işlevi görmektedir (Oktay, 1996, s. 23). Bu açıdan karikatür çok etkili ve tehlikeli bir güçtür. Çünkü dilini bilmediğiniz, yazısını bile deşifre edemediğiniz bir ülkenin gazetesinde yayımlanmış bir karikatür, bir sürü köşe yazarının ilemediği çeşitli mesajları bir anda algılamayı sağlayabilmektedir (Rozental, 1996, s. 51).

Nezih Danyal (2001, s. 9) karikatürü tanımlarken ‘arı kovanına çomak sokmak’ tabirini kullanmıştır. Karikatür bu kovana dışarıdan çini mürekkebine batırılmış çomağı sokarak yönetimin ve yöneticilerin yanlış ve aksak yönlerine, çağdışı anlayışlarına işaret etmektedir. Üzerine bu çini mürekkebine batırılmış eleştiri siyasetçiyi tedirgin etmekte, hırçınlaştırmaktadır. Siyaset kovana oldukça karikatürler de çomak sokup duracaklardır. Karikatürün kendine has dili ve üslubu vardır. Turhan Selçuk karikatürü, “yirminci asrın sanatı, asrımızın getirdiği ve el üstünde tutmaya devam ettiği bir sanat” olarak tanımlamıştır (1998, s. 6). Aziz Nesin (2001, s. 27) ise bu sanatı, peçesi kaldırılmış bir yüze benzetmektedir. Nesine göre peçe, görülmesi istenmeyen örtüsüdür, toplumsal olanı görünmez, soyut kılandır. Peçenin kalkmasıyla ortaya çıkan yüz de gizlenen gerçeğin

ifadesidir.

Karikatürü siyasetin içerisinde görmek, karikatürün siyasi bir söylem taşıdığını iddia etmek aslında baştan beri, karikatürün kendi iç dinamiklerinden doğan nükte, eleştiri ve hicivle yüklü olmasından kaynaklanmaktadır. Gazetenin taraflı olduğu künyesinden ve haber içeriklerinden kolayca anlaşılırken, karikatürün siyasi oluşu karmaşık bir zihinsel süreç gerektirmektedir. Siyasi karikatürün ilk bakışta görünen yüzeysel çizgileri, oldukça basit bir konuyu okuyucuya gösterebilir. Ancak görünenin altında daha girift bir siyasi söylemin varlığı göze çarpmaktadır. Tüm çizgiler, renkler, ifadeler ve kalem hareketlerindeki ani iniş çıkışların her biri rastgele çekilmiş çizgiler değil, siyasi söyleme anlamsal bir değer yükleyen parçalardır. Bu iç derinlik okuyucunun mesajı almasının önünde bir engel değil, aksine okuyucunun gerçekleri daha önce hiç düşünmediği bir boyuttan görebilmesini sağlamaktadır. Bu anlamda gazete karikatürü çoğu zaman entelektüel anlamda siyasi gündemi okuyan ve sorgulayan bireylere hitap etmektedir. Gazete karikatürü eğlence yüklü, gülüp geçilen çizgi roman ya da hoş vakit geçirme amaçlı karikatürlerin dışında, farklı ve daha ciddi karikatürlerdir.

Turhan Selçuk, günlük siyasi karikatürün uzun soluklu ve kalıcı etkisini tanımlarken şöyle ifade etmiştir (Selçuk, 1998, s. 11):

Siyasi karikatürler gelip geçici gibi görünür ve biz mizah çizerlerinde, siyasi karikatürlerin ömrünün az olduğu kanaati vardır. Gazeteler basılır, 24 saat yaşayan bir çeşit kelebek gibi ertesi sabah ölür. Bu yanlış bir düşüncedir. Mademki bugün siyasi olaylardan kanunlar çıkarmak isteyen bir siyaset ilmi var ve mademki siyaset ne kadar değişik görünürse görünsün, birbirine benzeyen hadiselerin periyodik bir şekilde devamıdır; pekâlâ zamana dayanacak karikatürler çizmek mümkündür.

Bu yönüyle karikatür, günümüzden geleceğe bir mesaj olarak gazetenin vazgeçilmez bir parçasıdır. Gazete karikatürleri tarihi olayları ve popüler bakış açılarını anlamak ve yorumlamak için çok önemli kaynaklardır. Yalnızca geçmişin önemli kişilerini ve toplumsal kodları yansıtmazlar, aynı zamanda olayların inceden alaya alınmış, etkileyici ve sarsıcı görsel yorumlarını da sunmaktadırlar (Vokey, 2000, s. 141). Bu nedenle özellikle Osmanlı devleti gibi köklü tarihi geçmişe sahip devletlerde, padişah ile halk arasındaki etkileşimi sağlamak açısından karikatür hem tarihi bir belge hem de demokrasi ve ifade özgürlüğüne katkı sağlayan bir araçtır (Kayış, 2009, s. 15).

Egemen olma yarışındaki grupların ideolojileri ve çıkarları doğrultusunda kamuoyunun oluşturulmasını ve manipüle edilmesini sağlayan propaganda faaliyetleri, başlangıçta doğrudan ve görünür biçimde icra edilirken kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ve yeni iletişim olanaklarının doğmasıyla birlikte daha örtük ama çok daha etkili bir görünüm kazanmıştır. Günümüzde bütün iktidar biçimleri, kitleleri manipüle ve ikna etme, nihayetinde rıza üretmede geleneksel medya, yeni medya, halkla ilişkiler, reklam, tanıtım ve siyasal iletişim gibi her türlü iletişimsel enstrümanı kullanmaktadırlar (Öztekin ve Öztekin, 2020, 2931). Propagandanın etkisiyle insanların zihinlerindeki sabit düşünceler birer değişken haline gelmiş (Lippmann, 1998, s. 248) ve zihinlerin kontrolü, teknik bir iş ya da bir tür mühendislik olarak görülmeye başlamıştır. 20. yüzyılın ilk yarısında propaganda, bir uzmanlık alanına dönüşmüş ve propagandacılar, tanıtma uzmanı, halkla ilişkiler uzmanı gibi profesyoneller iktidar seçkinlerinden hemen sonraki toplumsal tabakayı oluşturmuşlardır. Kamuoyunun oluşumunu etkileyip biçimlendirmede görevlendirilen bu kişi ve gruplar, iktidar seçkinlerinin yani egemen sınıfların iktidarlarını, ideolojilerini, servetlerini ve prestijlerini sevimli ve haklı göstermekle görevlendirilmişlerdir (Mills, 1974, s. 442). Bu anlamda karikatürün, toplumsal gerçekliğin inşasında, söylem ve ideolojilerin yeniden üretilmesinde ve yayılmasında mizahi bir propaganda aracı olduğunu söylemek çok da yanlış olmayacaktır.

Mesajın üretildiği konum ile mesajın iletildiği toplum arasında derin uçurumun kurulduğu bu pazarda, bireyin farkına varamayacağı üzeri kapalı kültür pratikleri gazete, televizyon, internet gibi herkesin tercihiine uygun mecralarla dolaşıma sokulmaktadır. Siyasetin bireyle kurduğu iletişimde en önemli mecralarından biri olan gazeteler, bir kitle iletişim, kültürel üretim ve dağıtım aracı olarak belli gerçekleri üretmekte, bazı gerçekleri örtmekte, bazı bilgileri de eksiltip artırmaktadırlar. Böylece toplumun rızasıyla gerçekleşmiş gibi görünen geniş özgürlükler yanılsaması ortamı yaratmaktadır.

4. Araştırma ve Bulgular

Gazetelerde yayımlanan siyasal karikatürlerin söylem ve ideoloji çerçevesinde analizinin hedeflendiği bu çalışmadaki karikatürleri daha iyi çözümleyebilmek, verilmek istenen mesajları daha iyi anlamlandırabilmek için dönemin siyasal, sosyal ve ekonomik koşulları hakkında bilgi sahibi olmak gerekmektedir. Bu çerçevede 2015 yılındaki her iki seçim döneminde ülke gündeminde yer alan olayların, doğal olarak karikatür çizgilerine de yansıdığını, karikatüristlerin mesaj içerikli çizgilerinin gündemdeki olaylarla biçimlendiğini söylemek mümkündür. 2015 yılı içerisinde karikatürleri karakterize eden önemli olayları: ülke genelinde yaşanan büyük çaplı terör saldırıları, iç ve dış politikada yaşanan sorunlar, siyasal söylemlerdeki sertleşme şeklinde sıralamak mümkündür. Ayrıca, Haziran 2015 seçimlerinden sonra 45 günlük koalisyon arayışlarından netice alınamayarak erken seçimin zorunlu hale gelmesi, üst üste seçim atmosferi yaşayan halkın siyasal kampanya ve söylemlerden sıkılması ve medya sansürleri, karikatürlerde sıklıkla işlenen diğer konular olmuştur. Siyasette yaşanan tıkanıklıklar, toplumsal olarak da farklı sorunları beraberinde getirmiş, bu durum gazetelerde yayımlanan karikatürlere yansımıştır. Özellikle 7 Haziran 2015 seçiminden sonra hükümetin kurulamayışı, tüm medya organlarının siyasal içerik üretiminde daha fazla yoğunlaşmasına neden olmuş ve bu yoğunlaşmanın gazete karikatürlerine de yansıdığı görülmüştür. Örnekleme olarak seçilen gazetelerde 7 Haziran 2015 seçimi öncesindeki 3 haftalık süreçte toplam 46 adet siyasal içerikli karikatür yayınlanırken, 1 Kasım 2015 seçimi öncesindeki 3 haftalık süreçte yayınlanan siyasal içerikli karikatürler %59'luk bir artışla 78 adet olmuştur.

İncelenen karikatürleri daha iyi çözümleyebilmek, verilmek istenen mesajları daha iyi anlamlandırabilmek için gerekli olan ikinci nokta ise yayımlandıkları gazetelerin siyasal/ideolojik duruşlarıdır. Bu nedenle karikatür analizlerinde gazetelerin genel yayın politikalarının da göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Aşağıda örnek olarak verilen karikatürlerin analizlerinin tamamında, karikatürlerin yayımlandıkları gazetelerin genel yayın politikaları göz önünde bulundurulmuştur.

Çalışmada, incelenen siyasal içerikli karikatürler ele aldıkları konulara göre sınıflandırılmış, karikatüristlerin gündemini meşgul eden olaylar derlenerek 'güncel siyasi konuları içeren karikatürler', 'terör, iç güvenlik ve dış politika ile ilgili karikatürler', 'iktidarın otoriterleşmesi iddiaları üzerine karikatürler', 'medya sansürü ve kanal kapatmaları içeren karikatürler' ve 'siyasette yozlaşma, nefret söylemi ve kararsız seçmenlerle ilgili karikatürler' olmak üzere toplam 5 başlık altında toplanmıştır. Böylelikle hangi gazete karikatürlerinin hangi konulara nasıl yaklaştığının belirlenmesi ve alt kategorilerle daha kolay çözümleme yapılması amaçlanmıştır.

Tablo 1. 7 Haziran 2015 ve 1 Kasım 2015 Seçim Dönemlerinde Yayımlanan Toplam Siyasi Karikatür Sayıları ve Artış Oranları.

Gazeteler	7 Haziran 2015 Dönemi	1 Kasım 2015 Dönemi	Artış Oranı
Yeni Şafak	5	9	%80
Habertürk	5	10	%100
Cumhuriyet	10	12	%20
Zaman	13	21	%61
Milliyet	13	26	%100
Toplam	46	78	%59

Tablo 1’de de görüldüğü üzere, 1 Kasım 2015 seçim döneminde yayımlanan karikatür sayısı, tüm gazetelerde artış göstermiştir. Karikatür sayısındaki artışın, giriş bölümünde de belirtildiği üzere 7 Haziran seçiminden sonra hükûmetin kurulamayışı ve siyasal boşluğun oluşması sebebiyle gündemin yoğun olarak siyasetle kuşatılmasından kaynaklı olduğu düşünülmektedir. Bu durum, ‘seçim dönemlerinin siyasal söylem ve ideolojilerin daha yoğun bir şekilde hissedildiği dönemler olduğu’ varsayımını da desteklemektedir.

Daha önceki bölümlerde de belirtildiği üzere çalışmada toplam 124 karikatürün söylem ve göstergebilimsel analizinin yapılmış olmasına karşın, hazırlanan bu çalışmanın makaleye dönüştürülen bir doktora tez özeti olması, makaledeki nicel sınırlamalar nedeniyle belirtilen 124 karikatürün tamamının incelenmesini imkânsız kılmaktadır. Bu nedenle araştırma sonunda ortaya çıkan sınıflandırma çerçevesinde, her başlık için 1’er adet örnek karikatür analizinin verilmesi uygun görülmüştür.

4.1. 7 Haziran 2015 Seçim Sürecindeki Örnek Siyasi Karikatürlerin Analizleri

7 Haziran 2015 seçimi öncesi 3 haftalık süreçte örneklem olarak seçilen gazetelerde toplam 46 adet siyasal/ideolojik içerikli karikatür tespit edilmiştir. Yapılan inceleme sonucu bu karikatürlerin ‘güncel siyasi konuları içeren karikatürler’, ‘iktidarın otoriterleşmesi iddiaları üzerine karikatürler’, ‘medya sansürü ve kanal kapatmaları içeren karikatürler’ ve ‘siyasette yozlaşma, nefret söylemi ve kararsız seçmenlerle ilgili karikatürler’ olarak 4 başlık altında değerlendirilebileceği görülmüştür. Gündeme bağlı olarak Haziran 2015 seçiminde yer almayıp da Kasım 2015 seçimi değerlendirmesi esnasında eklenen ‘terör, iç güvenlik ve dış politika ile ilgili karikatürler’ başlıklı bu bölüm örneksiz olarak verilmiştir.

4.1.1. Güncel Siyasi Konuları İçeren Karikatür Örneği



Karikatür 1. Can Baytak, Habertürk, 22 Mayıs 2015.

Gösterge: 7 Haziran 2015 *Habertürk* gazetesi karikatürü.

Gösteren: Ülke genelinde vatandaşların seçimlerden çıkar sağlama planlarını gösteren düşünce balonları.
Gösterilen: Parti liderlerinin seçim meydanlarında sıklıkla halka yeni projeler duyurması ve seçmenin bu projelerden rant sağlamak için kurnazlık düşüncesi.

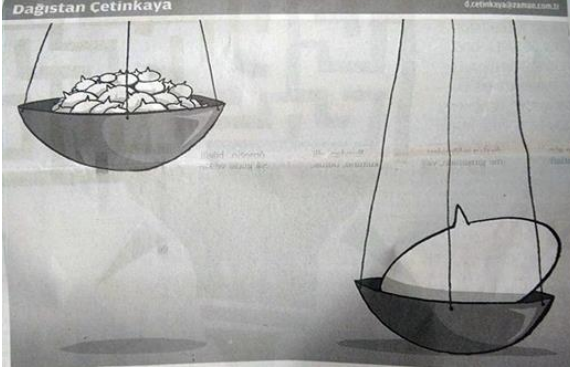
Söylem Çözümlemesi: *Habertürk*’te yer alan bu karikatürde herhangi bir partiye yönelik doğrudan bir mesaj verilmemiştir. Ancak karikatürde geçen söylemin arka planına baktığımızda, iki ayrı mesajın ön plana çıktığı görülmektedir. Birincisi, parti liderlerinin duyurduğu seçim vaatlerinin/projelerinin ülkenin her noktasında seçmenlerin dikkatini çekmesi, vatandaşları heyecanlandırması, seçmenin tanıtılan projelerden çıkar/rant sağlayıp fırsata çevirmeye çalışması

gösterilmeye çalışılmıştır. İkinci mesaj da ise karikatürde yer alan ‘proje mi dediniz?’ söylemiyle ilgilidir. Bu söylem daha önce kullanılmış bir söyleme atıf yapmaktadır. Karikatürde kullanılan bu söylem 21 Mayıs’ta (karikatürün yayınlandığı tarihin 1 gün öncesinde) Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) Genel Başkanı Kılıçdaroğlu’nun kamuoyuna duyurduğu ‘Mega Şehir Projesi’ ile ilgilidir. Kılıçdaroğlu’nun yüzyılın projesi olarak nitelediği, 2017 yılında başlayıp 2035’te bitecek olan bu proje sayesinde Sivas, Kayseri, Malatya ve Kahramanmaraş arasında hızlı tren ağı kurulacağı, 200 milyar dolar değerinde ekonomiye katkı sağlayacağı öngörülmüştür. Türkiye haritası üzerine resmedilen karikatürde, proje ismini duyan vatandaşların her birinin ince hesaplar yaptığı, ‘kapış kapış, kaçtan alırsın, nere, valla de, iki dönüm kâfi, bacanak evi sat, bikaç dönüm yeter, çok para eder...’ gibi söylemlerde projenin ulusal kazanımlarından ziyade, seçmenin bireysel çıkar sağlama peşinde oluşları nükteli bir üslupla vurgulanmıştır.

4.1.2. Terör, İç Güvenlik ve Dış Politika ile İlgili Karikatür Örneği

Haziran 2015 seçim kampanyası sürecinde bu kategori başlığı altında yayınlanmış gazete karikatürü bulunmamıştır. Haziran 2015 seçim döneminde Türkiye’de terör olayı yaşanmamış ya da medyaya yansiyarak gündem oluşturmamıştır. Yine benzer şekilde, dış politika çerçevesinde medyada gündem olan bir konunun olmayışı, genellikle gündeme paralel çizim yapan karikatüristlerin de 2015 seçim döneminde bu konuyu çizimlerine taşımadığı tespit edilmiştir. Bu durum, karikatüristlerin gündeme paralel çizimler yaptıklarının da bir göstergesidir.

4.1.3. İktidarın Otoriterleşmesi İddiaları Üzerine Karikatür Örneği



Karikatür 2. Dağıstan Çetinkaya, Zaman, 26 Mayıs 2015.

Gösterge: 7 Haziran 2015 *Zaman* gazetesi karikatürü.

Gösteren: Terazî, tartı kefesine konan farklı büyüklüklerdeki konuşma balonları.

Gösterilen: Türkiye’de tek sesliliğin belirgin hale gelmesi, çoğunluğun önemsenmemesi ve otoriterlik.

Göstergebilimsel Çözümleme: *Zaman*’dan Dağıstan Çetinkaya’nın çizimine bakıldığında, terazinin sol tarafında küçük ve onlarca konuşma balonunun yer aldığı, sağ tarafta ise büyük ama tek bir konuşma balonunun daha ağır geldiği görülmektedir.

Karikatürün yan anlamına bakıldığında çoğunluğun/çoğulculuğun değil tek ağızdan çıkan sesin baskın hale geldiğini, demokrasinin yerini otoriterliğin aldığını ifade eden bir mesajı görmek mümkündür. Konuşma balonları burada insanların düşüncelerini sembolize etmektedir. Tartıya konulan konuşma balonlarından sol kefedeki sayıca çok olanlar hafif kalırken, sağ kefedeki büyük ve tek konuşma balonunun daha ağır gelmesi, Türkiye’nin otoriter bir yapıya doğru kaydığının ve farklı gerekçelerle egemen gücün, kontrolü her zamankinden daha fazla ele alma gayretinin bir yansımasıdır. Özetle bu karikatürde, sesi diğerlerin daha fazla çıkan tek büyük düşüncenin, sesi daha çıkan az ama sayıca daha fazla olan çok sayıdaki düşünceye olan egemenliği açıklanmıştır.

4.1.4. Medya Sansürü ve Kanal Kapatmaları İçeren Karikatür Örneği



Karikatür 3. Musa Kart, Cumhuriyet, 27 Mayıs 2015.

korsan gemisiyle *Cumhuriyet* gazetesini hedef gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu noktada *Cumhuriyet* gazetesinin kendini muhalif basının amiral gemisi olarak nitelendirmesi de önemli bir detaydır. Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın korsan olarak çizildiği karikatürde Erdoğan, yasa tanımaz bir karakter olarak tasvir edilmiştir. Erdoğan, korsan gemisine liderlik yaparak kılıcını çekmiş ve muhalif basını hedef olarak belirlemiştir. Karikatürde, korsan kıyafetleri ve siyah korsan gemisi, Erdoğan'ın özelde gazeteye genelde ise tüm muhalif medyaya karşı hukuk dışı bir savaş açtığına işaret etmektedir. Bu karikatürle, iktidarın medyaya karşı saldırgan politikası, basını dizginleme çabası ve dönemin gündeminde olan medya sansürü eleştirilmiştir.

Söylem Çözümlemesi: Hükûmetin son dönemde medyaya hiç olmadığı kadar baskı uyguladığı gerek toplumu gerekse kendisine muhalif tüm kesimleri sindirmeye çalıştığı şeklindeki muhalif yorumlar bu karikatürde ele alınmıştır. Cumhurbaşkanı Erdoğan medyayı kontrolü altına almak için sadece tehditkâr söylemlerle yetinmemiş, 'Hedef basının amiral gemisi, hücuum' söylemiyle gazeteye yaptığı hukuksuz müdahale eleştirilmiştir. Erdoğan'ın isim vermeden kullandığı 'basının amiral gemisi' söylemiyle tüm basın organlarına da aba altında sopa gösterdiği ifade edilmeye çalışılmıştır. Bu durum, Erdoğan'ın muhalif medyaya karşı saldırısının açık bir göstergesi olarak yorumlanmıştır.

4.1.5. Siyasette Yozlaşma, Nefret Söylemi ve Kararsız Seçmenlerle İlgili Karikatür Örneği



Karikatür 4. Haslet Soyöz, Milliyet, 17 Mayıs 2015.

Gösterge: 7 Haziran 2015 *Milliyet* gazetesi karikatürü.

Gösteren: Dört ayrı top namlusunun üzerine oturmuş parti liderleri (Dönemin Adalet ve Kalkınma Partisi (AK Parti) Lideri Ahmet Davutoğlu, CHP Lideri Kemal Kılıçdaroğlu, Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) Lideri Devlet Bahçeli ve Halkların Demokratik Partisi (HDP) Eş Başkanı Selahattin Demirtaş). **Gösterilen:** Siyasi liderler arasındaki nefret söylemi, çatışma siyaseti, siyasetin düşman üreten bir mekanizma haline dönüşmesi.

Siyasette hararetin yükseldiği bir ortamda basına yansıyan haberlerden biri *Milliyet*'te yayınlanan HDP Eş başkanı Selahattin Demirtaş'ın Şanlıurfa gezisinde yaptığı konuşmadır. Aynı gün

karikatür köşesinde de yer alan bu konuşmanın içeriği Haziran 2015 seçimlerinin hangi şartlarda yürütüldüğünü de göstermektedir. Topçu Meydanı'nda konuşan Demirtaş, Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın bir açılış törenine elinde Kur'an-ı Kerim ile çıkmasını sert bir dille eleştirerek şunları söylemiştir “Ey Diyanet İşleri Başkanı, ey bu ülkenin tarafsız Cumhurbaşkanı, kusura bakma, Allah o yüce kelamını sen reklam yap, sen mitinglerde elinde oy için tut diye göndermedi, onu oku diye gönderdi” ifadelerini kullanmıştır (milliyet.com.tr, 2015). Bu sert söylemden yola çıkarak başlayan tartışmalar 7 Haziran gününe kadar devam etmiştir.

Göstergebilimsel Çözümleme: *Milliyet* gazetesinden Haslet Soyöz, Başbakan Davutoğlu, MHP lideri Bahçeli, CHP lideri Kılıçdaroğlu ve HDP Eş Başkanı Selahattin Demirtaş'ın meydanlardaki üsluplarına ilişkin genel bir mesaj vermiştir. Gündemdeki olaylar doğrultusunda liderlerin siyasi ahlaktan uzak, nefret söylemini benimseyerek farklı düşüncelere/eğilimlere düşmanca yaklaşımları eleştirilmiştir. Karikatürde, söylemleriyle birbirlerini düşman ilan eden siyasi liderlerin savaş başlatacakmış gibi birbirlerine karşı silah doğrultmaları siyasetteki nefret söyleminin dozunun ne kadar arttığını göstermesi açısından önemlidir.

Söylem Çözümlemesi: Karikatürdeki söyleme bakıldığında sadece “düşman” ifadesinin kullanıldığı görülmektedir. Bu noktadan hareketle, liderlerin halkın dertlerini çözecek politikalar üretmek yerine karşıt görüşlerin tamamını düşman ilan eden olumsuzlayıcı ve ötekileştirici bir yaklaşım içinde olduklarını söylemek mümkündür. Mitinglerde karşılıklı negatif söylem savaşıyla sürdürülen seçim kampanyasında, rakip partileri düşmanca görmekten öteye gidemeyen bir anlayış, karikatüre de aynı şekilde yansıtılmıştır.

4.2. 1 Kasım 2015 Seçim Sürecindeki Örnek Siyasi Karikatürlerin Analizleri

1 Kasım 2015 seçimi öncesi 3 haftalık süreçte örneklem olarak seçilen gazetelerde toplam 78 adet siyasal/ideolojik içerikli karikatür tespit edilmiştir. Yapılan inceleme sonucu bu karikatürlerin Haziran 2015 seçimi analizindeki sınıflandırmalar olan ‘güncel siyasi konuları içeren karikatürler’, ‘iktidarın otoriterleşmesi iddiaları üzerine karikatürler’, ‘medya sansürü ve kanal kapatmaları içeren karikatürler’ ve ‘siyasette yozlaşma, nefret söylemi ve kararsız seçmenlerle ilgili karikatürler’ başlıklarını destekleyici karikatürlerin olduğu görülmüştür. Bu başlıkların dışında gündeme bağlı olarak Haziran 2015 seçiminde sürecinde gündemde olmayan ancak Kasım 2015 seçim sürecinde gündemi meşgul eden bazı olaylar nedeniyle, ‘terör, iç güvenlik ve dış politika ile ilgili karikatürler’ şeklinde yeni bir başlığın bu bölüme eklenmesi uygun görülmüştür.

4.2.1. Güncel Siyasi Konuları İçeren Karikatür Örneği



Karikatür 5. Haslet Soyöz, *Milliyet*, 12 Ekim 2015.

Gösterge: 1 Kasım 2015 *Milliyet* gazetesi karikatürü.

Gösteren: Kaynak makinesiyle kaynak yapan CHP lideri Kılıçdaroğlu, **Gösterilen:** CHP'nin projelerine kaynak göstermedeki başarısızlığı.

Daha önce 2011'de dönemin başbakanı Recep Tayyip Erdoğan'ın CHP projelerine ilişkin “kaynağı nereden bulacaklar?” sorusuna karşılık Kılıçdaroğlu (ntv.com, 2011):

“Sayın Başbakan ben kaynağı bulurum. Ben devlet yönetiminde bulundum. Türkiye Cumhuriyeti bütçesinden sonra en büyük bütçeyi 7 yıl yönettim. Allah’a çok şükür, bir Allah’ın kulu çıkıp ‘yolsuzluk yaptın’ demedi. 73 milyon vergi ödüyor Recep Bey. Bu paralar nereye gidiyor? ‘Kaynak yok, kaynak yok...’. Bu paralar nereye gidiyor? Sen oğluna gemi alacaksın, ona kaynak var, emeklinin İntibak Yasası çıksın, ona kaynak yok” şeklinde yanıtlamasıyla kaynak polemği başlamıştır.”

CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu Uşak’ın Banaz İlçesi’ndeki seçim gezisinde genel başkan olduğundan beri iktidar partisi tarafından alay konusu yapılan ‘kaynak bulma’ polemği yeniden gündeme getirilmiştir. Kemal Kılıçdaroğlu yaptığı konuşmada kendisine sıkça sorulan, “asgari ücreti bin 500 TL yapacak mısınız?” sorusuna: “Evet bin 500 TL yapacağım, hiç şüphemiz olmasın...” şeklinde yanıtlamış, bu yanıt 2011’deki kaynak söyleminin kamuoyunda yeniden dolaşmasına neden olmuştur. Bu olaydan yola çıkan Haslet Soyöz, Kılıçdaroğlu’na ait ‘kaynak polemği’ni çizimine konu etmiştir.

Göstergebilimsel Çözümleme: Çizgideki düz anlamda Kılıçdaroğlu elindeki kaynak makinesi ile kaynak işi yapmaktadır. Siyasi literatürde projelere ödenek sağlanması anlamında kullanılan ‘Kaynak bulma’ eylemi, karikatürde mecazi anlamda ele alınarak sanayi kaynağına benzetilmiştir. Burada, Kılıçdaroğlu’nun seçim projeleri için bulacağını iddia ettiği parasal kaynağın geçersizliği, sanayi tipi kaynakla alaylı bir dille eleştirilmiştir.

Söylem Çözümlemesi: Karikatürde Kılıçdaroğlu’nun ‘İşte seçim vaatlerime kaynak buldum’ söylemi, ikna edicilikten uzak, tutarsız ve gerçekleşme ihtimali düşük bir söylem olarak vurgulanmıştır. Burada iktidarın CHP’ye yönelttiği, ‘kaynağı nereden bulacaksın’ söylemine karşılık karikatürde verilen bu yanıt, iktidar söylemini yeniden üretmeye çalışmış ve meşrulaştırmıştır.

4.2.2. Terör, İç Güvenlik ve Dış Politika ile İlgili Karikatür Örneği



**Karikatür 6. Osman Turhan, Yeni Şafak.
13 Ekim 2015.**

Gösterge: 1 Kasım 2015 *Yeni Şafak* gazetesi karikatürü.

Gösteren: HDP, canlı bomba, HDP’nin beline sarılan bombayı temsil eden sivil vatandaşlar.

Gösterilen: HDP’nin kendi çıkarları için masum insanları kullanması ve katletmesi, HDP-PKK terör ilişkisi, bombalı saldırıların sorumlusu olarak HDP’nin gösterilmesi.

Yeni Şafak’tan Osman Turhan’ın çizdiği karikatür 10 Ekim 2015 tarihinde Ankara’da meydana gelen terör saldırısıyla ilgilidir. Olayın ardından hükümet yetkililerinden net bir açıklama gelmezken, muhalefetin bakanlara yönelik istifaya çağrısı da sonuç bulmamıştır. Bu noktada iktidar medyası saldırıda HDP’nin

parmağı olabileceği üzerinde dururken, muhalefet ise iktidarın yeterli güvenlik tedbiri almadığına, canlı bombaların ikisinin halen potansiyel birer tehlike olarak serbestçe dolaştığını belirtmiştir.

Göstergebilimsel Çözümleme: Karikatürde siyasetçinin beline dolanmış dinamitlerin vatandaş şeklinde tasvir edilmesi, canlı bomba aracılığıyla yapılan terör eylemlerine atıfta bulunurken bu olaylardan HDP’nin sorumlu olduğu mesajı verilmiştir. Yakasındaki rozetten de anlaşıldığı üzere, HDP’nin cüsseli biçimde çizilmesi terörün arkasındaki gücün HDP olması, HDP’nin masum vatandaşları hedef alarak meydanlarda

saldırı düzenlemesi vurgulanmıştır.

4.2.3. İktidarın Otoriterleşmesi İddiaları Üzerine Karikatür Örneği



**Karikatür 7. Dağıstan Çetinkaya, *Zaman*,
23 Ekim 2015.**

Gösterge: 1 Kasım 2015 *Zaman* gazetesi karikatürü.

Gösteren: Yumurtaya benzetilen konuşma balonunun kırılması, yumruk.

Gösterilen: AK Parti'nin gittikçe otoriterleşmesi, tek adam rejimi, alternatif, muhalif düşüncelere tahammülsüzlük ve düşünce özgürlüğünün zarar görmesi.

Kasım seçimlerine bir hafta kala sosyal adalet, sivil toplum, eşitlik, kalkınma sloganıyla yola çıkan AK Parti hükümetinin 17/25 Aralık sonrasında sosyal sermayenin

başına geçerek kırmızı kitapla (Milli Güvenlik Siyaset Belgesi) basını ve yargıyı hizaya getirmeye çalıştığı, bozulmanın tepeden başlayarak onun etrafında hızla yayıldığı yorumları yapılmıştır. Her türlü yetkiyi kendinde gören iktidarın, kendisine yakın bürokrasiyi de arkasına alarak medya ve hukuk olmak üzere pek çok mecrayı kendi ideolojisine göre biçimlendirme çabasına girişmesi, en çok üzerinde durulan konuların başında gelmiştir.

Göstergebilimsel Çözümleme: *Zaman* gazetesi çizeri Dağıstan Çetinkaya, 1 Kasım seçimi öncesi siyasetin içinde bulunduğu durumu köşesine taşımıştır. Karikatürde, yumurtaya benzetilen konuşma balonunun sert bir yumruk darbesiyle kırıldığı görülmektedir. Düşünceleri sembolize eden balonun kırılması, iktidarın farklı düşüncelere tahammülsüzlüğünü işaret etmektedir. Yumurtayı kıran sert yumruk ise ülkeyi baskıyla, otoriter bir şekilde yöneten AK Parti iktidarı olarak anlandırılmıştır. Karikatürle, AK Parti iktidarının giderek tek sesliliği benimsemesi, farklı fikirleri bastırmaya çalışması ve otoriter yaklaşımları eleştirilmiştir.

4.2.4. Medya Sansürü ve Kanal Kapatmaları İçeren Karikatür Örneği



**Karikatür 8. Haslet Soyöz,
Milliyet,
17 Ekim 2015.**

Gösterge: 1 Kasım 2015 *Milliyet* gazetesi karikatürü.

Gösteren: Cumhurbaşkanı Erdoğan, televizyon haberi.

Gösterilen: Sansür ve medyaya keyfi yaptırım uygulamaları.

Ankara 6. Sulh Ceza Hakimliği tarafından 14 Ekim'de Ankara Garı'ndaki patlamaya ilişkin yayın yasağı getirilmesi ve Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Nobel ödülüyle ilgili yaptığı açıklama *Milliyet*'in çizgisinde buluşturulmuştur. Konuya ilişkin olarak Erdoğan (Terörün Silahı Dostlardan, 2015) şu ifadeleri kullanmıştır:

“Türkiye’de şu an 2 milyon 200 bin sadece Suriyeli var. 300 bin de Iraklı var. 2 buçuk milyon mülteciyi Türkiye kendi kamplarında ağırılıyor. Bütün mali desteği bizden. Yaptığımız harcama şu ana kadar

8 milyar dolar. Birileri mülteci kabulüne laf ediyor (Almanya Başbakanı Angela Merkel'i kastederek). '30-40 bin mülteciyi kabul edeceğiz' diyor Nobel'e aday gösteriliyorlar. Bizde 2 buçuk milyon mülteci var kimsenin umurunda değil. Çünkü Nobel de siyasi, bu ödüllerin nasıl verildiğini zaten biliyorsunuz, hak edip etmediğine bakmaksızın sipariş üzerine Nobel veriyorlar."

Bu açıklamadan sonra, medya kanallarının durumdan vazife çıkararak Nobel ödülüyle ilgili yayınlara yasak getirildiği bilgisine yer verilmesi karikatüre de konu olmuştur.

Göstergebilimsel Çözümleme: *Milliyet*'te yer alan karikatüre bakıldığında, Nobel'i eleştiren Erdoğan'ın, Nobel ödülleri yayınlayan kanalları da uyarması eleştirilmiştir. Televizyon karşısında haberleri takip eden Erdoğan, yukarıda anlatıldığı şekilde kanallara yasak getirilmesini memnuniyetle izlemektedir.

Söylem Çözümlemesi: Erdoğan'ın her yıl verilen Nobel Ödülleri'ni eleştirmesinin arka planında, mülteci politikasıyla 2 buçuk milyon mülteci alan Türkiye Cumhurbaşkanı Erdoğan Nobel Barış Ödülü'ne aday gösterilmezken; 30-40 bin mülteci almayı planlayan Almanya Başbakanı Angela Merkel'in Nobel Barış Ödülü'ne aday gösterilmesinden rahatsızlık duyması yatmaktadır. Bu bağlamda karikatürde, medya sansürü ve hukuka baskı çerçevesinde iktidarı eleştiren olumsuz bir söylem geliştirilmiştir.

4.2.5. Siyasette Yozlaşma, Nefret Söylemi ve Kararsız Seçmenlerle İlgili Karikatür Örneği



**Karikatür 9. Can Baytak,
Habertürk,
19 Ekim 2015.**

Gösterge: 1 Kasım 2015 *Habertürk* gazetesi karikatürü.

Gösteren: Uyuyan seçmen, seçim vaatlerini içeren 3 ciltlik kitap serisi.

Gösterilen: Siyasetçilerin çok fazla vaatte bulunmaları, seçim vaatlerinin inandırıcılıktan uzak oluşu, siyasetçilerin edebiyat yapmaları.

2015 yılının Nobel Kimya Ödülü bir Türk bilim insanı Prof. Dr. Aziz Sancar'a verilmiştir. Sancar'a verilen ödül sonrasında Nobel Ödülleri uzun süre medya gündemini işgal etmiştir.

Göstergebilimsel Çözümleme: *Habertürk* çizeri Can Baytak'ın karikatüründe 2015 seçimleri Nobel barış ödülü üzerinden karikatürize edilmiştir. *Habertürk*'teki bu çizgi yayım politikası gereği hiçbir parti ya da lideri hedef alınmamış, doğrudan seçmen odak noktaya

konulmuştur. Masanın üzerinde duran ve seçim vaatlerinden oluşan 3 ciltlik kitap serisi görülmektedir. Kitapların hemen üst tarafında Nobel Edebiyat Ödülü yazmaktadır. Kitapların yanında ise arkasını dönüp uyuyan bir seçmen vardır. Karikatürde, partilerin seçim vaatleri bir araya getirilerek kitaplaştırılmış ve edebi eser gibi gösterilerek, liderlerin seçim vaatleriyle edebiyat yaptıkları mesajı verilmiştir. Siyasetçilerin vaatlerinin, seçmen tarafından yatmadan önce okunan masal kitapları değerinde olduğu ironik şekilde anlatılmıştır. Bu karikatürle seçmenin, seçim dönemlerinde yoğun bir şekilde içi boş siyasal vaatlere maruz kaldığı da ifade edilmek istenmiştir.

Sonuç

İçerisinde nükteli eleştiri ve farklı bakış açılarını barındıran karikatür, basın, siyaset ve ideoloji ilişkisinde önemli toplumsal bir role sahiptir. En fazla okura ulaşan günlük gazete karikatürleri, verilmek istenen mesajı çizgilerle anlatan güçlü birer siyasal söylem

ve inşa aracıdır. Doğrudan adres göstermeden, iktidarıyla muhalefetiyle, sistem ve siyasi kişilikler başta olmak üzere dilediği her şeyi eleştirebilen karikatür, kullandığı metaforlar yardımıyla mizahi bir üslupla ekonomik, siyasal, kültürel ve toplumsal mesajlar vermektedir.

Topluma haber ve bilgi veren gazeteler, karikatürün ince espri ve eleştiri gücüyle birleşmiş, haber, makale ve yorum köşeleriyle birlikte siyasi karikatür de içerdiği ideolojik mesajlarla gazetenin vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. İktidarın siyasal söylemleri gazeteler aracılığıyla halka aktarılmakta, karikatüristler de siyasetçilerin söylemini yeniden kurgulayıp kendilerine has üsluplarıyla okuyucuya iletmektedirler. Toplumu bilgilendiren kültürel formlarla okuyucuyu yönlendirmeye çalışan gazetelerin yanında siyasi karikatürler ‘kızım sana söylüyorum, gelinim sen anla’ türünden mizahi bir dille gerçekliği yeniden kodlayarak/inşa ederek egemenlik yarışındaki ideolojileri genel yayın politikası çerçevesinde meşrulaştırmaya çalışmaktadırlar. Özellikle toplumsal baskı, sansür, siyasi kriz ve ideolojik kaygılarla gazetecilerin haber olarak aktaramadıklarını, gazete karikatürü tek bir karede anlatabilmektedir. Bu özellikleriyle karikatür, okuyucuya farklı bir bakış açısı sunan, seçimlerde vatandaşın bilinçli tercihini üreten, pekiştiren ve yeniden inşa eden önemli mecralardan biri haline gelmiştir. ‘İzahı olmayan şeylerin mizahı olur’ sözü de bu durumu açıklayıcı önemli bir ifadedir.

2015 yılındaki her iki seçim dönemine bakıldığında, gazetelerde en sık işlenen konular terör, iç güvenlik, kimliksiz yürütülen siyasi propagandalar, iktidar eleştirileri, medya sansürü, siyaset dilinin kirlenmesi ve kararsız seçimdeki artış olmuştur. Karikatüristlerin, gazetelerin genel yayın politikaları, siyasal duruşları doğrultusunda iktidara yakın ya da muhalefete yakın duruşlar sergilediği ve bu doğrultudaki söylem ve ideolojiyi yeniden üretecek karikatürler çizdikleri tespit edilmiştir.

Tablo 2. Örneklem olarak seçilen gazetelerde 7 Haziran 2015 ve 1 Kasım 2015 seçim süreçlerinde öne çıkan olaylar çerçevesinde Haziran 2015, Kasım 2015 döneminde gazetelerde yer alan karikatür sayılarındaki dağılım

	Güncel Siyasi Konuları İçeren Karikatürler		Terör, İç Güvenlik ve Dış Politika ile İlgili Karikatürler		İktidarın Otoriterleşmesi İddiaları Üzerine Karikatürler		Medya Sansürü ve Kanal Kapatmaları İçeren Karikatürler		Siyasette Yozlaşma Nefret Söylemi ve Kararsız Seçmenle İlgili Karikatürler		Toplam
	Haziran	Kasım	Haziran	Kasım	Haziran	Kasım	Haziran	Kasım	Haziran	Kasım	
Yeni Şafak	3	-	-	8	-	-	-	1	2	-	4
Habertürk	4	3	-	6	-	-	-	-	1	1	5
Cumhuriyet	4	-	-	5	2	3	4	4	-	-	2
Zaman	3	1	-	3	4	5	3	9	3	3	4
Milliyet	3	3	-	6	2	3	1	6	7	8	9
Dönemsel Toplam	7	7	-	8	8	1	8	0	3	2	
Toplam	24		28		19		28		25		24

7 Haziran 2015 seçim sürecindeki toplumsal ve siyasi gelişmelere bakıldığında siyasi ortamın henüz gergin olmadığı, liderlerin daha iyimser mesajlar verdiği bir siyasal ortamdan bahsetmek mümkündür. Terör, toplumda güvenlik endişesi, siyasi ittifak konusunda çözüm arayışları gibi meseleler yaşanmadığı için Kasım 2015 seçim dönemine kıyasla karikatüristler seçim sürecinin olağan akışı içindeki gündeme ilişkin seçim heyecanı, propaganda faaliyetleri, sosyal medyanın siyasette yoğun kullanımı, Nobel Barış

Ödülü, partilerin seçim vaatleri gibi dönemin güncel olayları üzerinde yoğunlaşmıştır. 7 Haziran 2015 seçimlerinin ardından 1 Kasım 2015 seçim sürecinde ise hükûmetin kurulamayışı, artan terör olayları, iç ve dış güvenlik gibi önemli konularda yaşanan sorunlarla siyasi atmosfer bir anda değişmiş, toplumsal olaylar artmış, toplumda panik ve endişe hâkim olmuştur. Yaşanan söz konusu bu olayları siyasette istikrarın sağlanamamasına bağlayanlar, iktidarın gerekli tedbirleri almamasına bağlayanlar ve muhalefetin olayları kışkırtmasına bağlayanlar arasında tartışmaların giderek arttığı ve toplumsal gerilimin yükselişe geçtiği bir ortam oluşmuştur. Yayın yasakları ve kapatma cezaları çerçevesinde iktidarın medyaya uyguladığı baskı ve sansür politikası, muhalif karikatüristler tarafından hükûmetin otoriter ve baskıcı tutumu olarak değerlendirilmiş, gazete karikatürleri bu soğuk iklimden etkilenerek, otoriter tutuma gönderme yapan karikatürleri seçim dönemi boyunca sıklıkla yayımlamışlardır. Muhalif karikatürlerin tamamında Cumhurbaşkanı Erdoğan başta olmak üzere iktidarı hedef alan bir söylem benimsenirken, iktidar yanlısı gazete karikatürlerinde ise CHP, MHP, HDP'ye ve liderlerine yönelik 'yapamaz/beceremez' mukabilinden negatif içerikli mesajlar çizgilere hâkim olmuştur.

Habertürk'te Can Baytak imzalı karikatürlere bakıldığında, karikatürlerin tamamında muhalefeti eleştiren bir üslup benimsediği görülmüştür. Baytak, başbakanı ya da Cumhurbaşkanı'nı hiçbir çizgisinde tek başına hedef almamıştır. Diğer gazetelerle karşılaştırıldığında *Habertürk* güncel siyasi rekabet içeren karikatürlere daha fazla ağırlık vermiş, Kasım 2015 döneminde artan toplumsal olaylara ve terör saldırılarına hiç yer vermemiştir. İncelenen karikatürlerde gazetenin yayın politikası doğrultusunda iktidarı olumsuzlayacak hiçbir mesaja rastlanmamıştır. Dolayısıyla gazetede yer alan karikatürlerde, gazetenin siyasal ve ideoloji olarak durduğu noktaya dair net işaretler görülmüş, karikatürlerle egemen söylemin yeniden üretildiğini gösteren çizgilere yer verilmiştir.

Yeni Şafak gazetesi karikatüristi Osman Turhan'ın çizgilerinde genellikle, AK Parti'nin gücüyle Türkiye'nin gücünü birlikte ele aldığı, 'AK Parti kazanırsa Türkiye kazanır, Büyük Türkiye, Yeni Türkiye, Hedef 2023' gibi AK Parti'nin kullandığı sloganlarla çizgilerini birleştirerek toplumun genelini hedefleyen mesajlar verdiği görülmüştür. Bu anlamda *Yeni Şafak* gazetesi karikatürlerinin, gazetenin genel yayın politikası ve ideolojik yaklaşımı doğrultusunda AK Parti söylemlerini karikatürlerinde yeniden ürettiği tespit edilmiştir. Türkiye'de parlamenter sistemin sonuç vermediği, vesayet sistemiyle yürütülen devletin işlerliğini yitirdiği, bu sistemin Türkiye'yi geri götürdüğü gibi gerekçelerle Türkiye'nin bir an önce başkanlık sistemine geçmesi gerektiği iddiasıyla sistem değişikliğini çizgilerine en çok taşıyan gazetelerden olmuştur. Tüm karikatürlerinde bu yaklaşımı benimseyen Turhan, seçim süreci boyunca AK Parti söylem ve ideolojisini meşrulaştıran, yeniden üreten bir çizgi izlemiştir.

Milliyet gazetesindeki karikatürlerin genelinin, kararsız seçmenlerdeki artışa, siyasetteki yozlaşmaya, artan terör olaylarına, medya sansürüne ve AK Parti iktidarının gittikçe otoriterleştiği iddialarına eğildiği görülmüştür. Bunlarla birlikte, cumhurbaşkanlığı makamının tarafsızlığını yitirip Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın meydanlarda AK Parti lehine propaganda yapması, seçimlerde haksız rekabet ortamının oluşması gibi konulara da değinilmiştir. Kararsız seçmenlerin artması ve iktidarın otoriterleşmesi iddialarına en fazla yer veren karikatürler *Milliyet* gazetesinde yer almıştır. Ayrıca Kasım 2015 seçim sürecinde artan terör saldırılarında verilen şehitlerin, yapılacak seçimden daha önemli olduğunu vurgulayan çizgiler dikkat çekmiştir. Bu doğrultuda *Milliyet* gazetesi karikatürlerinin, gazetenin genel yayın politikasına paralel, ortada bir duruş sergilediğini söylemek mümkündür.

Zaman gazetesinde Cem Kızıltuğ, Tuğrul Karacan, Dağıstan Çetinkaya ve Emre Özdemir gazetesinin karikatür köşesini paylaşan isimler olmuştur. *Zaman* gazetesinin Haziran 2015 seçimi yaklaştıkça muhalif tavrını daha da sertleştirmesi, gazetede yayımlanan karikatürleri de etkilemiştir. *Zaman* gazetesi, iktidarın otoriterleşmesi konusuna en fazla eğilen karikatürlerin yer aldığı gazete olmuştur. Aynı şekilde Kasım 2015 seçim sürecinde de otoriterliğe sıklıkla vurgu yapılmıştır. Bunun yanı sıra Kasım 2015 seçim döneminde gelişen olaylara paralel olarak, iktidarın nefret söylemi, baskıcı politikaları ve terör konularında karikatür sayısını artırmış ve Haziran 2015 seçim dönemine göre iki kat fazla karikatüre yer vermiştir. Dağıstan Çetinkaya ve Emre Özdemir genellikle çok soyut ve yan anlamdan çıkarılabilecek karikatürlere yer vermiş, ‘tek yumruk’, ‘kırık adalet terazisi’, ‘zincirle bağlanmış beyin’ gibi soyut imgelerle okuyucuyu düşündüren karikatürleri tercih etmişlerdir. Bu karikatürlerin tamamında iktidarın toplum ve medya üzerindeki otoriter tavrı eleştirilmiştir. *Zaman* gazetesi karikatürlerinde dış güvenliğimizin endişe verici olması, sınırımızda devriye gezen yabancı savaş uçaklarının F-16’larımıza tacizde bulunması, Rusya ile yaşanan uçak krizi, yurt içinde gittikçe artan terör ve canlı bomba eylemleri gibi olayların iktidarın yanlış politikasının sonuçları olduğu görüşü vurgulanmıştır. *Zaman* gazetesinde yer alan karikatürlerin tamamının, iktidarı sert bir dille eleştiren çizgiler olması, gazetesinin genel yayın politikasının bir sonucu olarak değerlendirilmiştir.

Cumhuriyet gazetesinde ise çizerlerinden Musa Kart, Behiç Ak ve Semih Poroy’un paylaştığı karikatür köşesinde genellikle somut, ilk bakışta çözümlenebilen basit ama vurucu mesajlar dikkat çekmiştir. Bu karikatürlerde seçim vaatleri, medya sansürü ve terör konusu en çok işlenen konular olmuştur. Karikatürlere baktığımızda doğrudan Cumhurbaşkanı Erdoğan’ı ve Başbakan Davutoğlu’nu hedef alan mesajlar görülmüştür. Ayrıca *Cumhuriyet* gazetesinde dinin siyasete alet edildiğini gösteren karikatürlere de yer verilmiştir. Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın otoriterliğine sıklıkla vurgu yapan *Cumhuriyet* gazetesi karikatürleri, 2015 yılı seçim kampanyalarının toplumu iki kutba ayıran bir strateji göttüğünü de çizgilerine taşımıştır. Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın tarafsızlık ilkesini bir kenara bırakarak meydanlarda AK Parti lehine propaganda yapması eleştirilmiş, bu nedenle AK Parti dışındaki partilerin dezavantajlı bir duruma düştüğü, gazetesinin pek çok karikatüründe işlenmiştir. *Cumhuriyet* gazetesinin hemen hemen bütün karikatürleri iktidarın yolsuzlukları, sarayın görkemli yaşamı karşısında halkın fakirliği, sosyal sorunlara çare bulunamaması gibi AK Parti iktidarını hedef alan çizgilerden oluşmuştur. Sonuç olarak, *Cumhuriyet* gazetesinde yayımlanan karikatürlerin, diğer gazetelerde de olduğu gibi genel yayın politikası doğrultusunda şekillenerek muhalif çizgisini hep koruduğunu söylemek mümkündür.

Söylem çözümlemesi ve göstergebilimsel çözümleme yöntemiyle yürütülen bu çalışmada, bütün kitle iletişim araçlarında olduğu gibi gazete karikatürlerinin de yer aldıkları gazetelerin genel yayın politikası doğrultusunda siyasal söylem ve ideolojileri yeniden ürettiği tespit edilmiştir. Bu bağlamda, karikatürlerde toplumsal gerçekliklerin yeniden inşa edildiği görülmüş, siyasal söylem ve ideolojilerin yeniden üretimi hususunda haberlere, makalelere, köşe yazılarına ve fotoğraflara ek olarak siyasal karikatürleri de etkin biçimde kullandıkları saptanmıştır.

Kaynakça

- Althusser, L. (2014). *İdeoloji ve devletin ideolojik aygıtları*. (Çev. A. Tümertekin). İstanbul: İthaki Yayınları.
- Brummett, P. (2003). *İkinci meşrutiyet basınında imge ve emperyalizm*. İstanbul: İletişim Yayınları.

- Cheviron, N. T. (2009). Haber-yorumdan seyir ve gösteriye. Y. Inceoğlu ve N. A. Çomak, (Ed.), *Metin çözümlemeleri*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Çakır, H. ve Öztekin A. (2014). İletişim ve..., Aysel Aziz ve Suat Sungur (Ed.), *Gazetelerde yer alan politik karikatürlerin siyaset bağlamında Ak Parti örneği üzerinden incelenmesi*. (s. 69-106). İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Çam, Ş. (2008). *Medya çalışmalarında ideoloji*. Ankara: De Ki Basım Yayım Ltd.
- Danyal, N. (2001). Kovana çomak sokmak. *Karikatür ve siyaset, cartoon and politics*, 7. *Uluslararası Karikatür Festivali, 4-8 Mayıs*, Ankara, 9-10.
- Devran, Y. (2007). The portrayal of Turkey in the British media: Orientalism resurfaced, *Insight Turkey*, 9(4), 100-115.
- Duverger, M. (1964). *Politikaya giriş*. (Çev. S. Tiryakioğlu). İstanbul: Varlık Yayınları.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar K. (2005). *Öteki kuram*. (2. Baskı). Ankara: Erk Yayınları.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar K. (2010). *Öteki kuram*. (3. Baskı). Ankara: Erk Yayınları.
- Fairclough, N. (2003). *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. London and New York: Routledge.
- Fiske, J. (2003). *İletişim çalışmalarına giriş*. (Çev. S. İrvan), Ankara: Bilim ve Sanat yayınları.
- Foucault, M. (1972). *The archaeology of knowledge and the discourse on language*. New York: Pantheon Books.
- Foucault, M. (1980). *Power/knowledge*. New York: Pantheon.
- Gamson, W. A., David, C., William H. and Theodore S. (1992). Media images and the social construction of reality. *Annual Review of Sociology*, (18) 373-393.
- Gramsci, A. (2008). *Hapishane defterleri*. (Çev. K. Somer). Ankara: Aşına Kitaplar.
- Hall, S. (1997). The work of representation. S. Hall (Der.), *Cultural representations and signifying practices*. (p.15-64). New Delhi: Sage Publications.
- Hall, S. (2005). The rediscovery of ideology: return of the repressed in media studies. M. Gurevitch, T. Bennett, J. Curran and J. Woollacott (Ed.), *Cultur, Society and the Media*. (p. 52-84). London and New York: Routledge.
- Haydari, N. (2010). *Neoliberalleşme sürecinde basın karikatürleri: Çok seslilik ve radyo*. Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Ulusal İletişim Kongresi, Erzurum.
- İnal, M., A. (1996). *Haberi okumak*. Temuçin Yayınları.
- Kar, İ. (1996). *Mizah-külüt-gülüt-karikatür*, Ankara 2. Uluslararası Karikatür Festivali, Karikatür Vakfı Yayınları, (s. 67-69). Ankara.
- Kayış, Y. (2009). *Demokrat parti döneminde siyasi karikatür (1950-1960)*. İstanbul: Libra Yayıncılık.
- Kışlalı, A. T. (1997). *Siyaset bilimi*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Levent, T. (1995). *Sanata evet, dramatizasyon ve karikatür*. 1. Uluslararası Ankara Karikatür Festivali, Ankara: Karikatür Vakfı Yayınları.
- Lippmann, W. (1998). *Public opinion*. New Brunswick, New Jersey: Transaction Publishers.
- Mardin, Ş. (2004). *İdeoloji*. İstanbul: İletişim Yayınları.

- medyatava.com, (2016). <http://web.archive.org/web/20150911133515/http://www.medyatava.com/tiraj>, Erişim Tarihi: 12.08.2016.
- milliyet.com.tr, (2016). <https://www.milliyet.com.tr/siyaset/musluman-in-bir-k-be-si-var-dir-2060254>, Erişim Tarihi: 19.09.2016.
- Mills, W. (1974). *İktidar seçkinleri*. (Çev. Ü. Oskay). Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Nesin, A. (2001). *Karikatür ve siyaset*. 7. Uluslararası Karikatür Festivali, Ankara.
- ntv.com, (2016). https://www.ntv.com.tr/turkiye/kilicdaroglu-bunlar-findik-kurdu,vi_Ml-ByWU-5mrq86uP2qQ., Erişim Tarihi: 24.09.2016.
- Nixon, A. ve Power, C. (2007). *Towards a framework for establishing rigour in a discourse analysis of midwifery professionalisation*, *Nursing Inquiry*, 14(1).
- Oskay, Ü. (1980). *Popüler kültür açısından 'ideoloji' kavramına ilişkin yeni yaklaşımlar*. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi, 35(01), 197-253.
- Özer, A. (1994). *İletişimin çizgi dili*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Özer, A. (1997). *Sanat ve karikatür*. Ankara: Karikatür Vakfı Yayınları.
- Öztekin, A. ve Öztekin, H. (2020). İktidarın meşruiyeti ve rıza üretimi: Masallardan ve mitlerden kitle iletişimine toplumsal bilincin inşası. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(30), 2911-2940.
- Parlak, İ. ve Öztürk. A. (2015). 2009-2015 aralığında 'açılım' süreçlerine yönelik siyasi parti söylemleri üzerine karşılaştırmalı bir analiz. *EUL Journal of Social Sciences*, 87-114,
- Rozental, İ. (1996). *21. yüzyıl/internet/bombalar*. Ankara 2. Uluslararası Karikatür Festivali, Ankara: Karikatür Vakfı Yayınları.
- Saybaşı, K. (1985). *Siyaset biliminde temel yaklaşımlar*. Ankara: Birey Toplum Yayınları.
- Selçuk, T. (1998). *Grafik mizah*. İstanbul: İris Yayınları.
- Sholle, D. (2005). Eleştirel çalışmalar: ideoloji teorisinden iktidar/bilgiye. M. Küçük (Der. ve Çev.), *Medya iktidar ideoloji*. (s. 255-284). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Sözen, E. (1999). *Söylem: Belirsizlik, mübadele, bilgi/güç ve refleksivite*. İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Thompson, J. (1984). *Studies in the theory of ideology*. Cambridge: Polity Press.
- Van Dijk, T. A. (1998). *İdeology*. London: Sage Publishes.
- Van Dijk, T. A. (2002). Political discourse analysis and ideology. (C. U. Lorda and M. Ribas (Ed.), *Analisi del discurs politic*. (s. 15-34). Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, IULA.
- Van Dijk, T. A. (2003). Söylem ve ideoloji: Çok alanlı bir yaklaşım. (Çev. B. Çoban, Z. Özarlan ve N. Ateş), B. Çoban (Ed.), *Söylem ve ideoloji: Mitoloji, din, ideoloji* (s. 112-113). İstanbul: Su Yayınevi.
- Vokey, S. (2000). Inspiration for insurrection or harmless humour? Class and politics in the editorial cartoons of three Toronto newspaper during the early 1930s. *Labour/Le Travail*, (45), 141-70.
- Williams, R. (1977). *Marxism and literature*. Newyork: Oxford University Press.
- Yörükoğlu, A. (1996). Gülmecenin işlevi. *Ankara 2. Uluslararası Karikatür Festivali*.

Ankara: Karikatür Vakfı Yayınları.

Gazeteler

Cumhuriyet Gazetesi, 17 Mayıs 2015 - 7 Haziran 2015 tarihleri arası sayıları ve 11 Ekim 2015 - 1 Kasım 2015 tarihleri arası sayıları.

Habertürk Gazetesi, 17 Mayıs 2015 - 7 Haziran 2015 tarihleri arası sayıları ve 11 Ekim 2015 - 1 Kasım 2015 tarihleri arası sayıları.

Milliyet Gazetesi, 17 Mayıs 2015 - 7 Haziran 2015 tarihleri arası sayıları ve 11 Ekim 2015 - 1 Kasım 2015 tarihleri arası sayıları.

Yeni Şafak Gazetesi, 17 Mayıs 2015 - 7 Haziran 2015 tarihleri arası sayıları ve 11 Ekim 2015 - 1 Kasım 2015 tarihleri arası sayıları.

Zaman Gazetesi, 17 Mayıs 2015 - 7 Haziran 2015 tarihleri arası sayıları ve 11 Ekim 2015 - 1 Kasım 2015 tarihleri arası sayıları.