



Humanities Sciences
ISSN: 1308 7320 (NWSAHS)
ID: 2016.11.3.4C0209

Status : Original Study
Received: April 2016
Accepted: July 2016

Haluk Ölçekci

Gazi University, holcekci@gmail.com, Ankara-Turkey

<http://dx.doi.org/10.12739/NWSA.2016.11.3.4C0209>

TÜRKİYE'DE MİLLİYETÇİ MİZAH ÖRNEĞİ: ÇAYLAK DERGİSİ

ÖZ

Toplumsal düşünüşün en kesif ürünlerinden birisi olan mizah, Türkiye'de basın yayın faaliyetlerindeki zayıflıklarıyla bilinen milliyetçi camiada bir filiz vermiş ve Çaylak Dergisi yayınlanmıştır. Çaylak Dergisi, milliyetçi kesimlerin ideallerini, sevgilerini, öfkelerini, hayata bakış ve çözüm önerilerini mizah üzerinden aksettirerek, anlamamıza yardımcı olan yayın organıdır. Soğuk savaşın etkisi altında kalan 1970'ler Türkiye'sinin düşünce yapısını ve kültürel değerlerini Çaylak mizah dergisi üzerinden incelemek mümkündür. İdeolojik mücadelenin en sert şekilde yaşandığı bir dönemde, güldürürken düşündürerek fikri mücadeleye dâhil olan Çaylak, sol kesimin tekeline bırakılmış mizah sahasında Türk milliyetçiliğinin sesi olmuştur. Çaylak'ın çıkışı, Türk milliyetçiliğini toplumsal ve kültürel hayatın her alanında daha görünür hale getiren ciddi bir yükselişin aracı ve işaret fişeğidir. Bu çalışmada, milliyetçi kesimlerin 1970'lerin Türkiye'sindeki duygu ve düşüncelerini farklı dil ve üslubuyla sunan mizah dergisi Çaylak incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Mizah, Karikatür, İletişim,
Görsel İletişim, Türk milliyetçiliği

NATIONALIST HUMOR EXAMPLE IN TURKEY: ÇAYLAK JOURNAL

ABSTRACT

Social thought of the discovery that one of the products of humor, gave a sprout in the nationalist community known for its weakness in media activities in Turkey and Çaylak journal has been published. Çaylak Journal, the ideals of the nationalist circles, their love, anger, humor, outlook on life and mirror the curving through the solutions, that help us understand the publication. Under the influence of the Cold War 1970s, Turkey has thought possible to examine the structure and cultural values through the Çaylak humor journal. At a time when the ideological struggle experienced the hard way, Çaylak journal as laughter and thinking that joined the intellectual struggle, Humor sites on the be left have a monopoly of the leftists part has been the voice of Turkish nationalism. The output of the Çaylak, making Turkish nationalism more visible in all areas of social and cultural life is a significant rise tool. In this study, it is offering thoughts and feelings of nationalist circles in Turkey of the 1970s with a different linguistic and stylistic humor journal Çaylak will be examined.

Keywords: Humor, Caricature, Communication,
Visual Communication, Turkish Nationalism



1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Mizah duygusu, komik yanlarıyla birlikte hayatın anlamına ilişkin sıra dışı değerlendirme yetisidir. Gelişmiş bir mizahın ortaya çıkabilmesi için, yaratıcı bir zihni faaliyetin olması gereklidir. İlk insanların konuşmadan önce güldüğüne ilişkin yabana atılmayacak iddialar (Yardımcı, 2010:4), duygu ve düşünceleri anlatmaya yarayan bir işaretler sistemi olan dilin, insanoğlunun kendini ifade etme uğraşında önceleri çizgiyi kullanarak karşımıza çıktığını doğrulamaktadır. Yazıdan çok daha önce insan hayatını ve düşüncesini dile getirmeye başlayan çizgi dili sembolik bir güce sahiptir. İlk mağara resimlerinden bu yana simgesel anlatımı kullanan çizginin müthiş bir betimleme gücü vardır. Her şeyin bir anlamda çizgiyle ifade edilebilmesi, dilsiz bir düşünce ya da düşüncesiz bir dilden söz etmenin imkânsızlığına işaret etmektedir. Toplumsal hayattan önde yürüyen düşünceyi biçimlendirme gücüne sahip olan dil, sembol niteliği kazanmış şekilleriyle bireylerin üstünde bir konuma sahiptir (Mülayim, 2006:234). Geçmişten günümüze hayatın ve kültür ürünlerinin anlaşılabilmesinde, yazılı belgelerin yanı sıra semboller ve imgeler üzerinden söylenenler de önemlidir. İmgeler üzerinden yapılan okumalarda, konu daha canlı bir şekilde canlandırılabilir.

Resimler, fotoğraflar, karikatürler, heykeller ve diğer imgeler, kültürlerin yazıya dökülmemiş deneyimlerini ya da bilgilerini paylaşma olanağı sağlar (Burke, 2003:13). İnsanların olaylar karşısında geliştirdiği düşünce, inanç ve değer farklılıkları ile ideolojik yaklaşımlarından kaynaklanan tasavvur farklılıkları imgeler ve sembollerin dili üzerinden anlaşılabilir. Bir duygunun, düşüncenin ve kavramın kelimeler yerine imgeler ve semboller kullanılarak anlatımına dayanan görsel iletişim, Fransa'da Lascaux Mağarasındaki M.Ö. 15.000'lere ait ilk örneklerinden bugünlerin internet teknolojisine son yıllarda süratle geçmiştir. Daha önceleri bilinmekle birlikte kullanım sınırları dar olan bu iletişim biçimi, yeni medya çağıyla birlikte çok daha büyük önem kazanmıştır. Gönderilen mesajların fotoğraf, film, grafik, karikatür, semboller gibi görsel malzemeler aracılığıyla iletilmesini ifade eden bu yeni iletişim biçimi, Görsel İletişim olarak adlandırılmaktadır (Künüçen ve Olguntürk, 2014:335).

2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ (RESEARCH SIGNIFICANCE)

Üzerinde yeterince kültür, sanat ve düşünce eseri üretilmemiş bir dönem Türkiye'si'ni mizah cephesinden okumak, görsel nesnelere üzerinden farklı bakış açıları getirmemize yardımcı olacaktır. Siyasetin çokça söz sanatlarıyla ve atışmalarla renklendiği ülkemizde, mizah dilini kullanmayı başarmış bir ideolojik mücadeleyi takip etmenin eğlendirici olmanın yanı sıra öğretici olacağı muhakkaktır. Türkiye'nin dünyadaki soğuk savaşın etkisinde olduğu 1980 öncesi politik iklimi ve olaylara milliyetçi bakış açısını, Türk basın tarihinde nadir rastlanan milliyetçi mizah örneği Çaylak Dergisi üzerinden sergilemeye çalışacağız.

3. YÖNTEM (METHODOLOGY)

Çalışma nitel araştırma tekniklerinin kullanıldığı betimsel bir çalışmadır. Belirlenen amaç kapsamında kaynaklara ulaşılarak incelemeler yapılmış ve alt başlıklar halinde durum ortaya konmuştur.

4. BULGULAR (FINDINGS)

4.1. Mizahın Ortaya Çıkışı (Emergence Of Humor)

Türkçe'de gülmece, nükteler, fıkra, hiciv, alay, espri anlamlarında kullanılan mizah kelimesi, Arapça *mizac* kelimesinden gelmektedir. İngilizce'de *humour* olarak ifade edilen bu sözcüğün Fransızca aslı



"humeur" da huy ve mizaç anlamı taşımaktadır. Olaylara gülerek yaklaşımın sanatlı bir biçimle ifade edilmesi olarak tanımlanan mizah terimi, günümüzde gülmece sözüyle de karşılanmaktadır. Ancak gülmecenin amacı okuyanı, dinleyeni ya da seyredeni gülümsetebilmek iken; mizahın amacı gülümsetmeye ilave olarak düşündürmektir (Fırlar ve Çelik, 2010:165). Mizah toplumsal bir düşünüş ürünüdür ve insanın olduğu her yerde mizah söz konusudur. Kökeninde eğlence ve hoşgörü bulunmakla birlikte, mizahi ürün yaratıldığı toplumun sosyo-kültürel ve ekonomik koşullarının, değer sistemleri ve gelenek-göreneklerinin olumlu ya da olumsuz yönlerini gülünecek biçimde yansıtan bir karaktere sahiptir. Böylelikle mizah, toplumlara kendi sorunlarını düşünmeye, biçimlendirmeye ve rahatlamaya yönlendirir. Mizah kavramı farklı alanlarla ilgili olduğu için, en eski çağlardan bu yana metafizik, edebi, ruhbilimsel, mantıksal ya da gerçekçi pek çok yaklaşımla tanımlanmaya çalışılmıştır. Ortaya konan mizah kuramları gülme olgusunu bütün yönleriyle açıklayamadığı için; üstünlük, saldırganlık, uyumsuzluk, rahatlama gibi öne çıkan konular üzerinden tanımlamalara gidilmiştir.

Oluşturulma yöntemleri ve amacı üzerinden mizaha yaklaşan Bergson (1996), daha çok temayı göz önünde tutarak karşıtlık üzerinden olguyu açıklamaya çalışmıştır. Utanma ve korku gibi gereksiz ve istenmeyen duyguların gülmeyle dağılacağını ileri süren *rahatlama teorisi* ise Freud'a aittir. Freud'un yaklaşımı psikanalist öğreti doğrultusundadır ve mizahın insanlardaki saldırı dürtüsünden kaynaklandığını savunur. Mizahın bastırılmış, seksüel ve saldırgan uyarıların sosyal olarak dışavurumuna izin verdiği düşüncesini ileri süren Freud, mizahı sansürün dışı vurulmuş hali olarak tanımlamaktadır (Morreal, 1997:8-9). Mizahın değerini ve kaynağını araştıran düşünürlerin, mizahın fonksiyonlarını açıklamak üzere ortaya koyduğu bir başka yaklaşım ise *üstünlük teorisi*'dir. Bu yaklaşıma göre; kendini beğenme duygusuna dayalı olarak gülme ve hoş vakit geçirme amacının dışında, karşıdakinden bir adım öteye geçme amacıyla mizah yapılmaktadır. Bu yaklaşımda mizah kişinin çevresindeki statüsüyle ilişkili olarak değerlendirilmektedir. Kişinin kendi üstünlüğü ile karşıdakinin bedensel ve zihinsel kusurlarının karşılaştırıldığı bu yaklaşıma politik, ideolojik, etnik, ırkçı, karşı cinsin zayıflığını ortaya koymaya çalışan şakalar dâhildir. Uyuşmazlık teorisinde ise kişilerin mantıksız, münasebetsiz ya da beklenmedik bir durumla karşılaştığında ortaya çıkan komik durumu açıklanmaktadır (Yardımcı, 2010:23).

Gündelik yaşam içerisinde eğlendirme ve rahatlatma gibi işlevlere sahip mizah, aynı zamanda toplumsal aksaklıkları fark ettirme ve muhalefet ve hatta iktidara karşı bir direniş yöntemidir. Siyasetle ilişkisinde bir hicvetme aracı olarak öne çıkan mizah, ellerinde bulundurdukları iktidar gücünü çıkarları doğrultusunda ve keyfi kullananlara karşı bir nevi kamuoyu denetimi işlevi görmektedir (Apaydın, 2006:323). Siyasal bir iktidara ya da herhangi bir güce karşı popüler kültür kanallarını kullanarak yapılan direniş yöntemlerinden birisi de mizahtır. Mizahın kötü yöneticiler ile uğraşması kendi tarihi kadar eskidir. Eski Yunan'da mizah ve özellikle komedi, iyi-kötü çatışmasını ve rejim konusunu ön plana çıkarmıştır. Soylular rejimi, cumhuriyet, demokrasi, monarşi, oligarşi tartışmaları mizahın konusudur. İnsanlar üzerinde kötü güçlerin yığınlık ve korku etkisi ortadan kalkınca mizah devreye girmiştir. Mizah kötünün taklidini yaparak neşe sağlamıştır (Öngören, 1998:17-18). Mizahın bir sanat ve meslek haline gelmesi değişik türlerde zenginleşmesine yol açmıştır. Mizah gibi genel bir kavram yerine şaka, nükte, hiciv, alay, matrak, taşlama gibi türler altında gelişmiş örnekler verilmiştir.



Mizahçı bu mizah türlerine uygun örnekler verdiğiinde hoş görülerek bahşiş alabilmiş, kimi durumlarda ise mizah yaparak başışlanmıştır. Mizah zaman içerisinde genel ve açık eğlencelerden kapalı otuurlara ve dolaylı anlatımlara kadar uzanan geniş bir seyir izlemiştir. Ortaçağın skolâstik düşünce sisteminde izne bağılı ve güdümlü olarak kullanılabilen mizah, belirli konuların tamamen yasaklı olmasından dolayı yeni yaratışları gerçekleştirilememiştir. Mizahın diriliş, Rönesans hareketi ile başlamış ve en büyük savaşını yarı kutsallık atfedilen Aristo mantığına karşı yapmıştır. Dogmatizmin günlük hayata uymayan yönleri, zengin bir mizah oluşumuna zemin hazırlamıştır. Soylularla sosyal değerler için savaşan mizah, arkasına halkın desteğini almıştır. Moliereve Cervantes'in eserleri o dönem için bulunmaz bir ortam yaratmıştır. Bu yeni dönemde gelişen özgür düşünce mizahtan faydalanmanın ötesinde, kimi zaman mücadelesini sadece mizah üzerinden yürütmüştür. *Gargantua, Deliliğe Methiye, Don Kişot, Moliere, Voltaire'in Felsefe Sözlüğü* gibi pek çok eserle modern mizahın temelleri atılmıştır (Öngören, 1998:21).

Matbaa'nın icadının yazılı ve grafik basın araçlarını artırmasıyla karikatür daha geniş kitlelere ulaşılmıştır. Karikatürü gazeteciliğe ilk defa Fransız ressam Charles Philipon 1831'de Paris'te yayınladığı *La Caricature* gazetesiyle getirmiştir (Alsaç Ü.1994: 35). İngiltere'deki ünlü siyasi mizah dergisi *Punch* ve Honore Daumier'in *La Caricature* isimli karikatür dergisi bu alanda çığır açan çalışmalarıyla tarihteki yerlerini almışlardır (Topuz, 1997:53). Mizah gitgide geleneksel bir eğlence biçimi olmaktan ve hoşgörülle sınırlandırılmaktan çıkarak, yasaların belirlediği sınırlar içerisinde yapılmaya başlanmıştır. Gücünü Tanrı'dan alan mutlakiyetlerin yerini Meşrutiyet ve Cumhuriyet idarelerinin almasına paralel olarak mizah da toplum içerisinde bir silah olarak gelişimini sürdürmüştür. Nitekim modern mizahın ilk örnekleri, meşrutiyetin ilan edildiği Fransa'daki yayınlanan mizah dergisiyle verilmiştir. Türkiye'de mizahın biçim kazanması ve yükselişinin, yine bir meşrutiyet dönemine rastlaması tesadüf değildir. Toplum üzerinde basının etkisinin artması, modern mizahın hayat bulmasını sağlamıştır. Sözlü mizahı ikinci plana atarak köklü değişimin önünü açan yazılı mizah mizahçı, yazar ve çizerleri kendi etrafında toplamıştır. Yazılı mizaha uyum sağlayabildiği ölçüde fıkra, nükte ve alay gibi sözlü mizah türleri varlıklarını sürdürebilmiştir.

4.2. İletişim Aracı Olarak Mizah (Humor as a Communication Tool)

Düşünceleri belirli kodlarla ileten bir gönderici ve bu kodlamaları çözerek algılayan bir alıcı arasındaki ilişkiyi anlatan iletişim sürecinde amaç, göndericinin düşüncelerini alıcıda oluşturmaktır. İletişimin olumlu yönde ilerlemesine katkı sağlayan yöntemler arasında mizah da sayılmalıdır. Mizah bir iletişim dili olarak iletişim sürecinin bütün öğelerini barındırmaktadır. Mizahi eser her zaman bir mesaj içermektedir. Mizahı üreten gönderici konumundadır. Mizahı alıcıya ulaştıran ise kitle iletişim araçlarıdır. Bu araçlar önceleri dergi, gazete, kitap iken, artık yaygın bir şekilde kullanılan e-dergiler, internet ve sosyal medya sayfaları vardır. Mizahtaki mesaj ise, bir durumu çarpıtarak gülünç hale getirme ya da bir kavram üzerine alıcının düşünmesini sağlama şeklinde olmaktadır. İletişim sürecinin son ögesi olan alıcı, kitle iletişim araçları üzerinden mizahı tüketendir. İnsan ilişkilerinin olduğu her yerde mizah vardır. Mizah sosyal yaşamın ilgi çeken ve hatırdaki kalan bir parçasıdır. Kişisel ilişkilerin geliştirilmesinde ve her aşamasında mizahın etkisi söz konusudur. Bireyler arası iletişime katkı sağlayan mizah, yaşam kalitesinin yükselmesine de yardımcıdır.



Çeşitli bakış açılarının bütünleştirilmesi ve aralarında köprü olma yeteneğine sahip mizah, insanlar arasındaki ilişkilerin geliştirilmesinde, mesafelerin ortadan kaldırılmasında rol oynar. Bireylerin ve gruplar arası iletişimin gelişmesinin etkili bir faktörüdür. Etkili bir söz söylenmesi ve alıcılara ulaşılmasında iletişimciler mizahtan daima yararlanmışlardır. Mizahın kişilerarası iletişime katkılarının yanı sıra, kitlesel iletişimdeki etkisi üzerinde de durulmaktadır. Mizahın iletişim araçlarında kullanımının temel sebepleri arasında, geniş izleyici kitlesini çekebilme özelliği vurgulanmaktadır. Kitle iletişim araçlarında mizahın yer bulmasının bir diğer nedeni çocuklarla ilgilidir. Çocukların dikkatini ve ilgisini çekmek için özellikle eğitici programlarda mizaha bir eğitim aracı işlevi yüklenmektedir. İçeriğinde mizah barındıran programlardan izleyicilerin sıkıntılarını ve günlük stresini alması ve hoşça vakit geçirmelerinde yararlanılmaktadır (Roেকেlein, 2002:140).

Mizahın zihinde oluşan mesajı dikkat çeken sözcüklere dönüştürerek insanları odaklayabilme özelliği, iletişimcilerin yanı sıra politikacılar tarafından sıklıkla kullanılmıştır. Mizahın yapısında bulunan *birleştirme* ve *bölme* özellikleri sayesinde, izler kitleyi veya seçmeni birleştirmeye yardımcı olmakta, ayrıca yine mizah kullanılarak siyasal ayrılıklar zayıflatılabileceği gibi belirginleştirilebilmektedir (Meyer, 200:311). Basın yoluyla okuyucuya ulaşılmasında mizahın toplumu etkileme gücü her zaman kullanılmıştır. Burada önemli olan, mizahın iletişimde kullanılırken izleyici ve dinleyicinin mizahla birlikte sunulan mesajı nasıl yorumladığıdır. Tıpkı savaş dönemlerinde düşmanı hicvetmek ve aşağılamak için mizahın çok sık başvurulan bir silah olması gibi. Politikacılar, sanayiciler gibi sempati ve beğeni kazanmak isteyenler de mizahtan yararlanmışlardır. Politik çekişmeler, kadın erkek sorunları gibi konular üzerinden toplumsal çarpıklıklara mizah üzerinden dikkat çekilmiştir. Mizah yer aldığı iletişim araçlarında, o araçların tercih edilmesine katkı sağlamaktadır. Mizah insanlar arasındaki etkileşimin artmasında etkilidir (Provine, 1996:39).

4.3. Türk Mizahı (Turkish Humor)

Türk toplumunda uzun bir geçmişi olan mizah, farklı isimler tarafından belirli dönemlere ayrılarak incelenmiştir. Anadolu'da doğduğu halde bütün dünyaya yayılmış Noel Baba ve Ezop'un mizah öyküleri batı mizahının çekirdeğini oluşturmakla birlikte, Türk mizahına etkileri söz konusu değildir. Nasrettin Hoca ile Ezop'un mizah anlayışlarında bir benzerlik olmamıştır. Toplumsal yaşamın bir yansıması olan mizah anlayışı, Antik Anadolu kültürüyle Selçuklu ve sonrası Anadolu Türk kültürünün birbirinden farklı mizah anlayışlarını ortaya çıkarmıştır (Öngören, 1998:43). Selçuklu döneminde Dede Korkut, Keloğlan masalları, Nasrettin Hoca fıkraları gibi önemli mizah örnekleri verilmiştir. Padişahın kızını isterken Keloğlan'ın, göle maya çalarken Nasrettin Hoca'nın, atışmalarında Karagözle Hacivat'ın öne çıkan saflıkları ve dürüstlükleri mizah anlayışı üzerinden Türk milletinin karakterini yansıtmaktadır. İslam geleneğinin gülme etik ve estetiği üzerine kurulu Osmanlı mizahı, uzun yıllar durgun ve değişmez bir yapıya sahip olmuştur. 1830'larda matbaanın yaygınlaşmasıyla gelişim sürecine girmesi ve mizah basını olarak ifade etmeye başlayabileceğimiz bir seviyeye ulaşmasıyla farklı anlayışları ve sorunları ortaya çıkarmıştır. Modernleşmenin ilk işaretleri mizah malzemesi olarak kullanılmış; trenleri atların geçtiği, bozulan vapurları kayıkların çektiği karikatürler gülme konusu olmuştur (Georgeon, 2000:90). İlk dönem mizah gazetelerinin konuları daha çok halkın bildiği ve sevdiği Nasrettin Hoca, ortaoyunu ve Karagöz



temsilinden unsurlardan seçilmiştir. Sözlü mizah dönemine ait Nasrettin Hoca, Keloğlan, Kavuklu ve Pişekâr, Karagöz ve Hacivat ile Halk ve Divan edebiyatındaki taşlamalar ve Bektaşî fıkraları Osmanlı mizahında önemli bir yer işgal etmektedir (Karlıdağ, 2011: 304). Karagöz ile halkın ve onun kültürünün temsilciliği, Hacivat ile ise lonca eğitiminden geçmiş, usul, nizam, edebiyat bilen bir münevver portresi ortaya konmuştur. Osmanlı döneminde, mizahın en etkili yöntemlerinden hicve dair eserler de verilmiştir. 15. yüzyılda Şeyhi'nin hiciv edebiyatına ait ilk örnek sayılabilecek Harname'si, Nef'i'nin 17. yüzyıldaki kargaşalar karşısında yönetimi eleştiren hicivleri bunlar arasındadır (Selçuk, 2006:234).

Yazılı basının önemini artıran Tanzimat'la birlikte, yaşanan toplumsal değişimler ve bilhassa batılılaşmanın getirdiği doğu-batı ikilemeleri mizah için önemli konular olmuştur. Osmanlı'nın ilk mizah gazetesi olan Diyojen, 1870 yılında İstanbul'da Teodor Kasap tarafından çıkarılmış ve yankısı büyük olmuştur. Türkler tarafından çıkarılan ilk mizah dergisi ise Çaylak'tır. Mehmet Tevfik tarafından 1876 tarihinde İstanbul'da çıkarılmaya başlanan ve toplam 162 sayı yayınlanan Çaylak, özellikle aydınlar arasında büyük ilgi görmüştür. Bu dönemde yayınlanan dergiler arasında İbret-i Âlem (1873), Tiyatro (1874-1876), Latife (1874-1875), Şarivari Medeniyet (1874), Kahkaha (1875), Geveze (1875), Kara Sinan (1875), Meddah (1876)'ı sayabiliriz (Balcıoğlu ve Öngören, 1973:58). Politik mizahın ağırlık kazanmasında etkili olan Diyojen'in Osmanlı yönetimini eleştiren ve Meşrutiyet'i savunan yayınları iktidarın prestijini sarsmaya başlayınca bütün eleştirilerin önünü kesecek sansür devreye girmiştir: "Genel adaba aykırı olarak yazı ve şiirle, şaka ve yergiye ait şeylere veyahut edepsizce resim ve tasviri basan ve bastıran ve yayınlayan kimselerden bir mecdiye altından beş mecdiye altına kadar para cezası ve yirmi dört saatten bir haftaya kadar hapsolünür" (Yazıcı, 2011:1300).

Yurt dışındaki faaliyetleriyle muhalefet yapan Jön Türkler mizahı bir silah olarak kullandığı dönemde Hayal, Beberuhi, Pinti, Davul, Tokmak gibi dergiler çıkmıştır (Yazıcı, 2011:1302). Gerek basın ve gerekse Türk mizahı için karanlık bir dönem olarak nitelenen 1878-1908 istibdat yıllarının ardından, II. Meşrutiyetin ilanıyla birlikte mizah basınının en canlı dönemi başlamıştır. Pek çoğu birkaç sayı yayınlanabilen Karagöz, Hacivat, Cingöz, Davul, Dalkavuk, Çekirge, Falaka, Boşboğaz, Eşref, Züçürt, Cadaloz, Adam Sen De, Eşşek, Kibar, Malum, El Üfürük, Karagöz, Püsküllü Bela, Curcuna, Coşkun Kalemler, Yuha, Laklak, Kalem ve Cem gibi mizah ağırlıklı dergilerde Abdülhamit ve geçmiş dönem yergileri dikkat çekicidir (Yardım, 2005:20). Meşrutiyet mizahı geleneklerinin değişen siyasi atmosferin de etkisiyle unutulduğu milli mücadele döneminde mizah önemli bir propaganda aracı haline dönüşmüştür. Bu dönem mizahını Ankara ve İstanbul hükümetlerinden yana tavır alan mizah dergileri biçimlendirmiştir. Sedat Simavi'nin Güler yüz'ü Ankara hükümetinden yana tavır koymuş ve bu yüzden bir süre sonra kapatılmıştır. Aka Gündüz'ün Ankara'dan yazdıkları dışında, bu dönem mizahı İstanbul'dan şekillenmeye devam etmiştir.

Ali Kemal'in Peyam-ı Sabah'ı ve Refi Cevad Ulunay'ın Alemdar gazetesi gibi milli mücadeleye karşı çıkararak Yunan'ı tutan, Kuvayı Milliye'yi gözden düşürmeye çalışan karşı basınının mizah alanındaki temsilcisi olan Refik Halit Karay'ın Aydede'si savaştan sonra kapanmıştır. Kimi yazarlarının yurt dışına kaçmasının ardından geriye kalan kadronun çıkardığı Akbaba dergisi ise 1978 yılına kadar yayınlarını sürdürmüştür (Öngören, 1998:68). Milli mücadele döneminin mizah dergileri arasında Diken (1918-1920), Deccal (1917), Kaval (1920-1922), Ortaoyunu (1919), Alay (1920), Ayine (1921-1923), Aydede



(1922), Güleryüz (1921-1923), Kahkaha (1922), Akbaba (1922-1977), Zümrüdüanka (1922-1925), Kelebek (1924) sayılabilir (Topuz, 1997:221). Kültür ve düşünce hayatının yeniden şekillendiği Cumhuriyet döneminde mizahın canlanması için harf inkılabı ve Serbest Fırka deneyimi gibi politik süreçlerin tamamlanması gerekmiştir. Cemal Nadir'in Amcabey karakteri, Cumhuriyetin ilk dönem kültür ve düşünce hayatını, modernliği temsil etmiştir. Türkiye'nin en uzun ömürlü ve devamlılığı olan mizah dergilerinden birisi olan Akbaba 1922 yılından 1928 yılına kadar yayınlanmıştır. Kadrosunda Orhan Seyfi Orhon, Peyami Safa, Yusuf Ziya Ortaç, Valâ Nurettin gibi isimleri bulunduran dergi, 1933'ten sonra yeniden yayınlanmaya başlamıştır (İnuçur, 1992:42-43).

Dönemin başlıca mizah dergileri Akbaba (1922-1930-1933-1977), Karagöz (1908-1928-1935-1955), Papağan (1924-1928), Guguk (1924), Kelebek (1924), Vayvay (1925), Yeni Kalem (1927-1928), Nasreddin Hoca (1927), Köroğlu (1928), Kahkaha (1928), Babacan (1928), Kalem (1930), Brava (1930), Karagöz (1935-1952), Hemşeri (1935-1945), Karikatür (1936- 1948), Hoca Nasreddin (1940-1941) ve Amcabey (1942- 1944)'dir (Topuz, 1997:235). II. Dünya Savaşı sonrası yeni mizahın öncülerinden Marko Paşa, İttihat Terakki döneminin *Kalem* ve *Cem* gibi dergilerinden sonra siyasal mizah türünde yayın yapmaya başlamıştır. 1946 yılından 1950'ye kadar yayın hayatını sürdüren derginin kadrosunda Aziz Nesin, Sabahattin Ali, Rıfat Ilgaz gibi isimler yer almıştır (İnuçur, 1992:215). Çok partili hayata geçilmesiyle birlikte olgunlaşmaya başlayan mizah anlayışı, Demokrat Parti'nin basına sansür uygulamalarından etkilenmiştir. Çok partili hayatın tanınmış mizah dergileri *Tef*, *Dolmuş*, *Akbaba* ve *Karikatür*'dür. Askeri darbeler ve politik gerginliklerin gölgesinde ciddi bir durgunluk dönemi yaşayan karikatür ve hiciv, 1970-1980'li yıllarını daha çok sanayileşme, köyden kente göç edenlerin uyumsuzluk sorunlarını konu edinerek geçirmiştir. Devletin güvenlik güçlerine beslenen güven duygusunu zayıflatan sağ-sol gerginliği bu dönem mizahı üzerinde derin izler bırakmıştır.

1960'ların sonunda *Gün* gazetesinin bir eki olarak başladığı yayın hayatını dergi olarak sürdüren *Gırgır*, günümüz popüler mizahının temellerini atmış, mizahın kitleleşmesini sağlamıştır. 1970'lerin mizahında *Gırgır*, *Salata*, *Şamata*, *Çarşaf*, *Fırt*, *Çaylak*, *Mikrop*, *Fırça*, 1980'lerde ise *Laklak*, *Gıcık*, *Curcuna*, *Sıfır*, *Cins*, *Çuval*, *Tebessüm*, *Limon* ve *Hıbrır* dergileri dikkat çekmektedir (Şenyapılı, 2003:172-173). Türk mizahı 1980-1990 döneminde basın sektöründeki büyük değişimden payını alarak yükselişe geçmiştir. Ofset teknolojisi, renkli ve çok kanallı televizyon dönemi aynı zamanda mizahında canlandığı zamandır (Öngören, 1998:74). *Gırgır*'in yerine kurulan *Avni Limon*, *Leman*, *öküz* ve *L-Manyak* dergileri hedef kitleyi büyütüştür. Karikatürde dijitalleşmenin başladığı 2000'li yıllarda *Uykusuz*, *Penguen*, *Gırgır*, *Leman* gibi popüler mizah dergileri aynı zamanda web sitelerinden ve eklenen sosyal medya üzerinden yayın yapmaya başlamıştır (Arık, 2003:97).

4.4. Milliyetçi Mizah (Nationalist Humor)

Türkiye'de milliyetçiliğin yükselişe geçtiği, fikri muhteva ve güçlü bir mücadele iradesi ortaya koyduğu zamanlarda dahi yazılı ve görsel basındaki imkânları daima kısıtlı olmuştur. Kitle iletişim araçlarını kullanmadaki yetersizliğiyle bilinen milliyetçi camiaı, belki de kendileri için en uzak ve bir o kadar da zor bir saha olan mizahla tanıştıran *Çaylak* Dergisi olmuştur. Bütün dünyada etkili ve yaygın şekilde kullanılan bir iletişim aracı olan mizah, milliyetçi ülkücü kesimlerin uzun yıllar ilgi alanının dışında kalmıştır. Siyasal düşüncelerin iletilmesinde etkili bir araç olan mizah, milliyetçi ve



muhafazakâr kesimler için uzun yıllar bir tabu olarak kalmıştır. Osmanlı döneminden itibaren mizah daha çok Ermeni ve Rum azınlıkların, Cumhuriyet döneminde bilhassa 1970'lerden sonra sol eğilimli dergilerin tekelinde olmuştur. Kitle iletişim çağının son derece etkili ve güçlü bir politik eleştiri aracı olan mizah, belirli ahlaki kriterlere ve ideolojik kalıplara bağlı milliyetçi ve muhafazakâr kesimler için yıllarca bir tabu olarak kalmıştır. Milliyetçi ülkücü kimliğin ciddiyetiyle mizahın komikliğinin bir arada olamayacağına dair ciddi önyargılar vardı. Buna göre, referans kaynağını İslam ahlak ve fazileti olarak ortaya koyan Ülkücünün bel altıyla mizah yapması mümkün değildi. Bel altı esprisi ve fıkranın kullanılmadığı, kadın bedeni ile ilgili karikatürün reddedildiği, argo ağız ve küfürden uzak duran bir mizahın renksiz ve donuk olması kaçınılmazdı. Böylesi ucuzluklara başvurmadan mizah yapmanın bir yolu ve örneği yok gibiydi. Bu yolda başarılı olabilmenin yolu, sıradan mizah yazarçizerine göre çok daha donanımlı, kültürlü, altyapısı sağlam ve zeki olmaktan geçiyordu (Alkan, 2004:30).

Aslında sorun sadece milliyetçi kesime ait olmanın çok daha ötesindedir. Türkiye'de sağ-muhafazakâr çizgideki yayın organlarının tamamında bir mizah yetersizliği söz konusudur. Günümüzde kısmen gelişmeye başlayan bu alan, Türk basınının yakın geçmişinde çok nadir örnekler vermiştir. Sağ mizah dergileri Çaylak, Ustura, Arıza, Mikrop, Cafcaf gibi bir elin parmaklarıyla gösterilebilecek sayıdadır. Milliyetçi ve muhafazakâr kesimde mizahın gelişmesinin önündeki en önemli engel, karakteri gereği bel altı esprilerin, argo ve cinselliğin kullanıldığı bir alandan uzak durmalarıdır. Bu kesimlerin yayıncılığı mizahtan uzak ve son derece ciddi anlayışla yürütülen bir faaliyet sahası olarak gördüklerine dair genel bir kabul vardı.

Müstehcenlik gibi konulardaki çekincelerine rağmen, Türkiye'de milliyetçi kesimin mizah yeteneği yoksunluğundan söz etmek güçtür. Türk milletinin kadim kültüründe var olan halk nükteleri, fıkralar ve ozanların dizelerine kadar girmiş mizah örneklerine bakılırsa, bu toplumsal yapı içerisinde mizah yapmak mümkündür. Ancak sağ ve milliyetçi çevreler için mizahın alanını daraltan kırmızı çizgilerin soldan çok daha fazla olduğu da bir gerçektir. Bu durum sadece Türkiye için de geçerli değildir. Bütün dünyada sağ eğilimler daha savunmacı karakter taşır ve yüksek değer muhafızlığı yaparlar. Hâlbuki mizahın karakterinde eleştiri vardır. Sağ düşünce savunmayı düşünmekten eleştirme aşamasına geçememektedir. Kırmızı çizgilerden geriye kalan daracık bir alanda mizah yapan milliyetçi kesimin başarı oranı da bununla ilgilidir.

Türklük ve İslam gibi kutsallaştırılan değerler üzerine inşa edilen Türk milliyetçiliği fikir sisteminin, çoğunlukla bilimsel ve ideolojik çalışmalar ya da siyasi polemiklerle meşgul olması alışıldık bir durumdur. Bu nedenle, Gökalp'in Türkçülüğü ve Mehmet Akif'in İslamcılığını birleştirmeye çalışan ve buna göre Rumeli ve Balkanlar için *İmparatorluğa Mersiye*, Orta Asya Türklüğü için *Ağıtlar* eserlerini veren Osman Yüksel'in mizahi bir yöne sahip olması şaşırtıcı gelebilir. Serdengeçti'nin mizahi yönünü ortaya çıkaran siyasal hiciv şiirlerinin, Aziz Nesin'den dahi beğeni aldığı çok az bilinir. Osman Yüksel'in Serdengeçti Dergisinde *Gülünç Hakikatler* başlığıyla yayınlanan fıkraları, daha sonra aynı isimle kitaplaştırılmıştır. Keza Türk milliyetçiliğinin Gökalp'tan sonra en önemli ideologlarından Hüseyin Nihal Atsız'ın Dalkavuklar Gecesi (1941) ve Z (1959) Vitamini, türüne ender rastlanan hiciv kitaplarıdır. Tam da mizahın iktidara karşı duruş sergileme özelliğine yakışır bir şekilde kaleme alınmış bu eserlerde, milli şeflik devri ve tek parti diktasına ülkede kimsenin sesini çıkaramadığı yıllarda, devrin kudretli yöneticileri hedef



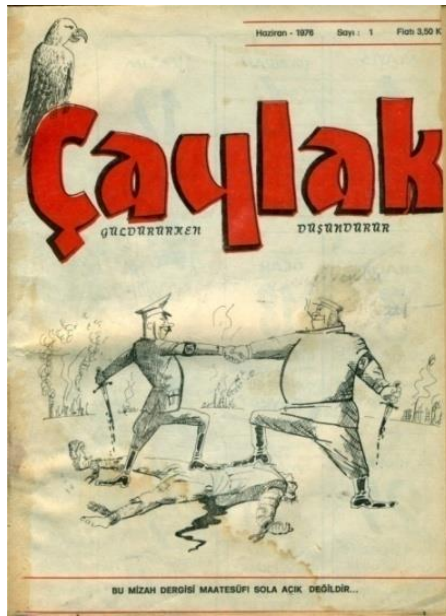
alınarak amansızca eleştirilmektedir. 1970'lerin mücadele ortamında rakiplerin sataşmalarına karşı sert tarzda cevap vermesini becerebilen milliyetçi kesim, siyasi rekabette asıl silahın rakiple dalga geçebilmeyi başarmada saklı olduğunu keşfetti. O güne kadar basın yayın organları ve bilhassa mizah basınında milliyetçi imajı, "sırtında fişeklik, belinde kama, elinde bomba ve tabanca ile bir antiinsan numunesi" (Alkan, 2004:29) olarak yansıtılıyordu. Solun tekelindeki yayın organları bu tiplerini sistematik ve şuurlu şekilde tekrar ediyor ve mizah yoluyla imaj yaydığı için kamuoyunda son derece etkili oluyordu. Solun hâkimiyetindeki mizahı kullanarak yaptığı alaycı hücumlara karşılık, milliyetçiler de bu etkili silahı kullanabilmek amacıyla Çaylak Dergisi ile meydana çıktılar. Milliyetçilerin basın yayında atılım yıllarında Çaylak dergisini 1977'de İstanbul'da 21 sayı yayınlanan *Zühtü* mizah dergisi takip etti. 1990'da tek sayı yayınlanan *Çete*, 1992-1994 yılları arasında Necdet Kuru tarafından Ankara'da 24 sayı çıkarılan *Tırpan* milliyetçi çizgideki diğer mizah dergileridir.

4.5. Çaylak Dergisi (Çaylak Journal)

Çaylak, Türk milliyetçiliğinin temel kabulleri doğrultusunda yayın yapan bir mizah dergisidir. Dünyadaki soğuk savaşın bir yansıması olarak Türkiye'de 1968 ile 1980 yılları arasında yaşanan sağ-sol mücadelesi ve komünizmle mücadele adına yapılan toplumsal muhalefetin en renkli seslerinden birisi Çaylak Dergisi'dir. Haziran 1976'da yayına başlayan Çaylak, o döneme kadar temsil ettiği kesimlerin başvurmadığı bir yöntemle, güldürürken düşündürerek fikri mücadeleye dâhil olmuştur. Sol kesimlerin tekeline bırakılan bir sahada iddialı bir çıkış yapan Çaylak Dergisi, yeterli söz hakkı verilmemiş konulardaki cesur yayınlarıyla Türk mizah tarihinde farklı bir yer işgal etmiştir. Toplumsal ve siyasal eleştirileriyle döneminin mizah basını içerisinde özgün bire sahip olan Çaylak Dergisi, milliyetçi ülkücü kesimin sözcülüğünü yapan etkili bir medya aracıdır. Türk milliyetçiliğinin siyasi, kültürel ve sosyolojik olarak kurumlaşmış hali olan Ülkücü Hareket'in görüşleri çerçevesinde bir yayın politikası izleyen Çaylak Dergisi, 1976 ile 1978 yılları arasında 27 sayı yayınlanmıştır. Aylık periyotlar halinde yayınlanan dergi, başlangıçta 16 sayfa iken, 6. sayıdan itibaren 20, 10. sayıdan itibaren 32 sayfaya çıkarılmıştır. Bu sayıdan itibaren Çaylak artık ofset baskı ve renkli olarak okuyucusunun karşısına çıkmaktadır. Derginin baskısı 60 bin gibi dönemi için çok büyük sayılabilecek rakamlara ulaşmıştır (Çaylak 11. sayı sunuş yazısından).

Ankara'da Ulus-Rüzgârlı sokakta küçük bir odada başladığı yayın hayatını daha sonra İstanbul'da sürdüren Çaylak'ın sahipliğini Selamet K. Bayhan, Genel Yayın Müdürlüğünü ise Uğur Tekin yapmıştır. Çaylak'ın çıkışının arkasında hiçbir finans gücüne sahip olmadan, bütün olumsuzluklara ve asgari imkân ve donanımdan yoksunluğa rağmen az sayıda idealist insanın ve amatör ruhun girişimi vardır (Çiftçi, 2010:43). Çaylak'a amatör ruhla hayat veren çizerleri ve yazarları arasında M. Sait Kıran, Hasan Gürpınar, Abdullah Manas, Uğur Tekin, Abdurrahim Karakoç, Cengiz Alpay, Dilaver Cebeci, Selçuk Oksal, Enver Orhan, Haldun Seven, Nejat Uygur gibi isimler vardır. Milliyetçi bir kimlik ve söylemle yayın yapan Çaylak'ın çıkışını, Türk milliyetçiliğini toplumsal ve kültürel hayatın her alanında daha görünür hale getiren ciddi bir yükselişin aracı olarak değerlendirmek mümkündür. Milliyetçilik fikrinin 1970'lerden itibaren ciddi dönüşüm geçirerek siyasallaşması ve geniş halk kitlelerine açılmaya başlamasıyla, Çaylak gibi bir mizah dergisinin yanı sıra genel olarak basın yayın faaliyetlerine artan ilgi arasında paralellik söz

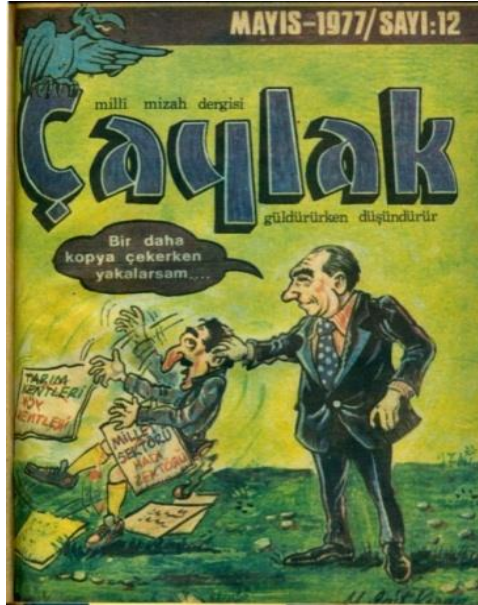
konusudur. Çaylak Dergisini incelemek, Türkiye açısından bir dönemin siyasal tarihi ve mücadeleleri hakkında fikir sahibi olmak demektir. Soğuk savaş dönemi Türkiye'sinin siyasal gelişmelerini Çaylak Dergisi'nin sayfaları aracılığıyla izlemek mümkündür. Bütün mizahi ürünler gibi Çaylak Dergisi de bir ihtiyaçtan doğmuştur. Derginin yayınlandığı dönemin egemen güçleri karşısında Türk milliyetçilerinin kendilerini ifade edebilmeleri amacıyla milliyetçi bir mizah dergisi hayata geçirilmiştir. Çaylak Dergisi, milliyetçi kesimlerin duygu ve düşüncelerini mizahın sunduğu farklı dil ve üslupla ifade edebilmelerine imkân sağlamıştır. Derginin ilk sayısındaki sunuş yazısında, kuruluş amacı olarak milli değerlerden yoksun kalmış mizah alanında var olma iddiası dile getirilmektedir. Çaylak'ın yayınlanmasıyla bu alanda "şartlanmış ya da cıvık cıvık bazı çevreler istedikleri kadar rahat at koşturamayacaklar" sözleri, derginin çıkış amacını özetlemektedir (Çaylak, 1977:1) (Resim 1).



Resim 1. Çaylak dergisi
(Picture 1. Çaylak journal)

İlk sayının kapağında, ellerinde kanlı bıçakla nasyonal sosyalizmi ve komünizmi temsil eden iki figürün ayakları altına aldıkları esir bir Türk karikatürü yer almaktadır. Çaylak daha ilk sayıdan Turancı'dır, antikomünisttir, faşizm karşıtıdır. Kapaktaki bu karikatürle, Ülkücülerin o yıllarda sıklıkla dile getirdiği "komünizme, kapitalizme. Faşizme, siyonizme ve her türlü emperyalizme karşı Turan'a kadar mücadele" söylemi yansıtılmaktadır. Özgün bir siyasal kimliğe sahip olan Çaylak Dergisi, bunu ilk sayısından itibaren kapağındaki bir klişeyle ilan etmektedir. Siyasal eğilimini "Bu mizah dergisi maatesüf sola açık değildir" klişesiyle belgeleyen Çaylak, bir karşıtlık üzerinden kendini konumlandırmaktadır. Türk milliyetçiliğinden çok daha sonra ortaya çıkmakla birlikte, son yıllarda komünizm düşmanlığı ile milliyetçiliğin tanımlanmasına Çaylak'ta da rastlanmaktadır. Fakat bu yorum, 8. sayıdan itibaren sol karşıtlığının altını çizen klişenin kullanılmaktan vazgeçilmesiyle kalkmıştır. Derginin bundan böyle tek sloganı, ilk sayıdan itibaren başlık üzerinden verilen "Milli Mizah Dergisi"dir. Çaylak Dergisinin siyasal eğilimi açıkça ifade edildiği üzere, milli ve milliyetçi bir çizgidir. Dönemin milliyetçiliğinin kendisini komünizm karşıtlığıyla

tanımlamaktan kurtularak, yavaş yavaş Türk İslam Ülkücülüğü adı altında bir fikir sistematiğine evrilişini (Ölçekçi, 2013), Çaylak Dergisi'ndeki dil, üslup ve işlenen konulardan yakalamak mümkündür. Çaylak mizah dergisi formatında çıkmakla birlikte, ideolojik bir söylemin öne çıktığı ciddi yazılara yeterince yer verilmektedir. Kültür ve siyaset ağırlıklı yazılar, Çaylak'ı fikir dergisi havasına büründürmektedir. Çaylak'ta ele alınan bütün temalar, Türk milliyetçiliği fikrinin sunumuna aracılık etmektedir. Çaylak'ın her sayısında Ülkücü Hareket'in 9 Işık doktrini bir destan üslubuyla okuyucuya anlatılmaktadır. Halklar ve sınıflar söylemini reddedilerek, birbiriyle iç içe geçmiş işçi, köylü, işveren, esnaf, memur ve serbest meslek sahibinden altı sosyal dilim oluşan milletten bahsedilmektedir. Çaylak'ın her sayısında bu sosyal dilimlerden birisinin şiirsel bir dille kaleme alınmış destanına yer verilmektedir. Bu serinin İşveren Destanı bölümünde, 9 Işık Doktrini'nin önemli başlıklarından millet sektörü şu şekilde anlatılıyor: "Şahsiyetin temeli mülkiyettir./ Herkes fabrikalara ortak edilecektir./ Hem maaşını alıp, hem de her yıl sonunda/ Ortak olacaksınız; fabrikanın karına/ Herkese mülk, herkese fabrikada ortaklık/ İşte; Millet Sektörü, çalış, kurulsun artık!.." (Altındağ, 1976:19) (Resim 2).



Resim 2. Çaylak dergisi, sayı:12
(Picture 2. Çaylak journal, number:12)

Çaylak'ın her sayısında, milliyetçi fikriyatın önemli isimlerinin yazılarına yer verilmektedir. Çaylak'ın mizahi kimliğinin dışına taşan ve ancak bir fikir gazetesinde rastlanabilecek ölçüdeki bu yazılar, genellikle Dünder Taşer ve Ergün Göze gibi Ülkücü camianın referans kaynağı isimlerine aittir. Dönemin ruhuna uygun olarak yazılarda daha çok antikomünizm propagandası dikkat çekmektedir. Ancak bu ciddi yazıların sunumunda dahi ince bir mizahın eksik bırakılmamıştır. Kendisinden de mizah yazısı talep edilen Ergün Göze'nin Çaylak ekibine cevabı bu ayardadır: "Yazamazsam kusura bakmayın. Mamafih isterseniz, en ciddi bulduğunuz bir kavga yazımı alıp koyun. Eğer solcularımızdan bahsetmişsem birkaç haftalık komik unsur mevcuttur içinde..." (Göze, 1976:11). Çaylak'ın en renkli yazarlarından birisi, edebiyatımıza Seyyah-ı Fakir Evliya Çelebi mizahi tipini kazandıran Dilaver Cebeci'dir. Milli ve tarihi

motiflerle bezeli lirik şiirleriyle tanınan Cebeci, *Çaylak*'ta *Seyyah-ı Fakir Evliya Çelebi* mahlasıyla her sayıda edebi, siyasi ve fikri sahada ele aldığı bir konuyu Dede Korkut şivesi ya da Evliya Çelebi seyahatnamesi üslubuyla mizahi dille birleştiren yazılar yazmıştır. O günün olaylarını Evliya Çelebi'yi konuşturarak, bazen de Dede Korkut'a anlattırarak mesajlar veren Dilaver Cebeci, *Çaylak* dergisinin de dâhil olduğu milliyetçi basın organlarındaki yazılarıyla milli romantizmin büyük bir kalemi olarak hafızalarda yer etmiştir. (Resim 3)

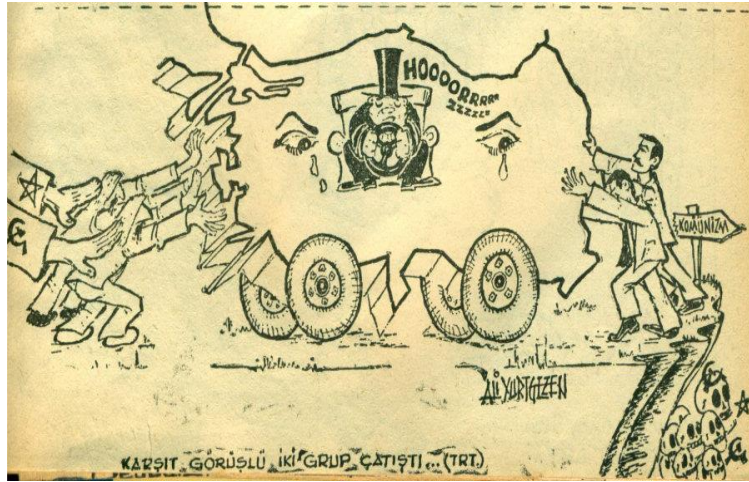


Resim 3. *Çaylak* dergisinde yer alan mizah resmi
(Picture 3. *Çaylak* journal located humor picture)

Çaylak şekil olarak bir hiciv dergisi, içerik olarak ise ciddi bir fikir dergisi görünümündedir. Siyasi bir hiciv dergisidir, çünkü saldırıya en uygun mizah türü hicivdir. Hiciv, aynı zamanda mizahın en fazla hoşgörü ihtiyacı duyulan türüdür (Öngören, 1998:32). Hiciv sanatını bir anlatım biçimi olarak sıklıkla kullanan *Çaylak* Dergisi, eleştiri içeren karikatür ve yazılarıyla karşıt görüşleri rahatsız edici bir haber organıdır. Yeri gelmiş siyasilere en ağır şekilde sataşmış, yeri gelmiş büyük devletlere kafa tutmuştur. Komünist bloğa yönelik geleneksel düşmanlık gösterilerinin yanı sıra, ABD'ye ve kapitalizme karşı üst perdeden yapılan karşı duruşu, *Çaylak* Dergisinin milliyetçiliğinin antiemperyalist bir çizgide olduğunun en açık delilidir. Gündelik yaşam içerisindeki eğlendirme, rahatlatma benzeri işlevlerinin yanında, mizaha yüklenen direniş misyonu *Çaylak* Dergisi'nde bir gaye olarak karşımıza çıkmaktadır. Solla sürdürülen mücadele, popüler kültür kanallarından mizahın da bir silah olarak dâhil edilmesiyle yürütülmüştür.

Bu nedenle *Çaylak*'taki mizah, mücadelecilik ve muhalif bir kimliğe sahiptir. 1970-1980 yılları arasında Türkiye'de yaşanan ideolojik kamplaşmalar ve siyasal çekişmeler *Çaylak* Dergisi tarafından mizah yoluyla okuyucuya sunulmaktadır. Dönemin mizah dergilerinde, birçok sanat dalında olduğu gibi enternasyonal, evrensel, hümanist, sol ve Marksist-komünist düşüncenin etkisi hissedilirken, milliyetçi duruşa sahip *Çaylak* özgün bir yayın olarak ayırt edilmektedir. CHP politikalarına ve sol hareketlere alaycı bir dille bakan *Çaylak* Dergisi, gayri milliliğe karşı milli mizahın bir ses verişidir. İktidarın yanlış uygulamalarına ve sol örgütleri desteklemesine yönelik ciddi eleştiriler *Çaylak*'ta en sık rastlanan konular arasındadır. Geçmişten günümüze iktidarı ya da gücü elinde bulunduranlara karşı bir hicvetme aracı olarak kullanılan mizah,

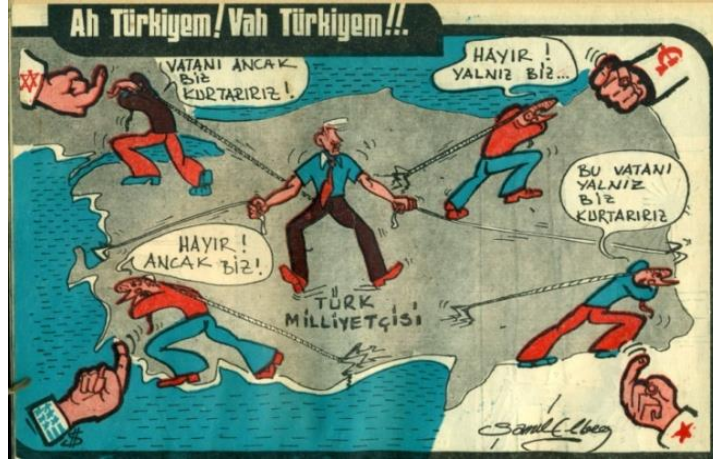
Çaylak çizerlerinin kaleminde Türkiye’de dizginlenemeyen komünist faaliyetlerle mücadele aracı haline dönüşmüştür. Mizahı bir propaganda aracı olarak kullanan milliyetçilik, toplumu terörize etmeye başlayan sol hareketlere karşı kamuoyunu uyarma ve denetleme işlevi görmeye başlamıştır. Her ne kadar Türk milliyetçiliği devletçi bir söyleme sahip olsa da, devlet yönetimi, basın ve sermaye çevrelerinde daha çok sol görüşün hâkim olmasının milliyetçi kesimde bir ezilme duygusu yarattığı söylenebilir. Toplumsal hayattaki bütün otoritelere olduğu gibi hükümet gücünü arkasına alan siyasi rakiplere karşı, mizah milliyetçilerin imdadına yetişmiştir. Dönemin Ecevit hükümetine mizah yoluyla en sert eleştiriler yöneltilmiş, özellikle metaforlarla ciddi saldırılar yapılmıştır. Çaylak dergisinin sayfalarında milliyetçilerin kötü olarak nitelendirdiği kesimlere gülme yolu ile karşı duruş sergilenmesi, mizahın muhalefet işlevini işlevselleştirmektedir. 1980 öncesinin son derece sert siyasal ikliminde Çaylak’ı çıkaranlar, mizahı dişleri çekilmiş bir küfür (Scott, 1995:135) olarak kullanmasını bilmiştir. Toplumu terörize eden sol faaliyetlere ve buna göz yuman hükümete gülme ve alay ile hakiki bir cevap verilmiştir. Ecevit Hükümetinin desteğini alan ve devlet kurumlarında rahatlıkla faaliyetlerde bulunan örgütlere karşı verilebilecek en usturlu ve etkileyici cevap, mizahın ciddiye almayan tavrı olmuştur. Çaylak mizah, komünist tehlikesini fark edilir hale getirmekte ve bir alay konusu yapmakta başarılı olmuştur. (Resim 4)



Resim 4. Çaylak dergisi yer alan mizah resmi
(Picture 4. Çaylak journal located humor picture)

Çaylak’taki milliyetçi mizah, rakiplerini gülerek güldürerek hedef almaktadır. Siyasal bir zeminden sokağa taşan mücadele ortamında rakiplerin korkutmalarına, sindirmelerine karşı kahkahalarla karşı konulmaktadır. Marksist ve komünist faaliyetlerin Türkiye’de saldırdığı korku iklimine karşı koymak, toplum karşısında haklılık temellerinin çürüklüğünü ispatlamak ve yıkmak için milliyetçi mizah kültürel bir görev yapmaktadır. Çaylak’ın mizah anlayışında boş, gereksiz ve bayağı bir gülme yoktur. Komik olanla mizah arasındaki ayrımın yapıldığı bir yerde, olup biteni gerçek yanlarıyla gösteren, bunu yaparken de mizahtan yararlanan bir anlayış vardır. Milliyetçi mizahın nadir örneklerinden Çaylak dergisinde mizah hiçbir zaman sululuk, hafiflik, şaklabanlılık ya da boş vermişlik olmamıştır. Bu tip bir mizahın, mücadelelerine kutsal bir amaç yükleyen Çaylak’ı sıradanlaştıracacağı ve karşı çıktığı yanlışlara eleştirel bir tavır almak yerine uyum sağlamaya sürükleyeceği düşüncesi etkili olmuştur. Çaylak’ın 7. sayısının sunuş yazısında, "...diğer civık ve sapıkların seviyesine

inmeyecek, adi esprilere yer vermeyeceğiz... Belki de onlar sizin daha fazla düşünmenizi istemedikleri için bu kadar komikleşiyor ve adileşiyorlar” denmektedir. (Resim 5)



Resim 5. Çaylak dergisi, sayı:7
(Picture 5. Çaylak journal. Number:7)

Bu yüzden Çaylak'taki mizah, her zaman daha sert ve güldürmekten çok düşündürmeye yönelik, gerçeklik yanı daha ağır basan bir mizah görünümündedir. Dönemin karikatür dergileri cinselliği ön plana çıkarırken, hitap ettikleri kitlenin isteklerine göre eserler üretirken, bir fikir gazetesi titizliğiyle hazırlanmış Çaylak sayfalarında bolca siyasi ve sosyal mesaj verilmektedir. Çaylak, mizahın özünde var olan karşı duruş karakterini her sayfasında hissettirmektedir. Milliyetçi muhalefetin mizah yoluyla inşa edilmesine katkı sağlamakta ve kurulu dizgeye esaslı eleştiriler yapılmaktadır. Çaylak'taki mizahın amacı, milli bilinci uyanık tutmak olarak tanımlanabilir. Yapılan her yorumda ve çizilen karikatürde, ısrarla yaşanan gerçekler insanlara anlatılmaya çalışılmaktadır. Çaylak'ta sadece sorunları işaret etmekle yetinilmemekte, okuyucular bu sorunların nedenleri üzerine düşünmeye teşvik edilmektedir. Sisteme yönelik eleştiriler yapılırken milliyetçi dünya görüşüne uygun alternatiflerin geliştirilmesi de ihmal edilmemektedir. Çaylak'ın milliyetçi mizahında asıl amaç güldürmek değil, düşündürmektir.

Bir fıkra, hikâye ya da karikatür üzerinden düşünmenin önündeki engelleri, baskıları ve önyargıları kırarak düşünmeye yol açmanın çabası kendisini hissettirmektedir. Bir düşünce biçimi olarak mizahın gerçekliğin bazı yönlerinin gülünç, tuhaf ya da saçma niteliğini öne çıkarma özelliği (Fenoglio ve Georgeon, 2000:8) Çaylak Dergisi tarafından başarıyla uygulanmış ve düşünmeyi engelleyen çeşitli önyargıları ve baskıları parçalayarak okurunu düşünmeye sevk etmiştir. Milliyetçilerin Çaylak ile keşfettikleri mizah, güçlü rakipleri karşısında bazen tek mücadele ve dayanışma aracı haline gelmiştir. Çaylak üzerinden milliyetçi çevre içerisinde bir iletişim kurulmakta, savunma duygularına cevap verilmekte ve böylelikle ihtiyaçlar karşılanmaktadır. Böylelikle milliyetçi camianın mücadele yıllarında varlığını sürdürmesinin koşullarını sağlamada Çaylak da mizah yoluyla bir katkı sunmaktadır. Çaylak Dergisinin hiçbir sayısında reklama yer verilmemesi dikkat çekicidir. Ekonomik baskılardan uzakta bağımsız yayıncılık yapabilmesini sağlayan bu tavır, diğer taraftan derginin en büyük açmazıdır. Reklam gelirlerinden yoksun kalan bir yayının sürekliliği, Türkiye'de nadir rastlanan bir durumdur. Milliyetçi kesimin basın yayın faaliyetlerindeki başarısızlığının temel

sebeplerinden birisi, reklam gelirlerinin olmayışıdır. Çaylak da, benzer kaderi paylaşmış ve finans kaynağının yokluğu yüzünden sürekliliğini sağlayamamıştır. Çaylak'ın dağıtım ağına sahip olmayışı başlıca sorundur. Uzun süre temsilcilikler oluşturmaya ve bunlar aracılığıyla tirajını yükseltmeye çalışan Dergi, istediği rakamlara ulaşmakla birlikte milliyetçi yayınların geleneksel sıkıntılarından kurtulamamıştır. Dergi amatör bir ruhla girdiği yayın hayatında, büyük bölümü okuyuculardan oluşan yazarçizer kadrosu ve yine okuyucularla yerel satıcılardan oluşan dağıtım ağıyla hiçbir zaman profesyonel yayıncılığa geçişi başaramamıştır. (Resim 6)



Şekil 6. Çaylak dergisinde bir bölüm
(Figure 6. Çaylak journal a section)

Çaylak'ın daha en başından bir siyasal kimlikle, yani tarafgirlikle yayın hayatına girmiş olması bir başka büyük handikabıdır. Herhangi bir yayının kendini belli bir ideoloji ya da partiyle sınırlamasının, tiraj sorununu da beraberinde getirmesi kaçınılmazdır. Taraf olmak, görece sınırlı okur kitlesine hitap etmek anlamı taşımaktadır. Basın yayın organlarını yaşatmada sabıkalı milliyetçi kesimi hedef kitlesi olarak ilan eden Çaylak için uzun ömürlü bir yayın hayatı daha baştan imkânsız hale gelmiştir. Hâlbuki hemen hepsi de bir siyasal kimlik taşıyan öteki mizah dergileri, kendilerini tanımlamak istediklerinde kapak ya da iç sayfalarındaki yazılar ve çizgileriyle bunu belli etmeyi bilmişlerdir. Bu konuda Çaylak'ın tavrı ise hiç değişmemiş, son sayısına kadar *milli mizah dergisi* unvanını kapaktan ilan etmeye devam etmiştir. Milliyetçi mizahın nadir rastlanan örneklerinden birisi olan Çaylak Dergisi, mizah yazıları, şiirler ve geleneksel hiciv edebiyatı türünden örnekleriyle özgün bir mizah dergisi olarak Türk basın tarihindeki yerini almıştır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER (CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS)

Çaylak Dergisi, etkili bir propaganda silahı haline getirilen mizahı milliyetçi camianın hizmetine veren bir yayın organıdır. Mizahi ürünlerin büyük çoğunluğunda olduğu gibi, Çaylak'taki eserler de içinden çıktıkları toplumsal yapının sosyal, kültürel, ekonomik koşullarını, gelenek ve göreneklerini, değer yargılarını, olumlu olumsuz ve çelişkili yanlarını yansıtmaktadır. Böylelikle Çaylak'ta yapılan mizah üzerinden 1970'lerin Türkiye'sindeki fikri yapıyı, siyasi ve ideolojik mücadeleleri anlamak mümkün olmaktadır. Halkın sıkıntılı günlerinin bir rahatlatma ve muhalefet aracı olan mizah, Türkiye'nin soğuk savaş yıllarındaki gerginliğine ilaç gibi gelmiştir. Çaylak Dergisi, Türk toplumunu meseleler üzerine düşündürme ve



bilinçlendirmenin yanı sıra rahatlatma işlevini yerine getirmiştir. O dönem Türkiye’inde milliyetçi kesimlerin düşünce yapısı ve kültürel değerleri, mizah üzerinden ortaya konmuştur. Çaylak’taki mizahi eserlerin incelenmesiyle, üretildikleri yer ve konu ettikleri insanların, sosyal grupların ve toplumun ayırt edici özellikleri, zihniyet dünyası hakkında bilgilere sahip olunmuştur. Çaylak’taki mizah yazıları ve şiirler, geleneksel hiciv edebiyatı türünden örneklerdir. Çaylak’ın karikatürleri ise modern ve özgün örneklerdir. Çaylak’ın çizerleri biçimin yanı sıra içerik olarak da modern öğeleri kullanmıştır. Özellikle fikri karikatürlerde en az çizgi ve yazı ile en fazla mesajın verilmesi prensibini ustalıklı uygulayan Çaylak yazarçizerleri, iletmek istedikleri mesajı okuyucularıyla başarıyla buluşturmuştur. Milliyetçi mizah yapan Çaylak Dergisi’yle anaakım mizah dergilerinin söylemleri arasındaki temel fark karikatürlerde görülmektedir. Milliyetçi mizah, milli, ahla ki ve ideolojik hassasiyetlerini merkeze alan söylemleri ve karikatürleriyle dikkat çekmektedir.

Çaylak’ta mizah, kırmızı çizgilerin sınırlarını belirlediği dar bir alanda yapılmaktadır. “Şartlanmış ya da cıvık cıvık bazı çevrelerin” hâkim olduğu bir alanda, milli değerlerin varlığını duyurmak asıl amaçtır. Türk milliyetçiliği fikri, Çaylak’la birlikte bir sanat aracı olan mizahi anlatım aracılığıyla kendini ifade etme imkânı bulmuştur. 1970’lerde geçirdiği ideolojik dönüşümle reaksiyoner bir hareketten hayatın her alanına ilişkin tezleri olan güçlü bir aksiyona evrilen Ülkücü Hareket’in bu serüveni Çaylak Dergisindeki dil ve üsluptan takip edilmektedir. Siyasi bir hiciv dergisi olan Çaylak Dergisi, saldırgan üslubuyla sert bir tavır sergilemekle birlikte, aynı zamanda toplumsal gerilimlerin şiddetini düşürecek bir emniyet sibobu işlevi de görmüştür. Bu bağlamda milliyetçi mizahın, Türkiye’de 1980 öncesi yaşanan ideolojik kamplaşmalardan kaynaklanan gerilimin düşürülmesinde önemli rolü olmuştur. Çaylak Dergisi’nin döneminin fikri mücadelelerini yansıtan muhtevasıyla mizahı güldürmekten çok düşündürmek amacıyla kullanması, mizah dergileri arasında farklı bir konuma oturtmaktadır. Çaylak, mizahından daha çok siyasi tavrıyla hatırlanacak bir dergidir.

KAYNAKLAR (REFERENCES)

- Çaylak Dergisi, 1-27 sayılar.
- Alkan, A.T., (2004). Mizah Dergimiz Yok Çünkü Gülmek Bizi Bozuyor, Aksiyon Dergisi, 09 Ağustos 2004, ss:29-32.
- Alsaç, Ü., (1994). Türkiye’de Karikatür, Çizgi Roman ve Çizgi Film, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Altındağ, H.N., (1976). Genç Korkut Sizlerle-İşveren Destanı, Çaylak Dergisi, S:6, Kasım 1976, ss:19.
- Apaydın, M., (2006). Tanzimat’tan Sonra Mizah ve Hiciv. Türk Edebiyatı Tarihi, Cilt 3, Kültür Bakanlığı Yayınları, İstanbul.
- Arık, B., (2003). Apolitik Mizah Tartışmalarına Tarihsel Bir Bakış, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, S:17, ss:89-104.
- Bergson, H., (1996). Gülme, (Çev. Yaşar Avunç), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Çiftçi, T., (2010). Selçuk Oksal Uçmağa Vardı, Türk Yurdu, Y.99, S:271, ss:43.
- Balcıoğlu, S. ve Ferit, Ö., (1973). 50 Yılın Türk Mizah Ve Karikatürü, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- Burke, P., (2003). Tarihin Görgü Tanıkları, (Çev. Zeynep Yelçe), Kitap Yayınevi, İstanbul.



- Fenoglio, I. ve Georgeon, F., (2000). Doğuda Mizah, (Çev. Ali Berkay), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Fırlar, B. ve Çelik, M., (2010). Gazete Reklamlarında Mizah: Türk Mizah Reklamlarına İlişkin Tarihsel Bir Analiz, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, C:3, S:12, ss:164-177.
- Georgeon, F., (2000). Osmanlı İmparatorluğu'nda Gülmek mi?, Doğu'da Mizah, (Der. Irène Fenoglio ve François Georgeon, Çev. Ali Berkay), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Göze, E., (1976). Merhaba Gençler, Çaylak Dergisi, S:2, Temmuz 1976, ss:.11.
- İnuşur, N., (1992). Türk Basın Tarihi, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul.
- Karlıdağ, S., (2011). Sayısal Çağda Mizah: İnternet Güldürüyor mu?", Gülmenin Arkeolojisi ve Medyada Mizah Olgusu-İletişim Kongresi Bildiriler Kitabı, (Ed. Barlı, Ö. ve Tellan, D.), Mega Ofset, Erzurum.
- Kentel, F., (1991). Mizah Ya Da Yaşam, Varlık Dergisi, Mart, İstanbul.
- Künüçen, H. ve Olguntürk, K., (2014). Görsel İletişim Öğelerinin Yeni Bir Medya Dili Olarak Sinemada Yeniden Tasarımı, International Conference on Communication, Media, Technology and Design 24-26 April 2014, Istanbul-Turkey.
- Meyer, J.C., (2000). Humor As A Double-Edged Sword: Four Functions Of Humor In Communication, Communication Theory, Vol:10, Issue:3
- Morreal, J., (1997). Gülmeyi Ciddiye Almak, (Çev. Kubilay Arsever-Şenay Soyer), İris Yayınları, İstanbul.
- Mumcu, Ö., (2011). Levent Cantek'le Söyleşi, Nasıl Dergisi, S:6, Yaz 2011, ss:1-15.
- Mülayim, S., (2006). Bilim Olarak Sanat Tarihi-Aklın İzleri, Arkeoloji ve Sanat Yayınları, İstanbul.
- Ölçekçi, H., (2013). Türkiye'de Milliyetçi Fikir Hareketlerinin Dönüşümü (Milliyetçi Basın Üzerine Bir İnceleme), Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara.
- Öngören, F., (1998). Cumhuriyetin 75. Yılında Türk Mizahı Ve Hicvi, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- Provine, R.R., (1996). Laughter, American Scientist 84, 1 (Jan-Feb), The Scientific Research Society.
- Roedelein, J., (2002). The Psychology of Humor: A Reference Guide And Annotated Bibliography, Greenwood Press, Westport.
- Scott, J.C. (1995). Tahakküm ve Direniş Sanatları, (çev. Türker Alev), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Selçuk, B., (2006). Nef-i'de Söz ve Savaş İlgisi, Ekev Akademi Dergisi, S:28, ss:233-246.
- Şenyapılı, Ö., (2003). Neyi, Neden, Nasıl Anlatıyor? Karikatür Kim, Niye Çiziyor?, ODTÜ Yayıncılık, Ankara.
- Topuz, H., (1997). Başlangıcından Bugüne Dünya Karikatürü, İnkılâp Kitabevi, İstanbul.
- Yardım, M.N., (2002). Edebiyatımızın Güler Yüzü, Çatı Kitapları, İstanbul.
- Yardımcı, İ., (2010). Mizah Kavramı ve Sanattaki Yeri, Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, S:3/2, ss:1-41.
- Yazıcı, N., (2011). Yazılı Türk Mizahının Gelişim Sürecinde Batılı Anlamda İlk Mizah Dergisi: Cem, Turkish Studies, C:6, S:3, ss:1299-1313.