

## SANAL MİZAH

ÖZDEMİR, Nebi  
TÜRKİYE/TURPIYA

### ABSTRACT

#### Internet and the Humour

The humour is usually researched in according to the verbal and written cultural approaches. From now on, the electronic or the second verbal context must be a main factor for researching on the humour. Internet includes more than 12 million data about the humour. Many humor sites are very popular in internet world. Internet facilitated to be shared many anecdotes, stories, records, poems, memories, images, caricatures, cartoons, films, animations, anjokes etc. by the people being from different nations. As a result, the humour is created, transfered and transformed on the context of Internet. Internet is getting to be a main dynamic transforming the life and also the humour. Therefore, this paper aims to study the relationship with Internet and the humour.

**Key Words:** Internet, the humour.

#### Giriş

Bilişim alanındaki hızlı gelişmeler, yaşamı dönüştürmektedir. Sanal dünyada yeni yaşam alanları yaratılmaya, zaman sanal ağlarda akmaya başlamıştır. Çeyrek asırlık bir sürede sanal ağlar ağı olan internetin bu denli dönüştürücü güce sahip olacağı, çoğunluk tarafından öngörülememiştir. Sanal köy sitelerinin ve dijital masal analarının binlerce ziyaretçiye sahip olduğu bugün, sanallaşmayan herhangi bir yaşam alanından söz edilememektedir. Özetle yaşam ve dolayısıyla kültürün tamamına yakını sanallaşmış ve sanallaşmaya da devam etmektedir. Bu nedenle sanal ağlar bütününe kendisi, bir yaşam ve kültür alanı olarak bilimsel araştırmaların konusu haline gelmiştir.

Internet-kültür ilişkisi, henüz yeni yeni çözümlenmeye başlamıştır. Sözü edilen ilişki çok kere var olan kültür geleneklerinin ve unsurlarının sanal dünyaya aktarılması kapsamında tartışılmaktadır. Her dönemde yeni kültürel bağlam ve sistemlerinin, varolan birikimden yararlandığı görülür.

Sözlü-yazılı-elektronik-sanal/dijital kültür bağlamları ve geçişleri, bu dönüşümün sonucu olarak ortaya çıkmış ve çıkmaktadır. Doğal olarak, önceki kültür bağlamları gibi sanal kültür de, insanlığın var olan ve yaşayan kültürel birikiminden yararlanılarak yaratılmıştır. Her kültürel bağlam gibi sanal kültürde de, alıntılanan yada aktarılan kültürel birikim çeşitli değişikliklere uğramıştır. “Kültür, iletişimdir yada iletişim kültürüdür” kabulü de hatırlandığında, her iletişim türü, biçimi, sistemi, teknolojisi, aracı, devraldığı birikimi kendi sistemine uygun, kendine özgü hale getirmekte, diğer bir deyişle dönüştürmektedir.

Kültürü oluşturan diğer gelenekler gibi mizah geleneği de, asırların ürünü omurga korunsun da, geçerli iletişim araç ve bağlamlarına göre yeniden oluşturulmaktadır. “Sanallaşan mizah ve sanal mizah” kavramları, bu dönüşümün sonucunda ortaya çıkmıştır. Kısa süre içinde kültürün en hızlı sanallaşan ve sanal ortamda gelişen, büyüyen alanlarının başında mizahın geldiği kısa süre içinde anlaşılmıştır. Buna karşılık, aşağıda örneklendiği üzere, içinde farklı türleri, yaratıları ve teknikleri barındıran sanal mizah alanı, henüz sosyal bilimciler ve özellikle de kültür bilimcileri tarafından istenik şekilde çözümlenmemiştir. Bunun temel nedenlerinin başında, kültür bilimi ile bilişim biliminin kesiştiği yerde oluşan sanal mizah gibi ara alan incelemelerinin ve disiplinler arası araştırmaların öneminin akademik çevrelerce yeterince anlaşılabilmiş olması sayılabilir. Bu çalışma, sözü edilen alandaki eksikliği gidermeye, dolayısıyla modern kültür bilimi araştırmalarına yeni veri ve yorumlar, sorular kazandırmaya yönelik öncül bir deneme olarak kabul edilmesinde yarar vardır. Bu araştırmada “sanal Türk mizahı, Türkçe yaratılan sanal mizah, Türkiye’deki sanal mizah siteleri” temel alınmaktadır. Kısa sürede sayılarının artacağı beklenen bu tür çalışmaların uluslar arası mizah ve sanal mizah araştırmalarının da temelini oluşturacağı kesindir.

### **Sanal Mizah**

Sanal dünyada mizahın yerinin belirlenmesinde kullanılan yöntemlerin başında anahtar sözcüklerle yapılan taramalar gelmektedir. Bu çalışmada “mizah, Türk mizahı, komik, fıkra, komedi, espri” gibi anahtar kelimelerden yararlanılmıştır. 2007 yılı Ağustos ayı itibariyle sanal dünyada “mizah” sözcüğüyle ilgili 12 600 000 veriye rastlanmıştır. “Türk mizahı” anahtar sözcük öbeğiyle Google (www.google.com) adlı arama motorunda yapılan taramada üç milyona yakın veriye (2 980 000) ulaşılmıştır. Bu verilerin, her geçen gün hızla arttığı gözlenmektedir.

Taramaların sonucunda mizahla ilgili sitelerin genellikle “çizgi roman; espriland, ince espri; fıkra, fıkra oku, fıkralarımız, fıkra tr; geveze; geyikhane, geyiks, geyuk, my geyik; hoppala; mizah, asıl mizah, e- mizah, i- mizah, Türkçe mizah, Türk mizah, mizah Türk, mizah turka, mizah tr, mizah beldesi, mizah ve çizgi, mizah delisi, mizah metre, mizah sayfalarım, mizah sergisi, mizah portal, mizah port, mizahçı, mizah haber, mizah sitesi, mizah sitem, mizahım, my mizah, mizah-i, Mizah Vakfı, video mizah, obur mizah, mizah 100, Karacabey mizah, foto mizah, resmi mizah sitesi, goril mizah deposu, mizahname, mizah start; karika, karikatürize, Karikatürçüler Derneği, Karikatür Vakfı; komedi, komedi mizah, kral komedi, comik, komik club, komik dünya, komik ev, komik sözler, komikim, komikistan, komiklik, komiklikler, komiklikler, koskomik; Penguen; tebessüm; zıpır online; zurna” gibi, her biri ulusal mizah vurgusu, damgası taşıyan sanal site adlarını ve adreslerini kullandıkları belirlenmiştir. Bir bakıma küresel nitelikli internet, bu tür uygulama ve ürünlerle, “ulusal ve yöresel” özellikler kazanmaktadır. Böylelikle her toplum, internete kendi rengini vermektedir.

Bu sitelerin genellikle “com (en fazla com), net, gen.tr, web, org, info” olarak sanal dünyada faaliyet gösterdikleri görülür. Seçilen isimlerdeki harf ve kelime oyunları, mizahi bir vurgu ile küresel olma isteği dikkati çekmekle birlikte, sanal sistemin teknik sınırlamalarından ve işletim kurallarından da kaynaklandığı açıktır. Türk mizah dünyasında bu kümelemede yer almayan binlerce ürün ve şahsiyetin yer almaktadır. Nitekim, sanal alemde adına çok sayıda site ve sayfa bulunan dünyaca ünlü Türk fıkra tipi “Nasreddin Hoca” ismi temel alınarak yapılan taramada 1 650 000 kayda rastlanmıştır.

Sanal dünyanın mizah siteleri, etkileşime açık, enteraktif bir nitelik taşımaktadır. Hemen hemen bütün sitelerde “arkadaşıma gönder, yorum yaz, şifremi unuttum, mesaj gönder, fotoğraf/yazı gönder, sen de yolla, sen de yaz, ...kez okundu/ yorumlandı/puanlandı, en son gönderenler, en çok yorumlananlar/puanlananlar, yorum sayısı, en çok izlenenler, RSS Blog, forum, şu anda sitede ...üye ve ziyaretçi var, (fıkra) hakkında ne düşünüyorsun, yeni eklenenler, en çok okunanlar, güncelleme tarihi, en çok hit olanlar, en çok izlenen resimler, üye ol/olmak istiyorum/ listesi/sayısı, kullanıcı grupları, en iyiler, en popüler, içerik gönder (resim/yazı), itiraf ediyorum, popüler videolar/resimler, son eklenen yazılar, bu bizi ilgilendiriyor, haftanın üyesi” türünden başlıklara rastlamak mümkündür. Böylelikle gazete ve dergiler ile radyo ve televizyonların sınırlı etkileşime

izin veren yapısından kaynaklanan sorunlar, sanal ortamda aşılmış ve ziyaretçi/izleyiciler aktif hale getirilmiştir. Hatta ziyaretçilerin, sanal sitelerin biçim ve içeriklerinin belirlenmesinde ve oluşturulmasında etkili aktörler olarak işlev görmeye başladıkları dahi söylenebilir. Benzer uygulamalara YouTube gibi küresel ölçekli sanal portallarda “Browse: Most Recent, Most Viewed, Top Rated, Most Discussed, Top Favorites, Most Linked, Recently Featured” şeklinde yer verildiği belirlenmiştir. Yeni dönemde diğer alanlarda olduğu gibi sanal mizah alanında da siteler, ürünler ve aktörler arası rekabetten söz etmek mümkündür. Yada bu mizah alanındaki rekabet sanal dünyaya da taşınmıştır. Türkçe sanal mizah sitelerinin de bu türden yabancı sitelerden etkilenmiş olduğu söylenebilir. Ayrıca bu türden belirleme ve vurgulamaların bütün dünyayı etkisi altına alan popüler kültürün temel göstergeleri olarak da algılamak mümkündür. Popüler kültür çağında popülerlik “saatlik, günlük, haftalık, aylık ve yıllık” ölçütlerine göre belirlenmektedir. Bu nedenle de bir günlük popülerlik ömrü olan ürün ve kişilerden söz edilmektedir. Nitekim sanal mizah sayfalarında dikkati çeken bir diğer konu da saat ve dakika ile ifade edilen “güncelleme” ile ilgili verilerdir. Sanal dünyanın bu kadar kısa aralıkla güncellenen sitelerin sayısının fazla olmayacağını kolaylıkla söylenebilir. Üye ve ziyaretçi sayılarının ayrıntılı bir şekilde sunulması, bir taraftan sitenin saygınlığını, çekiciliğini ortaya koymaya, diğer taraftan da reklam alma yeteneğini arttırmaya yönelik olduğu açıktır. Diğer bir ifadeyle sanal mizah sayfaları, mizahın kültür ekonomisinin temel sektörlerinden biri olduğunu yada haline geldiği de ortaya koymaktadır.

Bazı siteler “Mizah FM” ve “online” başlıkları altında “canlı”/eşzamanlı yayınlara da başlama hazırlığı yapmaktadır. Bu kapsamda, doğaçlama yoğun çeşitli radyo programlarıyla sohbet sitelerinde, bir süredir canlı mizah yayını yapıldığı, herkesçe bilinen bir gerçektir. Bu programları yapan/sunan dj’ler yada radyo laf ustalarından bazıları, sözü edilen doğaçlama ve diyaloglardan seçtiklerini radyolarına yada kendileri ait sanal sitelerinde yayımlamakta, hatta müstakil kitaplar şeklinde piyasaya sürmektedirler. Matrax adlı gece yarısı radyo programının yapımcı ve sunucusu, Zeki Kayahan Coşkun, canlı yayınlarından ve www.zekirdek.com adlı sitesinden elde ettiklerini, gözlemleriyle birleştirip “Türkleri Anlama Kılavuzu” adıyla yayımlamış ve kısa süre içinde 150 000’lik bir satışa ulaşmıştır. Bu veriler, radyo-internet- yayın arasındaki alış verişlerin özellikle mizah alanında gerçekleştiğini ve geliştiğini de örneklemektedir.

Internet, pek çok kaynakta ‐ağlar ağı‐ olarak tanımlanmaktadır (İnan 2000: 7,9; <http://tdk.org.tr/sozluk.html>). Bu tanımın geçerliliği ve tutarlılığı, ‐bağlantılar‐ bölümü dikkatle incelendiğinde kolaylıkla anlaşıl-maktadır. Bu bölüm, sanal mizah sitelerinde de bulunmaktadır. Böylelikle önerilen sanal mizah sitelerine ulaşmak kolaylaşmaktadır. Bazı sitelerdeki komik videolar/resimler gibi bölümler seçildiğinde, genellikle ortak kul-lanıldığı belirlenen, sanal mizah sitelerinin adresleri ortaya çıkmaktadır. Bu durum, mizah sitelerinin işbirliğini ve çalışma sistemlerini açıkladığı gibi, etkinliklerini de artırmaktadır. Diğer yandan bu durum, çok çeşitli gibi görünen sanal mizah alanının, sayıları sanılandan az olduğu belirlenen YouTube gibi bazı ortak kaynaklardan beslendiklerini açıklamaktadır. Bu ortak kaynaklar, bir taraftan dünyanın ortak mizah belleğini, diğer taraftan da çeşitli örnek modeller merkezinde tek türleşmesini, kitleselleşmesini, mamule dönüşmesini gözler önüne sermektedir.

Sanal dünyada belirlenen ve gelişen genel anlamda mizahı, özel anlamda da Türk mizahını, belirgin özellikler dikkate alınarak ‐yazılı, işit-sel, görsel, görsel-işitsel mizah‐ şeklinde kümeleyerek incelemek daha bilimsel bir yaklaşım olacaktır. Art zamanlı dönüşümlere yoğunlaşan bu yaklaşım, aynı zamanda kültürel, dolayısıyla da mizah alanındaki gelişme ve değişmelerin istendik açılardan çözümlenmesini kolaylaştıracaktır. Bu çalışma, sanal mizah alanındaki temel eğilimleri ve nedenlerini belirleme-yeye yönelik olduğundan, müstakil site tanıtımları dışarıda tutulmuştur. Bu yüzden de, gerekli birkaçı dışında, sanal adresler, metinde kaynak olarak gösterilmemiştir. İlgililer, birkaç sanal mizah sitesini ziyaret ettiklerinde, bu yaklaşımın yerindeliğini kabul edeceklerdir. Ayrıca, kişilik haklarına saygı göstermek amacıyla, örneklerde geçen şahıs isimleri, orijinallerin-de açık bir şekilde yazılmasına karşın, kısaltılarak verilmiştir. Sonuçta bu araştırmada değerlendirilen pek çok konu, bölüm ve unsurun, müstakil akademik çalışmaları gerektirdiği açıktır.

### **a. Sanal Yazılı Mizah Alanı**

Sanal mizah sitelerinin en önemli bölümlerinden birini yazılı ürünler oluşturmaktadır. ‐Fıkralar, geyik, geyik muhabbeti/muhabbetleri, hedeler hödöler, komik anılar, komik mesajlar, komik sözler, komik yazılar, ilginç yazılar, komik hikayeler, espriler, komik itiraflar, komik loglar, mizah fo-rum, mizah sözlük, tabelalar, uyarı levhaları, panolar, komik fal yazıla-rı, hayvan öyküleri, komik rüya tabirleri, SMS'ler, komik atasözleri ve deyimler, bilmece, komik haberler, duvar yazıları‐, sanal yazılı mizah ürünleridir. Sanal mizahın görsel ve görsel-işitsel diğer ürünlerinde de re-

sim altı yada görüntü içi yazılı unsurların komiklik yaratıcı etkiye sahip olduğu görülür. Bunlar ilgili bölümlerde açıklanacaktır.

Sanal âlemin en çok paylaşılan yazılı mizah unsurlarının başında fıkralar gelmektedir. Hemen hemen bütün sanal mizah siteleri fıkra bölümlerine/sekmelerine sahiptir. Yukarıda belirtildiği üzere fıkra konusunda çok sayıda site bulunmaktadır. Sanal adreslerinde fıkra kelimesi bulunan sitelerin önemli bir bölümü, bu türle ilgili çözümleme çalışmalarından çok ürünlere yer vermekle yetinmektedir. Bu sitelerin fıkra koleksiyonları, ziyaretçi veya üyeler tarafından gönderilen fıkralardan oluşmaktadır. Bu fıkralar, “asker fıkraları, avcı/av fıkraları, çocuk fıkraları, Bektaşî fıkraları, deli fıkraları, doktor/hasta fıkraları, mühendis fıkraları, erotik fıkralar, kadın-erkek fıkraları, Bayburt fıkraları, Çorum fıkraları, Elazığ fıkraları, Erzurum/Erzurumlu fıkraları, Kayseri/Kayserili fıkraları, Mardin fıkraları, hayvanlar alemi fıkraları, dinî fıkralar, cimri fıkraları, nam-ı Kemal (sehven Namık Kemal) fıkraları, Nasreddin Hoca fıkraları, öğrenci-öğretmen/okul/Alî fıkraları, politik fıkralar, sarhoş fıkraları, sarışın fıkraları, spor fıkraları, Temel/Dursun fıkraları, Temel- bel altı- fıkraları, köylü, Türk, İngiliz-Alman-Türk-Fransız fıkraları, Arif fıkraları, çeşitli fıkralar, diğer fıkralar, derleme fıkralar” başlıkları altında sunulmaktadır. Bu ürünlerden özellikle Nasreddin Hoca fıkraları, Bektaşî fıkraları, dinî fıkralar, erotik fıkralar, Bayburt fıkraları, Çorum fıkraları, Elazığ fıkraları, Erzurum/Erzurumlu fıkraları, Kayseri/Kayserili fıkraları, Mardin fıkraları, nam-ı Kemal fıkraları, Temel/Dursun fıkraları, Türk insanının mizah anlayışını yansıtmaktadır. Spor fıkraları, sarışın fıkraları, cimri fıkraları, mühendis fıkraları, doktor fıkraları, çocuk fıkraları, çeşitli açılardan küresel özellikler, ortaklıklar taşımakla birlikte Türk dilinde yaratılmış ve Türk kültürünün motifleriyle bezenmiştir. Her toplum gibi Türk toplumu da medeniyete ait bu türden ürünleri, kısa süre içinde keline özgü hale getirmektedir. Konuyu örneklemek bakımından sanal alemde dolaşan üç fıkra aşağıda verilmektedir:

### **Nasreddin Hoca ve MSN**

Hoca internette sanal sörf sırasında tanıştığı ve gerçek yüzünü görmediği bir kadınla evlenir. Gerdek gecesinde kadının çirkin olduğunu görür ve uzunca bir seyahate çıkar. Hoca seyahatte iken karısı, kendisine “MSN listeme kimi ekleyeyim.” diye bir ileti atar. Bunun üzerine Hoca:

– “Beni ekleme de kimi eklersen ekle.” şeklindeki iletisiyle karşılık verir.

## Kayserili

Bir Kayseriliye sormuşlar:

– 2 kere 2 kaç eder?

Kayserili:

– Alıyor muyuz, satıyor muyuz, diye cevaplamış.

## Çocuklar Fıkrası:

Okulda 3 çocuk kendi aralarında doğum hakkında konuşmaktadırlar. I. Çocuk: Bizim evde çocukları leylek getirir. II. Çocuk: Bizim evde çocuklar gül bahçelerinde doğarlar. III. Çocuk da: Biz fakiriz annem kendisi yapıyor. :)

Bu çeşitlilik ve yoğunluk, fıkraların sözlü kültürün ve edebiyatın ne denli canlı bir türü olduğunu kanıtlamaktadır. İnternet, sözlü kültürün bu tür yaratıları için, yazılı da olsa, yeni ve etkili bir yaşam alanı olarak ortaya çıkmıştır. Sanal ağlar sayesinde Türk ve dünya fıkra belleği oluşturulmakta, korunmakta ve yeni ürünlerle zenginleştirilmektedir. Yerel fıkra ürünleri, koleksiyonları ve tipleri, internet ile ulusal ve küresel izleyiciyle hızlı ve kolay bir şekilde buluşabilmektedir.

Genellikle eril dünyaya özgü bir tür olan fıkraların yine erilliği baskın bir iletişim sistemi olan internette veya sanal dünyada etkili bir şekilde yaşatılması dikkat çekicidir. Sanal mizah sitelerinde özellikle erotik içerikli fıkraların çok rağbet gördüğü, ilgili sitelerdeki ziyaret ve oylama verilerine bakılarak söylenebilir. Bu nedenle erotik başlık altında olmasa da, hemen hemen bütün fıkra türleri kapsamında çeşitli açılardan erotizm göndermesi içeren fıkralara ve diğer mizah ürünlerine rastlamak mümkündür. Bir bakıma internet, sözlü ve yazılı kültür toplumunun bu tür ürünler üzerindeki kısıtlamalarını kaldırmakta, ayıp perdesini aralamaktadır. Aynı şekilde sanal alemdeki cinsellik temelli argo yoğunluğu da bu değerlendirmeyi desteklemektedir. Sonuçta argo ve cinselliğin mizahın çeşnileri ve temel kaynakları olduğu genel varsayımı dikkate alındığında, sanal mizahın da farklı olması beklenmemelidir.

Her teknolojik yenilik gibi internet de, yeni fıkraların oluşmasına vesile olmaktadır. İnsan-teknoloji buluşmasındaki sorunların mizahi bir dille irdelendiği bu ürünlerin sanal ortamda yaratılması, aktarılması ve paylaşılması dikkatle incelenmelidir. Genellikle ürünlere odaklanan sözlü kültür ve edebiyat bilimcilerinin geleneğin yaratım ve yaşatım ortam, sistem ve araçlarıyla da ilgilenmeleri, yeni özgün veri ve yorumların ortaya çıkmasını sağlayacaktır.

Bireylerin yalnızlaştığı, ailelerin küçüldüğü bu çağda, insanlar, aileler ve toplumlar birbirlerine sanal ağlarla bağlanmak durumunda kalmaktadır. Yüz yüze sohbetin yerini sanal sohbetlerin, geyik muhabbetlerinin, b/ logların(diyalogların), hedeler hödölerin ve forumların aldığı bir dönemde, fıkra gibi sözlü edebiyat ürünlerinin de sanallaşması doğal bir dönüşümdür. Sözlü belleğin yerini sanal bellek almaktadır. Bugün insanlığın belleği internette saklanmaktadır. Bu nedenle de sözlü kültür ve edebiyat ürünlerinin de sanal sitelerde saklanması, sunulması, yaşatılması, yaratılması, değiştirilmesi söz konusudur.

Sohbetin temelini oluşturan atasözü ve deyimlerden yapılan seçkiler de sanal mizah sitelerinden bazılarında müstakil olarak paylaşılmaktadır. Bunlar, yukarıda değinildiği üzere, genellikle abartı, çatışma, şiddet ve erotizm içerikli komik ürünlerdir. Sözlü kültürün ve edebiyatın anonim ürünlerinin başında atasözü ve deyimler, gelmektedir. Bu ürünlerin çok kere çatışmaları, argo unsur ve çağrışımları ve mizahi dokundurmaları da içerdiği bilinmektedir. “Kel başa şimşir tarak; Zemheride yoğurt isteyen cebinde inek taşır; Canı kaymak çeken, mandayı cebinde/yanında taşır; Şaşkın ördek başını bırakır, kışından dalar; Serkeş öküz, soluğu kasap dükkanında alır; Kel yanında kabak anılmaz; Isırgan ile taharet olmaz; Fukaranın düşkünü, beyaz giyer kış günü; Eşeğe (Katıra) cilve yap demişler, çifte (tekme) atmış; Elti eltiden kaçır, görümceler bayrak açar; Düt demeye dudak gerek vb.” anonim Türk edebiyatının bu damıtılmış düşünce ve bilgelik örneklerinin, hız, değişkenlik, az, öz ve farklılığı temel alan sanal mizah sitelerinde yer alması doğal bir durumdur. Burada mizahın en değerlisinin öz ve özgün nitelikleri temelinde oluşturulduğu hatırlanmalıdır. Yine sanal mizah sitelerinin bazılarında, “Your hand is on the job, your eye is on playing (Elin işte gözün oynaşta); Urinate quickly, satan mixes (Acele işe şeytan karışır); In every job, there is a no (Her işte bir hayır vardır.)” gibi atasözü ve deyimlerin yabancı dildeki mizahi uyarlamalarına da rastlanmaktadır. Bu uygulamalar, kültür değişmelerinin çözümlenmesi bakımında oldukça anlamlıdır.

Yazılı kültürün ulaşılabilirlik ve yüksek maliyet sorunu, sanal ağlar sayesinde ortadan kaldırılmıştır. Böylelikle diğer yaşam ve kültür alanları gibi, mizah alanı da zaman, mekan ve maliyet sınırlamalarından kurtarılmıştır. Dünya mizah belleği herkese açılmıştır. Bu çağın kültür ve medeniyet yaratıcıları gibi, mizahçıları da, yöresel ve ulusal mirasın yanında küresel ölçekte farklı kaynaklardan da beslenme olanağına sahip olmuşlardır. Yeni ve farklı mizah aktör ve yaratılarının ortaya çıkması ve tanınma-

sını kolaylaştırmıştır. Komik hikâyeler, komik ya da ilginç yazılar, komik anılar ve komik itiraflar, fıkra gibi anonim niteliği ağır basan ürünlerin yanında, daha öznel yaratılar olarak kabul edilmelidir. Nitekim sanal alemin yeni mizah aktörleri, bu tür sitelerdeki yazılarıyla dikkat çekebilmektedir. Mizah forumları ve b/loglar, işlevsel deneme alanları durumundadır. Türk ve dünya mizah edebiyatı yeni yazarlarını, eskinin mizah dergilerinin yanında, sanal ağlar sayesinde de kazanabilmektedir. Mizah ve edebiyat araştırmacıları, bu gelişmeleri de önemsemek zorundadırlar. Ayrıca bu yeni ortamda, klâsik eleştirmenlerin yerine bizzat okurun oy vererek yada ileti atarak görüşlerini bildirdiği de unutulmamalıdır. Bütün bu gelişmelerle eleştirel yaklaşım üzerinde yükselen mizah edebiyatı, klâsik eleştirmenlerin tahakkümünden kurtulmakta, özgürleşmekte ve doğal mecrasında akarak gelişmektedir.

Sanal dünyada görsel-yazılı ürünler de sergilenmektedir. Çoğunluğu fotoğraflardan oluşan bu ürünlerde, yazılar temel mizah yaratıcı unsurlar olarak dikkat çekmektedir. Bunlar, “araba arkası/tamponu yazıları, uyarı panoları, satış amaçlı reklam ve duyuru levhalarıdır. Bu tür ürünler, asıl işlevlerinin yanında, sanal mizah avcıları tarafından komik ürünlere dönüştürülmektedir. Sanal mizah dünyası, genellikle kentli kesimlere yöneliktir ve dahası “kentli” bir nitelik taşımaktadır. Bu nedenle de sözlü kültüre ait yaşam sahneleri, unsurları kolaylıkla mizah ürünü haline getirilebilmektedir. Bu noktada internet sayesinde kentlinin ikincil sözlü kültürü yaşadığı, birincil sözlü kültür yaşamında gizli ince mizahi bakış açısının henüz kentlilerce fark edilemediği, kimin kimi işlettiği gibi konuların çözümlenmesi, farklı araştırmalarla ele alınmalıdır. Farklı sosyo-kültürel olguları ve değişimleri içinde barındıran bu tür mizah örneklerinden bazıları, herhangi bir düzeltmeye tabi tutulmadan, aşağıda sunulmuştur:

\**Araba Arkası (camı veya tamponu) Yazıları*: November Paşalı; Serçedes (Serçe+Mercedes); Hatalıysam 3131’e SMS atın, ORHAN GENÇEBAYIN HATASIZ KUL OLMAZ Melodisi CEBİNİZE GELSİN; otobüsçü değiliz ki hostesimiz olsun, taksici değiliz ki manitamız olsun, biz de sebzeçiyiz, yolumuz açık olsun.

\**Uyarı Panoları*: Site içerisinde karşıdan karşıya geçmek yasaktır; Lütfen gıllakson camlayın; Lütfen Paspası Kullanınız (eyyce çığnayın); HIRSIZ KARDEŞ, Aldığım telefonun maddi bir değeri yok, ama içindeki no’lar benim için çok önemli lütfen kartı getirirsen çok sevinirim. ÇOK ÖNEMLİ. 20 YTL (hırsıza not).

\* *Satış ve Hizmet Sunumuyla İlgili İlan Panoları*: aypot bulunur, Kızılötesi ve Bülütütlü telefonlar; sidi disket geldi; PİLİPİS TASARUFLU AMPUL; Presteyşin Oyunlar Satılır Değişirilir; BURDA ORKESRA TEMİN EDİLİR DÜHÜN NİŞAN KINA SÜNNET GECELERİNE GİDİLİR ÖZEL EYLENCELERE GİDİLİR; Tembel avrat reyonu (bu yazının yer aldığı fotoğraftaki reyonda ayıklanmış fasulye, soyulmuş patates ve patlıcan paketleri bulunmaktadır);

\* *Adres Levhaları*: DSİ Kazanova Drenaj Pompa İstasyonu; Sohbet Pansiyon, Müracaat: (Burası): Gençlik Kahvehanesi (levhanın altında oturan yaşlılar); Zıkkım Restaurant; Yangına gider.

\* *Reklam Yazısı*: DUR SEN YEDİNİMİ? SÜLONUN IZGARA KÖFTESİNİ YEMEDEN GEÇİLMEZ, BİRDE SEN DENE, HASO SENDE YE, 100 M SAĞDA (Bir evin duvarında yer alan büyük yazı); KAPATIYORUZ HERŞEY 3/1 FİYATINA; Orijinal cd alana korsan cd bedava.

Sanal mizah sayfalarında kadın-erkek kimliklerinin farklılıklarına ve kadın erkek ilişkilerine dikkat çeken ve vurgulayan yazılı ve görsel ürünlere de rastlanmaktadır. “Kadın ve erkeğin beyin yapısı” başlığı altında, erkeklerin seks, kadınların da sohbet, alışveriş ve moda düşkünlükleri eleştirel bir açıdan belirginleştirilmeye çalışılmaktadır. “Aşkın ... (10, 20, 50 vb.) İşareti” gibi başlıklar altında da kadın-erkek ilişkileri hakkında çoğu mizah vurgulu saçma sapan akıl vermelere de, sanal sitelerde yer verilmektedir. Bazen bu tür sitelerde Türk kız ve erkeklerinin belirgin özelliklerini açıklayan yazılı metinlere de tesadüf edilmektedir. Bunları gönderenlerin cinsiyetleri hakkında kesin bilgiler bulunmamakla birlikte, internet ve özellikle de sanal mizah sayfaları sayesinde bireyler karşı cinsiyettekileri daha yakından tanıma olanağı bulmaktadır. Bu tür sitelerin ziyaretçilerinin genellikle karşı cinsi tanıma isteği en üst seviyedeki gençler olduğu hatırlandığında, sözü edilen eğilimi doğal karşılamak gereklidir. Yine sanal mizah siteleri sayesinde kızların da ne denli özgün mizah dünyaları oldukları, diğer bir ifadeyle mizahın sadece erkeklere özgü bir alan olmadığı kanıtlanmaktadır. Zamanla sanal mizah sitelerindeki eril hakimiyetin ortadan kalkacağı ve daha kaliteli ürünlerin yaratılıp paylaşılacağı söylenebilir.

Komik yazıların bir bölümü de “Laf Sokmalar, Laf Sokma Sanatı” başlığını taşımaktadır. Farklı milletlere mensup ünlü tarihi şahsiyetlerin söz ve tepki ustalığını, hazırcevaplığını ortaya koyan bu tür örnekleri “lafı geğigine oturmak” kapsamında da değerlendirmek mümkündür. Bazılarının doğruluğu tartışmak götürmekle birlikte bu tür ürünlerin çok kere sanal

mizah sitelerinden indirilerek çalışma mekanlarına asıldığı görülmüştür. Bunlardan bazıları aşağıda verilmiştir:

\* Bir şemsiye tamircisi, yazmış olduğu şiirleri incelemesi için Sheakespear'a gönderdiğinde, ünlü yazarın cevabı şu olur:  
– Dostum siz şemsiye yapın, hep şemsiye yapın, sadece şemsiye yapın..

\* Meşhur bir filozofa: – Servet ayaklarınızın altında olduğu hâlde neden bu kadar fakirsiniz? diye sorulduğunda:  
– Ona ulaşmak için eğilmek lazım da ondan, demiş.

\* Kulaklarının büyüklüğü ile ünlü Galilei' ye hasımlarından biri:  
– Efendim, demiş. Kulaklarınız, bir insan için biraz büyük değil mi? Galilei:  
– Doğru, demiş. Benim kulaklarım bir insan için biraz büyük ama, seninkiler bir eşek için fazla küçük sayılmaz mı?

\* Bir toplantıda bir genç M. Akif küçük düşürmek için: - Afedersiniz, siz veteriner misiniz? demiş. M. Akif hiç istifini bozmadan şu cevabı vermiş:  
– Evet, bir yeriniz mi ağrıyordu?

\* Yavuz Sultan Selim, birçok Osmanlı padişahı gibi sefere çıkacağı yerleri gizli tutarmış. Bir sefer hazırlığında, vezirlerinden biri ısrarla seferin yapılacağı ülkeyi sorunca, Yavuz ona:

– Sen sır saklamayı bilir misin? diye sormuş. Vezir:  
– Evet hünkarım, bilirim dediğinde, Yavuz cevabı yapıştırmış:  
– Ben de bilirim

\* Bir filozofa sormuşlar: Şansa inanır mısınız?  
Filozof: Evet, yoksa sevmediğim insanların başarısını neyle açıklardım.

Sanal dünyanın mizah sitelerinde Türk toplumunun çeşitli yanlarını eleştirel bir bakış açısıyla yorumlayan örnekler de bulunmaktadır. Bunların önemli bir bölümü, çeşitli hayallemeler, faraziyeler, varsayımlar ve kurgulamalar üzerine yakıştırılanlardır. Türklerin uzaya ilk çıkanlar olması halinde Türk gazetelerinin “*Alemin kralı geliyor; Bekle bizi İngiltere; Uzay tamam, sıra Güneş'te; Bekle bizi Samanyolu; Marshularla Türkler arasında genetik bağ bulundu; Açın mekiklerimizin önünü, Durduramazsınız; Welcome to space; İlk biz duyurmuştuk; İşte Hezarfen'in torunları*” şeklindeki muhtemel başlıkları bu türe örnektir. Bu örneklerde hemen hemen her gazete kendi bakış açısına ve imajına uygun başlıklar atmaktadır. Ayrıca burada yazılı medya ve toplumsal yapıyla ilgili eleştirel göndermelerin de yapıldığı açıktır. Komik Yazılar kapsamında çeşitli sanatçıların gösterilerinden alıntılar da paylaşılmaktadır. Burada genelde doğaçlama gösteri diyaloglarının yazı-

lı ortama aktarılması söz konusudur. Bu sanatçıların başında son dönemin anlatım-gösterim ustalarından Cem Yılmaz gelmektedir. Sanal mizah sayfalarının hemen hemen tamamında, aşağıda örneklendiği üzere, Cem Yılmaz'a ait veya bu sanatçıyla ilgili herhangi bir görüntü, yazı benzeri pek çok mizahi unsura mutlaka rastlanmaktadır. Aşağıdaki örneğin geleneksel-popüler kültür dokundurularının yanında, sanal dünyadaki forumların işleyişi ve terminolojisi bakımından da özgün olduğu hemen fark edilmektedir.

### **Cem Yılmaz “Eğer Beni Admin Yaparsanız”**

“Eğer beni admin yaparsanız konularınız silinmeyecek, userler 1. sınıf muamele görecekler, mazot 1 YTL olacak, foruma havuz yapılacak hem yazacaksınız hem serinleyeceksiniz, Fenerbahçe Türkiye Kupası'nı kazanacak, A. (popüler bir sanatçı) geri gelmemek üzere Antarktika'ya gönderilecek, artık size kızlar teklif edecek, Konya'da da deniz olacak, saatler artık geri alınmayacak, okeye dönerken açmak yasaklanacak, Michael Jackson, yeniden siyah olacak, arabada 5 evde 15 olacak (popüler bir şarkı), düğünlerde zorla halaya kaldırmak yasaklanacak, çakı-çakmak-aynatarak-beş metre don lastiği bir YTL olacak, Ronaldinho'yu Türk vatandaşı olacak, foruma kazandırılacak ve mod yapılacak, forum mesai saatleri sabah 10:30 - 12:00, öğlenden sonra 14:00 -17:00 olacak, arabayı yıkattığınız gün yağmur yağmayacak, kızların “biz arkadaşız” demesi yasaklanacak, eve tellak gelecek, her hafta üyelerin sırtını keseleyecek, boynu ağrıyana masaj yapılacak, forumda mesaj başına para alınacak, iddia kuponları yatmayacak, milli maçlarda rakip takıma en az 5 gol atılacak, en fazla 1 gol yenecek...”

Sanal mizah sayfalarında spor spikerlerinin yayın sırasında yaptıkları dil sürçmeleri yada yakıştırmaları da, komik yazılar kapsamında değerlendirilmektedir. İnternetle birlikte spor mizahı belirginleşmekte ve farklı bir tür olarak gelişmektedir. Canlı yayınlar sırasında fark edilmeyen bu tür unsurlar, sanal sitelerde yer alan kayıtlarla (yazı, yorum, görüntü, animasyon vb.) mizahi ürüne dönüştürülmektedir. Bunlardan bazıları aşağıdadır (Kısaltmalar, özel adları ifade etmektedir):

\* Bağırıyorummm, haykırıyorummm hatta sevinçten çıldırıyorummm... ( Galatasaray-Leeds United maçı bitişi.)

\* H., Dandi'ye dan diye çaktı! (Dundee United-Trabzon maçında H.'nin golünden sonra)

\* Gollerimizi Hagi ile Arif attı sayın seyirciler. Bu tablo bana büyük Türk bestecisi Hacı Arif Bey'i hatırlatıyor nedense. (Grasshoppers-

Galatasaray maçında)

\* T., vurursa gol olur, vuruyooooor, aut...

\* – A., malvarlığını içine soktu.. (Amokachi altın zincirini formasının içine sokmuştur...; Kocaelispor-Besiktaş maçı)

\* – A., kaleci ile karşı karşıya... A... A!!... At onu A!!!!... Ahaha gooooll!!!!... Eehehoee ee e e yani futbolun güzelliği için at A., seyir zevki için at... (Fenerbahçe-Karşıyaka maçı)

\* – W., ikinci yarı çok etkisiz, kendisini oyunda hiç göremiyorum... (ATV’de Beşiktaş maçını yorulanırken; W. devre arasında çoktan oyundan çıkmış, yorumcu bunu farkedememiştir.)

\* – Parma yine atakta... Cunyir... Cunyirrrr... yedi mi? yedi miii? Yemediiiiiii. Kaleci Ballotta yemedi bu golü. (Parma-Inter maçı; sırasında spiker coşmuş).

\* – Hagi yine yokluyor kaleyi. Ü., H. ve J.’den sonra C.’a bir ampul de ben takacağım diyor. İspanya’da da varız Real Madrid. Madrid’de de varız, orda da takarız... (Galatasaray-Real Madrid, 00/01 Şampiyonlar Ligi çeyrek final maçı)

\* – Evet Z.’dan fantastik hareketler...( Danimarka-Fransa maçı, Z. koşarken topa basıp düşmesi üzerine)

\* – Bu dünyadaki en yalnız insanlar hakemlerdir sevgili seyirciler, bu dünyanın her yerinde böyledir. (Yanlış karar veren ve seyircilerce protesto edilen hakemi savunan spiker)

\* – Evet sayın Top... eee top? top sahada... Sayın Tok...(Peruggia-Trabzon UEFA kupası maçı; spiker bir ara topla yorumcunun soyadını karıştırıyor).

\* – Ah A... Orda döndün mü, vuracaksın, taaak.

\* Ü.K., boyu 1.81 olmasına rağmen taymingi iyi, iyi vuruşuyor toplarla.

\* – Bu... Bu... Bu gol katliamı, başka bir şey değil...(Rangers-Fenerbahçe maçı)

\* – Dileriz bu yağmur, Cimbom’un gol çiçeklerini sulamak için yağıyordur. (PSV Eindhoven-Galatasaray maçı)

Aynı şekilde yabancıların Türk vatandaşlığını geçmeleri durumunda hangi isimleri seçecekleri, mizahi bir üslupla öngörülmektedir. Söyleyişler

ve anlamları dikkate alınarak oluşturulan bu yakıştırmalar, sanal alemin en tutulan ürünlerindedir. “Tony Blair - Tuna Bilir, Shaquille O’Neal - Şakir Öneşil, Justin Timberlake - Can Sıtkı Tımbırlakzade, Albert Einstein - Alper Danişay, David Ginola - Davut Cinola, Johann Sebastian Bach - Can Sebahattin Dere, Harry Potter - Hayri Pıtır, Max Weber - Mert Biber, Milan Kundera - İlhan Kundura” bu yakıştırmalardan bazılarıdır. Bu örneklerdeki, küresel sinema ve müzik piyasası, dolayısıyla kitle/popüler kültür baskınlığı, hemen fark edilmektedir. Sanal mizah kapsamında, yaygın popüler kültür unsurlarından da önemli ölçüde yararlanılmaktadır. Sözü edilen kültürlerin yaratılması ve yaygınlaştırılmasında interneti de kapsayan medyalar arası işbirliğinin özellikle mizah alanında etkili bir şekilde gerçekleştiği, yukarıda ve bu çalışmanın diğer paragraflarında da kanıtlarıyla birlikte ortaya konulmaktadır. Burada diğer kitle iletişim araçları gibi, internetin de, bireyselliği yüceltici vurgusunun/ yanılısamasının altında kitleselleştirici, tektürleştirici etkilerinin de bulunduğu dikkat çekilmelidir. Diğer bir ifadeyle, oluşumunda internetin de sorumluluğunun bulunduğu bu hızlı tüketime dayalı yaşam biçimi kapsamında, bir süre sonra aynı mizah ürünlerinin paylaşımından kaynaklanan bir bıkkınlığın doğabileceği de öngörülebilir.

Sanal mizah sitelerinin ziyaretçilerinin önemli bölümünü öğrenciler oluşturduğundan eğitim, okul yaşamı, öğrenci-öğretmen ilişkisini, özetle öğrenci folklorunu oluşturan ürünlere de, internette sıklıkla tesadüf edilmektedir. Mizahın temel tüketici kitlesi durumundaki gençler, kendileri bu tür mizah sitelerine yazı, resim, animasyon, çizim, grafik vb. göndermektedirler. Öğrenci folkloru, okul duvarlarından, yıllık sayfalarından, sanal mizah sitelerine taşınmaktadır. Öğrenci ve gençlik kültürü, özellikle mizah boyutuyla sanal dünyada hızla gelişmektedir. Sanal alemin profesyonelleri de bu eğilimin bilincindedirler. Aynı şekilde “internet ve sanal dünya” gibi olgular, daha önceki bütün yenilikler gibi, “gençlik” vurgusuna ve çağrışımına sahiptir. Bu nedenle de yeniliklerin muhatabı, hedef kitlesi, savunucusu genellikle ve öncelikle gençlerdir. Sanal dünya gençlere üzerindeki baskı, sınırlama ve yasaklardan yeni veya yenilik makyajlı mizahi ürünler aracılığıyla kurtulma olanağı sunmaktadır. Gençler, her türlü tepkilerini, duygu ve düşüncelerini, sanal alemin özgürleştirici ortamında, çok kere de mizah yaratıları biçiminde ifade etmektedir. Bu noktada internet/sanal dünya-gençlik ilişkisinin, mizah, şiddet ve erotizm içeren site ve ürünlerle kurulduğu ve geliştirildiğini de gözde kaçırmamak gereklidir. Ayrıca, Türkiye’de gençlik kültürü araştırmalarının sanal ağlar da dikkate alınarak henüz gerektiği şekilde gerçekleştirilmediği de hatırlanmalıdır.

İnternet-mizah-geçlik kültürü incelemelerinin özgün veri ve değeriendirme-ler ortaya çıkaracağı kesindir. Öğretmenlerimizin Sözleri başlığı altında paylaşılan “Nerede kalmıştık.Bunu sınavda sorarım! Arka taraf konuşmayı kesin! Burayı dikkatli dinleyin. Bir çok öğrenci burada hata yapar! Konuşmak isteyen dışarı çıksın! Kapı açık. Ödevleri yapmadan gelmeyin. Bizim zamanımızda biz oturup sabaha kadar ders çalışırdık. Su andan itibaren herkes birbiriyle küs!(Sınavda) Ben öğrenciyken hiç kopya çekmezdim. Bu konuya fazla girmeyelim ileride göreceksiniz. Sınava iyi çalışın. Siz evinizde de mi böylesiniz? Dersleri serdiniz. Derste yemek yasak, kaç kere söyleyeceğim. Oğlum kahvede mi oturuyorsun, doğru otur. Uyuyun, siz uyuyun, hepsi sınavda çıkacak. Burası anasınıfı değil. Düğüne gelir gibi okula geliyorsunuz. Ben sizin yaşınızdayken ...” türünden yazılı ürünler, sözü edilen mizah alanına aittir.

Yine bazı mizah sitelerinin açılış sayfalarında “akan yazılar” dikkati çekmektedir. “Hoş gelmişsiniz içeri buyurun; İki çocuğum olsa aklım sallıncakta sallanır, Büyümek istemiyorum annem- babam yaşlanır; Silgi kullanmadan resim çizme sanatına hayat diyorsanız, benim beyaz boyam var” (www.asilmizah.com) türünden oldukça anlamlı ve sıcak ifadelerle, sanal mizah siteleri çekici hale getirilmeye çalışılmaktadır.

Sonuçta sanal dünyada hemen hemen her toplumsal gruba yönelik sanal mizah ve ürün bulunmaktadır. Yaş, cinsiyet, sosyo-kültürel farklılıklardan kaynaklanan değişik mizah anlayışlarından ve dünyalarından bahsedilse de, genelde mizah birleştirici bir güce sahiptir. Herkesin kolaylıkla paylaşabileceği, ortaklıklara vurgu yapan, görsel, görsel-işitsel ağır basan mizah siteleri ve ürünleriyle internet, sadece bireyleri değil, toplumları da birbirine yaklaştırmaktadır.

### **b. Sanal İşitsel Mizah Alanı**

Sanal mizah sitelerinde işitsel ürünlerden yararlanıldığı belirlenmiştir. Kendisinden önceki bütün iletişim araçlarını bünyesinde barındıran, kitle iletişim araçları bileşkesi internette ve dolayısıyla sanal mizah sitelerinde “telefon şakaları, yardım masaları, bire basınız, küfürlü diyaloglar, gülme krizleri, komik sesler, komik ses kayıtları, filmlerden sesler, Türk filmlerinden konuşmalar, komik loglar” başlığı altında pek çok işitsel mizah unsurunu dinlemek mümkündür. Kısa sürede dinlenebilen (genelde 30-40 saniye, bazıları bir dakika civarında) bu ürünlerin en önemlisi, telefon şakaları yada telefon işletmeleridir.

Telefon şakaları, genellikle Şener Şen, Cüneyt Arkın, Kemal Sunal” gibi

Türk sinemasının önemli aktörlerinin yer aldığı filmlerdeki diyaloglardan yararlanılarak oluşturulmuştur. Bu ürünlerde ünlülerden yada halktan biri telefonla aranmakta ve filmlerden alıntılanan konuşma parçalarıyla karşıdaki kişi, ayılıncaya kadar işletilmeye çalışılmaktadır. Telefon şakalarının bir diğer türünü ise radyo telefon şakaları oluşturmaktadır. Bu şakalarda, dj denilen sunucu bir ünlünün sesini taklit ederek telefonun karşı tarafındaki kişiyi kandırmaya çalışmaktadır. Bütün bu konuşmalar, eş zamanlı olarak radyoda yayınlanmaktadır. Daha sonra ard zamanlı olarak internete aktarılan bu konuşmalar, kısa süre içinde sanal alemin en çok tutulan mizah ürünleri arasına girmiştir. Bir diğer telefon şakası ise, arayan kişinin “bire basınız, dörde basınız” şeklindeki yönlendirmelerle oyalanmasından ibarettir. Yine “yardım masaları” başlığı altında dinletilen mizah ürünlerinde, sorununu çözmek için arayan kişiye saçma sapan çözümler önerilmektedir. Bu şakalar sırasında, çok kere karşı tarafın sabrı taşırılarak, sinirlendirilerek küfretmesi sağlanmaya çalışılmaktadır. Küfürlerin, hem cinayet, hem de mizah kaynağı olması ise, hala çözümlenmeyen bir karşılıktır. Aynı durumun sanal mizah sayfalarında da yer aldığı görülmektedir. Bu yanı sıra internet, küresel niteliğinden çok, ulusal ve yöresel vurgusuyla öne çıkmaktadır. Diğer bir ifadeyle toplumlar, küresel nitelikli yada yaratıldığında nötr bir özellik taşıyan interneti, kısa süre içinde kendileştirmiştir. Bu süreçte mizah, önemli bir alan olarak işlev görmüş ve görmeye de devam etmektedir. Her toplum, internete, sanal dünyaya kendi damgasını vurma çabası içindedir. Farklılıklara odaklı bu yaklaşımın çok kere insanlığın ortaklıklarını, ortak mirasını belirginleştirdiği, dolayısıyla toplumları birleştirdiği, göz ardı edilmektedir.

İşitsel sanal mizah ürünleri arasında çeşitli filmlere ait ses kayıtları da bulunmaktadır. Bu kayıtlar genellikle Türk sinemasın klâsikleri olarak kabul edilen Hababam Sınıfı, Züğürt Ağa gibi komedi filmlerine aittir. Gülme krizleri, komik ses kayıtları, anlık tepkileri içeren doğaçlamalar, diğer işitsel mizah ürünleridir. Özellikle farklı yaş, millet ve cinsiyetlere mensup kişilerin gülmelerini sanal sitelerden indirmek mümkündür. Bebeklere ait gülme krizleri, hemen hemen herkes tarafından ilginç bulunmaktadır. Sanal mizah yöneticileri gülmenin, hele kakhaha atmanın bulaşıcı olduğunu bilincindedirler.

Ziyaretçiler, beğendikleri işitsel mizah ürünlerini bilgisayarlarına ücretsiz olarak indirebilmekte, hatta cep telefonlarına kaydedebilmektedirler. Böylelikle sözü edilen ürünlerin tüketim zamanları ve alanları genişletilmektedir. Ancak bazı sitelerin bu olanaktan sadece üyelerini yararlandır-

dıklarını ve cep telefonuna indirmenin birkaç kontura mal olduğunu da hatırlatmakta yarar vardır. Çağdaş toplumun gittikçe yalnızlaşan bireyi, kendi dünyasında kaybettiği gülmeceyi, mamule dönüştürülen kahkahayı satın alarak bulmaya ve rahatlamaya çalışmaktadır. Bir bakıma “gerçek kahkahanın yitimi değilse bile etkisizleşmesi ve sanal kahkahanın doğuşu”, aynı anda yaşanmaktadır. Keza bu sürecin, profesyonel sözlü mizah aktörlerinin ortaya çıkışıyla başladığını da kabul etmek gereklidir. Yaşamın, kolaylıkla mamule dönüşebilen alanlarının başında mizah geldiği, birkaç gözlemlerle kolaylıkla anlaşılabilir. İnternet, sadece bu süreci hızlandırmış, yaygınlaştırmış ve zenginleştirmiştir.

### c. Sanal Görsel Mizah Alanı

İnternet sayesinde yazılı kültür çağı sona ermiş, görsel kültürün egemenliği belirginleşmiş ve pekişmiş, asıl olanın görsel kültür olduğu bir kez daha anlaşılmıştır. Aynı değerlendirmeler, mizah alanı için de geçerlidir. İnsanın sözlü ya da yazılı/basılı metne değil, söz veya yazıyla yaratılan, aktarılan, anlatılan, betimlenen durumlara, anlara, görüntülere güldüğü açıktır. İnternet, mizahın görsel yada resim ve görüntünün mizahi ürün olarak sergilenmesini, paylaşılmasını kolaylaştırmıştır. Sözlü ve görsel mizah, kısa süreliğine yazılı mizaha (mizah edebiyatına) bıraktığı tahtını, önce karikatürlerden oluşan mizah dergileri, daha sonra televizyon ve internet sayesinde geri almıştır. Resimle mizahın buluşabileceği yada resimle etkili bir mizah dünyasının yaratılabileceği fikri, sanal alemdeki bu tür ürün ve bölümlerle kanıtlanmıştır. Okumak yerine dinlemeyi, daha doğrusu görmeyi tercih eden toplumlarda bu durum, çok daha açık bir şekilde gözlenebilmektedir. Bu tür sanal mizah ürünlerine karşı gösterilen büyük ilgi, diğer yandan görsel kültür çağının da sürekliliğini ortaya koymaktadır.

Sanal mizah sitelerinde “komik resimler/fotoğraflar, grafi komedi, resimler, fotoshop/photoshop resimler, en çok izlenen resimler, yeni eklenen resimler, bu kareler güldürüyor, Türkiye’den manzaralar, yurdum insanı, tabela, doğa, + 16 resim, şakalar, bilgisayar, kazalar, fotomontaj, ünlüler, ilginç (dövmeliler vb.), hayvan/hayvanlar alemi, insanlar/ insanlar alemi, çocuklar, dergi kapakları (karikatür dergileri; Penguen), karikatür, reklamlar, araçlar, icatlar-mucitler, spor, sevimli, e-kart” adlı bölümler içinde pek çok resim bulunmakta ve küresel ölçekte paylaşılmaktadır. Bu fotoğraflar, yorumsuz- yazısız yada açıklama içeren çerçeve altı birkaç sözcükten oluşan yazılı metinlerle birlikte sergilenmektedir.

Sanal mizah sitelerinin ziyaretçilerinden, etkileşimci yaklaşım gere-

ğince, sergilenen fotoğraflar hakkında görüş bildirmeleri istenmektedirler. Bu görüşlerin de birer mizah ürününe dönüştürülerek mizah sitelerinde sunulduğu da belirlenmiştir. Bir bakıma, sanal bağlamda mizah, mizahı doğurmaktadır. Belki de insanoğlu, sanal sörfü sırasında, hiçbir dönemde olmadığı kadar yaratıcı hale gelebilmektedir. Bu süreçte ziyaretçilerin, b/ loglarda olduğu gibi, doğaçlama becerileri en üst seviyeye ulaşmaktadır. Sanal siteler, bu çeşit doğaçlamalardan beslenmektedir. Sözlü kültür tiyatrosunun da temelini oluşturan doğaçlamaların, bugün temel yaşam alanlarından birini sanal mizah sitelerinin oluşturduğu rahatlıkla ileri sürülebilir.

Bu resimler, profesyonel ve amatör fotoğrafçılara aittir. İlk dönemde çeşitli ajanslardan elde edilen bu resimlere zamanla meraklıların da gönderdikleri eklenmeye başlanmıştır. Komik anları, durumları, kişileri kaydedip başkalarıyla paylaşmak isteyenler, sanal ağlarda buluşmaktadır. Sanal mizah siteleri ve sayfaları, bir bakıma yaşamın mizahi yanlarını keşfetme, yakalama ve gösterme amacına sahip milyonlarca gözün temel ifade ortamı durumundadır. Pek çok insan, elinde fotoğraf makinesiyle yaşamdaki komiklikleri yakalama avına çıkmaktadır. Bu süreçte sadece kamusal alan-dakiler değil, özel yaşamdakiler de kaydedilmekte ve paylaşılmaktadır. Bazen bu durum, özel yaşamın gizeminin, gizliliğinin aralanması şeklinde de yorumlanabilir. Nitekim internetin özel yaşamın kutsallığı üzerinde olumsuz etkiler yaptığı, uzun süredir dile getirilmektedir. Sanal dünyada özel yaşamın özellikle cinsellik ve mizah içerikli site ve ürünler aracılığıyla saygınlığını kaybettiği görülmektedir. İlginç olan özel yaşama ait bu fotoğrafların bizzat fotoğrafın sahipleri tarafından küresel ölçekte paylaşımına sunulmasıdır. Kamusal alanda çekilen fotoğrafların önemli bir bölümünde, “bir tekerleği olmayan traktörle trafiğe çıkmak, farklı olarak yük ve yolcu taşımak gibi” kuralların şaşırtıcı ve komik bir şekilde ihlal edilmesi gösterilmektedir. Çok kere bu fotoğrafların, kara mizah vurgulu “yurdum insanı” tanımlamasıyla sunulması, dikkat çekicidir. Bir bakıma insanoğlu kural dışılığına, kendi kural dışılığına, özetle kendisine gülmektedir. Özellikle yazılı medyanın temel organları olan gazetelerde, foto albüm, yurdum insanı, Türkiye’den manzaralar, memleket halleri” gibi başlıklar altında, bu türden fotoğraflar sergilenmektedir. Burada yazılı medyanın sanallaşması yada sanal gazeteciliğin ortaya çıkışının mizah basınını da etkilediği hatırlanmalıdır. Bu süreçte gazetelerin sanal nüshalarına özgü olarak ortaya çıkan foto albüm bölümlerinin en çok tutulan ürünlerini de yurdum insanı içerikli resimler oluşturduğu, ziyaretçi kayıtlarına bakılarak, kolaylıkla belirlenebilir. Gazeteler, bu türden sanal ürünlerle, mizahi içerik bakımın-

dan gelişmiş ve gelişmektedir. Böylelikle yazılı medyanın bazen abartılı ciddiyet vurgusu hafifletilmekte, daha gerçekçi ve doğal bir yapıya sahip olması sağlanmaktadır. Burada gazetelerin sanal nüshalarının, tıpkı çizgi karelerden oluşan köşe yazılarının ortaya çıkması gibi, bir süre sonra az yazılı fotoğraf albümlerinden ibaret olabileceği de söylenebilir.

19. asrın son çeyreğinde yayımlanmaya başlayan Diyojen'den beri karikatür, mizah yayınlarının temel yaratılarıdır. Bilhassa 1970 ve 1980'li yıllarda tiraj bakımından günlük ulusal gazetelerle yarışan mizah dergileri, medyanın diğer yayınları gibi, sanallaşma sürecine girmiştir. Çoğu daha önce mizah dergilerinde yada albümlerde yayımlanmış karikatürler, ilk dönemde meraklılar arası alış verişlerde paylaşılmıştır. Karikatüristler, yaratılarının sanal ortamda bu şekilde paylaşılmasını önlemek amacıyla şahsi yada kendi dergilerinin sanal sitelerini kurmaya başlamışlardır. Hatta karikatürist Ersin Karabulut, daha sonra açıklanacağı üzere, kendi sitesinde sanal karikatür kursları düzenlemektedir. Böylelikle bir taraftan bu tür ürünler, yasal yollarla meraklılarıyla buluşturulmakta, diğer taraftan da Türk kültürüne yeni karikatüristler kazandırılmaktadır. Türk ve dünya karikatür belleği durumundaki bu sitelerde geçmişin ve bu günün özgün örnekleri sergilenmektedir. Selçuk Erdem ve Yiğit Özgür'e ait karikatürler, 2007 yılında sanal ortamda en tutulan yaratıların başında gelmektedir. Karikatürcülere ait vakıf, dernek gibi meslek örgütlerinin siteleri de bu bakımdan dikkat çekicidir. Özetle karikatür sanatı, sanal ortam sayesinde, hiçbir dönemde olmadığı kadar yaygınlık kazanmakta, çeşitlenmekte ve gelişmektedir.

Sanal dünya, kendi sembollerini de yaratmakta gecikmemiştir. Diğerleri gibi mizah alanıyla da ilgili semboller geliştirilmiş ve geliştirilmektedir. Sanal dünyadaki yazılı iletişime, karşılıklı konuşma(chat) ve sohbet, öncelikle sesli harflerin yazılmamasını, daha sonra da sözcükler yerine sembollerin kullanılmasını da beraberinde getirmiştir. Blog, log başlıkları altındaki eş ve art zamanlı diyalog örneklerinde de görüldüğü gibi, "hızlı tüketimin" esas olduğu bu çağ, "kısaltma, eksiltme ve özetleme çağı"dır. Sözü edilen değişimler de, çağın eğilimine ve işleyişine uygundur. Dil bilimcilerin mutlaka araştırmalarına dahil etmesi gereken bu iletişim sistemiyle ilgili durumun, mizah alanını da kapsadığı belirlenmiştir. Yazım değişimleri dışarıda bırakılırsa, internette geçerli (bunların cep telefonuyla gerçekleştirilen iletişimde de kullanıldığı hatırlanmalıdır) mizah sembolleri bulunmaktadır. İlk dönemde ":-)" (gülümsemek), :-D (kahkahayla gülmek), :-))) (çok gülmek), ;-P (dil çıkarmak), %-) (saatlerdir ekran kar-

şısında, dümdüz bakıyor), :\*) (sarhoş), 3:-o (inek)” gibi bilgisayar klavyesi kullanılarak yapılan sembolleri, daha sonra “□□” türünden “smiley” adlı grafik tasarımları takip etmiştir. Son dönemde ise smiley adlı ürünler, hareketli ve sesli benzerlerine, ardıllarına yerlerini bırakmaya başlamıştır. Bu son ürünlerde, kaş, göz, ağız gibi organların yanında el ve kollar (başa eklenen) da hareketli hale getirilmiş ve kahkaha sesleri eklenmiştir. Böylelikle semboller temelinde yeni bir mizah dili yaratılmaktadır. Hatta bu dille ilgili, “chat/msn sözlüğü” gibi, sözlükler bulunmaktadır. Yaratılan bu ürünlerin kupa, kart, pano, giysi, kırtasiye ürünleri gibi eşyalarla gündelik yaşama da aktarıldığı görülmektedir. Diğer bir ifadeyle sanal yaratılar aracılığıyla sanal dünya, gerçek yaşamı değiştirmektedir. Sanal-gerçek kavramlar, dünyalar hiç bu kadar birbirine karışmamıştır. Belki de yeni dönemde böyle bir ayırım dahi saçma olarak değerlendirilmektedir. Dil ve mizah alanları, bu açıdan oldukça elverişli araştırma sahalarıdır.

#### **d. Sanal Görsel- İşitsel Mizah Alanı**

Özellikle sinema ve televizyon gibi yaşamı dönüştüren iletişim araç ve bağlamları, sanal mizah sitelerinin altyapısını hazırlamıştır. Görsel-işitsel mizah alanının ve ürünlerinin ortaya çıkışı ve gelişmesi, bu sürecin başlangıcıdır. Sanal dünyada görsel-işitsel mizah, diğer türlere nazaran daha hızlı bir gelişme göstermiştir. Zamanla komik videoları içeren müstakil görsel-işitsel mizah siteleri, ortaya çıkmıştır. Bir bakıma görsel ve görsel-işitsel mizah, yazılı mizahтан ayrılmış, özerkliğini ilân etmiştir. Kuşkusuz bunda, kitle kültürü/popüler kültür/ tüketim kültürü kıskacındaki çağdaş dünyanın ve dolayısıyla sanal dünyanın hızlı tüketime dayalı kurgulanışının ve işleyişini de etkisi büyüktür. Yaşamın, dolayısıyla tüketimin hızlandığı, dahası çığırından çıktığı bu çağda, bu türden ürünlerin rağbet göreceği açıktır. Bu nedenle de yazılı mizahın modası geçmeye, kolay ve hızlı tüketilebilen görsel ve görsel-işitsel mizah öne çıkmaya başlamıştır. Nitekim 2007 yılını kapsayan bu çalışmada da, görsel, görsel-işitsel içeriğe sahip sitelerin önemli bir yekun teşkil ettiği görülmüştür.

“Komik animasyonlar, komik film/filmler, komik/güldüren kazalar, komik klipler, komik reklamlar, komik slayt, komik videolar, videolar, nette güldürenler, video galeri- komiklikler, komik yarışmalar, komik sahneler, bel altı videolar, güldüren anlar, şans kapıyı kırınca, kamera şakası, becerikli hayvanlar, şakalar, çizgi film, film kesitleri” gibi başlıklar altında Türkiye’ye ve dünyanın pek çok ülkesine ait görüntüler, sanal mizah sayfalarında sergilenmektedir. Sanal ortamda daha fazla yer kaplaması, belirli donanımları gerektirmesi gibi teknik nedenlerden dolayı, komik yazı ve fotoğraflara göre, komik videolara sanal mizah sitelerinde daha az yer ve-

rildiği belirlenmiştir.

Fotoğraflar gibi, görüntüler de, çok kere kültür farklılıklarından kaynaklanan sınırlamalardan etkilenmedikleri için, küresel ölçekte kolaylıkla dolaştırılabilmekte ve paylaşılabilmektedir. Bu durum bir bakıma insanlığın ortak mizah anlayışını ve ürünlerini de ortaya koymaktadır. Dünya mizahının temel ortaklıklarını komik görüntü ve resimlerin oluşturduğu rahatlıkla söylenebilir. İnsanlar farklı dillerde konuşmaların yer aldığı komik görüntüleri dahi kolaylıkla izleyebilmektedir. Aynı şekilde “kahkaha atan bebek” örneğinde olduğu gibi, bebek görüntülerinin sanal mizah sitelerinin en çok izlenenlerin başında gelmesi, kahkaha, dahası gülmecenin/ mizahın dilinin ortak olduğunu, sınır tanımadığını, sanal dünyada da olsa, insanları kolaylıkla bir araya getirebildiğini bir kez daha kanıtlamaktadır. Belki de sadece bu yönü dikkate alınarak, sanal dünyanın en zararsız, dahası faydalı ve barışçı sitelerinin, sanal mizah siteleri olduğu belirtilebilir.

Sanal mizah sayfalarında, çoğunluğu amatör kayıtlardan oluşan insan ve hayvanlar âlemine ait bu beceri, şaka, kaza, sakarlık görüntüleri de paylaşılmaktadır. “Talihsiz insanlar/ beklenmeyen/görünmez kazalar” bölümleri altında banyo, dans, trambolin, salıncak, koltuk, canlı yayın, kızak, deniz, ev yaşamı, inşaat, yemek, spor kazalarının görüntüleri sergilenmektedir. “Bu ne dansı (kafası üstüne çakılan dansçı kızların görüntüleri), İstersem uçabilirim (jimnastik müsabakasında atlama beygirinden uçan sporcunun görüntüleri), Sumo güreşçileri kızarsa, Kaptan dalarsa (alçak köprüden geçerken gemisinin bacasını, direğini kopartan dalgın kaptanın görüntüleri), Canlı yayın kazaları (üzerine dekor düşen spikerin görüntüleri), En sabırlı spiker, Tencerede adam var (tencerenin içinden başını uzatan şakacının görüntüleri), Çıldırtan şaka (kendisine telefonla konuşurken sürekli kağıt top fırlatan arkadaşına saldıran kişinin görüntüleri), bu türdendir. Bunlardan önemli bir kısmında yaşlıların ve bebeklerin yer aldığı görülür. Özellikle “Güldüren çocuğun videosu, Gülen dört bebek ve Doğuştan Ankaralı” gibi başlıklarla verilen gülen ve oynayan bebek görüntüleri yüksek izlenme oranlarına sahiptir. Örneğin, Misket Oynayan Bebek (Misket adlı halk dansını oynayan 2-3 yaşlarındaki erkek bebek) görüntüsü, 28 Haziran 2007-23.7.2007 arasındaki yaklaşık bir ay içinde, 110 209 kez izlenmiştir. “Güldüren ve düşündüren imam görüntüleri”, dinsel değerlendirmelerdeki mizahi boyutu ortaya koymaktadır. “En ilginç propaganda filmi” (2007 Genel seçimlerinin Adana bağımsız adayı, A. B.’a ait propaganda filmi, yaklaşık bir ay içinde 30 374 kez izlenmiştir) başlıklı video görüntüsü ise, Türkiye’deki politik kültürün, renkliliğini gözler önüne sermektedir. Bel altı ve erotik mizah içerikli videolar, genellikle YouTube’dan aktarılmış-

tır.

Bu video görüntülerinde insanların kaza, sakarlıklarıyla hayvanların da genellikle becerileriyle yer alması, ilginçtir. “Golf topu kapan maymun, simit kapan martı, ziyaretçilerin elindeki yiyecekleri alan zürafa, tavuk, hindi, fil vb., gece ışığı görüp kayığa atlayan balıklar, salıncakta sallanan kuş, paten süren köpek, şakacı papağan, köpekle eğlenen kedi, genç kıza öpücük veren goril, hapşıran panda”, bu kümedeki sanal mizah örnekleridir. Bazen de hayvanlar, temel haklara aykırı olarak, makyaj ve kostüm uygulamalarıyla insansılaştırılarak gülünç duruma düşürülmektedir.

Bu türden mizah unsurları, daha önce sinema filmlerinde (hatta bazı filmler, bu tür görüntülerin birleştirilmesinden oluşmuştur) ve televizyon yapımlarında(kamera şakaları vd.) etkili bir şekilde kullanılmıştır. Ancak ilginç olan “PiknikTube (Beyaz Show içinde bir bölüm olarak), % 100 Komik, Kamera Şakası/ Şakaları, Komiklikler” gibi çeşitli televizyon programlarının sanal mizah sayfalarındaki görüntülerden (genellikle YouTube’tan aktarılanlar) yararlanmasıdır. Bu tür ürünler kapsamında televizyonun mu internetten, internetin mi televizyondan yararlandığı açık bir şekilde ortaya konulamamaktadır. Nitekim YouTube öncesinde pek çok Gag türünden program, televizyonlarda yayımlanmış ve yayımlanmaya da devam etmektedir. Bu süreçte farklı mizah temsilcileri ortaya çıkmaktadır. Örneğin Türkiye’de Gülse Birsal, bir taraftan Gag programını yaparken, diğer taraftan da Gayet Ciddiyim, Hala Ciddiyim, Yolculuk Nereye Hemşerim adlı kitaplarını yayımlamıştır. Birsal’in internette de çeşitli sahneleri paylaşılan Avrupa Yakası adlı televizyon dizisinde senaryo yazarı ve oyuncu olarak görev alması ise sözü edilen ilişkilerin çözümlenmesi açısından oldukça dikkat çekicidir. Özetle Gülse Birsal, televizyon-yazın-internet bağlamlarında çok yönlü, farklı bir eleştirel mizah anlayışını sergilemektedir. Bu noktada vurgulanması gereken, kitle iletişim araçlarının birbirlerini beslediğidir.

Yabancı ve yerli sinema filmleriyle televizyon yapımlarına ait görüntü parçaları da, komik videolar kapsamında gösterilmektedir. Geçmişe ait ürünler, zamanla mizah kapsamında değerlendirilmektedir. Bunlardan en dikkati çekenler, Yeşilçam Sineması’nın melodramları ve tarihi kahramanlık filmleriyle daha önceki Eurovision Yarışmalarına ait görüntülerdir. Yeninin kurgulanması, geliştirilmesi ve işletilmesi sürecinde, her zaman geçmişin mizahi üslupla eleştirilmesi söz konusudur. Mizahla, geçmiş güçsüz ve savunmasız bırakılır. İnternette geçmişin mizahi eleştirisi, yeni ve etkili bir ortam kazanmıştır. Bunlardan Hababam Sınıfı başta olmak

üzere özellikle Şener Şen, Kemal Sunal, Cüneyt Arkın, Kadir İnanır, Cem Yılmaz gibi aktörlerin rol aldığı filmlere ait sahneler, sanal mizah sitelerinin komik videolarını oluşturmaktadır. Gora, Vizontele/Tuba, Hacivat ve Karagöz Niçin Öldürüldü gibi yakın dönem filmleri vizyondan kalkmalarına rağmen, bu tür videolar aracılığıyla sanal dünyada izlenmeye devam edilmektedir. Filmlerin ömrü, bazı bölümleriyle de olsa sanal alem sayesinde uzatılmaktadır. Bilgisayar teknolojisindeki gelişmeler sayesinde, kısa süreli film görüntüleri elde edilebilmekte ve komik videolar olarak sunulmaktadır.

Yine Truva, Gladyatör, Shrek, Yüzüklerin Efendisi gibi yabancı filmlerin çeşitli yöresel ağızlarla (Çorum, Elazığ vb.) yapılan seslendirmeli sahneleri de sanal mizah sitelerinde oldukça rağbet görmektedir. Çok kere küfürlü ve yöresel ifadelerle yapılan bu film dublajlarının başarılı olduğu söylenebilir. Örneğin Gladyatör filminin Elazığ çeşitlemesi, “Gıllı Oğlu Ali’nin Hikâyesi” adını taşımaktadır. Bu bir bakıma yerelin küresel karşısındaki tutumunu, mizah formatlı eleştirel tavrını da ortaya koymaktadır. Sanılanın aksine, küreselleşme sürecinde yerel, güçsüz, eli kolu bağlı ve savunmasız değildir. Bir diğer dikkati çeken nokta ise, bu tür yerel çeşitlemelerin küresel ölçekte izlenmesidir.

Çeşitli televizyon programları ve dizilere ait komik görüntülere de bu tür sitelerde yer verilmektedir. 2007 yılındaki komik videolarda Avrupa Yakası adlı diziye (özellikle Gafur-Peker Açıkalin-, Buhan Abi- Engin Günaydın- ve Sertaç- Yavuz Seçkin- tiplmelerinin yer aldığı sahneler) ve Beyazıt Öztürk (Beyaz Show, Biri Bize Anlatsın), Okan Bayülgen (Zaga, Makina), Şahan Gökbakar (Dikkat Şahan Çıkabilir), Ata Demirer’in programlarına ait görüntülere de rastlanmıştır. Teyo Emmi ve Koca Kafalar da bu dönemde belirli bir kesim tarafından ilgiyle karşılanan programlardır. Yalanlarıyla ünlü ve yakın zamanda vefat eden Teyo Pehlivan adlı sözlü kültür aktörünün, Teyo Emmi şeklinde televizyona uyarlanarak, sanal ortamda da, yaşamaya devam etmesi, birincil-ikincil sözlü kültür gelenekleri arasındaki bağlantı ve dönüşümlerin açıklanması bakımından oldukça önemli bir olgudur.

Cem Yılmaz’ın gösterileri, sinema ve reklam filmlerinden aktarılan görüntüler, sanal mizah sitelerinde uzun süredir izlenmektedir. Bu ve benzeri görüntülerin küresel ölçekli sitelere de taşındığı ve en çok izlenenler listesine girdiği belirlenmiştir. Bu sanal mizah dünyasında Türk aktörlerin, çok yönlü etkinliğini de açıklamaktadır.

Komik ve ilginç reklam, animasyon ve oyunlarla klip eleştirileri, güldü-

ren ve düşündüren imam görüntüleri, sanal alemin diğer mizah ürünleridir. Özellikle Okan Bayülgen'in reklam ve Şahan Gökbakar'ın klip eleştirileri, komik videolar kapsamında televizyonun işlevselliğini ortaya koymaktadır. Bazı animasyonlarda ise yabancı kliplere yerli popüler sanatçıların eklenmesiyle mizah yaratılmaya çalışıldığı da görülmektedir.

Sanal dünyada karikatür sanatını öğretici sitelerin yer almaya başlaması da, mizah araştırmaları açısından mutlaka çözümlenmelidir. Nitekim Ersin Karabulut, [www.uzmantv.com](http://www.uzmantv.com) adlı sitesi aracılığıyla karikatür çizmeyi, görüntüleriyle ilgililerine öğretmeye çalışmaktadır. Bu kapsamda sitenin "Sorular başlığı/sekmesi" altında "karikatür çizmek için ne kadar resim yeteneği gerekli, karikatür eskizi nasıl hazırlanır, karikatür çizmek isteyenler nereden başlayabilir, karikatür nasıl renklendirilir, eskizi yapıldıktan sonra karikatür nasıl son haline getirilir, karikatür çizenler kendilerini nasıl geliştirebilir..." gibi sorular uygulamalı görüntülerle cevaplanmaktadır. Uzun süre usta-çırak ilişkisi ve mizah dergileriyle sınırlı olarak gerçekleştirilen karikatür eğitimi, internet sayesinde yaygınlık kazanmaya başlamıştır. Türk ve dünya karikatürü ve dolayısıyla mizahı için bu gelişme oldukça anlamlı ve işlevseldir.

### **Sonuç**

Yukarıda sanal mizah, yazılı, görsel, işitsel, görsel-işitsel boyutları ve türleri dikkate alınarak çözümlenmeye çalışılmıştır. Sanılanın aksine, bu alanın çok yönlülüğü, özgünlüğü, karmaşıklığı ve dahası araştırma yeterliliği ve çekiciliği farklı kümeleme sistemiyle gerekli veri ve yorumlarla ortaya konulmuştur. "Öncül deneme" niteliği peşinen kabul edilen bu çalışmanın, yeni araştırmalara kaynaklık etmesi temel beklentidir. Sanal mizah alanının, ne denli zengin bir akademik saha olduğu, gelecekteki araştırmalarla kanıtlanacaktır.

Sonuç olarak, internet, bütün olumsuz yanlarına rağmen, Türk ve dünya mizah geleneklerini birbirine yaklaştırmakta, gelenekler arası alış verişleri hızlandırmakta ve geliştirmektedir. Sanal dünyanın sunduğu olanaklarla farklı milletlerin mensupları benzer şeylere gülerek birbirlerini anlamaya başlamışlardır. Bir bakıma dünyanın ortak görsel mizah belleği sanal alemde yaratılmakta ve paylaşılmaktadır. Dünya barışı için bu gelişme oldukça önemlidir. Büyük Atatürk'ün "Yurtta sulh, cihanda sulh" ülküsü, sanal mizah siteleri aracılığıyla gerçeklik kazanmaktadır. Aynı şeylere gülebilen insanların barış içinde yaşamaları daha kolaydır. "Paylaşılanlar ve ortaklıklar çoğaldıkça, barış yaygınlaşacak, gelişecek ve kökleşecektir".

**KAYNAKÇA**

<http://tdk.org.tr/sozluk.html>

İnan, Aslan, 2000, *İnternet El Kitabı*, 5.baskı, Sistem Yayıncılık, İstanbul.

[www.aksehirnasreddinhoca.org.tr](http://www.aksehirnasreddinhoca.org.tr)

[www.asilmizah.com](http://www.asilmizah.com)

[www.fikratr.com](http://www.fikratr.com)

[www.google.com](http://www.google.com)

[www.hurriyet.com.tr](http://www.hurriyet.com.tr)

[www.komikdunya.com](http://www.komikdunya.com)

[www.mizah.milliyet.com.tr](http://www.mizah.milliyet.com.tr)

[www.mizah.vakfi.com](http://www.mizah.vakfi.com)

[www.mizahportal.com](http://www.mizahportal.com)

[www.uzmantv.com](http://www.uzmantv.com)

[www.video.komiksozler.net](http://www.video.komiksozler.net)

[www.youtube.com](http://www.youtube.com)

[www.zekirdek.com](http://www.zekirdek.com)

