

ELEKTRONİK DERGİCİLİK BAĞLAMINDA ELEKTRONİK MİZAH DERGİLERİ

Duygu DUMANLI KÜRKÇÜ¹

ÖZ

Günümüzde internetin kullanım alanının yaygınlaşması, birçok sektörde olduğu gibi yayıncılık sektöründe de radikal dönüşümlere neden olmuştur. Ülkemizde gazete ve dergiler internet üzerinden yayın yaparak okuyucularıyla buluşmaktadır. E-dergicilik, basılı dergiciliğe oranla sahip olduğu avantajlar nedeniyle her geçen gün yayıncılar ve okuyucular tarafından daha çok tercih edilmektedir. Özellikle Y kuşağı olarak adlandırabileceğimiz doğuştan dijitalle aşına olan gençler, bilgi ve haber alma, eğlenme, sosyalleşme, yenilikleri ve gündemi takip etme gibi ihtiyaçlarını internet üzerinden ve dijital ortamlardan karşılamaktadırlar.

Bu çalışmada ülkemizdeki mizah basını ve önemli mizah dergilerinin tarihsel gelişimi, e-yayıncılık ve e-dergicilik kavramları, e-dergiciliğin basılı dergicilikten ayrılan yönleri, elektronik mizah dergiciliği konularında literatür incelemesi yapılmıştır. Ayrıca çalışmada üniversite öğrencilerinin, basılı dergi ve e-dergi okuma oranlarını belirlemek, okuma sürelerini saptamak, basılı ve e-dergilerde hangi kategorilere ilgi duyduklarını belirlemek ve e-mizah dergilerinin takip edilme sıklığı ve nedenlerini belirlemek amacıyla bir saha araştırması gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın verileri, kapalı uçlu ve 5'li Likert tipi sorulardan oluşan bir anket ile elde edilmiştir. Anket formu katılımcılar tarafından 1 Nisan - 30 Haziran 2016 tarihleri arasında cevaplandırılmıştır. Araştırma sonucunda, üniversite öğrencilerinin büyük çoğunluğunun basılı dergilere oranla elektronik dergilere daha fazla ilgi duyduğu, internet yolu ile içeriklere ücretsiz şekilde ulaşmayı tercih ettikleri görülmektedir. Ayrıca öğrenciler, elektronik dergiciliğin gelecekte daha önemli bir konuma geleceği görüşünü desteklemekte fakat basılı dergiciliğin tamamen ortadan kalkacağı konusunda net bir görüş belirtmemektedir.

Anahtar Kelimeler: Dergicilik, Mizah Dergileri, E-Yayıncılık, E-Dergicilik, E-Mizah Dergileri.

ELECTRONIC HUMOR MAGAZINES IN THE CONTEXT OF ELECTRONIC MAGAZINE

ABSTRACT

Today, the widespread use of the internet has caused radical transformations in the publishing sector as well as in many other sectors. In our country, newspapers and magazines meet with readers by publishing over the internet. E-journalism is preferred more and more by publishers and readers every day because of its advantages in terms of printed journalism. Especially young people who are familiar with the birth digit, which we can call Y belt, meet the needs of information and news, entertainment, socialization, innovations and follow up the agenda on the internet and digital media.

In this study, historical developments of humor press and important humor magazines in our country, concepts of e-publishing and e-magazines, aspects of e-journalism separated from printed magazines, literature review in electronic humor magazines. In addition, a field survey was conducted to determine the frequency and reasons for university students to determine the reading rates of printed journals and e-journals, to determine reading durations,

¹ Dr. Öğretim Üyesi, İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Fakültesi, duyugurkcu@arel.edu.tr
ORCID ID: 0000-0002-3425-2826

to determine which categories they were interested in in print and e-journals, and to follow up e-humor journals. Research data is obtained from closed-end and 5 point Likert scale. The questionnaire was answered by the participants between April 1 and June 30, 2016. As a result of the research, it is seen that the majority of university students are more interested in electronic journals than printed journals, and they prefer to access the contents via internet free of charge. In addition, students support the view that electronic magazines will come to a more important position in the future, but they do not give a clear view of whether or not your printed magazine will be completely out of the question.

Keywords: Journalism, Humor Magazines, E-Publishing, E-Journalism, E-Humor Magazines.

Giriş

Kitap gibi uzun soluklu okumayı gerektirmeyen, gazete gibi kısa sürede tüketilmeyen, bu yönüyle kitap ile gazete arasındaki boşluğu dolduran dergiler, olayları derinlemesine ele alarak okuyucuya ayrıntılı bilgiler sunabilmektedir. Gündem oluşturma misyonu da taşıyan dergilerin en önemli özelliklerinden biri süreli yayın olması ve belli aralıklarla yayımlanmasıdır. Yayın aralığı haftalık olabileceği gibi, aylık ve üç aylık da olabilir. Dergiler, moda, spor, sağlık, yemek, ekonomi, müzik, bilim gibi genellikle belirli ilgi alanlarına göre yayın yapmaktadırlar. İlgi alanına ilişkin haber, makale, deneme, inceleme, araştırma ve eleştiri yazıları yer alan dergilerin önemli bir özelliği de diğer yayınlardan bağımsız olarak dağıtılmalarıdır (Gönenç, 2006: 5-8).

Dergi yayıncılığı 17. yüzyılda ortaya çıkmıştır. Bu dönemde Fransa ve Almanya'da yayınlanan ilk dergiler bilimsel nitelikli dergilerdir. 18. yüzyılda ilk derginin yayınlandığı İngiltere, dergiciliğin sektör haline geldiği ilk ülkedir. 19. yüzyılda basım tekniklerinin ve dağıtım sisteminin gelişmesi ile dergiler daha geniş bir okur kitlesine ulaşmışlardır (Gönenç, 2006: 14-23). Ülkemizde ise dergicilik faaliyetleri 19. yüzyılda başlamıştır. İlk çıkan dergiler bilimsel nitelikli olsa da 1860'lı yıllarda müzik, edebiyat, mizah ve çocuk dergileri gibi farklı türlerde dergiler yayınlanmıştır. Yayımlanan dergilerin sayısı zamanla artmıştır. Günümüzde farklı ilgi alanlarına ait pek çok dergi yayımlanmaktadır (Gönenç, 2007: 64-74).

Günümüzde internetin kullanım alanının yaygınlaşması, birçok sektörde olduğu gibi yayıncılık sektöründe de radikal dönüşümlere neden olmuştur. Son zamanlarda ülkemizde gazeteler ve dergiler internet üzerinden, dijital ortamlarda yayın yaparak okur kitlesiyle buluşmaktadırlar. Maliyet yönünden basılı dergilere göre

avantajlı olması, okuyucuların arama motorlarından dergi içeriğine her yerden ve her zaman ulaşabilmesi, basım aşamalarının dijital ortamda kısa sürede yapılması ve dijital ortamda oluşan hataların kısa sürede düzeltilmesi e-dergiciliğin avantajlarından bazılarıdır. E- dergicilik geleneksel basılı dergiciliğe oranla sahip olduğu avantajlar nedeniyle her geçen gün yayıncılar ve okuyucular tarafından daha çok tercih edilmektedir. Özellikle Y kuşağı diye adlandırabileceğimiz doğuştan dijitale aşina olan gençler, bilgi ve haber alma, eğlenme, sosyalleşme, yenilikleri ve gündemi takip etme gibi ihtiyaçlarını internet üzerinden ve dijital ortamlardan karşılamaktadırlar.

Bu çalışmada ülkemizdeki mizah basını ve önemli mizah dergilerinin tarihsel gelişimi, internetin yaşamımıza girmesiyle ortaya çıkan e-yayıncılık ve e-dergicilik kavramları, e-dergiciliğin basılı dergicilikten ayrılan yönleri, elektronik mizah dergiciliği konularında literatür incelemesi yapılmıştır. Ayrıca üniversite gençlerinin basılı dergi ve e-dergi okuma alışkanlıklarını ve e-mizah dergilerinin takip edilme sıklığı ve nedenlerini belirlemek amacıyla bir saha araştırması gerçekleştirilmiştir.

1. Mizah

Kaşgarlı Mahmut'un 'Divan-ü Lügat-it Türk' adlı eserinde mizahın karşılığı olarak "külüt" sözcüğü kullanılmış, bu sözcük zamanla değişerek önce 'gülüt', daha sonraları da 'gülmece' olarak dilimize kazandırılmıştır (Özocak, 2011: 263). Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre Gülmece anlamına gelen Mizah sözcüğü dilimize Arapça'dan geçmiştir. Yine aynı sözlüğe göre gülmece "Eğlendirme, güldürme ve bir kimsenin davranışına incitmeden takılma amacını güden ince alay, mizah, humor" ve "Gerçeğin güldürücü yanlarını ortaya koyan edebiyat türü, mizah, ironi" anlamlarına gelmektedir (Türk Dil Kurumu).

Genel olarak mizah, olayların gülünç, alışılmadık ve çelişkili yönlerini yansıtarak insanı düşündürme, eğlendirme ya da güldürme sanatı olarak tanımlanmaktadır. Düşünceyi ortaya çıkarmak ve insanların gülme ihtiyacını karşılamak için kullanılan en önemli araçtır (Konar, 2005: 8). Hüzün ve neşe gibi en temel insani duyguların birlikte kullanılmasıyla toplumsal çarpıklıkların betimlenmesi işidir. Beklenenden farklı bir durumun ortaya çıkmasıyla yaratılan şaşkınlıktan beslenen mizahın temel kalıbı uyumsuzluktur. Mizahta kötümser olaylara iyimser bir

bakış sergilenerek, bireylerin kendilerini rahatsız eden olaylarla mizah aracılığı ile yüzleşmeleri sağlanır. Doğadaki uyumsuzlukları kendi özgün diliyle anlatması yoluyla insanlarda gülme eylemine yol açar ve olayları katlanılabilir hale getirir (Durgeç, 2009: 71-72). Ancak mizahın tek amacı güldürü ya da eğlence değildir. Gülme ihtiyacını karşılamamanın yanı sıra düşünceyi ortaya çıkarma özelliği sayesinde, fikirlerle birlikte günlük hayatın siyasi ve sosyokültürel yansımaları da mizah sayesinde insanlara aktarılabilir.

Toplumsal olaylara gülünç, eğlenceli ve yergisel bir dille yaklaşan mizahın ana karakteri eleştirel olmasıdır. Gelenekler, töreler, yönetimler, iktidarların yarattığı adaletsizlikler mizahın konusu olmakla birlikte aynı zamanda temel eleştiri nesnesidir (Avcı, 2003). Bu nedenle dünyanın her yerinde mizah ile siyaset sürekli ilişki içerisinde ve siyaset mizahı besleyen ana konulardan biridir. Toplum içerisinde haksızlıklar, adaletsizlikler arttıkça mizah daha aktif hale gelmektedir. Mizah bu yönüyle haksızlıklara karşılık verme yöntemi olarak da görülebilir (Arık, 2003: 90-91). Hâkim sınıflara karşı gösterilen bir tepkinin ifadesi olarak mizah iktidarda olana doğru yönelen sivil bir eylemdir (Arı, 2008: 6). Aziz Nesin mizahı, yaşam çatışmasında yenik düşen, ezilen, sömürülen sınıfın, egemen sınıfa karşı bir üstün gelme silahı olarak tanımlamıştır (Hoşafçı, 2007: 41-42).

Mizah ürünü fıkra, mizahi hikâye, mizahi şiir, karikatür, kukla, komedi gibi değişik türlerde ortaya çıkabilmektedir. Fıkra, hikâye ve şiir söze dayalı mizah türleri iken karikatür ise görüntüye dayalı mizah türüdür. Mizah türlerinin ortaya çıkmasında toplumun teknik güçleri önemli bir rol oynamaktadır. Basından önce mizah sözlü olarak yapılırken, bu dönemde güzel anlatabilen ve güzel taklit yapabilenler önem kazanmıştır. Basından sonra ise mizah hikâyesi ile birlikte en etkili mizah türü olarak karikatür göreve başlamıştır (Öngören, 1998: 34-35).

Fıkra bütün çağlarda kullanılan ve en çabuk yayılan mizah türü olmuştur. Açıkça söylenemeyenin dolaylı bir anlatımla aktarılması, her yerde ve her durumda kullanılabilmesi fikrayı vazgeçilmez bir tür haline getirmiştir. Mizahi anlamda şiir ise daha çok hiciv ve taşlama amacıyla kullanılmıştır. Şiirdeki imgelerin yerine espriler konularak mizah gerçekleştirilmiştir. Ayrıca şiirin vezin ve kafiyesinde gösterilen hüner, eğlence motifinin başlıca kaynağı olmuştur. Basının etkinlik kazanmasıyla

ortaya çıkan karikatür, birçok mizah türünü içine alarak zenginleşmiştir. Buna örnek olarak bir fıkranın resimlenmesi verilebilir. Mizahi hikâyeler, sözlü mizah döneminde antik çağlara varan uzun bir geçmişe sahip olmakla birlikte yazılı mizah türleri içerisinde sayılabilir. Mizah türlerinin beraber kullanılmasıyla bu türler çoğaltılabilir. Mizahi resimli romanlarda ve sinemada, karikatürcü ile hikâyecinin işbirliği görülmektedir (Öngören, 1998: 35-38).

2. Türk Mizah Basını ve Önemli Mizah Dergileri

Modern anlamda mizah basınının ortaya çıkışı ve önem kazanması 19. yüzyılda genel basın içerisinde olmuştur. Kitlesele basının gelişmesine paralel olarak mizah basını da renk ve görüntü öğelerinin yoğunluk kazandığı sayfalarda belirlemeye başlamıştır (Kılıçer, 2012: 80). Mizah basını, Türk basınının en erken gelişen alanlarından biri olmuştur. Bu durum mizah kültürünün gelişmesine büyük katkı sağlamıştır. Özellikle fıkralar olmak üzere sözlü gelenekle temsil edilen Türk mizahı Tanzimat’la birlikte yaygınlık kazanan gazete, dergi gibi süreli yayımlara önemli bir kaynak olmuştur (Apaydın, 2007: 323). Zamanla karikatür ve mizah hikâyelerinin ilgi çekmesi yazılı mizahın etkisini arttırmış, sözlü mizah ikinci plana itilmiştir (Öngören, 1998: 20-22).

Yazılı mizahın ortaya çıktığı 1870-1877 yılları arasında 20 Osmanlıca mizah dergisi yayınlanmıştır. Birinci Meşrutiyet’in ilanı ile basın baskı ve sansürün egemenliğine girmiştir. 8 Mayıs 1877’de Heyet-i Mebusan mizah dergilerini yasaklamıştır. 1908’de İkinci Meşrutiyet’in ilanı ile ard arda mizah dergileri çıkmaya başlamıştır. Bu dönemde yazılı mizah, geniş basın yelpazesi içinde önemli bir yer almıştır (Yazıcı, 2011: 1301-1302).

Türk basın tarihinde ilk mizah dergisi Teodor Kasap tarafından yayımlanan Diyojen dergisidir. İlk zamanlar Fransızca ve Rumca bir mizah dergisi olarak yayımlanan Diyojen, 24 Kasım 1870’de Türkçe olarak çıkmıştır. Teodor Kasap, derginin tüm nüshalarında Diyojen logosunun altına, ünlü filozof Diyojen’in İskender’e söylediği, “Gölge etme başka ihsan istemem” söylemine yer vermiştir. Bu söylem ile hükümetten hiçbir maddi destek istemediğini ve tek isteğinin basın özgürlüğüne müdahale edilmemesi olduğunu belirtmiştir. Türkiye’de modern mizahın

ilk örneklerinin yayımlandığı dergiye, Ali Bey, Ebuzziya Tevfik, Namık Kemal, Nuri Bey, Reşat Bey de imzasız yazılarla destek vermişlerdir. Dergide yer alan makale ve fıkralar Teodor Kasap'ın öngördüğü doğrultuda kaleme alınmıştır. Derginin çıkış amacı, halkın düşünceleri ile hükümetin icraatlarını ve maksadını mizahi yoldan ortaya koymak olarak ifade edilmiştir (Çakır, 2006: 163). Diyojen'in iktidara yönelik keskin eleştirel üslubunu tüm sayılarında görmek mümkündür. Böylesi bir eleştiri üslubuna sahip olan bir mizah dergisi iktidar tarafından hoş karşılanmamış ve kapatılmıştır (Fırat, 2013: 50-51).

1910 yılında yayın hayatına başlayan Cem Dergisi, kaba güldürüden ziyade konulara zarif ve ince yaklaşımı ile o dönem mizahına yeni bir bakış açısı getirmiştir. Düşünce ile mizahı birleştirerek gülmece ve yergiye oturan geleneksel mizah anlayışını yeni bir yapılanma ile sunmuş ve ona yeni bir boyut kazandırmıştır. Derginin sahibi, çağdaş Türk karikatürünün en önemli ustalarından biri olarak kabul edilen Cemil Cem'dir. Dergide önemli bir yer tutan Cemil Cem karikatürlerinde genellikle Türkiye'nin siyasal yaşamını konu almıştır. Derginin başyazarı Refik Halit Karay, yazdığı siyasi mizah yazılarıyla adını duyurmuştur. Cem'in ilk sayfasında yer alan Refik Halit Karay'ın siyasi ve politik konulara ağırlık verdiği görülmüştür (Yazıcı, 2011: 1303).

1918-1921 yılları arasında Sedat Simavi tarafından İstanbul'da çıkarılan Diken Dergisi, çoğunlukla renkli olarak yayımlanmıştır. Önceleri onbeş günlük yayımlanan dergi daha sonra haftalık olarak çıkarılmıştır. Kapak sayfasında dönemin siyasi veya sosyal olaylarını ele alan bir karikatür yer almıştır (Eken, 2011: 23-45). Diken Dergisinin yazar kadrosunda Sedat Simavi, Ömer Seyfettin, Ahmet Rasim, Reşat Nuri, Faruk Nafiz,ERCÜMENT EKREM, Orhan Seyfi ve Yusuf Ziya gibi pek çok yazar yer almıştır. Diken'de yayımlanan şiirler edebi kaygı taşımamış, sosyal ve siyasi eleştiri amacıyla oluşturulmuştur. Yayımlanan hikâyelerde siyasi olaylarla beraber kadın erkek ilişkisi, evlilik, harp zenginleri, konut sıkıntısı, belediye sorunları gibi konular da mizahi üslupla işlenmiştir. Dergide yer alan haber-yorumların ve karikatürlerin şekillenmesinde dönemin siyasi ve sosyal sıkıntıları büyük ölçüde belirleyici bir rol oynamıştır (Konar, 2005: 63-89).

Türk mizah basınının yayın süresi en uzun dergisi olan Akbaba dergisi Yusuf Ziya Ortaç ve Orhan Seyfi önderliğinde 7 Aralık 1922’de yayın hayatına başlamıştır. Başlangıçta Pazartesi ve Perşembe günleri olmak üzere haftada iki defa çıkan dergi daha sonra haftalık olarak yayımlanmıştır (Öğdü, 2011: 31-127). Siyasal, toplumsal ve kültürel yaşamdan kesitler sunmasıyla kendi döneminin yansıtıcısı olmuştur. Derginin yazar ve çizer kadrosunda Turhan Selçuk, Semih Balcıoğlu, Altan Erbulak, Cemal Nadir, İlhan Selçuk, Ferruh Doğan gibi isimler yer almıştır. Yayın hayatı boyunca genç yazar ve çizerlere okul vazifesi gören dergi, genç fırçalar adlı bölümü ile pek çok karikatüristin tanınmasını sağlamıştır. Akbaba, 1932, 1933, 1950, 1951 yıllarında yayımına ara vermek zorunda kalmış ve 28 Aralık 1977’de kapanmıştır (Kılıçer, 2012: 164-166).

1946 yılında yayın hayatına başlayan Markopaşa Mizah Dergisi özellikle 1946 ile 1950 yılları arasında birçok konuda cesaretle yayın yapmış ve mizah geleneğimizde saygın bir üne sahip olmuştur. Sabahattin Ali ve Aziz Nesin’in kurduğu derginin bir diğer yazarı Rıfat Ilgaz, karikatüristi ise Mim Uykusuz’dur. İktidarı çok ağır bir dille eleştiren derginin sık sık kapanması ve ad değiştirerek yayımlanması kaçınılmaz olmuştur (Arık, 2002: 238-250). Merhumpaşa, Malumpaşa, Hür Markopaşa ve Medet isimleriyle yayımlanmıştır. Tek partili dönemden çok partili döneme geçiş ile birlikte dergi kapanmıştır (Gönenç, 2007: 71).

Gırgır Dergisi’nin temelini Oğuz Aral’ın Gün Gazetesi’ndeki mizah sayfası oluşturmaktadır. Tekin Aral, Oğuz Aral, Mim Uykusuz, Oğuz Alplaçın ve Ferit Öngören’in çalışmalarıyla yayın hayatına devam eden Gırgır, Haldun Simavi’nin desteğiyle 1972 yılında ayrı bir dergi olarak yayımlanmaya başlamıştır (Arık, 1998: 42). Gırgır’ın çizerlerinin ve okurlarının gençlerden oluşması, gençliğin ilgisini çekebilecek konuların dergide yer almasını sağlamıştır. Futbol, televizyon, sinema ve müzik gündemindeki konular dergide işlenmiştir. Başlarda politik konulardan uzak durmasına rağmen, okuyucu ile kurulan sıcak ilişki politik göndermeler yapmaya kolaylık sağlamıştır (Arık, 2003: 95). Bu göndermeler büyük bir etki yaratmıştır. Gırgır’ın siyasi parti tutmadan yayın yapması ona bağımsız bir mizah dergisi niteliği kazandırmıştır (Öngören, 1998: 116).

Gırgır anlayışı uzun zaman varlığını etkili bir şekilde sürdürmüş ve kendisinden sonra gelen pek çok mizah dergisine öncülük etmiştir. Tirajı zaman zaman 600 bine kadar ulaşan Gırgır Dergisi dünyanın en çok satan 3. mizah dergisi olmuştur. Gırgır, Türk karikatüründe bir devrim yaparak getirdiği yeniliklerle karikatürün gelişmesini sağlamıştır (Arı, 2008: 30-31).

Gani Müjde, Metin Üstündağ, Şükrü Yavuz, Can Barslan, Suat Gönülay, Kemal Aratan, Mehmet Çağçağ ve Tuncay Akgün, 1986 yılında Gırgır Dergisi'nden ayrılarak Güneş Gazetesi bünyesinde Limon dergisini çıkartmaya başlamışlardır. Limon, Gırgır'dan farklı bir mizah anlayışını savunmuştur. Dergide şiddet ve argodan özgür cinselliğe kadar çok çeşitli konulara yer verilmiştir. Limon'un okuyucu kitlesini, yazar ve çizerleri gibi politik görüşü bulunan, güncel meseleler hakkında fikirleri olan üniversiteli bir gençlik oluşturmuştur (Hoşafçı, 2007: 99-101).

1991 yılında ekonomik nedenlerden dolayı Limon çalışanları Güneş Gazetesi'nden ayrılarak Lemana adlı bağımsız dergiyi kurmuşlardır. Zaman içinde yeni gençlerin de katılmasıyla patronsuz bir zeminde özgür muhalif bir söylem geliştirmişlerdir. Yüksek satış rakamlarına ulaşılmasıyla, sadece mizah dergileri arasında değil bütün dergiler arasında en çok satan dergilerden biri olmuştur. Mizah dergisi denilince sadece Lemana anlaşılmaya başlanmış ve bu durum onu mizah dergiciliğinde bir tekel haline getirmiştir (Hoşafçı, 2007: 105-107). Lemana, bağımsız bir dergi olması yönüyle kendinden gelen pek çok dergiye model olmuştur.

Lemana'dan ayrılan Bahadır Baruter, Metin Üstündağ, Selçuk Erdem, Erdil Yaşaroğlu ve Bülent Üstün, 2002 yılının Eylül ayında Penguen Dergisi'ni çıkartmışlardır. Metin Üstündağ, "mizahın çok hızlı değiştiğini" belirterek, yeni bir dergi çıkarma nedenini "mizahçıların kendini geliştirmesi, üslup ve bakış açılarını değiştirmesi gerekliliği" olarak açıklamıştır (Durgeç, 2009: 116-117). Haftalık yayın yapan Penguen Dergisi'nin kapağında Türkiye'deki siyasi ve sosyal gelişmeler, muhalefet unsuru taşıyan karikatürlerle işlenmektedir. Derginin geneline bakıldığında siyasi mizahın iki-üç sayfayla sınırlı kaldığı, bunun yanında popüler kültür eleştirilerinin, ikili ilişkilerde yaşanan gülünç durumların ve cinselliğin de yer aldığı görülmektedir (Kamiloğlu, 2013: 170).

Uykusuz Dergisi, Penguen dergisinden ayrılan Yiğit Özgür, Ersin Karabulut, Umut Sarıkaya, Oktay Gencer, Memo Tembelçizer, Uğur Gürsoy tarafından 2007 yılında kurulmuştur. Dergi, gündelik yaşamı, Türkiye'deki siyasi, ekonomik ya da sosyal olayları ve gençliği konu etmektedir. Siyasi olayları ilk iki sayfada mizah malzemesi olarak kullanmaktadır. Karikatürlerde genellikle sokaktaki insana ve gündelik yaşamın rutinlerine yer verilmektedir (Aktaş, 2012: 61-63).

Yukarıda da görüleceği üzere mizahın ana unsurlarından biri olan politikanın mizah dergilerinin de ayrılmaz bir parçası olduğu söylenebilir. Bu durum birkaç nedenden kaynaklanmaktadır. Öncelikle politik mizah, mizah dergilerinin satışını etkileyen unsurlardan biri haline gelmiştir. Aynı zamanda taze mizah malzemesi sunmak zorunda olan mizah dergilerinin güncel ve gündemde kalmasını sağlar. Son olarak politik mizah, mizah dergilerini sadece eğlendirmek için yapılan faaliyet olmaktan çıkararak dergilere itibar ve siyasi bir kimlik kazandırır (Gönenç ve Cantek, 2012: 528).

3. Elektronik Dergiler, Elektronik ve Basılı Dergilerin Karşılaştırılması

Teknolojinin hızlı gelişimine paralel şekilde pek çok sektör de değişim geçirmiştir. Özellikle bilgisayar ve internetin gelişimi ile bilginin üretilmesi ve yayımı kolaylaşmış, bu durum yayıncılık faaliyetlerinin dijital ortamda yapılmasına olanak sağlamıştır. Üretim maliyetlerinin düşük olması, bilgiye ulaşma sürelerinin kısa olması, etkili sunum biçimlerinin kullanılması gibi nedenler elektronik yayıncılığın her geçen gün daha çok tercih edilmesini sağlamaktadır.

Elektronik yayıncılığın ilk örneklerinden biri metinlerden oluşan elektronik postalar. Hiçbir görsel içermeyen ve sunum biçimi zayıf olan elektronik yayınlar, teknolojinin gelişmesi ve internetin yaygınlaşması ile değişim göstermiştir. Zaman içerisinde durağan ve hareketli görüntüler, ses, canlandırma ve etkileşim gibi çoklu ortam özelliklerinin kullanımı elektronik yayıncılığın gelişimine önemli katkılar sağlamıştır. Bu gelişmelerle birlikte elektronik posta, elektronik kitap, elektronik gazete, elektronik dergi ve web yayıncılığı günümüzde yapılan elektronik yayım biçimleri olarak ortaya çıkmıştır (Turgut, 2009: 89).

Elektronik dergiler, elektronik ortamda okura sunulan dergi biçimleri olarak edebiyat, bilim, seyahat, moda, sanat, magazin, fotoğraf, spor, teknoloji gibi farklı içeriklerde yayımlanan süreli yayınlardır. Genellikle basılı dergilerin sayfa görüntülerinin sayısal ortama aktarılmış biçimleri olarak algılansa da bulunduğu ortam nedeniyle farklı üretim ve sunum biçimlerini barındırmaktadır. Günümüzde elektronik dergiler PDF, Flash, HTML olarak üç farklı biçimde yayımlanmaktadır. Flash programıyla tasarlanan dergiler, hareket ve ses öğelerinin sıkça yer aldığı, kullanıcı etkileşiminin üst düzeyde olduğu dergilerdir. PDF dergiler ise genellikle internet bağlantısı, metin ve durağan görüntü içeriklidir. Dosya boyutunun küçük oluşu ve birçok ortamda görüntülenebilmesi nedeniyle sıkça tercih edilmektedir. HTML dergiler ise etkileşimli öğelerin en üst düzeyde kullanıldığı, internet üzerinden web sayfası biçiminde takip edilen dergi biçimleridir (Turgut, 2009: 92-93).

Günümüzde elektronik dergiler, okuyuculara basılı dergi içeriklerine internet ortamında 7/24 ulaşabilmelerine imkân tanıdığı gibi yayıncılar tarafından tek yayın şekli olarak da tercih edilebilmektedir. Ülkemizde elektronik dergicilik okuyucular tarafından yoğun bir şekilde talep gördüğü için hızla gelişmektedir.

Geleneksel basılı dergicilikle karşılaştırıldığında elektronik dergiler yayıncı ve okuyuculara bazı avantajlar sunmaktadır. Elektronik dergiler, baskı ve dağıtım maliyeti bakımından basılı dergilere kıyasla daha ekonomiktir. Geleneksel basılı dergilerde yayınlanacak fotoğrafların, baskı kalitesine uygun olması için belirli bir çözünürlüğe sahip olması gerekir bu da maliyeti artıran unsurlardan biridir. Aynı durum söz konusu dergilere verilen reklamlar içinde geçerlidir. Basılı dergilerde yayınlanacak reklamların da yayın bedeli elektronik dergilere oranla daha yüksektir. Bu durumda kurumlar ve markalar da internet reklamcılığını tercih ederek e-dergilere reklam kampanyalarını yönlendirmektedirler.

Geleneksel basılı dergilerde metin ve görsellerin yayınlanma şekilleri sayfa yapısı ve ebatlarıyla sınırlı iken elektronik dergicilikte böyle bir sınırlılık bulunmamaktadır. Elektronik dergicilik internetin sunduğu multimedya özelliğinden yararlanarak ses, görüntü ve animasyon dosyalarını okuyucularıyla paylaşabilmektedir.

Basılı yayın alanında uzun zaman alan basım öncesi ve basım aşamaları, dijital ortamda kısa sürede gerçekleşmekte ayrıca herhangi bir hata olması durumunda dijital ortamda bu hatanın telafisi de hızlı şekilde yapılmaktadır (<https://dergihakkinda.wordpress.com/tag/e-dergicilik/>).

Elektronik dergiciliğin yayıncıya sunduğu avantajların dışında okuyuculara da sunduğu birtakım avantajlar bulunmaktadır. Örneğin arama motorları sayesinde çok sayıda okuyucu ulaşmak istedikleri dergi içeriğine kolayca ulaşabilmektedir. Okuyucular internet aracılığı ile söz konusu e-derginin eski sayı ve arşivlerine de ulaşabilmektedir. Ayrıca elektronik dergi içeriklerinin ihtiyaç olan her yerden ve her zaman ulaşılabilir olma özelliği vardır. Bu nedenle basılı yayın dağıtımını yapılamayan yurtiçinden ve yurtdışından da ulaşım imkân tanımaktadır (<https://dergihakkinda.wordpress.com/tag/e-dergicilik/>). Elektronik dergiler, geleneksel basılı dergilere oranla sahip olduğu gerek maliyet gerekse de ulaşım ve hız avantajları nedeniyle hem yayıncılar hem reklam verenler hem de okuyucular tarafından daha fazla tercih edilmekte ve yaygınlaşmaktadır.

4. Elektronik Mizah Dergileri

Yayımcılık faaliyetlerinin elektronik ortamda yapılabilmesi ile dergiler ve özellikle de mizah dergileri elektronik ortamda yer almaya başlamıştır. Bu yönüyle Türkçe yayın yapan mizah dergilerini yayın türlerine göre 3 gruba ayırabiliriz. Bu gruplar Ot, Cafcaf gibi sadece basılı olarak yayınlanan mizah dergileri, Penguen, Gırgır, Leman, Uykusuz gibi hem basılı hem de elektronik ortamda yayınlanan mizah dergileri, Fena Mizah, Çizgice gibi sadece elektronik ortamda yayınlanan mizah dergileri olarak adlandırılabilir. Basılı kopyası olsun veya olmasın elektronik ortamda yayın yapan mizah dergileri kendi web sayfalarını ve Facebook, Twitter gibi sosyal ağları yoğun olarak kullanmaktadırlar (Tablo 1). Aşağıdaki tabloda mizah dergilerinin Facebook beğeni sayıları ile Twitter takipçi sayıları yer almaktadır. Bunlarla birlikte bazı mizah dergileri mobil cihazlar için oluşturulan uygulamalar ile de takip edilebilmektedir. Sayıları az da olsa PDF formatında yayınlanan mizah dergileri de bulunmaktadır.

Tablo 1. Mizah Dergilerinin Facebook Beğeni ve Twitter Takipçi Sayıları

	Dönem	Facebook Beğeni Sayısı	Twitter Takipçi Sayısı
Bayan Yanı	Aralık 2015	350.415	27.985
	Mayıs 2016	367.004	35.551
Gırgır	Aralık 2015	46.986	18.483
	Mayıs 2016	49.168	24.474
Leman	Aralık 2015	113.986	145.155
	Mayıs 2016	117.680	157.672
L-Manyak	Aralık 2015	11.124	9.263
	Mayıs 2016	11.433	9.711
Penguen	Aralık 2015	2.843.835	3.110.343
	Mayıs 2016	2.964.145	3.321.605
Uykusuz	Aralık 2015	3.273.623	257.649
	Mayıs 2016	3.352.067	268.313

Sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanan mizah dergilerinin Aralık 2015 ve Mayıs 2016 tarihlerindeki Facebook beğeni ve Twitter takipçi sayıları incelenmiştir. Penguen dergisi hem Facebook hem de Twitter üzerinden yoğun olarak takip edilmektedir. Çalışmada dikkat çeken nokta Uykusuz dergisinin Facebook'ta en fazla beğeni sayısına sahip dergi olmasına rağmen, Twitter takipçi sayısının düşük olmasıdır. Bu durumda Uykusuz dergisinin Twitter'ı etkin bir şekilde kullanmadığını söylemek mümkündür. Bayan Yanı ve Leman dergilerinin Facebook üzerinden daha fazla takip edildiği söylenebilir (Tablo 1).

5. Araştırma

5.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, etkinliği ve önemi sürekli artan elektronik dergicilik ve elektronik mizah dergiciliğinin üniversite gençliği tarafından nasıl kullanıldığını ortaya çıkarmaktır. Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin, basılı dergi ve e-dergi edinme alışkanlıklarını ve okuma oranlarını belirlemek, okuma sürelerini saptamak, basılı ve e-dergilerde hangi kategorilere ilgi duyduklarını belirlemek ve e-mizah dergilerinin takip edilme sıklığı ve nedenlerini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır.

5.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma için gerekli olan verilerin elde edilmesinde anket yöntemi kullanılmıştır. Hazırlanan anket formu katılımcılar tarafından 1 Nisan - 30 Haziran 2016 tarihleri arasında cevaplandırılmıştır. Anket formu, demografik özelliklerin sorulduğu beş sorudan, basılı dergiler ile ilgili dört sorudan, elektronik dergiler ile ilgili altı sorudan, elektronik mizah dergileri ile ilgili dört sorudan oluşmaktadır. Anket formunda aynı zamanda, 5'li Likert ölçeğine göre hazırlanmış dokuz önermeden oluşan bir alt ölçek yer almaktadır. Ölçeğin iç tutarlılığına sahip olup olmadığına yönelik hesaplanan Cronbach's α değeri 0,71 bulunmuştur. Cronbach's α değerinin 0,60'dan yüksek olması bu ölçeğin iç tutarlılığına sahip olduğunu göstermektedir.

Elde edilen veriler SPSS 16 istatistik paket programı ile analiz edilmiştir. Araştırmada, katılımcıların demografik özelliklerinin, basılı ve elektronik dergi takip etme alışkanlıklarının ve elektronik dergiciliğe yönelik tutumlarının ortaya çıkarılması amacıyla tanımlayıcı istatistikler kullanılmıştır.

5.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Türkiye'deki üniversitelerde öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Ancak evrenin tümünü gözlemek zaman ve bütçe kısıtları nedeniyle mümkün olmamaktadır. Çalışmada kolayda örnekleme yöntemiyle evreni iyi temsil ettiği öngörülen 315 öğrenci, örneklem grubu olarak belirlenmiştir. Uygulama sonucunda elde edilen anket formları incelenmiş, eksik ve hatalı anketler çıkarıldıktan sonra 308 kullanılabilir anket formu değerlendirmeye alınmıştır.

5.4. Araştırmanın Bulguları

Araştırmanın demografik yapıya ilişkin bulguları aşağıda verilmiştir.

Tablo 2. Demografik Yapıya İlişkin Dağılım

	F	%
Cinsiyet		
Erkek	130	42,2
Kadın	178	57,8

Yaş		
18-20	186	60,4
21-23	94	30,5
24-26	11	3,6
27+	17	5,5
Eğitim durumu		
Önlisans	150	48,7
Lisans	158	51,3
Toplam	308	100,0

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin %57,8'ini kadınlar, %42,2'sini erkekler oluşturmaktadır. Yaşlarına bakıldığında katılımcıların yarısından fazlası 18-20 yaş grubunda, yaklaşık üçte biri ise 21-23 yaş grubunda yer almaktadır. Eğitim durumlarına göre katılımcıların yaklaşık yarısı önlisans, diğer yarısı da lisans bölümlerinde öğrenim görmektedir.

Tablo 3. Basılı Dergi Okuma

	F	%
Evet	208	67,5
Hayır	100	32,5
Toplam	308	100,0

Katılımcılara basılı dergi okuyup okumadıkları sorulduğunda yaklaşık üçte ikisi basılı dergi okuduklarını belirtmişlerdir. Okudukları dergileri hangi şekilde edindikleri ile ilgili tablo aşağıda yer almaktadır.

Tablo 4. Basılı Dergi Edinme

	F	%
Arada sırada satın alma	158	76,0
Başkasının aldığı okuma	42	20,2
Sürekli satın alma	26	12,5
Abonelik	14	6,7

Basılı dergi okuyan katılımcıların büyük çoğunluğu (%76) dergileri arada sırada satın almaktadırlar. Başkası tarafından alınmış dergileri okuyan katılımcıların

oranı ise %20,2 olarak gerçekleşmiştir. Sürekli satın alma ve abonelik yoluyla dergi okuma oranlarının düşük olması, üniversite öğrencilerinin ilgilendikleri dergileri düzenli bir şekilde takip etmediklerini göstermektedir.

Tablo 5. Cinsiyete Göre Takip Edilen Basılı Dergi Türleri

	Erkek		Kadın		Toplam	
	F	%	F	%	F	%
Mizah	62	77,5	64	50,0	126	60,6
Moda	6	7,5	62	48,4	68	32,7
Spor	48	60,0	12	9,4	60	28,8
Sinema	32	40,0	28	21,9	60	28,8
Magazin	2	2,5	56	43,8	58	27,9
Kültür	10	12,5	38	29,7	48	23,1
Kadın	0	0,0	48	37,5	48	23,1
Seyahat	14	17,5	26	20,3	40	19,2
Haber	22	27,5	16	12,5	38	18,3
Müzik	8	10,0	30	23,4	38	18,3
Bilim	28	35,0	8	6,3	36	17,3
Gençlik	8	10,0	28	21,9	36	17,3
Oyun	26	32,5	6	4,7	32	15,4
Fotoğraf	14	17,5	18	14,1	32	15,4
Otomobil	28	35,0	2	1,6	30	14,4
Ekonomi	10	12,5	12	9,4	22	10,6
Tarih	14	17,5	8	6,3	22	10,6
Toplam	80	100	128	100	208	100

Yukarıdaki tabloda, katılımcıların en az %10'unun takip ettikleri basılı dergi türleri ve takip edilme oranları yer almaktadır. Üniversite öğrencilerinin takip ettikleri basılı dergi türleri arasında mizah dergileri %60,6 ile ilk sıradadır. Basılı dergi okuyan erkek öğrencilerin %77,5'i, kadın öğrencilerin ise %50'si basılı mizah dergilerini takip etmektedirler.

Mizah dergilerini %32,7 ile moda dergileri, %28,8 ile spor ve sinema dergileri takip etmektedir. Ayrıca tarih ve ekonomi dergileri %10,6 takip edilme oranı ile son sıralarda yer almaktadır. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinin mizah, moda, spor, sinema ve magazin gibi gündelik yaşama ilişkin konulara yoğun ilgi duyduklarını fakat tarih, ekonomi ve siyaset gibi alanlarla ilgilenmediklerini söylemek mümkündür.

Tablo 6. Elektronik Dergi Okuma

	F	%
Evet	246	79,9
Hayır	62	20,1
Toplam	308	100,0

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin yaklaşık beşte dördünün (%79,9) elektronik dergi okuduğu belirlenmiştir. Bu durum, öğrencilerin basılı dergilere oranla elektronik dergilere daha çok ilgi duyduklarını göstermektedir. Günümüzde internetin yaşamın her alanında yer alması birçok konuda olduğu gibi yayıncılık alanında da radikal değişiklikler sağlamıştır. Gazete ve dergilerin içerikleri internet ortamına uygun bir şekilde yeniden tasarlanarak okuyuculara yeni formatlarda aktarılmaktadır. Özellikle genç nesil internetin sunduğu imkanlara, getirdiği yeniliklere en hızlı aşına olan kesimi oluşturmaktadır. Çalışmadan elde edilen verilere göre gençlerin %79,9'u elektronik dergileri takip ederken, basılı dergileri takip edenlerin oranının %67,5 olması bu durumu destekler niteliktedir.

Tablo 7. Elektronik Dergi Edinme

	F	%
Ücretsiz dergi okuma	232	94,3
Arada sırada satın alma	48	19,5
Abonelik	6	2,4
Sürekli satın alma	6	2,4

Elektronik dergi okuyan katılımcılara okudukları elektronik dergileri hangi şekilde edindikleri incelendiğinde öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun (%94,3) genellikle ücretsiz dergileri tercih ettikleri saptanmıştır. Bunun yanı sıra elektronik dergi okuyan öğrencilerin sadece %19,5'i arada sırada satın alarak söz konusu dergileri takip ettiklerini belirtmişlerdir. Tablodan öğrencilerin abonelik ve sürekli satın alma yoluyla elektronik dergi edinmeyi tercih etmedikleri de görülmektedir. Bu durum internet yolu ile içeriklere ücretsiz bir şekilde ulaşmanın artık bir alışkanlık haline geldiğini göstermektedir. Elektronik dergi okuyan öğrencilerin sadece %2,4'ünün ilgi

duydıkları ve takip etmek istedikleri dergi için abone olması ve sürekli satın almayı tercih etmesi bu durumu destekler niteliktedir.

Tablo 8. Cinsiyete Göre Takip Edilen Elektronik Dergi Türleri

	Erkek		Kadın		Toplam	
	F	%	F	%	F	%
Mizah	80	83,3	116	77,3	196	79,7
Spor	60	62,5	22	14,7	82	33,3
Magazin	10	10,4	60	40,0	70	28,5
Moda	6	6,3	64	42,7	70	28,5
Kadın	0	0,0	62	41,3	62	25,2
Sinema	28	29,2	30	20,0	58	23,6
Müzik	18	18,8	36	24,0	54	22,0
Oyun	36	37,5	12	8,0	48	19,5
Haber	28	29,2	20	13,3	48	19,5
Kültür	14	14,6	32	21,3	46	18,7
Bilim	36	37,5	6	4,0	42	17,1
Seyahat	12	12,5	30	20,0	42	17,1
Otomobil	38	39,6	4	2,7	42	17,1
Fotoğraf	12	12,5	26	17,3	38	15,4
Gençlik	8	8,3	26	17,3	34	13,8
Tarih	20	20,8	6	4,0	26	10,6
Edebiyat	6	6,3	20	13,3	26	10,6
Toplam	96	100	150	100	246	100

Yukarıdaki tabloda, katılımcıların en az %10'unun takip ettikleri elektronik dergi türleri ve takip edilme oranları yer almaktadır. Üniversite öğrencilerinin takip ettikleri elektronik dergi türleri arasında mizah dergileri %79,7 ile ilk sıradadır. Elektronik dergi okuyan erkek öğrencilerin %83,3'ü, kadın öğrencilerin ise %77,3'ü elektronik mizah dergilerini takip etmektedirler. Mizah dergilerini %33,3 ile spor, %28,5 ile magazin ve moda dergileri takip etmektedir.

Takip edilen basılı dergi türleri ile elektronik dergi türleri karşılaştırıldığında özellikle mizah dergilerinin elektronik ortamda daha yüksek oranda takip edildiği görülmektedir. Ayrıca spor, müzik, otomobil, oyun dergilerinin elektronik ortamda daha fazla tercih edildiği, sinema, moda, kültür sanat dergilerinin ise basılı ortamda daha fazla tercih edildiği söylenebilir.

Tablo 9. Elektronik Dergi Okuma Süreleri

	F	%
30 dakika	88	35,8
15 dakika	54	22,0
1 saat	46	18,7
2 saat	26	10,6
4 saat ve üzeri	24	9,8
3 saat	8	3,3
Toplam	246	100,0

Elektronik dergi okuma sürelerine bakıldığında katılımcıların elektronik dergileri 1 saatten daha fazla süre ile okuma oranı %23,6 iken 1 saat ve daha az süre ile okuma oranı %76,4 olarak gerçekleşmiştir. Bu durum, öğrencilerin elektronik dergileri okumaya fazla zaman ayırmadıklarını, ilgi duydukları alana ilişkin haberdar olmak için göz gezdirdiklerini göstermektedir.

Tablo 10. Elektronik Dergi Okumada Kullanılan Araçlar

	F	%
Akıllı Telefon	218	88,6
Dizüstü Bilgisayar	104	42,3
Tablet	58	23,6
Masaüstü Bilgisayar	52	21,1

Elektronik dergi okumada kullanılan araçlara bakıldığında öğrencilerin %88,6'sı akıllı telefonu tercih etmektedir. Öğrencilerin %42,3'ü dizüstü bilgisayarı, %23,6'sı tableti ve %21,1'i ise masaüstü bilgisayarı tercih etmektedir. Akıllı telefon ve dizüstü bilgisayarın daha çok tercih edilmesi, benzer ürünler olarak tablet ve masaüstü bilgisayarın daha az tercih edilmesine neden olmaktadır.

Tablo 11. Elektronik Dergi Okuma Nedenleri

Elektronik dergileri, tercih ederim.		Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Ortalama	Std. Sapma
ilgimi çeken konulara ilişkin bilgi almak için	F %	2 0,8	10 4,1	18 7,3	94 38,2	122 49,6	4,32	0,84
içeriğindeki sunum zenginliğinden dolayı	F %	4 1,6	32 13,0	30 12,2	116 47,2	64 26,0	3,83	1,01
hızlı ve kolay ulaşılabilir olduğu için	F %	2 0,8	16 6,5	22 8,9	80 32,5	126 51,2	4,27	0,93
eski sayı ve arşivlere kolaylıkla ulaşmak için	F %	12 4,9	50 20,3	84 34,1	62 25,2	38 15,4	3,26	1,10
ekonomik açıdan avantajlı olduğu için	F %	12 4,9	22 8,9	22 8,9	84 34,1	106 43,1	4,02	1,15
istenilen bilgiye hızlı erişim sağladığı için	F %	6 2,4	20 8,1	26 10,6	88 35,8	106 43,1	4,09	1,04
linkler sayesinde detaylı içeriğe hızlı erişim sağladığı için	F %	4 1,6	16 6,5	28 11,4	90 36,6	108 43,9	4,15	0,97

Üniversite öğrencilerinin elektronik dergi okuma nedenleri incelendiğinde “Elektronik dergileri ilgimi çeken konulara ilişkin bilgi almak için tercih ederim” önermesine katılımcıların verdiği ortalama puan 5 üzerinden 4,32 olarak hesaplanmıştır. Bu değer katılıyorum ifadesini temsil etmektedir.

Ayrıca “Elektronik dergileri hızlı ve kolay ulaşılabilir olduğu için tercih ederim” önermesine katılımcıların verdiği ortalama puan 5 üzerinden 4,27 olarak hesaplanmıştır. Bu değer katılıyorum ifadesini temsil etmekte ve elektronik dergicilikte hız ve kolay ulaşmanın çok etkili bir tercih nedeni olduğunu göstermektedir. Öğrenciler tarafından elektronik dergileri tercih etmenin diğer nedenleri ise; 5 üzerinden 4,15 oranı ile “linkler sayesinde detaylı içeriğe hızlı erişim”, 4,09 oranı ile “istenilen bilgiye hızlı erişim”, 4,02 oranı ile “ekonomik açıdan avantajlı olması” belirtilmiştir.

“Elektronik dergileri, eski sayı ve arşivlere kolaylıkla ulaşmak için tercih ederim” önermesine katılımcıların verdiği ortalama puan 5 üzerinden 3,26 olarak

hesaplanmıştır. Bu değer 5’li Likert ölçeğine göre çekimsizlik ile katılıyorum görüşü arasındadır. Burada, elektronik dergiciliğin kullanımında eski sayı ve arşivlere kolaylıkla ulaşma nedeni konusunda katılımcılar olumluya doğru çekimsiz görüş belirtmişlerdir.

Tablo 12. Basılı ve Elektronik Dergilerin Gelecekteki Durumlarına Ait Önermeler

		Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Ortalama	Std. Sapma
Elektronik dergiler gelecekte basılı dergilerden daha önemli bir konuma sahip olacaktır.	F	12	8	44	76	106	4,04	1,09
	%	4,9	3,3	17,9	30,9	43,1		
Teknolojik gelişmeler gelecekte basılı dergileri tamamen ortadan kaldıracaktır.	F	26	36	92	42	50	3,22	1,23
	%	10,6	14,6	37,4	17,1	20,3		

Elektronik dergiciliğe ilişkin tutumu araştıran bu ölçekte, diğerlerinden farklı olan iki önerme elektronik dergiciliğin geleceğini araştırmaya yöneliktir. Katılımcılara, basılı ve elektronik dergilerin gelecekteki durumları ile ilgili önermeler sorulmuştur. “Elektronik dergiler gelecekte basılı dergilerden daha önemli bir konuma sahip olacaktır” önermesine katılımcıların verdiği ortalama puan 5 üzerinden 4,04 olarak hesaplanmıştır. Bu değer 5’li Likert ölçeğine göre katılıyorum ifadesini temsil etmektedir. Dolayısıyla katılımcılar, elektronik dergilerin gelecekte basılı dergilerden daha önemli bir konuma sahip olacağı görüşünü belirtmişlerdir.

“Teknolojik gelişmeler gelecekte basılı dergileri tamamen ortadan kaldıracaktır” önermesine katılımcıların verdiği ortalama puan 5 üzerinden 3,22 olarak hesaplanmıştır. Bu değer 5’li Likert ölçeğine göre olumluya doğru bir çekimsizlik eğilimini temsil etmektedir. Özetle, katılımcıların elektronik dergiciliğin gelecekte baskın olacağını düşündüğü, ancak teknolojik gelişmelere rağmen basılı dergilerin ortadan kalkacağı konusunda henüz net bir kaniye varmadığı görülmektedir.

Bu ölçekte standart sapmalar incelendiğinde, yine her önermeye karşılık çok

düşük değerler elde edilmiştir. Katılımcıların yaptığı puanlamalar açısından homojen olduğu ve ortalamaların burada da temsil gücünü koruduğu görülmektedir.

Tablo 8 incelendiğinde elektronik dergi takip eden 196 öğrencinin elektronik mizah dergilerini takip ettikleri görülmektedir. Bu öğrencilerin, elektronik dergi okuyanlara göre oranı %79,7 iken araştırmaya katılan tüm öğrencilere göre oranı %63,6 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 13. Takip Edilen Elektronik Mizah Dergileri

	F	%
Penguen	156	79,6
Uykusuz	126	64,3
Leman	74	37,8
Gırgır	64	32,7
L-Manyak	20	10,2
Komikaze	18	9,2
Bayan yanı	12	6,1

Yukarıdaki tabloda katılımcıların takip ettikleri elektronik mizah dergileri yer almaktadır. İlk sırayı %79,6 oranı ile Penguen dergisi alırken, ikinci sırada %64,3 ile Uykusuz dergisi ve üçüncü sırada %37,8 ile Leman dergisi yer almaktadır. Bu dergilerle beraber Gırgır, Komikaze ve L-Manyak'ın da öğrenciler tarafından ilgi gören dergiler olduğu söylenebilir. Bayan yanı ve Komikaze ise katılımcılar tarafından en az tercih edilen elektronik mizah dergileri arasındadır.

Tablo 14. Elektronik Mizah Dergilerinin Takip Edilen Mecraları

	F	%
Sosyal medya hesapları	180	91,8
Web siteleri	92	46,9
Mobil uygulamaları	64	32,7
Dijital dosyaları (pdf)	20	10,2

Katılımcıların, elektronik mizah dergilerini en çok hangi mecralarda takip ettikleri araştırıldığında (Tablo 14), tamamına yakınının (%91,8) sosyal medyayı tercih ettikleri saptanmıştır. Bunu %46,9 oranıyla elektronik mizah dergilerinin

kurumsal web siteleri, %32,7 oranıyla söz konusu dergilerin mobil uygulamaları üzerinden takip ettikleri görülmektedir.

Katılımcıların, mobil uygulamaları ve pdf formatındaki yayınları takip etme oranlarının az olması, katılımcıların söz konusu mecraları az tercih etmelerinden değil, bu mecralardaki yayınların azlığından kaynaklanmaktadır.

Tablo 15. Elektronik Mizah Dergilerinin Takip Edildiği Sosyal Medya Araçları

	F	%
Facebook	126	64,3
Twitter	118	60,2
Instagram	92	46,9

Mizah dergileri sosyal medyada genellikle Facebook, Twitter ve Instagram'da faaliyet göstermektedirler. Sosyal medya yoluyla elektronik mizah dergilerini takip eden katılımcıların çoğu Facebook ve Twitter üzerinden mizah dergilerini takip etmektedirler.

Instagram üzerinden elektronik mizah dergi takibi Facebook ve Twitter'a göre daha düşük düzeydedir. Bunun nedeni ise mizah dergilerinin Instagram hesaplarında güncel ve yoğun bir şekilde karikatür ve görsel paylaşımında bulunmamasıdır.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Günümüzde yeni iletişim teknolojilerinin kullanılması ile iletişim biçimlerinden, eğlenme, vakit geçirme, haberdar olma, bilgi alma biçimlerine kadar yaşamın her alanında radikal değişiklikler yaşanmaktadır. Özellikle akıllı telefonlar, tabletler, laptoplar, bilgisayarlar ve taşınabilir medya oynatıcıları; kolay taşınabilme, kullanım kolaylığı, pek çok işlevi barındırabilme, bilgiye erişimde hız sağlama gibi nedenlerle her geçen gün daha fazla kişi tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Özellikle genç nüfus söz konusu mobil iletişim araçlarını hem iletişim kurmak hem çeşitli konulara ilişkin bilgi almak hem de sosyal medya hesaplarını takip ederek eğlenme ve hoş vakit geçirme amacıyla kullanmaktadır.

Ayrıca son zamanlarda yeni medya üzerine yapılan araştırmalar göstermektedir ki, gençler bilgi almak için düzenli olarak takip ettikleri basılı gazete ve dergileri de

mobil araçlar sayesinde internet üzerinden ya da sosyal medya hesapları üzerinden takip etmeye başlamışlardır (Kürkçü, 2016a: 230-232). Günümüzde üniversite öğrencilerinin neredeyse tamamının sosyal medya kullandığı düşünüldüğünde çalışma konumuz olan elektronik mizah dergilerinin de sosyal medya üzerinden yoğun bir şekilde takip edilmesi olağan karşılanmalıdır.

Çalışmadan elde edilen verilere bakıldığında, araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin %67,5'i basılı dergileri takip ederken, katılımcıların %79,9'u elektronik dergileri takip ettiklerini belirtmişlerdir. Bu durum öğrencilerin gelişen yeni iletişim teknolojilerini etkin biçimde kullandığını ve basılı dergilere oranla elektronik dergilere daha fazla ilgi duyduğunu göstermektedir.

Elektronik dergi okumada kullanılan araçlara bakıldığında öğrencilerin %88,6'sı akıllı telefonu tercih etmektedir. Öğrencilerin %42,3'ü dizüstü bilgisayarını, %23,6'sı tableti ve %21,1'i ise masaüstü bilgisayarını tercih etmektedir. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre öğrencilerin akıllı telefon, dizüstü bilgisayar ve tablet gibi mobil cihazları yaşamlarının her alanında etkin biçimde kullandıklarını söylemek mümkündür.

Elektronik dergi okuyan katılımcılara okudukları elektronik dergileri hangi şekilde edindikleri incelendiğinde öğrencilerin %94,3'ünün genellikle ücretsiz dergileri tercih ettikleri saptanmıştır. Bu durum internet yolu ile içeriklere ücretsiz bir şekilde ulaşmanın artık bir alışkanlık haline geldiğini göstermektedir. Elektronik dergi okuyan öğrencilerin sadece %2,4'ünün takip etmek istedikleri dergi için abone olması ve sürekli satın almayı tercih etmesi bu durumu destekler niteliktedir.

Çalışmada elektronik dergi okuma sürelerine bakıldığında katılımcıların elektronik dergileri 1 saatten daha fazla süre ile okuma oranı %23,6 iken 1 saat ve daha az süre ile okuma oranı %76,4 olarak gerçekleşmiştir. Bu durum, öğrencilerin elektronik dergileri okumaya fazla zaman ayırmadıklarını, sadece ilgi duydukları alana ilişkin haberdar olmak için göz gezdirdiklerini göstermektedir.

Çalışmamızda elde ettiğimiz bulguları destekler biçimde Columbia Üniversitesi ve Fransız Ulusal Enstitüsü tarafından 2016 yılında yapılan bir araştırmaya göre, sosyal ağlarda paylaşılan linklerin %59'unun kullanıcılar tarafından

okunmadığı belirlenmiştir. Araştırmacıardan Arnaud Legout'ya göre sosyal medya kullanıcıları, bir haberi okumaktansa onu paylaşmayı tercih etmektedirler (<http://journos.com.tr/bu-haberi-okuyacak-misiniz-yoksa-sadece-paylasacak-misiniz>). Bu durumun, kullanıcıların bilgiye hızlı bir şekilde yani derinlemesine bir araştırma ve inceleme yapmadan ulaşmak ve hızlı bir şekilde tüketmek istemesinden kaynaklandığını söylemek mümkündür.

Üniversite öğrencilerinin elektronik dergi okuma nedenleri incelendiğinde, “Elektronik dergileri ilgimi çeken konulara ilişkin bilgi almak için tercih ederim” (O=4,32), “Elektronik dergileri hızlı ve kolay ulaşılabilir olduğu için tercih ederim” (O=4,27) ve “Elektronik dergileri linkler sayesinde detaylı içeriğe hızlı erişim sağladığı için tercih ederim” (O=4,15) ifadelerine katıldıkları görülmektedir. Ayrıca “Elektronik dergileri, içeriğindeki sunum zenginliğinden dolayı tercih ederim” (O=3,83) ve “Elektronik dergileri, eski sayı ve arşivlere kolaylıkla ulaşmak için tercih ederim” (O=3,26) ifadelerine katılımcıların olumluya doğru çekimsel görüş belirttiği görülmektedir.

Elektronik dergiciliğin geleceğine yönelik tutum incelendiğinde, “Elektronik dergiler gelecekte basılı dergilerden daha önemli bir konuma sahip olacaktır” (O=4,04) önermesine katılımcıların katıldıkları görülmektedir. Ancak “Teknolojik gelişmeler gelecekte basılı dergileri tamamen ortadan kaldıracaktır” önermesine ise katılımcılar olumluya doğru bir çekimsel eğilimi göstermektedir. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre katılımcılar, elektronik dergiciliğin gelecekte daha önemli bir konuma geleceği görüşünü desteklemekte fakat basılı dergiciliğin tamamen ortadan kalkacağı konusunda net bir görüş belirtmemektedir.

Takip edilen basılı dergi türleri ile elektronik dergi türleri karşılaştırıldığında her iki kategoride de mizah dergileri ilk sırada yer almaktadır. Ancak katılımcıların %60,6'sı basılı mizah dergilerini takip ederken, elektronik mizah dergilerini takip eden katılımcıların oranı %79,7'dir. Bu durumda mizah dergilerinin elektronik ortamda daha yüksek oranda takip edildiği görülmektedir. Katılımcıların takip ettikleri elektronik mizah dergilerine bakıldığında, ilk sırada Penguen dergisi yer alırken, ikinci sırada Uykusuz dergisi ve üçüncü sırada ise Lemn dergisi yer almaktadır. Bayan yanı

ve Komikaze ise katılımcılar tarafından en az tercih edilen elektronik mizah dergileri arasındadır.

Katılımcıların, elektronik mizah dergilerini en çok hangi mecralarda takip ettikleri araştırıldığında (Tablo 14), tamamına yakınının sosyal medyayı tercih ettikleri saptanmıştır. Bunu %46,9 oranıyla elektronik mizah dergilerinin kurumsal web siteleri, %32,7 oranıyla söz konusu dergilerin mobil uygulamaları üzerinden takip ettikleri görülmektedir. Katılımcıların, mobil uygulamaları ve pdf formatındaki yayınları takip etme oranlarının az olması, katılımcıların söz konusu versiyonları az tercih etmelerinden değil, bu mecralardaki yayınların azlığından kaynaklanmaktadır.

Basılı gazetelerin sosyal medya kullanımlarına ilişkin yapılan çalışmalara bakıldığında, okuyucuların özellikle güvendikleri medya kuruluşlarının sosyal medya hesaplarını ve mobil uygulamalarını takip ederek haberlere ulaşmayı tercih ettikleri görülmektedir (Kürkcü, 2016b: 87). Mizah dergilerinin pek çoğunun mobil cihazlar için geliştirilen uygulamalara sahip olmaması, tablet ve özellikle de akıllı telefon kullanıcılarının çok fazla olduğu günümüzde büyük bir eksiklik olarak göze çarpmaktadır. Mizah dergileri sahip olacakları mobil uygulamalar ile kullanıcılara hızlı bir şekilde ulaşabilmenin yanı sıra söz konusu uygulamalar aracılığı ile dergi takipçi sayılarını da arttırabileceklerdir.

Yeni iletişim teknolojilerinin beraberinde getirdiği hızlı gelişmeler kuşaklar arasında farklılaşmaya yol açmıştır. Dijital medyanın cazibesıyla büyüyen ilk kuşak olma özelliğine sahip olan Y kuşağı üyelerinin üçte ikisi, beş yaşından önce bilgisayarla tanışmıştır. Y kuşağı üyeleri, günlerinin yaklaşık on beş saatini medya ve iletişim teknolojileri ile etkileşim halinde geçirmektedir. Y kuşağından farklı olarak, internet ve teknoloji ile doğan ve internet kuşağı olarak da adlandırılan Z kuşağı, dijital dili ana dili gibi konuşan ve günlük hayatlarındaki işlerin çoğunu teknoloji ile halleden bir kuşaktır. Z kuşağı, dijital medya araçlarını hayatının merkezine alan ve tüm günlük işlerini bu teknoloji ile yürüten 21. yüzyıl gençlerindedir.

Bu nedenle gerek basılı gerekse de elektronik dergilerin gelecekte varlıklarını sürdürebilmeleri için kuşaklar arasındaki değişimleri iyi okumaları ve onların ihtiyaçlarına cevap verebilecek mecralarda faaliyetlerini sürdürmeleri gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- AKTAŞ, Yıldız (2012). Mizah Dergilerinde Gençlik Alt Kültürlerinin Temsili: Uykusuz Dergisi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- APAYDIN, Mustafa (2007). Tanzimat'tan Sonra Mizah ve Hiciv, Türk Edebiyatı Tarihi, Cilt 3, İstanbul: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- ARI, Bilal (2008). Gırgır ve Leman Dergileri Örneğinden 1980 Sonrası Mizah Basını ve Muhalefet Anlayışı, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- ARIK, Muhammet Bilal (1998). Değişen Toplum ve Değişen Karikatürü, İstanbul: İstanbul Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- ARIK, Muhammet Bilal (2002). “Karikatür Tarihimizde Önemli Bir Dönemeç: Marko Paşa Mizah Gazetesi”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 12, s.237-253.
- ARIK, Muhammet Bilal (2003). “Apolitik Mizah Tartışmalarına Tarihsel Bir Bakış”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 17, s.89-105.
- AVCI, Artun (2003). Toplumsal Eleştiri Söylemi Olarak Mizah ve Gülmece, Birikim Dergisi, Sayı: 166, <http://www.birikimdergisi.com/birikim-yazi/3891/toplumsal-elestiri-soylemi-olarak-mizah-ve-g%C3%BClmece>, Erişim Tarihi: 26.05.2016.
- ÇAKIR, Hamza (2006). “Tarihimizin İlk Mizah Dergisi Diyojen’in Kapatma Cezalarına Yine Mizahi Yoldan Gösterdiği Tepkiler”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 15, s.161-172.
- DURGEÇ, Petek (2009). Popüler Kültür Bağlamında Mizah Dergilerinin Değişen İşlevi: Penguen Dergisi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- EKEN, Cengiz (2011). Diken Mizah Gazetesi (İnceleme-Tahlili Dizin-Seçilmiş Metinler ve Karikatürler), Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sivas.

- FIRAT, Tahsin Emre (2013). Mizah Basımında Egemen Söylem Olarak Argo Kullanımı (Penguin Dergisi Örneği), Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erzurum.
- GÖNENÇ, Aslı Yapar (2006). Türkiye’de ve Fransa’da Dergicilik ve Kadın Dergileri, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- GÖNENÇ, Aslı Yapar (2007). “Türkiye’de Dergiciliğin Tarihsel Gelişimi”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 29, s.63-78.
- GÖNENÇ, Levent ve CANTEK Levent (2012). Toplumsal Değişme ve Mizah Dergileri, (Editörler), Faruk Alpkaya ve Bülent Duru. 1920’den Günümüze Türkiye’de Toplumsal Yapı ve Değişim, Ankara: Phoenix Yayınevi, 2. Baskı, s.509-537.
- HOŞAFÇI, Özgür Umut (2007). Toplumsal Muhalefet ve Mizah Dergileri: Lemana Dergisi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- KAMILOĞLU, Zeynep (2013). “Penguin Dergisinden Hareketle Türk Karikatür Tarihinde Mizahın Saldırı İşlevi”, Milli Folklor, 98, s.165-173.
- KILIÇER, Gözde Sevil (2012). Türkiye’de Modernleşme ve Gündelik Yaşam: Akbaba Üzerine Bir İnceleme (1929-1938), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara.
- KONAR, Hikmet (2005). Diken Mizah Gazetesi’nin İncelenmesi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- KÜRKCÜ, Duygu Dumanlı (2016a). Yeni Medya ve Gençlik, İstanbul: Kriter Yayınevi.
- KÜRKCÜ, Duygu Dumanlı (2016b). “Türkiye’de Ulusal ve Yerel Gazetelerin Twitter Kullanımı”, The Journal of Academic Social Science Studies (JASSS), 46, s.85-101.

ÖĞDÜ, Hale (2011). Türk Siyasal Hayatının Karikatür Üzerinden Analizi: Akbaba Dergisi Örneği, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya.

ÖNGÖREN, Ferit (1998). Cumhuriyet'in 75. Yılında Türk Mizahı ve Hicvi, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

ÖZOCAK, Gürkan (2011). "Türkiye'de Siyasi İktidarın Mizahla İmtihani: İfade Özgürlüğü ve Karikatür", TBB Dergisi, 94, s.259-294.

TURGUT, Özden Pektaş (2009). "Elektronik Yayımcılık Biçimleri ve Blog Tasarımı", Gazi Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi, 1(3), s.87-104.

TÜRK DİL KURUMU, <http://www.tdk.gov.tr> Erişim Tarihi: 15.05.2016.

YAZICI, Nermin (2011). Yazılı Türk Mizahının Gelişim Sürecinde Batılı Anlamda İlk Mizah Dergisi; Cem, Turkish Studies International For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, 6/3, s.1299-1313.

<https://dergihakkinda.wordpress.com/tag/e-dergicilik/>, Erişim Tarihi: 26.05.2016.

<http://journo.com.tr/bu-haberi-okuyacak-misiniz-yoksa-sadece-paylasacak-misiniz>, Erişim Tarihi: 23.06.2016.