

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ÇEVİRİBİLİM ANABİLİM DALI**

**FAN ÇEVİRİLERİNİN ÇEVİRİ VE EĞLENCE SEKTÖRÜ BAŞTA
OLMAK ÜZERE MEDYA ENDÜSTRİSİNDEKİ ETKİSİ ÜZERİNE
BİR İNCELEME**

Hatice Sıla ALTINTAŞ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Filiz ŞAN

TEMMUZ - 2023

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**FAN ÇEVİRİLERİNİN ÇEVİRİ VE EĞLENCE SEKTÖRÜ
BAŞTA OLMAK ÜZERE MEDYA ENDÜSTRİSİNDEKİ
ETKİSİ ÜZERİNE BİR İNCELEME**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hatice Sıla ALTINTAŞ

Enstitü Anabilim Dalı: Çeviribilim

“Bu tez 03/07/2023 tarihinde online olarak savunulmuş olup aşağıdaki isimleri bulunan jüri üyeleri tarafından oybirliği ile kabul edilmiştir.”

JÜRİ ÜYESİ	KANAATİ
Doç. Dr. Halil İbrahim BALKUL	Başarılı
Dr. Öğr. Üyesi Filiz ŞAN	Başarılı
Dr. Öğr. Üyesi Burcu TÜRKMEN	Başarılı

ETİK BEYAN FORMU

Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının benzerlik oranının herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve Etik Kurul Onayı gerektiği takdirde onay belgesini aldığımı beyan ederim.

Etik kurul onay belgesine ihtiyaç var mıdır?

Evet ☒

Hayır ☐

(Etik Kurul izni gerektiren araştırmalar aşağıdaki gibidir:

- Anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ya da nicel yaklaşımlarla yürütülen her türlü araştırmalar,
- İnsan ve hayvanların (materyal/veriler dahil) deneysel ya da diğer bilimsel amaçlarla kullanılması,
- İnsanlar üzerinde yapılan klinik araştırmalar,
- Hayvanlar üzerinde yapılan araştırmalar,
- Kişisel verilerin korunması kanunu gereğince retrospektif çalışmalar.)

Hatice Sıla ALTINTAŞ

03/07/2023

ÖNSÖZ

Geçtiğimiz iki yıl boyunca bana rehberlik etmiş olan ve bitmek bilmeyen sorularımın her birine sabırla cevap vererek bana her anlamda inanç ve özgüven aşılayan, düştüğüm yerde elimden tutup kaldıran, güler yüzlü, sevgi ve enerji dolu tez danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Filiz Şan’a,

Hayatım boyunca bana yokluklarını bir kez olsun hissettirmeyen, varlıklarıyla yaşamıma mana kazandıran, Allah’ın bana en güzel ve en kıymetli hediyesi sevgi dolu aileme,

Çalışmamın başına her geçtiğimde, muhtemeldir ki endişe ve stresimi en iyi o hissettiğinden, beni oturduğum yerden kaldırmak için bin bir türlü yaramazlığa başvurarak bana dirlik vermeyen tatlılık abidesi biricik kedim Togo’ya,

Araştırmama katılım sağlayan tüm fanlara ve özellikle de benden tavsiye ve desteklerini asla esirgememiş olan tüm dostlarıma ve hocalarıma sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Hatice Sıla ALTINTAŞ

03/07/2023

İÇİNDEKİLER

TABLO LİSTESİ.....	iii
GÖRSEL LİSTESİ	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT	vi
GİRİŞ	1
BÖLÜM 1: FANDOM VE FANLIK OLGUSU	7
1.1. Katılımcı Kültür	7
1.2. Fan ve Fandom Kültürü.....	19
1.3. Medya ve Anlatı Fandomları	24
1.4. Fandom: Bir Tarihçe	29
1.4.1. Star Trek Öncülüğünde Medya Fandomu	34
1.4.2. Fandomun İnternet Sahnesine Taşınması	42
1.4.3. Medya Fandomu İfadesinin Güncel Kullanımı	46
1.5. Medya Fandomu Kapsamında Ön Plana Çıkan İçerik Türleri	49
1.5.1. Anime ve Mangalar	49
1.5.2. Webtoon, Manhwa ve Manhwa	57
1.5.3. Hafif-roman ve Web-romanlar	60
1.5.4. Video Oyunları.....	65
1.6. Medya Yakınsaması, Transmedya Hikâye-Anlatıcılığı ve OSMU Modeli.....	68
1.7. Kültürlerötesi Fandom.....	74
1.8. Fan Roller, Etkinlikleri ve Fan İşgücü	86
1.8.1. Sanatsal/Yaratıcı İçerik Türleri ve Üreticileri	93
1.8.2. Özgeci İçerik Türleri ve Üreticileri.....	97
BÖLÜM 2: FAN ÇEVİRİLERİ	101
2.1. Fan Çevirilerinin Tanımı	101
2.2. Kullanıcı-Türevli Çeviriler	102
2.3. Fan Çevirilerinin Ortaya Çıkışı ve Gelişimi	104
2.3.1. Gönüllü Çeviri Toplulukları	104
2.3.2. Fan Çevirilerinin Tarihçesi	105
2.4. Fan Çevirilerinin Çeşitleri	107

2.4.1. Fansubbing.....	107
2.4.2. Fan Scanlation.....	109
2.4.3. Video Oyunu Fan Çevirileri	125
2.4.4. Webtoon Çevirileri.....	128
2.4.5. Hafif-roman ve Web-roman Çevirileri.....	132
BÖLÜM 3: FAN ÇEVİRİLERİNİN ETKİ ALANI	136
3.1. Araştırmanın Yöntemi.....	136
3.2. Anket Çalışması	136
3.2.1. Katılımcıların Özellikleri.....	137
3.2.2. Kullanıcıların Fan Kimlikleri ve Fandom İçi Etkileşimleri.....	138
3.2.3. Katılımcıların Fan Çevirilerinden Faydalanmaya Yönelik Bilgileri.....	142
3.2.4. Fan Çevirilerinin Medya Tüketimi Deneyimi Üzerindeki Etkileri	144
3.2.5. Fan Çeviri Platformları İle Resmi Platformlara Yönelik Görüşler	146
3.2.6. Fan Çevirileri ve Etik	151
3.2.7. Fan Çevirilerinin Yabancı Dil, Çevirmenlik vb. Diğer Çeşitli Beceri/Kazanımlar Üzerindeki Etkileri.....	153
3.2.8. Fan Çevirilerinin Katılımcılara Sağladığı Kazanımlar.....	155
3.2.9. Katılımcıların Fan Çevirilerinin Bireysel Hayatlarındaki ve/veya Sektörler Üzerindeki Etkisine Yönelik Düşünceleri.....	156
3.3. Anketin Değerlendirmesi.....	159
3.4. Mülakat Çalışması.....	160
3.4.1. Tüketici İA ile Mülakat	161
3.4.2. Üreten-Tüketici EFÖ ile Mülakat	164
3.5. Mülakatın Değerlendirmesi	167
SONUÇ	168
KAYNAKÇA.....	173
EK.....	184
ÖZGEÇMİŞ	193

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı.....	137
Tablo 2: Katılımcıların Yaş Dağılımı	137
Tablo 3: Katılımcıların Eğitim Durumu.....	138
Tablo 4: Fanların İçerik Üreticiliği Bilgileri	138
Tablo 5: Fanların Medya İçeriklerine Yönelik Platformları Takip Bilgileri	139
Tablo 6: Fanların Fandom Etkinliklerini Takip Bilgileri	139
Tablo 7: Fanların Fandom İçi İletişimlerine Dair Bilgiler	140
Tablo 8: Katılımcıların İlgilendiği Medya ve Anlatı İçerikleri	141
Tablo 9: Katılımcıların Fan Çevirilerinden Yararlandıkları Diller	142
Tablo 10: Katılımcıların Yararlandıkları Fan Çeviri Türleri.....	143
Tablo 11: Katılımcıların Fan Çevirilerinden Faydalanma Sıklığı	144
Tablo 12: Fan Çevirilerinin Katılımcıların Medya/Anlatı Ürünleriyle Tanışmasındaki Etkisine Yönelik Bilgiler	144
Tablo 13: Ticari Ürünlerin Satın Alımında Fan Çevirilerinin Katılımcıları Yönlendirici Etkisine Yönelik Bilgiler.....	145
Tablo 14: Fan Çevirilerinin Katılımcıların Medya Tüketimi Deneyimi Üzerindeki Etkisine Yönelik Bilgiler	145
Tablo 15: Katılımcıların Fan Çevirilerini Resmi Çevirilere Kıyasla Nasıl Değerlendirdiklerine Yönelik Bilgiler	146
Tablo 16: Kullanıcıların Resmi Platformları Tercih Etme Nedenleri.....	147
Tablo 17: Katılımcıların Resmi Platformları Tercih Etmeme Nedenleri	148
Tablo 18: Kullanıcıların Fan Çevirilerine Ulaştıkları Platformların Listesi	150
Tablo 19: Katılımcıların Fan Çevirilerinin Etik Bulup Bulmadığına Dair Görüşleri ..	151
Tablo 20: Resmi Kaynaklara Erişimi Olan Katılımcıların Fan Çevirilerini Kullanmayı Bırakıp Bırakmadığına Yönelik Bilgiler	152
Tablo 21: Fan Çevirilerinin Katılımcıların Yabancı Dil Edinci Üzerindeki Etkisi	153
Tablo 22: Fan Çevirilerinin Katılımcıların Beceri Kazanmasında Etkili Olduğu Yabancı Dillerin Listesi	154
Tablo 23: Katılımcılardan Fan Çevirmenliği Yapanların Motivasyonları	154
Tablo 24: Katılımcıların Fan Çevirilerinin Sektörler Üzerinde Etkisine Yönelik Düşünceleri.....	155

GÖRSEL LİSTESİ

Görsel 1: Honkai Star Rail Adlı Oyunun Düzenlediği İçerik Üreticisi Yarışması	90
Görsel 2: Kaeya Adlı Karakterin Profilindeki Değişim	92



ÖZET	
Başlık: Fan Çevirilerinin Çeviri ve Eğlence Sektörü Başta Olmak Üzere Medya Endüstrisindeki Etkisi Üzerine Bir İnceleme	
Yazar: Hatice Sıla ALTINTAŞ	
Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Filiz ŞAN	
Kabul Tarihi: 03/07/2023	Sayfa Sayısı: vi (ön kısım) + 183 (ana kısım) + 9 (ek)
Çeşitli medya içeriklerinin internet aracılığıyla tanınip ün kazanmasında ve böylelikle dünya popüler kültürünün birer parçası haline gelmesinde fandomlar – bir diğer ifadeyle hayran toplulukları – büyük bir rol oynamaktadır. Bu topluluklar çoğu zaman birbirinden farklı uyruk ve kültürle mensup bireylerin internet üzerindeki çeşitli platformlarda bir araya gelmesi ile oluşur, büyüyüp genişler ve topluluğun çekirdeğini oluşturan medya ürününe yönelik çeşitli aktiviteler doğrultusunda varlığını sürdürür. Fandomlar, katılımcı kültür anlayışının paylaşım ve etkileşim prensipleri doğrultusunda hareket eden bir topluluk türü olup yine katılımcı kültürün bir uzantısı olan fan kültürleri çerçevesinde işlevsellik kazanırlar. Fandom ve fanlık olgusu aktif ve üretken bir katılımcılık kültürü doğrultusunda popüler kültürün ve popüler medya ürünlerinin devamlılığını sağlayan önemli araçlardan biridir. Muhtelif fandomların ve genel anlamda fan kültürünün çekirdeğini oluşturan birçok fan etkinliği mevcuttur ve bunlar arasında fan çevirileri olarak da adlandırılan gönüllü çeviri projeleri dikkat çekmektedir. Günümüz çeviri etkinliklerinin önde gelen örneklerinden birini teşkil eden bu çeviriler, küresel bir çeviri hareketi olarak nitelendirilebilecek oldukça yaygın bir uygulama olarak karşımıza çıkar. Ticari beklentiler olmaksızın yapılan ve internet aracılığıyla büyük kitlelere çabucak ulaşabilen fan çevirileri, dünyanın her köşesinden çeşitli dil ve kültürle ait içeriklerin seslerini duyurmasında son derece etkili olmuşlardır. Bu çalışma kapsamında; fan çevirilerinin bugün popüler medya içeriklerinin küresel boyutta birbirlerinden beslenerek devasa bir ekosistem ve ekonomiye dönüşmelerine olan katkısı doküman ve örnek olaylar üzerinden incelenmiştir. Ayrıca fan kimlikli bireylerin medya tüketiminde fan çevirilerinin ne derece etkin bir rol oynadığını ve bu durumun medya endüstrisi bağlamındaki değerini ortaya koymak amacıyla anket ve mülakat çalışmalarından yararlanılmıştır. Sonuç olarak, bugün dünyanın en çok kâr getiren ticari oluşumlarından biri olan medya endüstrisinin gelişim sürecinde ve bu süreç içerisinde benimsediği çeşitli yaklaşımlarda fan kültürünün ve bünyesinde türeyen fan çevirilerinin kalıcı izler bıraktığı gözlemlenmiştir.	
Anahtar Kelimeler: Fan Çevirileri, Fan Kültürleri, Katılımcı Kültür, Medya ve Anlatı Fandomları, Medya Ekosistemleri	

ABSTRACT	
Title of Thesis: Fan Translations' Infulence on The Media Industry with a Focus on Translation and Entertainment Sectors: An Analysis	
Author of Thesis: Hatice Sıla ALTINTAŞ	
Supervisor: Assist. Prof. Filiz ŞAN	
Accepted Date: 03/07/2023	Number of Pages: vi (pre text) + 183 (main body) + 9 (add)
Fandoms – or fan communties – play a significant role in bringing recognition and fame to numerous media content that would eventually get integrated into the collective heritage of the world’s popular culture . These communities are oftentimes formed by individuals belonging to differents nationalities and cultures coming together on various internet platforms. Once they find their footing in such spaces, they begin to grow and expand through many a colorful activites centered around the media product that constitutes the core of the community. As a type of community that operates within the principles of sharing and interactivity, they gain functionality through their own kind of a participatory culture, that is to say, a subculture known as fan cultures. By virtue of their substantial undstanding of an active and productive participation culture, fandom and its fannish features have proven to be an important tool in maintaining the continuity of popular culture and popular media products today. There exists various kinds of fan activities that are essential to the existence of all fandoms, as well as their collective fan culture in general. Among these activities, voluntary translation projects known as fan translations are of particular interest within the context of translation studies. These fan projects, which constitute one of the leading examples of today’s translation activities, appear as a very comman practice within fan cultures, so much so that it would be fitting to call them a global translation movement. These translations are offered for free without any materialistic expectations on the translators’ part and they are capable of reaching large audiences quickly via the internet. The sheer quantity of fan translations and their grip on social networks enabled many different content belonging to various languages and cultures from all over the world to be recognized beyond their intended audiences. This study aims to analyse the contribution of fan translations to the transformation of today’s popular media content into a gigantic ecosystem and economy through subconsciously and perpetually feeding one another on a global scale. Document reviews and examination of various case studies were conducted in line with this objective, along with a survey study and a few interviews in order to draw a more precise conclusion. The purpose of the last two methods is to reveal the effective role fan translation play in media consumption of individuals who identify as fans, while also drawing attention to the significance of such variables within the context of the media industry. As a result, it has been observed that the fan cultures and the fan translation activities that have emerged within them have left some permanent traces in the development of the media industry, which is by far one the most profitable commercial entities in the world today.	
Keywords: Fan Translations, Fan Cultures, Participatory Culture, Media And Narrative Fandoms, Media Ecosystems	

GİRİŞ

Küreselleşen modern dünya, insanı bireysellik algısının en ön plana çıktığı aidiyet duygusunun peşinde bir kimlik ve benlik arayışı içine sürüklemiştir. Geçmişten günümüze, aslında hayatın her alanında karşımıza çıkan bu meçhul yolda, bireyler kendi fikir ve düşüncelerini paylaşan, ilgi ve odakları kendileriyle benzeşen kişilerle beraber yürümeyi tercih etmiştir her zaman. Dolayısıyla her tür grup ve topluluğun temelinde kimlik arayışı içindeki insanın gruplaşma dürtüsünün yattığı söylenebilir. Dijital çağın beşiğinde yetişmiş yeni ve modern dünyada ise bu yolun daha önceleri hiç görülmemiş bir şekilde dallanıp budaklandığını, sınırlarının ise gittikçe bulanıklaştığını görmekteyiz.

İnsanın insanla ve nesnelerle ya da nesnelerin nesnelerle çevrimiçi ve çevrimdışı bir şekilde dijital teknoloji yoluyla sürekli bağlantı içerisinde olduğu hiper-bağlantılı toplum yapısında (Chung, Park ve Lee: 2017:16) fikir ve düşünceler su gibi akmakta, ilgi ve kimlik pazarları kurulmaktadır. Bu sayede başta genç nesil olmak üzere, bireyler her türden bilgi ve içeriğe ulaşabilecekleri dijital ortamlara akın etmekte ve sosyal medya yoluyla çeşitli platformlarda bir araya gelerek muhtelif gruplar oluşturmaktadır. Ortak bir ilgi alanı veya bir tutku etrafında bir araya gelmiş, birbirlerine karşı empati ve yoldaşlık hisleri besleyen bireylerden oluşan bir topluluk ve aynı zamanda bir altkültür olarak tanımlanan fandomlar da (Guo, 2020: 209) bu hiper-iletişim grupları arasında yer almaktadır.

Hiper-iletişim denildiğinde akla gelen bir diğer olgu ise hiç şüphesiz çeviri etkinliği olacaktır. Dolayısıyla kültürlerarası hiper-iletişimin temelinde yatan bu disiplinin fandom oluşumları ile yakından ilişkili olduğunu söylemek mümkündür. Bir bilimdalı olarak disiplinler arası nitelikler sergileyen çeviribilim, fandom gibi özellikle medya ve kültür çalışmaları bağlamında sıklıkla ele alınan oluşumlar üzerinde de hatırı sayılır bir role sahiptir. Bu bağlamda çeviribilim ve medya ve kültür çalışmalarının birçok açıdan birbirleriyle kesişen disiplinler olduğu söylenebilir. Bu çalışmanın odağı olan fan çevirileri ise bahsi edilen bu kesişme noktalarından biri olarak karşımıza çıkmakta olup küresel bir çeviri hareketini temsil etmektedir.

Fan çevirileri, internet ortamları ile dijital araçların yaygın erişilebilirliği ve bunun beraberinde getirdiği çevrimiçi katılımcılık olgusu doğrultusunda ortaya çıkan gönüllü çeviri türlerinden biri olup (O’Hagan, 2011: 11) “profesyonel olmayan çeviriler” başlığı

altında yer alan çeşitli kavramlardan biridir. Araştırmacı O'Hagan bu kapsamda üç farklı kavram üzerinde durmaktadır: “kullanıcı-türevli-çeviriler” (O'Hagan, 2009), “fan çevirileri” (O'Hagan, 2008) ve “topluluk çevirileri” (O'Hagan, 2011). Bu çatı altındaki diğer kavramlar arasında ise “işbirlikçi çeviriler” (Fernández Costales, 2012; Jimenez-Crespo; 2015), “amatör altyazı” (Pérez-González, 2013) ve “gönüllü çeviriler” (Pym, 2011) ifadeleri yer almaktadır. Pym bu bağlamda gönüllü çeviriler terimini kabul etmesinin sebebini bu çatı altında yer alan çeviri türlerinin temelinde maddi kazanç beklentisi olmamasına dayandırmaktadır. Fan altyazı çalışmalarını ifade eden fansub, video oyun çevirileri olarak da bilinen ROM hacking ve genellikle kalıplaşmış bir ifade olarak çizgi roman çevirileri bağlamında kullanılan scanlation gibi fan kaynaklı çeviri çalışmaları sözünü ettiğimiz bu bağımsız çeviri türleri kapsamında yer alan son derece popüler fan etkinliklerinden sadece bazılarıdır.¹

Fan çevirilerinde gözlemlenen işbirlikçi eğilimler aynı zamanda kitle kaynaklı çeviri olgusuyla da yakından örtüşür niteliktedir. Zira bu çalışmanın da temeline oluşturan fikirlerden biri olan ve internet kullanıcılarının karşılıksız işgücünün medya endüstrisinin gelişiminde oynadığı rolü ifade eden dijital işgücüne bir örnek olarak Facebook'un bir yılda 63 farklı dile çevrilmesini mümkün kılan kitle kaynaklı özel çeviri projesi verilebilir (Mesipuu, 2012; DePalma ve Kelly 2011).

Kuramsal bir açıdan bakıldığında ise, bu çeviri hareketinin çeviribilimdeki işlevci yaklaşımlarla örtüşen doğası dikkat çeker. Çeviriyi dilbilim kalıplarının ötesinde iletişimsel ve toplumsal bir eylem olarak gören işlevci yaklaşımlar arasında, fan çevirileri çerçevesinde incelenebilecek kuramlar da mevcuttur. Bunlardan özellikle Justa Holz-Mänttari tarafından geliştirilen “çeviriye ilişkin eylem” ve Alman çeviribilimci Hans Vermeer'in “Skopos” kuramlarını fan çevirileri ile ilişkilendirmek mümkündür.

Çeviride eylem kuramına göre çeviri hem belli bir amaca yönelik yürütülen bir eylem hem de bir iletişim süreci olarak kabul görür. Çeviri etkinliğinin çeşitli aktörleri ise (çeviriyi başlatan, çevirmene iş veren, çevrilecek metnin yazarı, çevirmen, çeviri metnin

¹ Fansub, fan scanlation ve ROM hacking gibi terimlerin popüler kültürde yer edinmiş Türkçe karşılıkları olmaması ve Türk fan toplulukları tarafından da “fansub” ve “fan scanlation grupları” ifadelerinin halihazırda zaten yaygın bir şekilde kullanılıyor olması nedeniyle bu çalışma kapsamında bahsi geçen kalıplaşmış ifade şekillerinde bir Türkçeleştirmeye gidilmemiştir.

kullanıcısı, çeviri metnin alıcısı vb.) bu kuramın dikkat çektiği hususlar arasında ön planda yer almaktadır. Öte yandan Skopos kuramı, çeviride kültürlerarası iletişimsellik ve eylemsellik prensibi üzerine kurulmuş olup Yunanca “amaç” anlamına gelen “skopos” sözcüğü ile çeviri sürecindeki amaç olgusuna vurgu yapmaktadır (Tahir Gürçağlar, 2014: 121-123).

Medya ve kültür çalışmaları kapsamında ön plana çıkan ve fan çevirilerinin başlıca odak noktalarından biri olan anlatı temelli medya içerikleri, çeşitli tür ve medyumlar boyutunda ortaya koyduğu metinsel değer sebebiyle çeviride “amaç” ve “erek odaklılık” kavramlarına ihtiyaç duyar. Dolayısıyla bu bağlamda işlevci yaklaşım kuramlarının vurguladığı çeviribilim niteliklerinin fan çevirileri çerçevesinde yeniden yorumlanabileceği söylenebilir. “İşlev ancak okur ya da alıcı kitle üzerinde araştırma yapılarak saptanacak bir şeydir. Her okur ya da okur grubu çeviri metinlerini kendi beklentilerine, gereksinimlerine ve bağlama göre farklı biçimlerde anlar ve kullanır” (Nord, 1997: 28 akt. Tahir Gürçağlar, 2014: 123). Fan çevirilerinin tutku ve paylaşımcılık duygularını saf bir amaca dönüştüren ve her şeyden önce kendilerinin de eş zamanlı olarak bir parçası olduğu erek kitleyi derinlemesine tanıyan doğası, işlevci yaklaşımlar arasında çeviride eylem ve Skopos kuramlarıyla ilişkilendirilebilir özellikler barındırmaktadır.

Fan çevirilerini tam manasıyla anlayabilmek için öncelikle bu fandomların kültürünü² ve bu kültürün oluşmasını sağlayan popüler kültür bünyesinde türemiş popüler medyayı anlamak gerekir. Medya kavramı günümüzde sadece radyo, internet, televizyon ve yazılı basın gibi haber ve iletişim kaynaklarını değil, aynı zamanda bu kaynaklar aracılığıyla üretilen dizi, film, oyun, roman vb. gibi yaratıcı içerikleri de kapsar hale gelmiştir (Stack ve Kelly, 2006: 6). Popüler medya ise bu içeriklere popüler kültür anlayışının eşliğinden bakıldığında karşımıza çıkan bir olgudur. Günümüzde popüler kavramının “bir çok kişi tarafından sevilen veya seçilen” anlamında kullanıldığı düşünülecek olursa (Erdoğan,

² Fandom ve fan kültürü birbirleriyle eş anlamlı kullanılabilmektedir. Ancak “fandom” fanbase” ve fan culture” terimleri çoğu zaman birbirleriyle iç içe geçen kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin “Genshin Fandom” ve “Genshin Fanbase” özünde Genshin Impact oyununun fanlarının tamamına verilen bütünleyici ifadelerdir. Detaya inildiğinde “fanbase” ile fan nesnesini paylaşan her bir ayrı birey kastedilmektedir, “fandom” ise hem bireyleri hem de ortaya koydukları etkinlikler ve etkileşimler bağlamında kendini gösteren “fan kültürlerini” ifade eden şemsiye bir terim olarak kabul edilebilir.

2004: 3) kitlelerin okumayı, izlemeyi, oynamayı sevdiği ve tercih ettiği TV dizileri, filmler, kitaplar veya oyunların her birinin birer ‘popüler’ medya içeriği olduğunu söyleyebiliriz. Ancak burada bahsi geçen ‘popülerlikte’ dikkat edilmesi gereken önemli bir nokta söz konusudur. Popüler medya ille de herkesin bildiği ve tanıdığı içeriklere yönelik kullanılan bir terim olarak algılanmamalıdır. “Birçok kişi tarafından sevilen veya seçilen” ifadesi küçük ya da büyük herhangi bir grubu, örneğin ufak bir fan topluluğunu kapsayabilir. Bu ayrımın vurgulanmak istenmesinin sebebi ise medya ürünlerinin ‘popüler’ medyanın bir parçası olmasında büyük çaplı bir bilinirlik unsurunun şart olmamasıdır.

Popüler medya ürünlerinin tüketicilerine ulaşmasındaki en etkili araç ise şüphesiz internet olmuştur. Bugün her çeşit dijital içerik web üzerinde gerek ücretli gerekse ücretsiz servisler yoluyla elde edilebilir konumdadır. Bu erişim kolaylığının, popüler medyanın, – ve öncesinde popüler kültürün – ortaya çıkışında ve yaygınlaşıp gelişmesinde en önde gelen etmen olduğu tartışılmaz bir gerçektir. Özellikle 2004’ten bu yana Web 2.0’ın ileri sürümü ve devam eden yıllar boyunca hizmet ve uygulamalarındaki hız kesmeyen gelişimler sayesinde kullanıcıların sunucular ile daha dinamik bir şekilde etkileşim kurması mümkün kılınmıştır. Bunun sebebi ise Web 2.0 uygulamalarının teknik açıdan yeterli donanıma sahip olmayan kullanıcıların bile kendi medya içeriklerini oluşturup paylaşımlarına imkân tanıy nitelikte olmasıdır. Bu uygulamalar sayesinde birçok farklı amaca yönelik katılımcılık esasına dayalı platformlar oluşturulabilmekte ve dünyanın her yerinden bireylerin katkısı ile bu platformlar işlevsellik kazanmaktadır. Amazon ve Vikipedi gibi siteler bu katılımcı tabanlı sistemle yürütülen platformlar örnekleri arasındadır (Harrison ve Barthel, 2009: 157). Bu ve benzeri katılımcılık anlayışı ile sanal ortamlarda tutunmayı başararak varlık ve işlevini sürdüren pek çok platformdan bahsedilebilir. Katılımcı kültür olarak adlandırılan bu olgu fandom kültürünün temelini oluşturan yapıtaşlarından biri olup, fan çevirilerinin ortaya çıkışında etkin bir rol oynamıştır.

Araştırmanın Konusu

Bu araştırma, fan çevirileri faaliyetlerinin çeviri ve eğlence sektörü başta olmak üzere medya endüstrisi üzerindeki etki alanının incelenmesini konu edinmektedir. Çalışma kapsamında öncelikle katılımcı kültür ve fandom kültürü gibi internet kullanımındaki

artış ile yaygınlaşan kültürel olgular ele alınacaktır. Bu sayede fandom oluşumlarının temelinde yatan gönüllülük, özgecilik ve paylaşım gibi ilkelerin, başta fan çevirileri olmak üzere fan etkinliklerinin oluşumunda oynadığı rol incelenerek fandomlar gibi gönüllülük esasına dayalı çevrimiçi toplulukların doğasına yönelik bilgilendirici bir tablo çizilecektir. Devamında ise fan çevirilerinin bu kültürel oluşumlar içerisindeki konumu ile sektörler ve çeviribilim üzerindeki konumu arasında bir karşılaştırma yapılarak fan çevirilerinin bu ikisi üzerindeki olumlu veya olumsuz etkileri örnekler yoluyla ortaya konulacaktır.

Araştırmanın Amacı

Küresel bir çeviri hareketi olarak nitelendirilebilecek olan fan çevirileri, dünyada çeviri etkinliklerinin artmasını ve böylece çeviri alanının çeşitli yönlerde gelişip genişlemesini sağlamıştır. Bu araştırmanın amacı fan çevirilerinin gerek çeviri gerekse eğlence sektörü gibi medya endüstrisi ile ilişkili alanlar üzerindeki olumlu veya olumsuz etkilerinin örnekler yoluyla bir incelemesini yapmaktır. Bu kapsamda Henry Jenkins'in (2006), medya üretimi ve tüketimindeki rol ve kimliklerin iç içe geçerek üretici ve tüketici arasındaki sınırların bulanıklaşması olgusunu betimleyen “yakınsama kültürü,” araştırmanın yapıtaşlarından birini oluşturmaktadır. Nitekim fan çevirileri ve çevirmenleri de Alvin Toffler'ın (1980) Üçüncü Dalga isimli kitabında öngördüğü “üreten tüketiciler” arasında yer almakta olup, pasif tüketicilik anlayışının geride bırakıldığı ve ticari çıkarlar doğrultusunda gönüllü kullanıcıların işgücünden yararlanmanın olağanlaştığı yeni bir medya çağının ürünüdür.

Araştırmanın Önemi

Teknolojik gelişmelerin beşiğinde küreselleşen dünya düzeninin beraberinde getirdiği yeni medya çağı, tekdüze bir yaşantının pençesinde durmaksızın yeni heyecanlar peşinde koşan modern bireyi daha önce hiç görülmemiş bir medya tüketimi furiasının içine itmiştir. “Çerez kültürü” (Chung, 2017) olarak da adlandırılan ve popüler kültür bünyesindeki çeşitli öğelerin gelip geçici doğasını ifade eden bu üretim-tüketim çarkı, diziler, filmler, video oyunları, çizgi romanlar vb. birçok medya içeriği boyutunda devasa bir ekonomiye dönüşmüştür. Bu ekonominin büyümesini mümkün kılan başlıca unsurlar arasında ise Amerikan bilim-kurgu ve fantastik-kurgu fandomlarının bir uzantısı olarak ortaya çıkan medya fandomudur. Her türden medya içeriklerinin fanlarını bir çatı altında

toplayan genel kapsar bir terim olarak kabul edilen medya fandomu ise fan çevirilerinin öncülerini de içinde barındırmaktadır (Coppa 2006; Jenkins, 1992; Hellekson, 2015).

Aynı zamanda birer “anlatı” fanı olarak da nitelendirilen (Jenkins 1992: 286) medya fanları, doğal olarak çeşitli metin biçimleriyle yakından ilgilenmekte olup, fanlık kimliklerinin beraberinde getirdiği tutkulu ve aynı zamanda özgeci yaklaşımlarıyla fan çevirilerinin de ilk örneklerini ortaya koymuşlardır (O’Hagan, 2009).

Bu çalışma kapsamında medya endüstrisinin ve günümüz fan kültürlerinin temellerini atan medya fandomunun bugün bulunduğu konuma gelmesinde (Coppa, 2006) fan kimlikli üreten-tüketicilerin oynadığı aktif rolün tüm detayları ile incelenmesi ve bu denklem içerisinde fan çevirilerinin önemine dikkat çekilmesi amaçlanmaktadır. Fan etkinliklerinin ve yine bunların bir parçası olan fan çevirilerinin sektörler için ön açıcı bir role sahip olup olmadığı, bunlar üzerindeki olumlu ya da olumsuz etkileri, çeşitli örnek olaylar, kullanıcı ve tüketicilere yönelik yapılan anket ve mülakatlar ve tarihsel süreçlerin irdelendiği bir çalışmayla ortaya konularak, fan çevirilerinin dünya piyasasında ve çeviribilim alanında sıklıkla göz ardı edilen rolüne dikkat çekmek ve böylelikle alan yazına katkı sağlamak amaçlanmaktadır.

Araştırmanın Yöntemi

Bu tez kapsamında halihazırda yapılan araştırmalarda dağınık bir şekilde bulunan doküman ve örnek olaylar incelenmiştir. Bu bağlamda çeşitli röportajlar, fan çalışmaları ve fan çevirilerinin etki alanına yönelik ipuçları barındıran yaşanmışlıklar değerlendirmeye alınmıştır. Aynı zamanda fanların medya tüketiminde fan çevirilerinin ne derece etkin bir rol oynadığını gözlemlemek amacıyla fan kimlikli bireylere yönelik – kendini bir medya/anlatı fanı olarak nitelendiren ve fan çevirilerinden herhangi bir boyutta faydalanmış olan kimseler – bir anket çalışması düzenlenmiştir. 150 kişinin katılımı ile gerçekleştirilen anketin dağıtımı ise Google Forms uygulaması aracılığıyla internet üzerinden sağlanmıştır. Son olarak fan çevirilerinin gelişim süreci ve boyutunu daha yakından deneyimleme fırsatı bulmuş tüketici ve üreten-tüketici kimlikli iki ayrı birey ile birer mülakat yapılmıştır. Dolayısıyla çalışma kapsamında nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin birlikte kullanıldığı söylenebilir (Creswell, 2005).

BÖLÜM 1: FANDOM VE FANLIK OLGUSU

1.1. Katılımcı Kültür

Fan çevirilerini anlamak için öncelikle fandom kültürünü ve bu kültürün etrafında inşa olduğu popüler medyayı anlamak gerektiğini vurgulamıştık. Aynı şekilde fan çevirilerinin kaynağı olan fandom kültürünü anlamak için de öncelikle katılımcı kültür olgusunun incelenmesi gerekir. “Katılımcı kültür” olgusu ilk olarak Henry Jenkins (1992) tarafından fan topluluklarının kültürel üretim ve sosyal etkileşimlerini tanımlamak için ileri sürülmüş olan bir terimdir. İlk ortaya çıktığı dönemde fan etkinliklerini sıradan izleyicilik türlerinden ayırt etmeyi amaçlamış olan terim, zamanla değişip gelişerek günümüzde çeşitli grupların ortak ilgi alanları doğrultusunda medya içerikleri üretmeleri ve dağıtmaları olgusunu tanımlar hale gelmiştir (Jenkins, Ford ve Green, 2013: 2).

Jenkins (2009: 9) katılımcı kültürü aşağıdaki gibi açılar:

- **“Bağlılıklar:** Friedster, Facebook, MySpace, tartışma forumları, metagaming ya da oyun loncaları/klanları gibi çeşitli çevrimiçi medya ortamlarındaki resmi veya gayri-resmi üyelikler.
- **Dışavurumlar:** Dijital örnekleme, skinning³, modding⁴, fan videoları, fan-fiction (hayran kurgu eserleri), zine⁵, mash-up⁶ gibi yaratıcı içerikler üretme.
- **Katılımcı problem çözümü:** Grupla beraber belli görevleri üstlenip sonuçlandırmak, yeni bilgi ve kavramlar geliştirmek, örneğin Vikipedi gibi, ya da alternatif gerçeklik oyunları oynamak gibi takım çalışmaları.
- **Dolaşımlar:** Podcastler ve bloglar aracılığıyla medya akışına yön verme.”

³ Skinning, programlama ile ilgili bir terimdir ve hem çeşitli bilgisayar yazılımlarına ya da web sitelerine uygulanabilen özel olarak tasarlanmış bir arayüzü hem de video oyunlarında 3D model hazırlama ya da bu modellere “skin” adı verilen yeni kostüm veya kozmetikler uygulama olarak tanımlanabilir.

⁴ Modding, modifiye etmek kelimesinden türetilmiş bir internet argosudur ve herhangi bir yazılımı veya donanımı ürünün yapımcısının amaçladığından farklı işlevlere hizmet edecek şekilde değiştirmeye yönelik gerçekleştirilen ekleme veya düzenlemelere hitaben kullanılır.

⁵ Magazine kelimesinden türetilmiş olan “zine”lar ya da bir diğer adıyla fan-zinler, fanlar tarafından üretilen ve basılan özgün içeriklerden oluşan dergi türevi eserlerdir.

⁶ Mash-up terimi “başka kaynaklardaki karakterleri veya durumları içeren film veya video”, “çeşitli çevrimiçi kaynaklarda bulunan verileri ve fonksiyonellikleri birleştiren web hizmeti veya uygulama” ve “enstrümantal bir kayıt ile başka bir kayıttaki vokalin dijital olarak üst üste bindirilmesi ile oluşturulan bir müzik parçası” şeklinde birkaç farklı anlamda kullanılmaktadır.

Jenkins'in (2006: 290) "fanların ve tüketicilerin içerik yaratımı ve dolaşımında aktif bir rol oynamaya davet edildiği kültür çeşidi" olarak da betimlediği bu oluşumu temel alan toplulukların özellikleri, katılımcı kültürün eğitim üzerindeki etkilerinin incelendiği "Katılımcı Kültürün Zorlukları ile Yüzyüze: 21. Yüzyılda Medya Eğitimi" başlıklı çalışmada ise şu şekilde ele alınmıştır: (Jenkins, 2009: s.5-6):

- "Sanatsal dışavurumun ve katılımın fazla kısıtlandırılmaması,
- İçerik üretme ve başkalarıyla paylaşmanın desteklenmesi ve teşvik edilmesi,
- Belli bir konuda deneyimli üyelerin bildiklerini bilmeyenlere aktardığı gayri resmi bir rehberlik sistemi,
- Üyelerin katkılarının önem taşıdığına inanması,
- Üyelerin birbirlerine karşı sosyal açıdan yakınlık beslemesi, (ya da ürettikleri içerikler hakkında başkalarının ne düşündüğünü önemsemeleri.)"

Jenkins (2009: s.6) bu bağlamda, üyelerin hepsinin etkin bir şekilde içerik üretme zorunluluğu olmadığına ama istedikleri her an katkıda bulunma özgürlüklerinin bulunduğunu bilmelerinin önemine vurgu yapar. Jenkins'e göre "katılımcı kültürün sunduğu, yaratıcılığı takdir ve teşvik eden özgür ortam, sadece gençlerin becerilerini geliştirmelerine yardımcı olmakla kalmaz, aynı zamanda kendilerini istedikleri her şekilde – gerek yaratıcı yazılar, gerekse diğer sanatsal içerikler yoluyla– ifade etmelerine önayak olur. Böylece gençlerin kendilerine ve başkalarının ürettiği içeriklere olan bakış açıları değişecektir."

Jenkins, katılımcı kültürün özellikle gençlerde yaratıcılığı ve motivasyonu artırmasının ve "ideal bir öğrenme ortamı" yaratmasının birçok araştırmacı tarafından kabul gören bir yargı olduğuna değinerek, okurları James Gee'nin "Durumlu öğrenme ve dil: geleneksel eğitim üzerine bir eleştiri" başlıklı çalışmada ortaya attığı "affinity spaces" kavramına yönlendirir. Her ne kadar Gee ve Jenkins, bu yaklaşımlarla katılımcı kültürün sunduğu özgür ve kaynaştırıcı eğitim olanaklarını vurgulamış olsalar da katılımcı kültürün ve bu kültürün ürünü olan ortam ve toplulukların üreticilik ve paylaşımcılık değerlerinin anlaşılmasında bu "affinity spaces" yani "benzeşim" ortamlarının" önemli bir konuma sahip olduğunu belirtmek gerekir.

Katılımcı kültür internet sayesinde olgunlaşmış bir terimdir ve Jenkins (2006)'ın de ileri sürdüğü gibi yaygın internet kullanımı öncesinde gözlemlenen "pasif medya izleyiciliği"

ile ters düşer. Medya içeriklerinin yapımcısı konumundaki birey ve kurumlar ile tüketicileri birbirinden ayıran çitin ortadan kalkması, sınırları belli olmayan bir karşılıklı alışveriş ilişkisini beraberinde getirmiştir. Bunun yanı sıra katılımcıların rol ve konumları da çeşitlilik kazanmıştır. Gerek tüketicilerin aktif katılıma yönelik farklı tercihleri olsun, gerekse teknolojik kısıtlamalardan kaynaklanabilecek engeller olsun, katılımcı kültür içerisinde her tüketici aynı rollere sahip olmamakta, aynı oranlarda katılım göstermemektedir.

Bu şekilde yeni medya çevresinde değişen ilişki, rol ve deneyimler Jenkins'in tabiri ile "yakınsama kültürü" olarak adlandırılan bir olguyu gündeme getirmiştir. "Yakınsama" kavramı yeni medya ve katılımcı kültür bağlamındaki rollerin (medya, sektörler, tüketici kitle vb.) her geçen gün değişen ve birbiriyle iç içe geçen doğasını tanımlar. Jenkins'e göre yakınsama, "gelişen teknolojinin beraberinde getirdiği sofistike medya araçlarıyla değil, tüketicilerin zihinlerinde ve birbirleri ile olan etkileşimlerinde kendini gösteren, her bir bireyin medya akışından elde ettiği bilgi kırıntıları ile kendi özgün mitolojisini oluşturup hayatını anlamlandıran kaynaklara dönüştürdüğü" bir kültür oluşumudur (Jenkins, 2006: 3).

Gee'nin (2004) benzeşim ortamları kavramı, Jenkins'in yakınsama kültürü ile dikkat çektiği katılım eşitsizliği ve katılımcıların medya içeriğine yönelik özgün yaklaşım ve yorumlarını göz önünde bulundurarak, katılımcı kültürlü ortamlardaki aktif-pasif katılım şekillerini açıklar. Yine katılımcı kültürün öğrenmeyi destekleyici yönünün ön planda tutulduğu bir çalışma olmakla beraber, benzeşim alanlarının betimlenen belirleyici özelliklerinin fandom kültürü ve fandomlardaki katılım algısı ile paralel bir yol izlemesi nedeniyle, fandomların işleyiş ve doğasına yönelik önemli içgörüler sunmaktadır.

Benzeşim ortamları fikri çevrimiçi topluluklara hitaben, genel olarak topluluk tabirini katılımcı kültür bünyesinde yetersiz bulan bir anlayıştan türemiştir. Burada Gee'nin kastettiği topluluklar klasik fandom yapılanmalarından farklı olarak aktif katılımın ön planda tutulduğu topluluklardır. Gee bu bağlamda birçok araştırmacı tarafından eğitim üzerindeki olumlu etkileri vurgulanan "uygulayıcı toplulukları" (Lave 1996; Lave and Wenger 1991; Rogoff 1990; Wenger 1998) dile getirerek bunların, önemsedikleri sosyal etkinlikler doğrultusunda bireylerin yüksek motivasyon gösterdiği öğrenme ortamlarından ayrıldığına dikkat çeker. Gee'ye göre uygulayıcı topluluklar olarak bilinen

ortamlar adanmış üyelik esasına dayalı olup, üyelerin her birinden benzer oranlarda ilgi, alaka ve katılım bekler. Gee ise katılım algısını farklı bir bakış açısıyla değerlendirdiği daha farklı bir sosyal oluşumu, bir topluluk üyeliğinden ziyade bireylerin birbirleriyle etkileşim kurması esasına dayalı “space” kavramını, bir diğer deyişle “benzeşim ortamlarını” ileri sürer. Gee, uygulamacı toplulukları teriminin yetersiz kaldığı noktalara dikkat çekerek bu oluşumda karşılaşılan problemlere de değinir. Katılımcıya olan yaklaşım başta olmak üzere, benzeşim ortamları ile uygulayıcı topluluklar arasındaki farklı yapılanmayı kavramak için bu problemlerin incelenmesinde fayda vardır (Gee, 2004: s.70).:

- ““Topluluk” fikri, bu terim ile tanımlana gelmiş sınıf veya iş yerleri gibi ortamlara uymayan, “aidiyet duygusu” ve bireyler arası yakın ilişkiler gibi olguları çağrıştırmaktadır.
- “Topluluk” fikri beraberinde “üyelik” olgusunu getirebilir. Ancak her uygulayıcı toplulukta üyelik kavramı farklı şekillerde algılanabilmekte ve üyeliğin çeşit ve dereceleri büyük oranlarda değişiklik gösterebilmektedir. Dolayısı ile “üyelik” kavramının ne kadar faydalı bir olgu olduğu net değildir.
- Wenger (Wenger vd. 2002) uygulayıcı toplulukların tanımına açıklık getirmeye ve diğer üyelik türlerinden nasıl ayrıldığına dikkat çekmeye çalışmış olsa da terimin çok geniş bir yelpazedeki sosyal yapıları içine alıyor olması sebebiyle, tanımda yapılan genellemeler detayların gözden kaçırılmasına yol açabilir.”

Gee’ye göre “uygulayıcı topluluk” teriminin temelinde, bireylerin bir kılıfa sokulmaya çalışılması sorunu yatmaktadır. Bu tarz bir yaklaşımın gruba kimlerin dahil olup olmadığı, kimin ne dereceye kadar ve ne zaman, neye göre dahil olduğu gibi problemleri soruları gündeme getireceğini belirten Gee, grup içi katılım, üyelik ve üyelik sınırları gibi tartışmaya açık hususların varlığına dikkat çeker.

““Topluluklar’ yerine ortamlar fikrinden yola çıkarak, bir ortam içerisinde etkileşim kuran kimselerin ya da ortam içi diğer alt grupların ne ölçüde bir topluluk oluşturup oluşturmadığını sorgulayabiliriz. Bu sorunun cevabı durumdan duruma değişiklik gösterecektir. Bir ortamda etkileşime giren bireyler tam anlamıyla bir topluluk oluşturmasalar bile, bulundukları ortamdaki diğer katılımcılar ile olan etkileşimlerinden güzel sonuçlar elde edebilir ve yine onlarla güzel şeyler paylaşabilirler. Dolayısıyla kimi katılımcı ortamdaki diğer bireyler ile bir “topluluğu” paylaştığını düşünürken kimisi de bu ortamlardaki etkileşimlerine daha

farklı bir gözle bakabilir. Nihayetinde, farklı bireylerin birbirleriyle etkileşim kurabileceği ortamlar yaratmak modern dünyanın süregelen bir nakaratıdır/motifidir”. (Gee, 2004: s.71)

Gee sözünü ettiği ortamlara “benzeşim ortamları” şeklinde bir ayırım getirmesinin gerekliliğini bu ortamların hangi temeller üzerine inşa olduğuna dikkat çekerek açıklar. Bir eş-zamanlı strateji oyunu olan Age of Mythology (AoM) örneğinden hareketle, benzeşim ortamlarının aktif üyelik esaslı topluluklardan ne yönleri ile ayrıldığının detaylı bir şemasını çizer. Gee’ye göre bir benzeşim ortamı kurulabilmesi için ihtiyaç duyulan üç unsur söz konusudur: içerikler, üreticiler ve geçitler. İçerik, ortamın ilgi odağı olan oluşumları kapsar. Ortama içerik sağlayan her şey ise birer üreticidir. Bu üreticiler Gee’nin de örneğini verdiği gibi bir oyun olabilir, ya da bu oyunun uzantısı olan ve oyuncuların etkileşim kurabileceği söz ve resimler de olabilir. Örneğin bir hikâye düşünün. Hikâyenin kendisi ve uzantıları (dünyası, karakterleri ve hatta paragraf ve cümleleri) hem bir içerik hem de birer içerik üretici olabilir. Gee bunun devamında her ortamda var olan; “içeriksel oluşumlardan,” (ürünün yapımcıları tarafından ne şekilde tasarlandığı ve hazırlandığı) ve “etkileşimsel oluşumlardan,” (tüketicilerin ürüne dair fikirlerini, düşüncelerini, değerlerini, eylemlerini ve sosyal etkileşimlerini ne şekilde kurduğu) bahseder. Benzeşim ortamlarının oluşumu için gerekli son unsur ise kişinin bir ortama dahil olabilmek ve içerikle etkileşime geçebilmek için ihtiyaç duyduğu vasıtalar, yani geçitler olarak tanımlanmıştır. Gee’nin örnek olarak verdiği AOM veya herhangi başka bir video oyunu için, bu geçit oyunu içeren bir CD olabileceği gibi, oyunun tartışma forumları, oyun adına çıkarılmış rehber kitaplar ya da günümüzde daha yaygın olan fandom wiki siteleri gibi vasıtalar olabilir (Gee, 2004: s. 70-74).

Bunlara benzer geçit örnekleri her tür medya çeşidi için verilebilir. Özellikle sosyal medyanın hayatın her alanında ön plana çıktığı günümüzde Twitter, Facebook, Instagram, Reddit ve Discord gibi birçok platformun bireylerin ilgi duydukları medya ürünlerine ve bu ürünler çevresinde kurulmuş “benzeşim ortamlarına” ulaşmalarını sağlayan “ana geçitler” (bu platformlar bünyelerinde birçok farklı benzeşim alanı, yani “alt geçitler” barındırabilir,) konumunda olduğu söylenebilir.

Gee, AoM fanları tarafından kurulmuş geçitlerden biri olan ve bir benzeşim ortamı örneği olarak nitelendirdiği AoM Heaven adlı web sitesi üzerine yaptığı incelemeleri

doğrultusunda benzeşim ortamlarının temel özelliklerini şu şekilde sıralar (Gee, 2004: s.77-79):

- **“İrk, sınıf, cinsiyet ve engellilik ayrımlarından uzak bir ortak uğraş ilkesi**

Bir benzeşim ortamında bireyler birbirleriyle ırk, cinsiyet, yaş, engellilik ya da sosyal sınıflarına göre değil; ortak ilgi alanlarına, uğraşlara, hedeflere veya etkinliklere dayalı ilişkiler kurar. İrk, cinsiyet vb. değişkenler arka planda olmakla beraber bireyler dilerlerse bazen bunları herhangi bir amaç için stratejik bir şekilde kullanmayı tercih edebilir. Gee, bu duruma örnek olarak AoM Heaven gibi AoM geçitlerine dahil olan kimselerin kendi seçtikleri bir isim ve kimlik kullanıyor olmalarını gösterir. Diğer birçok internet platformunda da gözlemlenebildiği gibi bu bilgiler her zaman gerçeği yansıtmamakta ve ırk, cinsiyet, yaş, engellilikler ya da sosyal sınıflar gibi bilgiler genel olarak ön planda tutulmamaktadır.

- **Çaylaklar, ustalar ve diğer herkes aynı ortamı paylaşır**

Yine AOM Heaven örneğinde uzun zamanlı katılımcılar, ya da “ustalar” ile, yeni katılımcılar, yani “çiraklar” arasında bir ayrım yapılması söz konusu değildir. Yenilerden deneyimlilere, çok iyi bilenden bilmeyenlere, az biraz ilgi duyardan oyunun bağımlılarına kadar herkes aynı ortamda yer alır ve hepsi farklı şeyler elde edebilir. Katılımcılar kendi tercih, hedef ve kimlikleri doğrultusunda ne zaman isterlerse ve nereden isterlerse bilgi edinme imkânına ve hakkına sahiptir. Bunun için aktif bir katılım göstermeleri şartı aranmaz; yorum yapamadıkları ya da yapmayı tercih etmedikleri durumlarda sadece “lurking” ile başkalarının görüşlerini dinlemekle de yetinebilirler. AoM tarzı bir oyunun benzeşim ortamlarında daha deneyimli oyuncular ile yeni oyuncular arasında ayrım yapıldığı geçitler ile karşılaşılabilir. Bunun sebebi çoklu oyunculu oyunlarda bireylerin karşılaşacakları rakipleri deneyim seviyesine göre seçmeyi tercih etmesidir.

- **Bazı geçitler aynı zamanda güçlü birer üreteçtir**

Bireyler geçitler yoluyla AoM ortamındaki çeşitli işaretler için (resim, söz vb.) yeni işaret ve ilişkiler üretebilir. Yani geçitler de birer üreteç görevi görebilir. Fanlar, yeni haritalar yaratabilir, tek-kişili veya çoklu oyunculu oyunlar için yeni senaryolar yazabilir, çeşitli teknik açılardan oyunu düzenleyebilir ya da yeniden tasarlayabilir, çizimler yaratabilir ve hatta oyun içinde kullanılan ya da oyuna ilham veren oyun dışı mitoloji unsurlarına dair bilgi verici paylaşımlarda bulunabilir.

- **İçeriksel oluşumlar, etkileşimsel oluşumlar yoluyla değişikliğe uğrar**

AoM Heaven gibi sitelerde oyuncuların eylem ve söylemlerine bağlı olarak, asıl üreteç olan oyun, yapımcı şirket tarafından sunulan yamalar, yeni içerikler ve yeni genişleme paketleri ile değişimler geçirebilir. Bir diğer deyişle oyuncuların AoM Heaven ve benzeri sitelerdeki eylem ve etkileşimleri AoM'un bir ortam olarak içeriklerini değiştirme/yenileme gücüne sahiptir.

- **Hem derinlemesine alan bilgi hem de genel kapsamlı bilgi edinimine teşvik**

AoM Heaven geçidi, kullanıcılarına gerek spesifik alanlarda olsun gerekse genel kapsamlı olsun, bilgiye ulaşma ve bu bilgiyi başkalarıyla paylaşma imkânı sağlar. Bireyler rahatlıkla bir veya daha çok alanda uzmanlık elde edebilir (örneğin oyunun yapay zekâsı üzerinde ayarlamalar yapmak ve bu konuda diğer oyunculara yol göstermek gibi). Geçit aynı zamanda isteyen herkesin uzmanlık seviyesinde olmasa bile birçok farklı alanda genel kapsamlı bilgiler edinmesini ve bu bilgileri tüm diğer oyuncular ile paylaşabilmesini mümkün kılar. Böylelikle birçok alanda bilgi paylaşımı yapan, her biri ayrı bir alanda uzman bireyler meydana gelir.

- **Hem bireysel hem de dağıtımli bilgi paylaşımı ve kullanımına teşvik**

Geçit ayrıca kullanıcıları bireysel bilgi edinimine (bireyin zihninde bulunan bilgi) teşvik ettiği ve buna imkân sağladığı gibi, dağıtımli bilgiye katkıda bulunulmasına ve yine bu bilginin nasıl kullanılacağına öğrenilmesine de yardımcı olur. Dağıtımli bilgi, başkalarının sahip olduğu bilgiler ya da web sitesinde yer alan materyaller veya çeşitli teknolojik aletler vb. araçlarla ulaşılabilir, kullanıcıların kendi bireysel bilgilerini de dahil ederek bağlanabilecekleri bir bilgi ağıdır. Dağıtımli bilgi sayesinde bireyler kendi başlarına başarabileceklerinden çok daha fazlasını öğrenebilir ve yapabilir, diğer oyuncular ile beraber ve oyun deneyimlerini geliştirecek çeşitli araçlar yoluyla hareket etme imkânı bulabilirler. Böylece her bireyin sahip olduğu beceri ve bilgiler, daha büyük ve daha akıllı bir iletişim ağının bir parçası haline gelir.

- **Dağınık bilgiye ulaşmak teşvik edilir**

Geçit yoluyla kullanıcıların dağınık bilgiye, bir diğer deyişle sitenin kendisinde yer almayan, başka site ya da ortamlarda bulunan bilgilere ulaşımı mümkün kılınmıştır. Örneğin AoM Heaven'da linkler, kitap veya filmlere yönelik paylaşımlar yapılabilmekte ve bunlar doğrultusunda oyun ile doğrudan alakası olmasa bile mitoloji ve diğer sistemler ile ilgili çeşitli bilgilere erişim teşvik edilmektedir. Bir ortamdaki dağınık bilgi kullanımı, ortamın dağıtımli bilgisinin çok büyük bir ağa yayılmış olduğunun bir göstergesidir.

- **Örtük bilgi önemsenir ve teşvik edilir**

Örtük bilgi, bireylerin deneyim yoluyla birikimini sağladığı ancak ifade etmekte güçlük yaşadığı bilgi çeşididir. Oyunun nasıl oynanacağı, yeni haritaların ya da senaryoların nasıl tasarlanacağı vb. gibi birçok konu üzerine olabilir ve oyuncular tarafından daha dolaylı yollarla, örneğin ortak bir oyun esnasında ya da laf arasında aktarılan bilgi türüdür. Geçit, bu tür bilgi sahibi oyunculara dilerlerse bildiklerini nasıl başkalarına aktarabilecekleri konusunda yardımcı olabilecek fırsatlar da sağlamaktadır.

- **Katılımın birçok farklı şekli ve yolu vardır**

Bireyler AoM Heaven ya da oyunun diğer geçitlerinde birçok farklı şekillerde ve seviyelerde katılım gösterebilir. Katılım kısmen ya da sürekli olabileceği gibi dönem dönem farklı düzeylerde seyredebilir.

- **Çeşitli yollarla statü kazanılabilir**

AoM Heaven gibi ortamlarda statü kazanmak isteyen bireyler için pek çok olanak sunulmaktadır. Herkesin iyi olduğu farklı bir alan olduğundan isimlerini duyurabilecekleri birçok yöntem mevcuttur. İyi bir oyuncu olmak kişiye statü kazandırabileceği gibi, forum partileri düzenlemekten rehberler hazırlamaya veya hackerlar ile mücadeleye kadar birçok etkinlik kullanıcıların kendilerini ön plana çıkarmasını sağlayabilir.

- **Liderlik mutlak değildir ve liderler birer kaynak görevi görür**

AoM Heaven ve benzeri ortamların patronları yoktur. Oyunu ya da web sitesini tasarlayan kimseler gibi çeşitli noktalarda liderlik gösterenler olsa da bu mutlak bir terim değildir çünkü oyuncular da istedikleri zaman oyun veya site için içerik üretebilir konumdadır. Dolayısıyla bu tarz benzeşim ortamlarında liderler tasarımcılardan, kaynak sağlayıcılarından ve öğretmenlerden oluşur. Bu kimseler başkalarına herhangi bir şeyi dikte edemez ya da mutlak hiyerarşiler oluşturamaz.”

Benzeşim ortamları günümüzde farklı alanlarda karşımıza çıkmaktadır. Bunlar AoM gibi bir medya ürününün fanları tarafından oluşturulan fan web siteleri vb. diğer internet ortamları olabileceği gibi, şirketlerce tüketicilere yönelik kurulan ve çeşitli etkinlikler yoluyla müşterilerini bir araya getirmeyi amaçlayan ticari ortamlar da olabilir. Benzer şekilde iş yerleri de çalışanlar ile aralarında bir “bağ” kurmak için onları motive ve organize etmeye yönelik gruplar oluşturabilir. Toplumsal aktivistler, akademisyenler, bilim insanları, fanlar ve ticari şirketler gibi birçok farklı gruplar içeren benzeşim ortamlarından söz etmek mümkündür (Gee, 2004: s. 79).

Benzeşim ortamlarının oluşmasını sağlayan temel özelliklere ve bu ortamların Gee'nin AoM örneğinde de olduğu gibi fanlar tarafından ne şekillerde değerlendirildiğine bakıldığında – her ne kadar katılımcı kültür bünyesindeki tüm gruplanmalarda benzer nitelikler gözlemlense de – fandom olgusu ile en yakından ilişkili katılımcı kültür oluşumlarından birinin benzeşim ortamları olduğu rahatlıkla söylenebilir. Bunun sebebi katılımcı kültür kavramı kapsamında yer alan gruplar arasında Gee'nin de sözünü ettiği gibi aktif katılımı ön planda tutan, üyelik esasına dayalı ve katılımcılarından yüksek ölçüde geri dönüt bekleyen toplulukların da yer almasıdır. Doğal olarak fandomlar gibi benzeşim ortamları ile birlikte anılabilecek katılımcı kültür oluşumlarının, bu tarz talepkâr oluşumlardan ayrıldığı noktalara değinmekte fayda vardır.

Çünkü benzeşim ortamlarındaki katılım şekillerinin esnekliğinden de anlaşılacağı üzere, katılımcılar arası roller ve görevler çeşitlilik ve değişim gösterir. Katılım herhangi bir şart veya kurala bağlı olmadığından isteyen herkesin özgürce gezinebileceği ve faydalanabileceği benzeşim ortamlarının, ya da bu ortam türlerinden bir diğeri olan fandom oluşumlarının etkinlik anlayışının özünde yatan en önemli ilkelerden biri özgeciliktir (Kindsmüller, Melzer, Mentler, 2009; Dwyer, 2015; Kollock, 1999). Bu oluşumlarda katı kurallar ve hiyerarşiler bulunmadığından kimseden bir şey talep edilmesi asla söz konusu değildir.

Jenkins'in (2009: s.10) ifadesiyle benzeşim ortamları “yaş, sınıf, ırk, cinsiyet ve eğitim düzeyi gibi farklılıklara köprü olan ortak uğraşlar sayesinde sürdürülmektedir.” Bu özgürlük ve özgecilik ilkeleri benzeşim ortamlarının bireylerin kendini geliştirdiği ve başkalarının da aynısını yapmasına aracı olduğu enformel eğitim ve eğlence merkezleri haline getirmiştir.

Gee'nin benzeşim ortamları kavramını kullanmamakla birlikte, benzer niteliklere sahip çevrimiçi toplulukların özelliklerini inceleyen diğer çalışmalardan da bahsedilebilir. Preece çevrimiçi toplulukların dört temel bileşenden oluştuğunu belirtir (Preece 2020; akt. Kindsmüller vd, 2009):

- “Sosyal etkileşimde bulunan ve kendi ihtiyaçlarını karşılamayı hedefleyen bireyler,
- İhtiyaç ya da ilgi alanı gibi iş birliğini gerekli kılan ortak amaçlar,

- Bir sözsüz varsayımlar, gelenekler ve topluluk üyesinin davranışlarına yön gösteren kurallar şeklinde kendini gösteren ilkeler,
- Sosyal etkileşime aracılık yapan teknik bir sistem.”

Kindsmüller vd, (2009) Preece’in bu şablonundan yola çıkarak çevrimiçi topluluklarda sıklıkla gözlemlenen gönüllü katılım unsurlarına dikkat çekmekte ve bu bileşenleri üç başlık altında toplamaktadır: bireysel durumlar, grup kaynaklı durumlar ve teknoloji kaynaklı durumlar. Bir diğer ifadeyle çevrimiçi topluluklar, kişisel motivasyonlardan, bireysel gereksinimlerin giderilmesine yönelik ortak iş birliği doğrultusunda gerçekleşen sosyal etkileşimlerden ve bu ikisini hayata geçirmeyi mümkün kılan teknik araçlardan oluşmaktadır (Kindsmüller vd, 2009: s.2899).

Kollock (1999) “Çevrimiçi iş birliği ekonomileri: Siber alemde hediyeler ve kamu malları” çalışmasında çevrimiçi topluluklarda gözlemlenen iki tür motivasyondan, kişisel çıkar ve özgecilikten bahseder (Kollock, 1999: s. 226-227). Bu davranış modelleri Baumeister ve Bushman’ın (2008) “Toplumsal Psikoloji ve İnsan Doğası” çalışmasında da “özgeci yardım” ve “egoist yardım” olarak karşımıza çıkmaktadır (Baumeister ve Bushman, 2008: s. 271).

Kişisel çıkarlar doğrultusunda gerçekleşen katkıların, özellikle de söz konusu gönüllülük esasıyla hareket eden çevrimiçi topluluklar (ya da benzeşim ortamları) olduğunda, bir maddi karşılık beklentisi içerisinde yapıldığını söylemek zordur. Bir gruba bilgi yönünden katkı sağlayan bir birey karşılığında yine kendisinin işine yarayacak başka bir bilgiye ulaşmak isteyebilir. Fakat bu beklenti genellikle açıkça dillendirilen ya da verilecek yardım için doğrudan şart koşulan bir şekilde ön planda yer almaz. Başka bir ifadeyle, üstü kapalı bir beklentidir (Kollock, 1999: s.225).

Öte yandan özgeci bir anlayış ile gerçekleştirilen katkılar Rheingold’un (1993) tabiriyle bir “hediyeleşme” şeklindedir. Benzeşim ortamları çerçevesinde incelenmiş olan AOM Heaven vb. diğer çevrimiçi fan toplulukları başta olmak üzere, gönüllülüğün ve grup içi yardımlaşmanın hakim olduğu gruplarda, şahsi çıkarlar daha çok itibar kazanma arzusu olarak gözlemlenir. Ancak Gee’nin (2004) de dikkat çektiği gibi bu gruplardan bireyin ne dereceye kadar faydalanabileceğinin bir sınırı olmadığı gibi, herhangi bir rütbe veya unvan sahibi olmak beraberinde özel ayrıcalıklar getirmemektedir.

Bu bağlamda sözü edilebilecek tek ayrıcalığın bireyin topluluk içindeki bilinirliğini, güvenilirliğini ve dolayısı ile itibarını artıracak sosyal bağlar olduğu söylenebilir. Örneğin daha aktif bir katılım sergileyen, gruba değerli katkıları olan ve bunun yanı sıra diğer katılımcıların iletişim kurmaktan keyif aldığı bir karaktere sahip bireylerin, bulundukları ortam tarafından daha sıcak karşılanması ve ihtiyaç duyduklarında kendilerine daha çok ilgi ve alaka gösterilmesi olası bir durumdur (Rheingold, 1993: s.61). Bununla birlikte özgecil yaklaşımlar için çevrimiçi toplulukların ekmek teknesi olduğunu söylemek yanlış olmaz.

“Piyasa tabanlı kültürlerin temelinde karşılıklı bir ödün ilkesi yatmaktadır. Fakat benim burada tarif ettiğim düzen bana, hesaplı bir karşılık beklentisinden ziyade aralarında bağlar inşa etme arzusuyla insanların birbirleri için bir şeyler yapmaya çalıştığı, bir tür hediye ekonomisi gibi geliyor. Bu ruh var olduğu sürece herkesin eline, gündelik alışverişlerinden birazcık daha fazlası, ufak bir kıvılcım geçecektir; bu zihniyetin yaygınlaşması demek farklı şeyleri mümkün kılmak demektir.” (Rheingold, 1993: s.61)

Bu çıkar gözetmeyen hediye ekonomisi anlayışı “yeni sanatsal deneylerin ve yeniliklerin meydana geldiği son derece üretken ortamlar” olan çevrimiçi toplulukların yapıtaşdır (Jenkins, 2009: s.11). Bu topluluklar, özveri ve tutku üzerine inşa edilmiş olup “halkın yaratıcılığını yansıtmakta ve kültürel dönüşüme aracı” olmaktadır (Blau, 2005: akt. Jenkins, 2009: s11):

“Medyanın mevcut durumu, amatörler ve hobi sahiplerinin ürettiği medya içeriklerinin aşağıdan-yukarıya enerjisi ile şüphesiz yeniden şekillenecektir. Bu enerji muazzam bir yaratıcılığı beraberinde getirmekle kalmayıp, aynı zamanda medya yapımcılarının yaşamlarını ve çalışmalarını oluşturan tabakaları da paramparça edecektir.... Medya üretim ve tüketim biçiminde büyük bir değişikliğe yol açabilecek yeni nesil medya yapımcıları ve seyirci kitleleri ortaya çıkmaktadır”. (Blau, 2005: akt. Jenkins, 2009: s.11)

Katılımcı kültür kavramı kapsamında ele alınması gereken bir diğer unsur ise katılımcıların rolleri olacaktır. Daha önce incelenen örnekler üzerinden bu rollerin çeşitliliğine ve ne tür görevler üstlenebileceklerine değinmiştik. Kim (2000) katılımın beş aşaması olduğundan bahsetmekte ve çevrimiçi platformların bünyesinde gözlemlenebilecek bir üyelik döngüsü ileri sürmektedir (Kim, 2000: s.110):

- **“Ziyaretçiler:** topluluk içinde devamlı bir kimliği olmayan kimseler.
- **Acemiler:** işleyişi öğrenmesi ve topluluk yaşantısına dahil olmaya başlaması gereken yeni üyeler.
- **Müdavimler:** toplulukta tanınan ve rahat bir şekilde katılım gösteren üyeler.
- **Liderler:** topluluğun işleyişini ve düzenini sağlayan (moderatör vb. gibi) gönüllü görevliler.
- **Kıdemliler:** sahip oldukları bilgi ve kültür birikimini paylaşan uzun zamanlı müdavimler.”

Çevrimiçi toplulukların geneline bakıldığında bu rollerin katılımcılar arası dağılımında bir eşitsizlik dikkat çeker. Birçok toplulukta gözlemlenebileceği gibi içerik üreticilerinin sayısı her zaman “ziyaretçi” ya da bir başka ifadeyle “lurker” sayısından az olacaktır (Kindsmüller vd, 2009: s.2901). “Lurker” terimi, herhangi bir çevrimiçi ortamdaki diğer katılımcılar ile etkileşim kurmayan, daha pasif bir profile sahip çevrimiçi kullanıcıları ifade eder. Günümüzde, AOM Heaven gibi adanmış fan web siteleri ve forumların aksine, çevrimiçi toplulukların, sosyal medya platformlarının ev sahipliği yaptığı çoklu ortamlarda kendilerini gösterdiği göze çarpmaktadır. Reddit, Facebook ve Discord gibi, adanmış sayfalar/ortamlar şeklinde bir işleyişe sahip ortam geçitleri ya da Twitter, Instagram ve Tumblr gibi, etiket sistemi ile işleyen ve tek bir kullanıcı kimliği ile sayısız ortama erişim sağlayan platformların varlığının bireylerin ilgisini böldüğü söylenebilir. Bunun yanı sıra, içerik üreticisi olmak her ne kadar kural veya sınırlara bağlı olmasa da, kullanıcının yetenek ve becerileri ile de doğrudan ilişkili bir uğraştır. Özellikle resim, video, müzik vb. diğer sanatsal içeriklerin üretimi herkes için mümkün olmadığından, ve birçok farklı ortama aynı anda katılım gösteren bireyler bu tarz etkinliklere ayrı ayrı her bir topluluk için vakit ayıramayacağından, topluluk içi rollerin dağılımında eşitsizlik yaşanması kaçınılmazdır.

Çevrimiçi topluluklardaki rol dağılımının, ortamın ilgi odağı olan içerikle de ilişkili olduğu söylenebilir. Çeşitli medya ürünleri, çeşitli toplulukların, bu topluluklar da özgün alt rollerin oluşmasını sağlamaktadır. Örneğin bir video oyununu odak alan çevrimiçi toplulukların/fandomların içerik üreticileri arasında sanatsal içeriklerin yanı sıra aynı

zamanda strateji veya build⁷ rehberleri hazırlayan oyuncular da olabilir. Bu ve benzeri diğer alt rollere fandom kültürü kavramının açıklanacağı başlıkta daha detaylı yer verilecektir.

1.2. Fan ve Fandom Kültürü

Bu başlık altında katılımcı kültürün beraberinde getirdiği bir alt kültür olarak fan kültürü ele alınacaktır. Fan kültürü, Gee'nin benzeşim ortamları analizi ile benzer özelliklere sahip olduğunu belirttiğimiz, sosyal varlığının büyük bir kısmını internet ortamları üzerinde gerçekleştiren ve çeşitli ilgi odakları çevresinde meydana gelen fandomların – “fan/hayran grupları/toplulukları” olarak da sıkça anılırlar – oluşturduğu bir alt kültür biçimidir. Jenkins, web sitesinde paylaştığı “Fandom, Katılımcı Kültür ve Web 2.0 – Bir Müfredat” başlıklı yazısında fandom ve katılımcı kültürü şöyle karşılaştırır: “Fandom, kitlesel medya ürünlerinin en tutkulu tüketicilerinin yarattığı sosyal yapılar ve kültürel uygulamaları; katılımcı kültür ise genel itibariyle, toplum tabanında başlayan ve serbest katılıma açık her türden kültürel yapıtı ifade eder.”

Duffett'in (2013) genellikle modern kapitalist toplumlar, elektronik medya, kitle kültürü ve halka açık gösteriler ile bağdaştırılan sosyokültürel bir olgu olarak tanımladığı fandomlar, internet ve sosyal medyanın yükselişi ile bugün başta sanal ortamlar olmak üzere sosyal hayatta kendilerine büyük bir yer edinmiştir. Fandomun beraberinde getirdiği fan kültürleri ise her ne kadar katılımcı kültür olgusunun bir uzantısı şeklinde ortaya çıkmış olsa da, fandomlar için bu olgunun aslında bir araç işlevi gördüğü söylenebilir. Çünkü fandom ve fan kültürleri, katılımcı kültür prensiplerinden faydalanarak etkinlik kazanır ve internet aracılığı ile de varlığını sürdürme imkanı bulur. Bu bağlamda tıpkı katılımcı kültür için olduğu gibi, fan kültürleri için de en verimli ve etkili ortam internet platformlarıdır. Tarihi açıdan bakıldığında internetin hem katılımcı kültür tabanlı topluluklar hem de fandomlar için işlevsellik kazanması Web 2.0'in ileri sürülmesi ile başlamıştır.

⁷ Build, video oyunlarında karaktere çeşitli güçler sağlayan eşya veya yeteneklerin belli bir mantığa dayanarak düzenlenmesidir.

Web 2.0'ın ardından gereken donanımlara sahip olmayan kullanıcıların bile gelişen teknolojik araçlar yoluyla sunucularla daha dinamik bir şekilde etkileşim kurabilir hale gelmesi (Harrison ve Barthel, 2009: 157), katılımcı kültüre ve akabinde fandomlara yeri doldurulamaz bir iletişim ve etkileşim ortamı sağlamıştır. Jenkins bir önceki alıntının devamında, diğer iki kavram ile ilişkisini göz önünde bulundurarak Web 2.0'ı “kullanıcı-üretimi, yönetimi, sosyal ağ oluşturma ve kitle kaynak kullanımı gibi ilkeler doğrultusunda birçok web tabanlı projenin devamlılığını sağlayan bir iş modeli” olarak nitelendirir

Görüldüğü gibi bu üç kavram birbirinden beslenen ve birbirlerini tamamlayıcı nitelikteki bir yapıya sahiptir. “Aktif üreticiler ile pasif tüketiciler arasındaki ayrımın azalması hatta ortadan kalkması ile beraber her iki tarafın da yeni medyada aktif katılımlı bir rol oynamaya başladığı düşüncesini” (Jenkins, 2008:3) ifade eden katılımcı kültür, medya rollerindeki bu yakınsaklık neticesinde aktif katılımcı tüketiciler olan fanların ve dolayısıyla fan kültürünün çıkış noktası olmuştur. Web 2.0'ın ardından internet çağında yeni bir dönüm noktasına ulaşılması da bu alt kültürün serpilip büyümesi için gerekli olan zemini hazırlamıştır.

Gerek katılımcı kültür gerekse fan kültürleri olsun, her ikisinin de varlık ve işlevselliklerini korumasının temelinde insanın üretim ve tüketim arzusunun yattığını söylemek abes kaçmayacaktır. Çünkü fandomlar da dahil olmak üzere katılımcı kültür bünyesinde türeyen çoğu topluluğun bir içeriğe ve o içeriği yaşatmaya yönelik gayelerle kurulmuş olması dizgesel bir üretim-tüketim döngüsünü beraberinde getirmiştir. Web 2.0 sonrası gelişen ve geliştirilmeye devam eden dijital araçların bu döngüyü beslemesi ile de üretici-tüketici rolleri arasındaki sınırın bulanıklaşması olarak karşımıza çıkan yakınsama kültürü meydana gelmiştir. Sonuç olarak sürekli üreten ve tüketen, üretici ile tüketicinin sürekli yer değiştirdiği alt kültürler meydana çıkmıştır. Popüler kültür, katılımcı kültür ya da fan kültürü olarak adlandırılan çeşitli alt kültürlerin birbirlerinden ayrıldıkları yanlarına bakılmaksızın, hepsinin bulunduğu ortak paydanın yine bu üretim-tüketim döngüsü olduğu söylenebilir.

Bunların ışığında, bu çalışmanın odak noktası olan fan çevirilerine gelmeden önce, bir önceki başlıkta açıklanan katılımcı kültür olgusunun bir uzantısı ve popüler kültürün birincil sağlayıcılarından biri olarak adlandırılabilir fanlar ve fan kültürleri

incelenecektir. Fanlar ve fandomlar bağlamında üretim-tüketim döngüsünün neden ve nasıl oluştuğu, internetin kucağında nasıl yetişip değiştiği ve günümüzde geldiği nokta bu başlık altında ele alınarak fan çevirilerine neden ihtiyaç duyulduğu sorusuna cevap aranacaktır.

“Fanatik” sözcüğünün bir kısaltması olarak “fan” kullanımı ilk olarak 1682 yılında karşımıza çıkmaktadır. Fan teriminin popülerlik kazanması özellikle 18. Yüzyılın sonlarına doğru ABD’de gazetecilerin beyzbol tutkunları için kullandığı bir terim olarak ön plana çıkması ile başlamıştır (Abencrombie ve Longhurst, 1998: 122). Bu kullanım ise zamanla genişleyerek film ve müzik hayranlarını da kapsar hale gelmiştir (Duffet, 2013: 28). Buna karşın güncel tabiriyle fandom sözcüğünün Oxford İngilizce Sözlük’te yüz yılı aşkın bir süredir bulunduğu bilinmekte, (Loehr, Shackelford, Dill-Shackelford ve Metcalf, 2020: 306) ve “belli bir şahsiyetin, takımın ya da kurgusal serinin vs. bir topluluk ya da alt kültür olarak kabul edilen fanlarının tamamı” şeklinde tanımlanmıştır. “Fan” sözcüğü ise yine Oxford Sözlükte “belli bir şey ya da şahsiyete ciddi ilgi ve hayranlık duyan kişi” olarak ifade edilmektedir.

Medya ve fan kültürü araştırmacılarının fan ve fandom terimleri üzerine tanım ve yorumlarından bazıları ise aşağıdaki gibidir:

- “Fanlar, öz kimliği belirli bir medya türünün, metnin, şahsiyetin veya faaliyetin meraklısı, hayranı ve takipçisi” olan kimseler; fandom ise “kendini derinden bir biçimde fan olmakla özdeşleştiren bireyin bu rolünü hayata geçirme şeklidir.” (Duffett, 2013: 473-474)
- “Zamanla evrilerek tarihi akımların desteklediği bir anlam kazanan fandom terimi, empati ve yoldaşlık hisleri ile nitelendirilebilecek, başka insanlarla ortak bir ilgi ve tutkuyu paylaşan fanların bir araya gelmesi ile oluşan topluluk veya alt kültürü ifade eder.” (Guo (2020: 209-210)
- “Fanlar belirli bir yıldıza, ünlüye, filme, TV programına, markaya karşı takıntısı olan; fan nesneleri ile ilgili sayfalarca bilgi paylaşabilecek ve en sevdikleri replikleri, şarkı sözlerini, bölüm ve mısraları tekrarlayabilecek kimselerdir. Fanlar genel olarak düşüncelerini çok iyi ifade edebilir, medya metinlerini ilginç ve bazen de beklenmedik çeşitli şekillerde yorumlayabilirler. Fanlar ayrıca toplumsal faaliyetlere de katılırlar – ‘sosyal açıdan atomize’ olmuş ya da izole izleyiciler/okuyucular değildir.” (Hills, 2017: viii)

- “Fanlar herhangi bir şeye yönelik – bir metin, madeni para ya da pul gibi nesneler veya tuttukları spor takımları – aktif bir şekilde ilgi alaka gösteren kimselerdir. Fandom ise bu metin veya nesneler etrafında fanların kendilerince oluşturduğu topluluklardır. Fanlar çizimler/sanat çalışmaları üretir ve tüketirler, topluluk kurallarını yönetir ve birbirleriyle, paylaştıkları topluluğun özünü oluşturan, karmaşık, özgönderimsel, çok yönlü tartışmalar vasıtasıyla ilişkiler kurarlar. Fandomlarıyla ilişkili sanat eserlerini ve metinleri en iyi şekilde yayabilmek için gerek tipo baskı makineleri, gerekse VHS kasetleri, Photoshop yazılımı veya İnternet olsun, teknolojiyi erken benimsemeye yatkın olmuşlardır. Fandomlar bu nedenle farklı zamanlarda, yerlerde ve sosyal bağlamlarda uygulama ve ifadelerinde büyük farklılıklar göstermiştir – ancak hepsinin ortak noktası, söz konusu nesneye karşı genellikle tutku ve sevgi dolu tepkilerini kafa dengi oldukları kimseler ile paylaşma arzuları olmuştur.” (Hellekson, 2015: 153)
- “Fandom, en basit tabiriyle, çeşitli metinleri okumaya ve izlemeye yönelik ortak ilgi alanları doğrultusunda birbirleriyle sosyal bir ağ kurmuş olan fan gruplarını ifade etmekte, bu metinler için içerik yazan veya üreten kimselere ise fan denilmektedir” (Gooch, 2008: 3).

Fanları tanımlayan ve Jenkins’in tabiriyle onları pasif medya izleyicilerinden ayıran nokta, “fan nesneleri” olan içerikleri hayatlarında oturttukları konum olarak açıklanabilir. Araştırmacıların fan ve fandom üzerine tanımları incelendiğinde de fanların merak odakları olan içeriklere duydukları ilgi, tutku ve sadakatin belirleyici bir rol oynadığı göze çarpar.

Abercrombie ve Longhurst (1998: 138-140) fandom ve fan tanımlarının netleştirilmesine yönelik olarak ‘fan’, ‘kültçü’ ve ‘tutkun’ şeklinde nitelendirdikleri bir spektrumdan bahseder ve ilgi odağı olan ‘nesnenin’ çeşidi (dizi veya film gibi bir medya içeriği ya da spor maçları gibi aktiviteler), ilgi alanının ne kadar özelleşmiş olduğu vb. sınıflandırma kriterleri belirlemeye çalışırlar. Hills (2017: viii) araştırmacıların bu sınıflandırma çalışmasını yararsız bulmuş ve fan teriminin gündelik doğasına dikkat çekerek sınırları net sınıflandırmaların yol açacağı tutarsızlıklara vurgu yapmıştır. Çünkü her ne kadar medya türevli gruplara ‘kültçü’, medya türevli olmayan gruplara ise ‘tutkun’ gibi bir sınıflandırma ile farklılıkları vurgulanmak istenmiş olsa da, Abercrombie ve Longhurst’ün daha sonrasında Star Trek serisinin fanlarını da ‘tutkun’ olarak nitelendirmesi çelişen ifadelerle yol açmıştır.

Öte yandan Hills'in de dikkat çektiği gibi 'kült' ifadesi ilgili niş medya içerikleri (Abercrombie ve Longhurst'ün 'kült' kategorisi altında üzerinde durduğu daha özelleşmiş içerik türleri) için fan topluluklarında sık kullanılan bir terimdir. Türkçedeki kullanım alanı daha dar olan terimin TDK Sözlük'teki üçüncü anlamı "belli bir dönemde aşırı ilgi gören film vb." şeklindedir. Sözcüğün gündelik dildeki kullanımına bakıldığında ise genellikle "kült film veya diziler vb." ya da "kültleşmiş film veya diziler vb." şeklinde ifade biçimleri ile karşılaşılır. Terimin bu yöndeki kullanım biçimine bakıldığında TDK tanımındaki 'dönem' üzerine yapılan vurgunun yanında, popülerliğini koruyabilmiş ve dünya sinemasında – veya edebiyatında – yer etmiş içeriklerin kastedildiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

'Kült' sözcüğünün fandom ve medya üzerine Türkiye dışı kullanımına gelindiğinde ise dikkat çekilmesi gereken birkaç nokta vardır. İngilizce 'cult' sözcüğünün Oxford İngilizce Sözlük'teki birinci anlamı "çok popüler hale gelen bir yaşam tarzı, tutum veya fikirler," ikinci anlamı ise "herhangi bir yerleşik dinin bir parçası olmayan ve uç dini inançlara sahip küçük topluluklar" olarak verilmektedir. Bu açıdan 'cult,' medyadan bağımsız olarak 'tarikat,' 'ekol,' 'mezhep' ve 'inanç' gibi anlamlarda da kullanılmaktadır. Dolayısıyla fan kültüründe 'kült medya' olarak anılan, ya da Abercrombie ve Longhurst'ün 'kültçüler' olarak adlandırdığı fan grupları göz önünde bulundurulduğunda, sadece "yerleşmiş bir kültürel değeri, herkesçe tasdik edilen bir popüleritesi olan film veya diziler" gibi bir tanımın yetersiz kaldığı göze çarpar.

Fanları aktivitelerine, tutumlarına ve katılım oranlarına göre sınıflandırma üzerine benzer çalışmalar mevcuttur. Brooker ve Brooker (1996:141) "her hayran fan, her fan ise kült fan değildir" şeklinde bir ayrım yaparken, Tulloch ve Jenkins (1995) kült yerine 'fanlar' ve 'takipçiler' ayrımına gitmiştir. Hills (2017: ix) yine bu mevcut çalışmaları örnek göstererek 'fan' ve 'kült fan' arasında bir sınıf ayrımı yapmak yerine, sadece niş medya ile bağlantılı olan ya da fan grupları tarafından sıklıkla kült olarak anılan içeriklere yönelik bu terimi kullanmıştır. Cult Times dergisi Kült TV ve Kült Filmler gibi doğrudan 'kült' olarak hitap edilen medya türevlerini ise bu kullanımlar arasında göstermiştir.

Hills, kült takipçileri olan bu medya içeriklerini daha da açarak çeşitli örnek tür ve eserlere de dikkat çeker:

- popüler film ve film seriler (Marvel Sinematik Evreni vb.)

- popüler yönetmenlerin filmleri (Quentin Tarantino vb.)
- bilim-kurgu film ve yazarları (Star trek, Star Wars vb.)
- çizgi roman/manga ve animeler

Hills'e göre kült fandomların oluşması, diğer sınıflandırma çalışmalarının ileri sürdüğünün aksine, medya içeriğinin devamlılığını sağlayacak “yeni veya resmi bir materyal olmadan” geçen süreye bağlıdır. Star Trek dizisinin iptal edilmesine rağmen popüleritesinin fanlar arasında azalmak yerine artması ve zamanla kült fanlar oluşturması bu duruma verilen örnekler arasındadır. Bu ve benzeri durumlara başka medya türlerinde de rastlamak mümkündür. Örneğin Death Note veya Fullmetal Alchemist: Brotherhood gibi yıllar önce yayınları sona ermiş olduğu halde isimleri sıkça anılan anime ve manga eserleri de fan grupları arasında kült olarak kabul görmekte ve hala daha üzerlerine fan içerikleri üretilmektedir. Buradan yola çıkarak bu sınıflandırma şeklinin kült sözcüğünün daha önce de belirttiğimiz “belli bir dönem popüler olmuş ve bu popüleritesini koruyarak sinema/edebiyatta yer edinmiş” medya içerikleri anlamına uygun düştüğünü söyleyebiliriz.

Görüldüğü gibi fan ve fandom tartışmaya açık ve sınırları kolay kolay belirlenemeyen, değişken olgulardır. Çünkü tıpkı “fanların bağlılıkları tek bir açıklamaya indirgenemeyeceği” (Hills, 2017: xi) gibi aynı zamanda fandomların her biri “kendilerini meydana getiren franchise veya evren kadar benzersizdir” (Loehr vd, 2020: 306). Lakin gerek kült fandom olsun gerekse sadece ‘fandom’ olsun, nihayetinde tüm araştırmacıların hemfikir olduğu bir nokta varsa o da fanların fan nesnelerine karşı olan tutkuları ve bu tutkuyu başkalarıyla paylaşma arzularıdır. Bu medya fanları için geçerli olduğu gibi müzik, spor ya da ünlü şahsiyetlerin fanları için de geçerlidir. Ancak bu çalışma kapsamında ilgi alanımız olan konu fan çevirileri olduğundan ve bu çevirilerin büyük bir çoğunluğu medya içerikleri çevresinde gerçekleştiğinden spor, müzik vb. fanları üzerine odaklanılmayacaktır. Dolayısıyla bu bağlamda medya fandom çalışmanın önemli bir parçasını oluşturmaktadır.

1.3. Medya ve Anlatı Fandomları

Fandom ve fan olgusu, ortaya çıkışından bu yana birçok değişimden geçmiştir ve artık günümüzde popüler kültür ve popüler medya ürünlerine yönelik bir içerik tüketimi furyasını ifade eden, Duffett’in “toplumsal ve kişisel kimliğin medya kültürü bağlamında

dışa vurumu” ve “popüler kültürün aracı öğelerinden herhangi birine karşı duyulan olumlu, derin ve duygusal bir bağın farkındalığı” şeklinde tanımladığı ‘medya fandom’ kapsamında sıklıkla kullanılır hale gelmiştir.

Jenkins (1992: 286), medya fandomunun şarkıcılar, sporcular, televizyon yıldızları, şovmenler vb. gibi şahsiyetlerin fanlarından ayırıcı yönünün ne olduğu konusunda kesin bir söylemde bulunmamakla birlikte, medya fanlarını popüler “anlatıların” fanları olarak nitelendirir. Anlatı fanları kısaca kurgusal anlatılara, bir diğer deyişle kurgu hikayelere ilgi ve hayranlık besleyen kimselerdir. Bu anlatı olgusunun içinde hikâyenin konusu, evreni, olay örgüsü ve karakterler gibi çeşitli unsurlar yer alabilir (Loehr vd, 2020: 307). Her türlü roman, dizi, film, animasyon, çizgi roman, video oyunu vb. içerikler kurgu anlatılardan oluşması sebebiyle medya fandom kapsamında anılabilir ve kendi anlatı fanlarına sahip olabilir. Kurgu anlatılardan oluşan çeşitli medya içeriklerinin fanlarının bütününe ise medya fandom adı verilir.

Burgess ve Jones (2018: 4) medya fanlarını betimleyen beş temel özellikten söz eder:

- “Medya fanları bir anlatı veya metne tutkulu bir sevgi ve sıradan izleyicilik anlayışının çok ötesinde bir benzeşim besleyen fanlardır. Bu anlatı ve metinler ise fanların “fan nesnesi” şeklinde adlandırılmakta ve kimliklerinin önemli bir parçasını oluşturmaktadır.
- Medya fanları, fan nesnelerini oluşturan içeriklere yönelik çeşitli medyumlar aracılığı ile fan eserleri ortaya koyar. Bu eserler arasında fanfiction ve fanart şeklinde adlandırılan hikâyeler ve çizimler, şarkı ve videolar, oyuncaklar, koleksiyonluklar, kıyafetler, cosplay olarak da bilinen kostümler ve hatta eleştiri yazıları gibi, sevdikleri kurgu dünyalara duydukları muhabbet – bir diğer ifadeyle benzerlik yani benzeşme – sonucu ürettikleri yaratıcı ve sanatsal pek çok içerik yer almaktadır.
- Medya fanları belli bir tek fan nesnesi etrafında şekillenen ve fandom adı verilen topluluklar oluşturur. Fandomlar yorumlayıcı ve işbirlikçi özellikler sergiler; fan nesneleri ile ilgili tartışmalarda bulunur, teoriler ileri sürerler, ürettikleri fan eserlerini birbirleriyle paylaşırlar.
- Medya fanları, fan nesnelerini temsil eden oyuncaklar, aksiyon figürleri, posterler, defter vb. tüketim ürünleri biriktirirler.
- Medya fanları, fan nesnelerinin somut bir hatırasına sahip olmak isteyebilir ya da fan nesneleri ile bağlantılı eşyalar onlar için nostaljik bir değer taşıyabilir.”

Burgess ve Jones (2018: 5) medya fandomun çekirdeğini oluşturan anlatı unsurundan bahsederken ‘marka anlatılar’ ifadesini de ileri sürer ve bu marka anlatıların birer fan nesnesi haline gelmeye daha yatkın olduğunu belirtir. Marka anlatılar ifadesi ile hikayesi ve evreni zamanla büyüyüp genişleyen televizyon veya roman serileri gibi – Yüzüklerin Efendisi, Harry Potter veya Star Trek vb. – uzun soluklu medya içerikleri kastedilmektedir (Russell ve Schau, 2014: 5).

Russel ve Schau, Holt’un (2004) “Markalar Nasıl İkonlaşır” başlıklı eserinde dile getirdiği marka ve hikâye bağıntısından yola çıkarak tüketicilerin hikâyelere verdikleri öneme dikkat çekmiştir. Markalaşmanın gerçekleşebilmesi için tüketici ve ürün arasında duygusal bir bağ kurulması önem teşkil eder. Bu bağlamda markalaşma süreci, tüketicinin bağlılık gösterebileceği bir ‘anlatının’ meydana gelmesi ile başlar. Üreticinin özgün bir imaj çizme yolunda çeşitli reklam kampanyalarında kullandığı karakterler ve hikâye örgüsü gibi görsel ve işitsel anlatım öğelerinin tamamı ise anlatıyı oluşturur (Holt, 2004: 3). Russel ve Schau tüketici ve marka arasındaki hikâyeler ve anlatılar üzerine kurulu olan bu ilişkinin doğasına yönelik olarak “Hikâyeler sona erdiğinde bu ilişkilere ne olur?” sorusunu ortaya atmıştır.

Bu yaklaşım doğrultusunda tüketici ile hikâye ve tüketici ile marka arasındaki ilişkinin özellikle kurgu anlatılar kapsamında çok daha somutlanmış bir değer kazandığı söylenebilir. Holt’un markaların hikâyeler ile ikonlaşması fikrinden, Hills gibi medya araştırmacılarının sözünü ettiği kült medya, ve genel itibarıyla fanlık anlayışı, – bu bağlamda medya ve anlatı fanlığı – hepsi özünde bireylerin hikâyelere bittiği çapraşık değeri yansıtmaktadır. Medya ve anlatı fanlarının en çok ilgisini çeken fan nesneleri arasında, çok yönlü ve katmanlı karakterlere sahip, derin ve detaylı anlatılarla bezenmiş, fanların içinde kendilerini kaybetmek istediği kurgusal evrenlerin öne çıkması bu yargıyı destekler niteliktedir (Burgess ve Jones, 2018:5).

Zengin anlatı değeri taşıyan bu tarz hikâyelerin devam ettikleri süre boyunca, karakterler seyirci ile aynı zaman cetvelinde yaşar ve bu sayede metinsel varlığının ötesine geçme imkânı bulur (Fiske, 1987: 149). Böylece hikâye ve karakterler ile seyirci arasında duygusal bir bağ kurulması kolaylaşır. Hills’in kült medya tanımı örneğinde de görülebileceği üzere hikâyelerin sona ermesi fandomlarının da ortadan kaybolacağı anlamına gelmemektedir. Zira hiçbir ‘son,’ fanların hayal güçlerinin ve biten hikâyeleri

yaşatma arzularının önüne kolay kolay geçemez. Medya ve anlatı boyutundaki fandom olgusu ve fanlık anlayışının ise bu prensip üzerine inşa olunan, fanlar bitirmedikçe bitmeyen bir ilişki olduğu söylenebilir.

Booth (2017) Dijital Fandom 2.0: Yeni Medya Çalışmaları başlıklı eseri boyunca Arturo Pérez Reverte'nin postmodern polisiye romanı Dumas Kulübü'ne atıfta bulunmuştur. Romanın bir tür kitap avcısı olarak nitelendirilebilecek baş karakteri Corso, yüzyıllar öncesine dayanan esrarengiz el yazması eserler üzerine çalışmaktadır. Booth, romanda tasvir edilen ve bu eserlere tapınma derecesinde hürmet gösteren koleksiyoncuları günümüz fanları ile benzeştirerek, hem bu koleksiyoncuları hem de fanları belli bir anlatıya ya da 'medya metnine' kendini kaptırmış bireyler olarak tanımlar. Dumas Kulübü, Booth'un tabiriyle fandom üzerine geleneksel popüler kültürel bir yorum getirmektedir. Toplum tarafından yakın zamana kadar hep yargılayıcı bakışlar almış olan fanlar ve fanlık olgusu, Dumas Kulübü'nde de benzer bir biçimde "gerçek ile hayal arasındaki farkı ayırt edemeyen" küçük çocuklara benzetilmektedir. Booth, fanlara yönelik yapılan bu genellemelerin ne kadar yüzeysel kaldığını belirterek fanların medya metinleri ile olan çok daha kompleks ilişkisini, Corso'nun okur ile hikâye arasındaki o yeri doldurulamaz bağı keşfedişini örnek göstererek şu sözlerle ifade etmeye çalışır:

"Corso için metinler bir sayfadaki kelimelerden daha fazlasıdır. Corso metinlerin her okurla ve her okumayla gelişip değişebileceğini ve yeni okurlar tarafından tekrar tekrar okundukça zamanla yeni anlamlar kazanabileceğini keşfeder. İlk başlarda metin ile okur arasındaki bağ dokunsal ve duygusaldır: koleksiyoncu/fanın bir kitabı eline alması, pürüzsüz deri cildi okşaması, mürekkebi ve baskıyı koklaması gibi. Fakat hikâyenin ilerleyen bölümlerinde Corso, metinler ve okurları arasındaki bağı beş duyusunun olanak verdiğinden çok daha özel olabileceğini öğrenir. Metinler okurun ruhundan içeri girer ve okurun bir parçası haline gelir: Okurlar kendilerini hikâyenin içinde, edebiyatın bir parçası olarak hayal ederler." (Booth, 2017: 20)

Tutkulu okurlar için – ya da bir başka ifadeyle fanlar için – hikâyeler, Pérez-Reverte'nin tabiriyle "ölümsüz ruhlardır." Booth'un da dile getirdiği gibi her yeni okur ile yeniden hayat bulur ve anlamlandırılır. Benzer temaları ele alan Omniscient Reader's Viewpoint (Sing-Shong) adlı bir webromanının kapanış sayfalarında yazar olan ana karakterlerden biri kendi kendine şu soruyu sorar: "Okurun hayal gücünün yazarın cümlelerinin ötesine geçtiği bir an gelirse, ne olur?" Kitap boyunca irdelenen ve "yazar kalemini bıraktığında

hikâye gerçekten bitmiş olur mu?” düşüncesinin bir uzantısı olan bu sorunun cevabı ise, yukarıda sözü edilen, okur ve hikâye arasındaki sirküler ilişkide saklıdır. Pérez-Reverte’nin ölümsüz ruhlar felsefesini bir adım öteye taşıyan eser, hikâyelerin ancak okurları ile var olabileceğini ve okur severek okuduğu müddetçe sonsuza kadar yaşayabileceklerini savunur. Günümüz fanları da ‘severek okuyanlardır,’ hikâyelerin bitmesine izin vermeden metnin ötesinde onları yaşatırlar. Bu fanlar için sevdikleri ve keyif aldıkları medya içerikleri “derin ve anlamlı gerçekler” (Booth, 2017) taşımaktadır.

Fanların hikâyelere atfettikleri bu anlam ve değer aynı zamanda kaynak metnin dışındaki, birbiriyle bağlantılı ve kimi zaman fanların kendilerince ürettikleri metinlerde de yaşamını sürdürür (Booth, 2017: 54). Booth, fanların tükenmez hayal gücünün ve hikâyelerin metinlerarası kazandığı değer bir ürünü olarak fan fiction gibi fan yazım etkinliklerini örnek göstermiştir. Gerek bu tür fan kurguları gibi, kaynak metni baz alan ama yine onun bir uzantısı olan yeniden yorumlamalar, gerekse resim, video ve analizler gibi diğer fan eserleri, Todd ve Armstrong Soule’nin ifadesi ile “kaynak metnin anlatısını yükseltebilecek” bir güce sahiptir. Pérez-Reverte ve Sing-Shong gibi yazarların da vurguladığı, “her okur metne yeni bir yorum getirir ve hikâye ancak onu seven bir okur ile varlığını sürdürebilir” düşüncesi ise, okurun metin üzerindeki bu egemenliğini kanıtlar niteliktedir. Bu çerçeveden bakıldığında medya eserlerinin fan içerikleri doğrultusunda anlam ve anlatısının değişerek yeni değerler kazanması olgusu, bir ihtimal değil kaçınılmaz bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sonuç olarak tüm medya ve anlatı fanlarının, hayal güçleri yazılmış veya yazılmakta olan hikâyelerin hep bir adım ötesinde olan okurlar, dinleyiciler, izleyiciler veya oyuncular – birçok video oyunu güçlü anlatıları sayesinde de fanlar kazanır – olduğu söylenebilir. Nihayetinde fandom oluşumlarını ayakta tutan yegane güç; sanatçı ve yaratıcı ruhlu, özgün içerikleriyle fan nesneleri olan eserin anlatısını yükseltme potansiyeline sahip ve bunu başkalarıyla paylaşmaktan keyif alan, hayalperest bireylerdir (Todd ve Armstrong Soule, 2020: 64).

Fanların fan nesneleri olan içeriklere karşı olan bu tutumları daha önce de sözünü ettiğimiz gibi bir paylaşma kültürü üzerine kuruludur. Fanlar için değer verdikleri hikâyelere yönelik oluşturdukları tüm bu içerikler fan nesnelerine besledikleri sevgiyi dışa vurmanın etkili bir yoludur. Bu bağlamda fanların bir bakıma “sevgi paylaştıkça

çoğalar” prensibini benimsedikleri söylenebilir. Değişen teknolojik gelişmeler doğrultusunda çeşitli platformlar aracılığı ile bir araya gelerek bu sevgiyi beraber deneyimleme arzuları fandomların çekirdeğini oluşturmaktadır.

Günümüzde büyük sosyal medya siteleri de fan ve fandom kültürüne ayak uydurarak fanlara çekici gelecek geliştirmeler yapmaktan geri durmamıştır. Twitter’daki konular, Tumblr ve Instagram’daki etiket takibi gibi fonksiyonlar fan toplulukları tarafından yaygın bir biçimde kullanılmaktadır. Özellikle Tumblr’ın geliştiricileri fandomları son derece önemsemekte ve düzenli olarak yılın en popüler fandomları, çeşitli fandomlardan en popüler etiketler vb. gibi fanlara yönelik gönderilere platformlarında düzenli olarak yer vermektedir. Yine Reddit gibi fandom spesifik sayfalara olanak tanıyan siteler de fandomların önde gelen buluşma noktaları arasındadır. Fanlar bunlar ve benzeri birçok internet platformu üzerinden bir araya gelme imkânı bulmakta, fan nesneleri ile ilgili türlü içerikler paylaşabilmekte ve yine başka fanların paylaşımlarını görüntüleyebilmektedir.

Peki fanların fan nesnelerine olan derin sevgilerinin tetiklediği bu yaygın paylaşma kültürü göz önünde bulundurulduğunda, fanlık anlayışı içerisinde çeviri nasıl bir konumda yer alıyor olabilir? Katılımcı kültürle yoğrulmuş bu paylaşımcı yaklaşımın – özellikle de günümüz fandomlarının çok etnikli yapısı dikkate alındığında – çeviri etkinliğini fan kültürünün ayrılmaz bir parçası haline getirdiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

1.4. Fandom: Bir Tarihçe

Medya ve kültür araştırmaları kapsamında yer alan fandom çalışmaları, aktif seyircilik anlayışını benimsemiş sözünü ettiğimiz bu fan kitlelerinin, “şahsi kimliklerini sevdikleri medya ürünleri çevresinde inşa etme eğilimlerine açıklık getirerek bireysel farkındalık yaratmayı ve sınıf ya da cinsiyet gibi kimlik olgularına yönelik toplumsal yaklaşımları gün yüzüne çıkarmayı hedeflemektedir. Aynı zamanda fandom analizleri doğrultusunda gerçekleştirilen ürün geliştirmelerine de önyak olması sebebiyle ticari alanda da kendini gösteren, incelemeye değer bir alandır.” (Duffett, 2013: 24)

“Fandom, medya profesyonelleri için yaygın bir referans çerçevesi haline geldi. Televizyon setinin sınırlarının ötesine uzanan serileştirilmiş televizyon programlarının sayısı arttıkça, yapımcılar da fan duyarlılıklarının peşinden koşar oldu artık. Fanların televizyon programları ile olan meşguliyetleri, çoğu çağdaş

izleyicinin yaklaşımının aksine örtük olmayan bir aktivite şeklinde kendini göstermekte. Fanlar bunun yanı sıra bizlere hepimizin kendimizle bağdaştırabileceği bir şey sunmakta. İster kült televizyon isterse de spor, yemek, opera ya da kitaplar olsun, aslında hepimiz bir şeylerin fanı sayılırız ve hepimiz bir şeylerle duygusal bağlar kurarız. Fan araştırmaları bir nevi kendimizi araştırmanın bir yoludur aslında.” (Booth, 2017: 21)

1927 yılında ilk sesli film olan The Jazz Singer’ın sahneye çıkışı ve yine aynı yıl Philo Taylor Farnsworth tarafından ilk elektrikli televizyonun icat edilmesiyle başlayarak 1930’lar boyunca devam eden teknolojik gelişmeler, FM radyo ve ilk örneği 1939 yılında ABD’de olmak üzere elektronik televizyon hizmetlerini beraberinde getirmiştir. Bu dönemde medya araçları çapında gerçekleşen tüm bu teknolojik yenilikler ise medya kaynaklı eğlence unsurlarına ortam hazırlamıştır (Booth, 2017: 22). Bu tarz eğlence kaynaklarının hayranları da birer fanatik ya da bugün de bildiğimiz “fanlar” olarak tarih sahnesine çıkmıştır (Jenkins, 1992: 12).

Ancak fanlık olgusunun ilk olarak medya hayranları boyutunda ortaya çıktığını söylemek yanlış olacaktır. Bugün fandom kültürünün oluşumunda etkili olan medya fanlarının öncesinde “fan” olarak nitelendirilebilecek birkaç gruptan söz edilebilir. Beyzbol (Abencrombie ve Longhurst, 1998: 122) ve tiyatro sanatçıları fanlığı fan teriminin bilinen ilk kullanımları arasında yer almaktadır (Jenkins, 1992: 12). Bu bağlamda verilebilecek diğer örnekler arasında günümüz fandom kültürü ile daha yakından örtüşen iki ayrı gruptan söz edilebilir. Bunlardan biri yazar Jane Austen’in kendisiyle aynı dönem yaşamış ve onun anlatıları üzerinden – hikâyelerinin bir uzantısı olarak – yazılar yazan okurları, bir diğeri ise birbirleri ile paylaştıkları pastişler ile bilinen Sherlock Holmes fanlarıdır (Hellekson ve Busse, 2014: 6). Fandoma özgü paylaşma kültürünü benimsemiş olmaları sebebiyle Sherlock Holmes fanları başta olmak üzere, bu iki grubun fandom içi önde gelen bir etkinlik olan fan fiction çalışmalarının ilk örneklerini sergilediği söylenebilir (Hellekson ve Busse, 2014: 5).

Medya fandomunun öncülüğünde oluşan fan kültürünün bazı temel prensiplerini yansıtmaları sebebiyle Jane Austen ve Sherlock Holmes “fanları,” bilinçsiz bir düzeyde de olsa fandom olgusunun ön modelleri sayılabilirler. Özellikle metin ve yazar ile aralarındaki ilişkinin ve bunun dışavurumu olarak sergiledikleri ürünlerin, bilim-kurgu ve akabinde medya fandomu boyutundaki örtüşmesi bu sanıyı destekler niteliktedir. Bu

bağlamda günümüz fan kültürünün meydana gelmesinde etkin rol oynamış olan bilim-kurgu fandomu ve bünyesinden türeyen medya fandomunun incelenmesi büyük önem taşımaktadır.

Günümüzdeki katılımcı fandom kültürünün temellerinin 1930ların ortasında ABD merkezli olarak bilim-kurgu fandomu tarafından atıldığı bilinmektedir. Fanların metinler ile olan çok yönlü ve interaktif etkileşim şekillerinin bu kurgu türü çerçevesinde günümüzdeki halini aldığı söylenebilir (Hellekson, 2015: 153). Bilim-kurgu fandomu aynı zamanda ABD merkezli olmak üzere medya fandomunun da başlangıç noktası olarak kabul görmekte olup, ‘fandom’ teriminin sadece spor ve tiyatro çerçevesinde kullanılmaktan çıkmasını sağlamıştır. Günümüzde medya fandom tarafından benimsenmiş fan terimlerinin birçoğu ve genel itibariyle fandom ve fan anlayışının alt yapısı bu dönemde bilim-kurgu edebiyatı fanları tarafından oluşturulmuştur. Modern fandomun gelişimine önayak olan ilk basamağın ise Hugo Gernsback’ın *Amazing Stories* (1926) dergisinde yer verdiği mektuplar bölümü olduğu bilinmektedir. Okurların editör ile etkileşim kurmasına olanak kılan derginin okur mektuplarına ayrılmış bu bölümleri, göndericilerin adreslerine yer vermesi sebebiyle nihayetinde bilim-kurgu fanlarının bir araya gelmesine de fırsat sağlamıştır (Coppa, 2006: 42). Bu şekilde birbirlerinin adresine ulaşabilen fanlar kendi sosyal ağlarına kurmaya başlamışlardır. *Amazing Stories*’in 1926 yılında yayımlanan ilk sayısında Gernsback derginin başarısının tamamen okurlara bağlı olduğunu belirterek fanlardan birbirlerini haberdar etmelerini ve her türden yapıcı eleştirilerini kendilerine ulaştırmalarını rica etmiştir. Bu ifadesinin sadece sözde kalmaması ve gelen mektupları dergisinde yayınlaması ve hatta kimi zaman bunlara cevaplar yazmaktan da çekinmemesi, fanlar tarafından son derece olumlu karşılanmıştır. Fandom içi iletişim ve etkileşimin ilk örneği olarak kabul edilebilecek bu gelişme günümüz fan kültürünün yapıtaşlarından birini oluşturmuştur. Bu bağlamda Hellekson’un da örnek gösterdiği gibi Marvel Comics’in fanlar ile yapımcılar arasındaki ilişkiye yönelik olarak daha ileriki yıllarda benimsemiş olduğu benzer yaklaşımın kendilerine kazandırdığı popülarite, büyük takipçi kitleleri elde etme yolunda fanlar ile iletişimin oynadığı rolü vurgular niteliktedir (Hellekson, 2015: 154).

Bilim-kurgu fandomunun büyümesinde etkili olan bir diğer unsur ise 1920’lerin sonlarında yayımlanmaya başlayan *Startling Stories*, *Wonder Stories* (sonradan *Amazing*

Stories olarak adı değiştirilmiştir) ve Weird Tales gibi bilim-kurgu ve garip kurgu⁸ dergilerine adanmış kulüplerdir. New York klüplerinin bazıları bir araya gelerek 1937 yılında Futurians olarak tanınan yeni bir kulüp kurmuşlardır. O zamanlar birçoğu yazar veya editör olmayı arzulayan kulüp üyeleri arasında Isaac Asimov, Damon Knight, Sam Moskowitz ve Frederik Pohl gibi bugün bilim-kurgu yazınında tanınan isimler yer almaktadır. Modern fandomun öncüleri olarak nitelendirilebilecek bu fanlar Gernsback'ın Amazing Stories ile sunduğu imkânlardan da yararlanarak ilk başta mektuplaşma yoluyla sonrasında ise temalı kongreler ile bir araya gelmeye başlamış ve böylelikle günümüz fandom etkileşimlerinin temeli atılmıştır (Hellekson, 2015: 154). Bu şekilde sosyal bir ağ kurmayı başaran bilim-kurgu fanları kendi aralarında organize olarak sanatsal içerikler üretmeye başlamış ve 1930 yılında ilk bilim-kurgu fanzini⁹ olan The Comet dergisini yayınlamaya başlamışlardır. Bu gibi fanzin çalışmaları amatör içeriklerden oluşmasına rağmen çok sayıda bilim-kurgu yazar ve editörünün isimlerini duyurmalarında etkili bir başlangıç olmuştur (Coppa, 2006: 42). Raymond A. Palmer'ın editörlüğünü yaptığı The Comet'in ardından yaygınlaşan bu fan dergileri pek fazla okuyucuları olmayan, çok az sayıda ve basit şekillerde basılan ve düzensiz bir yayın planı izleyen çalışmalar olarak karşımıza çıkmaktadır. Sıradan dergilerde olduğu gibi abonelik sistemi ile işleyen yayınların yanı sıra fanların bağış yoluyla edinebileceği dergiler de olmuştur. Günümüz fanzinlerinin çoğu da benzer şekilde bağış sistemi ile işlemektedir ve internet üzerinden dijital ve/veya baskı biçiminde olmak üzere uluslararası satışları yapılmaktadır. Yine bu dönemde fanzinler resim gibi sanatsal içeriklere de yer vermiştir. Fotokopi gibi bir imkân olmaması sebebiyle bu resimler her nüsha için ayrı ayrı çizilmiş ve/veya boyanmıştır. Genel olarak ise ilgi odakları olan bilim-kurgu dergilerinin içerikleri ile ilgili makale ve yorumlara ve nadiren de olsa bazı kurgu yazılara yer verilmiştir. Ancak bu kurgu yazılar günümüz fan fiction çalışmalarının aksine fanların kendileri ile ilgili olan yazılar şeklindedir. Öyle ki Hellekson'ın alıntılıdığı J.B. Speer fan fiction teriminin

⁸ Garip kurgu, doğaüstü elementler içeren bütün kurgu türlerini içinde barındıran spekülative kurgunun bir alt türüdür. Vampir, hayalet veya kurtadamlar gibi korku kurgularda sık karşılaşılan doğaüstü canavarların dışında korkutucu öğelere yer veren veya bunlara çok farklı yorumlar getirerek okurda huşu ile korku arasında duygular yaratmak isteyen, 19. yüzyılın sonlarında ortaya çıkmış bir yazın türüdür (Miéville, 2009: 510–516; Andrew Weinstock, 2016: 177–200).

⁹ Fanzine: magazine ve fan sözcüklerinin bir birleşimi; fan dergileri. 1945 yılında “fan mag” ifadesinin ardından bu terim kullanılmaya başlamıştır (Hellekson, 2015: 154).

günümüzdeki anlamının aksine bu ilk versiyonlarında “fanlar tarafından” değil “fanlar ile ilgili” yazılan kurgular manasına geldiğine dikkat çekmiştir. Bu çalışmalar etrafında dönemin teknolojilerinden faydalanarak etkinliklerini sürdüren fanlar, fan dergilerinin ortaya çıkışından kısa bir süre sonra amatör basın birlikleri kurmaya başlamışlardır. Birliklerin koordinatörlüğünü ise baş editör olarak da bilinen ve hazırlanan çalışmaların dağıtımından sorumlu üyeler yapmakta olup, bu üyeler aynı zamanda grubun abone listelerini ve ürünlerin teslim tarihlerini de yönetmiştir. Bilim-kurgu fandomu ve dolayısıyla da fan kültürü bünyesinde amatör basın birliklerinin ilk örneği ise yine bilim-kurgu fanları tarafından 1937’de kurulan The Fantasy Amateur Press Association (FAPA) olarak bilinmektedir (Hellekson, 2015: 155). Fan toplulukları bu şekilde e-posta listeleri, amatör basın birlikleri, kulüpler, toplantılar vb. gruplar ve etkinlikleri doğrultusunda inşa olmuş, bunları takip eden kongreler ile de fan kültürlerini güçlendirmişlerdir.

Fanlar arasındaki kilit bireylerin mektuplaşma kültürlerini hayatta tutmak için verdikleri çaba doğrultusunda günümüze kadar gelen kongrelerin ve benzeri diğer fan topluluklarının çekirdeğini oluşturan köklü dostluklar kurulmuştur. Fan dergilerinin ya da sonradan isimlendirildiği gibi fanzinlerin ortaya çıkışıyla fanlar düşünce ve fikirlerini, incelemelerini ve hatta fan fiction çalışmalarını paylaşma imkânı bulmuştur. 1938 yılında dönemin en önde gelen zini olan Spaceways ve fandomun 1940-1950’li yıllardaki tarihini ele alan All Our Yesterdays ve A Wealth of Fable kitaplarını yayımlayan Harry Warner Jr. gibi aktif fanlar ise çalışmalarıyla dönemin bu fan kültürünü kaydetmişlerdir (Hellekson, 2015: 156).

1966 yılında bilim-kurgu fanlarını bugünkü medya fandomunun öncüleri haline getirecek olan yeni bir gelişme meydana gelmiştir. Cleveland’da gerçekleştirilen Dünya Bilim Kurgu Kongresine katılanların Star Trek dizisiyle tanıştığı bu yıl, fandom için kritik bir dönemin habercisi olmuştur. 1967 yılında, yani bu tanışmadan tam bir yıl sonra bir “one-shot¹⁰” olarak yayımlanan ve bilim-kurgu fandomunun seyrini değiştiren bir fanzin, Spockanalia gündeme gelmiştir (Verba, 1996: 1). Hellekson’a göre o zamana kadar edebiyat bünyesinde anılan bilim-kurgu fandomu, Star Trek ve esinlendirdiği

¹⁰ Tek seferlik yayımlanan eserlerdir. Bu bağlamda fanzinin devamlı olmayan tek sayılı bir yayın olduğunu gösterir. Aynı zamanda bazı tek (ve uzun) bölümlük mangalar da birer “one-shot” olarak adlandırılır.

Spockanalia'nın ardından bilim-kurgu medya fandomu olarak yeniden filizlenmiş ve böylece günümüz medya fandomunun gelişim süreci başlamıştır. Bilim-kurgu edebiyatından bilim-kurgu medyaya bu geçişin başını çeken ilk "Star Trek medya fanları," dizinin iptal edilme kararını geri çevirmeye yönelik olan ve Spockanalia'nın başyazısında da dikkat çektikleri bir mektup kampanyası ile başlayarak, fandom olgusuna daha önce görülmemiş yenilikler getirmişlerdir (Hellekson, 2015: 156).

Fan etkinlikleri içerisinde yine Star Trek medya fanlarının etkisiyle değişen ve sadece fanların kendileriyle ilgili hikâyeler olmaktan çıkan fan fiction çalışmaları fandom kültürü içerisinde yer etmeye başlamıştır. Hatta sadece fan fiction üzerine olan fanzinler yaygınlaşmıştır. Yazılı içeriklerle yetinmeyen medya fanları, vidding etkinliğinin de öncüleri olmuşlardır. Kandy Fong'ın 1975 yılında popüler bir filk¹¹ şarkısı eşliğinde Star Trek sahnelerinden kesitler ile oluşturduğu bir slayt gösterisi fanların büyük beğenisini toplamıştır. Fanlar tarafından benimsenen bu etkinlik, sonrasında VHS kasetlerinde düzenlenen ve belli bir şarkıya uydurulan video klipleri şeklinde gelişmeye devam etmiş (Hellekson, 2015: 157) ve bugün Tiktok başta olmak üzere sosyal medya platformlarının bünyesinde barındırdığı özelliklerle herkesin sadece bir tuş uzağında yer alan popüler bir fan etkinliği haline gelmiştir.

1.4.1. Star Trek Öncülüğünde Medya Fandomu

Medya fandomun bilim-kurgu fandom aracılığıyla gündeme geldiği konusunda araştırmacılar hemfikir olmasına karşın ilk örneğinin ne olduğu üzerine farklı görüşler mevcuttur. Bununla beraber medya fandomun kuruluşunda en büyük rolü 1966-1969 yılları arasında yayınlanan Star Trek dizisinin oynadığı genel olarak kabul gören bir kanıdır. Bilim-kurgu türünde bir dönüm noktası olarak nitelendirilen seri televizyondaki kısıtlı popülaritesine rağmen sadık bir fan kitlesi toplamayı başarmış (Hills, 2017) ve hem türe hem de medya tüketiciliğine yeni bir bakış açısı getirmiştir (Coppa, 2006: 43).

¹¹ 1950 başlarında "The Influence of Science Fiction on Modern American Filk Music" başlıklı makaledeki "folk" yerine yapılan yazım hatasından türemiş bir terim olup, bilim-kurgu, fantezi ve korku fandomlarıyla ilişkili kongrelerde gerçekleştirilen bir müzik etkinliği/türü (Gold, 1997) https://fanac.org/Fan_Histories/filkhist.html E.T. 13/01/2023

Seriye en büyük ilgiyi ise bu zamana kadar genellikle hep genç erkeklerden oluşan (Hellekson, 2015: 154) ve fandomun halkla buluştuğu dergilerin mektuplaşma sayfalarında bile arka planda kalan kadın bilim-kurgu fanları göstermiştir. (Coppa, 2006: 43). Bu durumun başlıca sebebi Star Trek'in kadınları ütöpik bir gelecekteki etkin katılımcılar olarak temsil eden ve haliyle o dönemin kadın izleyicilerine/fanlarına cazip gelen kurgusudur. Ancak serinin ileri sürdüğü bu duyarlılık maskesinin altında kadın karakterleri basmakalıp fikirler doğrultusunda ele alan cinsiyetçi bir yaklaşımın varlığı, kadın fanları kendi Star Trek hikâyelerini yazarak serinin bu yan politikasını yeniden kavramlandırma görevini üstlenmeye itmiştir. Dolayısıyla fan fiction olarak bilinen hayran kurgu eserlerinin gün yüzüne çıkmasına kadın fanların bu tutum ve yaklaşımlarının önayak olduğu söylenebilir (Jenkins ve Tulloch, 2005: 198).

Star Trek'ten birkaç yıl önce yayınlanan ve fandom olgusunun kurucusu olarak nitelendirilebilecek bir diğer ütöpik bilim-kurgu dizisi ise The Man From U.N.C.L.E. olmuştur. Coppa'nın alıntıladığı Cynthia Walker (2001) U.N.C.L.E. izleyicilerini "milyonların esrarengiz tarikatı" olarak nitelendirmiş ve dizinin yüksek reytingini işaret ederek bu izleyicileri birer fan/fanatiğe, diziyi başkalarına tanıtmaya arzularını da misyonerlik çalışması yapan dindarlara benzetmiştir. Öte yandan dizinin bu popüleritesine rağmen fan etkinlikleri boyutunda Star Trek'in çok daha katılımcı ve vokal bir fan kitlesine sahip olduğunu da belirtmek gerekir (Coppa, 2006: 44).

Coppa bu yapıtlardan hangisinin medya fandomun ilk örneğini oluşturduğu tartışmasını bir kenara bırakarak, en başında bu fandomların inşa edilmesinde rol oynayan kadınların profillerine dikkat çeker. Star Trek'in cinsiyetçi politikalarını özgün fan kurgularıyla/fanfiction eserleriyle ters yüz etmeyi kendine vazife edinmiş bu kadın fanlar genel olarak çok okuyan, eğitilmiş ve aydın kimselerden oluşmaktadır. Örneğin, "Boldly Writing: A Trekker Fan and Zine History, 1967 – 1987" (1996) başlıklı çalışmasıyla Star Trek fandomunun tarihçesini ilk kez kaleme alan Joan Marie Verba bir fizikçi ve bilgisayar programcısı; Star Trek'teki kurgusal kültürlerden birine adanmış popüler bir alternatif evren fan kurgusunun¹² (Kraith, 2022) yaratıcısı Jacqueline Lichtenberg eskiden

¹² Alternate Universe Fanfiction: kaynak eserin kanonundan (canon: kaynak eserde var olan "resmi" olay ve olgular) belli bir noktada ayrılan, ya da kaynak eserin karakterlerini farklı kurgular içerisine yerleştiren

kimyacı olan bir roman yazarıdır. Coppa bu örnek profiller ile 1960 yıllarında erkek egemen alanlarda çalışan bir kadın için hikâyedeki Bay Spock karakterinin de maruz kaldığı gibi “duygusal açıdan dengesiz muamelesi görmenin ne demek olduğunu iyi bileceğine” dikkat çekmek istemiştir.

Fan ve fandom olgularının duygusal bağlar temelinde var olduğu gerçeği göz önünde bulundurulduğunda karakterlerle ortak bir şeyler paylaştığını düşünen bireylerin fanlık anlayışını benimsemeye çok daha yatkın olduğu ve dolayısıyla medya fandomunun ortaya çıkış hikâyesinin de daha önce belirttiğimiz “okur-hikâye” ilişkisini yansıttığı söylenebilir. Gerçekten de U.N.C.L.E ve Star Trek ile başlayan medya fandom macerası ve beraberinde getirdiği şiirleri, şarkıları, hikâyeleri ve çizimleriyle tüm fan çalışmaları, fanların hikâye ve karakterlerle olan bağlarının bir dışavurumu olarak gözlemlenebilecek olgulardır. Star Trek fanları bu şekilde bilim-kurgu fandomuna özgü eleştirel tartışmaların ötesine geçerek, türe yaratıcı ruhlu bir yaklaşım getirmişler ve böylelikle günümüzde “devasa bir uluslararası olgu” haline gelmiş olan medya fandomunun da temellerini atmışlardır (Coppa, 2006: 44-45).

Star Trek serisinin yapımcısı Gene Roddenberry’nin fanart ve fanfiction içeriklerinin telif hakları kapsamında aştığı sınırları görmezden gelmeye karar vermesi Coppa’nın ifadesi ile medya fandomunun yeşermesinde büyük rol oynamıştır. Spocknalia, ST-Phile, T-Negative ve Warp Nine: A Star Trek Chronicle gibi fanzinler Trek kültürü olarak adlandırılan Star Trek ve medya fandom furçasının gelişmesinde etkili olmuştur. Bunlar ve takip eden diğer fan yayınları başta çeşitli türlerdeki fanfiction içerikleri olmak üzere fan etkinliklerinin başlangıç noktası olarak gösterilebilir (Coppa, 2006: 45).

Günümüzde de benzer şekilde yapımcıların göz ardı etmeyi tercih ettikleri fan içeriklerinin telif hakları boyutundaki konumu hassas dengeler üzerine kurulmuş olup fanlar ve yapımcılar arasındaki genellikle sözsüz bir anlaşma niteliğindedir. Dolayısıyla günümüzde fan içeriklerinin var olmasını kolaylaştıran ve fanlara yasal çekincemeler olmadan içerik üretme imkânı tanıyan bu düzenin temellerinin de yine aynı dönemde Star Trek ile atıldığı söylenebilir.

(örneğin bilim-kurgu bir eseri fastastik kurgu bir ortamda hikâyelendirmek gibi) fan kurgu/fanfiction türüdür.

Öte yandan dönemin profesyonel bilim kurgu dergilerini okuma kültürünü benimsemiş bilim kurgu fanları, ya da Coppa'nın ifadesi ile "gelenekçi fanlar", Star Trek dizisi ve fanlarını ciddiye almayarak, Star Trek'i "okumayanlar için bilim kurgu" olarak nitelendirmişlerdir. Coppa, bu tepkilerin aynı zamanda Star Trek fandomunun çoğunluğunu oluşturan kadın fanlara yönelik olduğunu belirterek, World Science Fiction kongresinde yıllık olarak verilen fan yapımı Hugo ödülünün – en iyi fan yazarlara verilmekteydi – 1974'te Star Trek fanfic yazarları olan Jacqueline Lichtenberg ve Laura Basta'ya verilmesinin bu düşmanlığı artırdığına dikkat çekmiştir (Coppa, 2006: 45).

Verba'ya göre ise bu durumun başlıca sebebi dönemin bazı bilim-kurgu fanlarının Star Trek'i ikinci sınıf bir bilim-kurgu dizisi olarak görmesi ve böyle bir dizi için fanların hikâye yazıyor olmasını garipsemeleri ya da Star Trek yüzünden orijinal bilim-kurgu yazarlarının arka plana atılacağından korkuyor olmalarıdır (Verba, 1996: 16, akt. Coppa, 2006: 46). Tüm bunların sonucunda bilim kurgu kongreleri tarafından dışlanmış hisseden Star Trek fanları 1972 itibariyle kendi kongrelerini düzenlemeye başlamışlar ve böylece Star Trek fanlığı olgusunu harekete geçirmişlerdir (Coppa, 2006: 46).

1960 ve 1975 yılları arasında bilim-kurgu fanları ile Star Trek fanları arasında oluşmaya başlayan bu ayrılığı akabinde Star Trek fandomunun içerisindeki, seriyi bilim-kurgu unsurları için sevenler ile karakter dinamikleri için sevenler arasındaki uyuşmazlıklar takip etmiştir (Verba, 1996, akt. Coppa, 2006: 46). Coppa, Verba'nın bu bağlamda yaptığı ayrımı tamamiyle doğru bulmayarak Star Trek fanlarının bilim-kurgudan ayrı düşünülemeyeceğini dile getirmiştir. Fakat sonrasında kendisinin de ifade ettiği gibi, Verba'nın bu yorumu aslında medya fandom ile Star Trek fandomunun birbirinden ayrıldığı noktaya dikkat çeker niteliktedir.

Bu bağlamda medya fandom ile beraber günümüz fan ve fandom kültürlerine bakıldığında karakter ve karakter ilişkileri/dinamikleri odaklı fanlığın ön planda olduğu göze çarpmaktadır. Gerek Verba'nın vurguladığı bu ayrım, gerekse dönemin gelenekçi bilim-kurgu fanlarının Star Trek'i ötekileştirmelerinin temelinde yatan sebepler ve genel itibariyle medya fandomun temellerini atan başlıca fan etkinlikleri arasında Star Trek fanlarının karakter ilişkilerini keşfettikleri fan ficlerin ön planda yer alması bu yargıyı desteklemektedir.

1972 yılından itibaren kendi kongrelerini düzenlemeye başlayan Star Trek fanları 1975 yılına girildiğinde artık bilinir bir fandom haline gelmiştir. Aynı yıl içerisinde Jacqueline Lichtenberg, Sondra Marshak ve Joan Winston'ın ortaklaşa kaleme aldığı Star Trek Lives! kitabının yayımlanmasının ise popüler kültür içerisinde edindikleri konumu daha da güçlendirdiği söylenebilir. Star Trek dizisi ile fandomu arasındaki ilişkiyi yeniden keşfetmeyi amaçlayan kitap, tüm kongreleri, fan kulüpleri ve fanzinleri ile Star Trek fandomunun ilk yıllarını ele almıştır. Star Trek Lives!, kendileri de birer Star Trek fanı olan birçok fan araştırmacısı tarafından “çığır açan bir çalışma” olarak nitelendirilmiştir (Coppa, 2006; Gross ve Altman, 2016). Coppa, özellikle kitabın “Do-It-Yourself Star Trek – Fan Fiction” başlıklı son bölümünün Star Trek fandomunun ötesinde gelişmekte olan medya fandomu üzerinde etkili bir rol oynadığını ileri sürmüştür (Coppa, 2006: 46). Hatta The Fanfiction Reader (2017: 17) başlıklı çalışmada kitabın fan çalışmaları alanında bir ilham kaynağı olduğunu belirterek Lichtenberg, Marchak ve Winston'ı “fan fiction çalışmalarının anneleri” olarak adlandırmıştır.

Coppa'nın da sıklıkla üzerinde durduğu gibi Star Trek medya anlatımına getirdiği yenilikçi bakış açısı ile özellikle kadın fanların ilgi odağı haline gelmiş ve yazdıkları özgün fan fiction eserler ile günümüz medya fandom ve fan kültürlerinin temellerinin atılmasında etkili olan bu kadın fanlar için Star Trek Lives! kendileri gibi daha fazla fana ulaşmalarında önemli bir basamak görevi görmüştür. Örneğin Star Trek Lives! ile benzer bir şekilde Harry Potter üzerine yazılmış olan Harry, A History (2008) kitabını değerlendiren bir okur ve blog yazarı olan Sue Bursztynski, Star Trek Lives! 'e atıfta bulunarak başka fanların ne tür etkinliklere imzalar attığından ilk defa bu kitap sayesinde haberdar olduğunu dile getirmiştir (Bursztynski, 2010).

Star Trek Lives!'in yazarları, Star Trek'in gerek kadın karakterleri için oluşturduğu potansiyel ilerici zemin, gerekse başta erkek karakterler için olmak üzere duygusallık ve psikolojik alt anlamlardan kaçınmaması gibi unsurlarla kadın fanların beğeni ve takdirini kazandığını ancak erkek fanların ise bunun tam tersine “birden bire sırta kadem bastıklarını” ileri sürmüşlerdir (Lichtenberg, Marshak ve Winston, 1975: 225 akt. Coppa, 2006: 46-47).

Coppa bu bağlamda bir parentez açarak Star Trek fandomu içerisinde görsel sanat içerikleri üreten, makaleler yazan ve kongreler düzenleyen birçok erkek fan olduğunu

belirtmekte, ancak Star Trek hikâyelerinin neredeyse tamamının kadınlar tarafından yazıldığına dikkat çekmektedir. Star Trek fanları için hazırlanan TREK dergisinde yayımlanmış fan makalelerinin yarısına yakını erkek fanlara ait olmakla beraber fan tarihçisi Mary Ellen Curtin'e göre 1970 yılında Star Trek yazarlarının yüzde 83'ü, 1973 yılında ise yüzde 90'ı kadın fanlardan oluşmaktadır (Coppa, 2006: 47).

Star Trek Lives! yazarlarının “yepyeni bir bilim kurgu türü” olarak nitelendirdiği ve kitap boyunca çeşitli eserlerden detaylı kesitlere yer verdikleri fan fiction olgusu kitabın çıkışını takip eden yıllarda büyük ilgi görmüş ve popüler bir fan etkinliği haline gelmiştir (Coppa, 2006: 48). Verba'nın da ifade ettiği gibi “binlerce fan böyle bir etkinlikten ve kendilerinin de buna dahil olabileceğinden” ilk kez Star Trek Lives! sayesinde haberdar olmuşlardır (Verba, 1996: xviii).

Bu fan yazılarının içeriklerine bakıldığında ise özellikle karakter ilişkileri ve dinamiklerine ya da slash¹³ kurgu hikâyelere odaklanıldığı göze çarpmaktadır. Daha önce de belirttiğimiz gibi geleneksel Star Trek fanları ile sonradan medya fandomunun çekirdeğini oluşturan Star Trek fanlarının birbirlerinden ayrıldığı başlıca nokta bu karakter odaklı fanlık anlayışı idi. Dolayısıyla hatırı sayılır bir kısmını Star Trek fanlarının oluşturduğu medya fandomu içerisinde, karakterler ve karakter dinamikleri üzerine odaklanan bu tür fanların betimleyici bir rol oynadıkları söylenebilir (Coppa, 2006: 48).

1970'lerin sonlarına doğru bazı Star Trek fanların kendilerini medya fanları olarak tanımlamaya başlamalarına önayak olan Starsky and Hutch (1975-1979) ve onun İngiliz versiyonu sayılabilecek The Professionals (1977-1983) dizileri medya fandom için önemli iki gelişme olarak karşımıza çıkmaktadır. Her iki dizi için de Coppa, “dostluk dizileri” tabirini kullanmakta ve hikâyelere karakter ilişkileri merceğinden bakan fanlara yaratıcı çalışmalarını devam ettirebilecekleri Star Trek'e benzer bir zemin hazırlamış olduklarına dikkat çekmektedir. Coppa, dizilerin bu ortak yanlarına vurgu yapmış ve Star Trek mi yoksa The Man From U.N.C.L.E. mi medya fandomuna öncülük etmiştir

¹³ Karakterler arasında romantik veya cinsel içerikli homoseksüel ilişkiler üzerine yazılan fan kurguları. Karakterler arası genel ilişkiler normalde “&” işareti ile ifade edilirken, romantik ilişkilerin “/” işareti ile ifade edilmesi sebebiyle “slash” kurgu şeklinde adlandırılmıştır.

tartışmasına yeni bir yorum getirerek benzer temaları ilk olarak ele alması sebebiyle U.N.C.L.E. dizisinin medya fandomunun ilk örneğini teşkil ettiği görüşünü de desteklemiştir. Çünkü genel olarak bakıldığında Star Trek, U.N.C.L.E., Starsky and Hutch ve The Professionals dizilerinin göze çarpan en ortak yönleri karakterler arası bağları ön plana çıkarışları ya da bu bağlamda potansiyel dinamikler paylaşabilecek karakter tiplerine sahip olmalarıdır (Coppa, 2006: 48-49).

Medya fandomunu besleyen bu dostluk dizilerini bilim-kurgu türünde Star Trek'in ardından 1977 yapımı Star Wars takip etmiştir. Uzun süren bir bilim-kurgu yokluğu yaşamış olan fanlar tarafından büyük ilgi gören filmin gişe rekorları kırmmasının ardından, yapımcılar bu bilim-kurgu furiasını sermayeye çevirmek için kolları sıvamış ve Battlestar Galactica, Blake's 7, Buck Rogers in the 25th Century, The Black Hole, Battle Beyond the Stars ve Flash Gordon gibi dizi ve filmler seyirciler ile buluşmuştur. Star Wars'un bilim-kurgu türüne yönelik olarak tetiklediği bu büyük ilgi, 1979 yılında Star Trek: The Motion Picture filmini beraberinde getirmiş ve böylelikle Star Trek fanlarının uzun süren hasreti de sona ermiştir (Coppa, 2006: 49-50).

Star Wars'un elde ettiği popülerite bazı Star Trek fanları tarafından hoşnutsuzlukla karşılanmış olsa da – bazı fanlar Star Trek fandomunu yeni bir medya trendi olarak nitelendirdikleri Star Wars için terk edenlere deyim yerindeyse gücendiklerini dile getirmişlerdir – bu iki eserin beraberinde getirdiği çeşitli medya hikâye anlatıları sayesinde 1970'lerin sonuna doğru yeni ve özgün bir altkültür olarak medya fandomu tam anlamıyla oluşmaya başlamıştır. Bu bağlamda etkili olan kilit gelişmelerden bir diğeri ise Lori Chapek-Carleton ve Gordon Carleton tarafından düzenlenen ve günümüzde hâlâ daha toplanmaya devam eden MediaWest*Con'un ilk örneği T'Con kongresi olmuştur (Coppa, 2006: 50). Star Trek fandomunun bünyesinden türeyen medya içerikleri çevresinde düzenlenmiş ilk kongre olan MediaWest'in web sitelerinde belirttikleri kuruluş hikâyeleri ve felsefeleri medya fandomunun başlangıcına ışık tutar niteliktedir:

“Büyük bir isyan dönemi. Bazı bilim kurgu fanları ve kongrelerinin hor görerek “Trekkies” diye alaya aldığı Star Trek fandomu kendi yolunu çizmeye karar vermiş ve kendi kongrelerini düzenleyerek, kendi fanzinlerini yayımlayarak büyümüş, özgün bir fandom haline gelmişti.

Star Wars kendine has bir fandom edinmeye başladığında bazı Star Trek fanları bu ani gelişmeden rahatsız olmuş ve Star Wars fanlarına tıpkı onlara yapıldığı gibi kötü

davranmaya başlamışlardı. Öte yandan bazı diğer fanlar ise değişik ilgi alanlarına da yer verilebileceğini düşünmekteydi. Böylelikle Medya Fandomu doğmuş oldu.

Fandoma karışmaları tam da bu döneme denk gelen Lori Chapek-Charleton ve Gordon Charleton, beraber T’Kultian Press’i kurdu ve Warped Space gibi fanzinlerin yayımcıları olarak bilinir kimseler haline geldiler.

Bilim-Kurgu ve Medya’ya yönelik giderek artan ilgiye rağmen, konuşmacı ücretlerinin ve kâr amaçlı yapılan kongreler arası rekabetin artmasıyla (bu dolayısıyla yine konuşmacı ücretlerinin artmasına neden oldu) fanlar bünyesinde düzenlenen kongreler 1970’lerin sonuna gelindiğinde azalmaya başlamıştı. Bir şey yapılması gerekiyordu... Biz de yaptık.

Kwest*Con’un kıdemli isimleri Paula Smith ve Sharon Ferraro’nun gözetiminde yeni bir format tasarlandı: ücretli konuklar olmadan, fanlar tarafından yine fanlar için düzenlenmiş bir Bilim-Kurgu/Medya kongresi. Hemen hemen hiç Basın izlencesinin olmadığı kongrelerde fanların salonlar ya da buldukları herhangi bir yerde bir araya gelerek kendi tartışma ortamlarını, çalışma atölyelerini vs. oluşturmaları daha önce gözlemlediğimiz bir şeydi. Ancak profesyonel yazar, aktör vb. şahısların efsunları olmadan böyle büyük bir kongreye ilgi ve destek olup olmayacağı ise bir muammaydı.

Oldu, ve olmaya da devam ediyor.” (A brief history of MediaWest*Con: Part 1: A New Hope, 2019)

Medya fandomu Star Trek ve Star Wars gibi öncüleri takip eden birçok bilim-kurgu ve fantastik türlerdeki film ve diziler sayesinde büyüyüp genişlemiş, şemsiyesi altına aldığı her yeni fandom ile beraber medya temalı kongreler ve diğer fan aktiviteleri de günümüze kadar çeşitlenip artmaya devam etmiştir. 1980lerde seyirciler ile buluşan Star Wars sonrası filmlerin kaliteleri de medya fanlarının gösterdiği ilgiyle orantılı olarak kayda değer bir şekilde artmıştır. The Empire Strikes Back, The Return of the Jedi, Star Trek II: The Wrath of Khan ve Star Trek III: The Search for Spock gibi Star Wars ve Star Trek devam filmleri de dahil olmak üzere, Raiders of the Lost Ark, Poltergeist, Blade Runner, Indiana Jones and the Temple of Doom gibi birçok film, medya fandomunun bugün bildiğimiz devasa olgu haline gelmesinde büyük rol oynamıştır. Bu Amerikan yapımı filmleri daha sonrasında İngiliz medya içerikleri takip etmiş ve Doctor Who, Fawlty Towers ve Blackadder gibi seriler Amerikan izleyiciler arasında popülerlik elde etmiştir.

Bunlardan özellikle Doctor Who günümüzde de hâlâ tutkulu fanlardan oluşan bir kült takipçi kitlesine sahiptir. Bu şekilde çeşitlenen medya içerikleri doğrultusunda dallanıp budaklanan medya fandomu, daha kompleks anlatı ve karakter arcları içeren Amerikan dizilerinin de ortaya çıkmasıyla artık bilim-kurgu fanlarının non-genre olarak nitelendirdiği farklı türlerde eserleri de bünyesinde barındırır hale gelmiştir. Coppa'nın özel çevresindeki kıdemli bir fan olan Jessica Ross'tan aktardığı üzere, bu durum bir non-genre fandomunun baş göstermesine ve böylelikle fan fiction yazarlarının da televizyona bakış açılarını değiştirmesiyle “her şeyin zinlenebilir hale gelmesine” önayak olmuştur (Coppa, 2006: 51).

1.4.2. Fandomun İnternet Sahnesine Taşınması

1980'lerin sonuna gelindiğinde artık hem doğrudan fandom olgusu hem de medya fandomu için yeni bir devrin kapıları aralanmıştır. İnternet kullanımının yaygınlaşması ile fan etkileşimleri, basılı fanzinlerden Usenet grupları ve bülten tahtalarına taşınmış ve her türden fandom fiziksel konumların kısıtlaması olmadan bir araya gelme imkânı bulmuştur. (Coppa, 2006: 53) Aynı zamanda fanların çevrimiçi kazandıkları yeni kimlikleri geleneksel fan kültürüne aykırı düşer hale gelmiş, yüz yüze iken kabul gören davranış ve kuralların göz ardı edilmesi ya da bunlardan tamamıyla haberdar olunmaması gibi sorunlar fan toplulukları içinde sürtüşmeler yaşanmasına neden olmuştur. Fakat bu olumsuzluklara rağmen fanların kendileri gibi başka insanlara ulaşabilmeleri, birbirleriyle fan içeriklerini paylaşabilmeleri kolaylaşmış, daha önce genel geçer fandomlar arasında yer almayan ve özgün kültürlere sahip küçük fandomlar da ön plana çıkma imkânı bulmuştur (Hellekson, 2015: 158).

1990'ların ortalarında dönemin teknolojik gelişmelerini yakından takip eden fanlar The Forever Knight fandomuyla başlayarak artık e-posta listeleri oluşturmaya ve hatta fan fiction gibi içeriklerini arşivleyebilmek için yazılımlar yazmaya başlamışlardır. Bu dönemde e-posta listeleri ancak belli yazılımlarla mümkün olduğundan genellikle bu yazılımlara sahip üniversitelerin sunucularına erişimi olan fanlar tarafından oluşturulmuşlardır. Dolayısıyla internetin günümüzdeki gibi sürekli olarak el altında bulunan bir araç olmadığı göz önünde bulundurulduğunda fanların yeni teknolojileri edinmek noktasında hep ön planda yer aldığı dikkat çekmektedir. Bugün de olduğu gibi fandom ortamlarının kontrol ve devamlılığını sağlayan moderatörler, arşivciler ya da web

yöneticileri vb. yetkin fanlar başta olmak üzere, fanlar her zaman teknolojiyi en verimli şekilde kullanabilmek için teknolojik gelişmeleri yakından takip etmiş, gerektiğinde fandom etkinliklerine ve bunları paylaşma arzularına verdikleri önem doğrultusunda yazılım yazma gibi beceriler bile edinmekten kaçınmamışlardır. Bugün medya fandomunun olduğu konuma gelmesinde bu niteliklere sahip özellikle “iyi eğitilmiş ve bilim odaklı kadınlar” etkili olmuştur (Coppa, 2006: 53-54).

Coppa’nın tabiriyle fandomun modernleşmesi 1990’ların başlarına denk gelmektedir ve yine bu dönemde fandomlar çeşitlenmeye, sayıları artmaya başlamıştır. Quantum Leap, Highlander, The X-Files ve Babylon 5 bu fandomlardan sadece birkaçıdır ve her biri özel olarak oluşturdukları e-posta listelerine sahip olmuştur. Daha organize olan fandomlar biri fan fiction dağıtımı için biri de genel tartışmalar için olmak üzere iki ayrı liste ile de çalışmıştır. İnternetin gelişmesi ve erişiminin kolaylaşması ile ise bu listeler daha da çeşitlenmiş ve OneList, eGroups ve Yahoo.com grupları ile isteyen herkes tarafından oluşturulabilir hale gelmiştir. Yine Coppa’nın ifadesiyle fandomun postmodern dönemi bu şekilde başlamıştır (Coppa, 2006: 54).

1990ların sonu ise artık internet sayesinde medya fandom iyice büyümüştür. Eskiden fanlar genellikle tanıdıkları diğer fanlar aracılığı ile fandoma katılabilir ve kongreler üzerinden iletişim ve etkileşimlerini devam ettirebilirken artık insanların sevdikleri medya içeriklerine sadece bir tık uzakta olduğu bir dönem başlamıştır. Google sayesinde içeriklere, e posta listeleri ve fan fiction gibi fandom etkinliklerine isteyen herkes ulaşabilir hale gelmiştir. Ancak bu dönemin öne çıkan en önemli özelliğinin, medya fandomunun diğer tür fandomlar ile buluşmasına tanıklık ettiği söylenebilir. Çizgi roman fandomları, ünlü fandomları, müzik ve anime fandomlarının medya fandom üzerinde büyük bir etkisi olmuştur. Coppa bu fandomların medya fandomundan ayrı olarak kendilerine has bir tarihçelerinin olduğuna dikkat çekerek özellikle çizgi roman fandomunu bilim kurgu fandomunun bir dalı olarak nitelendirmektedir. 1930’larda çizgi roman türünün ortaya çıkmasına dayanan bir tarihi olan çizgi roman fandomu için Coppa’nın alıntılacağı Gerard Jones, geek kültürüne tabi çizgi roman ve video oyunu fandomları gibi tüm fandomların ya doğrudan bilim-kurgu fandomu bünyesinden türediklerini ya da bilim-kurgu fandomu sayesinde şekillendiğini ileri sürmektedir (Jones, 2013: 37 akt. Coppa: 2006: 55). Bu bağlamda Coppa örnek olarak Superman evreninin yaratıcısı Jerry Siegal’ın ilk zamanlarında bilim-kurgu fandomunun bir parçası olmasını

ve Cosmic Stories adıyla ilk bilim-kurgu fanzininin yaratıcısı sayılabileceğini göstermiştir (Coppa, 2006: 55).

Ünlü fandomu ise tiyatro seyircilerinin oyunculara duydukları hayranlıktan türemiş olup fan kavramı da ilk kez bu hayranları betimlemek için kullanılmıştır (Jenkins, 1992: 12). Fakat bilim-kurgu ve çizgi roman gibi fandomların aksine hem ünlü fanlığı hem de müzik fanlığı genel olarak toplum tarafından eskiden beri çok daha doğal karşılanan iki olgu olarak karşımıza çıkmıştır. Dolayısıyla çeşitli dergi, TV programları vb. boyutlarda hep reklam sahalarına sahip olmuş bu fandomlar için Coppa, “organize bir altkültür varlığından” söz edilemeyeceğini vurgulamaktadır.

“Müzik ve ünlü fanları anaakım kültüre fazlasıyla yakın olmuşlardır. Dolayısıyla Star Trek fanlarına ya da Buffy the Vampire Slayer fan fiction yazarlarına hep yan gözle bakmış olan anaakım kültürün gözünde bir grup veya şarkıcıya bağlılık ya da bir ünlüye açıktan sevdalılık çok daha kabul edilebilir bir olgu olmuştur her zaman. Müzik fanları da genel olarak tutkularını açıklamak veya eğlence tercihlerini savunmak için kongrelere katılma ya da ‘fanlık’ kimlikleri ile özdeşleşme ihtiyacı duymamıştır.” (Coppa, 2006: 56)

Çizgi roman, bilim-kurgu, video oyunları ve anaakım kültürün hep bir parçası olmuş olan müzik ve ünlü fandomlarının yanı sıra bir de anime ve manga fandomlarından söz edilebilir. Japonya’da halihazırda köklü bir fandoma sahip olan bu iki medyumun medya fanları arasında ses getirmelerinin önündeki tek engel içeriklere ve çevirilerine ulaşmanın zorluğu olmuştur. Bu bağlamda Coppa, çevrimiçi iletişimde anime ve manga fanlarının çok daha erken davrandığını vurgulayarak bahsi geçen dil ve mesafe engellerini bu duruma bir gerekçe olarak göstermektedir. 2005’te yayınlanan bir fanzinde “A history of fan fic” başlıklı yazısında Hale, anime fandomunun çevrimiçi altyapısını 1991 yılında – bu yıl aynı zamanda ilk anime ve manga kongrelerinden AnimeCon’un çıkış noktasıdır – kurduğunu ileri sürmüştür (Hale, 2005: 32 akt. Coppa: 2006: 56). İnternetin gelişmesi, tarayıcılar, dijital video ve dosya paylaşımı teknolojilerinin yaygınlaşması batılı anime/manga fanlarının bu içeriklere ulaşımını da hiç olmadığı kadar kolaylaştırmıştır. Nihayetinde daha büyük kitlelere erişim sağlayan internet aracılığı ile tanışma imkânı bulan tüm bu fandomlar birbirlerine etkilemeye, birbirlerinin fandomlarına ilgi duymaya başlamış ve böylelikle fandom içi etkinlikler evrensellik kazanır hale gelmiştir. Örneğin medya fandomu içerisinde popüler olan slash kurgu, ünlü fandomu tarafından pop star

nller zerine yazılan “cinsiyet kimliği ve benliğin diğer edimlerine yönelik bir metafor olarak ünlü kültürünü keşfetmek isteyen” ‘popslash’ hikâyelere uyarlanmıştır (Coppa, 2006: 56).

Fandomlar arası bu kaynaşma özgün fan terimlerinin, fan içerik ve etkinliklerinin fandomdan fandoma çeşitlenen uyarlamalarını ve diller arası değişen çevirilerini beraberinde getirmiştir. Nihayetinde fanlık olgusu ilk ortaya çıktığı dönemde olduğundan çok daha farklı bir şekle bürünmüştür (Coppa, 2006: 57). 2000’li yıllara gelindiğinde artık medya fandom Star Trek ile başlayan macerasında sayısız ye edinmiş, etkinlik ve içerikleri ise çok daha büyük bir boyuta taşınmıştır. 1998 yılında kurulan FanFiction.net bu yıllarda sadece 200.000’i Harry Potter için olmak üzere yüzbinlerce fan hikyesine ev sahipliği yapmaktaydı (Coppa, 2006: 57). 2022 itibariyle bu sayı sadece Harry Potter için 800.000’in üzerine çıkmış olup film kategorisinde 58.000 ile Star Wars, dizilerde 127.000 ile Supernatural, izgi romanda 45.000 ile Avatar: The Last Airbender, oyunlarda 100.000 ile Pokemon ve anime ve manga kategorisinde 430.000 ile Naruto fan fiction hikâyeler başı çekmektedir (FanFiction, alındığı tarih 2022 Aralık). Öte yandan 2007 yılında kâr amacı gütmeyen bir örgüt olan The Organization for Transformative Works (OTW) tarafından Archive of Our Own (AO3) adlı yeni bir fan fiction konaklama sitesi daha kurulmuştur. AO3’n fandom kültürü bünyesinde ayırt edici başlıca özelliği fanları ve eserlerini yasal açıdan korumaya yönelik olan politikaları olmuştur. Herkese her zaman üyelik izni vermeyen ve davet usulüyle işleyen web sitesinin sahiplerinin hakkımızda sayfalarındaki misyon ve vizyonları şu şekilde açıklanmaktadır (About the OTW, 2022):

“The Organization for Transformative Works (OTW), fan eserleri ve fan kültürünün sayısız biçimine erişim sağlamak ve bu eserlerin tarihini korumak suretiyle fanların çıkarlarına hizmet eden, kâr amacı gütmeyen bir örgüt olarak 2007 yılında fanlar tarafından kurulmuştur. Biz fan eserlerinin dönüştürücü olduğuna ve dönüştürücü eserlerin ise meşru olduğuna inanmaktayız.

Çalışmalarımızı ticari sömürü ve yasal zorluklara karşı korumak ve savunmak hususunda tedbirli ve yenilikiyiz. Tüm fanlar için fan etkinliklerine mümkün olan en kapsamlı erişimi sağlarken, fan arkadaşlarımızı, çalışmalarımızı, yorumumuzu, tarihimizi ve kimliğimizi koruyup besleyerek fan ekonomimizi, değerlerimizi ve yaratıcı ifademizi muhafaza etmekteyiz.

The Archive of Our Own, açık kaynak arşivleme yazılımı kullanan fan çalışmaları için ticari olmayan ve kâr amacı gütmeyen merkezi bir barındırma ortamı sunmaktadır.”

2000’li yılların başında değişen fandom altyapısı, son yirmi yıl boyunca çeşitli değişimlere uğramış ve uğramaya da devam etmektedir. 2000’lere gelindiğinde e-posta listelerinin yerine tercih edilmeye başlayan kişiselleştirilmiş bloglar günümüzde yerini çoğunlukla sosyal medya platformlarına bırakmıştır. Fanların ilgi duydukları fandomlara ulaşmasını kolaylaştıran ve zamanında fandomların sıklıkla kullandığı bir platform olan LiveJournal.com, bugünkü sosyal medya sitelerinin kullandığı etiket ve grup oluşturma sistemleri sayesinde özgünlüğünü yitirmiştir. Coppa’nın bu dönem için dile getirdiği, “insanlar fan ilgi alanlarından şaşırtıcı hızlarla geçip gitmekte,” yorumu bugün daha önce hiç olmadığı kadar doğru bir ifadedir. Aynı zamanda yine bu dönem ile başlamış olup, fandom içi etkinliklerde ve iletişimde cinsiyet gibi unsurların yeri – muhtemelen internetin beraberinde getirdiği sanal yaklaşım ve mahremiyet etmenlerinin de etkisiyle – yok denecek kadar azalmış vaziyettedir (Coppa, 2006: 57).

Fandom içerisinde değer gören etkinliklerden biri olan fan art gibi görsel sanat çalışmaları 2000 sonrası ciddi boyutlarda gelişen görüntü işleme yazılımları sayesinde bambaşka seviyelere taşınmıştır (Coppa, 2006: 58). Bu bağlamda internetin sanatçılara sağladığı görünürlük de oldukça önemli bir detaydır. DeviantArt.com ve 4chan gibi resim ve çizimlerin paylaşılabilceği sitelerin ortaya çıkmasının ardından gelişen benzer platformlar (Hellekson: 2015: 159), kariyerlerine fan art ile başlayan birçok sanatçıya çevrimiçi görünürlük ve iş imkânları sunmaya başlamıştır. Dolayısıyla birçok sanatçı için fan art’ın, özellikle büyük fandomlar boyutunda elde edebilecekleri görünürlük doğrultusunda bir kazanç kapısı haline geldiği söylenebilir.

1.4.3. Medya Fandomu İfadesinin Güncel Kullanımı

Tüm bu bilgiler doğrultusunda, bugün çeşitli fan alt-kültürlerinin oluşturduğu fan ve fandom kültürünün ve genelinde fandom olgusunun, ana-akım edebiyat, sinema veya daha güncel bir tabiriyle ana-akım medyaya sıklıkla ters düşen, bilim-kurgu ve medya fanlarının da sergilediği, metne sıra dışı tutumlar ile yaklaşan bir aklın ürünü olduğu söylenebilir. Hellekson’a göre okur/izleyicideki bu davranış desenini tetikleyen şey, gerçekt dışılık ve başka-dünyadanlık gibi bilim-kurgu, fantastik veya doğaüstü metinlere

özgü belli başlı bazı unsurların insana çekici gelmesidir. Dolayısıyla Hellekson, büyük fandomların bu metin türleri etrafında şekillenmeye eğilimli olduğuna dikkat çekmiştir. Bu bağlamda özellikle bilim-kurgu ve fantastik metinlerin “kültist,” bir diğer deyişle aşırıya kaçan davranış oluşumlarını beraberinde getirmesinin ana-akım olana ters gitmelerinin doğrudan bir ürünü olduğuna da ayriyeten değinmektedir. Bu metinlerin gerçeğe aykırı durumlara, karakterlere ve dünya-kurgularına¹⁴ yönelik olan özgün içerikleri, ana-akım medyaya kıyasla okur/izleyiciden daha fazla ilgi ve alaka görmelerinde etkili olabilmektedir. (Hellekson, 2015: 160). Dolayısıyla fan ve fandom kültürlerinin temel özelliklerinden olan metin ile yoğun etkileşim ve bunun doğrudan ürünü olan tüm fan etkinliklerinin bilim-kurgu kitapları ve filmleri ya da Holmes gibi polisiye romanları kapsamında ortaya çıkmış olması şaşırtıcı değildir.

Bilim-kurgu edebiyatı fanlarını bilim-kurgu medya fanları takip etmiş, bu fanlar öncülüğünde ise medya fandom inşa edilmiştir. Gelişen teknolojiler, internet aracılığıyla insan yaşantısının birçok yönünün sanal ortama taşınması ve bununla gelen küreselleşme, fanları ve fandomlarını küçük bir dikdörtgen içerisinde bir araya getirmiştir. Böylelikle medya fandomu farklı fandomlar ile iç içe geçerek genişlemiş ve artık topyekûn popüler medya kavramı içerisinde yer alan her türden yaratıcı içeriği ve fanlarını kapsar hale gelmiştir. Bugün sadece bilim-kurgu ve fantastik kurgu türleri değil, fandomların etkileşimlerinin doğrudan bir sonucu olarak diziler, filmler, kitaplar, anime ve mangalar başta olmak üzere animasyon ve çizgi romanlar veya oyunlar gibi içeriklerin çevresinde oluşan fandomların hepsi medya fandomunun bir ayağı haline gelmiştir. Tüm bu fandom çeşitleri, bilim-kurgu medya fanları tarafından ileri sürülen kültürel yapıyı benimsediklerinden ve yine bu yapıdan beslendiklerinden, şemsiye bir tabir olarak medya fandomu kapsamında anılır olmuşlardır. Bunun yanı sıra, fandom ve fan terimlerinin kolay kolay tanımlanamayan doğası, kişiden kişiye değişen anlamları, medya fandom teriminin de sınırlarını bulanıklaştırmıştır (Media Fandom, 2022).

Bu bağlamda çevrimiçi fandom tarihi boyunca terimin doğru kullanımına dair tartışmalar ve farklı görüşlere rastlamak mümkündür. Çünkü genel olarak batılı TV dizileri ve filmlere yönelik olarak ilk olarak bilim-kurgu fanlarını ifade etmek için ortaya çıkmış

¹⁴ <https://en.wikipedia.org/wiki/Worldbuilding> E.T. 27/012023

olması nedeniyle kimi fanlar ‘medya’ terimini bu içerikler dışındaki kitap, anime/manga vb. medyumlara atfetmekten çekinmişlerdir. Bu tartışmalara yönelik değişen görüşler mevcuttur:

“...Ben bu terimi ilk OTW belgelerinden öğrenmiştim. O gün olduğu gibi şu anda da kendimi bu terim ile tanımlamıyorum. Konu dışı düşünüldüğünde çok saçma geliyor: Televizyon ve filmler nasıl “medya” oluyor da kitaplar, çizgi romanlar ve diğer şeyler olamıyor? Bir ülkenin TV dizileri nasıl bir başkasından daha çok veya daha az “medya” olabiliyor... Fandom değişir. Terminoloji de onunla birlikte değişir. Bence ‘medya fandom’ terimini, hangi medyadan olurlarsa olsunlar, mevcut çevrimiçi fandomlara çok geniş bir şekilde uygulamak aptalca, ama terimin var olmasının kötü bir yanı yok. Fakat öte yandan ‘medya fandomu’ terimini ‘anime fandomunun’ batılı karşıtı olarak kullanmak son derece yanlış bir şey. Ben arada sırada anime fandomunda da yer almaktayım. Medya fandomu üzerine bir sözlü tarih projesi yapıyorum. Şu anda ABD medyası için çeşitli fandomlara da dahilim. Bunların hepsi arasında örtüşme var, ancak hiçbirisi aynı değil.” (franzaska, 2012)

Medya fandom terimini, medyumların ve fanlarının değişken yapısı dolayısıyla benimsemeyen bu görüşteki fanların yanı sıra, bunu sadece RPF fandomu, yani gerçek insanlar üzerine fan çalışmaları üretenleri kapsayacak şekilde tanımlayan fanlar da bulunmaktadır. Öte yandan anime/manga fandomunun batıdaki karşılığı olarak medya fandomu teriminin kullanıldığı bir dönem de olmuştur (Media Fandom, 2022). Fakat franzaska isimli fanın da dikkat çektiği gibi, dizi ve filmleri medya fandomu kapsamında kabul edip kitap vb. diğer yazılı içerikleri bunun dışında saymak yanlış bir yaklaşımdır. Bu bağlamda Hellekson’ın bilim-kurgu edebiyatı fandomuna dair yorumu tamamlayıcı sayılabilir. Bilim-kurgu edebiyatı fanları içerisinde türeyen bilim-kurgu medya fandomu ve akabinde çeşitli türleri içinde barındırmasıyla daha geniş bir kitleyi ve etkinliklerini tanımlar hale gelen medya fandomu, Harry Potter ve Yüzüklerin Efendisi gibi kitaptan beyaz perdeye aktarılmış eserleri de içermektedir. Hatta Hellekson’ın da ifade ettiği gibi dizi veya film boyutunda uyarlanan eserlerin bir popülerite patlaması yaşaması oldukça sık rastlanan bir durumdur. Buna paralel olarak fan etkinlikleri de artış ve çeşitlilik göstermektedir (Hellekson, 2015: 159).

Hellekson’ın bu tespiti aynı zamanda anime ve manga fandomları için de geçerlidir. Anime endüstrisi genel itibarıyla özellikle mangalardan beslenen ve bu içeriklerden

yapılan uyarlamalara sıkça rastlanılan bir pazardır. Anime ve manga fandomları arasında, anime uyarlaması yapılan mangaların popülaritesinin ve satışlarının artması kabul gören bir olgudur. Bu durumun çeşitli nedenleri olabilmekle beraber, dizi ve film türünden televizyon içeriklerinin anaakım kültürde daha çok rağbet görmesi olgusuna bağlı olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Dolayısıyla televizyon ve sinema içeriklerinin yazılı medyumlardan – bu bağlamda aynı zamanda oyunların beyaz perdeye uyarlamalarından da söz edilebilir¹⁵ – yoğun bir şekilde beslendiği bilindiğinden, dizi ve film dışı içeriklerin medya fandomuna dahil edilmemesi mantığa aykırı olacaktır.

Özet olarak medya fandomuna dair karşıt görüşlerin hemfikir olduğu bir nokta varsa, o da medyumları fark etmeksizin, bilim-kurgu medya fandomunun ortaya attığı fan kültürünü benimsemiş olan her türden fan topluluğunu kapsar genel bir ifade şekli olduğudur. Dolayısıyla bu çalışmada incelenecek olan fandomlar, çeviriye olan bağımlılıklarına orantılı olarak ele alınmak şartıyla, medya fandomu kapsamında kabul edilmiştir.

1.5. Medya Fandomu Kapsamında Ön Plana Çıkan İçerik Türleri

Bu başlık altında fan çevirilerinin etkinlik alanı dahilinde yer alan çeşitli medya içerik türleri fandom olgusu çerçevesinde ele alınacaktır. Fan çevirileri bağlamında bu içerik türü incelemelerinin ortak yanlarına ve fan kültürü bünyesinde kesiştikleri noktalara ışık tutmak istenmektedir.

1.5.1. Anime ve Mangalar

Çeşitli fandomların internet aracılığı ile buluşma imkânı elde edişinin ardından gerçekleşen fan kültürlerinin medya fandomu izinde örtüşmesi, özellikle anime ve manga fandomunun ön plana çıkmasını sağlamıştır. ABD merkezli olarak gelişen bilim-kurgu medya fandomunun, çizgi roman fandomu ile halihazırda var olan benzerlikleri göz önünde bulundurulduğunda, japon çizgi romanları olan manga medyumunun bu fanların ilgisini çekmesi şaşırtıcı bir durum değildir.

Bu bağlamda anime ve mangaların medya fandomu ve fan kültürleri kapsamındaki konumu incelenmeden önce, başta animelerin ilham kaynağı olarak ileri çıkan mangalar

¹⁵ https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_films_based_on_video_games E.T. 14/02/2023

olmak üzere anime ve manga medyumlarının gelişim hikâyesinden bahsetmek, bunların fandom kavramı içerisinde oynadıkları rolün anlaşılmasında faydalı bir ilk adım olacaktır.

1.5.1.1. Anime ve Manganın Tarihsel Gelişimi

Çizgi roman sanatı, ya da Will Eisner (1990: 5) tarafından ileri sürülen bir ifade olarak ardışık sanat, çizgi romanlar başta olmak üzere grafik hikâye anlatıcılığı maksadıyla kullanılan bir sanat tarzıdır. Japon çizgi romanları olarak bilinen mangalar da bu şekilde ardışık sanat tarzı ile oluşturulmuş hikâyeler olarak karşımıza çıkmaktadır. Japonya’da ardışık sanat içeriklerinin – manga olarak adlandırılmalarından çok daha önce - 12. yüzyılda Budist rahipler tarafından parşömen tomarlarına çizilen resimlere dayandığı bilinmektedir. Bu sanatsal içerikler arasında ön plana çıkan ve en iyi bilineni ise Choku Giga, ya da “hayvan tomarları” isimli, hayvanları gülünç durumlarda resmeden parşömen tomarıdır (Schodt, 1996: 22). Bir sanat içeriği olarak mangaların temellerinin, dönemin dini hiyerarşilerinin eleştirildiği bu tarz ardışık sanat örneği tomarlar ile atıldığı kabul edilmektedir. Genellikle toplumda makam sahibi kimselerin tekelinde olan ve dini temalar içeren bu çizimler, 17. yüzyılın ortalarına gelindiğinde halk arasında yaygınlaşmaya ve modern mangalarda da hâlâ sıklıkla rastlanılan iblisler ve savaşçı kadınlar gibi içeriklere yer vermeye başlamıştır. Böylelikle bir halk sanatı haline gelen ardışık sanat içerikleri, ilk olarak Otsu şehrinde yaygınlaşmış olması sebebiyle Otsu-e olarak adlandırılmıştır (Brenner, 2007: 1 – 2).

17. ve 19. yüzyıllar arasına denk gelen Tokugawa Dönemi boyunca, otsu-e sanatının ardından, tahta basma kalıpları ile gerçekleştirilen ve genellikle zevk ve eğlence amaçlı ziyaret edilen bir şehir olan Yoshiwara’yı betimleyen “yüzen dünyanın resimleri” anlamındaki ukiyo-e sanat içerikleri ön plana çıkmıştır. Modern mangaya şekil veren birçok sanatsal geleneğin kökenleri, bu dönemin ukiyo-e içeriklerine dayanmaktadır. Öyle ki manga teriminin, kendisi de bir tahta sanatçısı olan Büyük Dalga tablosunun yaratıcısı Hokusai Katsushika tarafından ileri sürüldüğü kabul görmektedir. Sanatçı, “Tuhaf resimler” anlamına gelen manga terimini ise insanların ve değişik manzaraların çizimlerinden oluşan eserlerini topladığı bir derlemenin ismi olarak kullanmıştır. Takip eden yıllarda bu derlemeden de esinlenerek gelişmeye devam eden ardışık sanat, Japonya’nın kapılarının batıya açılmasıyla yeni bir boyuta taşınmıştır. (Brenner, 2007: 2 – 3)

Her yönden batılı kültür ve geleneklerin istilasına maruz kalan Japonya’da bu durum, sanatsal çalışmalarda direniş ruhunu yansıtan samuraylar ve benzeri sembollerin ön plana çıkmasına neden olmuş, ve batılı sanat geleneklerinden de etkilenmeleri ile yine bu bağlamda hükümeti ve batılı istilacıları eleştiren siyasi karikatürler gün yüzüne çıkmıştır (Brenner, 2007: 4). Modern mangaların son halini almasında ise yine batılı bir gazetenin çizgi roman sayfalarında yayımlanmış Bringing Up Father gibi eserler etkili olmuştur (Schodt, 1996: 22).

Japon sanatçılar esinlendikleri batılı tarzlara zamanla kendi tarz ve geleneklerini işleyerek iki tarzın da bir karışımı olan yeni içerikler yaratmaya başlamışlardır. Bu düzlemde gelişen Japon çizgi roman ve karikatürleri 20. yüzyıla gelindiğinde başta günümüz manga dergilerinin de esin kaynağı sayılabilecek Shonen Klübü olmak üzere kız ve erkek çocuklara hitap eden dergiler bünyesinde popülerleşmeye başlamıştır. Shonen Klübü ve bu formattaki diğer dergiler erkek çocuklarına yönelik hazırladıkları karikatür, oyun vb. diğer içerikleri terk ederek sadece çizgi romanlara odaklanmaya başladığında ise çizgi roman dergileri boyutunda manga endüstrisi şekillenmeye başlamıştır. Bu dergiler çeşitli birçok çizgi romanı içlerinde barındırdıklarından, sonrasında popüler çizgi romanlarını, ya da mangalarını, özel olarak ciltli kitaplar halinde piyasaya sürmeye başlamış ve böylelikle büyük bir popülerite elde etmişlerdir. (Brenner, 2007: 4 – 5).

Ancak manganın bir endüstri olarak büyümesinde etkili olan en önemli unsurun ikinci dünya savaşı ve sonrasında hükümetin Japon sanat camiası üzerinde kurduğu baskı olduğu söylenebilir. Hükümet baskısı altında savaş propagandası içerikleri üretmeye zorlanan ve bu sebepten birçoğu çizgi roman sanatını bırakmak zorunda kalan sanatçıların yokluğunda yıkılma noktasına gelen çizgi roman sanatı, savaşın bitimini takip eden yıllarda küçük, ucuz basımlı kırmızı kitaplar olarak yeniden piyasada kendini göstermeye başlamıştır. Birçok usta sanatçının eksikliğiyle yıkılan bir düzenin üzerine kurulan bu yeni nesil çizgi romanlar, genç ve yenilikçi birçok acemi sanatçının eşliğinde Japonya’da çizgi roman sanatı için yeni bir devrin kapılarını aralamıştır. Bu bağlamda, kırmızı çizgi roman kitaplarının içerik üreticileri arasında ön plana çıkan ve “manganın babası” olarak da adlandırılan sanatçı Osamu Tezuka son derece önemli bir isimdir. Tarzı ile kendisinden sonra gelen sayısız manga sanatçısına örnek teşkil etmiş olan Osamu Tezuka, “modern manganın temel özelliklerinin birçoğunu tek başına tanımlamıştır.” Sanatçı, özellikle sinemaya olan ilgisi doğrultusunda modern manga eserlerinde sıklıkla görülen akıcı ve

dinamik tarza öncülük etmiş olup, sadece erkek çocuklarına değil, aynı zamanda kızlara da hitap eden eserler yaratmış, ve ileri sürdüğü bu tarzın her türden hikâye için kullanılabileceği fikrini sağlamlaştırmıştır. Medyuma olan bu yaklaşımı ile günümüz shojo¹⁶ mangalarında sıklıkla kullanılan çizim tarzlarının da ilk örneklerini yine kendisi ortaya koymuştur. Manga türüne getirdiği tüm bu yenilikler ile yetinmeyen Osamu Tezuka, sinemaya duyduğu ilgiyi manga kapsamında bir adım öteye taşıyarak ilk kendi eseri Astro Boy (1963) olmak üzere anime türünde de yaratıcı eserler vermiştir (Brenner, 2007: 7).

Manga kültüründe olduğu gibi animeler de Japonya’da benzer bir gelişim sürecinden geçmiştir. 20. yüzyılın başlarında batılı animasyon filmlerin Japonya’ya girmesinin ardından 1915 yılına gelindiğine artık kendi animasyon içeriklerini yaratmaya başlayan Japonya için anime kültürünün ciddi manada gelişim göstermesi yine manga sanatında olduğu gibi savaş sonrası döneme denk gelmiştir. Bu dönemden önce daha çok canlı çekim filmlerin revaçta olmasına da atfedilebilecek bir şekilde ilk anime filmler, yine bir canlı çekim film stüdyosu olan Toei’nin elinden çıkmıştır. Ancak anime endüstrisinin Japonya’da bir popüler kültür aracı olarak ön plana çıkmasında Osamu Tezuka’nın Astro Boy’unun en büyük rolü oynadığı söylenebilir. Tezuka, Kimba the White Lion (1964) başta olmak üzere Astro Boy’dan sonra gelen diğer birçok eseriyle anime ve manga kültürü kapsamında saygıdeğer bir yazar ve yönetmen olarak kendini göstermiştir (Napier: 2005: 16).

Fakat bu bağlamda bir popüler kültür ürünü olarak anime ve manganın gelişimini tek başına Tezuka’ya atamak birçok araştırmacı ve sektör üyesinin de desteklediği gibi yanlış bir yaklaşım olacaktır (Clements, 2013). Örneğin, Studio Ghibli’nin kurucularından Hayao Miyazaki ve Isao Takahata gibi dünya genelinde tanınmış anime endüstrisi devlerinin mentörlüğünü yapmış (Yasuo Otsuka’s Joy of Motion, tarih yok) ve yine Studio Ghibli de dahil olmak üzere Toei, Nippon, TMS Entertainment gibi önde gelen anime stüdyolarıyla çalışmış bir animatör olan Yasuo Otsuka, animenin gelişiminde etkin

¹⁶ “Shojo” Japonca “kız” demektir. “Shonen” olarak metnin öncesinde belirtilen ifade ise “erkek çocuk” demek olup, Shonen Klübü ve günümüz Shonen Jump gibi çizgi roman dergileri erkek çocuklara hitap etmektedir. Dolayısıyla “Shojo” çizgi romanlar/mangalar ise kızlara hitap eden mangaları ifade etmektedir. Anime ve manga endüstrisinde bu ve benzeri ifadeler içeriklerin demografilerini belirtmek için kullanılmaktadır.

rol oynamış bir diğer isim olarak karşımıza çıkmaktadır (Clements ve McCarthy 2006: 472).

Japonya’da savaş sonrası gerek canlı çekim gerekse animasyon film ve diziler kapsamında eski sistemin yıkılması ile yaratıcı bir özgürlük elde eden bu tarz yönetmen, yapımcı, yazar, senarist, animatör vb. sanatçıların çokluğu doğal olarak türlerin ve içeriklerin çeşitlenmesinde, bu özgürlüğün içeriklere yansımada etkili olmuştur (Richie, 1990). Bu bağlamda Japon televizyonlarındaki dizi, film ve animelerin – çoğunlukla animelerin kaynağı olan mangalar için de aynı durum söz konusudur – anlatım ve tarz bakımından örtüşmesi kaçınılmaz olduğundan, çok bölümlü ve uzun soluklu hikâyelerden oluşan eserler bir standart haline gelmiştir. Öte yandan Hollywood’un sinema üzerindeki baskın varlığının beraberinde getirdiği katı ve ihtiyatlı bir Japon sineması, yeni ve hevesli birçok sanatçı için iş açığı olan animasyon endüstrisini çok daha cazip kılmıştır. Film endüstrisindeki bu “yeni ve orijinal olana karşı güvensizlik,” (Richie, 1990: 80) nihayetinde “hızlı bir şekilde gelişen ve ticari değeri gittikçe artan” animasyon alanını bir yenilik ve orijinallik kapısı konumuna getirmiştir. Napier’in bu bağlamda alıntılıdığı Misao Minamida, animasyon türü ve anime medyumunu insana yenilik hissi veren “özgürleştirici olanaklarla dolu” bir araç olarak tanımlamakta ve animeleri Japonya’daki “geleneksel eğlence çerçevesinin ötesine” aralanan bir kapı olarak nitelendirmektedir (Napier, 2005: 17).

Mangaların uyarlamaları da dahil olmak üzere bu düzlemde ilerleyen anime endüstrisi, 1970’lerin sonuna gelindiğinde artık sinema kapsamında da kendini göstermeye başlamıştır. Space Battleship Yamato gibi uzun soluklu anime serilerinin film versiyonları popüler bir anime-film standardı haline gelmiştir. Takip eden yıllarda OVA¹⁷ satışları yurtiçi ve yurtdışında büyük artış göstermiş ve artık 1990’lara gelindiğinde animelerin Japonya “modern kültürünün önemli bir parçası halini aldığı” kesinlik kazanmıştır. Neon Genesis Evangelion (Hideaki Anno, 1996-1997) ve Princess Mononoke (Hayao Miyazaki, 1997) gibi dünya klasikleri olarak nitelendirilebilecek

¹⁷ OAV şeklinde de ifade edilebilmekte olup açılımı “original video animation” ya da “original animation video” şeklindedir. Genellikle televizyon veya sinemada yayınlanmak yerine doğrudan DVD veya ev ortamında izlemeye yönelik kaset vb. araçlar ile satışı yapılan yüksek kalite animasyon içerikleridir (Nakayama, 2004).

anime dizi ve filmlerinin de yine bu dönemde ortaya çıkmasıyla anime sadece bir eğlence örneğinden öteye geçerek entelektüel bağlamda araştırma değeri olan, düşündürücü ve kültürel değere sahip bir medyum olarak Japonya genelinde kabul görmeye başlamıştır (Napier, 2005: 18).

Napier'in birer "yaratıcılık ve hayal gücü harikası" olarak nitelendirdiği Akira ve Princess Mononoke gibi anime-filmler ilk yayınlandıklarında dönemin baskın gücü Hollywood yapımlarını geride bırakarak gişe rekorları kırmış eserlerdir. Dolayısıyla Japonya'nın animasyona olan bu yöneliminin, Hollywood gibi bir sinema devine karşı eşitlik yakalayabilmeleri yolunda bir adım niteliğinde olduğu söylenebilir (Napier, 2005: 19). Fakat Napier'in da üzerine bastığı gibi, animenin hem Japonya hem de sonrasında dünya genelinde elde ettiği popülaritenin temelinde en başta dikkat çektiğimiz manga kültürünün rolü göz ardı edilemeyecek kadar önemlidir. Japon asıllı çizgi romanlar olarak düşünülebilirler de, mangaların özellikle Amerikan çizgi romanlarından ayrıldığı önemli noktalar söz konusudur. Bu ayırt edici özelliklerden bahsetmeden önce, Jones'un bilim-kurgu fandomunun bir uzantısı olarak nitelendirdiği dolayısıyla medya fandomu kapsamında da yer alan Amerikan çizgi romanlarının kendi ülkelerindeki kültürel değerinin mangaların Japon kültürü içerisinde sahip olduğuna kıyasla acınası bir konumda olduğunu belirtmek gerekmektedir. Manga kültürünün Japon toplumu üzerinde son derece etkin bir kültürel rol oynamasının altında yatan nedenler arasında, uzun ve köklü bir tarihe dayanmaları ve dolayısıyla Japon toplumu içerisinde batılı anaakım kültür öğelerine benzer bir şekilde olağan karşılanmaları gibi unsurlar yer almaktadır. Bu duruma bağlı olarak mangalar eskiden beri Amerikan çizgi romanlarının aksine yediden yetmişe her yaş grubuna hitap eden çok çeşitli tür ve içeriklere sahip olagelmıştır. (Napier, 2005: 19-20).

Schodt (1996: 72), Japonya'nın "dünyada çizgi romanların tam teşekküllü bir ifade aracı/medyumu haline geldiği ilk ülke" olduğunu belirterek mangaları "dev bir fantezi makinesinin çekirdeğini oluşturan meta medya araçları" şeklinde nitelendirmiştir:

"Bir üretim döngüsü (manga için), tipik olarak haftalık, iki haftada bir, aylık, iki ayda bir veya üç ayda bir yayınlanan bir dergide tefrika edilen bir hikâye ile başlar. Hikâye başarılı olursa, daha sonra bir dizi ciltsiz ve lüks ciltli kitap olarak derlenir, ardından televizyon için bir animasyon dizisi olarak uyarlanır ve ardından bir sinema filmi haline getirilir. Özellikle popüler veya uzun soluklu bir dizi için döngü birkaç kez

tekrarlanabilir. Böylece bir manga hikayesi, yalnızca dünyanın en büyük animasyon endüstrisi için değil, aynı zamanda mangadan ilham alan müzik CD'leri, karakter lisanslı oyuncaklar, kırtasiye malzemeleri, video oyunları, operalar, televizyon dizileri, canlı aksiyon filmleri ve hatta mangalardan esinlenmiş romanlar için bile bir yakıt haline gelebilir.” (Schodt: 1996: 20-21)

Animeler bu şekilde mangaların – ayrıca roman ve hafif romanların uyarlamalarından da bu bağlamda bahsedilebilir – bir uzantısı olarak Japon popüler kültürünün ayrılmaz bir parçası halini almıştır. Schodt bu bağlamda mangaların Japon toplumu üzerinde oynadıkları rolün modern Japonya’yı anlamaya yönelik önemli bir basamak görevi gördüğünü dile getirmektedir (Schodt: 1996: 21). Gerçekten de mangaların esinlendirdiği tüm diğer içerik türlerine bakıldığında ve özellikle birer “meta medya” şekli olmaları boyutunda manga kültürünün Japonya’da birçok farklı medyumunu bünyesinde barındıran aktif bir medya ekosistemi kurulmasını sağladığı söylenebilir.

1.5.1.2. Küresel Boyutta Anime ve Manga

Japonya’nın kapılarının batıya açılması ile başlayarak günümüze kadar devam eden süreç boyunca Japon toplumu birçok boyutta olduğu gibi manga ve animeler bağlamında da batının etkisi altına girmiştir. Lakin bu durumun tek taraflı bir şekilde seyrettiğini söylemek yanlış olacaktır. Susan Pointon’ın da ifade ettiği gibi başta animeler olmak üzere Japon ve batılı popüler kültür metinleri kesintisiz bir etkileşim döngüsü içinde yer almaktadırlar. Bu bağlamda, “Yetmişlerin Amerikan polisiyelerinden tutun da, seksenler Avrupa’sının GlamRock modası ve Fransa’nın altmışlardaki Yeni Akım sineması gibi pek çok kaynağa yapılan göndermelere” genç animatörlerin elinden çıkmış animelerde sıklıkla rastlandığına dikkat çeken Pointon, bu türden çağdaş medya kültürlerinin “farklı kültürlerle ait unsurların bir araya gelerek dönüşüm geçirdiği birer kavşak” niteliğinde olduğunu belirtmiştir (Pointon, 1997: 44). Pointon’un bu “iki taraflı kültürel etkileşim” yorumu üzerinden hareket eden Napier ise, batılı gençlerin de bu bağlamda eğlence kültürlerinin gittikçe uluslararası bir boyuta taşındığını dile getirerek “animeler küresel kültürün kesişme noktasında yer alır bir hale gelmekte” yorumunda bulunmuştur (Napier, 2005: 22-23).

Küreselleşme olgusunun zirveye ulaştığı, anime ve mangalar da dahil olmak üzere medya içeriklerinin son evre kapitalizmin gayeleri doğrultusunda hırçın bir pazara

dönüştürüldüğü günümüzde, Napier’ın neredeyse 20 yıl önce ortaya attığı bu tespiti daha önce hiç olmadığı kadar büyük bir doğruluk payına sahiptir.

Özellikle eskinin Amerikan animasyonlarında Japon animelerinden esinlenmeler ve hatta kimi zaman anime fanlarının “çalıntı” olarak nitelendirebileceği unsurlar görmek mümkündür. Örneğin Disney’in 1994 yapımı meşhur The Lion King’i için anime fan toplulukları Osamu Tezuka’nın Kimba the White Lion eseriyle neredeyse çalıntıya varacak düzeyde – iki eser de tema, kurgu, karakter motivasyonları ve hatta karakter isim ve dizaynlarına kadar birbiriyle çatışan unsurlar barındırmaktadır – benzerlikler olduğuna dikkat çekmiştir. Japonya’nın “Walt Disney”i olarak anılan Tezuka gibi önemli bir ismin önde gelen eserlerinden birine yönelik yapılan bu aşık fikir hırsızlığına Amerika’da olduğu gibi Japonya’da da birçok fan, manga/anime sanatçısı ve hatta basın büyük tepki göstermiştir (Schodt, 1996: 268 – 270). Öte yandan yine son derece popüler bir Amerikan animasyon filmi olan Toy Story’nin yönetmeni John Lasseter da yine animelerin öncü isimlerinden biri olan Hayao Miyazaki’den ilham aldığını dile getirmiştir (Napier, 2005: 23). Batılı medyada anime ve mangalar başta olmak üzere Japon popüler kültür öğelerinin kullanımının bu örnekleri takip eden yıllarda artarak devam ettiği söylenebilir. 2014 yapımı, başrollerini Tom Cruise ve Emily Blunt’ın oynadığı gişe hasılatı 370 milyonu bulan Edge of Tomorrow, Hiroshi Sakurazaka’nın 2004 yılında yayınlanan ve Viz Media tarafından 2009 yılında İngilizceye çevrilen All You Need Is Kill başlıklı bilim-kurgu hafif romanının bir uyarlamasıdır (Fleming, 2010). Christopher Nolan’ın meşhur Inception filmi, konsept ve sahnelerinde Satoshi Kon’un Paprika’sından esinlenmeler içermektedir. Mamoru Oshii’nin Ghost In The Shell adlı eseri ise yönetmen Lana ve Lilly Wachowskis’in de tasdik ettiği gibi The Matrix’teki görsel tasarımların ve bilim-kurgu öğelerinin ilham kaynağı olmuştur (Wellisz, 2022). Hatta aynı eserin 2017 yılında DreamWorks tarafından Amerikan bir uyarlaması da sinemalarda yayınlanmıştır. Bu örnekler daha da çoğaltılabilir, lakin anime ve manga kültürünün son 20 yılda dünya genelinde elde ettiği popülerite sadece film uyarlamaları ve esinlenmelerle sınırlı kalmamıştır. Örneğin Japon popüler kültüründe ve anime/mangalarda sıklıkla rastlanılan bir tür olan “mecha,” Guillermo del Toro’nun batılı anime fanları arasında çoğunlukla sevilen bir filmi Pacific Rim gibi birçok bilim-kurgu eserin ortaya çıkışında etkili olmuştur (Axinto, 2014). Genel olarak bilim-kurgu türüyle paralel olan ve içlerindeki insanlar tarafından kontrol edilen dev robotların betimlendiği mecha türünün robot temalı

bilim-kurgu eserlerde sıkça rastlanılan birçok unsurun esin kaynağı olduğu da söylenebilir. Dolayısıyla animenin – ve doğal olarak pek çok durumda kaynakları olan mangaların ve hafif romanlar gibi diğer Japon popüler kültür öğelerinin– batılı içerikler ile olan etkileşim ve ilişkisi, geçmişten günümüze iki taraflı seyretmiş bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Anime ve mangaların popüler kültür ve popüler medya içerikleri üzerindeki bu etkisi aynı zamanda diğer Asya ülkelerinde de gözlemlenebilmektedir. Anime ve manganın ABD eğlence sektörü üzerindeki hakimiyetini vurgulayan Brenner’ın da ifade ettiği gibi özellikle mangaların çizgi roman türü kapsamında öncülük ettiği iki ayrı Asya ülkesinden bahsedilebilir. Güney Kore çizgi romanları olan manhwalara ve Çin çizgi romanları olan manhualar genel olarak mangalardan etkilenmişlerdir (Brenner: 2007: 19). Bunlardan özellikle manhwalara ve bir uzantıları olarak ortaya çıkan webtoon medyumuna, medya fandom ve popüler kültür bağlamında önemli bir yere sahiptir.

1.5.2. Webtoon, Manhwa ve Manhua

Her türden Güney Kore çizgi romanına yönelik genel kapsar bir ifade olan manhwa, dijital teknolojilerin gelişimi ve akıllı telefon kullanımının yaygınlaşması ile paralel olarak webtoon türünü beraberinde getirmiştir. Webtoon kavramıyla çevrimiçi yayınlanan manhwalara kastedilmekte olup, fiziksel yayınlanmış bir çizgi roman baskısının taranıp internete yüklenmesinden farklı olarak doğrudan dijital teknolojiler ile üretilen bir çizgi roman medyumudur (Jang ve Song, 2017: 174). Bir tür “teknolojik yakınsama” şeklinde ifade edilebilecek bir olgu çerçevesinde medya içeriklerinin dijital teknolojiler boyutuna taşınması ve bu kapsamda birçok genç ve tutkulu sanatçının vizyonlarını maddi kısıtlamaların olmadığı çeşitli çevrimiçi platformlarda gerçekleştirebilir hale gelmeleri, webtoonları bir içerik türü olarak ön plana taşımıştır (Jin, 2015: 193).

Halihazırda bir çizgi roman medyumuna olarak 1985 yılından beri var olan “webcomic” ya da “web çizgi romanları” internetin yaygınlaşmaya başladığı dönemlerde CompuServe ve Usenet gibi hizmet sağlayıcıları aracılığı ile ilk olarak çizgi roman severler ile buluşmuş bir türdür. İnternet ulaşımı olan isteyen herkesin oluşturabileceği ve hiçbir sınırlandırma olmadan yine internet üzerinden yayımlayabileceği bir tür olması sebebiyle özgün içerikleri ile de bilinir hale gelen web çizgi romanları 2010’lara gelindiğinde Güney Kore

asıllı webtoon türünün ortaya çıkmasını takip eden yıllarda popüler kültürde büyük bir yer edinmiştir. Web ile cartoon sözcüklerinin bir birleşimi olan bu webtoonlar bir içerik türü olarak teknolojik yenilikleri medyum ile özdeşleştirmeleri ve yeni bir manhwa formatı oluşturmaları sayesinde web çizgi romanlarının yeni bir boyuta taşınmasını sağlamışlardır. Bu durumun başlıca sebeplerinden bir diğeri ise geleneksel çizgi roman panelleme tarzlarını akıllı telefonları aşağı-yukarı kaydırarak navige etme biçimi ile birleştirmeleridir (Jin, 2015: 194). Türün teknoloji ile olan bu yakından ilişkisinin, daha öncesinde sadece ulusal düzeylerde seyreden Güney Kore popüler kültür öğelerinin, bu bağlamda özellikle Asya ülkelerindeki baskın güç konumunda olan Japon popüler kültür öğeleriyle– müzik, anime, manga vb. – eşitlik yakalamasında etkili olduğu söylenebilir (Chua ve Iwabuchi, 2008: 176). Manga ve animeler başta olmak üzere, Japon popüler kültürünün Güney Koreli gençler arasında hükümet yasaklarına rağmen – Japon istilasını takip eden husumetin doğurduğu milliyetçi düşünce doğrultusunda – kaçak yollarla da olsa elde ettiği popülerlik, zamanla bu içerik türlerine olan ilgi ve alakanın artmasına neden olmuş ve nihayetinde Hallyu ya da Haryu olarak adlandırılan “Kore Akımını” başlatmıştır. Bu kavram Kore asıllı popüler kültür öğelerinin küresel kültür boyutuna taşınmasını ve bu bağlamda elde ettiği popülerliği ifade etmektedir (Park, 2020: 1). Bu durum özellikle Kore pop müzik endüstrisi ya da bir başka deyişle K-Pop kapsamında büyük yankı getirmiş olup, webtoonların sahneye çıkması ile daha da büyük bir olgu haline gelmiştir.

Geçmişti mangalara olan aşırı bağımlılıkları sebebiyle içerikleri de genellikle mangaların bir kopyası niteliğinde seyreden manhwalara, daha kapsalı konu ve temaları içermeye başladıkları 1980’li yıllarda bir ivme kazanmış fakat Japon popüler kültür öğelerinin ülkede yaygınlaşmasıyla tekrar gerilemeye başlamıştır. 2000’lerin başında internet kullanımı ve dijital teknolojilerin gelişimi ile çevrimiçi ve ücretsiz bir şekilde amatör sanatçıların yarattıkları webtoonların Güney Kore’de takip eden yıllarda elde ettiği popülerlik çizgi roman piyasasındaki bu durgunluk ile doğrudan ilişkilendirilebilir. 2003 yılında kurulan Daum ve Naver platformları webtoonların ve akabinde basılı manhwalara özellikle genç nesil arasındaki tüketiminin artmasına büyük katkı sağlamıştır. Bu platformların profesyonel ya da amatör sanatçılar arasında bir ayrım yapmadan kimi zaman yarışmalar vb. etkinlikler çerçevesinde isteyen herkesin eserlerini yayımlayabileceği bir ortam sunması çizgi romanların tür ve içeriklerinin bu yaratıcı

özgürlük kapsamında genişleyip çeşitlenmesine de yardımcı olmuştur (Jang ve Song: 2017: 175). Bu içerikler aynı zamanda Japon manga endüstrisinde de kendini gösteren – manga dergilerinin haftalık ya da aylık belli aralıklarla okunup atılması örneğinde olduğu gibi – bir tür “çerez kültürünü” de beraberinde getirmiştir. “Çerez kültürü” bu bağlamda bilgi ve kültürel öğelerin hızlı bir şekilde tüketilmesini kastetmekte olup, özellikle günümüz medya içeriklerinin tüketiminde kendini gösteren bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır (Chung, 2017). Hızlı ve “vefasız” olarak nitelendirilebilecek bu tüketim kültürü kapsamında yer alan medya içeriklerinin tür ve içerik bakımından olabildiğince çeşitliliğe gitmiş olmasının ise kaçınılmaz bir durum olduğu söylenebilir.

Bu düzeyde gelişmeye devam eden webtoon endüstrisi, okura ve sanatçılara sağladığı kolaylık ve teknolojik imkanlar ile mümkün kıldığı ulaşılabilirlik sayesinde uluslararası eğlence sektöründe de sağlam bir yer edinmeyi başarmıştır. Temmuz 2014’te Naver kore webtoonlarını “LINE Webtoon¹⁸” adlı uygulamasıyla dünya genelinde okurlar ile buluşturmuş olup, şu an İngilizce, Çince, Tayvanca, Tayca, Endonezyaca, Japonca, Fransızca, Almanca ve İspanyolca dillerinde hizmet vermektedir. Piyasaya sürülmelerini takip eden iki gün içerisinde dünya genelinde 18 milyon okura ulaşan Webtoon (Park: 2020: 53) sadece Korece eserleri başka dillere çevirmekle kalmamış, farklı ülkelerden sanatçıların da kendi hikâyelerini yayınlamalarına önayak olmuştur. Benzer şekilde Daum platformu da “Tapas Media” olarak İngilizce ve Çince’ye çevrilmiş Kore webtoonları yayınlamaya başlamıştır (Jang ve Song: 2017: 180).

Manga kültüründen esinlenerek webtoon kapsamında yeni bir tür olarak yeniden şekillenen manhwa endüstrisi, diğer ülkelerde olduğu gibi Japonya’da çizgi roman sanatının bir kez daha yenilik kazanmasını sağlamıştır. 2013 yılı itibariyle Japonya’da Kore webtoonlarının yayınlanmasından sorumlu NHK Entertainment ve Lezin Entertainment, Japon sanatçıların elinden çıkmış webtoonları da platformlarına dahil etmiştir. Takip eden yıllarda ise çok rağbet görmeye başlayan bu eserlerden bazılarının kitap baskıları ve animasyon uyarlamaları da yapılmıştır (Jang ve Song: 2017: 181-182). Webtoonların dünya genelinde bu düzeyde bir ilgi ve beğeni ile karşılanmasının

¹⁸ Artık sadece “Webtoon” olarak geçmektedir ve çalışmanın devamında da “Webtoon” şeklinde içerik türü olan “webtoon” ile karıştırılmaması için baş harfi büyük olarak yazılacaktır.

sebeplerinden bir diğeri de yine daha önce de belirttiğimiz gibi Koreli platformların hizmet sundukları diğerk ülkelerdeki sanatçılara yönelik sergilediğı tutumdur. Hem yarışmalar ile hem de bünyelerinde sağladıkları eğitimler doğrultusunda yaratıcı kimlikli bireylere webtoon sanatçısı olma yolunda sağladıkları imkânlar ve bu kapsamda hem platformlarının çeşitliliğini artırmış, hem de farklı kültürlerden okurların da ilgilerini çekebilmiş olmaları, webtoonların dünya genelindeki popülerliğı üzerinde son derece etkili olmuştur (Jang ve Song: 2017: 182).

Bu bilgiler ışığında Japonya'nın anime ve manga endüstrisi ile önce Asya ülkeleri sonrasında da Batılı ülkelerde elde ettiğı popüler kültürel bağlamdaki ince gücün, K-pop başta olmak üzere webtoonlar gibi eğlence ürünleri boyutunda Güney Kore'de de gözlemlenebilir hale geldiğı söylenebilir. Bu bağlamda Asya ülkelerinin küresel boyuttaki ince güçleri incelendiğinde, anime ve mangalar başta olmak üzere Japon popüler kültür öğeleri ve Güney Kore webtoonlarının yanı sıra, Japonya, Çin ve yine Güney Kore'de ön plana çıkan webnovel içerik türünden, bir diğerk ifadeyle web romanlarından söz edilebilir.

1.5.3. Hafif-roman ve Web-romanlar

Japon popüler kültür öğelerinde olduğı gibi manhwa ve webtoonlar ile ivme kazanan Kore asıllı eğlence ürünlerinde de bir medya ekosisteminden söz edilebilir. Japonya'da daha önce de belirttiğimiz gibi popüler kültür öğelerinin üretim döngüsünde mangalar bir başlangıç noktası olarak çekirdek görevi görmektedir. Ancak bunların yanı sıra normal romanlardan genel itibariyle daha kısa olan ve manga ve anime içeriklerine tema ve oluşum bakımından benzerlik gösteren hafif roman içerik türü de Japonya'da mangalara benzer bir konumda yer almaktadır. Mangaların anime uyarlamalarında olduğı gibi, hafif romanlar da kimi zaman manga olarak ya da hem manga hem de anime olarak yeniden uyarlanmaktadır. Örneğın bir Amerikan filmi olarak da uyarlanan All You Need Is Kill hafif romanının aynı zamanda çizim, senaryo taslağı ve karakter dizaynlarını üç ayrı sanatçının yaptığı bir manga uyarlaması da mevcuttur. Japonya'da manga, anime, hafif roman, canlı çekim film ve ayrıca video oyunları gibi popüler kültürel öğelerin hem yerli hem de uluslararası bağlamda oluşturduğı bu ekosistem, yine tüm bu medyumlar arasındaki alışveriş doğrultusunda varlığını sürdürmektedir. Öyle ki bu sistem içerisinde manga ve hafif roman yazarlarının eserlerinin birer anime uyarlamasının yapılması

düşünce ve isteği doğrultusunda anime formatına uygun, bu formatta tutulan unsurlara yer verdiği de gözlemlenebilmektedir. Webtoonların da önce Güney Kore merkezli olmak üzere uluslararası düzeyde hizmet veren Webtoon ve Tapas gibi platformlar aracılığı ile elde ettiği popülarite, Japonya’da türeyen bu sisteme benzer bir şekilde webtoonlar ile webromanlar arasında da bir ürün alışverişi doğurmuştur. Bu bağlamda öncelikle bir içerik türü olarak hafif romanlar ve webromanlardan bahsetmek medyumlar arası bu döngüyü kavramakta faydalı olacaktır.

Daha önce de belirtildiği gibi hafif-romanlar, manga ve animeler başta olmak üzere Japon popüler kültürüne özgün sanatsal içeriklere yakın bir tarza sahip olan ve daha çok gençlere ve genç yetişkinlere hitap eden, geleneksel romanlara kıyasla daha basit yapı ve sözcüklerden oluşan bir yazın türüdür. Manga, canlı çekim filmler, video oyunları ve mobil oyunlar gibi medyumlar arası alışverişin çekirdek üyelerinden biri olan hafif-romanlar (Svangberg, 2021: 3), 1977 yılında Japon edebiyatının tarz ve içerik bakımından çeşitlenmeye başladığı bir dönemde Motoko Arai isimli yazarın birinci kişi bakış açısı ile yazılmış, başlığı argo bir dil içeren ve tamamıyla gençlerin ilgisini çekmeye yönelik olarak kaleme alınmış bir roman yayınlamasının ardından gelişim göstermiştir. Hafif-romanlarda sıklıkla rastlanan bir tür olan fantastik içerikler ise yine takip eden yıllarda “Records of Lodoss War” ve “Slayer” eserleri ile gelişmeye başlamış ve hatta bu kitaplar Japon yapımı popüler “Final Fantasy” video oyunlarının da ilham kaynaklarından biri olmuştur. 1980’lere gelindiğinde ise hafif-romanların anime ve manga uyarlamaları ortaya çıkmaya başlamıştır. Böylelikle Japonya’daki ACG, yani “Animatin, Comics, Games” şeklinde de adlandırılan medya ekosistemi içerisinde uyarlamalara açık bir kaynak ürün olarak hafif-romanlar da kendini gösterir hale gelmiştir (Wang, 2019).

İlk yaygınlaşmaya başladığı dönemde mangalara benzer bir şekilde dergilerde yayınlanan hafif-romanların, internet kullanımının artmasıyla paralel olarak popülerlik kazanan web-romanlarının sahneye çıkışıyla yayın formatı değişime uğramıştır. Web çizgi romanları olan webtoonlar için olduğu gibi web-romanlarının da isteyen herkes tarafından herhangi bir ekonomik zorluk olmaksızın ücretsiz çevrimiçi platformlarda yayınlanabilmesi ve yine ücretsiz bir şekilde erişime açık olmaları, bu içerik türünün gelişimine büyük katkı sağlamıştır. Web-romanlarının çok sayıda okur tarafından ilgiyle karşılandığını gören yayınevlerinin bu platformları yeni bir kâr kapısı olarak görmeye başlamasıyla ise web-

romanı yazarları için yayınevleriyle anlaşarak eserlerini piyasaya sürmeleri için bir fırsat doğmuştur (Svanberg, 2021: 4).

Bu bağlamda Japon web-romanlarının özellikle 2000’li yıllarda cep telefonlarının kullanımının yaygınlaşması sonucu ortaya çıkan bir edebi tür olan keitai romanları yani cep telefonu romanları ile benzer bir formata ve gelişim sürecine sahip olduğu söylenebilir. Zira web-romanlarının gençler arasındaki popülerliğinin doğrudan bir ürünü olarak edebiyat alanında elde ettikleri tanınırlık, cep telefonları üzerinden özellikle genç kızların sms şeklinde paylaştıkları aşk romanları şeklinde seyreden keitai romanlar için de gözlemlenmiş bir olgudur (Hansen, 2016: 301/ Morton ve Hutchinson). Gerek hafif romanlar, gerekse web ve keitai romanlar olsun, amatör kökenlerine ve profesyonellikten uzak nitelendirilebilecek yayınlanış şartlarına rağmen, halk tarafından büyük ilgi görerek çeşitli medyumlardaki uyarlamaları ile Japon medya ekosisteminin parçalarından biri haline gelmişlerdir.

Web-romanlarının, hafif roman türünün bir uzantısı olarak Japon medya içerikleri içerisinde ön plana çıkışı ise Reki Kawahara’nın 2009 yılında yayınladığı romanı Sword Art Online ile başlamıştır. Halihazırda tanınan bir hafif-roman yazarı ve bir Dengeki Roman Ödülü sahibi olan Kawahara, aslında yine Dengeki bünyesindeki prestijli bir ödül yarışması için yazdığı bu eserini uzunluğu yüzünden çevrimiçi olarak yayınlamayı tercih etmiştir. İnternet ortamında popüler bir yazarın elinden çıkan böyle bir eser beklenileceği üzere büyük yankı getirmiş ve yarışmada yer almamış olmasına rağmen yine Dengeki Bunko tarafından hafif roman olarak yayınlanmıştır. Takip eden yıllarda başarılı bir anime uyarlaması ve birçok anime filmi ile de adından söz ettiren kült bir eser haline gelen Sword Art Online, karakterlerin bir sanal gerçeklik oyununda kapana kısılmasını ve oyunun gerçek anlamda bir ölüm kalım mücadelesine dönüşmesini konu almakta olup hem hafif roman hem de web roman kategorilerinde yeni bir türün öncüsü olmuştur (Saito, 2016: 321-322).

Hafif roman ve web romanları bu şekilde Japonya kapsamında internetin ortaya çıkışıyla gelişmeye ve içerik bakımından da çeşitlenmeye devam etmiştir. Bugün Sword Art Online ile başlayarak MMORPG’lerden (çok oyunculu çevrimiçi rol üstlenme oyunları) esinlenmiş içeriklere hafif roman, web roman ve yine bunların uyarlamaları şeklinde de ön plana çıkan manga ve webtoonlarda sıklıkla yer verilmektedir. Manga ve orijinal hafif

romanların – yani daha önceden web roman bir versiyonu olmadan yayınlananlar – aksine yayınevlerinin kısıtlamaları olmadan bağımsız yapımlar olarak kendilerini gösteren ve İnternet ortamının getirdiği görünürlük ve erişilebilirlik sayesinde direkt okurlardan geri dönüt alarak bunu eserlerini iyileştirici yönde kullanma imkanına sahip webtoon ve web romanları, bu tarz bazı eserlerin popülerliğinden etkilenerek aynı türden içeriklerin sıklıkla tekrar ettiği bir yapıya bürünmüştür.

Anime, manga, webtoon, web roman ve hafif romanlar kapsamında yaygınlaşan bu ve benzeri alt türlerin hepsi fantastik kurgu bünyesinde yer almaktadır ve bu medyumlarda bilim-kurgu ile beraber en sık karşılaşılan yazın türleri arasındadır. Örneğin yine bir fantastik kurgu alt-türü olarak nitelendirilebilecek ve eski Japon efsanelerine dayanan bir geçmişe sahip olan, “farklı bir dünya” anlamındaki “isekai” türü, ölüm vb. çeşitli yollarla yeni bir dünyada kendini bulan insanların hikâyelerinin betimlendiği içeriklerdir (BookWalker, 2017). MMORPG’lerden esinlenen dünyaların betimlendiği Sword Art Online gibi eserler de bu tür kapsamında bir alt-tür olarak anılmakta olup, ilk önce Japonya olmak üzere zamanla dünya genelinde popülerleşerek bugün Asya popüler kültür öğelerinde çeşitli versiyonlarına sıklıkla rastlanılan bir tür haline gelmiştir.

Japon popüler kültür öğelerinin Asya genelinde daha önceden de sözünü ettiğimiz ince gücü, Kore’de olduğu gibi Çin’de de etkisini göstermiş, ve medyum ve türler arasındaki bu alışverişler web romanları, manhua ve webtoonlar kapsamında Çin popüler kültüründe de yer edinmiştir (Zhao, 2021: 1-2). Bu eserler yine fantastik ve bilim-kurgu unsurlar içermekte olup Xianxia ve Xuanhuan romanları şeklinde adlandırılan geleneksel Çin mitolojisi ve dövüş sanatlarına odaklanmaktadır ve internet ortamlarının yaygınlaşması ile bu tarz Çin web romanları da ses getirir hale gelmiştir. Bu kapsamdaki “çevrimiçi edebiyat siteleri” arasında Qi Dian, ya da Qidian.com Çin web romanları boyutunda en bilinen platformdur. Yine tıpkı Japon ve Kore popüler kültür öğelerinde gözlemlendiği gibi bu eserlerin de oyun, dizi ve film uyarlamaları yapılarak zamanla Asya dışında da popülerlik elde etmeye başlamışlardır. Örneğin bir fan çeviri platformu olan Wuxiaworld.com adlı web sitesi dünya genelinde 100’den fazla okura bu Çin web romanlarını İngilizce bir şekilde okuma imkanı sunmakta olup, sitenin trafiğini genel olarak Japon ve Kore popüler kültürlerinin fanları oluşturmaktadır (Wang, 2017). Çin web romanlarının elde ettiği bu popüleriteyi gören Qidian, uluslararası düzeyde işlev gören platformları olan Webnovel.com adına Wuxiaworld ile bünyelerinde

barındırdıkları eserlerin çevirilerine yönelik 2017 yılında 10 yıllık bir anlaşma imzalamıştır. Böylelikle Çin web romanları tıpkı Naver'ın Webtoon platformu ile başardığı gibi uluslararası bir boyuta taşınmıştır (Zhao, 2021: 2).

Kore tabanlı web romanları ise yine Çin ve Japonya'dakine benzer bir gelişim süreci izlemiştir. Webtoonlar için de sıklıkla bir ürün kaynağı olan bu eserler – Bu bağlamda özellikle Koreli araştırmacılar tarafından bu içeriklere yönelik olarak “tek kaynak çok kullanım” anlamında OSMU yani “One-Source Multi-Use” ifadesi kullanılmaktadır (Wang ve Shin, 2020) – özellikle Naver ve Kakao şirketlerinin oluşturduğu platformlar üzerinden yazar ve okurların kullanımına açıktır. Kore’de webtoon ve web romanlarının popüler kültürel bağlamdaki etkisi ve Kore Akımı üzerinde oynadığı rol göz önünde bulundurulduğunda, Kore’de bu tarz şirketlerin bu içerikleri sermayeleştirme çabaları diğer iki ülke örneğine kıyasla daha dikkat çekici bir boyuttadır.¹⁹ Örneğin Naver, web romanları bağlamında sadece Kore’de değil küresel açıdan da kendini ön plana çıkarabilmek için bir diğer uluslararası çevrimiçi edebiyat platformu olan ve hatta Türkiye’de de bir alt-tür olarak bir dönem kendini gösteren Wattpad’i 2021 yılında satın almıştır (Wattpad, 2021). Kore’nin “web roman” terimini benimsemesi de yine Naver’ın 2013 yılında Naver Web Novel web sitesini hizmete sunmasının ardından gerçekleşmiş olup 1990’ların sonunda bilgisayar iletişim hizmetleri kapsamındaki Chollian ve Hitel gibi dönemin hizmet sağlayıcılarında yayınlanan ve internetin yükselişi ile yaygınlaşan eski fantastik “internet romanlarının” bir uzantısı şeklinde ortaya çıkmıştır. Naver’ın web roman platformu öncesinde de halihazırda farklı isimlerle de olsa varlığını sürdüren bu içerik türü, Kore de Joara, Munpia ve KakaoPage gibi önde gelen üç ayrı platforma daha sahiptir. Yine Naver, özellikle en büyük rakibi Kakao’ya karşı konumunu sağlamlaştırma amacıyla bu platformlardan Munpia’yı 2021 yılında satın almıştır (Kim ve Koo, 2021; Acquisition of Munpia by Naver Webtoon and Premier Partners, 2021). Munpia’nın en yüksek kâr getiren romanı Omniscient Reader’s Viewpoint (ORV) gibi popüler web romanlarının Webtoon bünyesinde webtoon uyarlamalarını da üstlenen Naver, Munpia’nın daha öncesinde bir film stüdyosu ile film uyarlaması için anlaştığı ORV de

¹⁹ Bu bağlamda Japonya’nın insüler yapısının da etkisiyle halihazırda dünya genelinde ellerinde tuttıkları ince güç sebebiyle Güney Koreli şirketler ve Güney Kore hükümeti kadar agresif bir tutum sergilemediği söylenebilir. Çin için ise hükümetin genel anlamdaki tutucu tavrı bir gerekçe olarak gösterilebilir.

dahil olmak üzere, Munpia romanlarının film, TV dizisi ve oyun gibi çeşitli uyarlamalarını yapmayı planlamaktadır (Kim ve Koo, 2021). Bu bağlamdaki çalışmalarının temellerini batıdaki bir anime yayın hizmeti sağlayıcısı olan Crunchyroll ve aynı zamanda Mappa gibi Japonya'nın önde gelen anime stüdyolarından biri aracılığıyla Tower of God ve Noblesse gibi popüler bazı webtoonlarının anime uyarlamaları ile atmış olan Naver, yine popüler eserler olan Sweet Home ve True Beauty'nin dizi uyarlamalarını da Netflix iş birliği ile piyasaya sürmüştür (Xu, 2022). Kakao da yine benzer bir yaklaşım izlemekte olup içlerinde Solo Leveling gibi büyük başarı elde ederek duyurulan anime uyarlamasının fanlar tarafından dört gözle beklendiği eserlerin de olduğu 120'ye yakın web romanın webtoon uyarlamalarını yapmıştır (Ryu, 2021).

Naver ve Kakao gibi şirketlerin web-roman ve webtoon platformları üzerinde hakimiyet kurmak istemelerinin sebebi bu kaynak eserlerin daha önce de OSMU olarak ifade edilen “çoklu kullanım” potansiyellerini web romanların webtoon uyarlamalarından başlayarak, video oyunu, dizi, film vb. ürünleri aracılığıyla maksimum kâra dönüştürmektir. Bu amaca yönelik olarak sadece Kore’de değil, küresel pazarda da bu içerik türlerini sermayeleştirmek için hem Wattpad gibi köklü platformları bünyelerine geçirmiş hem de Webtoon üzerinden okur ve yazar/çizerlere yönelik fırsatlar sunmaktan çekinmemişlerdir. Webtoon’un Kore dışındaki amatör yaratıcılara platform sağlamak için amatör çalışmalar için ayırdığı ve popülerlik kazanmaları durumunda “Webtoon Originals” kategorisinde öne çıkma imkânı tanıdığı “Canvas” kategorisini ileri sürmesi buna bir örnek olarak verilebilir. (Ryu, 2021).

1.5.4. Video Oyunları

Bahsi geçen tüm bu medyumlar arasında uyarlamalar da dahil olmak üzere sıklıkla ön plana çıkan bir diğer içerik grubu olarak video oyunlarından söz edilebilir. Medya içeriklerinin fandom kültürü kapsamı dışında kalan pasif nitelikteki tüketim biçimlerinin doğası gereği video oyunları bağlamında mümkün olmaması sebebiyle, bu içerik türü medya fandumu boyutunda özgün bir konuma sahiptir. Zira video oyunlarının – özellikle hikâye ağırlıklı olanlar bağlamında – metinsel, görsel ve işitsel göstergelerinin ancak oyuncunun seçim ve tercihleri doğrultusunda anlatı değeri elde edebilmesi, aktif katılım ve etkileşim unsurlarının bu içeriklerin en önde gelen ve hatta tanımlayıcı bir özelliği

olduğu anlamına gelmektedir. Çünkü oyuncunun aldığı kararlar, örneğin hikâyeyi çeşitli yönlerden etkileme potansiyeline sahip bir görevi yapmaması/ertelemesi ya da bir lokasyona gitmemeyi tercih etmesi, oyunun hikâye örgüsü ve anlatımsal yapısının düz bir çizgi olarak ilerlemesini imkânsız kılmaktadır (Chapman, 2016: 32). Bu çok boyutlu etkileşimsel yapı nedeniyle video oyunlarının pasif tüketicilik yaklaşımına en uzak içerik türleri arasında yer aldığını söylemek yanlış olmayacaktır. Dolayısıyla hikâye anlatıcılığı bağlamında sahip oldukları bu potansiyeli, dövüş, aksiyon, fantezi ve bilim-kurgu gibi popüler türleri doğrudan oyuncuyu bir baş kahraman haline getirerek somut bir deneyime çevirme kapasitesi ile birleştirmesi, video oyunlarını medya ekosistemleri bağlamında bahsini ettiğimiz OSMU sistemi içerisinde paha biçilmez bir ürün olarak öne çıkarmaktadır.

Japonya, Çin ve Tayvan gibi bazı Güneydoğu Asya ülkelerinde gündeme gelen bir olgu olan ACG (Animasyon, Çizgi roman ve Oyun) kültürü bağlamında - Japonya’da daha çok Manga, Anime, Oyunlar anlamında MAG terimi kullanılmaktadır – video oyunları yine önemli bir role sahiptir. Dolayısıyla ACG kültürünün video oyunları da dahil olmak üzere anime, manga, dizi, film, webtoon, web ve hafif romanlar gibi birbirleriyle sürekli bir alışveriş içerisindeki popüler medya ürünlerini içinde barındıran gerek endüstriyel gerekse alt-kültürel açıdan bütünleşmiş bir yapının örneklerinden biri olduğu söylenebilir (EduBirdie, 2022).

Video oyunları tarihi boyunca diğer medya türleri ile doğrudan bir ilişki içerisinde olmuştur. Jenkins’in medya yakınsaması olgusuyla da yakından örtüşen bir şekilde bu ilişki, teknolojik yeniliklerle de paralel olarak, çeşitlenen tüm diğer tür ve içerikler doğrultusunda gelişimini sürdürmüş ve sürdürmeye de devam etmektedir. (Picard ve Fandango, 2008: 1-2). Video oyunlarının gelişim sürecine incelendiğinde, 2600 konsolu başta olmak üzere, 1970’lerin ortalarından itibaren film ve dizi endüstrisinde Amerikan yapımı eserlerin video oyunu uyarlamalarına yönelmelerin başladığını ve 1980’lere gelindiğinde bu uyarlamaların video oyunları kapsamında yaygınlaştığı göze çarpar (Wolf, 2001: 1-2). ABD’deki video oyunlarına yönelik bu ilgi ilk ortaya çıkışının ardından bir durgunluk döneminden geçmiş olsa da Japon yapımı Nintendo ve Sega gibi şirketlerin elinden çıkma konsolların ülkeye girmesi ile yeniden alevlenmiş ve filmlerden uyarlanan oyunlar yeniden piyasaya sürülmeye başlamıştır. Bu uyarlamalar zamanla sadece Amerikan yapıtlarını değil, aynı zamanda Japon asıllı eserleri de kapsar hale

gelmiş ve hatta oyunlar birer uyarlaması olarak grafik romanlar yayınlamak popüler bir etkinlik halini almıştır (Picard ve Fandango: 2008: 2-4).

Video oyunlarının medya türleri ile olan bu çok yönlü ilişkisi ile ilgili olarak daha önce medya fannomu kapsamında Coppa'nın aktardığı Gerard Jones'un ileri sürdüğü "geek" kültüründen de söz edilebilir. Bilindiği gibi bu alt-kültür kapsamında kabul edilen çizgi roman ve video oyunları fannomlarının bilim kurgu türü çevresinde inşa olunan medya fannomu ile yakın bir ilişkiye sahip olduğu genel geçer bir olgudur (Coppa, 2006: 55). Bu bağlamda ABD konsol oyunların ortaya çıkışından itibaren özellikle DC Comics ve Marvel'a ait süperkahraman çizgi romanları başta olmak üzere bu tür kapsamındaki video oyunu uyarlamalarına – genel olarak X-men, Örümcek Adam, Superman ve Batman gibi süper kahramanlar ön planda olagelmıştır – sıkça rastlanılmaktadır. Öte yandan gerek dizi ve filmler, gerekse çizgi roman ve video oyunları gibi eğlence unsurların özellikle A.B.D'de Japon popüler kültürünün etkisi altında olduğu göz önünde bulundurulduğunda, konsollarının büyük bir oranda Japonya'dan ithal edildiği video oyunları için bu etki alanının çok daha geniş ve çeşitli olduğu söylenebilir. Japonya'da halihazırda işlevsel bir medya ekosisteminin parçaları olan manga, anime ve video oyunları (MAG), birbirleriyle çok sıkı bir ilişki içerisinde olup anime ve mangalardan esinlenen/uyarlanmış video oyunları Japonya'da bir medya içeriğinin üretim döngüsündeki son duraklardan biri niteliğindedir. Anime ve mangaların dünya genelinde elde ettiği popülerite dolayısıyla bunların uyarlamaları halinde ön plana çıkan video oyunlarını da kapsadığından gerek uyarlama gerekse orijinal Japon oyunları zaman içerisinde Avrupa ve Kuzey Amerika ile başlayarak küresel bir boyutta kendini gösterir olmuştur. Örneğin Japonya dışında da büyük yankı getirmiş olan kült eserler sayılabilecek ve Japon popüler kültürünün küresel bir ince güce dönüşmesinin başlıca oyuncularından olan Akira (1988), Ghost in the Shell (1996) ve Neon Genesis Evangelion (1995) gibi başyapıtların çoğunun birer oyun uyarlaması mevcuttur. Anime ve manga fanı olarak nitelendirilebilecek kimselerin büyük bir çoğunluğu aynı zamanda Jones'un geek kültürü bağlamında ileri sürdüğü gibi video oyunları ile de yakından ilgilenmekte olup, özellikle anime/manga uyarlaması olan oyunların başlıca tüketicilerini de yine bu fanlar oluşturmaktadır (Picard ve Fandango: 2008: 4).

Video oyunlarının medya türleri ile olan ilişkisi kapsamındaki verilebilecek bir diğer örnek ise Pokemon serisidir. Bir orijinal bir video oyunu olarak piyasaya sürülmesinin

ardından bir anime uyarlaması yapılan Pokemon'un Japonya'nın ardından Kuzey Amerika ve dünya genelinde elde ettiği büyük popülerlik ve bunu takip eden tüm diğer içerikleri ile hâlâ daha sadık bir fan kitlesine sahip bir franchise halini alışı, video oyunlarının bu medyumlar arası alışverişte edinmiş olduğu sarsılmaz konumu gözler önüne seren örneklerden sadece bir tanesidir (Picard ve Fandango: 2008: 5). Kinder (1991: 1) bu bağlamda Pokemon serisine benzer bir şekilde oyun, çizgifilm serisi, film gibi çeşitli medyumlarda birçok defa piyasaya sürülen Ninja Kablumbağalar örneğinden yola çıkarak küçük çocuklar ve medya fanları gibi tutkulu tüketicilerden maksimum kâr elde etme amacıyla ortaya çıkmış olan bu medya ekosistemlerini “eğlence süper sistemleri” olarak nitelendirmiştir. Günümüzde tam sürat yayınlarının devam ettiği ve şimdiye kadar da üzerinde durduğumuz diğer tüm içerik türleri için de geçerli olduğu söylenebilecek olan bu sistem, Jenkins'in medya yakınsaması fikri ile de örtüşen ve yine Jenkins'in ileri sürdüğü “transmedya hikâye-anlatıcılığı” olgusuna dayanan daha önce de sözünü ettiğimiz bir medyumlar arası alışveriş ilkesini benimsemektedir (Jenkins, 2003: 1; Jenkins 2005: 2).

1.6. Medya Yakınsaması, Transmedya Hikâye-Anlatıcılığı ve OSMU Modeli

Murray (2016: 263), “Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace” başlıklı eserinde, hikâye-anlatıcılığının siber alemde yeniden yapılanışı üzerinde durmakta olup bunun teknoloji doğrultusunda dijitalleşen çağın bir getirisi olarak nitelendirmektedir. Eserinin 1998 yılındaki ilk basımında “siber drama” kavramını ele almış olan Murray'in ardından Jenkins aynı kapsamda “transmedya hikâye-anlatıcılığı” terimini ileri sürmüştür. Murray'in, farklı format ve tarzları bünyesinde barındıran bir dijital hikâye biçimi olarak ifade ettiği ve hikâye-anlatıcılığının “yeni dijital medyum için yeniden icat olunuşu” şeklinde tanımladığı siber drama (Murray, 1998: 271), takip eden yıllarda dijital medyumlarda ortaya çıkan yenilikler doğrultusunda Jenkins tarafından transmedya hikâye anlatıcılığı şeklinde yeniden tanımlanmıştır. Jenkins'in yakınsama kültürü kapsamında yer alan medya yakınsaması olgusunun bir uzantısı olan transmedya hikâye-anlatıcılığı, “anlatısal içeriklerin medya genelindeki hareketi” şeklinde özetlenebilir. Bu bağlamda transmedya hikâye-anlatıcılığı, “çeşitli medya platformları arasındaki içerik akışı, farklı medya endüstrileri arasındaki iş birliği, eski ve yeni medyanın kesişme noktasında yer alan yeni medya finansmanlarına yönelik arayışlar ve

arzuladıkları eğlence unsurlarını deneyimlemek için yer yer gezmekten çekinmeyen izleyicilerin göçebe hareket tarzı” olarak açıklanmaktadır (Jenkins, 2007).

Jenkins’e göre transmedya hikâye-anlatıcılığı “birleşik ve koordineli bir eğlence deneyimi yaratmak amacıyla bir kurgunun ayrılmaz unsurlarının birden fazla dağıtım kanalına sistematik olarak dağıtıldığı bir süreci temsil etmektedir.” Eskiden bağımsız endüstriler şeklinde birbirlerinden ayrı konumlarda yer alan medya endüstrisi artık medya şirketlerinin yatay bütünleşmesi sonucu tek bir yapı haline gelmiştir. Bu şirketler ortaya koydukları medya ürünlerini pek çok farklı medya platformuna yayarak markalaşmış anlatılar yaratmayı amaçlamaktadır. Çünkü farklı platformlar, farklı erek kitlelere ulaşabilmelerini, marka evrenin sıkı fanlarının değişik boyutlarda ilgisini çekebilmelerini ve bu ilgiyi mümkün olduğunca uzun bir dönem üzerlerinde tutabilmelerini mümkün kılmakta, bu da dolayısıyla ürünlerinden maksimum kâr elde edebilmelerini kolaylaştırmaktadır. Bu kapsamda yer alan popüler birçok franchise örneğinden söz edilebilir: Matrix, DC Comics bünyesindeki Batman ve Superman, Star Wars, Star Trek, Marvel bünyesindeki Spiderman ve Marvel Sinematik Evreni içerisinde yer alan diğer anlatılar gibi. Bunlar ve benzeri, pek çok franchise haline gelmiş anlatıların, ya da diğer bir ifade ile markalaşmış anlatıların, hangi medyum üzerinden başladıkları fark etmeksizin, dizi, film, animasyon, çizgi roman ve video oyunları gibi – ve eğer kültürler arası ele aldığımız etkileşimler de göz önünde bulundurulursa Asya popüler kültür öğeleri kapsamındaki geçişler gibi – çeşitli medyumlar doğrultusunda hikâye evrenlerinin genişletilmesi artık medya endüstrisi için bir norm halini almıştır. Zira bu şekilde medya şirketleri piyasaya sürdükleri bir esere, farklı platform ve anlatı yolları üzerinden fanların merakını uyandıracak yeni eklemeler yapmakta olup, bu şekilde çok boyutlu bir medya deneyimi oluşturmaktadır (Jenkins, 2007).

Transemida hikâye anlatıcılığının bahsettiğimiz gibi sayısız örneği olmasına karşın, bu olgunun ilk örneğinin Star Wars serisi olduğu söylenebilir. Bu yapımın bir franchise olarak gelişmesinde etkili olan önemli unsurlardan birisi filmlerin sahnelenmesinin ardından, yani gişe hasılatından bağımsız bir şekilde, piyasaya sürülen bağlantılı ürünlerin – aksiyon figürleri ve filmde araçlar vb. oyuncaklar – filmlerin kendisinden bile daha fazla kâr getirmiş olmalarıdır. Bu durum akabinde diğer neredeyse tüm Hollywood yapımlarının video oyunları da dahil olmak üzere çeşitli ürünlerinin promosyonlarını yine bir norm haline getirmiştir. Özellikle Star Wars gibi markalaşmış

anlatılar için bu ürünlerin hikâye evreni üzerinden işleyen video oyunları gibi varyantları, filmin ilk üçlemesindeki sevilen sahnelerin fanların gözünden yeniden canlandırılmasını hedef alan ya da yeni olay örgüleri ve bakış açıları getiren hikâyeyi pekiştirici araçlar niteliğinde pazarlanmıştır (Picard ve Fandango, 2008: 6).

Gerek Matrix gerekse DC Comics ve Marvel yapımlarının platformlar arası ürünlerinde de yine benzer bir yaklaşım söz konusudur. Bunlardan özellikle Matrix transmedya hikâye-anlatıcılığının olgunun potansiyelini ve felsefesini yansıtan en iyi örneklerinden bir tanesidir. Orijinal filmlerde belki de karakterlerin sadece laf arası bahsini ettiği ancak hikâye evrenine ilişkin izleyiciyi düşünmeye sevk edebilecek çeşitli unsurlar, kısa animasyon filmleri ve video oyunları gibi çeşitli medya içerikleri kapsamında detaylandırılarak, Matrix'i her şeyiyle deneyimlemek isteyen izleyici/fanları platformlar arası geçişler yapmaya teşvik etmektedir. Yine Matrix ana hikâyesinin öncesini konu alan yan hikâyeler, video oyunları, animasyon antoloji serisi ve çizgi romanlar gibi medyumlar aracılığı ile orijinal filmlerin yayınlamasından çok sonra fanlar ile buluşturulmuştur (Gallagher, 2021).

Markalaşmış evrenler için bu şekilde genişletmeler, çeşitli medya içerikleri aracılığıyla piyasaya sürülen eserler vb. şekillerde fanlara ulaştırılan hikâye evrenine yönelik her tür bilgi parçacığı, başta evren kurmacılığının had safhada olduğu fantastik ve bilim-kurgu yapıtlar olmak üzere, kurmaca yazında “lore” olarak anılmaktadır. Sözlük anlamı “belirli bir bilgi veya gelenekler bütünü” ve “çalışma veya deneyimler sonucu elde edilen bilgi” olan İngilizce “lore” sözcüğü aslında “halk bilgisi” anlamına gelen “folklore” ile Türkçede de tanıdığımız bir sözcüktür. Kurmaca metinlerin hayranları olarak nitelendirilebilecek olan ve aynı zamanda “geek” kültürüne de dahil edebileceğimiz medya fanları – bu kapsamda kitapların da bir medya türü olması sebebiyle edebiyat fanları da yer almaktadır – “lore” ifadesine yeni bir anlam yüklemişlerdir. Yüzüklerin Efendisi, Star Wars, Star Trek, Babylon 5 gibi tutkulu fan kitlelerine sahip sayısız medya eseri boyutunda kullanılan ve “kurgusal bir ortamı gerçek hissettirmeye yardımcı olan irili ufaklı her tür detay ya da kurgu bir dünyanın arka plan detayları” şeklinde tanımlanan “lore” terimi, kaynak metnin özellikle kurgusal “boşluklarını” doldurmaya yönelik her türlü bilgi parçacığını ifade eder bir biçimde medya fandomu kapsamında yeniden tanımlanmıştır (Jones, 2021).

Yeni nesil bir hikâye-anlatıcılığı tarzı olarak nitelendirebileceğimiz transmedya hikâye-anlatıcılığı, Jenkins’in medya yakınsaması fikri doğrultusunda yer alan, sadece teknolojik açıdan değil, endüstriyel, kültürel ve sosyal yaklaşımlar çevresinde de gelişen bir değişimi yansıtmakta olup, medya yakınsamasının ortaya koyduğu platformlar arası geçişi kolaylaştıran yapı sayesinde yaygınlaşmayı başarmıştır. Medya yakınsamasının önünü açtığı çoklu platformlu bir anlatım sistemi olarak da özetlenebilecek transmedya hikâye-anlatıcılığı kapsamında tüketiciler ilgili medya ürününe dair her türlü “bilgiyi” ya da bir diğer ifade ile “lore”u çeşitli platformları navige ederek arayıp bulmaya ve bunlara yönelik bağlantılar oluşturmaya teşvik edilmektedir (Jenkins, 2006).

Medya yakınsamasının da bir parçasını oluşturduğu Jenkins’in yakınsama kültürü, aslında dört farklı boyutta şekillenmektedir. Bunlardan ilki medya içeriklerinin dijital formatlara taşıyan ve çeşitli platformlar üzerinden bu içeriklerin dağıtımını mümkün kılan teknik bir yakınsamadır. Tüketicilerin platformlar arası gezintiler aracılığıyla medya içeriğini farklı boyutlardan ele almaları sosyal yakınsama, medya teknolojilerini, tüketicileri ve yapımcıları ortak bir paydada buluşturan ve bu düzlemde yeni yaratıcılık biçimlerinin önünü açarak katılımcılık esaslı, hikâyelerin çeşitli platformlar aracılığı ile dolaşımının sağlandığı bir alt-kültür olan transmedya hikâye anlatıcılığı ise kültürel bir yakınsamadır. Küresel yakınsama ise dördüncü ve sonuncu yakınsama şekli olup müzik, film, televizyon programları ve diğer medya içeriklerinin uluslararası menzilede ederek kültürel bir birliğin meydana gelmesini ifade etmektedir (Jenkins, 2006).

Dolayısıyla medya fandomu kapsamında sıklıkla isimlerini andığımız, Star Trek macerası ile başlayarak Star Wars ve Matrix gibi birer franchise ve markalaşmış anlatılar haline gelmiş birçok batılı medya içeriğinin yanı sıra, yine öncelikle Japonya’daki anime ve manga kültürü kapsamında zaten halihazırda var olan medya ekosistemlerine video oyunları, roman/hafif romanlar vb. diğer medyumlar da artarak eklenmeye devam ettirmiştir. Bu bağlamda Neon Genesis Evangelion ve Blood, the Last Vampire gibi eserler ile başlayarak transmedya hikâye-anlatıcılığının Japon medya endüstrisinde sağlam bir konum edindiğini söylemek mümkündür.

Öte yandan, daha önce de sözünü ettiğimiz OSMU modeli ile transmedya hikâye-anlatıcılığının medya endüstrisi içerisinde ilişkili ancak birbirinden farklı iki kavram olduğunu belirtmek gerekmektedir. Genel itibarıyla kaynak tek bir eserden yola çıkarak,

bu eserin farklı medyumlarda yeniden anlatılması, bir diğer deyişle medyumun getirisi olan değişiklikler haricinde kaynağı temel alan uyarlamalar OSMU modeli çerçevesinde yer almakta olup, kaynak eserin uzantıları olarak nitelendirilebilecek, hikâye evrenini farklı boyutları ile ele alan ve bu amaçla çeşitli medyumlardan yararlanma yoluna giden transmedya hikâyeciliği ile karıştırılmamalıdır.

“OSMU modeli, orijinal içeriğin ticari önemini vurgular ve orijinal bir esere dayalı ek içerikleri harekete geçirerek, orijinal bir çalışmanın hikaye anlatımını farklı medya platformlarına uyarlar. Böylelikle bu orijinal çalışmanın yerleşik piyasa değeri, OSMU sistemi aracılığıyla kâr sağlamaya devam edebilir. OSMU hikâye anlatımında, uyarlanmış ürün ve ek içerikler, doğrudan yaratıcı kaynak olan orijinal çalışmadan filizlenir. Ancak transmedya hikâye-anlatıcılığı bundan daha farklı bir süreçtir. Aslına bakıldığında transmedya hikâye-anlatımlarında orijinal bir içerikten söz edilemez; kullanıcı veya izleyici, içeriğe herhangi bir sırayla erişebilir ve her bir çalışma kendi özerk dünyasına sahiptir. Bu şekilde tüketilen içerikler, her formun diğerine anlam verdiği bir dünya olan çoklu medya platformları aracılığıyla kavranılabilmektedir... Transmedya hikâye anlatıcılığı doğası gereği birden fazla medya platformu üzerinden paylaşılmakta olup, ortaya çıkan yeni metinlerin hikâyenin geneline belirgin bir değer katması gerekmektedir. Henry Jenkins’e göre, ideal bir transmedya hikâye anlatımında, her bir medya biçimi estetik açıdan bir bütün şeklinde ve her bir platform kendi kendine yeterli olmalıdır.” (Sungkyunkwan University, tarih yok).

Bu bilgiler ışığında, medya fandomu içerik türleri kapsamında yer alan dizi, film, video oyunları, web roman, hafif roman, webtoon, anime ve manga gibi medyumların birbirleri arasında geçişler ile yapılan uyarlamalarının, yani kaynak esere yeni medyum çerçevesinde mümkün olduğunca sadık kalarak eserin yeniden anlatımlarının OSMU sistemi kapsamında; kaynak eserin uzantıları şeklinde nitelendirilebilecek ve kendi başına ana hikâyeye yeni değerler katan bağımsız eklemelerin ise transmedya hikâye-anlatıcılığı kapsamında olduğu söylenebilir. Bu bağlamda bir kaynak için hem OSMU hem de transmedya hikâye-anlatıcılığı sistemlerinin kullanıldığı durumlar da oldukça yaygındır. Örneğin tanınan bir transmedya hikâye-anlatıcılığı örneği olan Marvel Sinematik Evreni, Marvel çizgi romanlarının OSMU modeli doğrultusunda ilk olarak filmlere dönüştürülmesi ile ortaya çıkmış olup, şu an aynı evrende geçtiği halde birçok farklı karakter ve olay örgüsünü konu alan dizi, film, animasyon ve video oyunu ek içerikleriyle

transmedya hikâye-anlatıcılığında ön plana çıkan medya ürünü haline gelmiştir. Hatta Marvel, “multiverse” olarak adlandırdıkları bir strateji ile halihazırda var olan hikâye evrenlerini ticari açıdan canlı tutabilmek için, transmedya hikâye-anlatıcılığını bir adım öteye taşıyarak bunların alternatif dünya versiyonlarına odaklanan hikâyeleri dahi piyasaya sürmeye başlamıştır.

Asya popüler kültürlerine bakıldığında ise, mangalardan anime, hafif romanlardan hem manga hem anime ya da web-romanlardan webtoon ve webtoonlardan anime veya canlı çekim diziler gibi – özellikle Kore dizileri – uyarlama örneklerini OSMU modeli çerçevesinde görmek mümkündür. Bunun yanı sıra video oyunları şeklinde yapılan uyarlamalara da kimi zaman hikâyeyi yeniden deneyimleme imkânı tanınması kimi zaman ise yeni olay örgülerini işlemesi sebebiyle hem bir OSMU örneği hem de transmedya hikâye-anlatıcılığı örneği olarak rastlamak mümkündür. Yine Japonya için, manga ve hafif romanlar gibi kaynaklardan yapılan uyarlamaların kimi zaman kaynaktan bağımsız alternatif bir hikâye evreni oluşturması gibi örnekler de mevcut olduğundan, bu kapsamda yine transmedya hikâye-anlatıcılığının bu medyumlar üzerindeki etkisinden söz edilebilir.

Görüldüğü üzere, yakınsama kültürünün beraberinde getirdiği medya yakınsaması, tüm boyutları ile medya hikâye-anlatıcılığında ve bu bağlamdaki ürünlerin sermayeleştirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Çeşitli medya fanlarının internet ortamlarında bir araya gelmesinin önünü açtığı bu yakınsama kültürü, fanlar, yapımcılar, platformlar ve içerikleri birbirine bağlayan devasa bir medya ekosisteminin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu sistem ise gerek transmedya hikâyeciliği gerekse OSMU modeli doğrultusunda üretilen eserler ile anlatı odaklı içeriklerin esnek doğasını ve farklı medyumlar ile olan ilişkisini gözler önüne serer niteliktedir (Park, 2020: 55). Günümüzde medya içeriklerinin ve platformlarının yenilikçi yaklaşımlarla bir bütün olarak yeniden inşa oluşunun bir sembolü olan medya yakınsaması kapsamında bu durumun Jay Bolter ve Richard Grusin’in “geliştirme” olarak adlandırdıkları, her medyumun bir başka medyumun eksiklerini gidermesi anlamına gelen ve “medyanın” işlevselliğini koruması için diğer medya türlerine ihtiyaç duyduğu düşüncesini desteklediği söylenebilir (Bolter ve Grusin, 1999: 55).

1.7. Kùltürlerötesi Fandom

Ele aldığımız sermayeleştirilmiş anlatı sistemlerinin medya yakınsamasının bir parçası olduğu ve bu yakınsama kùltürünün özellikle medya endüstrisi ve buna bağılı fandom oluşumlarını da içinde barındırdığı düşünöldüğünde, küreselleşme olgusu çerçevesinde medya içerikleri ve medya platformlarını ilgilendiren her tür gelişim, değışim ve yeniliğın dünya genelinde ortak bir kùltürel değere dönüştüğünü söylemek mümkündür. Jenkins bu durumu medya yakınsamasının son evresi olan küresel yakınsama şeklinde ifade etmiştir (Jenkins, 2006: 113). Bu bağlamda farklı kùltürlere ait popüler kùltür öğelerinin internet çağının getirileri sayesinde, “uluslarötesi” bir biçimde dünya geneline taşınması ile bireylerin dil, din, ırk, cinsiyet vb. gibi farklılıklarını bir kenara bırakarak bu kùltürleri fanlık olgusu bünyesinde benimsedikleri, medya içeriklerinin metinler ve kùltürler arası bir düşünce sistemi doğrultusunda ele alındığı, etkileşim ve yaratıcılığın ön planda olduğu yeni bir tüketicilik anlayışı ortaya çıkmıştır (Park, 2020; Chua ve Iwabuchi, 2008; Jenkins, 2006).

Farklı milletlere özgün popüler kùltürel içeriklerin Web 2.0 başta olmak üzere teknolojik gelişme ve yenilikler doğrultusunda evrensellik elde etmesinin işte bu yeni tüketicilik anlayışının fandomlar ve fan kùltürleri kapsamında ön plana çıkmasıyla meydana geldiği söylenebilir. Uzun bir zaman boyunca birbirlerinden ayrı bir şekilde varlığını sürdürmüş olan çeşitli fandomların internet sayesinde kaynaşma imkânı bulması ile, medya fandomunun önemli bir boyutunu oluşturan anlatı fanları birbirleri ile sürekli bir iletişim ve etkileşim haline girerek bu yeni tüketicilik anlayışına önyak olmuşlardır. “Uluslararası fandomlar, tarihi, kùltürel ve toplumsal farklılıkların ötesine geçerek uluslarötesi farkındalığı daha büyük bir boyuta taşıyabilir mi?” sorusu üzerine odaklanan ve özellikle Japonya, Güney Kore ve Çin gibi Asya ülkelerinin popüler kùltür öğelerinin bu ülkelerin sınırları dışına taşınması olgusunu inceleyen “uluslarötesi” fandom çalışmaları bu bağlamda önem arz etmektedir (Chin ve Morimoto, 2013: 92).

Chin ve Morimoto (2013), fanlık olgusunu benimsemiş, farklı uluslardan bireylerin farklı metinleri benzer bir perspektif ile yorumlamasını homolojik bir afiniteyi paylaşmalarına dayandırarak, fanlık olgusunun popüler kùltürel unsurlara ortak bir mercekten bakılması şeklinde değerlendirmiş ve bu yüzden “uluslarötesi” yerine “kùltürlerötesi” normunu ileri sürmüşlerdir (Chin ve Morimoto, 2013: 104). Hills’in (2002: 4) “kùltürlerötesi

benzeşiklik” görüşü ile örtüşen bu yaklaşım, “son evre kapitalizmin güç ve baskıları ile yakından ilişkili olmasına karşın küresel güçler tarafından empoze edilmeyen” evrensel boyuttaki özgür ve özgün bir kültürel oluşumu, yani fandom ve fan kültürü olgularını yansıtmaktadır. Orijinal medya fandomu ile beraber diğer çeşitli fandomların internet ortamına taşınıp kaynaşmaya başlamalarını takip eden kültürel alışverişlerden bu bağlamda öne sürülebilecek örnekler arasındadır:

“Günümüz Japonya’sındaki kültürel eğilimler ile diğer geç endüstri toplumlarındaki kültürel eğilimler arasındaki çarpıcı ve beklenmedik benzerlik noktaları, en az akademide neredeyse alışkanlıkla odaklanılan kültürel farklılık noktalarında keşfedilenler kadar derin sosyal içgörüler sağlar. Farklı toplumların kültürel gelişmelerindeki benzerlik noktaları, uluslararası sosyal ve kültürel süreçlerin yaygınlığını göstermektedir. Amatör manga bu noktada iyi bir örnektir. ...Japon dojinshi’lerinden ortaya çıkan yaoi tarzı açıkça Anglo-Amerikan slash’inin Japon eşdeğeridir... aslında bu farklı ülkelerdeki amatör manga ve fanzin üretimi arasında gerçek bağlantılar vardır.” (Kinsella, 1998: 12).

Hills ve Kinsella fanlık olgusunun kültürlerötesi boyutunu Japon popüler kültürü bağlamında ve genel itibariyle anime ve manga fanlarını temsil eden ‘otaku’ kavramı doğrultusunda ele almaktadır. Kökenleri Japonya’ya dayanan bir alt kültürü ifade eden ‘otaku’ teriminin günümüzdeki anlamıyla kullanımı Akio Nakamori’nin 1983 yılında kaleme aldığı “A Book of Otaku” başlıklı çalışması ile ortaya çıkmıştır (Azuma, 2009: 123). 1960’ların bilim kurgu fanlarıyla da yakından ilişkili olduğu düşünülen terim, anime, manga, video oyunları, bilgisayarlar, bilim-kurgu, özel efektli filmler, anime figürleri vb. gibi medya ürünlerine yönelik fan davranışlarını betimlemekte olup, “otaku kültürü” bağlamında da sıklıkla bir alt kültür olarak anılmaktadır (Azuma, 2009: 3). İlk başlarda Amerikan bilim-kurgu fanlarından türemiş medya fandomuna benzer bir toplumsal konuma sahip olan otaku kültürü, 1988-89 yıllarında bir otaku olduğu bilinen Tsutomu Miyazaki isimli seri katilin çok küçük yaşlardaki dört kız çocuğunu vahşice katletmesinin ardından Japon toplumunda ciddi bir şekilde kınama ve ötekileştirilmeye maruz kalmıştır. Miyazakinin tutuklanmasının hemen ardından haftalık bir dergide otakuların “insanlarla temel iletişim becerilerinden yoksun, genellikle kendi dünyalarına çekilmiş” bireyler olarak nitelendirilmesi ve yine katilin basında da otaku kültürü ile olan yakın ilişkisinin açık bir şekilde kınanarak cinayetlerine bu saplantıların neden olduğunun

savunulması, otaku teriminin kullanımı günümüze kadar uzanan aşağılayıcı bir ifadeye dönüşmesine yol açmıştır (Azuma, 2009: 4).

Japon pop kültürünün özellikle animeler ile başta ABD olmak üzere dünya genelinde zamanla yaygınlaşması, otaku ifadesinin Japonya'daki kötü çağrışımlarından genellikle bihaber uluslararası fanlar tarafından benimsenmesiyle sonuçlanmıştır. “Fanca” kabul edilen davranışların anaakım kültürde göz ardı edilen ya da hoş karşılanmayan yapısı göz önünde bulundurulduğunda, Hills’in de ifade ettiği gibi fanlık nesnesini oluşturan ürünlerin uluslararası boyuttaki alışverişi sonucu farklı uluslara mensup fanlar arasında fanlık kimliğinin ulusal kimliklerinden önce gelmesi kaçınılmaz bir durum halini almıştır (Hills, 2002: 12). Bu kapsamda Napier gibi araştırmacılar, fandomun uluslar veya kültürlerötesi bir olgu olduğunu ve dolayısıyla fanlık kimliğinin evrenselliğini savunmaktadırlar. Örneğin Napier, Japon animeleri ve mangaları gibi medya içeriklerinin Japonya’nın kültürel değerlerini yansıttığını kabul etmekle birlikte, bu içerikler arasında en popüler olan bilim-kurgu gibi türlerin çoğunlukla fantastik yapıda ve kurgusal ulusları ele alan, bir diğer ifadeyle “uyruksuz” doğasına dikkat çekmektedir. Japon kültürüne özgü çeşitli problemleri ele almalarına karşın, genellikle evrensel değerlerin üzerinde durmayı tercih eden bu tarz birçok eserden söz edilebilir. Aynı zamanda bu içeriklerin tamamen hayal gücüne bağlı çizimlerden oluşuyor olmaları da, anime ve mangaların karakterlerinin dahi “uyruksuz” bir bakış açısıyla betimlenebilmesini mümkün kılmaktadır. Anime ve mangaların bu “yabancı” doğasına ilişkin araştırmacı ve bilirkişiler Japon toplumunun sosyo-kültürel yapısına yönelik çeşitli çıkarımlar da bulunsalar da – Japon toplumundaki batı özentiliği ve kendi kültürlerini değersiz bulma gibi hararetli tartışmalardan bu kapsamda söz edilebilir, – Japon popüler kültür öğelerinin geçmişten bugüne küresel boyutta uluslararası fanlar sayesinde elde ettiği evrenselliğin kolay kolay inkâr edilemeyeceği de bir gerçektir. Çünkü Napier’ın da dile getirdiği gibi, medya içeriklerinin “uyruksuzluğu” özünde küresel kültürün cazip bulduğu bir niteliktir. Hayao Miyazaki’nin, Japon anime ve mangalarında sıklıkla rastlanan “uyruksuz,” veya başka araştırmacı ve animatörlerin nezdinde “batılı” olarak betimlenebilecek dış görüşlere sahip karakterler için “Japonlar kendi yüzlerinden nefret ediyorlar” şeklindeki ifadesine atıfta bulunan Napier, anime ve manga kültürünün uluslararası boyutta bu derece popülerlik elde etmesini, farklı bir kimliğe bürünmeyi veya farklı bir dünyaya adım atmayı arzulayanların sadece Japonlar olmayabileceğine, başka uluslara mensup

bireylerin de “kendi yüzlerini görmekten usanmış” olabileceklerine yormaktadır (Napier, 2005: 24-27):

“Bu fantezi ortamının Japon eğlence endüstrisinin bir ürünü olduğu ve bu nedenle ekonomik ve hatta politik açıdan sorunlu yönleri olabileceği doğru olsa da, bir medyum olarak anime, – özellikle de belirgin bir şekilde Batılı veya Japon olarak nitelendirilemeyecek karakter ve kurguları sebebiyle – izleyicilere kimlik keşfi için başka hiçbir çağdaş medyumda bulunmayan güvenli bir Ötekilik yapısı içerisinde eğlenebilecekleri bir alan sunmaktadır.” (Napier, 2005: 27).

Japon medya ürünlerinin dünya popüler kültürünün bir parçası haline gelmesi ile otaku kavramının farklı uluslardan bireylerce benimsenmesi, Napier’ın da üzerinde durduğu gibi bu içerik türlerinin zamansız ve uyruksuz yanlarının her kültürden insana hitap ettiğinin bir göstergesidir. Ancak bu bağlamda Hills’in dikkat çektiği ve değinilmesi gereken bir diğer husus daha söz konusudur. Hills’e göre özellikle Amerikan ve Avrupalı fanlar arasında, fan kimliklerinin kültürlerötesi boyutunu ön plana çıkararak Japonya’yı oryantalist bir mercekten değerlendiren otaku kimlikli fanların varlığı, bu kültürlerötesi yaklaşıma zarar vermektedir.

Bu tarz oryantalist yaklaşımlardan ayrı düşünölemeyecek bir olgu olmasına karşın, Japon popüler kültürünün önce ABD olmak üzere, dünya geneline yayılmasında otaku kültürü ile özdeşleşmiş batılı fanların oynadığı rolü inkâr etmek mümkün değildir. Medya fandomu kapsamında halihazırda ABD’de bir altyapıya sahip olan bilim-kurgu fandomunun bu popüleritenin başlangıcına arabuculuk ettiğini savunan Clements (1995: 40), bir fan kültürü sayesinde bir diğerinin ortaya çıktığının, yani bilim-kurgu fandomunun ABD’deki anime fandomunun oluşumunda etkili olduğunu vurgulamış – lakin bu bağlamda Clements de Hills gibi batıdaki anime fandomunun bu içerikleri “egzotikleştirme” yoluna gittiklerine dikkat çekmektedir – ve hatta bu durumun ABD’de piyasaya sürülen çevrilmiş eserlerin de özellikle bilim-kurgu, fantastik ve korku gibi bilim-kurgu medya fandomu kapsamında ön plana çıkan türlerde olduğunun da altını çizmiştir (Clements, 1995: 40 akt. Hills, 2002: 11).

Peki “otaku” teriminin ABD’de benimsenmeye başlaması nasıl gerçekleşmiştir? Eng (2012: 159), ABD’de ortaya çıkışı 1960’lara dayanan animelerin geniş ve aktif bir altyapıya sahip bilim kurgu fandomu arasında ağızdan ağıza bir yolla popülerleşmeye başladığını belirtmektedir. Animeler başta olmak üzere Japon medya içeriklerinin Japonya

sınırları dışında kendine tutkulu bir fan kitlesi edinmesinde burada halihazırda bir fan kültürünün çoktan yer edinmiş olması etkili olmuştur. Ancak, dil ve mesafe engellerinin bu içeriklere ulaşmaya yönelik oluşturduğu zorluklar göz önünde bulundurulduğunda, ABD anime fandomunun büyümesinde ve bir alt kültür olarak kendisini gösterir bir konuma gelmesinde 1975 yılında tüketicilerin kullanımına sunulan ilk video kaset kaydedicilerin büyük bir rol oynadığı söylenebilir. Kaydedilen animeleri önce Japonya'daki tanıdıklarından alan fanlar sonra bunları ABD'deki diğer anime fanları ile paylaşmayı adet haline getirmişler ve zamanla aralarında sıkı bir fan ağı oluşturarak bilim-kurgu kongrelerinde kendi özel anime izleme odalarını kurmuşlardır. Bu dönemlerde “anime” yerine “Japonanimasyonu” şeklinde bir ifade kullanılmakta olup bu içerikler Eng'in ifadesiyle “Japon olmayan izleyiciler için resmi olarak mevcut olmamasına, pazarlanmamasına veya onlar için tasarlanmamış olmasına rağmen” ABD'li fanlar tarafından sevilerek izlenmiştir (Eng, 2012: 159).

Amerikan bilim-kurgu fandomunun ve akabinde onu takip ederek gelişen medya fandomunun, kült medya içerikleri ile olan ilişkisi dikkate alındığında, Eng'in de üstüne bastığı gibi animelerin ABD'deki yaygınlaşma sürecinin de zaten anaakım medyaya uzak, yayından kaldırılmış ya da İngiliz TV dizileri gibi yurtdışında yayınlanan kült medya içerikleri ile yakından ilgilenen bir fan topluluğu bünyesinde gerçekleşmiş olması şaşırtıcı bir durum değildir.

“İlk nesil Amerikalı fanlar için hem anime hem de animeler hakkında bilgi edinmek zordu, bu nedenle C/FO gibi kulüpler gerek yeni serilere ulaşmak gerekse bunlar hakkında bilgi edinmek için daha çok kişisel bağlantılarına güveniyordu. Bazıları bu ilk Amerikan anime fandomuna yakından dahil olan muhbirlerime göre, ülkenin dört bir yanından anime fanları birbirleriyle oldukça ilkel yollarla iletişim kuruyor, birbirlerine sinopsisler, incelemeler ve çeviriler gibi anime bilgilerini içeren basılı belgeler gönderiyorlardı. Kulüp üyeleri ayrıca kendi başlarına edinmeleri son derece zor olan Japon televizyon serilerinin ve filmlerinin gösterimlerine katılmak için de bir araya gelmekteydi. Bazı kulüp toplantılarında üyeler, kasetlerin toplu kopyalanması için VCR'ları da birbirine bağlardı. Bu ilk dönemlerde elektronik iletişim ağı henüz emekleme aşamasında olmasına rağmen, bazı eski fanlar anime topluluğunun o zamanlar birbirlerine şimdikinden daha sıkı sıkıya bağlı olduğunu düşündüğünü de dile getirmekte, çünkü o zamanlar herkes ihtiyaç duyduğu bilgiye

ulaşabilmek için ülkenin dört bir yanındaki insanlarla kişisel bağlar kurmak zorundaydı.” (Eng, 2012: 160).

ABD’de ilk olarak bu düzlemde yer edinmeye başlayan animeler, 1975 ve 1985 yılları arasında Amerikan televizyonlarında da yaygınlaşmaya başlamıştır. Bunun yanı sıra karate ve ninja filmleri ile Hello Kitty gibi medyaların popülerleşmesiyle Japon popüler kültür öğeleri ABD genelinde tanınır hale gelmiştir. Fakat Japonya’daki içerik çeşitliliği düşünüldüğünde, Eng’in de ifade ettiği gibi ABD’li fanlar için anime bu dönemde de ulaşılması güç bir medya çeşidi olarak konumunu korumaktaydı. Dolayısıyla 1985 sonrası dönemin ilk anime lisanslama ve dağıtım şirketlerinden biri olan Streamline Pictures’ın ortaya çıkması, ABD anime fandomu için umutlu yöndeki bir gelişmeydi. Fandomun, “animelere kolay ulaşma arzusunu sermayeye çevirmek” için kolları sıvayan ve bu pazarın ilk girişimcilerinden olma avantajına da sahip olan Streamline, fanlara Japonya’daki bağlantılarıyla ya da diğer ABD’li fanların aralarında kurdukları ağlarla uğraşmak zorunda kalmadan, daha ucuza ve daha pratik bir şekilde çeşitli animelere ulaşma fırsatı sunmuştu, “ancak nihayetinde, animelere ve ilgili bilgilere başka yollarla her zamankinden daha fazla erişim kazanan yeni nesil Amerikan anime fandomunun sadakatini ve coşkusunu kazanmakta başarısız oldu.” (Eng, 2012: 160-161).

Eng, Streamline’ın bu başarısızlığının temelinde, yeni nesil anime fanlarının yüksek standartlarının yattığını ileri sürmektedir. Eski fanların aksine animelerde daha fazla içerik çeşitliliği isteyen – Streamline ve benzeri ilk anime dağıtım şirketlerinin özellikle kışkırtıcı derecede şiddet ve müstehcenlik içeren animeleri yayınlamakta ısrarcı davranması fanların ifadesiyle animelerin ABD’deki itibarını zedelemekteydi – ve bu içerikleri ana dillerinde izlemeyi tercih etmeleri sebebiyle altyazıları dublaja tercih eden yeni fanlar için, ABD tabanlı anime dağıtım şirketlerinin hizmetleri yetersiz kalmıştır. Bu şirketler bünyesinde piyasaya sürülen eserlerin çevirilerinden veya yaptıkları asıl hikâyeye sadık kalmayan uyarlamalardan da şikâyetçi olan bu tarz fanların gözünde animelerin “Japon kültürünün özgün ürünleri” olarak değer görmesi de, Eng’in ifadesiyle ABD’li fanların beklentilerinin ve standartlarının yükselmesinde etkili olmuştur. Özellikle 1980’lerin ortalarına gelindiğinde gelişen teknoloji ile fanların ellerindeki anime videolarına kendi altyazılarını ekleyebilir hale gelmesiyle – bundan önce ortak izleme odalarında anime içeriklerinin çevirileri basılı bir kağıttan sesli bir şekilde okunmakta ya da doğrudan böyle bir doküman üzerinden takip edilmekteydi – “fansub”

olarak adlandırılan fan altyazıları yaygınlaşmaya başlamıştır. Anime fanlarının bu içerikleri ana dillerinde izleme arzusu ile gelişen bu fan çevirisi akımı aynı zamanda popüler Japon seslendirme sanatçılarına yönelik bir fanlık oluşumunu da beraberinde getirmiştir (Eng, 2012: 161).

Anime fandomunun ABD'deki popülerliği bundan sonrasında da hız kesmeden devam etmiş ve 1985-1995 yılları arasında anime izleyerek büyümüş olan birçok genç tarafından üniversitelerde kurulan anime klüpleri yaygınlık kazanmıştır. Bu klüpler, hem anaakım popüler kültürün dışında kalan fanların birbirleriyle iletişime geçmesine öncülük etmiş hem de hâlâ daha anaakım pazarda kısıtlı sayıda bulunan bu içeriklere farklı yollardan ulaşabilmek için fanların ortak bir fon oluşturabilmelerini sağlamıştır. Bu dönemde aynı zamanda US Renditions ve Animeigo gibi anime dağıtım şirketleri standart olan dublaj yayınlar yerine İngilizce altyazılı eserleri ana dillerinde fanlar ile buluşturmaya başlamıştır. Üniversite vb. eğitim kurumlarının bünyesinde yer alan anime kulüpleri bu şirketlerin lisansladığı eserlere de etkinlikleri kapsamında yer vermiş olmakla beraber, çeşitli bağlantılar aracılığıyla elde ettikleri lisans dışı kasetlere ve hatta Hawaii'deki Japon nüfusuna özel televizyon yayınlarına bile bir şekilde ulaşmayı başararak her geçen gün büyüyen bir içerik havuzu oluşturmaktaydılar (Eng, 2012: 162).

Bu klüpler, Amerikan medya fandomunun birçok etkinliklerini de benimsemişti, anime ve benzeri medya içeriklerine yönelik buluşmaların yanı sıra müzik ve parodi videoları oluşturmak ve kendi fan kongrelerini düzenlemek gibi daha yaratıcı ve sanatsal etkinliklere de vakit ayrılmaktaydı. Animenin ABD'de yaygınlaşması devam ederken zaman içerisinde liseler bünyesinde de benzer klüplerin kurulmasıyla ABD anime fandomunun ve otaku kimliğini benimsemiş olup olmadıkları farketmeksizin otaku kültürünün burada yer edinişi kesinleşmiştir (Eng, 2012: 163).

Lakin anime fandomunun büyümesi bu kadarıyla sınırla kalmamıştır ve internetin sahneye çıkmasının ardından Amerikan bilim-kurgu medya fandomunkinden çok farklı olmayan bir şekilde erişim ve etkinliklerini çevrimiçi platformlara taşıyarak fandomların kaynaşmasına onlar da dahil olmuştur. Aralarında özellikle üniversiteli fanların başını çektiği anime fanları dönemin internet teknolojilerinden yararlanmakta son derece hızlı davranmıştır. Usenet grupları, e-posta listeleri – unutmamak gerekir ki anime fandomu da tıpkı bilim kurgu medya fandomu gibi internet öncesinde birbirlerine

posta yoluyla anime vb. içerikler göndermekteydi – ve medya paylaşımı amacıyla oluşturdukları dosya transfer siteleri gibi çeşitli teknolojik platformları fanlık nesneleri doğrultusunda sonuna kadar değerlendirmişlerdir. Örneğin dosya transfer siteleri üzerinden anime vb. medya içeriklerinin yanı sıra taranarak bu platformlara yüklenmiş alakalı kitap veya promosyon ürünlerini de indirebilen fanlar, aynı zamanda bilgi verme odaklı web siteleri de kurmuşlardır. Anime fandomunun kalbini ise Usenet gruplarının oluşturduğu söylenebilir. Birbirleriyle iletişimlerini bu platform üzerinden yoğun bir şekilde gerçekleştiren anime fandomu içerisinde son derece aktif olan, otaku kimliği ile özdeşleşmiş birçok fan, kongrelerin ve anime kulüplerinin organizasyonunda da etkin rol oynamıştır. Dahası, ABD’deki henüz toy bir anime ve manga lisanslama ve dağıtım endüstrisinin ilk üyelerinden bazıları da bu fanlar arasında yer almaktaydı (Eng, 2012: 164).

Diğer batılı ülkelerde animelerin televizyonlara yansması ise daha çok çocuklara yönelik içerikler üzerinden gerçekleşmiştir. İngiltere başta olmak üzere bazı Avrupa ülkelerinde resmi kaynaklardan yayınlanan bu tarz animelerin özellikle fantastik kurgularda şiddet içeriklerine yer vermekten çekinmemesi vb. durumlar, animelerin bu ülkelerde eleştirisel ve çoğu zaman oryantalist bir gözle değerlendirilmesine neden olmuştur (Holmes, 2022; Hernandez Perez vd., 2017; Odell ve Le Blanc, 2013). Dolayısıyla ABD’deki dağıtım şirketlerinin içerik kısıtlamalarında ve kimi zaman orijinal hikâyeyi neredeyse tamamen değiştiren ağır yerelleştirme ve düzenlemelerinde olduğu gibi – örneğin Miyazaki’nin *Nausicaä of the Valley of the Wind* (1984) eserinin ABD’de karakterler ve hikâyesinde yapılan değişiklikler yönetmenin uzun yıllar filmlerinin ABD’de yayınlanmasına izin vermemesine neden olmuştur – diğer Batılı ülkelerde de resmi kaynakların ileri sürdüğü animeler Japonya’daki içerik yelpazesinin çok küçük bir boyutunu yansıtmaktaydı. Bu durumun doğrudan bir sonucu olarak batılı fanlar Japonya’dan getirttikleri VHS kasetlerini değiş tokuş ederek ve sonrasında bunlara kendi altyazı çevirilerini ekleyerek kendi aralarında bir alışveriş ağı oluşturmuşlardır (Eng, 2012; Odell ve Le Blanc, 2013: 21).

Batıda halen daha animasyona bir medyumdan ziyade çocuklara yönelik bir içerik türü olarak bakılmasından da anlaşılacağı üzere, animelerin kimi zaman bu ülkelerde çocuklara uygunsuz olarak nitelendirilmiş olması da aslında bu medyumun ve sahip olduğu geniş içerik çeşitliliğinin batılı televizyonların alışlageldik içerikleriyle

örtüşmemesinden kaynaklanmıştır. Nitekim Akira'nın batıda elde ettiği büyük başarının, animenin bir medyum olarak etki ve potansiyelini gözler önüne sermesiyle, batıda animeye olan yaklaşım da değişmeye başlamıştır. Öyle ki Newitz (1994: 12), animeleri Japonya'nın başlıca kültürel ihracatı olarak nitelendirmiş ve bunu mümkün kılan batılı fanların gözünde animenin fantastik içeriklerine rağmen gerçekçi kalabilen yetişkinlere yönelik yapısının cazipliğine dikkat çekmiştir (Newitz, 1994: 12).

“Anime aracılığıyla Japonya, küresel kültürel ekonomide giderek daha önemli bir oyuncu haline geldi... Newsweek'in Japonca versiyonundaki 1997 tarihli bir kapak haberinde de açıkça belirttiği gibi, animenin erişim alanı tüm dünyaya yayılmakta. Anime ürünleri Kore ve Tayvan gibi ülkelerin yanı sıra 1990'ların başında çocuk animasyon dizisi Doraemon'un büyük bir hit haline geldiği Tayland gibi Güneydoğu Asya ülkelerinde de popülerlik elde etmiş durumda. Anime aynı zamanda Avrupa'yı da etkisi altına almış bulunmakta: Akira'nın piyasaya sürülmesinin ardından en çok satan video olduğu Birleşik Krallık'tan, yerli olmayan kültürel ürünlere karşı açıklığıyla tanınmadığı halde 1990'ların ortalarında haftada 30 saatten fazla Japon çizgifilmeleri yayınlamış olan Fransaya kadar. Amerika'da da, animenin popülaritesi son on yılda muazzam bir şekilde artış gösterdi. Birkaç yıl öncesine kadar sadece bilim kurgu fanları arasındaki küçük alt grupların bildiği bir şey iken anime her geçen gün anaakım içerisindeki en azından marjinal olan bir niş haline gelmekte. Batı kültürüne entegre olup olmayacağı hâlâ daha tartışmalı olan animenin, anlaşılacağı üzere cazibesinin büyük bir parçası Batılı anaakımdan farklılığında yatmaktadır.” (Napier, 2005: 5-6).

Otaku kültürünün bir diğer önemli parçası olan mangalar için de benzer bir süreçten söz edilebilir. Anaakım medyadan zaten uzak kabul edilen Amerikan çizgi romanları ve bunların fanları, toplumda bilim-kurgu ve medya fandomları ile benzer bir konuma sahip olmuştur. Japonya'da otaku kültürü kapsamında yer alan ürünlere yönelik fanlığın – özellikle Miyazaki cinayetlerini takip eden yıllarda – söz yerindeyse bir ‘hastalık’ olarak nitelendirilmesine benzer bir şekilde Amerikan çizgi romanları için de hepsinin cinsel içerikler içerdiği ya da sadece çocuklar için olduğu, sadece süper kahraman hikâyelerinden ibaret olduğu veya genel olarak sanatsal bir yanları olmayan geçici hevesler olması gibi toplumsal algılardan söz edilebilir. Yine Japonya'da Miyazaki cinayetlerini takip eden toplumsal stigmaların bir benzeri Amerika'da da yaşanmıştır. Örneğin Amerikan Senatosu 1950'lerden itibaren çocuk yaşta işlenen suçları ve hoş

karşılanmayacak diğer durumları doğrudan çizgi romanlar ile bağdaştırmış ve bu da çizgi romanların toplumda hep olumsuz bir bakış açısıyla karşılanmasına sebebiyet vermiştir. Dolayısıyla Japon mangalarının Amerikan çizgi roman satıcılarının raflarında yerini almasından itibaren ‘egzotik’ yabancılığının da bir getirisi olarak bu ve benzeri algılara maruz kalmış olduğu söylenebilir (Brenner, 2007: ix).

Tüm bu negatif algılara rağmen zamanla Amerikan medya kültüründe kendine rahat bir konum elde etmeyi başaran mangaların fanları da yine anime fandomu gibi tutkulu okurlardan oluşmaktaydı ve bu durum genel olarak günümüzde de geçerliliğini korumaktadır. Zaten birbiriyle oldukça yakından bağlantılı medyumlar oldukları düşünüldüğünde anime ve manga fanlarının büyük oranda birbirleriyle örtüşüklerini de unutmamak gerekmektedir.

“Tecrübelerime göre manga hayranları zeki ve maceracı bir topluluk. Bu okuyucular mitoloji ve tarihi araştırıyor; olay örgüsü, kostüm ve kültürel öneme sahip eylemlerin ayrıntılarını tartışıyor; Japonca okumayı, yazmayı ve konuşmayı öğreniyor; Japonya'nın tapınaklarını ve hareketli şehirlerini ziyaret etmeyi arzuluyor ve okunan her ciltte hikaye, yer ve dönem hakkında bilgi arıyorlar. Bilmedikleri her yeni sembolü ya da referansı, genellikle diğer hayranlarla görüşerek deşifre ederek kendi mizah anlayışlarının neden Japonya'daki yazar ve okurlardan farklı olduğunu anlamaya çalışıyorlar. Bu okurlar, gerek yüzeysel gerekse daha derin bir boyutta, küresel bir kültürde yaşıyor olmamıza rağmen halen daha kültürler arasında merak uyandıran, eğlendiren ve bunları fark edenleri aydınlatan tutum farklılıkları olduğunun bilincine kimseler.” (Brenner, 2007: xii).

Daha önce de değinildiği gibi Japonya’da çizgi roman kültürü haftalık, aylık, ya da üç aylık manga dergilerinde yayınlanan serileştirilmiş eserler olarak süregelmiştir. Bu eserlerin yayınlanan belli sayıdaki bölümleri ise ciltlenerek kitap şeklinde piyasaya sürülmektedir. Buna karşın ABD’deki çizgi romanlar ilk olarak 1930’larda M. C. Gaines tarafından ileri sürülmüş olup, ilk dönemlerde Japonya’dakine benzer bir formatta serileştirilmiş eserler olarak antolojiler şeklinde yayımlanmıştır. Ancak süperkahraman türünün ABD çizgi roman piyasası üzerinde hakimiyet elde etmesinin ardından bu format terkedilerek tamamlanmış hikâyeler içeren antolojiler ön plana çıkmaya başlamıştır. Serileştirilmiş eserleri bu şekilde bir kenara bırakan Amerikan çizgi roman kültürü içerisindeki bu antolojilerden bazıları ise sadece popüler tek bir karaktere odaklanan ayrı

ayrı hikâyelere yer verir olmuştur. “ABD’de bu tür popüler yayınların modelleri, Black Mask gibi Amerikan kurgu dergileri, diğer gizem ve dedektif kurgu dergileri ya da Amazing ve Astounding gibi bilim-kurgu dergileriydi. Bu tarz ucuz kurgu dergileri birbirleri ile türleri dışında bir bağlantısı olmayan birbirlerinden farklı ve alakasız antolojilerden oluşmaktaydı” (Couch, 2000). Dolayısıyla manga yayın modelinin aksine çoğu zaman bu hikâyeler yayımlandıkları dergi veya gazetenin tek bir sayısında okuyucular ile buluşup ardından herhangi bir şekilde yeniden basılmaz ve çabucak gündemden kaybolurdu. DC Comics’in bir arşiv serisi oluşturmasından itibaren bu durum değişmeye başlasa da (Couch, 2000). ABD’nin uzun zaman boyunca bu düzlemde seyretmiş olan çizgi roman yayıncılık anlayışının, bu içeriklerin niş bir hikâye aracı olarak görülmesine yönelik toplumsal algıya katkı sağladığını söylemek yanlış bir ifade olmayacaktır. Doğal olarak mangaların Amerikan kitapçılarının raflarında yerini almasının ardından karşılaştığı stigmaların, tıpkı bilim kurgu medya fannu gibi çizgi roman vb. içeriklere yönelik küçümseyici ya da ötekileştirici toplumsal algılarla aynı temele dayandığı söylenebilir.

Öte yandan Avrupa ülkelerinde çizgi romanların gelişiminin ve akabinde Japon mangalarının popülerlik elde edişinin daha farklı bir şekilde seyrettiği söylenebilir. Başta İngiltere, Fransa ve Belçika olmak üzere, çizgi roman piyasası, yine Japonya’ya benzer bir şekilde haftalık çizgi roman dergileri üzerinden yapılan yayınlar ile başlamıştır. Bu ilk Avrupa çizgi roman dergilerinin dağıtımı öncelikle gazeteler ile beraber sağlanmış ve ardından bağımsız dergiler şeklinde gelişen bu içeriklerin gazete bayiiilerinde bütün bir hafta boyunca satışları gerçekleştirilmiştir. Avrupalı çizgi roman eserlerinde de Amerikan yaklaşımına benzer bir şekilde popüler karakterlere odaklanan devamlı hikâyeler görülmektedir. Bunlar arasında aynı zamanda Amerikan çizgi romanlarının yeniden basımlarına veya yerel imitasyonlarına da yer verilmiştir. Lakin zamanla bu imitasyonlar yerini Amerikan eserlerden daha popüler hale gelmeye başlayan yerel eserlere bırakmış olup, bu eserlerin Japonyada’ki periyodik mangaların cilt versiyonları olan tankabonlar gibi belli bir hikâyenin tamamlanmış bölümlerini içeren basılı kitapları da piyasaya sürülür olmuştur. İngilizce’de “albüm” olarak adlandırılan bu çizgi roman eserler ABD’deki eşdeğerlerine benzer bir şekilde “her yaş grubu için uygun” içerikler olarak değerlendirilmiş olup, şiddet ve cinsel içeriklere – toplumda çoğu zaman aksi algılara rağmen – az yer verilmesi sebebiyle çizgi romanların çoğunlukla çocuklara ya da gençlere

hitap ettiği düşüncesini güçlendirmiştir denilebilir. ABD, Avrupa ve Japonya'daki kimi zaman değişen kimi zaman ise birbiriyle örtüşen bu çizgi roman yayın formatlarının birbirleriyle bir yakınsama elde ettiğini dile getiren Couch, çizgi romanların zamanla dünya genelinde uzun soluklu eser şeklinde ve koleksiyonclara yönelik toplu bölümlerinin ciltler halinde yayınlanmasının piyasada etkin bir yayın formatı haline geldiğine dikkat çekmektedir (Couch, 2000).

Başta animeler olmak üzere anime ve manga içeriklerinin Batılı anaakım medya ve kültürde karşılaştıkları oryantalist ve kınayıcı bakış açılarının daha önce de belirttiğimiz gibi Batılı ülkelerde animasyon ve çizgi roman medyumlarının çocuk/genç işi olması ve Japonya'nın genel itibarıyla bir "öteki" olarak görülmesine yönelik olan bu ve benzeri anlayışlardan kaynaklandığı da söylenebilir (Holmes, 2022).

Genel olarak anime ve manganın Batıda'ki durumu incelendiğinde, ilk başlarda anaakım medyanın fazla önemsemediğı, ancak belli bir grup okuyucu/izleyici kitlesi ve özellikle bilim kurgu ve medya fandomlarında yer alan bireyler arasında kültleşerek yavaş yavaş muhtelif fan topluluklarının oluşması ile popülerliklerinin artışa geçtiğı görülmektedir (Holmes, 2022; Brenner, 2007). Bu durum ise McCarthy'nin (2018) ifadesi ile uluslarötesi bir biçimde gerçekleşmiştir. Örneğin animelerin yeni yeni batı televizyonlarında yayınlanmaya başladığı dönemlerde, uluslararası medya fanlarının bu içerikler ile tanışmaları birbirleri aracılığıyla olmuştur:

"İngiltere'deki ilk başlangıcından itibaren anime derin ve esasen ulusötesi olmuştur (Higbee ve Lim 2010). 1960'larda, 70'lerde ve 80'lerde Japon animasyonları ile ilk kez tanışan İngiliz fanların neredeyse tamamı, bu ürünleri televizyonda İspanya, Fransa, veya ABD'den gelen video kasetleriyle izlemiştir. İngiliz fanlar ilk animelerini televizyonda izlemişler de, bunlar genellikle 1969'da BBC'de yayınlanan Marine Boy gibi Amerikan dublajlı şovlar veya bazen 1986'da yayınlanan Ulysses 31 gibi Japonlar ve deniz aşırı yayın için ortak hazırlanan yapımlar olmuştur." (McCarthy, 2018)

Anime manga vb. gibi medya ekosistemlerinde yer alan pek çok içerik türü ve medya platformu söz konusudur ve bunların birbirleriyle etkileşimlerini mümkün kılarak bugün medya endüstrisini olduğu konuma getiren başlıca unsurlar arasında katılımcı kültür bünyesinde yoğrulmuş olan fan topluluklarının katkısının gözardı edilemeyecek kadar büyük olduğu söylenebilir. Dolayısıyla fan ve fandom kültürünün medya endüstrisi

üzerinde oynadığı rolü anlayabilmek adına ilk olarak fandom içi etkinlik ve roller ele alınacak ve bunların medya endüstrisi ile karşılıklı ilişkisi incelenecektir.

1.8. Fan Roller, Etkinlikleri ve Fan İşgücü

Fanlık olgusunun anaakım kültür ve medyadaki yadırganan konumundan çalışma boyunca sıklıkla bahsedildi, bu bağlamda ayrıca fandom kapsamında ortaya çıkan çeşitli içeriklerin gerek kültür eleştirmenlerince gerekse de akademisyenlerce alelade ve bayağı sonuçlar veren uğraşlar olarak görülmesinin (Keen, 2007: 2-3) fan çalışmalarının olumsuz algılarla çevrelenmiş yapısının bir başka örneği olduğu söylenebilir. Trebor Scholz'un editörlüğünü yaptığı "Digital Labor: The Internet as Playground and Factory" (2013) kitabında yer alan ve Abigail De Kosnik'in kaleme aldığı "Fandom as Free Labor" başlıklı çalışma, fandomların İnternet aracılığı ile ortaya koyduğu bu ürünlerin bu bağlamda sadece sanatsal ve kültürel değil, aynı zamanda bir "işgücü" olarak değerine de dikkat çekmektedir (Scholz, 2013: 126).

Özellikle son yıllarda internet ortamlarının geçirdiği değişim, kullanım alanlarındaki artış ve bireylerin her türden teknolojik ürün ve hizmetlere olan daha kolay erişimi göz önünde bulundurulduğunda, ilk oluşmaya başladığı döneme kıyasla günümüzde devasa bir sosyo-kültürel olgu haline gelmiş olan fandomlar bünyesinde üretilen içeriklerin niceliğinin niteliklerinin önünde olması kaçınılmaz bir durumdur denilebilir. Nitekim ortaya konulan ürünlerin sayılamayacak düzeydeki bolluğu düşünüldüğünde, fanlık kimliği ile özdeşleşmemiş bireyler ve grupların gözünde fan çalışmalarının olduğundan daha da değersizleştirilebildiği görülmektedir. Bu bağlamda fan etkinliklerinin çalışmanın öncesinde de bahsettiğimiz yaratıcı ve sanatsal kültürel yönlerinin yanı sıra araştırmacıların "dijital işgücü" kapsamında ele aldığı ücretsiz fan işgücü ile medya endüstrisi başta olmak üzere eğlence sektörünün birçok boyutunda etkili bir rol oynadığından söz edilebilir.

Dolayısıyla fandom olgusu ve kapsamında yer alan her türlü emek isteyen yaratıcı etkinlik ve etkileşimin, karşılıklı olarak birbirlerinden beslendikleri dev bir medya ekosistemi yaratarak tezin başında da üzerinde durulan tüketici-ürün ilişki döngüsünün devamlılığını sağladığı söylenebilir. Bu olgunun temelinde ise yine pasif tüketici ile fan arasındaki farklılık yatmaktadır. Kosnik, çalışmasında fan etkinliklerinin bir tür işgücü olarak betimlemeye yönelik olarak Jenkins gibi fandom araştırmacılarının sıklıkla

vurguladığı etkin ve üretken tüketicinin, pasif alıcılık anlayışındaki tüketicilerden fanlık algısı boyutunda ayrıldığına dikkat çekmektedir. Kosnik, bu amaçla öncelikle Dick Hebdige'in "Subculture: The Meaning of Style" kitabında ele aldığı, kuir ve gençlik altkültürlerinde gözlemlenen ve anaakım kültürde sıradan görülen nesnelerin altkültür üyelerince birer "tarz göstergesine" dönüştürülmesi olgusuna atıfta bulunarak, bu şekilde bir "fan nesnesi" olarak nitelendirilebilecek ürünlerin etrafında bir araya gelen "affinity" yani "kişinin diğer katılımcılarla olan ortak noktaları aracılığıyla onlara karşı hissettiği benzeşim" gruplarının Hebdige'nin ifadesiyle fan nesnelere "tekrar tekrar anlam kazandırışlarının" bu bağlamdaki önemine dikkat çeker (Scholz, 2013: 128; Hebdige, 1979: 2-3):

"Benzeşim gruplarının, pazarda kolayca bulunabilen ürünler olan bu "en sıradan nesneleri" özel kullanımları ve yeniden bağlamsallaştırmaları olmasaydı, nesneler asla sembolik boyutlarını elde edemez ve "değer kaynakları"; yani, birden fazla değere, farklı gruplar için farklı değerler ifade eden bir niteliğe sahip olamaz - özel nesneler olamazlardı." (Kosnik ed. Scholz, 2013:128)

Kosnik böylelikle fan işgücü olarak adlandırılan olgunun anaakım kültürün uzağında kalan altkültürler çerçevesinde ifade ettiği sosyo-kültürel değeri, Hebdige'in gençlik altkültürlerini sosyal normale yönelik "sembolik bir direniş" (Hebdige, 1979: 3) olarak nitelendirmesinden yola çıkarak kavramsallaştırmayı amaçlamıştır. Bu bağlamda fanların fan nesnelere biçtikleri değer ve bunlara anlam kazandırmaya, bunlardan anlamlar edinmeye yönelik çalışmalarının – aslında direniş sergiledikleri sosyal normalin başında yer alan kapitalist işgücüne hizmet etmekten kaçamayarak (Gray vd., 2007: 93; Kosnik, 2013) – anaakım kültürün gözünde sıradan kabul edilen fan nesnelerinin piyasa değerini artırmakta olduğunu ve böylelikle kapitalizm bünyesindeki çeşitli sektörlerin gelişiminde etkin rol oynadıklarını ileri sürmektedir:

"Hebdige'in çalışmasından onlarca yıl sonrasına kadar altkültür ve hayran çalışmalarında ortaya çıkmayan bir ironi, benzeşim gruplarının sıradan şeylere özel anlamlar yükleyerek aslında bu şeylerin piyasa değerini artırmasıdır; başka bir deyişle, altkültürler nesneler üzerinde çalışarak onları uyumsuz tutum ve değerlerinin işaretleri haline getirirler, ancak çalışmaları nesnelere yeni bir değer ve çekicilik kazandırır ve bu nedenle bilfiil bir reklam yapma şekli sayılabilirler. Dolayısıyla en asi altkültürlerin çalışmaları bile en önemli toplumsal normlardan biri

olan kapitalist emek normuna uygundur: sermaye rejimi altında yaşayan herkes ürünleri tanıtmak, satmak ve tüketmek için çalışmak zorundadır.” (Kosnik, 2013: 129)

Bu bilgiler ışığında, bu başlığı ele alırken yer verilecek olan fandomlar içi çeşitli rol ve etkinliklere, başta medya endüstrisi olmak üzere kapitalist düzen içerisinde ilişkili güçlerin fandom ve fanlık olgularına atadığı etkin, ancak büyük oranda karşılıksız işgücü rolü göz önünde bulundurularak yaklaşılması son derece önemlidir. Dolayısıyla bu rol ve etkinliklerin, piyasalar bağlamında edindikleri çapraşık değerler son derece ilgi çekicidir.

Medya kapitalizmi olarak da adlandırabileceğimiz bir boyuta ulaşmış olan endüstrideki ticari yaklaşımlar, en nihayetinde fanların saf tutku ve yaratıcılıklarından doğan çalışmalarını da bir sermayeye dönüştürmeyi başarmıştır. Bu duruma verilebilecek en iyi örneklerden biri video oyunları kapsamında karşımıza çıkar. Akıllı telefon kullanımının ve mobil oyun uygulamalarının artışı beraberinde parasal kâr amacı güden sömürgeci mikrohareket yaklaşımını getirmiştir. Bugün telefonlara indirilebilecek her türden uygulamada çeşitli mikrohareketler aracılığı ile şirketlerin bireylerden para koparmaya, bir diğer ifadeyle tek bir üründen olabilecek çok kâr etmeye çalıştıklarını gözlemlemek mümkün. Bunun önce Japonya ve Çin son yıllarda ise batı ülkelerine yayılan “gacha” oyunları boyutunda bambaşka bir seviyeye ulaştığı söylenebilir. Gacha sözcüğü normalde alışveriş merkezlerinde veya çeşitli mağazalarda sıklıkla gördüğümüz çocuklara yönelik bir oyuncak makinesine hitaben kullanılmaktadır. Bozuk para karşılığında cam bir kürenin içerisinde gördükleri herhangi bir oyuncak (toplar, peluşlar vb.) beğenip onu elde edene kadar tekrar tekrar denemelerine kişileri teşvik eden bu makineler de günümüzde “para tuzağı” olarak adlandırdığımız ticari araçlardan birini teşkil etmektedir.

Gacha oyunları ise bu fikir üzerine inşa edilmiş genellikle telefon üzerinden indirilebilen mobil oyunlardır. Bu oyunların türleri değişmekle birlikte, para kazanma yolları aynıdır: oyundaki farklı karakterleri elde etmek. Tıpkı bir çocuğun içi renkli toparla dolu bir gacha makinesine istediği renkteki topu elde edene kadar ebeveyninin cüzdanını yağmalaması gibi gacha oyunları da mikrohareketler aracılığı ile bireylere istedikleri karakterleri elde edebilecekleri illüzyonunu sunmaktadır. Bu tarz oyunların büyük bir çoğunluğu doğrudan fan kültürü ile yoğrulmuş bireylere hitap etmektedir. Zira gacha oyunların ilgi çekmekteki başlıca araçlarından biri karakterlerin kişilikleri, hikâyeleri ve birbirleri ile olan dinamikleridir. Özellikle popüler olan Arknights, Genshin Impact,

Punishing Gray Raven vb. gacha oyunları oldukça zengin bir hikâye evreni ve karakter havuzuna sahiptir ve her türden oyuncunun ilgisini çekecek elementleri içlerinde barındırırlar. Normalde “Free To Play (F2P)” yani oynaması bedava olan bu gacha oyunlarının ana gelir kaynağı bahsi geçen mikrohareketlerdir. Ancak büyük şirketlerin elinden çıkan ve tek defada çok para ödeyerek elde edilebilecek oyunların aksine gachaların kesin bir bitiş noktası bulunmamaktadır. Bu tarz oyunlar yıllarca oynanılması ve böylece fanları kendine bağlaması için sürekli içerik üretmeye devam ederler. Böyle uzun soluklu bir ticari kampanyanın sürdürülebilirliğinde birincil rol ise elbette fandomlara düşmektedir. Fanlar yaptıkları sanatsal, kurgusal ve özgeci içeriklerle diğer fanların ilgilerini taze tutmakta bilinçli veya bilinçsiz şirketlere yardım etmektedir. Şirketler ise akabinde fanların gönülden gelen bu emeklerini paraya çevirmenin kolay bir yolunu bulmuştur. İçerik üreticisi programları çerçevesinde fanart ve videolarının oluşturulması gibi çeşitli yarışmalar düzenleyen bu gacha şirketleri, küçük ödüllere denk gelen bir maliyet karşılığında bir sürü yaratıcı fanın içerikleri ile – Genshin Impact gibi açık dünya RPG ile gachayı bir araya getirerek endüstride büyük yankı getirmiş dev bir proje için yüzlerce, hatta belki daha fazla içerik üreticisinden söz edilebilir – kendilerine bir reklam ortamı sağlamaktadır:



Görsel 1: Honkai Star Rail Adlı Oyunun Düzenlediği İçerik Üreticisi Yarışması

Kaynak: Hoyoverse tarafından Honkai Star Rail oyuncularına gönderilen bilgilendirme maili.

Görsel 1’de Genshin Impact’in yapımcısı Hoyoverse şirketinin yeni gacha oyunlarından biri olan Honkai Star Rail için düzenledikleri yıllık içerik üreticisi yarışması gösterilmiştir. Bu yarışma kapsamında resim, video, cosplay vb. çeşitli kategoriler bulunmakta olup oylamaları ise diğer fanlar yapmaktadır. Bu ve benzeri fan işgücünden yararlanma örneklerine özellikle gacha oyunları kapsamında sıklıkla rastlamak mümkündür²⁰.

Fanların işgücü ve adanmışlığının medya endüstrisi üzerinde kendini gösterdiği bir diğer nokta ise orijinal içerikler üzerindeki etkileridir. Fanlar sergiledikleri sıra dışı odak ve çeşitli bireysel becerileri doğrultusunda eser yapımcılarının gözden kaçırdığı veya yanıldığı noktaları kolaylıkla yakalayabilmekte ve yeri geldiğinde hoşnutsuzluklarını doğrudan şirketlere bildirmekten çekinmemektedir. Fanların bu bağlamda medya endüstrisi üzerindeki etkisine bir örnek olarak yine açık dünya RPG ve gacha kırması popüler Genshin Impact oyunu verilebilir. Çin kaynaklı olan bu oyun çoğu Asya tabanlı gacha oyununun aksine hem kendi ülkesi Çin’de hem de Asya, Avrupa ve Amerika’da

²⁰ Ödül olarak kimilerine oyun içi materyal ve para birimleri kimilerine ise genellikle 5000-10.000 dolar arası para ödülleri ya da iPad vb. elektronik araçlar verilmektedir.

simultane bir şekilde piyasaya sürülmüştür. Asıl dili Çince olan oyun İngilizce başta olmak üzere Türkçe de dahil pek çok dilde kullanıma hazırdır. Ancak asıl dilinin Çince olması ve oyunun özellikle batılı fanlar arasında elde ettiği popülerlik, Çince’yi anadili veya ikinci bir dil olarak bilen fanların da katkılarıyla oyunun İngilizce çevirilerinin geniş kapsamlı bir “teftişine” yol açmıştır. Bu bağlamda fanların şikâyetleri doğrultusunda çevirisi değiştirilen bir kısım dikkat çekmektedir.

Koyu tenli kişilere karşı kimi zaman ırkçılığa varan bazı tutumları olduğu az çok bilinen Çinlilerin ileri sürdükleri içeriklerde genelde hep beyaz tenli karakterler yer alır. Örneğin yine bir Çin şirketinin elinden çıkan ve yüzlerce karaktere sahip olan Arknights oyununda da olduğu gibi gacha oyunlarının büyük bir çoğunluğu koyu tenli karakterlere nadiren yer vermektedir. Siyahi olarak nitelendirebileceğimiz karakterler ise yok denecek kadar azdır. Dolayısıyla beklenmedik bir popülerite patlamasıyla dünyanın dört bir yanına yayılan Genshin Impact oyunun ilk sürümünde sadece bir koyu tenli karakter olması batılı fanların dikkatinden kaçmamıştır. Oyun içerisinde farklı bir uyruktan olup yabancı bir ülkenin vatandaşı olan bu karakterin profil sayfasındaki “egzotik” terimi ise büyük tepki çekmiştir. Bu tepkilere karşılık olarak Hoyoverse şirketi – o zaman için adı Mihoyo idi – İngilizce çevirinin değiştirilerek karakteri daha iyi bir ışıktan yansıtan yeni bir çeviriyi bir süre sonra yeni bir yamayla oyuna eklemiştir.



Görsel 2: Kaeya Adlı Karakterin Profilindeki Değişim²¹

Kaynak: Doğrudan Genshin Impact oyununun ilk ve son versiyonlarından alınmış ekran görüntüleri

Egzotik ifadesinin bireylere karşı kullanılması özellikle ırkçılık karşıtı batılı yaklaşımlarda bir tür hakaret olarak algılanmaktadır. Kaeya karakterinin oyunun ilk sürümü ile yayınlanan profil sayfasında farklı bir diyardan geldiğini ifade etmek amacıyla bu terimin kullanıldığı tahmin edilmektedir. Ancak erek kitlenin değer yargıları ve medya içeriğinden beklentileri göz önünde bulundurulduğunda bunun yerleştirme ekibi tarafından dikkat edilmiş olması gereken talihsiz bir hata olduğu aşıkardır. Yeni çeviriye bakılacak olursa – daha çok yerleştirme örneği olduğu söylenebilir – Kaeya’nın yabancı uyruklu olmasının “rumored to hail from beyond Mondstadt” ifadesi ile sağlandığı görünmektedir. Bu durumun fanların ilgi ve beklentileri doğrultusunda oluşturulması gereken erek kitle profiline yönelik bir dikkatsizlik olduğu düşünülecek olursa, yerleştirme ekibinin çevirinin başlıca kuramlarından skopos kuramını es geçmelerinin bu yanılsa sebep olduğu söylenebilir.

²¹ Sol resim eski, sağ resim ise yeni çeviriye göstermektedir.

1.8.1. Sanatsal/Yaratıcı İçerik Türleri ve Üreticileri

Medya fandomunun bilim-kurgu fandomu çerçevesinin dışına taşmasını takip eden yıllarda ilk olarak Star Trek ve The Man from U.N.C.L.E. gibi televizyon dizilerinin fandomları kapsamında ortaya çıkan fan art ve fan fiction etkinliklerinin fandom içi sanatsal ve yaratıcı etkinliklerin başında geldiği söylenebilir. Kökleri 1930'lara dayanan bilim-kurgu fandomunun daha çok edebiyat üzerine olan yoğunlaşması ve bu bağlamda odaklandıkları konuların da eleştirel analizler şeklinde seyretmesi sebebiyle, başta Star Trek fandomu olmak üzere karakter ilişkileri ve motivasyonları kapsamında hikâyelere duygusal yönden yaklaşmak isteyen özellikle kadın fanların öncülüğündeki bu etkinliklerin odak noktaları da klasik bilim-kurgu fanlarından zamanla ayrılmaya başlamıştır (Coppa, 2006). MediaWest kongresinin sahneyi çıkışını takip eden dönemde ise, fanlar teknolojik yeniliklerin de aracılığıyla oluşturdukları fan videolarını bu kongrelerin özel olarak ayrılmış video odalarında birbirleriyle paylaşma imkânı bulmuştur (Walker, 2008).

Fanlar çeşitli fan nesneleri çevresinde bir araya gelerek oluşturdukları Amatör basın birlerinin, fanzinler ve fan kongreleri ile oluşturdukları çizim, hikâye ve müzik videoları gibi vidding çalışmalarını birbirleriyle paylaştıkları yaratıcı bir paylaşma kültürünü benimsemişlerdir. İnternetin yaygınlaşması ile bu etkinlikler ve paylaşma alışkanlıklarını dijital ortamlara taşıma, farklı fandomlar ile iletişime geçerek birbirleri için birer ilham kaynağı olma imkânı bulmalarıyla ise fandom olgusunun küresel boyuta taşınması gerçekleşmiştir. Fanlar Usenet grupları ve mail listeleri ile başladıkları bu iletişim ve etkileşim ağını sosyal medya sitelerinin yükselişi ile daha büyük bir boyuta taşıyabilmiş ve böylelikle fan nesneleri ile ilgili gerek sanatsal gerekse analitik gönderilerini bu ortamlarda paylaşmaya, fan nesnelere yönelik tartışma forumları oluşturmaya, ve yine bu forumları yaratıcı düşünce ve ürünlerinin birer dışa vurumu olarak kullanmaya başlamıştır.

Medya fandomunun tarihçesi kısmında da üzerinde durulmuş olunan fan art, fan fic, fan videoları ve analizleri gibi fan etkinlikleri için sosyal medya platfromları dışında da web siteleri hazırlama imkanı bulan fanlar, aynı zamanda “cosplay” – İngilizce kostüm ve oyun sözcüklerinin bir birleşimi – etkinliklerini kongrelerden internet ortamlarına taşıyarak, Photoshop vb. uygulamaları ustalıkla kullanarak çeşitli platformlarda

paylaşmayı adet edinmişlerdir. Cosplay etkinliği aynı zamanda fanların rol-yapma geleneği ile de yakından ilişkilidir. Bu rol-yapma etkinliği, Dungeons and Dragons gibi masaüstü oyunlarında oyuncuların kendileri yarattıkları orijinal karakterleri ile kendi hikâyelerini oluşturma, ya da bilgisayar oyunlarında belli bir karakteri kontrol ederek hikâyeyi onun gözünden, yani karakterin rolünü edinerek oynama gibi oyunculuk kültürü ile yakından ilişkilidir. Cosplay kapsamında ise fanlar fan nesneleri olan kaynaktaki karakterlerin kostümlerini giyinerek – bu kostümleri kendi imkanları ile oluşturabilir, ya da hazır yapılmış kostümleri satın alabilirler –, kaynak hikâyedeki sahneleri diğer “cosplayer”lar ile yeniden yarattıkları ya da yine fan nesnelerinin kaynağından esinlenerek kendi sahnelerini betimledikleri rol-yapma etkinlikleri gerçekleştirebilirler (Thorn, 2004: 175-176).

Yine medya fandomunun tarihçesinin ele alındığı bölümde Star Trek fanlarının öncülüğünde ön plana çıkmış olan fanficler, fan nesnesi olan hikâye evreni ve karakterlerinin çevresinde geliştirilen fan kurgusu hikâyeler şeklinde karşımıza çıkmaktadır (Coppa, 2006). Fanlar başta bu kurgu hikâyeler olmak üzere fanart kapsamında da kaynak metne yönelik farklı fikir ve yorumlarını çeşitli içerikler yoluyla ifade edebilmektedir. Fanlar, bu tarz sanatsal dışı vurumları kullanarak, tıpkı Star Trek fanları kadınların kaynak hikâye ile ilgili hayal kırıklıklarını kendi özgün hikâyelerinde sil baştan inşa ettikleri temellerle yeniden kurgulaması gibi, fan nesnelere durmaksızın yeni anlamlar yüklemekte ve fan nesnelerini tekrar tekrar yeniden yorumlamaktadır (Kosnik, 2013; Hills, 2017; Jenkins, 1992). Jenkins, fanların fan nesneleri ile olan ilişkisinin – bu bağlamda yine özellikle anlatı fanları ön plana çıkmaktadır – duygusal boyuttaki çok yönlülüğüne dikkat çekerek, bu nesneler için harcadıkları enerji ve emeği hem bir hayranlık ile karışık sevgi hem de kaynak eserin eksikliklerine yönelik hayal kırıklıklarından doğan bir hoşnutsuzlukla ilişkilendirmektedir. Dolayısıyla Jenkins’e göre fanların medya ile olan aktif etkileşimlerinin, bu iki karmaşık duygunun güdülediği yaratıcı ve hayalperest bir kimliğin ürünü olduğu söylenebilir: “Popüler anlatılar genellikle tatmin etmediği için, hayranlar onlarla mücadele etmeli, kendilerine ve başkalarına orijinal eserlerdeki gerçekleştirmemiş olasılıkları ifade etmeye çalışmalıdır. Metinler büyülemeye devam ettiği için, hayranlar onları dikkatlerinden uzaklaştıramaz, aksine onları kendi çıkarları için kurtarmanın yollarını bulmaya çalışmalıdır” (Jenkins, 1992: 23).

Kosnik, fanların fan içerikleri üretmeye yönelik bu karmaşık doğal motivasyonlarını ve bu olgunun fan etkinlikleri ve fan işgücü boyutunda ifade ettiği önemi vurgulamak amacıyla Jenkins'in sözlerine bütünleyici bir yorum getirmektedir:

“Jenkins, fanların ilgi duydukları nesnelere karşı hissettikleri içsel duygusal çatışmanın- hem hayranlık hem de hayal kırıklığı, sevgi ve nefret- fanları bu ürünler üzerinde çalışmaya ittiğini anlatır. Jenkins'in gözlemlerine göre, medya fanları, bir metnin kendi versiyonunu, olmasını istedikleri metni, ihtiyaçlarına en iyi şekilde hizmet eden metni yaratmanın bir yolu olarak fan kurguları ve fan yorumları yazıyor, sanat, müzik ve videolar yapıyorlar. Jenkins'ten fan emeğinin genellikle kişiselleştirme işi olduğunu, kitlesel olarak üretilen şeylerin bireylerin özel ve kendine özgü arzu ve isteklerine hizmet eden şeylere dönüştürüldüğünü öğreniyoruz... Ayrıca fanlığın bağlılık olmadığını, daha doğrusu sadece bağlılık değil, aynı zamanda düşmanlık olduğunu ve fanların bu şeylerin olmalarını istedikleri şekle bürünmelerini sağlamak için emek vermeleri, yani ürünlere zaman, dikkat, yaratıcılık, akıl ve enerji adama gereği hissettiklerini de öğreniyoruz.” (Kosnik, 2013: 132)

Bu bağlamda Hebdige'in (2006: 84), fanların sıradan nesneleri ya da kendi ifadesiyle “hammaddeleri,” fanlık kimlikleri kapsamında ihtiyaçlarını gidermek amacıyla özgün kültürel değerlere hizmet eden ürünlere dönüştürme eğilimi ile ilgili ileri sürdüğü düşüncenin, fanları topluluklar oluşturma, bu toplulukları etkin kılacak ürünler üretme ve böylelikle bir iletişim ve etkileşim ağı kurmaya sevk eden motivasyonlarını açıklayıcı bir temele dayandığı söylenebilir. Çünkü tıpkı Jenkins'in “Textual Poachers” başta olmak üzere çalışmalarında sıklıkla üzerinde durduğu gibi, fanlar için fan nesnelerinin tam anlamıyla tatmin edici bir kaynak sunması gibi bir ihtimal söz konusu değildir. Fanlar ortaya koydukları sanatsal ve yaratıcı içerikleri ile fan nesnelerini durmaksızın irdelemekte ve daha önce de bahsini ettiğimiz gibi anlatılardaki boşlukları doldurmak için saf arzularından doğan karşılıksız, fakat yalnızca kendilerini ve kendileriyle aynı konumdaki diğer fanları göz önünde bulunduran bir emek sarfetmektedir. Bunun başlıca sebebi ise, elbette yine fanların fan nesnelere besledikleri sevgi ve bu nesnelerin yapımcılarından kaynaklı gördükleri kusurlu yaklaşımların yol açtığı anlatı eksikliklerine karşın hissettikleri hayal kırıklığının bir karışımı olan çelişkili duygulardır:

“Fanlar bir nesnenin doğru yanlarını övmeye, yanlış yanlarını göstermeye ve o nesnenin geliştirilmesi için çözümler ve yeni yönler önermeye heveslidirler çünkü nesneyi tamamlayan ve mükemmelleştiren şeyin fandom olduğunu düşünürler. Nesne hayranla ilgilidir. Nesneye kendini adayan fan değildir, nesne fanın ihtiyaçlarına hizmet eder ve başlangıçta bunu çok iyi yapmaz; fan, nesneyi kendi isteklerine daha iyi uyacak şekilde özelleştirmek için nesneye emek harcamalıdır.” (Kosnik, 2013: 133)

Fanlar, başta fan nesneleri olan hikâyeleri yeniden kurguladıkları fanfic çalışmaları ve yine benzer algılarla ortaya koydukları fanartlar, fan videoları, müzikler, hikâye evreni, karakterleri ve bunların birbirleriyle olan ilişkilerini çeşitli yönleriyle ele alan diğer yaratıcı gönderiler ile, internetin sağladığı görünürlük ve erişilebilirliği en üst düzeyde kullanarak fan nesneleri olan muhtelif eserlerin olduğundan çok daha başka şekillere bürünebilmesini mümkün kılmaktadırlar. Jenkins, editörlüğünü Brode ve Deyneka’nın yaptığı “Myth, Media, and Culture in Star Wars: An Anthology” başlıklı derlemede paylaştığı “Quentin Tarantino’s Star Wars?: Digital Cinema, Media Convergence, and Participatory Culture” çalışmasında, bir fanın fandoma yönelik duygu ve düşüncelerini paylaştığı şu ifadeye yer vermektedir:

“Fandom hakkında sevdiğim şey, karakterlerimizi tekrar tekrar yaratmak için kendimize tanıdığımız özgürlük. Fanfic nadiren hareketsiz kalır. Yaşayan, evrim geçiren bir şey gibi, kendi hayatına bürünüyor, bir hikâye diğerinin üzerine inşa ediliyor, her yazarın gerçekliği diğerininkinden sekiyor ve hatta belki de yepyeni bir yaratım oluşturmak için bir araya geliyor.” (Jenkins, 2012: 156-157)

Fanlar bu tarz çalışmalarında hikâyenin kanonundan saparak, ya da onun üzerine farklı hikâye ve olay örgüleri inşa ederek, karakterleri kaynak eserde bulunmayan çeşitli konum ve durumlarda ve anlatıya yönelik kendi yorumları doğrultusunda yeniden canlandırmaktadır. Fanart ve fan videoları vb. diğer sanatsal ve yaratıcı fan içerikleri de aynı şekilde yine fanların yeniden yorumlanmış anlatılarını içerebilmektedir – fanlar kaynağın kanonundan ayrılan fikirlerini kimi zaman bu bağlamda “headcanon” olarak adlandırırlar. – Fanlar ayrıca “edit” olarak isimlendirilen, dahil oldukları fandomun karakterleri veya evrenine dair lore parçalarını, kaynaktan veya fanartlardan edindikleri görsel öğeleri kullanarak yeni resimler oluşturmak için kullanmakta ve bunları Tumblr,

Pinterest, Twitter, Instagram, Reddit vb. diğer sosyal medya platformlarında ilişkili etiketlerle paylaştıkları gönderiler oluşturmaktadır (Fandom, 2023).

Bir önceki başlıkta da ele almış olduğumuz, hikâye evrenine dair irili ufaklı her türden bilgi kırıntısını ifade eden lore olgusuna yönelik derlemeler, analizler ve yorumlamalarını Youtube gibi video tabanlı siteler de dahil olmak üzere çeşitli sosyal medya platformlarında takipçileri olan diğer fanlarla kaynak nesneleri hikâye ile ilgili detaylı teorilerini, analizlerini ve yorumlarını paylaşan içerik üreticileri de bu bağlamda ilişkili fandomlarında ön plana çıkmaktadır.

Özetle, fanların dijital veya geleneksel yollarla ürettikleri resimlerden, sosyal medyada veya Archive of Our Own gibi fanfic paylaşma sitelerinde yayınladıkları özgün kurgu hikâyelerden, müzikli veya müziksiz, dikkat çekmek istedikleri anlatı yönlerini vurguladıkları videolardan ve yine fan nesnelerini derinlemesine inceledikleri analizler şeklinde seyreden gönderilerden, fandomun sanatsal ve yaratıcı içerik üretme eğilimi kapsamında söz etmek mümkündür.

1.8.2. Özgeci İçerik Türleri ve Üreticileri

Coppa (2006)'nın "A Brief History of Media Fandom" çalışması boyunca irdemiş olduğu medya fandomunun tarihçesi ve bu süreç içerisinde gelişen fanlık olguları düşünüldüğünde, bunların yaygın bir altkültür haline gelmesinde etkili olan kilit bireyler göze çarpmaktadır. Bilim-kurgu edebiyat fanlarının kulüplerinde kendini göstererek okurlar, yazarlar ve hikâyeler arasında birbirinden beslenen döngülerin ilk örneklerinden birini teşkil eden bilim-kurgu fan ve yazarları – ya da fan-yazarlar olarak adlandırabileceğimiz fanlık kimliklerinin temeli üzerine bir kariyer inşa etmiş isimler – ve bunları takip eden medya fandomu boyutundaki fan kültürlerinin kurucuları olarak öne çıkan birçok kadın fanlar, fandom yapısının büyümesinde son derece etkin ve önemli bir rol oynamıştır.

Fanların her türden yaratıcı içeriklerinin fandomun diğer üyelerine ulaştırmalarında etkili olan fanzinler, amatör basın birlikleri, posta ağları ve internetin yaygınlaşmasını takip eden dönemde kullanımı sıklaşan mail listeleri, Usenet grupları vb. diğer sanal topluluklar, Web 2.0. ve beraberinde getirdiği dijital erişilebilirlik öncesine kadar fanlara arzuladıkları içerikleri ulaştırmakta aracılık görevini üstlenen çeşitli moderatörler,

organizatörler vb. aktif ve nitelikli fanların özgeci çabaları sayesinde hayat bulmuştur. Dijital araçların internet çağının etki alanının genişlemesi sonucu teknik bilgi ve nitelikten yoksun halkın da rahatlıkla ulaşabileceği, kullanabileceği ve fanlık kimlikleri çerçevesinde değerlendirebileceği bir noktaya geldiği günümüzde bile bu tarz aktif ve nitelikli fanların muhtelif fandomlarını pek çok açıdan beslediği, iyileştirdiği ve böylelikle bu fandomların sürdürülebilirliğine görmezden gelinemeyecek boyutlarda katkılar sağladıkları söylenebilir.

Bugün Gerek Archive of Our Own ve Fanfiction.net gibi fanfic barındırma hizmeti sağlayıcısı web siteleri, gerekse kaynak eserlere erişim kolaylığı sağlayan – kimi zaman yasadışı olabilen ancak aynı zamanda artık erişimi olmayan ürünlerin devamlılığında etkili olan – torrent gibi uçtan uca dosya paylaşımını mümkün kılan iletişim protokolleri vb. arşiv tarzı platformlar, çoğunlukla bir karşılık beklemeden sahip oldukları kaynakları diğerleriyle paylaşmak isteyen fanlar aracılığıyla varlığını sürdürmektedir.

Bunların yanı sıra fan topluluklarının bir araya gelmesinde, ve gerek sesli, gerek görüntülü gerekse yazı yoluyla iletişim ve etkileşim kurmalarında işlevselliği ile ön plana çıkan özellikle Discord gibi platformlar, bu ortamların düzen ve güvenilirliğinin korunması, etkileşim ve içerik paylaşımını artırmaya yönelik etkinliklerin organize edilmesi ve genel olarak fanların arzuladıkları her türden bilgisel, duyuşsal ve sanatsal içeriklere ulaşmalarının sağlanması için özveriyle bir işgücü sergileyen moderatörlere ihtiyaç duymaktadır.

Discord ve Reddit gibi spesifik fan toplulukları oluşturmayı mümkün kılan sosyal medya araçlarının yanı sıra, Twitter, Tumblr ve Instagram gibi – Instagram’ın resim paylaşmaya yönelik doğası sebebiyle buralarda bilgisel paylaşım yapan fanların çalışmaları sık sık editlerden ve diğer yaratıcı öğelerden oluşan ekstra emek ve enerji harcadıkları içerikler şeklinde olabilmektedir – platformları ilişkili haber ve bilgileri fanlarla paylaşmak amacıyla kullanan bir veya daha fazla kişinin yönettiği sosyal medya hesapları da fandomların aktif ortamlara bürünmesinde etkin rol oynamaktadır. Bu hesaplar kimi zaman bir medya ürününe dair çeşitli haberler paylaşabilir, ya da özellikle oyun fandomlarında sıklıkla rastlanıldığı üzere oyuna dair öğretici rehberler hazırlayabilir. Bu tarz, oyunlarda başarılı olmaya yönelik stratejilere fandom içerisinde “theorycraft”, bu stratejileri üreten ve paylaşanlara ise “theorycrafter” adı verilmektedir (Nardi, 2010: 137).

Günümüzde başta oyun fannomu olmak üzere ön plana çıkan bir diğler fan etkinliğı ve rolü ise özellikle Twitch platformunda gerçekleştirilen yayıncılık örnekleridir. Platform, özellikle e-spor turnuvaları, bireysel oyuncuların yayınları ve yine oyun odaklı olan çeşitli sohbet programlarına – bu platformun da Youtube gibi herkesin erişimine açık olduğunu belirtmek gerek – ev sahipliğı yapmaktadır (Miller, 2011). Twitch 2015 itibariyle oyunlara yönelik içeriklerin yanı sıra “Yaratıcılık” başlığı altında sanatsal ve yaratıcı çalışmaların yapım anında izleyiciler ile buluşturulmasını mümkün kılan, internette kimi zaman “sergi videoları” şeklinde de ifade edilebilen yayınlara da platformunda yer vermeye başlamıştır (Machkovech, 2015).

Bu ve benzeri internet ortamlarının kaynaklara ve topluluklara sağladığı sınırsız erişim olanağı, fannomları aktif tutan içerik üreticilerinin de araç ve imkanlarını genişletmekte ve böylelikle diğler fanlarla çok daha sıkı ve devamlı bir iletişim içerisinde olmalarını mümkün kılmaktadır. Dolayısıyla fan kültürünün ilk şekil almaya başladığı dönemden bu yana, fannomların İnternet çağının kaçınılmaz bir getirisi şeklinde daha önce hiç olmadıkları kadar aktif bir yapıya büründükleri, ancak bu yapının ayakta durmasında etkili unsurlar arasında yine istekli, tutkulu ve nitelikli kilit fanların oynadığı rolün göz ardı edilemeyeceğı söylenebilir.

Medya fannomunun anlatı fannomları kapsamındaki etkinlik alanının genişlemesinde ve fan nesnelerinin kültürlerötesi bir boyuta taşınarak fan kültürünün evrensel bir alt kültür olarak yaygınlaşmasında etkili olmuş bir diğler fan etkinliğı ve rolü ise fan çevirileri ve fan çevirmenlerdir. Fanlık algısının ve beraberinde getirdiğı medya tüketimi anlayışının uluslararası bir olguya dönüşmesinde, ilk olarak anime ve manga fannomları bünyesinde türemiş olan fan çevirilerinin son derece önemli bir basamak olduğunu söylemek mümkündür.

Fandom kültürünün evrensel bir furyaya dönüşmesi ile kapitalist düzenin beşğinde devasa bir ekonomiye evrilen medya üretim ve tüketimi, her zaman maksimum kâr amacı güden ticari şirketlerin, fanların işgücünden birçok boyutta istifade ettiğı sömürgeci yaklaşımları çerçevesinde yeniden şekillenmiştir. Medya üreticilerinin fan toplulukları ve sergiledikleri işgücüne yönelik bu tutumlarının fandom kültürünün her alanına sirayet ettiğı günümüzde, fanların bu endüstri ile olan çapraşık ilişkisini tüm yönleriyle ortaya

koymak, fan çevirilerinin sektörler üzerindeki etkisini açığa çıkarmak noktasında büyük öneme sahiptir²².



²² Fandom ve eğlence sektörü/medya endüstrisi ilişkisi fan çevirileri bölümü kapsamında ele alınacak, bu bağlamda fan çevirilerinin yarattığı etkinin daha temel bir boyutta anlaşılabilmesi için endüstrinin fan işgücünden faydalanma modelleri – her fan etkinliğinin rolü ayrı ayrı göz önünde bulundurularak – detaylı bir şekilde incelenecektir.

BÖLÜM 2: FAN ÇEVİRİLERİ

2.1. Fan Çevirilerinin Tanımı

Web 2.0'ın yükselişi ile başta sosyal medya olmak üzere web tabanlı teknolojilerin küresel iletişimi taşıdığı zirve, popüler kültür anlayışının yaygınlaşması ve bunun beraberinde getirdiği medya içeriklerinin hızla artan üretim ve tüketimi, fan çevirileri denilen olgunun büyümesini kaçınılmaz kılmıştır. Özellikle sosyal medyanın, yapımcı ile tüketici arasındaki ilişkiyi bulanıklaştıran ve sınırlarını yeniden belirleyen yöndeki gelişimi, fandom içi etkinlikleri ve fanların salt tüketici boyutundaki kimliklerini değiştirerek fanlara tükettikleri medya içerikleri üzerinde daha önce hiç görülmemiş bir söz hakkı ve kontrol gücü sağlamıştır (Guo, 2020: 199). Bu kullanıcı/tüketici özgürlüğünün katılımcı kültür yaklaşımıyla birleşmesi ve teknolojik yeniliklerin sağladığı imkanlar, fan içerik çeşitlerinin ve etki alanlarının “kullanıcı-türevli içerikler” (Krumm vd, 2008: 10) kavramı kapsamında ön plana çıkmasını sağlamıştır. O'Hagan, bu bağlamda kullanıcı-türevli içeriklerin çevirilerine dikkat çekerek “kullanıcı-türevli çeviri” (KTÇ) kavramını ileri sürmekte ve fan çevirilerinin de bu çatı altında yer alan bir tür fan işgücü olduğuna dikkat çekmektedir (O'Hagan: 2009: 99).

Fan çevirileri, genellikle çeviri eğitimi almış olmayan, ancak çevirisini gerekli buldukları bir fan nesnesine karşı hissettikleri güçlü bir bağlılık doğrultusunda hareket eden fan kimlikli medya tüketicilerinin birer ürünü olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu fanların çalışmalarının neredeyse tamamı gönüllülük esasına dayalı olup, dizi, film, çizgi roman vb. görsel işitsel anlatılara duydukları yoğun ilgi ve alakanın birer ürünüdürler (Pérez-González, 2014: 308).

O'Hagan, KTÇ'nin “yeni teknolojik ortamlar, eğitimsiz internet kalabalığının teknik yetkinliğini, tür bilgisini ve benzersiz bağlılığını çevirmenler olarak ortaya çıkardıkça çeviri ve yerleştirme mesleğini derinden etkileyebileceğini” (2009: 94) belirtmekte ve bu oluşumu meydana getiren kilit unsurları aşağıdaki gibi sıralamaktadır (2009: 100-101):

- “Teknolojik araçlar sayesinde görev gruplarının projeleri iş akışı ve zaman²³ yönetimi bakımından profesyonel çalışmalarla mukayese edilebilir bir şekilde tamamladığı iş birliği ortamlarıdır.
- Yasal konumlarındaki belirsizliğe rağmen fan çevirilerine telif hakkı sahipleri tarafından çoğunlukla göz yumulmaktadır. Bunun sebeplerinden biri fan yapımlarının, kaynak ürünü daha geniş bir hedef dil kitlesine ücretsiz bir şekilde tanıtabilmesi/reklamını yapabilesidir.
- Fan çevirmenleri herhangi bir geri ödeme beklemeden çeviri projeleri üstlenmektedir ve bu da güçlü bir motivasyon faktörünün göstergesidir.
- Fanların sahip olduğu alan bilgisinin bazı durumlarda çeviri eğitimi yönündeki eksikliklerini giderdiği söylenebilir.”

O’Hagan’ın ortaya koyduğu bu betimleyici unsurlar, genel olarak fan çevirilerinin tanım, amaç, yöntem ve potansiyeli üzerinde durmaktadır. Bu bölüm kapsamında fan çevirilerinin tanım ve tarihçesinin ardından bu özgün nitelikleri göz önünde bulundurularak çeviri alanındaki konumu çalışmanın araştırma soruları bağlamında incelenmeye çalışılacaktır.

2.2. Kullanıcı-Türevli Çeviriler

Fan çevirilerinin yapısal temelleri, fandom etkinlikleri boyutunda da dikkat çekmiş olduğumuz kullanıcı-türevli içeriklere dayanmaktadır. Fanlık olgusunun dışında da yine gönüllük esasıyla işleyen birçok kullanıcı-türevli içerikten (KTİ) ve O’Hagan’ın ifadesiyle bunlar arasında önemli bir yere sahip olan kullanıcı-türevli çevirilerden (KTÇ) bahsedilebilir (Perrino, 2009; O’Hagan, 2015). Flew (2008: 35), internetin kendisini de bir KTİ örneği olarak nitelendirmekte olduğundan, bu bağlamda internetin ve beraberinde getirdiği çeşitli araç ve teknolojilerin katılımcı kültür algısı çevresinde geliştiği ve sürdürülebilirliğinin sağlandığı söylenebilir. Dolayısıyla fan çevirilerinin de içine dahil olduğu her türden KTÇ örneği birer katılımcı kültür çalışması sayılabilir. O’Hagan’ın da

²³ O’Hagan 2008 yılı çalışmasından alıntılan ilişkili bir dipnotta fan çevirilerinin TV anime bölümleri için Japonya’da yayınlanmalarından bir ya da iki gün sonra, bir manga bölümünün *scanlation* (tara-çeviri? görgüler) ise aynı gün içerisinde çıktığını belirtir. Buna kıyasla son yıllardaki anime ve manga bölümlerinin çevirileri fansub ve fanscanlation grupları tarafından genellikle birkaç saat içerisinde paylaşılr hale gelmiştir. Bu süre bölümleri Japonca yerine İngilizce çevirilerinden çeviren Türk fansub grupları gibi diğer dillere çeviri yapan fansublarda doğal olarak daha uzundur.

vurguladığı gibi, gerek katılımcı kültür eserleri, gerekse bu çerçevede oluşturulan KTI çalışmaları, bugün sosyo-kültürel açıdan edinmiş oldukları noktaya internetin sağladığı geniş çaplı erişim alanı sayesinde gelmiştir. O'Hagan bu bağlamda Time dergisinin 2006 yılında, yılın insanı olarak okuyucularını göstererek, "Sen. Evet, sen. Bilgi Çağını sen kontrol ediyorsun" ifadesini içeren kapak başlığına dikkat çekmektedir. Medya araştırmacılarının da sıklıkla vurguladığı gibi kullanıcı/tüketici ile üretici rollerini aynı anda üstlenen "prosumer" kimlikli bir başka ifadeyle "üreten-tüketici" bireylerin medya, bilgi ve internet çağı üzerinde hatırı sayılır bir kontrol gücüne sahip olduklarını söylemek mümkündür. Dolayısıyla fan çevirileri başta olmak üzere çeşitli KTÇ örneklerinin de bu kapsamda göz ardı edilemeyecek bir olgu haline geldiği ortadır. Nitekim O'Hagan'ın da "Evolution of User-generated Translations: Fansubs, Translation Hacking and Crowdsourcing" çalışması ile ortaya koymak istediği gibi, "Küresel elektronik iletişim, kullanıcıların kolektif zekasını ya da internet kalabalığını tamamen yeni bir şekilde kullanarak en iyi senaryoda 'kalabalıkların bilgeliğini' oluşturdukça çeviri, kullanıcıların artan kontrolü altına girmektedir." (Surowiecki, 2004 akt. O'Hagan, 2015: 97).

Flew (2008: 35-35) KTI'nin tanımını "yeni medya içeriğinin hem iyileştiricileri [orijinal vurgu] hem de doğrudan üreticileri olarak kullanıcıların dijital medya alanlarında yeni büyük ölçekli katılım biçimlerine dahil olma biçimleri" şeklinde ifade etmektedir. O'Hagan ise bu tanımdan yola çıkarak ileri sürdüğü KTÇ kavramını şöyle ele almaktadır:

"Kullanıcı türevli çeviri" (KTÇ) terimini.... dijital medya alanlarında özgür kullanıcı katılımına dayalı olarak gerçekleştirilen ve Çevirinin belirtilmemiş, kendi kendini seçen bireyler tarafından üstlenildiği geniş bir Çeviri yelpazesini ifade etmek için kullanıyorum. Dolayısıyla KTÇ'deki kullanıcı, gönüllü olarak dilsel olarak erişilemeyen ürünlerin "düzelticisi" ve belirli bir medya içeriği ya da türünün yanı sıra söz konusu dile ilişkin bilgisi temelinde, konuya duyduğu büyük ilginin de teşvikiyle Çevirinin "doğrudan üreticisi" olarak hareket eden kişidir." (O'Hagan, 2015: 97).

Bu bağlamda O'Hagan yine bir başka çalışmaya, DePalma ve Kelly (2008)'nin "Translation of, for, and by the People: How User-Translated Content Projects Work in Real Life" eserine atıfta bulunmakta ve yazarların CT³ olarak nitelendirdiği kavram üçlemesine dikkat çekmektedir. "Community translation", "collaborative technology and processes" ve "crowdsourcing" şeklinde açılabilir katılımcılık anlayışından

türemiş benzer kavramları ifade eden CT³, günümüzde, O'Hagan'ın "bireyler tarafından yine bireyler için oluşturulan çeviriler" şeklinde ifade ettiği bütüncül bir olguya evrilmiştir. O'Hagan bu bağlamda, bahsi geçen çeviri oluşumunun ortaya çıkmasında etkili olan ve popüler sosyal medya platformlarının öncülüğünde yaygınlaşan sosyal ağların, "insanların doğasında bulunan sosyalleşme ve etkileşim kurma eğilimlerini", çeşitli alanlarda üretimi kolaylaştıran bir araç olarak gördüğüne dikkat çeker.

Bir diğer ifadeyle İnternetin sağladığı erişim ve etkileşim olanakları doğrultusunda evrensel bir iletişim ağı olarak nitelendirilebilecek bu sosyal ağların bireyler tarafından etkin bir şekilde kullanılır hale gelmesi, gelişmiş dijital araç-gereçlerin de katkısıyla birçok uzmanlık alanında kullanıcı-türevli çalışmaların gün yüzüne çıkmasını sağlamıştır (O'Hagan, 2009: 97-98). Çevirinin de bir parçası olduğu bu karşılıksız işgücü, fandom olgusu boyutunda fan çevirileri şeklinde de tezahür etmektedir.

2.3. Fan Çevirilerinin Ortaya Çıkışı ve Gelişimi

Bu başlık altında fan çevirilerinin tarihsel gelişim süreci vb. konular ele alınacaktır.

2.3.1. Gönüllü Çeviri Toplulukları

Web 2.0'ın sağladığı dijital araçların ve sosyal ağların erişim alanlarının küresel bir boyuta taşınması ile ortaya çıkan KTÇ yapılanmalarının fan çevirilerinin temelini oluşturduğunu belirtmiştik. Bey vd. (2006: 49) bu çerçevede yer alan iki tip gönüllü çeviri ağından söz etmektedir:

- **“Görev-odaklı çeviri toplulukları:** Misyon odaklı, güçlü bir şekilde koordine edilen gönüllü grupları, açıkça tanımlanmış belge setlerinin çevirisinde yer almaktadır. Bu tür toplulukların çoğu Linux belgeleri (Traduct, 2005), W3C (W3C, 2005) ve Mozilla (Mozilla, 2005) gibi projelerin teknik belgelerini çevirmektedir.
- **Konu-odaklı çeviri toplulukları:** Haberler, analizler ve raporlar gibi çevrimiçi belgeleri çeviren ve çevirileri kişisel veya grup web sayfalarında kullanıma sunan bireysel çevirmenler. Bu çevirmen gruplarının önceden herhangi bir yönlendirmesi yoktur, ancak olaylar hakkında benzer görüşleri paylaşırlar (savaş karşıtı insani topluluklar, rapor çevirisi, haber çevirisi, insani yardım, vb)” (TeaNotWar, 2005).

O'Hagan, bu gönüllü çeviri topluluklarını, ortak değerlere sahip gruplar arasındaki paylaşımcılık kültürünün kendini gösterme şekillerinden biri olarak nitelendirmektedir. Bu paylaşımcı anlayış kapsamında gerek çeşitli yazılımlar gerekse topluluk üyelerinin ilgi alanları olan konulara yönelik diğer metinler, gönüllü çevirmenlerce yabancı dil engellerine takılan kimselere karşılıksız bir şekilde ulaştırılmaktadır. Dolayısıyla çeşitli medya içerikleri/anlatılar üzerine sıklıkla birbiriyle bir içerik paylaşımı içerisinde olan fanların fan nesnelerini merkez alan fan çevirileri, bu gönüllü çevirmen toplulukları arasında üçüncü bir kategori olarak kabul edilebilir:

“İnternet üzerindeki yeni iş birliği olanaklarını ilk benimseyenler arasında çeşitli fan grupları yer almıştır. İnternetin ve iş birliği araçlarının mevcudiyeti, bu tür fan gruplarına fiziksel konumlarından bağımsız olarak kolektif bir ses ifade etme imkânı vererek varlıklarının çok daha görünür olmasını sağlamış ve küresel “fan kültürlerinin” oluşmasına yol açmıştır (Hills, 2002). Dahası, hayranlığın doğası pasif izleyicilerden, ürünlerin hem üreticisi hem de tüketicisi olan aktif “prosumer”lara – üreten tüketicilere – dönüşmüştür (Tapscott & Williams, 2006). Fan çevirisi, çevirilerin potansiyel tüketicilerinin çeviri üreticileri olarak ikiye katlandığı üreticiler kategorisine uyan bir olgudur.” (O'Hagan,2015:99)

2.3.2. Fan Çevirilerinin Tarihçesi

Fan kültürünün oluşumunda ve günümüzdeki şeklini almasında etkili olan eski bilim-kurgu ve medya fandomlarının gelişim hikâyelerinden de anlaşılacağı üzere, fanlar tarih boyunca her türden teknolojik yenilik ve gelişmeyi yakından takip eden bireyler olarak ön plana çıkmıştır (Coppa, 2006; O'Hagan, 2015). E-posta listelerinden internet arşivlerine kadar bilgi çağıının getirilerinden her zaman sonuna kadar yararlanmış olan ve yeni teknolojileri kavrayıp değerlendirmede toplumun geri kalanından hep bir adım önde ilerleyen fanlar, KTÇ ve kapsadığı gönüllü çeviri türlerinin ilk örneklerinden birini de fan çevirileri ile ortaya koymuşlardır (O'Hagan, 2015: 99).

Fan çevirilerinin ilk örneklerini ise, çalışmanın öncesinde de birçok kez dile getirdiğimiz gibi, başta animeler olmak üzere, Japon popüler kültür öğelerinin fanları sergilemiştir (Eng, 2012; Odell ve Le Blanc, 2013: 21; Schodt, 1996: 334). Bu durumun altında yatan çeşitli sebeplerden söz edilebilir. Bunlardan ilki ve en olağanı, medya ve anlatılar boyutunda İngilizce eserlerin dünya genelinde sahip olduğu baskın konumdan

kaynaklanmaktadır. Nitekim özellikle ABD'nin sinema vb. eğlence alanlarındaki küresel üstünlüğü, fandom olgusu ve takip eden kültürel şekillenmeler için sağlam bir altyapı oluşturmuştur. Fanlık kavramının bilim-kurgu ve fantezi gibi anaakımın dışında kalan olağandışı anlatı unsurlarıyla yakından bir ilişki içerisinde olması ise, İnternet çağının kucağında bir araya gelen muhtelif fan gruplarının ilgilerini çeken farklı içeriklere erişimini mümkün kılmış, bu durum ise akabinde ortak bir fan kültürü anlayışının inşa edilmesinde etkili olmuştur. Böylelikle günümüz medya fandomunun başlangıcı olarak nitelendirilebilecek bilim-kurgu ve fantastik-kurgu furyası, fandom olgusunun yapıtaşlarını oluşturmuş olan batılı medya fanlarının meraklarını anime ve manga eserlerine yöneltmelerini kaçınılmaz kılmıştır.

Japonya'nın halihazırda var olan ve çok yönlü bir etkileşim içerisinde birbirinden beslenerek durmaksızın dönmekte olan medya çarkı, uluslararası fanları beğendikleri eserlerin farklı formatlardaki versiyonlarıyla da kendisine çekmeyi başarmış bir ekosistem sergilemektedir. Fan etkinliklerinin ve fanların fan nesnelere besledikleri sofistike hislerin doğurduğu “üretici-tüketici” yaklaşımlar, bu çok yönlü medyum ilişkisinin kavşağında anime, manga ve video oyunlarına yönelik küresel bir fandom zinciri kurulmasında etkili olmuştur (Napier, 2005; Brenner 2007: 199). Japonya'nın dünya genelinde sergilediği – ve hâlâ daha sergilemekte olduğu – bu ince gücü takip eden, Güney Kore ve Çin'in başını çektiği diğer Asya popüler kültür öğelerinin ortaya çıkışıyla ise, bu fandom zincirine webtoon, web roman ve hafif romanlar gibi yeni halkalar eklenmeye başlamıştır (Jang ve Song, 2017; Jin, 2015; Chua ve Iwabuchi, 2008: 176).

Örneğin Brenner, anime-manga ve oyun fanlığı arasındaki bağlantıları ve bunun doğrudan bir sonucu olarak gelişen iç içe geçmiş fandom oluşumlarına özellikle dikkat çekmektedir. Zira sıklıkla sözünü etmiş bulunduğumuz medya ekosistemleri; transmedya hikâye anlatıcılığı ve OSMU modelinin çatısı altında biraya gelen muhtelif fandomların sürekli iletişim ve etkileşimini mümkün kılan kör bir düğüm haline gelmiştir. Dolayısıyla genel anlamdaki medya fandomunun, özgün niteliklere sahip farklı medyalara ortak bir mercekten bakabilen ve fanlık kimlikleri çerçevesinde ortaya koydukları enerji ve emeği yine ortak bir paydada harmanlayabilen bireylerden oluştuğunu söylemek mümkündür:

“.... Video oyunları, oyuncu nesli ile manga ve anime topluluğu arasındaki bağ güçlüdür. Her ikisi için de yeni bir tür okuryazarlık gereklidir: hikâyenin yaratılmasında aktif katılım ve görsel, işitsel ve metinsel ipuçlarının eksiksiz bir

hikâyeye dönüştürülmesi, kesişen becerilerden birkaçıdır. Oyuncular, birçoğu Nintendo gibi şirketlerin Japon menşeli oyunlarını yıllarca oynadıkları için manga ve animelerin görsel dilinden keyif almaya ve bunları hemen anlamaya yatkındır. Manga veya anime serilerine dayanan çok sayıda oyun vardır ve birçok fan ilk olarak karakterler ve öncüllerle oyunlar tarafından tanıştırılır ve bu da onları serileri başka şekillerde aramaya yönlendirir. Shonen serileri özellikle Naruto, One Piece, Dragon Ball Z ve hack serisi gibi aksiyon ve dövüş oyunlarına ilham vermektedir.” (Brenner, 2007: 199).

Fan çevirilerinin bu durmak bilmez medya ve anlatı akıntısı içerisinde, VHS kasetleri ile başlayarak anime fanları tarafından ortaya koyulan fan altyazıları, bir diğer ifadeyle fansub çalışmalarının dışına taşmasının ise son derece olağan bir durum olduğu gözlerden kaçmayacaktır. İnternet teknolojilerinin sunduğu imkânlar, fanların bir zamanlar video kasetleri üzerinde ilmek ilmek işledikleri çevirilerini, çok daha farklı boyut ve şekillerde yeniden tasarlamalarına önayak olmuştur. Bu kapsamda fansub olgusu ile ele ele bir fan kültürünün ürünü olarak mangaların fan çevirileri olan ve “taramak” ve “çevirmek” sözcüklerinin birleştirilmesiyle “scanlation” şeklinde ifade edilen fan çalışmalarından da söz edilebilir.

2.4. Fan Çevirilerinin Çeşitleri

Fan çevirileri, odak noktası olan medya içeriğine ve bu medya içeriğinin hayat bulduğu medyumun – televizyon, kitap, çizgi roman, oyun vb. medyumlar – nitelik ve sınırlamalarına göre çeşitlilik göstermektedir. Bu bağlamda ön plana çıkan fan çeviri türleri bu başlık altında incelenecektir.

2.4.1. Fansubbing

Otaku kültürü olarak da nitelendirdiğimiz Japon popüler kültür ürünlerine – özellikle anime/manga – yönelik meydana gelen fanlık algısı doğrultusunda, ilk olarak ABD’de resmi kaynaklar tarafından yayınlanan eserlerdeki aşırı yerelleştirme ve düzenleme eğiliminden rahatsız olan ve daha geniş çaplı bir içerik yelpazesine ulaşmak isteyen fanlar, 1980’li yıllarda VHS kasetlerinin devreye girmesiyle dizginleri ele almaya başlamışlardır (Coppa, 2006; O’Hagan, 2013; Brenner: 11-12). Bu kasetlere kaydedilmiş – ve çoğunlukla doğrudan Japonya’daki araçlar sayesinde edindikleri – animelere kendi altyazılarını eklemek için büyük bir enerji ve emek sarfeden fanlar, kendi aralarında

oluşturdukları değiş-tokuş ağlarıyla “fansubbing” olarak adlandırılan fan çevirileri etkinliğinin ilk modelini ortaya koymuşlardır (O’Hagan, 2015: 100; Schodt, 1996: 334).

Fanların teknoloji ile olan bu samimi ilişkisi, fan çevirilerinin yükselişini mümkün kılmasının yanı sıra, aynı zamanda onları bir arada tutan ve tutkularını paylaşmaya yönelik motivasyonlarını besleyen önemli unsurlardan birini teşkil etmektedir. Bu bağlamda Schodt, fanların teknoloji ile olan bu ilginç yakınlığını şu sözlerle vurgular:

“Başından beri manga-anime hayran topluluğunu bir arada tutan en önemli araçlardan biri bilgisayar ağları olmuştur. Bunun iki ana nedeni vardır. Birincisi, topluluk büyük ölçüde bilgisayar ve telekomünikasyon endüstrilerindeki insanlardan ve ağ erişiminin uzun süredir ücretsiz olarak mevcut olduğu üniversitelerin bu dallarındaki öğrencilerden yararlanıyor. İkincisi, yakın zamana kadar favori eserler hakkında bilgi edinmek son derece zordu (çoğu Japonya’daydı ve üstüne bir de yabancı bir dildeydi) ve birçok alanda “Japon çizgi romanları” gibi belirsiz bir alana ilgi duymak bile sınıf arkadaşlarının ya da iş arkadaşlarının kaşlarını kaldırmasına neden oluyordu. Bu nedenle, ABD’nin dört bir yanına yayılmış hayranlar için bilgisayarlar ve ağlar büyük coğrafi ve psikolojik izolasyonun üstesinden gelmeye yardımcı olmuştur” (Schodt, 1996: 333-334).

Dolayısıyla fan çevirilerinin ortaya çıkışında etkili olan unsurlar arasında sadece resmi kaynakların sınırlı ve yetersiz paylaşımlarının değil, fanların teknolojik yatkınlıklarının beraberinde getirdiği niteliklerinin ve aynı zamanda bilim-kurgu medya fandomunun deneyimlerine paralel olarak anaakım kültürde karşılaştıkları hoşnutsuzluk sebebiyle ilgi alanlarını toplumdan sakınmaya yönelik dürtülerinin yattığını söylemek mümkündür. Bu çerçevede medya fandomunun teknik ve dijital yaklaşımları ile yoğrulmaya devam eden anime ve manga fandomlarının, çeviri de dahil olmak üzere fan etkinliklerini internet ortamlarına taşması gecikmemiştir. İnternet sunucuları ağı çevresinde özgün web sayfaları oluşturarak fan nesnelerine olan bağlarını çeşitli yollarla sergilemekten geri durmayan bu fanların, Web 2.0 ve beraberinde getirdiği dijital özgürlük sayesinde fan çevirilerini yeni birer boyuta taşması ise kaçınılmaz olmuştur (Schodt, 1996: 333; Brenner, 2007: 197).

İlk başlarda kasetler üzerinden düzenlemelerle eklenen fansub çalışmaları, bir diğer ifade ile fan altyazıları, diyalogların videodaki zamanlamaların dikkate alındığı ince bir ayar gerektirmektedir. Konuşmaların çevirmen tarafından yazıya dökülmesi, bu yazılı metnin

zaman ayarlamaları doğrultusunda diyaloglar irdelenerek hedef dile çevrilmesi gibi süreçleri kapsayan fansub da yine çoğunlukla bir ekip çalışmasının ürünü olmuştur. 1980’li yıllarda ortaya çıkmaya başlayan ve sık sık fan kongrelerinde sevenleriyle paylaşılan bu etkinlik, fanların farklı animelerle tanışmalarında etkin rol oynamıştır. Elbette günümüzde fansub çalışmaları da eskiden olduğundan – gerek hazırlanış gerekse erişim açısından – daha kolay bir şekilde gerçekleştirilir olmuştur. Fansub grupları ve çalışmaları sayesinde takipçileri olan fanlar istedikleri eserlerin yeni bölümlerine Japonya’ da yayımlandıkları gün erişim sağlayabilir hale gelmiştir (Brenner, 2007: 206).

2.4.2. Fan Scanlation

ABD başta olmak üzere batılı ülkelerin anime-manga kültürü ile olan tanışıklığının, resmi kaynakların filtrelediği sınırlı sayıdaki içeriklerin ötesine geçmesinde fan çevirilerinin etkin bir rol oynadığından bahsetmiştik. Bu durum sadece kaset kayıtları üzerinden hazırlanan fansub çalışmalarının değil, aynı zamanda yine Japonya’dan getirildikten sonra fanlar tarafından çevirilerinin fandom ağı içerisindeki dolaşımının sağlandığı manga çevirilerinin de motivasyon kaynakları arasındadır. Dönemin el verdiği şartlar ölçüsünde gelişim süreci başlayan manga çevirilerinin fanlar arasında paylaşılması ise ilk olarak diyalog ve olayların bir film senaryo yazısı formatını andıran metin belgelerine dönüştürülmesi şeklinde meydana gelmiştir. İlgili serilerin bir kopyasına sahip olan fanlar ise fan çevirmenlerinin paylaştığı bu metinler aracılığıyla hikâyeyi takip etme fırsatı elde etmişlerdir (Brenner, 2007: 205).

Her zaman olduğu gibi hız kesmeden gelişmeye devam eden teknoloji, bu çeviri etkinliğinin de kapsamını bir basamak daha ileri taşımıştır. Günümüzde halen daha varlığını sürdüren bir fan çeviri türü olarak “scanlation” şeklinde ifade edilen yeni bir format, eskinin hikâyeyi yazıya dökerek çevirme ve doküman paylaşma geleneğinin geride bırakılmasını sağlamıştır. İngilizce bir kağıt/doküman/belgeyi bir tarayıcı ile “taramak” anlamına gelen “scan” ve “translation” yani “çeviri” sözcüklerinin bir

birleşimi olan “scanlation” oldukça zahmetli ve emek isteyen bir sürecin ürünü olarak karşımıza çıkmaktadır (Brenner, 2007: 205)²⁴

Scanlation, sadece çeviri etkinliği ile sınırlı olmayan, aynı zamanda fan nesnesi olan metnin dergi veya tankabon ciltlerinden makine ile taranması, taranan metinlerin resim olarak dijital ortama aktarılması ve burada bir resim düzenleme yazılımı ile Japonca yazıların, ses efektlerinin ve diğer “yerelleştirmeye” ihtiyaç duyan yabancı sembollerin bilgisayar ortamında temizlenerek, çevrilmiş metinlerin bunların yerine – tercihen orijinalin otantik formatını koruyarak – eklenmesi şeklinde seyreden, çok yönlü bir işgücünün ürünüdür (Brenner, 2007: 205):

“Ucuz tarayıcılar, bu trendin manga fanlarının yayınlarını ele geçirmesine izin verdi - şu anda çevirilerden çok daha fazla scanlation var. Bu kolay veya hızlı bir süreç değildir, ancak fanlar Japonca bilgilerini ve kişisel favorilerinin hızlı çevirilerine olan arzularını scanlations oluşturarak kullanmaktalar. Çoğu zaman tüm işi tek bir kişi değil, diğer fanlar için çeviriler yayınlamak üzere birlikte çalışan bir grup fan yapmakta. Scanlationlar genellikle bölüm bölüm yayınlanır ve fanlar favori manga hikayelerinin bir sonraki bölümünü merakla bekler.”

ABD’deki üniversite anime kulüplerinin de sergilemiş olduğu, resmi kaynakların kısıtlı ve saplantılı yayınlarına yönelik hoşnutsuzluğun, anime fandomunun yan komşusu sayılabilecek manga fanları için de geçerli olduğu düşünüldüğünde, tıpkı üniversite kulüplerinin fansub etkinliklerinde de gözlemlendiği gibi, bu scanlation çalışmalarının ortaya koyduğu sadık ve kaliteli çeviriler fanlar için son derece değerli olmuştur. (Eng, 2012: 163). İçerik kısıtlılığı ve aşırı yerelleştirme uygulamalarına bir karşılık olarak ortaya çıkan fansub ve fan scanlation çalışmaları böylelikle uluslararası anime-manga fandomunun devamlılığının sağlanmasında ve aktif kalmalarında büyük rol oynamıştır. Örneğin etki alanı animelerden her zaman daha küçük olan mangaların resmi çevirilerinde eserin veya artistinin popülerliği yayıncılar için önemlidir ve potansiyel görmedikleri eserler ile uğraşmayı pek göze almadıkları bilinmektedir. Bu durum da doğal olarak yeterince bilinmeyen veya popüler olmayan mangaların İngilizce

²⁴ Görgüler (2016) “Yeni Toplumsallıklar Etrafında Yükselen Çeviri Pratikleri: Türkiye’de Tara-Çeviri (Manga) İçeriklerinin Dolaşımı Ve Netnografik Çözümlemeler” başlıklı doktora tezinde bu kavramı “tara-çeviri” olarak Türkçeleştirmiştir, ancak bu çalışma boyunca “scanlation” terimi kullanılacaktır.

çevirilerine ulaşmak isteyenleri fan çevirilerine yöneltmektedir. Benzer şekilde, Japonya’da birçok amatör manga sanatçısının sektöre adım atmalarına yardımcı fan etkinliklerinden biri olan doujinshi eserlerin de resmi çevirilerini bulmak mümkün olmadığından, bunlara ulaşmanın tek yolu yine hep scanlation grupları olmuştur (Brenner, 2007: 206).

Scanlation çalışmalarına erişim ise, ilk başlarda fanların birbirleriyle iletişim kurmalarını ve dosyalar paylaşmalarını mümkün kılan İnternet Bağlantılı Sohbet (IRC) platformu aracılığıyla gerçekleşmiştir. Bu dosyaları paylaşanların güvenilirliği, dosyanın büyüklüğü, yükleyen ve indirenlerin internet bağlantı hızı gibi durumlar, bu fan çevirilerine ulaşmanın zorluğunu ortaya koyan unsurlar olmuştur. Bu dönemde özellikle internet bağlantı hızı problemleri yaşayanlar tek bir indirme işlemi için saatler, hatta bazen günlerce beklemek zorunda kalabilmekteydi. Bu durumun düzelmesi ve scanlation çalışmalarına erişimin kolaylaşması ise, BitTorrent gibi hızlı dosya indirme yazılımlarının internet sahnesine çıkışıyla mümkün olmuştur (Brenner, 2007: 206). Örneğin günümüzde sadece scanlation çalışmalarında olduğu gibi resimlerden oluşan dosyaları değil, doğrudan fan altyazılı anime videolarını indirmek dahi birkaç dakikalık bir işlem haline gelmiştir.

Scanlation teriminin popülerleşmesinden önce fanscans olarak anılan fan manga çevirilerinin, bireysel ya da grup çalışması ürünleri olarak Usenet gibi platformlarda paylaşılması 1990’lı yıllarda başlamıştır. VHS kasetleri üzerinden hazırlanan fansub çalışmaları gibi scanlationın da ilk başlarda e-posta listeleri aracılığıyla veya anime klüplerinde paylaşılan CDler şeklinde fanlar arasında dolaşımının sağlandığı bilinmektedir. Bu çalışmaların çoğunluğu başlarda daha önce de ifade ettiğimiz gibi hedef manga eserinin metin haline getirilmiş çevirileri şeklinde olmuştur. Bilinen en eski fan çevirilerinden biri ise “Dadakai” isimli dört kişilik bir grup tarafından 1977’de yapılan ünlü sanatçı Tezuka’nın Phoenix eserine aittir. ABD’de tanınan bir manga araştırmacısı olan Frederick Schodt’un da aralarında bulunduğu bu grubun çalışması sonrasında ABD’nin ilk resmi manga yayıncılarından biri olan Viz medya tarafından eserin resmi yayınına dahil edilmiştir. 1992 yılına gelindiğinde ise rec.arts.manga ve alt.manga gibi Usenet gruplarından dosya paylaşma sunucularına kadar birçok platform birçok bireysel

veya grup ürünü fan çevirilerine ev sahipliği yapmaya başlamıştır²⁵ (The Land Before Time , tarih yok):

“Bazı projeler Japonya dışında bulunmayan mangaları elde etmek amacıyla başlatıldı. Viz, Rumiko Takahashi'nin Ranma ½'sini ABD'de ilk kez yayınlamaya başladığında her bölüm çok yavaş yayınlanıyordu. Bunun üzerine Jason Satoru Doyama 3 Haziran 1996'da “The Ranma ½ Project” adlı bir çeviri projesi başlattı ve Ranma ½'nin ABD kıyılarına ulaşması uzun yıllar alacak olan çevrilmiş senaryolarını barındırdı; proje daha sonra kapandı ancak yerini “The New Ranma Project” aldı. Jason Doyama, Smurfbon (web sitelerini işleten kişi) ile birlikte 1996 ve 1997 yılları arasında iki proje daha yürüttü: “The Dragon Ball Project” ve “The KOR Project”. “The Dragon Ball Project” ve “The Kimagure Orange Road Project” muhtemelen en eski scanlation projelerinden bazılarıydı ve MS Paint kullanılarak resimlerin üzerine yerleştirilmiş çeviri metinlerden biraz daha fazlasıydı. Her iki proje de daha sonra Viz'den uyarı aldıktan sonra kapatıldı. Bir başka Ranma ½ çeviri projesi, bu kez Studio Robb tarafından 1996 yılında başlatıldı. Studio Robb daha sonra diğer serileri de çevirmeye ve scanlamaya devam etti ve Robb'un manga endüstrisinde çalışmaya başladığı 2004 yılına kadar faaliyet gösterdi.”

Inside Scanlation – scanlation etkinliğinin tarihsel süreci üzerine fan makaleleri paylaşan bir web sitesidir, – The Land Before Time başlıklı bu yazısında dönemin öne çıkan birçok çeviri projesinden söz etmektedir. Bunlar arasında özellikle Dragon Ball için yapılan fan çevirileri ve buna yönelik projelerin çeşitliliği dikkat çekmektedir. Örneğin 1997 yılında kurulmuş olan “The Daily Dragon Ball Chapters Project” ya da kısaca DDBC, uzun bir zaman Dragon Ball mangasının çevirilerine ulaşmak isteyenlerin başlıca ziyaret noktası olmuştur. Bu ilk manga fan çevirileri, Inside Scanlation tarafından “İlk Kuşak: Klasik Dönem” olarak adlandırılan erken yıllarda “fanscanning” veya “fan-lettering” şeklinde anılmış olup, “scanlation” kavramı ise 2000’li yıllarda ortaya çıkmıştır.

Scanlation’ın bu klasik dönemi içerisinde yer alan daha birçok fan çeviri projesinden söz edilebilir. Bu projeler kimi fanlar tarafından Japonca dil becerilerini geliştirmeye yönelik bireysel çalışmaların kimileri için ise manga sevgilerini paylaşma arzularının bir ürünü

²⁵ <https://groups.google.com/g/rec.arts.manga> E.T. 19/04/2023

olmuştur. Takip eden yıllarda bireysel çevirmenlerin bazıları scanlation gruplarına dahil olmuş ve 1999-2001 yılları arasında fan scanlation etkinlikleri daha organize bir hal almaya başlamıştır. “Bu gruplar manga fan çevirilerinin ilk öncüleridir ve günümüzde halen daha kullanılmakta olan scanlation uygulamalarını hayata geçiren ilk fanlardır.” Bu öncü kimlikli fanların öne çıkan belli başlı bazı projeleri ise Inside Scanlation tarafından aşağıdaki gibi örneklendirilmektedir (The Land Before Time , tarih yok):

- Bir manga sanatçısı grubu olan CLAMP’ın²⁶ X ve Magic Knight Rayearth gibi eserlerinin çevirilerini üstlenen CLAMP Mailing List (CML) Manga Translation Team projesi,
- Tasuki no Miko takma isimli fan çevirmenin 1999 yılından bu yana sayfasında paylaştığı Fushigi Yuugi gibi shoujo mangaların çevirileri.
- Sailor Moon, Slayers ve Yu Yu Hakusho eserlerine yönelik çeviri projeleri,
- Guyver – Scanned Chapters projesi,
- The Nameless Manga Translation Site grubunun projeleri,
- Inuyasha serisini 1997’deki çıkışından itibaren neredeyse on yıl boyunca haftalık olarak çevirmiş olan Wot-Club web sitesi projesi,
- Spamdini’nin GeoCities sayfasında yayınlanan Tales of the Swirly-Eyed Samurai ve dönemin ünlü eserlerinden Rurouni Kenshin serisinin çevirileri,
- Dönemin en büyük manga arşivlerinden biri sayılabilecek olan The Ultimate Manga Download Archive²⁷ web sitesi projesi

Bu projeler kapsamında ön plana çıkan bir diğer çeviri grubu ise Toriyama’s World olarak bilinmektedir. Inside scanlation’ın ifade ettiğine göre ABD’de Japonya’nın meşhur Shounen Jump dergisinin eserlerinin ilk resmi İngilizce yayınlarını yapmaya başlayan Viz yayınevi, lisanslama kararlarında Toriyama’s World grubundan etkilemiştir. Naruto, Hikaru no Go, Bleach, Hunter X Hunter ve Fullmetal Alchemist gibi popüler serilerin ilk İngilizce çevirilerini ileri süren grup, Japonca bilmeyen birçok manga severin uğrak

²⁶ “Clamp (CLAMP olarak stilize edilmiştir), lider ve yazar Nanase Ohkawa ile rolleri her seride değişen üç sanatçıdan oluşan tamamı kadınlardan oluşan bir Japon manga sanatçı grubudur: Mokona, Tsubaki Nekoi ve Satsuki Igarashi. Clamp ilk olarak 1980’lerin ortalarında dōjinshi (kendi kendine yayınlanan hayran çalışmaları) yaratan on bir üyeli bir grup olarak kurulmuş ve 1987’de orijinal manga yaratmaya başlamıştır”.

²⁷ <https://www.insidescanlation.com/etc/ultimate-manga-download-archive/main> E.T. 20/03/2023

noktası olmuştur. İsimini manga sanatçısı Akira Toriyama'dan alan ve dolayısıyla başlarda bu sanatçının eserlerinin scanlation projelerine odaklanan grup zamanla başka popüler isimlerin eserlerine de sayfalarında yer vermeye başlamıştır. Günümüzde hızın ön planda olduğu ve çoğu zaman daha Japonya'da dükkanların raflarına bile çıkmadan önce korsan yollarla dünya genelindeki fanlarla buluşturulan çeviri yaklaşımlarının aksine, Toriyama's World (TW) grubu, eserleri haftalık dergi sayfalarından tarayarak çevirmektense tankobon – mangaların haftalık (veya aylık) dergilerde yayınlanan bölümlerinden 5-10 tanesinin ciltler halinde piyasaya sürüldüğü kitaplar – ciltleri üzerinden çalışmıştır²⁸ (Toriyama's World, tarih yok).

“Ve 2 yıl uçup gitti.....

Bu aslında TW'nin ikinci yıl dönümü, inanabiliyor musunuz? Siteyi Geocities'de açtığımndan beri iki yıl geçti (oh dehşet...) ve ilk gün 10 hit aldım!!!!²⁹ Ah anılar. O zamanlar sizi 25 günde 25 Naruto ile şımartmıştım ve yine de yetmemişti. ("Bir sonraki ne zaman geliyor!?" "Hey, 15 saat oldu bile, Narutola beni!!!" vs.) O zamanlar tek başımaydım... (yani, Mike'la birlikte). Editör yok, mizanpajcı yok, hiçbir şey yok. Yine de sıkı çalışma ve özveri sayesinde ve sizin gibi insanların desteği sayesinde TW şimdi TÜM ZAMANLARIN website tabanlı şeylerin en büyüğü!!! (Bedava pornoğu saymazsak...)

Bu bizim için çok ilginç bir 2. yıl oldu. Açıkçası çok fazla hatırlayamıyorum çünkü beynim çok fazla çeviri yapmaktan yandı ama ilginç olduğunu varsayıyorum. Hikaru no Go'nun 150 bölümüne ulaştık, kimin aklına gelirdi ki!? Hangi hasta insan grubu bu kadar çok iş yapmak ister ki? Oh evet... biz... Lanet olsun. Ancak yılın en büyük haberi Naruto ile ilgiliydi, çünkü serinin ABD'de lisanslanmasıyla birlikte scanlarımızı³⁰ kaldırdık. Manganın giderek daha popüler hale gelmesi ve geniş çapta kabul görmesi açısından bu harika bir olaydı. İkinci yıl aynı zamanda TW'nin Naruto animesi ile fan altyazılamaya sıçramasına işaret etti ve tüm ekip harika bir iş çıkardı. Hepinize teşekkürler (Aznguy, Jaggedblunt, Ookla, Retrooo, Mike, Mogi, Asura, sailormoon2099, Aniki-Kun, JediNight, Psychology101, aQuAaNjL, sera, vs.) Ve tabii ki onları bir zindanda tutmama ve işlerini tamamlayana kadar beslemememe

²⁸ Düzenli dergilerde yayınlanan bölümler tankobonlar için bazen diyalog, hikâye veya çizimlerde iyileştirmeler yapılabilmektedir ve genellikle tarama kalitesi de daha yüksektir.

²⁹ Bu ve devamındaki alıntılar ünlem vb. vurguların tamamı kaynak yazara aittir.

³⁰ Manga scanlation için fanlar bazen kısaca scan ifadesini de kullanabilmektedir.

rağmen süper sıkı scanlama, çeviri ve düzenleme yapan tüm manga personeli. Harika iş çocuklar (Retrooo, ndrizzt, Ookla, Barabus, Elae, ssjtrunks130, Digital Enigma, Giant X, DraygonZero, DynamiteNeon, eK, crispy, Illaparatzo-sama, Atamar, OoOx, Kaji, kbned, Lena, RBwaBD, Pederö ve unuttuğum diğör herkes)!”

Sunucularla ilgili bazı ciddi sorunlar da yaşadık ama şimdilik fırtınayı atlattık gibi görünüyor. Sanırım Ookla yakında bu konuda bir duyuru yapacak. Umarım TW çabalamaya ve bu acımasız karanlık dünyada umut ışığı olmaya devam edebilir." (Toriyama'nın Dünyası, 2003)TW aynı zamanda çevirdikleri popüler mangaların anime uyarlamalarını da yaptıkları fansub çalışmaları ortaya koymuştur. Diğör gruplara kıyasla hızdan çok kaliteye önem veren grup, sadece manga severler tarafından değil aynı zamanda Beckett gibi dergilerde ve hatta akademik yayınlarda da isimlerini duyurmayı başarmıştır. Grubun bu popüleritesi, bazı üyelerinin Tokyopop gibi yayıncılar için çalışma fırsatı bulmasında etkili olmuştur (Toriyama's World, tarih yok). Grubun web sitelerinde paylaştığı ikinci yıl dönümü mesajı

TW ve benzeri grupların fan çevirilerine olan yaklaşımları, bu mesajdan ve üzerinde özveri ile çalıştıkları serilere gösterdikleri özenden de anlaşılacağı üzere, fan kimliğiyle özdeşleşmiş bireylerin profilini bizlere yansıtmaktadır. Sitenin 5. Yılında Inside Scanlation tarafından bir “scanlation devi” olarak nitelendirilen grup takipçilerine son bir mesajla veda etmiş ve takip eden birkaç yıl içerisinde zaten seyrekleşen güncellemelere de son vererek projelerini durdurmuştur. Grup üyelerinin ise kimi farklı çeviri gruplarına katılırken kimisi de endüstride bir kariyer edinme yoluna gitmiştir (Toriyama's World, tarih yok).

“5 Yıllık TW Harikası!

Vay canına, bu web sitesinin 5. yıldönümü olduğuna inanabiliyor musunuz? Zaman çok hızlı geçiyor. Geocities üzerinde zekice tasarlanmış bir web sayfası olarak başlayan şey kısa sürede internetteki en büyük çeviri sitesi haline geldi! Yüzlerce bölüm ve taklitten sonra, yaptığımız seriler lisanslı hale geldikçe (tesadüf mü...?) site parlaklığını kaybetmeye başlayacaktı zaten ama ruhu yaşamaya devam ediyor! Siteyi 5 yıl boyunca sürdürmek çok eğlenceliydi. Siteyi destekleyen, sıkı çalışmayı takdir eden, Naruto bölümleri talep eden harika insanlardan sayısız e-posta aldım. Sitenin yavaş yavaş öldüğünü ve artık pek bir şey yapılmadığını biliyorum. Kinnikuman senaryoları ile üzerime düşeni yapıyorum ve düzenleyici Kuzen

Ted'den büyük yardım aldık (Teşekkürler Kuzen Ted, harikası!) Bu yüzden bu gece bazı yeni bölümlerimiz var. Daha fazla RokuBuru (hikayenin iyi kısmına geliyoruz) ve başka projeler yapmak isterdim ama ne yazık ki son zamanlarda kimse elini taşın altına koymadı. Sitenin bu yıl kapanacağına dair söylentiler var ve bu muhtemelen gerçekleşecek. Bu hafta sitenin kapanmasıyla ilgili duygu selini görmek ve forumda insanların siteyi ne kadar çok sevdiklerini söylediklerini okumak çok güzeldi. Teşekkürler gençler! Siteyi bu kadar uzun süre desteklediğiniz ve her zaman bir eğlence kaynağı olduğunuz için teşekkürler. Ve yıllar boyunca sitede çalışan herkese de teşekkürler. Sanki 100 kişi oldu... çok fazla. DDRtatsujin hariç hepinizi çok seviyorum... Berbatsın sen. (nedenini biliyorsun!!) Harika bir beş yıl için teşekkürler!" (Toriyama'nın Dünyası, 2006)

Bugün ABD'de ve İngilizce konuşan diğer ülkelerde en popüler manga yayıncılarından biri olan Viz yayınevi gibi bir endüstri devini bile çeşitli boyutlarda yönlendirmiş bir grup olan TW gibi daha pek çok erken dönem scanlation projeleri mevcuttur. Electric Ant isimli editörlüğünü Ryan Sands'ın yaptığı bir antoloji zinde "Talking With The Master of Manga" başlığı altında bir akafan³¹ olan ve bu çalışmada da kendisine birçok kez atıfta bulunduğumuz Frederik Schodt ile Manga ve çevirileri üzerine yapılan bir röportaja yer verilmiştir. Editör Ryan Sands, bir araştırmacı ve manga çevirmeni olan Schodt'u bir manga ve Japon kültürü temsilcisi olarak nitelendirerek kendisini okurlara şu sözlerle tanıtmaktadır:

"Fred Schodt'un yazılarıyla ilk kez lisede manga ve Japonya ile ilgili her şeye ilgi duyan bir geek olarak karşılaştım. Japonya'daki çizgi romanlar üzerine yazdığı "Manga! Manga! The World of Japanese Comics" ve "Dreamland Japan", mangayı sadece yabancı bir merak olarak değil, o zamandan beri büyülediğim bir sanat formu olarak tanıttı. Schodt, bir manga ve Japon kültürü elçisi olarak yaptığı çalışmalar ile çevirmen, tercüman ve yazar rollerini üstlendi. En son kitabı "The Astro Boy Essays" de Schodt, Osamu Tezuka'nın en tanınmış karakterini hem Tezuka ile olan dostluğunu hem de hikayelerinin popüler kültür üzerindeki devam eden etkisini tartışmak için bir çerçeve olarak kullanıyor. Verdiği derslerde ve geçen yıl NPR'da manga üzerine tartışmalarında da olduğu gibi Schodt mütevazı ve

³¹ "Academician" ve "fan" sözcüklerinin bir birleşimi olarak acafan, fan kimlikli akademisyenlere yönelik kullanılan bir terimdir. <https://fanlore.org/wiki/Acafan> E.T. 23/03/2023

incelikli bir konuşmacı. Son 25 yıldır Amerika'da manga konusunda yetkili bir ses olan Schodt, manganın Amerika'daki ilk gelişimiyle ilgili çok sayıda ilginç hikayeye ve kişisel anekdota sahip. Kendisi ayrıca bir motosiklet binicisi ve çok da havalı bir şapka takıyor” (Sands, 2008).

Dadakai gibi ilk fan çevirileri gruplarından biriyle çalışmış ve hatta bu çalışmalarını resmi kaynaklar tarafından yayınlandığını daha önce de belirttiğimiz Schodt bu röportajda, “Manga! Manga!: The World of Japanese Comics” başlıklı kitabını yazma sebebinden söz etmektedir:

“ANT: "Manga! Manga!"yı ilk kez lisedeyken okumuştum ve daha sonra Stanford'da Japonca okurken bir popüler kültür lisans dersinde tekrar karşıma çıktı. Ama merak ediyorum, kitap 83'te çıktığında, kitabın hedef kitlesi kimlerdi? Yani sizin hedeflediğiniz kitle veya kitabın nihai okurları bağlamında?

FRED: Mangaların ilginç olduğu fikrini yaymaya çalışıyordum. Kitabı yazmamın nedenlerinden biri de aslında Dadakai ile yaşadığım deneyimdi. İngilizce bir şey yayınlamak için çok erken olduğu sonucuna vardım. İhtiyaç duyulan ilk şey, insanlara neden ilginç olduklarını ve ne kadar çeşitli olduklarını açıklayacak, manga hakkında bir kitaptı. Benim için bu o dönemde Japonya üzerine yazılmış diğer pek çok kitaba karşı bir tür tepkiydi aynı zamanda. Japon popüler kültürü üzerine kitaplar yoktu. Sanırım o zamanlar Japonya dışındaki çoğu insan Japonların mizah duygusundan yoksun olduğunu, hepsinin robot gibi maaş memurları olduğunu falan düşünüyordu. Bildiğim Japonya'dan çok farklıydı, motivasyonlarımdan biri de bu olmuştu o zaman.”

Ailesinin iş hayatı sebebiyle genç yaşta Japonya'da yaşamaya başlamış ve burada eğitimini tamamlamış olan Schodt, çalışma hayatına Japonca-İngilizce tercümanlık ile başlamış olup, manga çevirilerine ciddi anlamda odaklanması ise kendisine benzer bir arkaplana sahip olan Jared Cook ile tanışmasıyla gerçekleşmiştir. İleride Viz yayınevinin resmi olarak piyasaya sürdüğü Tezuka'nın Phoneix adlı eserinin çevirisi de bu tanışmanın ardından kurulan Dadakai grubu aracılığı ile mümkün olmuştur.

“FRED: Manga çevirisi 1970 ya da 1971'de hayalini kurduğum bir şeydi. Ama daha çok uzak bir hayaldi ve o zamanlar gerçekleştirmesi de pek mümkün değildi. Tokyo'ya ikinci kez gittiğimde, Japonya'da okumak ve yaşamak açısından benimle benzer bir yörüngeye sahip olan Jared Cook adında iyi bir arkadaşım vardı. İki Japon arkadaşla (Shinji Sakamoto ve Midori Ueda) Dadakai adında bir grup kurduk, belki

duymuşsunuzdur. Manga adı verilen bu harika eğlenceyi dış dünyaya tanıtabileceğimize dair gerçekten yüce, biraz idealist ve umutsuzca ütöpik bir fikrimiz vardı. Hatta Tokyo'daki bazı sanatçılarla iletişime geçtik ve onların eserlerini çevirmeye başladık. Ve gerçekten manga çevirisinin başlangıcı da buydu işte. Ama hiçbir şey yayınlatabamadık. Henüz çok erkendi.”

Ancak doğal olarak grubun bu çabası ABD gibi Japonya'ya ecnebi gözüyle bakılan batılı ülkelerde manga ve diğer Japon popüler kültür eserlerine yönelik ilgiyi artırmakta o dönem için yeterli olamamıştır.

“ANT: Bazı Amerikan çizgi roman şirketlerine ulaşmaya çalıştınız mı?

FRED: Denedik. Ama Amerikalı yayıncılara gerçekten ulaşacak gücümüz yoktu. Amerika'da insanlar henüz suşi bile yemiyordu- Japon çizgi romanları fikri "Çizgi roman mı okuyorlar? Okuyorlar mı? Japonya nerede? Orası Çin değil mi? ÇİN Mİ DEMEK İSTİYORSUN?" [GÜLER] Başa başka bir seviyeydi yani. Çok, çok, çok erkenciydik. Ama üzerinde çalıştığımız bazı şeyler, örneğin Tezuka'nın Phoenix'i, şu anda basımını tamamlamak üzere. Dadakai gerçekten kısa ömürlü oldu ama Jared ve benim için Phoenix'in çevirisi 30 yılı aşkın bir proje. Ve sanırım son cildin 2008'in başlarında Viz'den çıkması planlanıyor. 30 yıldan fazla oldu ve bu inanılmaz bir şey.

ANT: Bu sanatçılara doğrudan yaklaşmışsınız gibi konuştunuz. Ama Tezuka'dan bahsediyorsak, bu gerçekten çılgınca bir şey gibi görünüyor. Sizce sadece belli bir zamanda orada bulunmak ve gözü pek bir yabancı olmak, bir Japon'un yapamayacağı şeyleri yapabileceğiniz anlamına mı geliyor? Tezuka Productions'a gitmek, birinin Disney'e gidip "Merhaba, ben Brezilya'danım ve hikâyenizi Portekizce yayınlamak istiyorum" demesi gibi bir şey değil miydi?

FRED: O zamanlar tamamen cüretkârlıktı bu yaptığımız tabii. Şimdi böyle bir şey yapabileceğinizi sanmıyorum. Bence bunun çoğu zamanlama ve tarihteki konumla ilgiliydi. Tezuka'ya yaklaşmanın ne kadar zor olduğunu yakın zamana kadar fark etmemiştim. Çünkü küçük grubumuzun "işletme müdürü" Shinji Sakamoto'ydu ve ilk teması kuran kişi de oydu. Japon ve Amerikalılardan oluşan bir grup olmamız da bize yardımcı oldu. Shinji'nin anlattığına göre, Tezuka Productions'la temas kurmakta ve toplantı yapmakta epey zorlanmış. Ama oraya ilk gittiğimizde Tezuka'nın menajeriyle buluştuk ve hatırladığım kadarıyla Tezuka bir anda toplantıya giriverdi ve biz de onunla tanışmış olduk. Muhtemelen o zamanlar bunun ne kadar sıra dışı olabileceğinin farkında değildik.”

Tezuka gibi ünlü bir sanatçının eserlerini çevirme istekleri tamamen alana olan ilgi ve tutkularının bir ürünü olan Dadakai grubu için, Schodt'un bu sözlerinden de anlaşılacağı üzere bugün mangaların, ve yine bunların bir uzantısı olan animeler ile Japon popüler kültürünün dünya geneline yayılmasında öncü bireyler oldukları söylenebilir. Dadakai aynı zamanda bugün scanlation olarak bilinen manga çeviri formatının çok daha öncesinde kendilerini bu işe adanmış bir grup olmaları sebebiyle, Phoenix ile ortaya koydukları içeriğin kültürlerarası ilk çizgi roman çeviri örneklerinden birisi olduğu da söylenebilir. Bu bağlamda ANT dergisinin Schodt'a olan bir sonraki sorusu da günümüz teknolojilerinin olmadığı bir dönemde manga çevirisi gibi yeni bir olguya nasıl yaklaştıkları üzerine olmuştur:

“ANT: Ben şahsen çeviri yapmanın teknik yönüyle ilgileniyorum. Günümüzde tarayıcılar, Photoshop ve Wacom tabletlerle bu iş daha kolay görünüyor. Ama sizin için sadece kağıt ve daksil vardı. Jared ile birlikte çevirmek için belirli karakterleri seçtiğinizi ve tüm çeviri boyunca bu karakterlere bağlı kaldığınızı okudum. Bunu yapan birini daha önce hiç duymadım ve sizin nasıl bir süreç izlediğinizi merak ediyorum.

FRED: Daha önce kimse böyle bir işe kalkışmamıştı, bu yüzden alışılmadık şeylerin insanın aklına gelmesi oldukça kolaydı sanırım. O zamanlar kimse bilgisayar kullanmıyordu –daktilo ve el yazısı dönemi idi asıl. Ve sayfaları çeviremiyorduk. O günlerde fotokopi çekmek bile pahalıydı. Kitaplarımızı yırtar, tüm kelime balonlarını siler ve sonra fotokopisini çekerdik. Sonra diyalogları yazardık, böylece hiçbir şey ters dönmez ya da atlanmazdı. Hepsi kalemle yapıldı - sanırım kurşun kalemle başlayıp sonra üzerine yazmış olabiliriz. Ama aslında diyalogları balonlara sığdırmaya ve mümkün olduğunca normal bir çizgi roman gibi görünmesini sağlamaya çalıştık. Ama dediğim gibi, ters basmayı³² beceremedik ve ilk beş cildi Tezuka Productions'a bu formatta teslim ettik. Phoenix'in en güçlü cildi olduğunu düşündüğümüz 4. Cildi bastırdık hatta.

ANT: Gerçekten mi?

³² Japon mangaları soldan sağa okunur ve yine bu okuma tarzına uyacak bir şekilde soldan sağa bir formatta basılır. Burada Schodt çevirilerini yaparken bu basım tarzını sağdan sola hale getiremediklerini kastetmiştir.

FRED: Evet, çünkü basılması fotokopi çekilmesinden daha ucuza geliyordu. Ama yine de ters basılmamıştı ve fotokopi baskı çok kalitesizdi ve gerçekten hiç iyi görünmüyordu. Aslında, bir ara görmek isterseniz bende bir kopyası var. Baya kabaca bir şey. Ama insanlara bunları bir çizgi roman olarak okumanın mümkün olduğu fikrini vermiş oldu. Tersten okumak zorundaydınız, bugünkü insanlar için bu bir sorun olmazdı, ama o zamanlar... Kitabı bastırınca bir anket yapmak için yeterli sayıda kopya da çıkarabilmiş olduk. Kopyaları ABD'deki insanlara verdik ve tepkilerini kaydetmek için küçük bir form bastırdık.”

Manga fan çeviri çalışmalarının ve günümüz scanlation gruplarının ilk örneği sayılabilecek Dadakai, kültürlerötesi medya algısının henüz yeni yeni şekillenmeye başladığı bu yıllarda manga için ABD’de bir piyasa oluşturmaya çalışan Viz Media yayınevi ile Tezuka Productions yayınevi arasında da bir köprü görevi görmüştür:

“**ANT:** Tezuka Produksiyon’a verdiğiniz fikir bu muydu? Bu dediklerinizi yapmak ve ne olacağını görmek için size izin verdiler, ancak piyasaya sürüleceğine dair kesin bir fikirleri yok muydu yani?”

FRED: Anlaşmaya göre Phoenix serisinin ilk beş cildini çevirecek ve yayınlanması için elimizden gelen her şeyi yapacaktık- ama biz bir yayıncı değildik tabii ki. Fakat yapılabilecek şeyler için bir prototip oluşturunuyorduk. Anket, Amerikalıların böyle bir şey hakkında ne düşüneceklerini değerlendirmenin bir yoluydu. Tamamen önyargılı olduğumuz için, doğal olarak, Phoenix’in tarihteki en parlak edebiyat eseri olduğunu düşünüyorduk. Ancak Japonca bilmeyen, mangaya aşina olmayan ve hatta Japonca herhangi bir şeye bile aşina olmayan insanların ne düşüneceğini bilmemiz gerekiyordu. Kaç kopya dağıttığımızı hatırlamıyorum ama yaptık o anketi ve daktilo edilmiş bir formumuz da vardı. En azından ben öyle hatırlıyorum. 30 yıl kadar önceydi.

ANT: Phoenix’i Viz İngilizce olarak yayınlamaya başlamadan önce duymuştum; sanırım Japonya’dayken bir kopyasını görmüştüm. Sanki Viz ne yapacağını tam olarak bilememiş gibi, burada çalkantılı bir şekilde yayınlanmış gibi görünüyordu. Büyük formatta ikinci cilt vardı, sonra ilk ciltler ve sonra da uzun bir ara. Viz baskılarının yayınlanmasıyla ilgili bu boşlukların bazılarını doldurabilir misiniz?

FRED: Çok çalkantılı bir başlangıcı oldu. Tezuka Productions’ın o zamanki başkanıyla birlikte 80’lerin başında Viz’e gitmiştik. İngilizceye çevrilebilecek beş cilt olduğundan bahsetmiştik. Ama sanırım Viz’deki görüş böyle bir şey için çok erken olduğu ve yapmaya çalıştıkları şeyin bir parçası olmadığı yönündeydi. Amerikan

popüler çizgi romanlarına mümkün olduğunca yakın bir şey yaratmaya çalışıyorlardı.”

Görüldüğü üzere, bugün İngilizce manga eserlerin resmi yayınlarına ulaşmak isteyenlerin başlıca odak noktası olan Viz Media yayınevinin piyasaya sürdüğü ilk mangalardan biri olan Phonenix, Dadakai grubunun fan kimlikleri doğrultusunda ürettikleri çeviriler üzerinden ABD kitapçılarının raflarında yerini almıştır:

“**FRED:** Phoenix'e gelince, sanat tarzı çok sevimliydi ya da Tezuka'nın okuyucularıyla olan diyaloglarında ve yaptığı şakalarda küçük tuhaflıklar vardı. Ve çok uzundu. Bu yüzden o zamanlar Viz ilgilenmedi ve hiçbir şey olmadı haliyle. Çok daha sonra Viz, Jared ve benim Dadakai'nin bir parçası olarak yaptığımız ilk beş cilde ilgi gösterdi.

Bunları yayınlamaya karar verdiler ama sanırım başlangıçta nasıl yayınlayacaklarından emin değillerdi. İşte bu yüzden 2. cildin ilk olarak büyük formatta yayınlanması gibi biraz garip bir sıralama ortaya çıktı. Büyük formatta yanlış bir şey yok, bence aslında iyi, ama iki ile başlamak biraz tuhaftı. "2. cildin bu tasarımı ve tarzı için 1. ciltte olmayan bir pazar var" diye düşündüler, çünkü 1. cilt daha çok tarihi, Japon tarihi gibi, bir eğilime sahipti. İlk beşi bir tür test çalışması gibiydi sanırım. Geri kalanını yapmaya karar verdiklerinde, [Viz] Jared ve bana çeviriyi bitirip bitiremeyeceğimizi sordu, biz de bilgisayar kullanarak çalışmaya geri döndük.

Daha geçenlerde sonraki yedi cilt üzerinde çalıştık. İlk beş cildi 78'de Tezuka Productions'a teslim etmiştik ve Jared ile bende bazılarının kendimizin olan kopyaları vardı. En azından bir cildi tamamen kaybetmiştik ama onu Tezuka Productions'da bulup çıkardılar. Ama çeyrek asır boyunca durduğu yerde toz toplamıştı. Uzun zaman aldı ama kendimi iyi hissettim. Tezuka çoktan vefat etmişti ama duysaydı mutlu olurdu eminim. Ona karşı yükümlülüğümüzü yerine getirmişiz gibi hissettim.”

Röportajda Ant'ın dikkat çektiği bir diğer nokta ise sayılarının azlığına rağmen büyük bir adanmışlıkla anime ve manga kültürünü ABD'de yaymaya çalışan ve Schodt'un da tasdik ettiği üzere nihayetinde bunu başararak ilk kültürlerötesi fan topluluklarından biri olarak nitelendirilebilecek, ABD'li anime ve manga fanlarının kimlikleri ve motivasyonlarına yöneliktir. Japonya'nın bu kültürel değerini kendi ülkelerine taşımakta kararlı olan bu

fanlar bu amaç doğrultusunda Tezuka ile bile iletişime geçmekten çekinmemiş bireylerdir:

“ANT: Diğer ilk fandomlar hakkında yazılan bazı şeyler var - ister bilim kurgu fandomu ister Amerikan çizgi roman fandomu olsun - bir alt kültür sahnesinin zamanla büyük bir ticari işe dönüşmesi üzerine hani. Bunun nasıl başladığını hep merak etmişimdir. ABD'de ilk kitabınızı okuyan tanıdığınız insanlar muhtemelen manga veya anime hayranlarının öncülerinin bir parçasıydı. Kimdi bu insanlar? Bilim kurgu fanları mıydı? Dungeons and Dragons fanları mı? Ya da Japon fanları?

FRED: Başlangıçta bu insanların çoğunu tanıyordum, manga ve anime fanları gerçekten hevesli, çok sıra dışı insanlardı. Jared ve ben aslında erken bir seyahatte Tezuka için çalışıyor ve tercümanlık yapıyorduk - sanırım 79 ya da 1980, tam tarihi hatırlamıyorum ama C/FO'yu (Cartoon Fantasy Organization) görmeye gittiğimizi biliyorum ve hayatımda hiç böyle insanlarla tanışmamıştım. Neredeyse korkutucuydu. O zamanlar Amerika Birleşik Devletleri'nde bu kadar belirsiz olan bir şeye kendini bu kadar adanmış insanlarla hiç tanışmamıştım ve çok küçük bir gruptu ayrıca. Ama fandomda oldukça büyük bir yer edinmiş insanlardı, özellikle Fred Patton gibi, Amerikan fandomunda gerçek bir merkezi figürdü kendisi ve hâlâ da öyle.

Animeyle kafayı bozmuş insanlardı hepsi - mangadan çok anime, hiç İngilizce manga yoktu çünkü, o yüzden çok az insan okuyabiliyordu. Bu yüzden giriş noktaları aslında Amerika Birleşik Devletleri'nde yayınlanan Astro Boy ve Kimba the White Lion gibi 60'ların ilk animeleriydi. Fred Patten'in C/FO'dan yakın arkadaşı Robin Leyden, benzerlerini nadiren görebileceğiniz büyük bir Astro Boy fanıydı. Daha sonra özel efekt animatörü oldu kendisi. Robyn hatta Astro Boy'un bir modelini yapmış ve Tezuka'ya hediye etmişti...

ANT: Peki Tezuka'nın bu tuhaf Amerikalı fanlara tepkisi ne oldu?

FRED: Gark olmuştu. Jared ve ben onunla tanışmadan önce bile [Tezuka] bazılarıyla temas halindeydi. Ama onlar ABD'de bu kadar ciddi derecedeki ilk Anime fanlarıydı. Neredeyse korkutucuydu. Bunlar Japon iş dünyası ya da teknolojiyle ya da buna benzer şeylerle ilgilenen insanlar değildi. Sadece animeye, karakterlere ve hikâyelere odaklanmışlardı, sadece onu seviyorlardı. Bu yüzden aslında çok dokunaklıydı.”

Röportajın devamında Schodt'un özellikle vurguladığı bir diğer nokta ise, bu tez çalışmasının da varsayımlarından birini destekler nitelikte olup, ilk ortaya çıkan fan çevirilerinin Japon popüler kültür öğeleri için batıda bir piyasa oluşmasında oynadığı etkin rol üzerinedir. Bu bağlamda Fansub çalışmalarının ortaya çıkışına da değinen Schodt, fan çevirilerine yönelik net ifadelerde bulunmaktadır:

“ANT: Görünüşe göre 80'lerin başındaki bu kişilerin birçoğu animeye ilgi duyan ve fan altyazılarını da ilk yapanlar arasındaydı.

FRED: Bu doğru. Ve ilk kongreleri düzenleyenlerdi.

ANT: Tezuka'ya ulaşmanın mümkün olduğu ancak sahnenin çok küçük olduğu zamanlarda, gelişen lisanssız altyazı hakkında ne hissettiğinizi merak ediyordum. Ve şimdi manga daha büyük bir işe dönüştüğü için bu yoğun fan faaliyetlerini yapan insanlar hakkındaki hisleriniz değişti mi?

FRED: C/FO'daki insanlarla ilk tanıştığımda, muhtemelen 78'in sonlarıydı, çok az insanda video kaset kaydedici vardı ve fan altyazılama sorunu çok azdı. Çoğunlukla 16mm film izleyen insanlardan bahsediyorsunuz. Senaryonun daktiloyle yazılmış transkriptlerine ya da başka bir şeye sahip olan insanlar vardı ama kimsenin fan altyazısı yaptığını sanmıyorum.

ANT: Gerçekten mi? Anime ile birlikte okumak için mi? Bu tam da bir adanmışlık eylemi gibi geliyor kulağa.

FRED: Tüm bu VCR olayı 80'lere kadar başlamadı. Fan altyazısı da 80'lerin ortalarına ya da sonrasına kadar gerçekten bir sorun haline gelmedi. Bu konudaki hislerime gelince, başlangıçta açıkçası insanlar çevrilmiş materyal satın alamıyordu, dublajlı veya altyazılı videolar mevcut değildi. Bu yüzden animeyi yaymak için, mangayı değil çünkü onların taraması yoktu, ama animeyi yaymak için hayran altyazıları gerçekten önemli bir rol oynadı ve ilk altyazılar olmadan anime ve manga için bir pazar olmazdı. Bence gerçekten zeki şirketler bunu en başından beri fark ettiler ve bazı açılardan Japon şirketleri Amerikan şirketlerinden daha modern olabilir, çünkü Japonya'da telif hakkı yasasının gri alanlarına daha alışık insanlar var. Ancak fan altyazılama olmasaydı, bugün Amerika'da var olan endüstri olmazdı, bu kesin.”

Bu bağlamda yine Schodt ve arkadaşı Jared’ın tamamen gönüllülük esasına dayalı çevirilerinden bir diğeri olan Ghost in the Shell ve Barefoot Gen eserlerinden de söz edilebilir:

“ANT: Pek çok kişi size Tezuka hakkında sorular soruyor, ancak birlikte çalıştığımız diğer yaratıcılardan bazıları hakkında öne çıkan başka hikayeleriniz veya izlenimleriniz olup olmadığını merak ediyorum. Ghost in the Shell ve Barefoot Gen için çeviri yaptığınızı biliyorum.

FRED: Tanıştığım herkes üzerimde büyük bir etki bıraktı. Etkilemesi kolay biriyimdir! Barefoot Gen üzerinde çalışan birçok çevirmenden biriydim. Jared Cook ve ben serinin ikinci cildini çevirdik. Ama aslında Barefoot Gen üzerinde çalışan pek çok kişi oldu ve bu muhtemelen İngilizceye yapılan ilk çevirilerden biriydi. Ve tamamen gönüllü bir çabayla başladı.

ANT: Eserin özgün değeri sebebiyle mi?

FRED: Sanırım burada yayınlanan ilk Japon çizgi romanı olmasının nedeni de aynısı. İnsanları bedavaya çalışmaya, zaman ve enerjilerini bu işe adamaya motive eden şey kesinlikle eserin o sosyal ve anti-nükleer temasıydı.”

Fan çevirilerinin gönüllü bir öncü rolünü oynadığı anime ve manga piyasasının bir diğer yüzü olan telif haklarının korunmasına yönelik ikilemlerin de gözardı edilmediği röportajda, Schodt ve Ant’ın bu durumla ilgili karmaşık duygular beslediklerini belirten ifadelerle de yer verilmiştir:

“FRED: Ancak, tabii ki, her zaman fikri mülkiyet ve yaratıcıların nihayetinde nasıl ödüllendirileceği konusu var. Büyük bir iş haline geldiğinde bu bir sorun olabilir ve bir çizgi çizilmesi gerekir. Bence bu şu anda tüm sektörlerde üzerinde çalışılan bir konu, insanlar bu konuya nasıl bakacaklarından emin değiller- bu bir promosyon mu? Yaratıcının kârını emiyor mu? Burada gerçekten de gri bir alan var.

ANT: Evet, 88’de Japon yaratıcıların eserlerine zarar verdiklerini iddia etmek zor olurdu. Ancak artık lisanslı ve resmi kopyaları elde etmek için çok fazla yol olduğundan artık bu farklı bir tür eylem haline gelmekte.

FRED: Evet, bu farklı bir eylem. İş dünyası ya da telif hakları konusunda uzman değilim ama sonuçta bunun bir denge olduğunu düşünüyorum. Açıkçası eğer yaratıcılar için bir gelir yoksa o zaman yaratmayı bırakacaklardır. Paralarını almak zorundalar ama aynı zamanda insanlar da satın aldıkları şeylerden farklı şekillerde

keyif alabilmeli. Ve umarım satın aldıkları şeyi yayabilecekler. Benim bir cevabım yok, kimsenin de bir cevabı olduğunu sanmıyorum. Aslında bu sorunu çözebilseydiniz muhtemelen şu anda çok ama çok zengin olurdunuz.”

Telif hakları açısından scanlation gruplarının geçmişten günümüze benimsemiş olduğu bazı etik kurallardan da bu bağlamda söz edilebilir. Schodt ve Ant’ın da dile getirdiği gibi kültürlerötesi boyuta taşınan medya içeriklerinin telif hakları boyutunda yaşadığı sorunlar gri bir alanda takılıp kalmıştır ve yine bu kapsamda çeviri gruplarının da bir ikilemde olduğu göze çarpar. Çeviri gruplarının bazıları sözünü ettiğimiz ihtiyari etik anlayışları doğrultusunda bulundukları ülkede lisanslanan eserlerin çevirilerini platformlarından kaldırmayı adet edinmiştir. Öyle ki birçok scanlation grubunun yayınladıkları yeni bölümlerde “lütfen ülkenizde bu eserin lisanslanması durumunda bunları satın alarak eser sahibine destek olun” gibi ifadelerle rastlamak mümkündür. Örneğin bir scanlation grubunun bölüm üzerinde çalışan grup üyelerini tanıttığı okurlar için hazırladıkları ön bilgilendirme resimlerinde genellikle

“Bu medya, yayıncılarının mülkiyetindedir. Bu çeviriler fan yapımıdır ve batı ülkeleri için mevcut olmayan ürünlerin bir ön izlemesi niteliğindedir. Bu üründen kâr etmeye çalışmayınız. Eğer burada görüntülediğiniz çalışmayı beğendiyseniz, Japonca yayını veya yerel çevirisini satın almayı düşünebilirsiniz” (Ropes of Fate Scanlations, Jibaku Shounen Hanako-kun Bölüm 1).

2.4.3. Video Oyunu Fan Çevirileri

Video oyunlarının, çeşitli görsel-işitsel öğelerin ve oyun mekanikleri ile anlatı unsurlarının bir arada yer alması gibi özelliklerinden medya içerik türleri kapsamında söz etmiştik. Medya ekosistemleri içerisinde çoğunlukla uyarlama zincirinin de son halkasını oluşturan bu içeriklerin çevirileri günümüzde “oyun yerelleştirme” bağlamında anılmaktadır (Galhardi, 2014: 175). Görsel-işitsel çeviri alanı içerisinde yer alan ve oyun arayüzünün yanı sıra sıklıkla sinematik sahneler yer verilmesi sebebiyle altyazı, dublaj ya da engelli kullanıcılara yönelik ses betimlemelerinin de yer aldığı video oyunları, medya ve çeviri bağlamında son derece önemsenmekte olup fan çevirilerinin de en sık yapıldığı içerik türlerinden biridir (Sarıgül ve Ross, 2020: 2).

Bu durumun başlıca sebeplerinden biri ise oyun yerelleştirmelerinin – diğer medya içeriklerinden daha da fazla emek istemesinin de bir getirisi olarak – birçok ülkede “tam

potansiyeline ulaşamamış” olmasıdır (Galhardi, 2014: 175). Bugün medya endüstrisinin çeşitlilik boyutunda ulaştığı zirve göz önünde bulundurulduğunda, diğer tüm medya içerikleri ve bunların fan çevirileri de dahil olmak üzere, her geçen gün bir yenisi ortaya çıkan video oyunlarının tek tek her dile ve ülkeye göre yerleştirilmesi mümkün değildir. Dolayısıyla çağdaş tüketicilerin tüketim hızına yetişemeyen resmi kaynakların bıraktığı bu çeviri boşluğunu doldurmakta üreten-tüketicilerin birer ürünü olarak fan çevirilerinin devreye girmesi kaçınılmaz olmuştur (Galhardi, 2014: 176).

Video oyunları fan çevirilerinin ortaya çıkış hikâyesi incelendiğinde göze çarpan ilk şey ise “romhacking” kavramı olacaktır. Teknolojik yeniliklerin bir getirisi olarak ileri sürülen ve farklı konsollara ait oyunları – Örneğin PS4, Nintendo Switch, Xbox ya da Bilgisayar – yapımcının tasarladığından farkı platformlarda oynamayı mümkün kılan “konsol emülatörleri,” oyun severlerin istedikleri oyunların ikili veri dosyalarını indirerek orijinal yazılım ve donanımlara sahip olmasalar da bunları diledikleri platformda – emülatörler genellikle bilgisayarda oyun oynamaya yöneliktir – deneyimleyebilmelerini sağlamaktadır. Bu tarz oyun dosyalarına “Read Only Memory³³” bir diğer ifadeyle, ROM denilmektedir ve oyuncular bu teknoloji sayesinde ülkelerinde yerleştirmesi hiç yapılmamış birçok oyuna özgürce erişebilmektedir. Video oyunlarının büyük bir çoğunluğunun Japonya ve ABD bazlı olması ve yurtdışı yerleştirmelerinin ise genellikle Avrupa’ya yönelik olup İngilizce ve Japonca dışındaki dillerde kolay kolay bulunamaması, bazı fanların sevdikleri oyunların ROM verilerini modifiye etmeye ve böylelikle isteyen herkesin bu oyunların fan çevirisini yapabilmelerini mümkün kılan dijital araçlar geliştirmeye itmiştir (Muñoz Sánchez, 2015: 169).

“Romhacking” terimi “ROM” (Salt Okunur Bellek) ve “hacking” kelimelerinden türemiştir, çünkü romhackerların bir oyunun içeriğini değiştirmek için ROM verilerini “hacklemeleri” gerekmektedir. “Hacking” kelimesi burada Merriam-Webster’ın 11. Collegiate Sözlüğü’ndeki (2009) dördüncü hacking tanımına atıfta bulunmaktadır: “zevk için bilgisayar programları yazmak.” (Muñoz Sánchez, 2015: 170)

³³ Türkçe “Salt Okunur Bellek”

Romhacking ile yapılan modifiyeler oyunun grafiklerini, diyaloglarını, seviyelerini ve çeşitli oyun mekaniklerini de kapsamakta olup iki farklı amaçla yapılmaktadır: bir oyuna yeni seviyeler eklemek ve karakter özelliklerini değiştirmek ya da oyunun bir dilden diğerine çevirisini yapmak. Dolayısıyla romhacking işlemi aynı zamanda fan çeviri çalışmalarını da kapsamaktadır (Muñoz Sánchez, 2015: 170).

Muñoz Sánchez fan çevirileri ile profesyonel çevirilerini bir kıyasını yaparak fan çevirilerinin daha amatörce olması beklentisine dikkat çeker. Fakat araştırmacı bu ifadesinin devamında yazım yanlışları veya hatalı çevirilere fan çalışmalarında sıklıkla rastlanmasına rağmen, kimi zaman amatör fan çevirmenlerinin mükemmeliyetçi yaklaşımları sayesinde son derece ideal ürünler ortaya koyulduğunu da dile getirir. Bu duruma bir örnek olarak DeJap isimli grup tarafından Japoncadan İngilizce'ye çevrilen "Tales of Phantasia" oyununu ileri süren Muñoz Sánchez, bu projenin romhacking topluluklarının yüksek standartlarına bir referans olarak gösterileceğini belirtir (Muñoz Sánchez, 2015: 177).

Bu bağlamda profesyonel oyun çevirilerinin çoğunlukla oyunun içeriğini bilmeyen ve hatta çeviri süreci boyunca oyuna erişimleri dahi olmayan çevirmenlerce yapılması dikkat çeken bir durumdur:

"Çoğu oyunun geliştirilmesi bir ila iki yıl arası sürmektedir. Bazı durumlarda, dilsel varlıkların çevirisi senaryo tamamlandıktan sonra başlayabilir, ancak yaygın olan uygulama çeviriye oyun tamamen bittiğinde başlamaktır. Oyun geliştirmenin proje teslim tarihlerine bağlı kalmadığı durumlarda ise yerelleştirme süreci geliştirmenin bitiş ile sim-ship (eşzamanlı sevkiyat) tarihi arasına sıkıştırılır; mevsimsel piyasa güçlerinin kontrolü altında alan bu tarih nihai olup ötelenmesi mümkün değildir. Oldukça sık görülen bu durumlarda, yayıncılar gecikmeyi telafi etmek için çevirmen ve test uzmanı sayısını iki katına çıkarabilir. Bununla birlikte, oyun yerelleştirme endüstrisinde çalışmanın en büyük külfetinin ekip çevirisi ve uzun çalışma günleriyle başa çıkmaktan ibaret olduğu söylenemez. Telif hakkı yasalarına sıkı sıkıya uyulması ve video oyununun çoğu zaman henüz bitmemiş olabileceği gerçeği nedeniyle, birçok çevirmen adeta karanlıkta – yani oyunun kendisine erişimleri olmadan – çalışmak zorundadır. Bir çevirmen için karar vermeye yardımcı olacak bağlam ve eş bağlamlar olmadan çalışmak ise çok daha yorucu ve hatalara elverişli olacaktır." (Bernal Merino, 2007: 2)

Bu tarz çeviri uygulamalarında oyun şirketleri Bernal Marino'nun ifadelerinden de anlaşılacağı üzere yerelleştirme sürecinde dış kaynaklardan yararlanmaktadır. Öte yandan Nintendo ve Square-Enix gibi büyük Japon şirketlerinin ise “kurum-içi yerelleştirme” modelini tercih ederek doğrudan kendilerine bağlı çevirmenlerden oluşan yerelleştirme ekiplere sahip olduğu bilinmektedir. Çevirmenlerin üzerinde çalıştıkları ürün ile doğrudan etkileşim içerisinde olduğu bu yaklaşım, doğal olarak daha kaliteli sonuçlara ulaşılmasını da mümkün kılmaktadır (Mangiron, 2006: 310).

Bu bağlamda Muñoz Sánchez'in dikkat çektiği asıl nokta ise romhacker konumundaki fan çevirmenlerinin, çevirdikleri oyunu en ince ayrıntısına kadar biliyor olmalarıdır (Muñoz Sánchez, 2015: 178). Bir başka ifadeyle fanlık olgusunun şimdiye kadar açıklamaya çalıştığımız çekirdeğinin bir parçası olan fan çevirilerinin, fanların fan nesnelere duyduğu ilgiyle orantılı olarak yüksek bir kalite potansiyeline sahip olduğunu söylemek mümkündür. Özellikle oyun yerelleştirmelerinde gerek sansür kurallarına, gerekse hedef kitlenin kültürel normlarına uyma çabasıyla kaynak eserin özgün niteliklerinin sıklıkla değişime uğradığı resmi çevirilerin aksine, fan çevirileri daha özgür ve esnek bir çalışmanın ürünüdür: “Japon RPG Final Fantasy IV'ün İngilizce çevirisinde de olduğu gibi, fan çevirileri kimi zaman resmi çevirilerden çok daha büyük övgüler almıştır, çünkü fan çevirmenler, birer oyuncu olarak, kendileri gibi diğer oyunculara hitap edebilmesi için bir oyunun nasıl olması gerektiğinin iyi bilirler” (Mangiron, 2006: 315).

2.4.4. Webtoon Çevirileri

2018 yılında San Diego'da yapılan “Comic-Con International,” bir diğer ifadeyle “San Diego Uluslararası Çizgi roman Kongresi” (SDUÇRK18) öncesine kadar dijital roman ve web roman içeriklerinin medya endüstrisi bağlamındaki konumunu günümüze kıyasla kayda değer bir etki alanına sahip olmamıştır. Ancak SDUÇRK18'de yapılan bir panel “endüstride önemli bir dönüm noktasının işaretçisi olmuştur” (Yecies vd., 2020: 41).

Line Webtoon tarafından “Webtoon ile Çizgi romanlarınızdan Para Kazanın”³⁴ adı altında yapılan panel doğrultusunda bugün kendisini “dünyanın en büyük çizgi roman yayıncısı” olarak nitelendiren şirket, “çizgi roman sektöründeki bu yeni formatı ve dijital eğlencenin

³⁴ ‘Breaking in and Monetizing Your Comics with Webtoon’

geleceğini merak eden birçok fan ve yaratıcının” ilgisini çekmekte başarılı olmuştur. “Web” ve “cartoon” sözcüklerinin bir birleşimi olan ve ilk olarak 2000’li yıllarda Güney Kore’nin ileri sürdüğü bu yeni çizgi roman formatı, “Dijital Kore’nin ve yeni bilişim ve iletişim teknolojilerinin büyümesinde” son derece önemli bir role sahiptir. Manga ve batılı çizgi romanlar gibi öncelikle fiziksel bir formatta yayınlanıp ardından taranarak internete yüklenen e-çizgi romanlar, dijital çizgi romanlar, çevrimiçi mangalar vb. içeriklerin aksine, doğrudan dijital teknolojiler aracılığıyla bilgisayar ortamında hazırlanıp yine burada yayına açılan Webtoonlar genellikle akıllı telefonların sistem yapılarından faydalanmaktadır. Hem ücretli hem de ücretsiz çeşitli birçok içeriği ortaya koyan webtoon platformları³⁵, yaratıcı ve fanların sürekli iletişim halinde olabileceği bölümlük yorum fonksiyonlarından ve akıllı telefonların kaydırma özelliğinden yararlanarak erişimi kolay interaktif bir medya tüketimi deneyimi sunmaktadır (Yecies vd., 2020: 41). Tüm bu yenilikçi yaklaşımlar sayesinde başta Line Webtoon platformu olmak üzere bir içerik türü olarak webtoon büyük bir başarı elde etmiştir:

“Örneğin, Ryan Benjamin ve Kevin Greivoux tarafından yazılan aksiyon kılıç oyunları webtoonunu Brothers Bond’un ilk ayındaki toplam beğeni sayısı (35.914), Nisan 2019’da çizgi roman dükkanlarında satılan tüm Marvel, DC, Image, IDW, Boom, Dark Horse, Dynamite, Valiant, Aftershock ve Archie çizgi romanlarının %90’ından fazlasının satışını geçmiştir. Kasım 2017’de Line Webtoon’da yayınlanmaya başlayan ve Nisan 2018’de ABD çizgi roman endüstrisinin, Oscar’a eşdeğer ödülü olan Eisner Ödülleri’nde En İyi Webcomic kategorisinde aday gösterilen Brothers Bond gibi bağımsız bir çizgi roman için bu hiç de azımsanacak bir başarı değildir” (Yecies vd., 2020: 41-42).

SDUÇRK18 panelinde transmedya hikâye anlatıcılığı ve OSMU modeli bağlamındaki potansiyeli görmezden gelinmiş olan webtoonlar, şimdilerde bu iki sistemden en çok beslenen içerik türlerindendir ve medya ekosistemi³⁶ çarkında kendisine devasa bir yer

³⁵ Bunlara Comico (Japonya), Da’on Creative, Daum Webtoon, Delitoon (Fransa), Graphite Comics (ABD), Lezhin Entertainment, Line Webtoon (ABD), KakaoPage, Tapastic (ABD), Tappytoon, ve Toptoon (Yecies vd., 2020: 42) gibi platformlar örnek verilebilir.

³⁶ Yecies vd. (2020: 42) OSMU modeli, transmedya hikâye anlatıcılığı ve bu kavramlarla ilişkisi bakımından bu tez çalışmasında ileri sürdüğümüz medya ekosistemleri içerisindeki her ayrı ögeyi birer “IP engine” yani “Fikri mülkiyet makinesi/motoru” olarak nitelendirmektedir: “birden fazla format, platform ve ürüne dönüştürülen tek bir kaynak.”

edinmiş. Bu kapsamdaki potansiyelini yeni yeni ancak istikrarlı adımlarla gerçekleştirme aşamasında olan Webtoonlar daha önceki içerik türleri başlığında da belirttiğimiz gibi Kore'nin en büyük birinci ve ikinci web hizmeti sağlayıcılarından olan özellikle Naver – Line Webtoon'un da bağlı olduğu şirkettir – ve Daum'un önderliğinde günümüzdeki popülerliğini elde etmiştir. Bu platformlar aynı zamanda Kullanıcı-türevli-içeriklerden (KTİ) büyük bir boyutta fayda sağlamaya yönelik tasarlanmış olup, Naver ve Daum gibi webtoon platformu hizmeti sunan şirketlerin küresel bir webtoon endüstrisi oluşturarak burada egemenlik kurmasında etkili olmuştur. Yecies vd., webtoonların ve webtoon hizmeti sunan platformların bu bağlamda büyük ölçüde katılımcı kültür olgusundan ve dolayısıyla kullanıcı-türevli-çeviriler (KTÇ), yani fan çevirilerinden faydalandığına şu sözlerle dikkat çeker: “Bu alanın önemli bir parçasını, webtoon sanatçılarına yönelik kullanıcı yorumlarının yanı sıra çeviri sürecinde rol oynayan büyük ve görünmez bir gönüllü fan kitlesinin öncülük ettiği güçlü bir katılımcı kültür oluşturmaktadır” (Yecies vd., 2020: 42).

İlk kez Pierre Bourdieu'nun 1984 tarihli “A Social Critique of the Judgement of Taste” eserinde ileri sürülmüş olan “kültürel araçlar” kavramını gönüllü çevirmenleri nitelemek için kullanan Yecies vd., “üretici ile tüketicilik arasında kalmış” ya da bir başka ifadeyle üreten-tüketiciler olan fan çevirmenlere görünürlük getirmek amacıyla, “Cheese in the Trap” isimli popüler bir webtoonun fan çevirmenler tarafından dünya geneline yayılma hikâyesi örneği üzerinden fan çevirilerinin medya ekosistemleri ve transmedya hikâye anlatıcılığı bağlamındaki önemini ele almıştır (Yecies vd., 2020: 42).

“Temmuz 2014'te Naver, Cheese in the Trap de dahil olmak üzere daha önce yayınlanmış webtoonlardan oluşan geniş deposunu kullanarak küresel çevrimiçi ve mobil webtoon hizmet platformu Line Webtoon'u ileri sürdü. Kısa süre sonra Naver, Japonya, Endonezya, Tayland ve ABD'deki denizaşırı ofislerinin yanı sıra webtoon platformunun Basitleştirilmiş ve Geleneksel Çince versiyonlarını da kullanarak yerel hikayeler yaratmaları için yeni çizgi roman sanatçılarını işe almaya ve aynı zamanda okuyuculara giderek artan sayıda Korece'den çevirilmiş webtoonlar sunmaya başladı. Line Webtoon böylelikle yabancı dildeki webtoon sitelerini, kültürler ve endüstriler arası alışverişi kolaylaştırmak için önemli bir kaynak olacak şekilde tasarladı. Kültürel ve yaratıcı endüstrilerdeki araçlara ilişkin bir analizden (O'Connor, 2015) ödünç alınan bir terim olan 'yeni kültürel araçlara' yapılan bu yatırım, yerel ve küresel içerik yaratıcılarının yanı sıra uluslararası okuyucuları da

Line Webtoons platform şemsiyesi altında bir araya gelmeye ikna etti” (Yecies vd., 2020: 43).

Webtoon platformlarının bu kapsamda elde etmiş oldukları sınırsız “işgücü”, gerek yorumlar ve puanlamalar yoluyla sanatçı ve yöneticilere yön vermek, çeşitli fan etkinlikleri boyutunda tamamen karşılıksız bir reklam hizmeti sunmak gerekse fan çevirileri ile endüstrinin yetişebileceğinden çok daha fazla serinin küresel popülerite elde etmesine katkı sağlamakta aktif bir rol oynamıştır. Yecies vd.’nin bu karşılıksız işgücüne görünürlük getirme çabasıyla *Cheese in The Trap* gibi hem kaynağı olan Kore’de hem de dünya genelinde son derece popüler bir eser üzerinden bu konuyu ele almaları isabetli bir karar olmuştur. Zira şu an Webtoon’da – sonradan Line yerine sadece Webtoon olarak adı değiştirilmiştir – 10 üzerinden 9.7 puana sahip olan ve dizi ve film uyarlamaları yapılarak Yecies vd.’nin tabiriyle “fikri mülkiyet motoru” transmedya bağlamında yağlanmaya devam etmiş olan eser 2019 itibarıyla 32 dile çevrilmiş olup Fransızca, Endonezyaca, Portekizce, İspanyolca, Tayca ve Vietnamca’ya çevirileri tamamlanmış İtalyanca ve Arapça çevirilerde eserin ise yarısından fazlası bitirilmiştir. Eserin bu boyutta büyük bir küreselleşmeyi ise 2441 gönüllü fan çevirmenine borçludur.

“Bu çalışmada yer alan 2441 gönüllü hayran çevirmen, 'platformlar, yaratıcılar, reklamcılar ve geleneksel medya arasında faaliyet gösteren yeni araçlar dalgası' saflarına katılmıştır (Cunningham ve Craig, 2016: 5420). Bu çevirmenlerin çabaları- Disney, Star Trek ve Star Wars çizgi romanlarının genişletilmiş franchising transmedya dünyalarına benzer bir şekilde – 'son yıllarda lisans ortakları arasında daha fazla koordinasyon, entegrasyon ve iş birliği ile desteklenen ve transmedya hikâye anlatımı ilkelerine göre ana ve yardımcı birimleri birbirine bağlamaya yoğunlaşmış daha büyük değişim ve değişikliklerin' bir parçasını oluşturmaktadır (Proctor, 2018).” (Yecies vd., 2020: 50)

Böylesi bir başarının gerçekleştirilmesinde bağımsız fan çeviri platformlarının yanı sıra Webtoon platformunun kullanıcılarını sevdikleri eserleri kendi dillerine gönüllü olarak çevirmeye davet ettiği “fan çevirileri” bölümünün etkisi de göz ardı edilemez.³⁷ Webtoon

³⁷ Belirtmek gerekir ki fan çevirmenler Webtoon’un platformundan ziyade kendi bağımsız site vb. platformlarında çevirilerini paylaşmayı tercih etmektedir. Örnek vermek gerekirse *Cheese In The Trap* webtoonunun Webtoon resmi platformundaki Türkçe fan çevirileri 16 bölümde kalmışken, internette hızlı

platformu bu uygulama sayesinde kendi kaynak ve imkanlarının el verdiğinden çok daha fazla eserin dünya geneline yayılmasını sağlayabilmektedir (Yecies vd. 2020; Yecies vd.; 2019). Dolayısıyla fan çevirileri için farklı kültürlerden türeyen medya içeriklerinin yenilerine tanıtılmasında ve bu kültürler içerisinde algılanabilir öğeler haline gelmesinde etkili birer kılavuz olduğu söylenebilir.

“Line Webtoon için gönüllü olarak çalışan çevirmenler, Korece ve İngilizce webtoonların dünyanın birçok yerindeki hedef kültürlerde yerleştirilmesini içeren bir sürecin parçası haline gelmekte. Böylece, gönüllü çevirmenlerden oluşan bir grup, dijital transkreasyon³⁸ faaliyetleriyle Naver, webtoon endüstrisi ve daha geniş anlamda küresel medya endüstrisi için değer üretirken, aynı zamanda kültürler arası transmedya hikâye anlatımı alışverişlerine ve Kore dijital akımının yayılmasına simbiyotik olarak katkıda bulunmakta.” (Yecies vd., 2020: 51)

Yazarların da ifade ettiği gibi, Webtoon ve diğer webtoon platformlarının küresel anlamda edinmiş olduğu tanınırlık ve popülerlik daha önce de dile getirmiş olduğumuz Kore akımı bünyesinde ve fan çevirilerinin de büyük katkılarıyla “Kore ince gücünün başarı hikayesini” gözler önüne sermektedir. Webtoon fan çevirilerinin de platformun yorum sisteminden faydalanabilmeleri, akran değerlendirmesi doğrultusunda çeviri metninde geliştirme ve iyileştirmeler yapabilmelerini de mümkün kılmaktadır. Tüm bu katılımcı ve kullanıcı türevli kültürün bir getirisi olarak günümüzde Webtoon gibi birçok firma, kitle-çeviri olgusuna paralel bir biçimde KTC çalışmaları “kilit bir yerleştirme stratejisi” (Yecies vd., 2020: 54) olarak benimsemiş vaziyettedir.

2.4.5. Hafif-roman ve Web-roman Çevirileri

Medya içerik türleri başlığı altında web-romanların başlıca kaynaklarının Japonya, Kore ve Çin olduğunu ele almıştık. Aynı şekilde bu eserlerin yayıncıların ilgisini çekmesi durumunda Japonya örneğinde “hafif-roman” etiketiyle olmak üzere kitap şeklinde basılarak piyasaya sürüldüğünden ve webtoon uyarlamaları aracılığıyla artan

bir aramayla “Pijamalı Koi” başlıklı bir fan çeviri grubunun 275 bölümlük çevirilerine ulaşmak mümkündür.

³⁸ “Translation” ve “creation” sözcüklerinin bir birleşimi olan kavram çeviri alanındaki yerleştirme ile benzer bir anlam taşımakta olup çevirmenin eserin özünü en iyi şekilde hedef dile aktarabilmek için uygulamaya geçirmesi ve sahip olması gereken yaratıcı role vurgu yapar (O’Hagan, 2013: 196).

popülerliklerinin ise medya ekosistemi içerisinde farklı versiyonlarının çoğalmasını mümkün kıldığından bahsetmiştik. Bu bağlamda bakıldığında hem basılı veya dijital hafif-romanların, hem de sonradan basılma şansı olan web-romanlarının çeviri usulleri de birbirine benzerlik göstermektedir. Fan çevirilerinin fiziksel bir ürün şeklinde piyasaya sürülmesinin yasal yollardan mümkün olmadığını göz önünde bulundurduğumuzda ise bu içeriklere ulaşımın sadece internet üzerinden sağlandığını söyleyebiliriz.

Örneğin Çin web-romanlarının dünya genelinde yayılımında özellikle bağımsız fan çeviri grup ve sitelerinin etkili olduğu bilinmektedir. 2016 yılında Wuxiaworld ve VolareTranslations gibi Çince-İngilizce çevirilerinin yapıldığı Çin web-romanları genellikle yurtdışında yaşayan Çinliler ya da özellikle Kuzey Amerika ve Güneydoğu Asya ülkeleri başta olmak üzere dünya genelindeki dil öğrenenler tarafından İngilizceye ya da başka dillere çevrilmektedir (Zhao, 2021: 2).

Bahsi geçen çeviri gruplarının büyük bir çoğunluğu kendi çeviri internet sayfaları üzerinden paylaşımlarda bulunmaktadır ve bunlar arasında bilinen en büyük grup ise 2014 yılında kurulmuş olan Wuxiaworld grubudur. Elektronik edebiyat olarak da nitelendirilen web-romanlarının çevirileri ise yine bu içeriklerin fanları tarafından ortaya konulduğundan Wuxiaworld grubunun üyeleri de benzer tutkulara sahip fanlardan oluşmaktadır. Bu grubun sitesinde yer alan çevirilerin büyük bir çoğunluğu ise Çin asıllı Qidian platformunun “orijinal eserler” sekmesinden seçilerek yapılan ve fanlardan gelen bağışlar ile yürüten amatör çevirilerden oluşmaktadır (Wang, 2016):

“Çinli fanlar geçtiğimiz bahar hit çevrimiçi roman "Gökleri Mühürleyeceğim"i okumayı bitirirken, Batılı okuyucular hala Çin'in çevrimiçi edebiyatı için bir çeviri web sitesi olan Wuxiaworld'de 1138. bölümün yayınlanmasını bekliyor.

“Wuxiaworld, dövüş sanatları, ölümsüz kahramanlar ve fantezi türlerindeki Çin kurgularını okumak için günde 300.000 kez web sitesini ziyaret eden yabancı izleyiciler arasında popüler. Aralık ayı başında web sitesi, China Reading Limited ve internet devi Tencent'in bir iştiraki olan Çin'in en büyük çevrimiçi edebiyat platformu Qidian ile bir anlaşma imzaladı.

Wuxiaworld'ün içeriği çoğunlukla Qidian orijinallerine dayanıyor - amatörler romanları fan bağışları karşılığında çeviriyor. Anlaşmanın bir parçası olarak, Wuxiaworld artık Qidian'ın en popüler 20 serisini çevirmek ve yayınlamak için 10 yıllık bir lisansa sahip.”

Sixth Tone sayfası tarafından paylaşılan yukarıdaki haberde aynı zamanda Chine Reading Limited'in şu sözleri de dikkat çekmekte: "Çin online romanlarını ince gücün kültürel bir formu olarak yurtdışında tanıtma çabası içerisindeyiz". Bu amaç doğrultusunda halihazırda var olan uluslararası bir fan çevirmen grubu ile resmi bir dijital okuma platformu arasında yapılan bu anlaşma, fan çevirilerinin kâr amacı güden oluşumların dikkatini çekmekteki başarısını bir kez daha gözler önüne seren örnekler arasındadır.

"2017 yılında Wuxiaworld, Webnovel.com (diğer adıyla Qidian International) ile çeviri ve elektronik yayıncılık konusunda 10 yıllık bir iş birliği anlaşması imzaladı. Çin Edebiyatı'nın (Yuewen) denizaşırı bir portalı olan Webnovel.com, ihracat için önemli bir elektronik edebiyat kaynağı olup tüm dünyada ayak izini genişletmiştir. Wuxiaworld'ün önceki çevirileri telif hakları yasalarında her zaman gri alanda kalmıştır. Kurucu RWX (diğer adıyla Jingping Lai) Qidian ile birkaç ay boyunca müzakere etmiş ve sonunda 20 web romanının İngilizce çevirisini yayınlama yetkisini almayı başarmıştır. Webnovel.com şu anda Çin elektronik edebiyatının 400'den fazla İngilizce çevirisine ve 30.000'den fazla denizaşırı yazar tarafından yaratılan 44.000'den fazla orijinal İngilizce esere ve yaklaşık 40 milyon ziyaretçiye sahiptir." (Xu, 2019 akt. Zhao, 2021: 2).

Öte yandan bugün her türlü kaynaktan web-roman ve hafif-romanın fan çevirilerine "Asya'dan Çevrilen Romanlar Rehberi" başlığı ile öne çıkan Novel Updates web sitesinden ulaşmak da mümkündür. Birçok çeviri grubuna ve çevirdikleri eserlere dolaylı yoldan ev sahipliği yapan platformun aynı zamanda fanlar arası iletişim ve etkileşimi mümkün kılan bir forum sayfası da bulunmaktadır. Site yöneticilerinden Tony, 2016 yılında bu forumda paylaştığı gönderilerden birinde sitenin işleyişi ile ilgili kullanıcılara yönelik bilgilendirici bir mesaj yer vermektedir:

"Görünüşe göre bazılarının Novel Updates'in nasıl çalıştığı konusunda hala kafası karışık ve bu konuda hala sorular aldığım için sonunda Novel Updates'in nasıl çalıştığına adanmış bir başlık açmanın en iyisi olacağını düşündüm. Bu başlık, yayınlarının Novel Updates tarafından otomatik olarak onaylanmasını isteyen yeni çevirmenlere yöneliktir.

Novel Updates, çoğu yayını otomatik olarak yakalayıp onaylamaktadır. Novel Updates her 20 dakikada bir çevirmenlerin web sitelerinden yüzlerce RSS beslemesini ziyaret eder, ama verileri indirmek ve işlemek birkaç dakika sürebilir. Kategorilerinizi ayarladığınız ve gönderi başlığı numaralandırmanız doğru olduğu

sürece, yayınlarınız otomatik olarak onaylanacaktır. Yayınlarınız herhangi bir nedenle otomatik olarak onaylanmazsa, moderatörlerin reddedeceği veya onaylaması için kuyruğa gireceklerdir.” (Novel Updates, 2016)

Anlaşılacağı üzere Novel Updates internet üzerindeki sayısız web sitesini tarayarak kataloglarına dahil olmak isteyen grup veya bireysel çevirmenlerin eserlerinin verilerini kullanıcılara yansıtan bir sistem üzerine kuruludur. Böylelikle ‘elektronik edebiyat’ fanları aradıkları her türlü esere tek bir sayfa üzerinden ulaşabilmektedir. Bu durum aslında Türkiye’de anime izleyicilerinin başlıca uğrak noktalarından biri olan Türkanime gibi siteler için de benzeşmektedir. Burada da kendi web sitelerine sahip olmalarına rağmen hem daha büyük bir izleyici kitlesine ulaşmak hem de kullanıcılara kolaylık sağlamak amacıyla muhtelif fansublar çalışmalarını Türkanime’nin sunucusuna yüklemektedir.

Bu bağlamda bakıldığında, fan çevirileri günümüzde bu tarz tek bir site veya uygulama gibi platformlar üzerinden farklı fan çevirmenlerin çalışmalarını aynı yerde toplayan fan yapımı hizmet sağlayıcılarından büyük ölçüde faydalanmaktadır denilebilir. Yine bir örnek vermek gerekirse Mangadex gibi manga platformları muhtelif çeviri gruplarının ya da bireysel çevirmenlerin çalışmalarını web sitelerine yüklemelerine izin vermektedir. Benzer şekilde manga okurları arasında popüler bir mobil uygulaması olan Tachiyomi – telif haklarından kaçmakla uğraşmamak için Play Store/App Store yerine doğrudan kendi sitelerindeki APK dosyasından indirilebilen bir uygulamadır – de “eklentiler” kategorisi altında birçok farklı web sitesi ve grubun verilerinin tek bir uygulamada saklanabilmesini sağlamak ve mobil uygulamaların doğası gereği daha birçok kullanıcı dostu ek özelliği de bünyesinde barındırmaktadır.

BÖLÜM 3: FAN ÇEVİRİLERİNİN ETKİ ALANI

3.1. Araştırmanın Yöntemi

Bu tez kapsamında halihazırda yapılan araştırmalarda dağınık bir şekilde bulunan birçok örnek olay incelemesi analiz edilmiştir. Fan çevirilerinin en çok yapıldığı medya içeriklerinin çevirileriyle ilgilenen ticari şirketlerin çevirecekleri eserleri seçme kriterlerinde fan çevirilerinin etkili olup olmadığı; fan çevirilerinin yasal çizgide karşılaştığı ya da sebep olduğu sorunlar; profesyonel çevirilerden ayrıldığı noktalar gibi soruların cevaplarına ulaşmak için doküman inceleme, anket ve mülakat yöntemlerinden yararlanılmıştır. Anket katılımcılarını, fan kimlikleriyle özdeşleşmiş, fan çevirilerinden herhangi bir boyutta faydalanmış veya faydalanmakta olan kullanıcılar ile fan çevirmenliği yapmış içerik üreticisi konumundaki fanlar oluşturmaktadır ve katılımcı sayısı 150 kişidir. Mülakatlar ise iki ayrı kişiye yönelik yapılmış olup, katılımcılar sırasıyla kullanıcı ve içerik üreticisi (fan çevirmeni) konumundaki iki fandır. Bu bağlamda; fanların fan çevirileri ile olan deneyim ve ilişkileri ile fan çevirmenlerinin bu bağlamdaki deneyim ve düşünceleri değerlendirilecektir. Sonuç olarak mülakatlar, anketin aksine daha detaylı ve kişisel deneyimlerin incelenebilmesi açısından önem taşımaktadır.

3.2. Anket Çalışması

Araştırmanın sonuç kısmı olan bu bölümde fandom ve fanlık olgusunun üretici ve tüketici konumundaki fanların görüşleri doğrultusunda Türkiye bağlamında bir inceleme yapılmıştır. Bu anket çalışması, fan kimlikli bireylere yönelik hazırlanmış olup bu bireylerin fandom olgusu ve fan çevirileri ile olan çok yönlü etkileşimini ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. 150 kişinin katılım sağladığı bu anket Google Forms üzerinden internet aracılığı ile bireylere ulaştırılmıştır.

Bu anket ile ilgili dikkat çekilmesi gereken bir nokta Türkiye'nin çoğu batılı ülkeye kıyasla yabancı dil edinci ve çeviri etkinlikleri kapsamındaki konumudur. Yabancı bir dil konuşan insan sayısının batıya kıyasla son derece az olduğu Türkiye'de İngilizce dışındaki diller ise daha da az bilinmektedir. Dolayısıyla Türkiye'deki fan çevirilerinin Asya popüler kültür öğelerini kaynak almaları durumunda – Türkiye'deki fan çeviri çalışmalarının büyük bir kısmı zaten bu içerikler etrafında dönmektedir – Türkçe çeviriler

kaynak eserin ana dilinden değil, neredeyse her zaman İngilizce fan çevirilerinden yapılmaktadır. Bu durumun doğal olarak Türk fanların özellikle batıya kıyasla fandom ve fan çevirileriyle olan ilişkilerinde belirgin değişkenliklere ortaya çıkardığını söylemek mümkündür.

3.2.1. Katılımcıların Özellikleri

Bu başlık altındaki sorular katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim vb. şahsi bilgilerine yönelik olup katılımcıların genel bir profilini çizmeyi amaçlamaktadır.

Tablo 1: Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı

	Sayı	Yüzde
Kadın	102	%68
Erkek	48	%32

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 1’de araştırmaya katılan fanların cinsiyet dağılımı görülmektedir. Ankete katılan 150 kişinin 102’sini kadın, 48’ini ise erkek fanlar oluşturmaktadır. Anketten elde edilen veriler doğrultusunda cinsiyet dağılımının dengesiz olduğu göze çarpmaktadır. Bu durum Coppa’nın sıklıkla vurguladığı, fandomların kadın fanlar tarafından geliştirilmesi olgusunu akla getirmektedir. Ancak katılımcı sayısının azlığı ve sadece Türkiye bağlamında yapılmış olması bu konuda net bir fikir oluşturmak için yeterli değildir.

Tablo 2: Katılımcıların Yaş Dağılımı

	Sayı	Yüzde
12-17	1	%0,7
18-24	131	%87,3
25-34	16	%10,7
35+	2	%1,3

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 2’de görüldüğü gibi katılımcıların büyük bir çoğunluğu 131 kişiyle 18-24 yaş aralığındaki genç ve genç yetişkinlerden oluşmaktadır. Fanlık olgusunun özellikle gençler arasındaki yaygınlığı burada bir kez daha karşımıza çıkan bir durumdur.

Tablo 3: Katılımcıların Eğitim Durumu

	Sayı	Yüzde
İlköğretim	-	-
Ortaöğretim	1	%0,7
Lise	11	%7,3
Ön lisans	5	%3,3
Lisans	127	%84,7
Yüksek lisans	5	%3,3
Doktora	1	%0,7

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Katılımcıların yaş ortalamalarına paralel bir şekilde eğitim durumları da üniversite seviyesindeki bireyleri kapsar niteliktedir. Yabancı dil bilgisinin de bu gruplar arasında daha yaygın olduğu ileri sürülebilir ancak daha kapsamlı bir araştırmayla lise seviyesindeki fanların sayısının artabileceği düşünülmektedir.

3.2.2. Kullanıcıların Fan Kimlikleri ve Fandom İçi Etkileşimleri

Bu başlık altında yer alan sorular doğrultusunda katılımcıların fan kültürüne ne derece entegre bir yaşam sürdükleri ve aynı zamanda doğrudan veya dolaylı fandom içi etkileşimlerinin boyutu incelenmiştir. Bu soruların amacı katılımcıların fan profillerini ortaya koymaya yöneliktir.

Tablo 4: Fanların İçerik Üreticiliği Bilgileri

	Sayı	Yüzde
Üretici fanlar	25	%16,7
Tüketici fanlar	97	%64,7
Değişken	24	%16

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Fanların içerik üreticiliğine yönelik pozisyonları incelendiğinde %64,7 gibi bir oranla saf tüketici fanların ön planda olduğu görülmektedir. Öte yandan ankete katılanların 25'i aktif içerik üreticiler olup, 24'ü ise üretkenliklerinin farklı fandomlara göre değişkenlik gösterdiğini belirtmiştir. İçerik çeşitliliğinin zirve yaptığı dijital çağımızda muhtelif her bir fandom içerisinde aktif rol oynamanın zor olduğunu söylemek mümkündür. Yabancı

dil bilme ve dijital araçları kullanabilme becerilerinin de üreticilik ve bu üreticiliğin çevrimiçi görünürlüğü üzerinde oynadığı rolü de bu bağlamda göz ardı etmemek gerekmektedir. Öte yandan bağımsız cevaplar incelendiğinde fanların sıklıkla vurgulamış olduğumuz tutku ve sadakati göze çarpmaktadır:

- “Aktif olmayan 40k+ beğeni sayısına sahip bir fan sayfam var.”
- “İngilizce izleyip çok beğendiğim bir dizinin hiçbir çevirisini beğenmediğim için oturup 2 ay çalışıp kendi çevirimi ürettim.”
- “14 yaşındayken bir Harry Potter fanpage (internet fan sayfası) vardı.”

Tablo 5: Fanların Medya İçeriklerine Yönelik Platformları Takip Bilgileri

	Sürekli	Sık sık	Bazen	Nadiren	Hiç
Resmi platformların takibi	%10,7 (16)	%29,7 (43)	%39,3 (59)	%14 (21)	%7,3 (11)
Fan platformlarının takibi	%12 (18)	%32,7 (49)	%36 (54)	%10 (15)	%9,3 (14)

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 5’ten anlaşılabacağı üzere fanların içerik platformlarını takip etme oranları hem fan platformları hem de resmi platformlar için yakın değerlere sahiptir. Tabloya göre katılımcıların büyük bir çoğunluğunun platform takip etme sıklığının ortalama bir düzeyde seyrettiği söylenebilir.

Tablo 6: Fanların Fandom Etkinliklerini Takip Bilgileri

	Sayı	Yüzde
Sıkı takipçiler	19	%12,7
Aralıklı takipçiler	46	%30,7
Ender takipçiler	57	%38
Takip etmeyenler	28	%18,7

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Fandom içi etkinlik ve olayların katılımcı fanlar tarafından takip oranının incelendiği Tablo 6’da sırasıyla %38 (57) ve %30,7 (46) gibi yakın oranlarla aralıklı takipçiler ve ender takipçiler oluşturmaktadır. Aralıklı takipçiler, fandom içi etkinlik ve olayları takip etmekle birlikte bunlarla ilgili detaylı bilgi sahibi olmadıklarını ve her türlü yenilikten anında haberdar olduğunu belirten sıkı takipçilerin aksine etkinlik ve olaylardan geç haberdar olduklarını belirtmiştir.

Tablo 7: Fanların Fandom İçİ İletişimlerine Dair Bilgiler

	Sayı	Yüzde
Diğer fanlar ile sık iletişim halinde olanlar	13	%8,7
Diğer fanlarla bazen iletişim halinde olanlar	58	%38,7
Diğer fanlarla iletişim halinde olmayanlar	79	%52,7

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Katılımcı fanların %52,7’si (79), yani büyük bir çoğunluğunun fandom aracılığıyla tanıştıkları bir arkadaşlarının olmadığı ve diğer fanlar ile iletişime geçmedikleri, %38,7’sinin (58) ise fandom içinde arada sırada ya da nadiren iletişim kurdukları ancak fandom aracılığıyla edindikleri bir veya birkaç arkadaşları olduğu görülmektedir.

Tablo 8: Katılımcıların İlgilendiği Medya ve Anlatı İçerikleri

	Sayı	Yüzde
Yabancı dizi veya film serileri	108	%72
Romanlar ve roman serileri	53	%35,3
Web-romanları ve/veya hafif romanlar	42	%28
Anime vb. animasyon/çizgifilmler	75	%50
Manga, DC Comics vb. çizgi romanlar	39	%44
Video oyunları	66	%43,9
Webtoon (web çizgi romanları)	36	%24
KPOP vb. idol programları	36	%24
Youtube içerik üreticileri vb.	97	%64,7
Spor ve memeler ³⁹	1	%0,7
TTRPG(FRP) ⁴⁰ oyunları	1	%0,7
Hip-Hop sanatçıları	1	%0,7

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 8’de katılımcıların ilgilendikleri medya/anlatı içerikleri gösterilmiştir. Bu sonuçlara göre Türk fanların başta yabancı dizi ve film serileri olmak üzere en çok Youtube içerik üreticilerini, anime vb. çizgifilm ve animasyonları video oyunlarını roman, web roman ve hafif romanları takip ettikleri göze çarpmaktadır. Bunların yanı sıra

³⁹ İngilizce *meme* (mim ya da mem şeklinde okunur); İnternet kullanıcıları tarafından genellikle küçük değişikliklerle kopyalanan ve hızla yayılan, genellikle mizahi nitelikte bir resim, video, metin parçası vb. <https://www.nytimes.com/2022/01/26/crosswords/what-is-a-meme.html> E.T. 07/04/2023

⁴⁰ Dungeons and Dragons gibi “Table Top Role Playing” ya da “Fantasy Role Playing Game”, masa oyunları ile başlamış ve zamanla video oyunlarına da entegre edilmiş olan bir oyun formatıdır.

webtoon, manga vb. çizgi romanların ve KPOP odaklı programların da hatırı sayılır bir takipçi sayısı olduğu söylenebilir.

3.2.3. Katılımcıların Fan Çevirilerinden Faydalanmaya Yönelik Bilgileri

Anketin bu kısmında katılımcılara yöneltilen soruların amacı fan çevirilerinden ne boyutta ve şekillerde yararlandıklarının bir tablosunu oluşturmaktır. Bu bağlamda gerek fan çevirileri okudukları diller gerekse fan çevirilerine yöneldikleri medya içerikleri ele alınarak fan çevirilerinin kullanım alanı üzerine bir çıkarım yapılmaya çalışılmıştır.

Tablo 9: Katılımcıların Fan Çevirilerinden Yararlandıkları Diller

	Sayı	Yüzde
Sadece Türkçe fan çevirileri	8	%5,3
Sadece İngilizce fan çevirileri	45	%30
Hem Türkçe hem İngilizce fan çevirileri	94	%62,7
Korece fan çevirileri	3	%2,1
Fransızca fan çevirileri	1	%0,7

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Katılımcıların %62,7 (94) ile büyük bir çoğunluğu hem Türkçe hem de İngilizce fan çevirilerinden yararlanmaktadır. Bunu takip eden en yakın rakamın %30 (45) kişi ile İngilizce fan çevirileri olması, katılımcıların yabancı dil bilme oranını yansıtabileceği gibi, Türkçeye yapılan fan çevirilerindeki içerik kısıtlılığı, kalite düşüklüğü, yabancı dil öğrenme arzusu vb. gibi çeşitli sebeplere dayandırılabilir. Öte yandan Korece ve Fransızca gibi dillerde yapılan fan çevirilerinden yararlanan 4 katılımcı bulunmaktadır. Bunlardan Korece fan çevirileri çok da şaşırtıcı bir sonuç değildir. Zira Kore popüler medyasının dünya genelindeki yaygınlığı Türkiye’de bir fan kitlesi edinmelerini mümkün kılmıştır. Tablo 8’de webtoon okurlarının ve KPOP fanlarının toplamda %48’lik (72) bir oranla katılımcıların önemli bir çoğunluğunu oluşturması Kore popüler kültürünün Türkiye’de edinmiş olduğu konuma dair bilgilendirici niteliktedir. Bunun yanı sıra %72 (108) ile yabancı dizi ve filmlerin takipçisi olan fanlar arasında da Kore kaynaklı içeriklerin tüketicilerinin bulunması da son derece olasıdır. Zira özellikle Kore dizilerinin

Türkiye’de büyük ve tutkulu bir takipçi kitlesi bulunmaktadır. Öyle ki Türk dizilerinin kimi zaman Kore dizilerinden esinlendiği veya bunların doğrudan Türk uyarlamalarını yaptığı bilinmektedir.⁴¹

Tablo 10: Katılımcıların Yararlandıkları Fan Çeviri Türleri

	Sayı	Yüzde
Fansub	87	%58
Fan dublaj	10	%6,7
Fanscanlation	53	%35,3
Video oyunu çevirileri	69	%46
Dizi ve film çevirileri	111	%74
Web-roman/hafif-roman çevirileri	45	%30
Şarkı Çevirileri	1	%0,7

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 10’da katılımcıların yararlandıkları fan çeviri türleri verilmiştir. Bu tabloya göre başta yabancı dizi ve filmler olmak üzere, fansub, video oyunu çevirileri, fanscanlation ve web-romanlar ile hafif romanların fan çevirileri en sık yararlanılan türler arasında yer almaktadır. Öte yandan fan dublajlarına olan ilginin diğer çeviri türlerine göre daha az olduğu göze çarpmaktadır. Fan dublajlarının daha çok anime vb. medya içerikleri çevresinde geliştiği düşünülecek olursa Türkçe fan dublaj çalışmalarının fansub ve fanscanlation çalışmalarına kıyasla çok daha nadir yapılıyor olmasının bu sonuçlar üzerinde etkili olmuş olması mümkündür. Öte yandan özellikle anime fanlarının ABD’li ve batılı fanlarının bir kısmı hariç eserleri orijinal dilinde izlemeyi tercih etmesi de sık rastlanan bir durum olduğundan Türk anime fanları da benzer bir yaklaşım benimsiyor olabilir. Zira animelerin Türkiye’deki popülerliği göz önünde bulundurulduğunda dublaj çalışmaları oldukça az rastlanan bir etkinliktir.

⁴¹ Bu duruma bir örnek olarak Güney Kore dizisi She Was Pretty’den uyarlanan ve yapımcılığını MF Yapım’ın üstlendiği romantik komedi ve gençlik türündeki “Seviyor Sevmiyor” dizisi verilebilir (Beyza, 2016): <https://noluyo.tv/haber/5604/she-was-pretty-nasil-seviyor-sevmiyor-odu/> E.T. 29/05/2023

Tablo 11: Katılımcıların Fan Çevirilerinden Faydalanma Sıklığı

	Sayı	Yüzde
Düzenli olarak	38	%25,4
Arada sırada	71	%47,4
Nadiren	41	%27,3

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 11’de katılımcıların fan çevirilerinden ne sıklıkla yararlandığı veriler sergilenmektedir. Buna göre Türkiye’de medya fanlarının büyük bir çoğunluğunun – düzenli olarak ve arada sırada yanıtlarının toplamı göz önünde bulundurulduğunda – fan çevirileriyle göz ardı edilemeyecek seviyede bir etkileşimlerini olduğu söylenebilir.

3.2.4. Fan Çevirilerinin Medya Tüketimi Deneyimi Üzerindeki Etkileri

Anketin bu bölümündeki sorular fan çevirilerinin bireylerin medya tüketimi deneyimi üzerindeki etki alanını incelemeye yöneliktir. Bireylerin fan çevirileri doğrultusunda yeni içeriklerle tanışma imkânı bulup bulmadığı, fan çevirilerinin medya tüketim alışkanlıkları üzerindeki etkileri bu başlık altındaki yanıtlar doğrultusunda incelenecektir.

Tablo 12: Fan Çevirilerinin Katılımcıların Medya/Anlatı Ürünleriyle Tanışmasındaki Etkisine Yönelik Bilgiler

	Sayı	Yüzde
Etkili oldu	65	%43,3
Etkili olmadı	36	%24
Bir fikrim yok	49	% 32,7

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Fan çevirilerinin medya/anlatı ürünlerini kitleler ile tanıştırıcı yönünün incelenmek istendiği Tablo 12’de %43,9 (65) gibi bir oranla hatırı sayılır bir kitlenin fan çevirileri sayesinde bir medya/anlatı içeriğinden haberdar oldukları görülmektedir. Özellikle anime, manga, webtoon ve Kore dizileri gibi Türkiye anaakım kültürünün dışında kalan içeriklerin Türk medya fanları arasındaki popülerliği göz önünde bulundurulduğunda fan çevirilerinin bu içerik türlerine yeni kapılar aralayan bir pozisyona sahip olması beklenen bir durumdur.

Tablo 13: Ticari Ürünlerin Satın Alımında Fan Çevirilerinin Katılımcıları Yönlendirici Etkisine Yönelik Bilgiler.

	Sayı	Yüzde
Evet yönlendirdi	62	%41,4
Hayır yönlendirmedi	60	%40
Bir fikrim yok	28	%18,7

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Fan çevirilerinin resmi kaynakların ürünlerine katılımcıları yönlendiriciliğinin incelendiği Tablo 13 birbirine oldukça yakın sonuçlar vermektedir. Fan çevirilerinin bireyleri resmi kaynakların ürünlerini satın almada etkili olup olmadığına verilen olumlu ve olumsuz cevapların %41,4 ve %40 gibi oranlarla bize belirleyici bir sonuç sunduğu söylenemez. Buna kararsız olan %18,7'lik kısım eklendiğinde ise sonuçlar daha da bulanıklaşmaktadır. Bazı katılımcıların da dile getirdiği üzere dolar kurunun Türk fanların alım gücü üzerindeki etkisinin bu sonuçlar üzerinde rol oynadığı ileri sürülebilir. Dolayısıyla daha geniş çaplı ve yurtdışı fan kitlelerine yönelik yapılacak benzer bir anketin daha farklı sonuçlar vermesi olasılık dahilindedir. Lakin %41,4 ile 150 katılımcıdan 62'sinin dile getirdiğimiz ekonomi sorunsalına rağmen olumlu bir cevap vermiş olması da fan çevirilerinin etki alanı ile ilgili düşündürücü niteliktedir.

Tablo 14: Fan Çevirilerinin Katılımcıların Medya Tüketimi Deneyimi Üzerindeki Etkisine Yönelik Bilgiler

	Sayı	Yüzde
Evet, etkili	103	%68,7
Hayır, etkili değil	23	%15,3
Bir fikrim yok	24	%16

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Fan çevirilerinin katılımcıların medya tüketimi deneyimleri üzerinde etki alanının ortaya konulmak istendiği Tablo 14 ise %68,7 yani 103 kişi ile fan çevirilerinin medya tüketiminde son derece etkin bir role sahip olduğu gözlemlenmiştir. Bu bağlamda belki de yine ekonomik sıkıntıların fanları yönlendirmiş olduğu ileri sürülebilir. Zira Türkiye'de yabancı kaynak eserlerin resmi yayınlarına ulaşabilmek için gereken alım

gücünün yokluğunda fan çevirilerinin erişilebilirlikte kilit bir rol oynadığını söylemek mümkündür.

3.2.5. Fan Çeviri Platformları İle Resmi Platformlara Yönelik Görüşler

Anketin bu bölümündeki sorular katılımcıların fan ve resmi çevirilerin yayınlandığı dijital platformlar ile ilgili düşüncelerini öğrenmeye yönelik olup, bu platformlardan herhangi birini tercih etmelerinde etkili olan sebepler incelenmek istenmiştir.

Tablo 15: Katılımcıların Fan Çevirilerini Resmi Çevirilere Kıyasla Nasıl Değerlendirdiklerine Yönelik Bilgiler

	Sayı	Yüzde
Daha hızlı	80	%53,3
Daha amatör	74	%49,3
Daha güzel	34	%22,7
Daha kaliteli (görsel/işitsel kalite)	20	%13,3
Kaynak eserin özüne daha sadık	42	%28
Daha yavaş	1	%0,7
Çeviriden çeviriye değişkenlik gösterir	2	%1,4

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 15 bizlere fan çevirilerine yönelik hız, kalite ve kaynak esere sadakat gibi açılardan katılımcıların görüşlerine dair bilgiler vermektedir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu fan çevirilerini daha hızlı ancak amatörce bulmaktadır. %28 gibi bir oranla belli bir kısım ise fan çevirilerini kaynak eserin özüne daha yakın bulmaktadır. Çeviri kalitesinin resmi çevirilerden daha güzel bulduğunu belirten %22,7 ile 34 kişinin yanıtları göz önünde bulundurulacak olursa, fan çevirilerinin amatörce olması ya da resmi çevirilerden daha iyi olması konusunda bir değişkenlik unsurundan söz edilebilir.

Tablo 16: Kullanıcıların Resmi Platformları Tercih Etme Nedenleri

	Sayı	Yüzde
Resmi platformların çevirilerini daha profesyonel ve kaliteli buluyorum.	79	%52,7
Resmi platformların çevirileri mevcut ise ve bu çeviriler fan nesnem olan eserle eş zamanlı/düzenli olarak yayınlanıyorsa, fan çeviri platformlarını kullanmaya gerek duymuyorum (Örneğin Webtoon veya Manga Plus gibi platformların düzenli ve ücretsiz yayınladığı bir eserin fan çevirisine yönelmeyi gereksiz buluyorsunuz).	73	%48,7
Fan çevirilerindeki esneklik sebebiyle ortaya çıkabilen ve kaynak eserde bulunmayan dini/kültürel kullanımlar veya çevirmenin gereksiz şahsi yorumlarını çevirmen notu olarak eklemesi medya tüketimi deneyimimi olumsuz etkiliyor.	35	%23,3

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 16'ya göre katılımcıların resmi platformları tercih etme nedenlerinin başında kalite düzeyinin yüksek olması ve resmi bir platformda kaynak ile eşzamanlı olarak erişebilecekleri içeriklere fan platformlarından da ayrıca devam etmeyi gerekli görmedikleri göze çarpmaktadır. Öte yandan %23,3 yani 35 kişilik bir kesim ise gelişigüzel ve ciddiyetten uzak fan çevirilerinin medya tüketimi deneyimlerini olumsuz ettiklerini belirtmiştir. Katılımcıların bağımsız yanıtları incelendiğinde ise resmi platformların lehine göze çarpan etmenler şunlardır:

- korsan sitelere kıyasla güvenilirlik unsuru sunmaları,
- görsel/işitsel kalitenin daha iyi olması,
- fan çevirilerinin bulunmadığı durumlarda ihtiyaç duyulması,
- platform arayüzünün daha kullanışlı olduğu durumlar,
- fan çevirileri ile resmi çevirileri kıyaslama arzusu,
- resmi sitelerdeki yorumları okuma isteği.

Öte yandan bağımsız yanıtlardan ikisi ise her zaman için fan çeviri platformlarını tercih ettiklerini ve ücret ödememeyi tercih ettiklerini belirtmektedir.

Tablo 17: Katılımcıların Resmi Platformları Tercih Etmeme Nedenleri

	Sayı	Yüzde
Resmi platformların fazlalığı ve içeriklerin bunlar arasında dağınık halde bulunması nedeniyle bunları kullanmayı ekonomik bulmuyorum	48	% 32
Resmi platformları içerik çeşitliliği açısından yetersiz buluyorum.	58	% 38,7
Resmi platformları arayüzü, kullanıcı deneyimi vb. özellikleri açısından yetersiz buluyorum.	16	%10.7
Resmi platformların hizmetlerini pahalı buluyorum/para ödemek istemiyorum.	89	%59,3
Fan çeviri platformlarının resmi kaynaklara kıyasla kullanıcılar ile daha sıkı bir iletişim ve etkileşim içerisinde olduğunu düşünüyorum ve bu medya tüketimi deneyimimi olumlu etkiliyor.	37	%24,7
Resmi kaynakların çevirileri fan çevirilerinden daha geç yayınlanıyorsa bu medya tüketimi deneyimimi olumsuz etkiliyor.	60	%40
Fan çevirilerinde resmi platformların aksine daha çok bilgilendirici çevirmen notu bulunabiliyor ve bu medya tüketimi deneyimimi olumlu etkiliyor.	38	% 25,3
Resmi kaynakların çevirilerinde anaakım kültüre yakın olma çabasıyla fazla yerleştirme ve düzenleme uygulamalarında bulunulduğunu düşünüyorum ve bu beni rahatsız ediyor.	29	%19,3

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Katılımcıların fan platformlarını resmi platformları tercih etme nedenleri ise Tablo 17’de verilmiştir. Buna göre %59,3 yani 89 kişi ile katılımcıların yarısından fazlası ekonomik çekincelerin bu konuda belirleyici bir unsur olduğu yanıtını vermiştir. Yine fan çevirileri ve platformları ile ilgili beğenilen ve resmi platformların ikinci plana atılmasına sebep olan bir diğer etmen ise fan çevirilerinin resmi kaynaklara göre daha hızlı bir şekilde platformlara yüklenmesidir. %40 gibi bir oranla 60 katılımcı resmi platformların çevirilerinin geç yayınlanmasından şikâyetçi bir tavır sergilemektedir. Hız etmenini takip

eden bir diğer unsur ise resmi platformların içerik çeşitliliğinin yetersiz bulunmasıdır. %38,7 ile katılımcıların 58'i bu nedenle resmi platformları tercih etmediklerini belirtmiştir. Benzer şekilde %32'si (48) çok fazla resmi platform bulunması ve içeriklerin bunlar içerisinde dağınık halde bulunmasından hoşlanmamakta ve aynı zamanda bu durumun ekonomik çekincelerini de olumsuz yönde beslediğini belirtmektedir. Resmi platformların tercih edilmemesine yönelik diğer unsurlar arasında ise fan platformlarının kullanıcılar ile daha sıkı bir iletişim ve etkileşim içerisinde olması, fan çevirilerinde daha çok bilgilendirici çevirmen notuna erişim imkânı bulunması, resmi platform çevirilerindeki anaakıma uygun yerelleştirmelerin fanları rahatsız etmesi ve son olarak resmi platformların uygulamalarının yetersiz bulunması gibi durumlar yer almaktadır.

Katılımcıların bağımsız yanıtları incelendiğinde ise öne çıkan iki unsur göze çarpmaktadır:

- “Sadece birkaç içerik için bütün bir platforma/platformlara para vermeyi gereksiz buluyorum. İçeriklerin çoğu ana akım medya tüketicisine yönelik, ilgim ya da merakımı cezbedecek içerik bulmakta zorlanıyorum.”
- “Bence resmi çeviriler tutkuyla yapılmıyor, çevirmen oldukları için çeviriyorlar. Kaynağı başka kişilerin de sevip okuması için değil. Viz Media'nın Jujutsu Kaisen serisindeki çevirileri çok sorun çıkarmıştı. Hatta hayranlar çok sinirlendi diye yakın zamanda çıkan bölümlerden birinde diyalogu değiştirdiler. Hayran çevirileri... hayranlara olduğu için her yönde daha iyi çünkü medyayı bilen ve seven kişiler başkaları da bu zevki yaşasın diye çeviriyor.”

İlk katılımcı ekonomik sorunların yanı sıra içeriklerin anaakım tüketicileri yönelik olması sebebiyle resmi platformlarda ilgisini çeken ürünler bulmakta zorlandığını dile getirirken diğeri ise fan çevirilerinin bir tutku işi olduğu ve para için yapılan çeviriler ile kıyaslanamayacağını belirterek fan çevirmeninin medya içeriğine olan sevgi ve hakimiyetinin çeviri üzerindeki olumlu etkilerine dikkat çekmektedir.

Tablo 18: Kullanıcıların Fan Çevirilerine Ulaştıkları Platformların Listesi

Koreanturk	mangasehri	Twitter	Fan grup sayfaları
Türkanime	kuroimanga	Instagram	Fan çizimleri
Vlive	Coffemanga	Facebook	Haber sayfaları
Youtube	Batoto	Discord	Torrent
Animewho	Manganato	Tumblr	Webtoon
Puzzle fansub	Mangakakalot	Reddit	VikiRakuten
Zoro	Manga buddy	Tiktok	Meslaşma
Novel Full	Mangafox	Tachiyomi	Elden ele forum
Dizipal	MangaGo	Opensubtitle	divxplanet
Taleworlds Forum	Asura Scans	Planetdp	hdfilmcehennemi
watchcartoononline	Mangadex	Dizikorea.com	VK
9animetv.to	Dramacool.co	Ghostfunsub.com	Asya fanatikleri
Dizibox	Mangakatana	bilibili	diziwatch
Bloglar	mangatx	Dailymotion	yabancıDizi
eskiçeviri.fansub	Manga-Tr	kültfimler	ReadComicOnline
oyunçeviri	Mangaowl	Mangapark	Dizigom
Viki.com	stremio	sezonlukdizi3.com	TCB scans

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 18’de katılımcıların fan çevirilerine ulaştıkları platform örnekleri yer almaktadır. Bu platformlar incelendiğinde özellikle Twitter, Reddit, Tumblr, Tiktok ve VK gibi sosyal medya platformlarının katılımcıların çoğu tarafından tercih edilen bir erişim kavşağı olduğu dikkat çekmektedir. Bunların yanı sıra özellikle manga içeriklerine ulaşılan çeşitli birçok İngilizce veya Türkçe web sitesi öne çıkmaktadır. Katılımcıların kimi doğrudan çeşitli web sitelerini örnek gösterirken kimileri ise Puzzle fansub ve Asura Scans gibi animasyon ve çizgi roman çeviri gruplarının isimlerine yer vermektedir. Anime, webtoon, manga vb. medya içeriklerinin yanı sıra başta Güney Kore dizileri olmak üzere yabancı dizilerin izlenebileceği web site ve platformlar da tekrar eden yanıtlar arasındadır.

3.2.6. Fan Çevirileri ve Etik

Bu başlık altında ele alınan anket soruları katılımcıların fan çevirilerinin etik boyutundaki konumunda dair düşüncelerini öğrenmeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda katılımcıların etik algıları ve bunun fan çevirilerinin kullanımı üzerindeki etkileri ortaya konulmuştur.

Tablo 19: Katılımcıların Fan Çevirilerinin Etik Bulup Bulmadığına Dair Görüşleri

	Sayı	Yüzde
Resmi bir kaynağa erişimim varsa ve bu kaynak (platform, yayın, vb.) kullanışlı, ekonomik ve yeterli ise, hayır etik bulmuyorum	16	%10,7
Resmi bir kaynağa erişimim yoksa veya bu kaynak (platform, yayın, vb.) olması gerektiğini düşündüğümden yetersiz/pahalı/kullanışsızsa, evet etik buluyorum.	54	%36,7
Fan çevirisi orijinal esere sadık değilse, ilgi çekmek veya reklamlar üzerinden para kazanmak amacıyla özensiz/makine çevirisi vb. şekillerde yapılıyorsa, hayır etik bulmuyorum.	41	%27,4
Etik boyutunu önemsemiyorum	38	%25,3

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Fan çevirilerinin etik boyutunun kullanıcıların bakış açısından irdelenmek istendiği Tablo 19'da etik faktörünün katılımcılardan değişken yanıtlar aldığı sonuçlar gözlemlenmektedir. Katılımcıların %10,7 (16) ile oldukça küçük bir kısmı ekonomik ve kullanışlı bir resmi kaynağa/platforma erişimleri olduğu sürece fan çevirilerini etik bulmadıklarını belirtmiştir. Ancak bu yanıt ile bağıntılı bir şekilde bahsi geçen resmi kaynak veya platformların ekonomik ve kullanışlı olmaması durumunda %36,7 ile 54 kişi bir önceki düşüncenin tam tersi bir tutum sergilemektedir. Katılımcıların %27,4 (41) ile hatırı sayılır bir kısmı fan çevirilerinin çıkar amaçlı ve özensiz yapılması durumunda bunu etik bulmadıklarını ancak %25,3 gibi bir oranla 38'inin ise etik boyutunu önemsemediklerini belirtmiştir. Bağımsız bir yanıtta ise katılımcılardan biri bazı medya içeriklerinin İngilizce çevirilerine bile resmi platformlarda ulaşmanın mümkün olmadığını dile getirerek bu platformların kâr odaklı hareket etmeleri sebebiyle de farklı dillerden gelen eserlere şans tanımadıklarından yakınmaktadır.

Bu verilerin değişken yapıları incelendiğinde fan çevirilerinin etik boyutunu önemseyen katılımcıların görüşlerine dair dikkat çeken başlıca unsur resmi platformlar ile fan

platformlarının kullanışlılığı ve yeterliliğinin fanların etik algısı üzerinde belirleyici bir rol oynamasıdır.

Tablo 20: Resmi Kaynaklara Erişimi Olan Katılımcıların Fan Çevirilerini Kullanmayı Bırakıp Bırakmadığına Yönelik Bilgiler

	Sayı	Yüzde
Evet, resmi kaynakların çevirileri çıktığında bunlara yönelmeyi tercih ediyorum	45	%30
Hayır, fan çevirilerini kullanmaya devam ediyorum	18	%12
Hangisinin çevirisini, kalitesini (yayın, görsel vb. kalite de dahil olmak üzere), yayın hızını ve devamlılığını beğeniyorsam (Örneğin webtoon okuyorsanız fan çevirilerinin kalitesizliği, düzensiz aralıklarla yayınlanması vb. sebeplerle Webtoon'un resmi platformunda yayınlanınca buradan devam etmeyi tercih ediyorsunuz)	84	%56

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 20'ye göre %56 (84) ile katılımcıların büyük bir çoğunluğu resmi kaynak çevirilerine erişebilmeleri durumunda, fan çevirilerinin takibini bırakıp bırakmamalarının tamamen iki platform arasındaki kalite farkına bağlı olduğunu belirtmektedir. Öte yandan 45 kişi ile %30'luk bir kısım ise resmi kaynaklara yönelmeyi tercih ettiklerini 18 kişi ile %12'lik bir kısım ise medya içeriklerini fan çevirilerinden takip etmeye devam ettiklerini belirtmiştir. Bu ve daha önceki tablolar incelendiğinde – Tablo 20'ye ait iki ayrı bağımsız yanıtta da belirtilmiştir – fanların resmi veya gayri resmi fan platformlarını tercih etmelerini etkileyen faktörler arasında kullanışlılık, ekonomiklik ve içerik bakımından yeterlilik gibi unsurlar özellikle dikkat çekmektedir. Fan çevirilerinin dijital korsancılık ile yakından ilişkili bir olgu olduğu göz önünde bulundurulduğunda bir video oyunu geliştiricisi olan Valve'nin kurucularından Gabe Newell'in Seattle'da düzenlenen bir teknoloji konferansındaki şu sözleri, fan platformları ve resmi platformlar arasındaki bu rekabete yönelik düşündürücü bir noktaya parmak basmaktadır: “Öğrendiğimiz bir şey var ki o da korsanlığın bir fiyatlandırma sorunu değil hizmet sorunu olduğu... Korsancılığı durdurmanın en kolay yolu korsancılık karşıtı teknolojiler öne sürmek değil, insanlara korsanların kendilerine sağladığından daha iyi bir hizmet sunmaktır.” (Bishop, 2011)

3.2.7. Fan Çevirilerinin Yabancı Dil, Çevirmenlik vb. Diğer Çeşitli Beceri/Kazanımlar Üzerindeki Etkileri

Anketin bu bölümünde fan çevirilerinin kullanımı doğrultusunda bireylerin edindiği çeşitli beceri ve kazanımlar üzerine odaklanılmış ve katılımcıların yanıtları doğrultusunda fan çevirilerinin bireysel gelişim üzerindeki etkileri incelenmek istenmiştir.

Tablo 21: Fan Çevirilerinin Katılımcıların Yabancı Dil Edinci Üzerindeki Etkisi

	Sayı	Yüzde
Etkili oldu	126	%84
Etkili olmadı	19	%12,7
Kısmen etkili oldu	2	%2,1

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 21 %84 ile katılımcıların çok büyük bir çoğunluğunun fan çevirileri sayesinde yabancı dil becerilerini geliştirme fırsatı yakaladıklarını belirtmiştir. Fan etkinliklerinin ve fandom ortamlarının öğretici ve geliştirici yapısı göz önünde bulundurulduğunda, fan çevirileri ile yabancı dil edinci arasında böylesine belirgin bir bağ olması şaşırtıcı değildir. Özellikle de Türkiye gibi medya fandomunun yabancı içerikler etrafında şekillendiği bir ülkede bu sonuçlar çalışmanın beklentileri dahilindedir. Bununla ilgili olarak tabloda yer almayan şu bağımsız yanıtı dikkat çekilebilir: “Eskiden Korece yayınlanan webtoonları İngilizce fan çevirileriyle okuyordum. Bu İngilizce ve Korece dil geliştirmemde çok etkili oldu fakat şimdilerde İngilizce fan çevirisine ihtiyacım olmadığı için orijinal yayınları takip etmek Korece dilini geliştirmem için fan çevirilerinden daha etkili oluyor.”

Tablo 22: Fan Çevirilerinin Katılımcıların Beceri Kazanmasında Etkili Olduğu Yabancı Dillerin Listesi

	Sayı
İngilizce	50
Japonca	20
Korece	24
Rusça	5
Çince	2
Norveççe	2
İspanyolca	9
Almanca	7
İtalyanca	2
Fransızca	2

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 22’de katılımcıların fan çevirileri aracılığıyla beceri kazandıklarını düşündükleri dillerin bir listesi verilmiştir. 150 katılımcıdan 61’i fan çevirileri sayesinde bir veya birkaç dilde kendilerini geliştirdiklerini ifade etmiştir. Bu yabancı dillerin başında 50 kişi ile İngilizce, 20 kişi ile Japonca ve 24 kişi ile Korece yer almaktadır. Anaakım dışı Türk medya fandomunun Japon ve Kore ürünleri başta olmak üzere Asya popüler kültürüne olan büyük ilgisi bu yanıtlardan rahatlıkla anlaşılabılır. Bunların yanı sıra yanıtlar arasında 7 ayrı dilin belirtilmiş olması da son derece ilgi çekicidir.

Tablo 23: Katılımcılardan Fan Çevirmenliği Yapanların Motivasyonları

	Sayı	Yüzde
Yabancı dil becerilerimi geliştirmek	40	%26,7
Çeviri becerilerimi geliştirmek	41	%27,3
Sevdiğim bir eseri diğer fanlar ile paylaşma arzusu	31	%20,7
Fandom içi etkileşim ve iletişimimi artırma arzusu	19	%12,7
Reklam vb. araçlar yoluyla platformumdan para kazanma arzusu	6	%4
Fan çevirmenliği yapmadım	92	%61,3

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 23 fan çevirileri yapan katılımcıların bu yöndeki motivasyonlarını incelemeyi hedeflemektedir. Elbette %61,3 gibi büyük bir oranla katılımcıların büyük bir çoğunluğu daha önce fan çevirisi yapmadığını belirtmektedir. Fan çevirisi yapan katılımcılar ise özellikle yabancı dil ve çeviri edinci gibi kazanımlar elde etmeyi başlıca motivasyonları olarak ileri sürmektedir. Aynı zamanda %20,7 ile 31 katılımcı paylaşımcılık, %12,7 ile 19 katılımcı ise etkileşim arzusu doğrultusunda hareket ettiğini belirtmiştir. %4 gibi küçük bir kesim ise kâr amacıyla fan çevirileri yaptıklarını ifade etmektedir. Bağımsız yanıtlar incelendiğinde ise fan çevirileri yapanların var olan çevirileri kalitesiz bulması ve fanlara daha iyi bir medya deneyimi sunma arzuları ile fan çevirileri yaptıkları göze çarpan motivasyonlar arasındadır.

Tablo 24: Katılımcıların Fan Çevirilerinin Sektörler Üzerinde Etkisine Yönelik Düşünceleri

	Sayı	Yüzde
Fan çevirileri sayesinde yayınevleri/platformlar vb. resmi makamlar ürünlerin popülerliğini tartabilmekte ve buna yönelik yayın kararları alabilmekte	92	%61,3
Fan çevirileri korsan doğaları sebebiyle resmi yayıncıları/platformları bir eseri çevirip yayınlamaktan – zarar etme endişesi nedeniyle – alıkoymakta	10	%6,7
Bir fikrim yok	47	%31,3

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Katılımcılara fan çevirilerinin sektörler üzerindeki etkisine yönelik düşüncelerine yer verildiği Tablo 24'e göre 92 kişiyle %61,3'lük büyük bir kesim fan çevirilerinin yayınevleri veya medya platformları gibi resmi kaynakları yönlendirdiği görüşündedir. Öte yandan %31,3 gibi bir oranla 47 katılımcı ise bu konuda bir fikirleri olmadığını beyan ederken %6,7 ile 10 kişi fan çevirilerinin sektör üzerinde olumsuz bir etki yarattığı görüşünü benimsemektedir.

3.2.8. Fan Çevirilerinin Katılımcılara Sağladığı Kazanımlar

Anketin son iki sorusu kapsamında katılımcıların bireysel görüşleri açık uçlu sorular ile incelenmek istenmiştir. Bu bağlamda katılımcılara yöneltilen ilk soru, fan çevirileri sayesinde herhangi bir kazanım elde edip etmedikleri üzerine olmuştur. Sonuç olarak

katılımcıların fan çevirilerini ve dolayısıyla fan topluluklarını takip etme yoluyla kazandıkları beceri ve edinimler aşağıdaki gibi sınıflandırılabilir:

- Teknolojik araçları ve dijital programları kullanma (örneğin altyazı vb. oluşturmaya yarayan aegisub gibi çeviri programları, dijital arşiv yönetimi, oyun motorları ya da Adobe Photosohp CS vb. gibi grafik tasarım ve görsel düzenleme programları gibi),
- Sosyal medya platformlarını etkin kullanma,
- İnsanlar ve kültürlerarası iletişim ve etkileşim (sosyal becerilerin geliştirilmesi, bir topluluğa entegre olabilme, farklı bakış açıları yakalama, yeni içeriklerle tanışma vb.)
- Yabancı dil ve kültür edinci (yeni diller öğrenme, yeni kültürler ile tanışma, çevirmen notları ile bu kültürler ve/veya kaynak eser ile ilgili bilgi edinme vb.),
- Çeviri edinci (örneğin gönüllü çevirmenlik yaparak ya da farklı çevirileri kıyaslayarak çeviri sürecine, çevirmen yaklaşımlarına ve çeviri mesleğine yönelik beceri ve bilinç edinmek),
- Mesleki ve bireysel gelişim (sektör bilinci elde etmek, özgüven edinmek, takım çalışması öğrenmek, genel kültür, zaman yönetimi, kariyer geliştirme, yazı yazma becerileri, hızlı okuma becerileri, kelime dağarcığını genişletmek, kitlelerle iletişim ve kitle yönetim becerileri, konuşma becerilerini geliştirme, resmi boyutta iletişim becerileri elde etme, analiz yeteneği, psikolojik rahatlama vb. çeşitli örneklerden söz edilebilir).

3.2.9. Katılımcıların Fan Çevirilerinin Bireysel Hayatlarındaki ve/veya Sektörler Üzerindeki Etkisine Yönelik Düşünceleri

Anketin son sorusuna verilen cevapların ele alındığı bu başlık altında katılımcıların fan çevirilerinin etki alanına yönelik daha detaylı ve şahsi görüşlerine yer verilmiştir. Bu bağlamda katılımcılar gerek sektörler gerekse fan çevirilerinin doğası üzerine çeşitli birçok yorumda bulunmuştur. Bu yorumlar incelendiğinde ankete katılan fanların ortak birçok noktaya parmak bastığı gözlemlenmiştir. Fan çevirilerinin etki alanına yönelik bu ortak görüşler aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Resmi çevirilere ve platformlarına kıyasla ekonomik olması (gerek ücretsiz ve kolay erişimi mümkün kılması, gerekse aynı anda birden fazla platforma para vermek istemeyenlere cazip gelmesi gibi sebepler örnek verilebilir),

- Çok daha çeşitli içeriklere erişim imkânı sağlaması,
- Tüketicilerin her isteğine yetişemeyen resmi kaynakların yetersiz kaldığı durumlarda kurtarıcı nitelikte olması,
- Çevirmen adaylarına veya genel olarak iş hayatına hazırlanmak isteyen bireylere verimli ve eğitici bir ortam sağlaması,
- Dijital araçları kullanmada öğretici olması,
- Bireyler arası iletişim ve etkileşimi güçlendirmesi,
- Sosyal açıdan bireyleri geliştirmesi,
- Eserlerin popülerleşmesine/tanınmasına/reklamının yapılmasına ve bunlara yönelik fan kitlelerinin oluşturulmasına katkı sağlaması,
- Sektörlerin ilgisini belli bir esere çekmekte etkili bir araç olması (tüketicilerin fikir ve tercihlerine yönelik sektörlere bilgi sağlaması vb. gibi),
- Bireylere eğlendirici ve etkileşim dolu bir ortam sağlaması,
- Genel kültür kazandırması,
- Yabancı dil edinci sağlaması,
- Kültürlerarası iletişimi güçlendirmesi ve farklı kültürlerle yönelik biliniç oluşturmaları,
- Çeviri edinci sağlaması (çeviri eleştirilerine, süreç ve uygulamalara dair eğitici bir araç olarak kullanılabilirliği),
- Bireylerin ufkunu genişletmesi (gerek hikâyelere farklı bakış açıları sunarak fikir gelişimi sağlaması gerekse yeni kültürlerle tanışma imkânı sunması vb.),
- Bireyin başka türlü tanıma fırsatı bulamayacağı sanatçılarla tanıştırması ve kimi zaman bu sanatçıları desteklemeye bireyi teşvik etmesi,
- Sektörler ile fanlar arasında bir köprü görevi görmesi.

Birçok katılımcı tarafından sıklıkla yinelenen ortak görüşlerin bu şekilde bir özetini yapmak mümkündür. Fakat bu görüşleri desteklemek ve fan çevirilerinin etki alanına dair daha detaylı bilgi sağlayabilmek adına öne çıkan bazı yanıtlara dikkat çekmek faydalı olacaktır.

“Aynı işi ortaya koyan pek çok fan grubu oluyor, Eninde sonunda yaptığı içerik içinize sinen birilerini buluyorsunuz. Fakat ücretli platformlarda genelde orijinal dilinden değil de İngilizceden çevirdikleri için çok fazla anlamsızlık meydana geliyor. Orijinal dilinden az biraz anladığımız bir içeriği İngilizceden çevirdiklerinde

çeviri insana saç baş yoldurtuyor. Ve işin en kötü yanı o kalitesiz içeriye mecburen başka birisi üretmediği için bağlı kalıyorsunuz. Bu işi hiçbir para almadan gönüllü olarak üreten insanların kendilerinden daha iyi iş çıkardığı için ücretli platformların kendilerinden utanması lazım. Ayrıca ücretli platformlarda bu içerikleri koymak için öncelikle kendilerine bir hayran kitlesi bulmaları gerekiyor, bu hayran kitleleri de genellikle fanbaselerden gelmiş oluyor. Halihazırda ücretsiz olarak tüketebilecekleri bir içeriği para vererek tüketmelerinin benim gördüğüm asıl sebebi bu içeriklere olan ilgilerini göstererek platformların bunları daha çok yayınlamasını sağlamak. Fakat platformların çoğu ülkede yayınladıkları pek çok içeriği hatta orijinal içerikleri olmasına rağmen bazen bazı ülkelerde yayınlamıyorlar, tüketemeyeceğim bir şey için para vermek niyetinde değilim. Vpn'le girmeni de engelliyorlar.”

Diğer birçok katılımcının da yinelediği problemler olan resmi kaynakların içerik çeşitliliğinin az olması, ekonomik olmamaları, çeviride özensizlikleri vb. konulara parmak basan bu yanıt incelendiğinde fan çevirilerinin fanlara sağladığı erişilebilirlik ve esere sadakatleri bağlamında kendilerine duyulan güven dikkat çekicidir. Anketin Türkiye bünyesinde Türk fanlara yönelik olarak yapılmış olduğu göz önünde bulundurulduğunda, yanıt sahibi katılımcının rahatsızlık duyduğunu belirttiği “çevirilerin eserlerin orijinal dillerinden değil, İngilizce çevirileri üzerinden yapılması” önem arz eden bir konudur. Katılımcının ara bir dilden, yani kaynak dilin İngilizce çevirisi üzerinden yapılan çevirilerden şikayetçi olduğunu belirtmesi sebebiyle kendisinin İngilizce fan çevirilerini takip ettiğini söylemek mümkündür. Zira İngilizce fan çevirileri neredeyse her zaman kaynak dilden doğrudan yapılan çeviriler olarak karşımıza çıkmaktadır ve Türk fan toplulukları başta olmak üzere anadili İngilizce olmayan bazı fanların bu İngilizce çevirileri baz alarak fan çevirmenliği yaptığı bilinmektedir. Dolayısıyla katılımcının bu yorumundan İngilizce fan çevirilerini, İngilizceden yapılan Türkçe çevirilere – bu yanıt kapsamında resmi kaynakların çevirilerine – tercih ettiğini varsaymak yanlış olmayacaktır. Bu durum ise bizi bir başka sorunsal ile karşı karşıya getirmektedir: anadili İngilizce olmayan özellikle anime vb. içeriklerin Türkiye’deki resmi platformlarda çevirinin çevirisi olarak yayınlanıyor olduğu gerçeği. Netflix gibi yaygın bir şekilde kullanılan resmi platformlarda bu tarz içeriklere son yıllarda daha fazla yer verilmeye başlandığı düşünüldüğünde, Türkiye’de böyle bir uygulama mevcut iken fanların İngilizce fan çevirilerine yönelmek istemesine şaşırılmamak gerekir. Fanların resmi bir platformun eserlerin anadilinden yapılmış İngilizce çevirilerine ulaşmak

istedikleri durumlarda ise bu platformların Türkiye’de erişime kapalı olması, ya da Türkiye platformlarından daha pahalı olması gibi erişim sorunları doğmaktadır. Katılımcının yanıtında da vurguladığı gibi çoğu fan “tüketemeyeceği bir ürüne para vermek” istememektedir.

Öte yandan bu yanıtta dikkat çeken bir diğer nokta ise, fanların ücretsiz olarak tüketebilecekleri ve kimi zamanda çoktan ücretsiz olarak fan çevirileri aracılığı ile erişim sağladığı ürünlere para verme eğilimidir. Katılımcının ifadesine göre fanlar resmi kaynakların ilgisini belli bir içerik veya içerik türünün üzerinde tutabilmek için bu ürünlere yönelik hizmetlere para vermekten çekinmemektedir⁴². Bu yolla fanların resmi kaynaklara hem tercihlerine yönelik fikir sağladıkları hem de içerik çeşitliliklerini artırmaya çalıştıklarını söylemek mümkündür. Katılımcının bu yorumları fanlar ve sektör arasındaki ilişkiye yönelik bizlere çok boyutlu fikirler sunmaktadır.

3.3. Anketin Değerlendirmesi

Katılımcıların yanıtları değerlendirmeye alındığında, fan çevirilerinin fanların nazarında kaynak eserin özüne daha sadık, anaakımın göz önünde bulundurulduğu sansür uygulamalarından sıyrılmış ve yine anaakım medyanın yetişemeyeceği kadar çok sayıda ve türde içeriğe erişimi mümkün kılan yeri doldurulamaz kültürlerarası bir köprü olduğu söylenebilir. Anket katılımcılarının yanıt ve yorumları esas alınarak fan çevirilerinin bireysel hayatlarındaki ve sektörler üzerindeki etki alanına yönelik düşüncelerini aşağıdaki gibi listeleyebiliriz:

- Genel kültürü geliştiren ve kaynak esere yönelik medya deneyimini tamamlayıcı bir role sahiptir (çevirmen notları ile bilgilendiricilik unsuru barındırması, yabancı bireyler ve kültürler ile tanıştırması, kültürlerarası iletişimi artırması vb. gibi örnekler bu bağlamda yinelenebilir),

⁴² Birçok fan sevdikleri medya içeriğinin resmi yayınlarına ulaşabilmek adına dilini bilmedikleri bir eserin orijinal versiyonuna para vermekten çekinmemektedir. Böylelikle lisanslama firmalarına esere karşı bir talep olduğunun mesajını vermeye çalışmaktadırlar. Öyle ki bazı fandomlar ve fan platformlarında fan çevirmenleri okurlarını çevirdikleri eserlerin orijinalini satın almaya teşvik dahi etmektedir. Bu durumun daha da uç bir örneği olarak bir Twitter kullanıcısının yaptığı fan çevirilerini sadece orijinal içeriği satın aldığını kanıtlayan fanlarla paylaşması gösterilebilir.

- Eserin özüne sadakatli ve saygıdeğer bir yaklaşımla hareket etmeleri ve resmi çevirmenlerin aksine eserin içeriğine birebir hakim olmaları,
- Yabancı dil ve kültür edincinde oynadığı rol,
- Fan çevirmenlerinin sektörler bağlamında bilgi ve bilinç edinmesi,
- Fan çevirmenlerine ya da benzeri fan etkinlikleri sergilemiş olan fanlara çeşitli kazanım ve beceriler sağlaması (örneğin çeviri ve düzenleme için ihtiyaç duyulan dijital programlara hakimiyet, iletişim ve takım çalışması becerileri, özgüven vb. değerler),
- Hızlı olmaları ve işini ciddiye alan grup/çevirmenlerin ortaya koyduğu kaliteli sonuçların takdirle karşılanması,
- Resmi platformların yetersizliği ve çevirilerdeki özensizliği (resmi çevirileri görsel-işitsel ve/veya çeviri kalitesi bakımından daha iyi bulan fanlar da mevcuttur.)

Özetle fan çevirilerinin sıklıkla ortaya koyduğu öğreticilik, yenilikçilik, çeşitlilik, dostluk, esneklik ve gerek kaynak esere ve yazarına gerekse hizmet sundukları fan takipçilerine sergiledikleri sadakatlilik gibi kavramlar fan çevirilerinin olumlu etkileri olarak ön plana çıkmaktadır. Ankete katılım sağlayan fanların çok az bir kısmı fan çevirilerinin sektörlere zarar verdiği düşüncesindedir. Aksine birçoğu, fan çevirileri sayesinde sektörler ile fanbase – yani bir fandomun fan kitlesi – arasında iki taraflı bir iletişim ve etkileşimin önemini vurgulamakta ve hatta birlikte çalışarak çok daha kaliteli sonuçlar ortaya koyabileceklerine inanmaktadır.

3.4. Mülakat Çalışması

Araştırma kapsamında yararlanılan bir diğer unsur ise tüketici ve üretici fanlarla yapılmış olan 2 mülakattır. Tüketici konumundaki bir fan olan “İA” ile bu mülakatın yapılması kararının verilmesinde kendisinin Türkiye’deki fan çevirileri oluşumlarının tarihsel sürecini birebir deneyimlemiş ve çeşitli fan çeviri etkinliklerinin yine Türkiye bağlamındaki gelişimini uzun yıllar gözlemlemiş bir fan olması etkili olmuştur. Hem bir tüketici hem de bir üretici, yani üreten-tüketici bir fan çevirmen olan “EFÖ” ise sahip olduğu geniş fan çevresi ve bu bağlamda Türkiye’de fan çevirmenliğine yönelik deneyimleri göz önünde bulundurularak mülakata davet edilmiştir. Bu başlık altında öncelikle İA’nın ardından ise EFÖ’nün mülakata verdikleri cevaplar verilecek sonrasında ise anketler ile birlikte her iki araştırmanın bir değerlendirmesi yapılacaktır.

3.4.1. Tüketici İA ile Mülakat

Ne zamandan beri kendinizi bir fan olarak nitelendirmektesiniz?

“Genel anlamda bu tarz sorulara futbolsever mantığı ile cevap verilir. Ancak sorunun güdümünün bu olmadığını varsayarak cevap vereyim. Çocukluğumda (ki yaklaşık 40 sene öncesi olur) bugün olduğu gibi dijital içeriklere erişmek mümkün değildi. O yaşlarda ekseriyetle çizgi roman alır ve okurduk. Ekonomik sebepler ile çizgi romanların alımı dahi zor olurdu. Bu sebeple o zamanın fanlarına hizmet verebilmek amacıyla (genellikle kırtasiyeler ve mecmua satan yerler) farklı arayışlara girmişler ve **-Al götür oku getir-** sloganı ile çizgi romanı kiralama yoluna gitmişlerdi. Yani bir kırtasiye ya da mecmua satan yere gittiğiniz zaman ürünün bedelinin çok çok altında bir bedel ile kimlik bilgilerinizi vererek çizgi roman kiralayabiliyor ve okuduktan sonra tekrar iade ediyorduk. Yine erişim zorluğu sebebiyle çizgi roman serilerini takip etmek oldukça zordu. O zamanlarda (8-9 yaşlarında) kişilerin tercihlerinin çok farklı olduğunu fark etmiş ve anlam verememiştim. Zira benim çok severek okuduğum seriler vardı. (Barbar Conan, Kral Conan, Örümcek Adam, Superman gibi).

Ancak o zamanlar çok çok popüler olan bazı çizgi romanların benim hiç ilgimi çekmediğini fark etmiştim. Nerede ise çevremdeki çizgi roman severlerin %80'i Tommiks, Teksas, Swing, Zagor ve Kızılmaske serilerini takip ederdi.

Günümüzde de insanların tercihlerinin farklı olduğunu net bir şekilde görebiliyorum. Mesela Görevimiz Tehlike, Hızlı ve Öfkeli gibi filmlere hiç ısınmadım.”

Daha çok hangi medya içeriklerini tüketmektesiniz?

“Tüm medya içeriklerini dahil edebilirim.”

Bu içeriklerin fan çevirileriyle ilk ne zaman ve ne şekilde tanıştınız?

“2001 yılında diyebilirim. Yüzüklerin Efendisi filmini sinemada izleyip akabinde bir şekilde elde ettiğimiz CD'sine altyazı ararken. O gün için hangi siteleri takip ettiğimi hatırlamıyorum ama torrent, kazaa, kazaalite, bearshare gibi p2p üzerinden elde edebiliyorduk. Hatta tam o yıllarda outlook uygulaması üzerinden erişebildiğimiz efsanevi anet ve pcmagazin haber grupları üzerinden hem bu içeriklere erişebiliyor hemde film ve dizilerin kendileri ile birlikte altyazı çevirilerinin kalitesini hararetle tartışıyorduk. :) Kötü tarafı ise o zamanlar çevirmenlerin adını dahi bilmiyorduk.

Kimbilir hangi fan gecesini gündüzüne katıp çevirisini hiç tanımadığı insanlar ile (hiçbir karşılık beklemeden) paylaşmıştı. Çevirmenlerin kimler olduğunu öğrendikten sonra ise bu çevirmenler için pek iyi olmadı. Zira dizinin Amerika’da yayınlanacağı saati biliyor ve çevirinin de aşağı yukarı ne zaman geleceğini biliyorduk. Çeviri gecikir ise çevirmen arkadaş (ilgili forumlarda) çevirinin yüzdesini bizlerle paylaşıyor “**Şu saate yetiştiririm**” diyerek haber veriyordu.”

Fan çevirilerinin medya tüketiminizde etkili olduğunu söyleyebilir misiniz?

“Kesinlikle. Bir fan çevirmenin çevirdiği ve çeviri içerisinde kaynağın esasından verdiği bir anektod beni çılgına çevirir konunun esas kaynağına yönelmeme sebep olurdu. (Kitap veya fan sayfaları)”

Takip ettiğiniz fan çevirisi olan bir medya eserinin, resmi kaynaklar tarafından çevrilmesi ve piyasaya sürülmesi durumunda, bu resmi çevirilere yöneliyor musunuz?

“Fan çevirilerinin üzerine **-onu daha iyi hale getirebilecek-** herhangi bir şey eklenebileceğini düşünmüyorum. Zira fan çevirmeni işini yaparken herhangi bir beklenti içerisinde değil bence. Hali ile en mükemmelini ortaya koymakta olduğunu düşünüyorum. Sorunun cevabına gelir ise hayır resmi çevirilere yönelmiyorum.”

Resmi çevirisi olan bir medya eserinin fan çevirilerini kullanmaya devam ediyor/bunları tercih ediyorsanız, sebepleri nelerdir?

“Gerçi bir önceki soruda cevaplamışım ama ilave etmek gerekir ise. Fan çevirileri anne işi yemeklere benziyor. Lezzetli ve sağlıklı. İçerisinde popüler olmak adına ilave edilmiş herhangi bir içerik olmuyor. Zaten fan çevirmenin kendisi resmi çevirmenlerden daha çok seviyor eseri. Esere aşık olmuş ki oturup emek vermiş ve karşılık beklemeksizin çalışmış. Bu daha çok sevdiği bir şeyi paylaşmak gibi geliyor. Bence çeviri yaparken kendisinin de esere bir şeyler kattığını düşünüp bundan büyük mutluluk duyuyor.

Fan çeviriler ile korsan CD/DVD için yapılmış basit çevirileri karıştırmamak gerekiyor. Fan çevirisinin sahibi esere kadife gibi yaklaşıyor bence. Çok yumuşak, dokunmaktan korkar bir şekilde. Ancak geniş bant internetin yaygın olmadığı 1998 sonrası süreçte bir şekilde bir esere ulaşmış olan korsan satıcılar çok iptidai bir şekilde çevirileri hazırlıyor ve kendi CD ya da DVD’sine ekliyordu. Hatta arada film ile alakasız çok garip mesajlar verilebiliyordu. :) Mel Gibson’un İşaretler filmindeki

papazın bir sözüne “Vay papaz vay” yazacak kadar da ileri gidebiliyorlardı. Kaldı ki bu işten illegal de olsa para kazanıyorlardı.

Oysa ki bir fan çevirmen çevirisinin içerisinde sıklıkla kullanılan bazı kısaltmaların ne olduğuna varıncaya kadar çevirisinin içerisinde oluşturduğu bir notepad dosyasına çeviri ile ilgili açıklamalar yazıyor ve bununla kendi müşterilerine! gerekli bilgileri verebiliyordu.

Örnek vermek istersek çok fazla var ama bence en güzeli Emre BEKMAN & Rommel isimli Fan Çevirmenlerinin Fringe dizisi çevirileri inanılmaz kaliteli idi. Yani genel kültür yüklemesi yapmak isteyen bir insan sadece her çeviri ile birlikte yayınlanan ve çeviri dosyası ile aynı ismi NOT ilavesi taşıyan dosyayı okuması bile başlı başına yeterli gelebilir.

CDC olarak çevrilmiş bir şey diziyi izleyen kişi için hiçbir şey ifade etmeyebilir. Ancak çevirmenler bunu daha baştan size anlatıyorlardı.

Örnekler:

CDS = Center for Disease Control yani Amerika'daki bulaşıcı hastalıkları araştırmak için kurulan sağlık organizasyonu.

NTSB = Taşımacılık kazalarını inceleyen Amerika Birleşik Devletleri birimi.

Liaison = İrtibat, bağlantı gibi anlamlarının yanında yasak aşk anlamı da vardır.

PROGERİA = Progeria, halk dilindeki adıyla erken yaşlanma hastalığı,

Pseudofolliculitis nuchae = Tıraş olurken çok kılın çok kısa bırakılması sonucu boyunda gerçekleşen kıl dönmesi.

DEA = Narkotik Şube

NORAD = Kuzey Amerika Havacılık ve Uzay Savunma Komutanlığı

Bu örneklerin yüzlercesi vardı. Garip ve bir o kadar da güzel ki ben bunları bir fan çevirmenin tutku ile ve bedelsiz yaptığı bir dizinin çevirisinde öğrendim.”

Ekleme istediğiniz başka düşünceleriniz var mı?

“Fan çevirilerinin bir hobi olmasına, fan çevirmenlerin ise tutku ve sadakatine bayılıyorum.”

3.4.2. Üreten-Tüketici EFÖ ile Mülakat

Fandom içi çeşitli etkinliklerde üretici rolü üstlenmiş bir fan olan EFÖ'ye yönelik iki ayrı mülakat düzenlenmiştir. Bunlardan ilki kendisinin tüketici kimliğine yönelik sorular olup diğeri ise üreten-tüketici bir fan çevirmeni olan kimliğine yöneliktir.

3.4.2.1. Tüketici Kimliğine Yönelik Sorular

Ne zamandan beri kendinizi bir fan olarak nitelendirmektesiniz?

“Çocukluktan beri bir fan olduğumu söyleyebilirim. Çocukluğumda televizyonda izlediğim çizgi filmlerden beri sürekli çeşitli serilerin fanı oldum ve hala da kendimi bir fan olarak nitelendirebilirim.”

Daha çok hangi medya içeriklerini tüketmektesiniz?

“İnternet ortamında yayımlanan diziler, çeşitli anime serileri takip etmekteyim. Aynı zamanda çeşitli hikâye bazlı oyunlar ve Youtube içeriklerini takip etmekteyim.”

Bu içeriklerin fan çevirileriyle ilk ne zaman ve ne şekilde tanıştınız?

“Küçüklüğümde televizyonda izlediğim çizgi filmleri ileriki senelerde internet ortamında tekrar izlemek istediğimde ilk karşılaştığım şey fan çevirileri oldu ve o zamandan beri izlemeye devam ediyorum.”

Fan çevirilerinin medya tüketiminizde etkili olduğunu söyleyebilir misiniz?

“Fan çevirileri sayesinde anlamadığım dillerdeki dizileri ve oyunları daha iyi anlıyorum. O yüzden izlediğimi sürekli anlama ve takip etme açısından fan çevirileri benim için önemlidir.”

Takip ettiğiniz fan çevirisi olan bir medya eserinin, resmi kaynaklar tarafından çevrilmesi ve piyasaya sürülmesi durumunda, bu resmi çevirilere yöneliyor musunuz?

“Fan çevirilerine genellikle güven duyduğum için resmi kaynaklara pek yönelmiyorum. Fakat bazı resmi kaynakların çevirilerindeki bazı kısımların orijinalinden farklı olduğu vakit aralardaki farkları gözlemlerim.”

Resmi çevirisi olan bir medya eserinin fan çevirilerini kullanmaya devam ediyor/bunları tercih ediyorsanız, sebepleri nelerdir?

“Resmi çeviriler bazen orijinal içerikten kopabiliyor ya da bazı sahneleri orijinal videodan kaldırılabiliyor. O yüzden özgünlük ve orijinallik açısından fan çevirileri daha çok tercih etmekteyim.”

Ekleme istediğiniz herhangi bir şey var mı?

“Fan çevirilerinin resmi çevirilere kıyasla daha çok emek harcandığını ve çevrilen içeriğe daha sadık kaldığını düşünüyorum. Ayrıca gerek yayımlanma hızı gerek kalite olsun fan çevirileri resmi çevirilere kıyasla daha iyi olduğunu söyleyebilirim.”

3.4.2.2. Üreten-Tüketici Kimliğine Yönelik Sorular

Ne süredir fan çevirmenliği yapmaktasınız?

“4 yıldır fan çevirmenliği yapıyorum.”

Ne tür medya içeriklerinin fan çevirilerini yapmaktasınız/yaptınız?

“Anime dizileri ve filmlerinin çevirmenliğini yaptım.”

Sizi fan çevirmenliği yapmaya iten ne gibi unsurlardan/motivasyonlardan söz edebilirsiniz?

“İlk olarak söyleyebilirim ki çevirmenliğe öğretmenimin tavsiyesi ile İngilizce dil becerimi geliştirmek için başladım. Sonrasında çevirdiğim medya içeriklerinin çevirisinin bulunmaması ve topluluğun sosyal medyada bu durumdan hayıflanması beni çevirmenliğe itti diyebilirim. Oynadığım oyunlarında sonrasında serilerinin çıkması bu motivasyonumu arttırdı ve uzun süredir sürekli bir şekilde çevirmenliğe devam ettim.”

Fan çevirilerinin yabancı dil veya çeviri becerilerinizi geliştirmekte etkili olduğunu düşünüyor musunuz?

“Çevirdiğim içerikler genellikle İngilizce altyazılı olduğu için doğal olarak o dildeki becerilerimi geliştirdi. Ayrıca çevirdiğim medya daha çok Japonca dublajlı olduğu için ekstrasdan bir dili daha yakından tanıma fırsatım olduğunu söyleyebilirim.”

Fan çevirilerinin, ilgili medya içeriğinin ülkenizde bir piyasa edinmesinde etkili olduğunu düşünüyor musunuz? Ya da tam tersi piyasaya zarar verdiğini mi düşünüyorsunuz?

“Şahsen fan çevirilerinin piyasaya sosyal medya yoluyla bir şekilde yön verdiğini düşünüyorum. Gerek oyunlara ve içeriklerine gerek sosyal medya içeriklerinin gündemine günün sonunda fan çevirileri yön veriyor. Fakat ülkemizde fan çevirilerinin hayranı olan kitlenin çok dağınık ve düzensiz şekilde hareket ettiğini düşünüyorum. O yüzden günümüzde o kadar da piyasa edindirme konusunda sadece kitlesel kaldığını düşünüyorum.”

Fan çevirilerini etik açıdan nasıl değerlendirirsiniz?

“Kimi zaman resmi çevirilerin yavaş kalması ve orijinal içeriğin değiştirilmesi çevrilen içeriğin özüne saygısızlık olduğunu düşünüyorum. Ayrıca insanlara istedikleri içeriği en hızlı ulaştıran genellikle fan çevirileri oluyor ve takip eden kitleyi memnun ediyor. Fan çevirilerinde gerek içeriğin özünün korunması olsun gerek kalite olsun gerek kitleye daha düzgün hitap etmesi olsun tamamen etik buluyorum.”

Fan çevirileri ve/veya bunların medya endüstrisi ile olan ilişkisiyle ilgili başka düşünceleriniz var mı?

“Her ne kadar fan çevirileri bazı medya içeriklerine ve çeşitli endüstrilere yön verse de ülkemizde fan çevirilerinin gerekli saygıyı ve ilgiyi görmediğini düşünüyorum. Şahsi fikrime göre medya endüstrisi sadece spesifik olarak klasikleşmiş kendi kendini tekrarlayan içerikler üzerinden devam etmektedir. Resmi çeviriler bu tür içerikler üzerinden çıktığı için fan çevirileri gerekli ilgiyi elde edemiyor ve sadece sınırlı kitleye hitap edebiliyor. Fan çevirilerinin medya endüstrisinde etkisinin engellenmesinde “telif hakkı” olaylarının da etkili olduğunu düşünüyorum. Her ne kadar fan çevirileri hızlı ve daha kaliteli olsa da resmi çeviriler orijinal video sahibi ile anlaşmalı olduğu için fan çevirileri direkt ortadan kaldırılıyor ve yok hükmünde sayılıyor. Bu sebeplerden ötürü fan çevirilerinin medya endüstrisindeki etkisinin az olduğunu düşünüyorum.”

3.5. Mülakatın Değerlendirmesi

Bu mülakatlar bağlamında öncelikle İA'nın düşüncelerini ele alacak olursak göze çarpan başlıca ifadelerinden birisi her türlü gönüllü/amatör çeviriyi bir fan çevirisi olarak kabul etmediğidir. İA'ya göre bir gönüllü çevirinin fan çevirisi olarak betimlenebilmesi için, gerçekten saf tutku ve başkalarına fayda amacıyla yapılmış olması gerektirir. Dolayısıyla bu perspektiften bakıldığında, reklam vb. yollarla telif haklarına sahip olmadıkları eserlerden yasadışı bir gelir elde etmek ya da makine çevirisi vb. yollarla sadece internet üzerinde ilgi çekme, popülerlik kazanma gibi gayelerle gerçekleştirilen çevirilerin “gerçek fanlar tarafından yapılmadığı” ve böylelikle fan çevirilerinin tanımına da bir kısıtlama getirebileceğimizi söylemek mümkündür.

Bir fan çevirmeni olarak rol üstlenmiş olan EFÖ'nün yanıtları incelendiğinde ise anket katılımcıları ile örtüşen noktalara değindiği dikkat çekmektedir. Fan çevirilerinin eserin özüne daha sadık, daha saygılı, resmi kaynaklardan daha hızlı ve daha fazla içeriği bünyesinde barındıran etkili bir çeviri hareketi şeklinde yorumlayan EFÖ, aynı zamanda fan çevirmenlerinin varlığının ve dolayısıyla da ortaya koydukları emeğin lisanslamanın sağlandığı durumlarda telif hakkı gerekçesiyle bir kalemde silinip atılmasından rahatsızlık duyduğunu da belirtmektedir. EFÖ'nün bu ifadesi akla Türkiye’de Gerekli Şeyler Yayınevinin bazı mangaların lisansını aldıktan sonra fan çeviri gruplarına fan toplulukları tarafından hoş karşılanmayan bir tavırla içeriklerini kaldırması talebinde bulunması örneğini getirmektedir. Yayınevinin sergilediği bu tutuma karşı birçok tüketici ve çevirmen fan sert tepki vermiş ve fan çevirileri olmadan Türkiye’de bir pazar kuramayacakken fan çevirmenlerinin emeklerine takındıkları bu tavır ile saygısızlık ettiklerini dile getirmiştir.

SONUÇ

Bu araştırma kapsamında fandom ve fanlık olguları katılımcı kültür bağlamında açınılanarak ele alınmış ve bu kavramların bünyesinden türeyen bir alt-kültür etkinliği olarak fan çevirilerinin bireyler ve sektörler üzerindeki etki alanı incelenmiştir. Gerçekleştirilen analizler sonucunda, fan çevirilerinin medya endüstrisinin belli başlı birimleri kapsamında öncü niteliğinde olduğu ve farklı kültürlerle ait öğelerin kültürlerötesi bir boyuta taşınarak bunlar için uluslararası bir pazar oluşturulmasında hatırı sayılır bir rol oynadığı gözlemlenmiştir.

Araştırma kapsamında çeşitli örnek olay incelemeleri ile beraber hem farklı kaynaklar hem de çalışma bünyesinde yapılmış olan anketlerden yararlanılmıştır. Tez bünyesinde gerçekleştirilen anketin katılımcı sayısı 150'dir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunu 102 kişi ile kadınlar oluşturmaktadır. Katılımcıların öğretim düzeyi büyük oranda lisans seviyesinde, yaş aralıkları ise 12-35+ arasındadır. Mülakatlar 3 adet olup bunlardan ilki ANT Dergisinin Frederick Schodt ile yapmış olduğu anime ve manga kültürünün ABD'de yaygınlaşmasını ele alan çalışmadır. Tez kapsamında gerçekleştirilen diğer 2 mülakat ise üretici ve tüketici konumundaki fanlara yönelik yapılmış olup fan çevirilerinin Türkiye'deki tarihsel gelişimini ve seyrini incelemeyi amaçlamıştır. Bu bağlamda tüketici konumundaki fan ile yapılan mülakatta şahsın fan çevirilerinin Türkiye'deki tarihsel gelişimini doğrudan deneyimlemiş bir birey olması ayırt edici olmuştur. Üretici konumundaki ya da bir diğer ifade ile üreten tüketici bir fan çevirmen olan şahıs ile yapılan mülakatta ise kendisinin geniş fan çevresi ve fan çevirileri deneyimi göz önünde bulundurularak karar alınmıştır.

Örnek olay incelemeleri doğrultusunda fan çevirilerinin ilk olarak anime ve mangaların İngilizceye yapılan gönüllü çevirileri kapsamında, ABD, Avrupa ve Güneydoğu Asya Ülkelerinde Japon popüler kültür öğelerinin bir ince güç olarak kendisini göstermesi ile ortaya çıktığı gözlemlenmiştir. Yine bu bağlamda fan çevirilerinin ortaya çıkışı ile dünya genelindeki gelişim süreci ele alınmış ve fan çevirilerinin pek çok kez resmi yayınlara önayak olduğu görülmüştür.

ABD'de bilim kurgu fandomunun bir uzantısı olarak meydana gelen bilim kurgu medya fandomunun zamanla farklı janraları kapsar hale gelmesi ile bir şemsiye terim olarak medya fandomu ortaya çıkmıştır. Günümüz medya fandomunun öncüleri niteliğinde olan

bilim kurgu medya fandomu aynı zamanda halen daha dünya genelindeki muhtelif fandomlarda gözlemlenen fan kültürlerinin de temelini atmıştır. Fan çevirileri de bu temel üzerine inşa olmuş bir başka alt kültür olarak karşımıza çıkmaktadır. Jenkins'in katılımcı kültür ve yakınsama kültürü olguları ile yoğrulan fan kültürleri, fan çevirileri için de bir kılavuz görevi görmüştür. Gelişen teknoloji ve eğlence sektörünün dünya genelinde gittikçe artan egemenliği bu tez kapsamında medya ekosistemleri olarak adlandırdığımız bir olgunun ortaya çıkmasında da etkili olmuştur. Medya ekosistemleri çeşitli bazı kavramlarla bir arada bulunan çapraşık bir olguyu betimlemektedir. Bunlar Jenkins'in ileri sürdüğü transmedya hikâye anlatıcılığı, Kore Akımı bağlamında özellikle Koreli araştırmacıların ileri sürdüğü "One-Source-Multi-Use" yani "tek kaynak çoklu kullanımı" ifade eden OSMU modeli ve son olarak Yecies vd.'nin ortaya attıkları "IP engine" yani "fikri mülkiyet motorlarıdır". Tüm bu kavramlar birbirlerini tamamlayıcı bir yapıya sahip olup ticari kâr amacı güden şirketlerin tek bir kaynaktan maksimum kâr elde etmek amacıyla faydalandıkları yeni bir medya üretim ve tüketim oluşumu olarak nitelendirilebilir. Bu çerçevede hikâyeler artık tek bir medyuma bağlı kalmayıp çeşitli içerik türleri kapsamında tekrar ve tekrar uyarlanmakta ve böylelikle her kaynağın bahsini ettiğimiz fikri mülkiyet motoru hız kesmeden çalışmaya devam etmektedir. Dolayısıyla bahsi geçen tüm bu yeni kavram ve olguların medya endüstrisinde de yeni bir çağın kapılarını araladığını söylenebilir. Doğal olarak medya fandomunun kültürel yaklaşımları da bu değişikliğe fanların her zaman yaptığı gibi hızlı bir şekilde ayak uydurmuştur.

Fan çevirileri bahsi geçen medya ekosistemlerinin önemli çarklarından birini oluşturmaktadır. Zira bu tarz uyarlamalar ve transmedya hikâye anlatıcılığının yaygın bir şekilde uygulamaya geçirildiği günümüzde medya endüstrisinin geçirmiş olduğu bu değişim fan çevirilerinden ciddi manada fayda sağlamıştır. Nitekim bugün kültürlerörtesi bir boyuta taşınmış olan medya fandomu ilk olarak gönüllü fan çevirmenlerin çabaları ile bugün olduğu devasa olgu haline gelmiştir. Dolayısı ile fan çevirmenlerinin ve yine bu kapsamdaki diğer fanca etkinliklerde yer alan fanların bugün sektörlere karşılıksız ve görünmez bir işgücü sağladığını söylemek yanlış olmayacaktır.

Bu düşünceleri irdelemek amacıyla yürütülen anket çalışmasında fan kültürlerinin ve bünyesindeki çeviri çalışmalarının Türkiye örneğindeki konumu ele alınmıştır. Ankete yönelik olarak, dünyanın geri kalanına kıyasla Türkiye'de yabancı dil konuşma oranının düşüklüğü ve dolayısı ile çeviri çalışmalarının kısıtlılığı sebebiyle aynı anketin örneğin

sadece İngilizce konuşan bireylere yapılması durumunda son derece farklı sonuçlar elde edilebileceği dikkat çekilmesi gereken bir noktadır. Benzer şekilde bu duruma Türkiye ekonomisi bağlamında bakıldığında, Türkiye’de fan çevirilerinin yapıldığı kaynak eserlerin ticari uzantılarına erişim de genele kıyasla oldukça azdır. Dolayısıyla bu durum anketin sonuçlarını etkileyen etmenlerden birisi olmuştur. Öte yandan fan kültürlerinde Coppa’nın da ileri sürdüğü gibi özellikle kadınların baskın bir rol oynadığı bu anket sonucunda da gözlemlenmiştir. Ankette ortaya çıkan bir diğer bulgu ise katılımcıların %64,7 gibi bir oranla saf tüketici konumundaki fanlardan oluştuğudur. Bu durum yine Türkiye örneğinin neden olduğu sınırlamaların bir ürünü kabul edilebilir. Çünkü Asya, Avrupa ve ABD’deki fanların fan art, fan fic, fan yapımı videolar, editler vb. diğer fan aktivitelerine katılımı Türk fanlar ile kıyas edilemeyecek bir seviyedir. Bu da yine ekonomik şartlar, eğitim sistemi, yabancı dil bilme oranı ve kültürel yapı gibi ayırt edici özelliklerin Türk fanları kısıtlamasının bir getirisi olarak görülebilir. Özellikle fan çevirmenliği bağlamında katılımcıların %61,3’ünün deneyim sahibi olmamasında sadece fan kültürlerinin Türkiye’deki sınırlı işlevselliğinin değil, yabancı dil ve çeviri becerilerindeki eksikliğinde önemli bir rol oynadığı söylenebilir. Fakat Türk fanların yüzleştiği bu kısıtlayıcı unsurlara rağmen, yabancı medya içeriklerinin tüketimi son derece yüksek çıkmıştır. Örneğin yabancı dizi veya film serilerinin fanları %72, anime vb. animasyon/çizgi filmlerin fanları %50, video oyunları fanları ise %43,9 oranlarında gözükmektedir. Katılımcıların en çok tükettikleri yabancı medya içerikleri ise İngilizce başta olmak üzere özellikle Korece ve Japonca kaynaklardandır. Dolayısıyla Türkiye’de en popüler olan fandomların video oyunları, anime ve manga, Kore dizileri ve Amerikan dizi veya filmlerinin fandomlarından oluştuğunu söylemek mümkündür. Fanlar bu içeriklere ulaşmak için %62,7 oranında hem Türkçe hem de İngilizce fan çevirilerinden yararlanmakta olup, bu bağlamda büyük bir çoğunluğu özellikle İngilizce yabancı dil becerilerinin geliştiğini belirtmektedir. İngilizcenin yanı sıra katılımcıların geliştirme imkânı buldukları diğer diller arasında ise yine Japonca ve Korece ön planda yer almaktadır ve katılımcıların %84 gibi çok büyük bir bölümü fan çevirileri sayesinde yabancı dil becerilerini geliştirme imkânı bulduklarını belirtmiştir.

Fan çevirilerinin medya tüketimi üzerindeki etkilerine yönelik bulgularda ise ankete katılanların %43,3’ü fan çevirileri sayesinde medya/anlatı ürünleri tanıştığını belirtmiş olup %41,4’ü ise fan çevirilerinin bir kaynağın resmi ürünlerini satın almada kendilerini

yönlendirdiğini söylemiştir. Katılımcıların %68,7 gibi büyük bir çoğunluğu için fan çevirileri medya tüketimi deneyimlerinde etki sahibidir. Katılımcıların fan çevirilerini tercih etme nedenleri ise hız, ekonomik olma, çeşitlilik ve çevirmen notu vb. detaylar da dahil olmak üzere kaynak esere sadakat şeklindedir. Öte yandan katılımcıların yarısından fazlası resmi çevirileri tercih ettikleri durumlarda bunun çeviri kalitesi, görüntü/ses vb. nitelikler ve platform arayüzünün kullanışlılığı gibi unsurlara dayandırmaktadır. Katılımcıların %48,7'lik bir oranla diğer yarısı ise Webtoon veya Manga Plus gibi hızlı ve düzenli çeviriler yayınlayan resmi kaynaklara erişimleri olması ve bunların içeriklerini beğenmeleri durumunda fan platformlarını kullanmaya gerek duymadıklarını belirtmektedir.

Fan çevirilerinin etik boyutu ile ilgili veriler ise fanların büyük bir çoğunluğunun duruma göre değişen bir bakış açısı benimsedikleri söylenebilir. Örneğin %36,7'lik bir kısım resmi kaynakların yetersizliğinin fan çevirilerini etik kıldığını beyan ederken %27,4'lük diğer bir kısım ise fan çevirileri yapan birey veya grupların ticari kâr amacı gütmemesi, internet popülerliği peşinde koşması vb. fanlık kimliğinin özünden uzak uygulamalar sergilemeleri durumunda fan çevirilerini etik bulmadığını belirtmiştir. Yine bu bağlamda Türkiye'de fan çevirilerinin tarihsel gelişim sürecini birebir deneyimlemiş olan tüketici konumundaki fan ile yapılan mülakatta, kendisinin saf fanca yaklaşımlardan yoksun bir şekilde şahsi menfaat için yapılan çevirileri birer fan çevirisi olarak görmediği ifadesi dikkat çekicidir.

Katılımcılar ayrıca fan çevirilerinin genel kültür, kültürlerarası iletişim ve etkileşim, insanlar arası iletişim, sosyalleşme, dijital programların, sosyal medyanın vb. internet araçlarının kullanımı gibi çeşitli birçok alanda kendilerine yeni beceri ve deneyimler kazandırdığını belirtmektedir.

Özetle fan çevirilerinin bireyler üzerindeki etki alanı kapsamında farklı kültürleri birbirine bağlayarak yerel fanlara kültürlerötesi bir bilinç sağladığı, fanların ise bu bilinç doğrultusunda dil, kültür ve çeviri edinci gibi çeşitli kazanımlar elde ettikleri görülmektedir. Öte yandan fan çevirilerinin sektörler üzerindeki etkisinin anlaşılması için daha detaylı bir incelemeye ihtiyaç duyulsa da – sektör çalışanlarının görüşleri gibi – örnek olay incelemeleri, fanların medya tüketimi alışkanlıkları ve bu konudaki görüşleri

göz önünde bulundurulduğunda, fan çevirilerinin sektörler için alışılmadık içerikleri yaygınlaştırma yolunda bir kılavuz niteliğinde olduğu söylenebilir.

Medya endüstrisinin ve bireylerin bu oluşum içerisindeki aktif rollerinin beraberinde getirdiği yenilikçi, yaratıcı ve üretken tüketicilik şekilleri, fan kimlikli bireylerin durmaksızın yeni içerikler üretip tüketme peşinde koştuğu kaotik bir sosyo-kültürel yapıyı beraberinde getirmiştir. Uluslararası bir boyutta büyüyüp genişlemeye devam eden bu olgu içerisinde fan çevirilerinin oynadığı yapıcı rol ise, diğer birçok fan işgücü örneğinde de olduğu gibi karşılıksız yapılan doğası sebebiyle büyük oranda görmezden gelinmekte veya sömürgeci ticari yaklaşımlara esir düşmektedir.

Medyanın ve popüler kültür bağlamında çevresinde gelişen her türlü bireysel ve toplumsal etkinliğin sadece bir eğlence unsuru olmaktan çok daha öteye geçtiği günümüzde, fan kültürleri sosyal, kültürel, psikolojik ve toplumsal anlamda bizlere üzerine düşünülecek birçok sorunsal sunmaktadır. Fan çevirilerinin de bu tablonun önemli parçalarından birini oluşturduğu düşünüldüğünde, bu tarz çalışmaların artırılması ve literatüre kazandırılmasının önem arz ettiğini söylemek mümkündür.

KAYNAKÇA

- A brief history of MediaWest*Con: Part 1: A New Hope. (2019, Mayıs 31). <http://www.mediawestcon.org>: <http://www.mediawestcon.org/mwchist.htm> E.T. 15/12/2022
- Abercrombie, N., & Longhurst B. (1998). *Audiences: A Sociological Theory of Performance and Imagination*. London: Sage.
- About the OTW. (2022). *Archive of Our Own*: <https://archiveofourown.org/about> E.T. 03/02/2023
- Acafan. (2023). *Fanlore*. <https://fanlore.org/wiki/Acafan> E.T. 23/03/2023
- Acquisition of Munpia by Naver Webtoon and Premier Partners. (2021, Ekim 1). Yoon&Yang Solutions: <https://yoonyang.com/eng/insights/work-case/>. E.T. 12/02/2023
- Andrew Blau, "The Future of Independent Media," *Deeper News* 10, no. 1 (2005): 3, <http://www.gbn.com/ArticleDisplayServlet.srv?aid=34045>. E.T. 14/03/2023
- Axinto, J. (2014, Nisan 24). *Pacific Rim: In-depth study of the influence of Anime. the Artifice*: <https://the-artifice.com/pacific-rim-anime-influence/> E.T. 19/03/2023
- Azuma, H. (2009). *Otaku: Japan's database animals* (English ed.). University of Minnesota Press.
- Bacon-Smith, C. (1991) *Enterprising Women: Television Fandom and the Creation of Popular Myth*. University of Pennsylvania Press. Philadelphia.
- Baumeister, R. F., & Bushman, B. J. (2008). *Social psychology and human nature* (Annotated instructor's ed.). Thomson Wadsworth.
- Benveniste, A. (2022) *The Meaning and History of Memes*. *The New York Times*. Language and culture <https://www.nytimes.com/2022/01/26/crosswords/what-is-a-meme.html> E.T. 07/04/2023
- Bernal Merino, M. (2007). *Challenges in the translation of video games*. *Tradumàtica*, 5.
- Bey, Y., Boitet, C., & Kageura, K. (2006). *The TRANSBey Prototype: An Online Collaborative Wiki-Based CAT Environment for Volunteer Translators*. 49-54
- Beyza. (2016). "She Was Pretty nasıl Seviyor Sevmiyor oldu?". *Noluyo*. <https://noluyo.tv/haber/5604/she-was-pretty-nasil-seviyor-sevmiyor-oldu/> E.T. 29/05/2023
- Bishop, T. (11 Temmuz 2011). *How Valve experiments with the economics of video games*. *GeekWire*. <https://www.geekwire.com/2011/experiments-video-game-economics-valves-gabe-newell/> E.T. 23/04/2023

- Boldly Writing: A Trekker Fan and Zine History 1967-1987 Archived 2016-09-10 at the Wayback Machine by Joan Marie Verba, page 54. (1996/ second edition: 2003
- Bolter, J. D., & Grusin, R. A. (1999). *Remediation: Understanding new media*. MIT Press.
- BookWalker, (2017 31 Ocak). Animenewsnetwork <https://www.animenewsnetwork.com/advertorial/2017-01-31/why-are-there-so-many-isekai-parallel-world-anime/>.111576. E.T. 25/02/2023
- Bourdieu P. & Nice R. (1984). *Distinction: a social critique of the judgement of taste*. Harvard University Press.
- Brode, D., & Deyneka, L. (Ed.). (2012). *Myth, media, and culture in Star wars: An anthology*. Scarecrow Press.
- Brooker, P. and Brooker, W. (1996) 'Pulpmodernism: Tarantino's affirmative action', in Cartmell, D., Hunter, I.Q., Kaye, H. and Whelehan, I. (eds) *Pulping Fictions: Consuming Culture across the Literature/Media Divide*, London: Pluto Press.
- Burgess, J., & Jones, C. (2018). Media fans' alignment with branding: A rich and under-explored research domain. *The Journal of New Business Ideas & Trends*, 16(1), 1–15.
- Bursztynski, (2010). "HARRY, A HISTORY By Melissa Anelli. London: Penguin, 2008"
- Chapman, A. (2016). *Digital Games as History* (0 bs). Routledge.
- Chin, B., & Morimoto, L. H. (2013). Towards a theory of transcultural fandom. 10(1), 17.
- China Miéville, "Weird Fiction", in Bould, Mark et al., *The Routledge Companion to Science Fiction*. New York: Routledge, 2009, p. 510–516.
- Chua, B. H., & Iwabuchi, K. (Ed.). (2008). *East Asian pop culture: Analysing the Korean wave*. Hong Kong University Press ; Eurospan [distributor].
- Chung, A.Y. (2017, Mayıs 8). *Snack Culture*. Koreantimes: https://www.koreatimes.co.kr/www/news/culture/2014/02/386_150813.html E.T. 07/02/2023
- Chung, S., & Park, S., & Lee, S. (2017). The Era Of Hyper-Connected Society And The Changes In Business Activities: Focusing On Information Blocking And Acquisition Activities. In *International Journal of Management and Applied Science*.
- Clamp (manga artists). Wikipedia. [https://en.wikipedia.org/wiki/Clamp_\(manga_artists\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Clamp_(manga_artists)) E.T. 20/04/2023
- Clements, J. (1995) 'The Mechanics of the US Anime and Manga Industry' in *Foundation – The Review of Science Fiction* No. 64: 32 – 44

- Clements, J. (2013). *Anime: A history*. Palgrave Macmillan on behalf of the British Film Institute
- Clements, Jonathan; McCarthy, Helen (2006). *The Anime Encyclopedia: A Guide to Japanese Animation Since 1917* (Revised and Expanded ed.).
- Creswell J. W. (2005). *Educational research: planning conducting and evaluating quantitative and qualitative research*. Merrill.
- Coppa, Francesca (March 2, 2017). "Introduction: Five Things That Fan Fiction Is, and One Thing It Isn't". *The Fanfiction Reader: Folktales for the Digital Age*. Ann Arbor, Michigan: University of Michigan Press. p. 17.
- Couch, C. (2000). *The Publication and Formats of Comics, Graphic Novels, and Tankobon. Image & Narrative*, 1.
- Cunningham, S. & Craig, D. (2016). *Online Entertainment: A New Wave of Media Globalization?*
- DePalma, D. A. & Kelly, N. (2008). *Translation of, for, and by the People: How User-Translated Content Projects Work in Real Life*. Massachusetts: Common Sense Advisory.
- DePalma, D. A., & Kelly, N. (2011). *Project management for crowdsourced translation How usertranslated content projects work in real life*. K. J. Dunne içinde, *Translation and Localization Project Management: The art of the possible* (s. 379–408). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing.
- Duffett, M. (2013). *Understanding fandom: An introduction to the study of media fan culture* (1. publ). Bloomsbury.
- Dwyer, T. (2016). *Multilingual Publics: Fansubbing Global TV*. İçinde Marshall, P., D'Cruz, G., McDonald, S., Lee, K. (ed) *Contemporary Publics*. Palgrave Macmillan, London.
- Eisner, W. (1990). *Comics and Sequential Art*, Poorhouse Press, 1990
- Electric Ant: Your First Kiss (2008) Röportaj. *TALKING WITH THE MASTER OF MANGA: Author Frederik Schodt on translation, Tezuka, and life as a teenager in Tokyo*
- Fan Histories (retrived in 2022 December). Fanlore. https://fanac.org/Fan_Histories/filkhist.html/ E.T. 13/01/2023
- Fandom. (2023). Wikipedia: <https://en.wikipedia.org/wiki/Fandom> E.T. 18/02/2023
- FanFiction. (2022). FanFiction: <https://www.fanfiction.net/#> E.T. 24/12/2022

- Fernández Costales, A. (2012). Collaborative Translation Revisited: Exploring the Rationale and the Motivation for Volunteer Translation. *Forum - International Journal of Translation*. 10. 115-142.
- Fiske, J. (1999). *Television culture*. Routledge.
- Fleming J. M. (2010) Warners Makes 7-Figure Spec Deal For Japanese Novel 'All You Need Is Kill'. *Deadline*. <https://deadline.com/2010/04/warners-makes-7-figure-spec-deal-for-japanese-novel-all-you-need-is-kill-30679/> E.T. 20/01/2023
- Fleming, M. (2010, Nisan 5). Warners Makes 7-Figure Spec Deal For Japanese Novel 'All You Need Is Kill'. *Deadline*: <https://deadline.com/2010/04/warners-makes-7-figure-spec-deal-for-japanese-novel-all-you-need-is-kill-30679/> E.T. 21/01/2023
- Flew, T. (2008). *New Media: An introduction*. 3rd edition, Oxford and New York: Oxford University Press.
- Franzeska. (2012) PSA to fandom: “Media Fandom” and why you should know what it means. *Dreamwidth*. <http://web.archive.org/web/20130201021232/http://franzeska.dreamwidth.org:80/166757.html/> E.T. 27/01/2023
- Galhardi, R. M, (2014). Fun for all: Translation and accessibility practices in video games. İçinde Mangiron, C., Orero, P., & O’Hagan, M. (Ed.), *Video Game and Fan Translation: A Case Study of Chrono Trigger* (s. 175-197). Peter Lang.
- Gallagher, S. (2021). “How ‘The Matrix’ Redefined Transmedia – ScreenHub Entertainment” <https://screenhub.blog/2021/09/14/how-the-matrix-redefined-transmedia-screenhub-entertainment/> E.T. 03/03/2023
- Gee, J. P. (2004). *Situated language and learning: A critique of traditional schooling*. Psychology Press.
- Gooch, B. (2008). *The communication of fan culture: The impact of new media on science fiction and fantasy fandom*. Unpublished master’s thesis, Georgia Institute of Technology, Atlanta, GA.
- Gray, J., Sandvoss, C., & Harrington, C. L. (Eds.). (2007). *Fandom: Identities and communities in a mediated world*. NYU Press.
- Gross, Edward; Altman, Mark A. (June 28, 2016). "Life After Death". *The Fifty-Year Mission: the Complete, Uncensored, Unauthorized Oral History of Star Trek*. Vol. 1. New York: St. Martin's Press.
- Guo, S. (2020). Return of Fandom in the Digital Age With the Rise of Social Media. *Handbook of research on the impact of fandom in society and consumerism*. Hershey (PA): IGI Global. (193-210)
- Gürçağlar, Ş. T. (2014). *Çevirinin ABC'si*. Say Yayınları.

- Harrison, T. M., & Barthel, B. (2009). Wielding new media in Web 2.0: exploring the history of engagement with the collaborative construction of media products. *New Media & Society*, 11(1-2), 155–178.
- Hebdige, D. (1979; reprint in 2006). *Subculture: The Meaning of Style*. Routledge. London.
- Hellekson, K. & Busse, K. (2023) *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: New Essays*
- Hernandez Perez, M., Corstorphine, K., & Stephens, D. (2017). Cartoons vs. Manga Movies: A Brief History of Anime in the UK. *Mutual Images Journal*, 2, 5-43.
- Hills, M. (2002). Transcultural otaku: Japanese representations of fandom and representations of Japan in anime-manga fan cultures.
- Holmes, L. M. (2022). *Anime In The Uk: The History, Cultural Context, And Evolution Of UK Anime Fandom*.
- Holt, Douglas B. (2004), *How Brands Become Icons: The Principles of Cultural Branding*
- HwanPyoKim, (2016). “The world where everything is connected, Hyper-connected Society”. Hana Direct Insurance official blog, <http://blog.hanalife.co.kr/2379/> E.T. 10/11/2022
- Itō, M., Okabe, D., & Tsuji, I. (Ed.). (2012). *Fandom unbound: Otaku culture in a connected world*. Yale University Press.
- Erdoğan, İ. (2004) *Popüler Kültürün Ne Olduğu Üzerine Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi* Kasım, 5, 57.
- Jang, W., & Song, J. E. (2017). Webtoon as a New Korean Wave in the Process of Glocalization. *Kritika Kultura*, 29.
- Jeffrey Andrew Weinstock, "The New Weird", in Ken Gelder, *New Directions in Popular Fiction: genre, reproduction, distribution*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2016, 177–200.
- Jenkins, H. (2010) *Fandom, Participatory Culture, and Web 2.0 -- A Syllabus*
- Jenkins, H. (2003). “Transmedia Storytelling”. *Technology Review*.
- Jenkins, H. (2006). “Welcome to Convergence Culture” http://henryjenkins.org/blog/2006/06/welcome_to_convergence_culture.html E.T. 12/02/2023
- Jenkins, H. (2006a). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.

- Jenkins, H. (2006b). *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*. New York and London: New York University Press.
- Jenkins, H. (2007). "Transmedia Storytelling 101" http://henryjenkins.org/blog/2007/03/transmedia_storytelling_101.html E.T. 12/02/2023
- Jenkins, H. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Jenkins, H. 1992. *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York: New York University Press
- Jin, D. Y. (2015). Digital convergence of Korea's webtoons: Transmedia storytelling. *Communication Research and Practice*, 1(3), 193-209.
- Jimenez-Crespo, M. (2015). Collaborative and volunteer translation and interpreting. *Researching Translation and Interpreting*. 58-70.
- Jones, S. K . (2021) "Lore, exposition & world building". <https://medium.com/adventures-in-fiction/lore-exposition-world-building-c15dc747b36> E.T. 30/02/2023
- Jr, M. F. (2010, Nisan 5). Warners Makes 7-Figure Spec Deal For Japanese Novel 'All You Need Is Kill'. Deadline: <https://deadline.com/2010/04/warners-makes-7-figure-spec-deal-for-japanese-novel-all-you-need-is-kill-30679/> E.T. 12/02/2023
- Keen, A. (2007). *The Cult of the Amateur: How Today's Internet Is Killing Our Culture* (New York: Doubleday/ Currency), 2–3.
- Kelly, W. W. (Ed.). (2004). *Fanning the flames: Fans and consumer culture in contemporary Japan*. State University of New York Press.
- Kim, A. J. (2006). *Community building on the web: Secret strategies for successful online communities*. Peachpit press.
- Kim, C. & Koo, M. (2021). Naver, CJ ENM join forces to acquire Korea's No.3 web novel platform: Korea's platform giant goes on M&A spree to hold lead in North America, Korea. [https://www.kedglobal.com/\[exclusive\]-deals/newsView/ked202105280003](https://www.kedglobal.com/[exclusive]-deals/newsView/ked202105280003) E.T.15/03/2023
- Kinder, M. (1991). *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. University of California Press.
- Kindsmuller, M. C., Leuchter, S., & Urbas, L. (2005). Online Communities and Community Building. In M. Khosrow-Pour, D.B.A. (Ed.), *Encyclopedia of Information Science and Technology*, First Edition (pp. 2203-2208). IGI Global.

- Kinsella, S. (1998) 'Amateur Manga Subculture and the Otaku Panic' in *The Journal of Japanese Studies* Summer 1998 <http://www.kinsellaresearch.com/nerd.html> E.T. 04/04/2023
- Kollock, P. (1999) *The Economies of Online Cooperation: Gifts and Public Goods in Cyberspace. Communities in Cyberspace*, 2010.
- Kraith. (2022, Ekim 25). Fanlore: <https://fanlore.org/wiki/Kraith#:~:text=Kraith%20is%20a%20well%20known,between%20James%20Kirk%20and%20Spock>. E.T. 19/12/2022
- Krumm, J., Davies, N. & Narayanaswami, C. "User-Generated Content," in *IEEE Pervasive Computing*, vol. 7, no. 4, pp. 10-11, Oct.-Dec. 2008
- List of films based on video games. (2022). Wikipedia. https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_films_based_on_video_games E.T. 24/12/2022
- Loehr, G., & Shackelford, L., & Dill-Shackelford, K.E., & Metcalf, M. (2020). Sci-Fi Fandoms in the Digital Age: Star Trek, Star Wars, and Doctor Who Fandoms and Social Media. *Handbook of Research on the Impact of Fandom in Society and Consumerism*. Hershey (PA): IGI Global. 305-323
- Machkovech, S. (2015). Twitch launches "Creative" category, eight-day Bob Ross Painting marathon. <https://arstechnica.com/information-technology/2015/10/twitch-launches-creative-category-eight-day-bob-ross-painting-marathon/> E.T. 07/05/2023
- Mangiron, C. (2007). Video Games Localisation: Posing New Challenges to the Translator. *Perspectives: Studies in Translatology*, 14 (4), 306-317.
- McCarthy, H., (2018). Re-Creating History: The Development of British Anime Fandom and the Developing Comprehension of Anime History as a Transcultural Phenomenon. *Media Journeys 2018: Animation in Transcultural Contexts*, 24 May 2018, University of East Anglia. United Kingdom.
- Media Fandom. (2022, Aralık 24). Fanlore: https://fanlore.org/wiki/Media_Fandom E.T. 20/04/2023
- Mesipuu, M. (2012). Translation Crowdsourcing and User-Translator Motivation at Facebook and Skype. *Translation Spaces*, 1, 33–53.
- Miéville, 2009: 510–516; Andrew Weinstock, 2016: 177–200
- Miller, P. (2011). Twitch.tv Releases iPhone App, Feeds Your Addiction. *PCWorld*: http://www.pcworld.com/article/242753/twitchtv_releases_iphone_app_feeds_your_addiction.html E.T. 20/04/2023
- Muñoz Sánchez, P. (2015). Video Game Localisation for Fans by Fans: The Case of Romhacking

- Nakayama, W. (2004). Anime Glossary. https://web.archive.org/web/20070519074010/http://www.g4tv.com/animeunleashed/features/50642/Anime_Glossary.html E.T. 28/01/2023
- Napier, S. J. (2005). *Anime from Akira to Howl's moving castle: Experiencing contemporary Japanese animation* (Updated ed., [Rev. ed.]). Palgrave Macmillan.
- Nardi, B. A. (2010). *My Life as a Night Elf Priest: An Anthropological Account of World of Warcraft*. University of Michigan Press.
- Newitz, A. (1994). *Anime Otaku: Japanese Animation Fans Outside Japan*. Bad Subjects, 13.
- Nord, C. (1997) *Translating as a Purposeful Activity. Functionalist Approaches Explained*.
- Novel Updates. Translator's Corner. "How does Novel Updates Work?" <https://forum.novelupdates.com/threads/how-does-novel-updates-work.21477/> E.T. 11/05/2023
- Odell, C. & Le Blanc, M. (2013) *Anime*. Harperden, Herts: Kamera Books.
- O'Hagan, M. (2008). Fan Translation Networks: An Accidental Translator Training Environment? In Kearns, J. (ed). *Translator and Interpreter Training: Methods and Debates*. London: Continuum, 158-183.
- O'Hagan, M. (2009). *Evolution of User-generated Translation: Fansubs, Translation Hacking and Crowdsourcing*
- O'Hagan, M. (2021). Community Translation: Translation as a social activity and its possible consequences in the advent of Web 2.0 and beyond. *Linguistica Antverpiensia, New Series – Themes in Translation Studies*, 10.
- Park, H. (2020). *Understanding Hallyu: The Korean Wave Through Literature, Webtoon, and Mukbang* (1. bs). Routledge India.
- Park, H. (Ed.). (2020). *Media culture in transnational Asia: Convergences and divergences*. Rutgers University Press.
- Pérez-González, L. (2013). "Amateur subtitling as immaterial labour in digital media culture: An emerging paradigm of civic engagement". *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. 19 (2): 157–175.
- Pérez-González, L. (2014). *Audiovisual Translation: Theories Methods and Issues*. London: Routledge.
- Perrino, S. (2009). User-generated Translation: The future of translation in a Web 2.0 environment. *The Journal of Specialised Translation*. Issue 12 – July
- Phil Wang."A History of 'Light Novels'" Taipei Teen Tribune, Taipei Teen Tribune <https://taipeiteentribune.com/light-novels-history/> E.T. 12/05/2023

- Picard, M., & Fandango, G. (2008). Video Games and Their Relationship with Other Media. *The Video Game Explosion: A History from Pong to Playstation and Beyond*, 293-300.
- Preece, J. (1993).
- Proctor, W. (2018) Transmedia comics: seriality, sequentiality, and the shifting economies of franchise licensing. Freeman, M. & Gambarato, R.R. (ed) *The Routledge Companion to Transmedia Studies*. London; New York: Routledge, 52–61.
- Pym, A. (2011). "Translation research terms: a tentative glossary for moments of perplexity and dispute". *Translation Research Projects* 3: 75–110.
- Relationship Between ACG Culture And Japanese Society. (2022) Edubirdie. <https://edubirdie.com/examples/relationship-between-acg-culture-and-japanese-society/> E.T. 05/03/2023
- Rheingold, H. (2000). *The virtual community, revised edition: Homesteading on the electronic frontier*. MIT press.
- Richie, D. (1990) *Japanese Cinema: An Introduction*. Oxford University Press. New York
- Russell, C. A., & Schau, H. J. (2014). When narrative brands end: The impact of narrative closure and consumption sociality on loss accommodation. *Journal of Consumer Research*, 40(6), 1039-1062.
- Ryu, Y. (2021). Naver and Kakao Compete Over Acquisition of Web-novel and Webtoon Platforms <https://www.kbookeng.or.kr/sub/> E.T. 30/03/2023
- Sarıgül, S. & Ross, J. M. (2020). Volunteer vs. Professional Community Translation in Video Game Localization: The Case of the Steam Translation Server in Turkish. *transLogos Translation Studies Journal*, 3 (2) , 1-22.
- Schodt, F. L. (1996). *Dreamland Japan: Writings on modern manga*. Stone Bridge Press.
- Scholz, T. (Ed.). (2013). *Digital labor: The Internet as playground and factory*. Routledge. (Abigail De Kosnik, Fandom as Free Labor)
- Speer, J. B. (1944). *Fancyclopedia*. (fanzine).
- Stack, M. & Kelly, D. M. (2006). Popular Media, Education, and Resistance. *CANADIAN JOURNAL OF EDUCATION* 29, 1: 5-26
- Sungkyunkwan University. (tarih yok). What is the difference between transmedia storytelling and OSMU? Future Learn: <https://www.futurelearn.com/info/courses/transmedia-storytelling/0/steps/27332> E.T. 15/01/2023
- Susan Pointon, "Transcultural Orgasm as Apocalypse: Urotsukidoji: The Legend of the Overfiend," *Wide Angle* 19, no. 3 (1997): 44.

Svanberg, M. (2021). A case study on the translation of Japanese Web novels. Dalarna University.

The Land Before Time. (tarih yok). Inside Scanlation: <https://www.insidescanlation.com/history/history-1-1.html> E.T. 30/05/2023

The Land Before Time. Inside Scanlation. First Generation The Classical Era. <https://www.insidescanlation.com/history/history-1-1.html> E.T. 30/05/2023

Todd, B., & Armstrong Soule, C. A. (2020). Brands, Fans and Exchanges: Differentiating Between Fandoms, Transactional and Social Brand Communities, and Brand Publics. Handbook of research on the impact of fandom in society and consumerism. Hershey (PA): IGI Global. 62- 81

Toffler A. (1980). Üçüncü Dalga, Çev. Selim Yeniçeri, Koridor yayıncılık, İstanbul.

Toriyama's World. Inside Scanlation. <https://www.insidescanlation.com/spotlight/toriyamas-world.html> E.T. 31/05/2023

Tulloch, J. and Jenkins, H. (1995) Science Fiction Audiences: Watching 'Doctor Who' and 'Star Trek', London: Routledge.

Walker, J. (2008). Remixing Television: Francesca Coppa on the vidding underground. Reason Magazine. <https://reason.com/2008/07/18/remixing-television/> E.T. 03/02/2023

Wang, C. (2020). Handbook of research on the impact of fandom in society and consumerism. Hershey (PA): IGI Global.

Wang, L. (2016). Chinese Online Novels Find Foreign Fans. Sixth Tone. <https://www.sixthtone.com/news/1685/chinese-online-novels-findforeign-fans> E.T. 24/05/2023

Wang, P. (2019). A history of "light novels". Taipei Teen Tribune: <https://taipeiteentribune.com/light-novels-history/> E.T. 21/05/2023

Wang, Y. & Shin, H. (2021). Evolution Path of OSMU: Web-novel and Webtoon. Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society, 22(2),119-126.

Wang, Y. (2017). Globalization of Chinese online literature: Understanding transnational reading of Chinese Xuanhuan novels among English readers. Inquiries Journal, 9(12). <http://www.inquiriesjournal.com/articles/1716/> E.T. 28/05/2023

Wattpad. (2021, Mayıs 10). Naver Completes Wattpad Acquisition. Wattpad: <https://company.wattpad.com/blog/naver-completes-wattpad-acquisition> E.T. 12/04/2023

Wellisz, O. (2022, Temmuz 27). From 'The Matrix' to 'Avatar': 11 Most Popular Films Inspired by Anime. Collider: <https://collider.com/best-movies-inspired-by-anime-the-matrix-avatar/#inception-2010---paprika-2006> E.T. 21/01/2023

- Wolf, M. J. P. (Ed.). (2001). *The Medium of the Video Game*. University of Texas Press.
- Xu, J. (2022). Korean Webtoons That've Gotten Adaptations Thanks to Their Incredible Popularity <https://www.cbr.com/popular-korean-webtoons-anime-adaptations/> E.T. 07/04/2023
- Yasuo Otsuka's Joy of Motion. (tarih yok). Ghibli Wiki: https://ghibli.fandom.com/wiki/Yasuo_Otsuka%27s_Joy_of_Motion E.T. 30/04/2023
- Yecies, B., Shim, A., Yang, J. (2019) Chinese Transcreators, Webtoons and the Korean Digital Wave. *Digital Transactions in Asia Economic, Informational, and Social Exchanges*. ed. Athique, A & Baulch, E. (224-241). Routledge.
- Yecies, B., Shim, A., Yang, J. (Jie), & Zhong, P. Y. (2020). Global transcreators and the extension of the Korean webtoon IP-engine. *Media, Culture & Society*, 42(1), 40-57.
- Zhao, L. (2021). *The English Translation and Cultural Dissemination of Chinese Web Novels*.

EK

Ek 1: Anket Formu

Bu anket çalışması Sakarya Üniversitesi bünyesindeki “Fan çevirilerinin çeviri alanındaki konumu üzerine bir inceleme” başlıklı yüksek lisans tezi kapsamında fan çevirilerinin; çeviri sektörü ve eğlence sektörü başta olmak üzere medya endüstrisi üzerindeki etki alanını incelemeye yöneliktir. Bu ankete katılım tamamen gönüllülük esasına bağlıdır ve elde edilecek bilgiler tamamen araştırma amacıyla kullanılacak olup kişisel bilgileriniz gizli tutulacaktır. Anket süresi yaklaşık 10-15 dakikadır.

Bu anket kendisini bir medya ve anlatı fanı olarak nitelendiren (her türlü dizi/film/kitap/çizgi roman/webroman/oyun/anime/vb. metin odaklı medya içerikleri) ve fan çevirileri ile herhangi bir boyutta etkileşim kurmuş olan fan kimlikli bireylere yöneliktir.

Kişisel Bilgiler

- Cinsiyetiniz
 - a. Kadın
 - b. Erkek
- Yaş aralığınız
 - a. 12-17
 - b. 18-25
 - c. 26-40
 - d. 40+
- Eğitim durumunuz
 - a. İlköğretim
 - b. Ortaöğretim
 - c. Lise
 - d. Önlisans
 - e. Lisans
 - f. Yüksek lisans
 - g. Doktora

Fanlılık kimliği ve fandom içi etkileşimlere yönelik sorular

1. Çeşitli fandom içi etkinliklerde bir içerik üreticisi olarak aktif rol alıyor musunuz?
(fandomlarınıza yönelik aktif bir sosyal medya hesabına sahip olmak, fan art, fanfic, müzik videoları, hikâye/karakter/içerik analizleri ve yorumları/teorileri, fan çevirileri, vb. paylaşımlarda bulunmak gibi)
 - a. Evet, bir veya daha fazla fan etkinliği kapsamında içerik ürettim/üretiyorum
 - b. Hayır, fandom deneyimim daha çok içerik tüketimine yönelik
 - c. Fandoma göre değişkenlik gösterebiliyor
2. Fan nesneniz olan medya/anlatı ürününe yönelik resmi hesapları ne sıklıkla takip etmektesiniz?
 - a. Sürekli
 - b. Sık sık
 - c. Bazen
 - d. Nadiren
 - e. Hiç
3. Fan nesneniz olan medya/anlatı ürününe yönelik fan platformlarını ne sıklıkla takip etmektesiniz?
 - a. Sürekli
 - b. Sık sık
 - c. Bazen
 - d. Nadiren
 - e. Hiç
4. Bulunduğunuz fandomların içerisinde gerçekleşen etkinlik ve olayları yakından takip ediyor musunuz?
 - a. Evet, fandom içi etkinlik ve olayları yakından takip etmekteyim ve her tür yenilikten hemen haberdar olurum.
 - b. Evet, ama detaylı bilgi sahibi değilim veya bu etkinlik ve olaylardan geç haberdar olurum.
 - c. Hayır, yakından takip etmem, sadece bazen göz gezdiririm.
 - d. Hayır, fandom içi etkinlik ve olaylarla hiç ilgilenmem.

5. Bulunduğunuz fandomlarda diğer fanlar ile iletişiminizi nasıl değerlendirirsiniz?
- Diğer fanlarla sık sık iletişim halindeyim ve fandomlar aracılığı ile edindiğim birçok arkadaşla sahibim.
 - Diğer fanlarla arada sırada/nadiren iletişim kurmaktayım ancak fandom aracılığı ile edindiğim bir veya birkaç tane arkadaşla sahibim.
 - Diğer fanlarla pek iletişim kurmam ve fandom aracılığı ile edindiğim bir arkadaşım yok.
6. Hangi medya/anlatı içeriklerine ilgi duymakta/aktif bir şekilde tüketmekteyiz?
- (Bir veya daha fazla şık işaretleyebilirsiniz)
- Yabancı diziler ve/veya film serileri (Marvel Evreni vb. devamlı seriler şeklinde)
 - Romanlar ve roman serileri
 - Web romanları ve/veya hafif romanlar (Japon, Kore, Çin gibi kaynaklardan)
 - Anime vb. animasyon diziler/çizgi filmler
 - Manga, DC Comics, Marvel, vb. çizgi romanlar
 - Video oyunları
 - Webtoon gibi web çizgi romanları
 - Kpop gibi idol odaklı programlar
 - Youtube vb. içerik üreticileri
 - Diğer (belirtiniz)

Fan çevirilerinden faydalanmaya yönelik sorular

7. Hangi dil veya dillerdeki fan çevirilerinden yararlanıyorsunuz?
- Türkçe fan çevirileri
 - İngilizce fan çevirileri
 - Her ikisi
 - Diğer

8. Hangi fan çeviri türlerinden faydalandınız/faydalanmaktasınız? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz)
- a. Fansub (anime vb. altyazı çalışmaları)
 - b. Fandub (anime vb. dublaj çalışmaları)
 - c. Fan scanlation (manga, webtoon vb. çizgi romanların çeviri çalışmaları)
 - d. Video oyunu çevirileri (İngilizce veya Türkçe yamalar/paylaşımlar)
 - e. Dizi ve filmler için bireysel yapılan altyazı çalışmaları
 - f. Web romanları, Japon hafif romanları (lightnovel), grafik romanlar vb. eserlerin fan çevirileri
9. Fan çevirilerinden ne sıklıkla faydalanmaktasınız?
- a. Düzenli olarak takip ettiğim fan çevirileri mevcut
 - b. Arada sırada faydalanıyorum
 - c. Nadiren faydalanıyorum
10. Fan çevirileri daha önce bir medya/anlatı ürünü ile tanışmanızda etkili oldu mu?
- a. Evet
 - b. Hayır
11. Fan çevirilerinin medya tüketimi deneyiminizi etkilediğini düşünüyor musunuz?
(Fan çevirileri aracılığı ile fandomlar ile etkileşim kurmak, yeni medya ürünleri ile tanışmak, fan yapımı içeriklere – farklı dil konuşan fanların sanatsal içerikleri gibi – ulaşmak vb.)
- a. Evet
 - b. Hayır
12. Fan çevirilerini resmi kaynakların (resmi dijital platformlar, yayınevleri vb.) çevirilerine göre nasıl değerlendirirsiniz? (Birden fazla şık işaretleyebiliriz)
- a. Fan çevirilerini resmi kaynakların çevirilerinden daha hızlı buluyorum.
 - b. Fan çevirilerini resmi kaynakların çevirilerinden daha amatörce buluyorum.
 - c. Fan çevirilerini resmi kaynakların çevirilerinden daha çok beğeniyorum.

- d. Fan çevirilerini resmi kaynakların çevirilerinden daha kaliteli buluyorum (görsel, işitsel kalite açısından)
- e. Fan çevirilerini resmi kaynaklara kıyasla orijinal eserin özüne daha sadık buluyorum
- f. Diğer: (Belirtiniz)

Fan çeviri platformları ve resmi kaynakların platformları/hizmetlerine yönelik sorular

13. Fan nesneniz olan medya içeriklerinin çevirilere ulaşmak için resmi kaynakların platformlarını (Netflix, Hulu, HBO, Crunchyroll, Tapas, Webtoon, vb. dijital platformlar veya yayınevleri) tercih etmediğiniz durumlarda bunun sebepleri nelerdir? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz)

- a. Resmi platformların fazlalığı ve içeriklerin bunlar arasında dağınık halde bulunması nedeniyle bunları kullanmayı ekonomik bulmuyorum.
- b. Resmi platformları içerik çeşitliliği açısından yetersiz buluyorum.
- c. Resmi platformları arayüzü, kullanıcı deneyimi vb. özellikleri açısından yetersiz buluyorum.
- d. Resmi platformların hizmetlerini pahalı buluyorum/para ödemek istemiyorum.
- e. Fan çeviri platformlarının resmi kaynaklara kıyasla kullanıcılar ile daha sıkı bir iletişim ve etkileşim içerisinde olduğunu düşünüyorum ve bu medya tüketimi deneyimimi olumlu etkiliyor.
- f. Resmi kaynakların çevirileri fan çevirilerinden daha geç yayınlanıyorsa bu medya tüketimi deneyimimi olumsuz etkiliyor.
- g. Fan çevirilerinde resmi platformların aksine daha çok bilgilendirici çevirmen notu bulunabiliyor ve bu medya tüketimi deneyimimi olumlu etkiliyor.
- h. Resmi kaynakların çevirilerinde anaakım kültüre yakın olma çabasıyla fazla yerelleştirme ve düzenleme uygulamalarında bulunulduğunu

düşünüyorum ve bu beni rahatsız ediyor/medya tüketimi deneyimimi olumsuz etkiliyor

i. Diğer (belirtiniz):

14. Resmi platformları fan çeviri platformlarına tercih ettiğiniz durumlarda bunun sebepleri nelerdir? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz)

- a. Resmi platformların çevirilerini daha profesyonel ve kaliteli buluyorum.
- b. Resmi platformların çevirileri mevcut ise ve bu çeviriler fan nesnem olan eserle eş zamanlı/düzenli olarak yayınlanıyorsa, fan çeviri platformlarını kullanmaya gerek duymuyorum (Örneğin Webtoon veya Manga Plus gibi platformların düzenli ve ücretsiz yayınladığı bir eserin fan çevirisine yönelmeyi gereksiz buluyorsunuz).
- c. Fan çevirilerindeki esneklik sebebiyle ortaya çıkabilen ve kaynak eserde bulunmayan dini/kültürel kullanımlar veya çevirmenin gereksiz şahsi yorumlarını çevirmen notu olarak eklemesi medya tüketimi deneyimimi olumsuz etkiliyor.
- d. Diğer (belirtiniz):

15. Fan çevirilerine hangi platformlardan ulaşıyorsunuz? Birkaç örnek veriniz. (Web siteleri, fan çeviri grupları, üçüncü parti uygulamalar)

Fan çevirileri ve etik

16. Resmi bir kaynağın (gerek yerli gerek yabancı) çevirilerine erişim imkânınız olması durumunda fan nesneniz olan medya içeriğinin fan çevirilerini kullanmayı bırakıyor musunuz?

- a. Evet, resmi kaynakların çevirileri çıktığında bunlara yönelmeyi tercih ediyorum
- b. Hayır, fan çevirilerini kullanmaya devam ediyorum
- c. Hangisinin çevirisini, kalitesini (yayın, görsel vb. kalite de dahil olmak üzere), yayın hızını ve devamlılığını (yayınlanma hızı/düzeni) beğeniyorsam onu tercih ediyorum (Örneğin webtoon okuyorsanız fan çevirilerinin kalitesizliği, düzensiz aralıklarla yayınlanması vb.

sebeplerle Webtoon'un resmi platformunda yayınlanınca buradan devam etmeyi tercih ediyorsunuz).

d. Diğer: (Belirtiniz)

17. Fan çevirilerini etik buluyor musunuz?

- a. Resmi bir kaynağa erişimim varsa ve bu kaynak (platform, yayın, vb.) kullanışlı, ekonomik ve yeterli ise, hayır etik bulmuyorum
- b. Resmi bir kaynağa erişimim yoksa veya bu kaynak (platform, yayın, vb.) olması gerektiğini düşündüğümden yetersiz/pahalı/kullanışsızsa, evet etik buluyorum.
- c. Fan çevirisi orijinal esere sadık değilse, ilgi çekmek veya reklamlar üzerinden para kazanmak amacıyla özensiz/makine çevirisi vb. şekillerde yapılıyorsa, hayır etik bulmuyorum.
- d. Etik boyutunu önemsemiyorum

18. Fan çevirilerinin eserlerin resmi çevirilerine önayak olduğunu düşünüyor musunuz?

- a. Evet, fan çevirileri sayesinde yayınevleri/platformlar vb. resmi makamlar ürünlerin popülerliğini tartabilmekte ve buna yönelik yayın kararları alabilmekte
- b. Hayır, fan çevirisi olan eserlerin korsan doğası sebebiyle resmi yayıncıları/platformları bir eseri çevirip yayınlamaktan – zarar etme endişesi nedeniyle – alıkoyduğunu düşünüyorum
- c. Bir fikrim yok
- d. Diğer: (Belirtiniz)

Fan çevirilerinin dil ve çeviri eğitimi üzerindeki etkisine yönelik sorular

19. Fan çevirilerinin yabancı dilinizi geliştirmekte etkili olduğunu düşünüyor musunuz?

- a. Evet
- b. Hayır

20. Fan çevirileri hangi yabancı dillerde beceri kazanmanızı etkiledi? Belirtiniz.
(açık uçlu)

21. Eğer bir fan çevirmeni iseniz veya daha önce fan çevirmenliği yaptıysanız, bu hususta sizi motive etmiş olan unsurlar nelerdir? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz)
- a. Yabancı dil becerilerimi geliştirmek
 - b. Çeviri becerilerimi geliştirmek
 - c. Sevdiğim bir eseri diğer fanlar ile paylaşma arzusu
 - d. Fandom içi etkileşim ve iletişimimi artırma arzusu
 - e. Reklam vb. araçlar yoluyla platformunuzdan para kazanma arzusu
 - f. Diğer (Belirtiniz):
22. Fan evirilerinin bir üreticisi veya tüketicisi olarak, bu etkinliğin size kazandırdığı başka ne gibi becerilerden söz edebilirsiniz? (Dijital programları kullanma, insanlar ile iletişim ve etkileşim, çevirdiğiniz veya çevirisinden yararlandığınız eserde çevirmen notlarından bilgi edinmek vb. Örnekler verebilirsiniz.)
(açık uçlu)
23. Fan evirilerinin bireysel hayatınızdaki veya sektörler üzerindeki etkisine yönelik eklemek istediğiniz başka düşünceleriniz varsa lütfen belirtiniz.
(açık uçlu)

Ek 2: Mülakat Soruları

Fan kullanıcılara yönelik mülakat soruları:

1. Ne zamandan beri kendinizi bir fan olarak nitelendirmektesiniz?
2. Daha çok hangi medya içeriklerini tüketmektesiniz?
3. Bu içeriklerin fan çevirileriyle ilk ne zaman ve ne şekilde tanıştınız?
4. Fan çevirilerinin medya tüketiminizde etkili olduğunu söyleyebilir misiniz?
5. Takip ettiğiniz fan çevirisi olan bir medya eserinin, resmi kaynaklar tarafından çevrilmesi ve piyasaya sürülmesi durumunda, bu resmi çevirilere yöneliyor musunuz?
6. Resmi çevirisi olan bir medya eserinin fan çevirilerini kullanmaya devam ediyor/bunları tercih ediyorsanız, sebepleri nelerdir?
7. Eklemek istediğiniz başka düşünceleriniz var mı?

Fan çevirmenlerine yönelik mülakat soruları:

1. Ne süredir fan çevirmenliği yapmaktasınız?
2. Ne tür medya içeriklerinin fan çevirilerini yapmaktasınız/yaptınız?
3. Sizi fan çevirmenliği yapmaya iten ne gibi unsurlardan/motivasyonlardan söz edebilirsiniz?
4. Fan çevirilerinin yabancı dil veya çeviri becerilerinizi geliştirmekte etkili olduğunu düşünüyor musunuz?
5. Fan çevirilerinin, ilgili medya içeriğinin ülkenizde bir piyasa edinmesinde etkili olduğunu düşünüyor musunuz? Ya da tam tersi piyasaya zarar verdiğini mi düşünüyorsunuz?
6. Fan çevirilerini etik açıdan nasıl değerlendirirsiniz?
7. Fan çevirileri ve/veya bunların medya endüstrisi ile olan ilişkisiyle ilgili başka düşünceleriniz var mı?

ÖZGEÇMİŞ

Ad Soyad: Hatice Sıla ALTINTAŞ	
Eğitim Bilgileri	
Lisans	
Üniversite	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Fakülte	Yabancı Diller Yüksekokulu
Bölümü	İngilizce Mütercim ve Tercümanlık
Makale ve Bildiriler	
1. Balkul, H. İ., Tokgöz, H., Altıntaş, H. S., Kul, M. N. & Hıdır, Z. (2022). Copy pasted vs manually typed texts in machine translation. Dilemmas in Machine Translation. (1-77).	