KİTLE KÜLTÜRÜNE ELEŞTİREL BİR BAKIŞ:

ALTERNATİF MEDYA ÖRNEĞİ OLARAK FANZİN

Mert Orçun Özyurt
171127116

YÜKSEK LİSANS TEZİ
Sosyoloji Anabilim Dalı
Sosyoloji Yüksek Lisans Programı
Danışman: Prof. Dr. Güncel Önkal

İstanbul
T.C. Maltepe Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Haziran, 2020

KİTLE KÜLTÜRÜNE ELEŞTİREL BİR BAKIŞ:

ALTERNATİF MEDYA ÖRNEĞİ OLARAK FANZİN

Mert Orçun Özyurt
171127116
Orcid: 0000-0001-6085-3388

YÜKSEK LİSANS TEZİ
Sosyoloji Anabilim Dalı
Sosyoloji Yüksek Lisans Programı
Danışman: Prof. Dr. Güncel Önkal

İstanbul
T.C. Maltepe Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Haziran, 2020



JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

ETİK İLKE VE KURALLARA UYUM BEYANI

maltepe üniversitesi	LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ ETİK İLKE VE KURALLARA UYUM BEYANI	Doküman No	FR-178
		İlk Yayın Tarihi	01.03.2018
		Revizyon Tarihi	23.01.2020
		Revizyon No	01
		Sayfa	1

26/06/2020

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bulguların sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilmeyen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; çalışmanın Maltepe Üniversitesinde kullanılan "bilimsel intihal tespit programı" ile tarandığını ve öngörülen standartları karşıladığını beyan ederim.

Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

Mert Orçun Özyurt

Hazırlayan: Enstitü Sekreterliği	Onaylayan: Kalite Yönetim Koordinatörlüğü

TEŞEKKÜR

Akademik hayatıma ilk adımlarımı attığım günlerde desteği ve bana olan inancıyla her zaman yanımda olan, günlerce sabahlara kadar masa başında mesaisini benimle harcayan danışmanım, ağabeyim Prof. Dr. Güncel Önkal'a,

Yükseköğretim hayatım boyunca babacan tavrıyla, çok kıymetli desteklerini esirgemeyen, ayrıca iletişim alanındaki çalışmalarıyla her zaman örnek alacağım değerli hocam Prof. Dr. Şahin Karasar'a,

Her zaman yanımda olan, hep örnek aldığım kıymetli hocam Prof. Dr. Betül Çotuksöken'e, Prof. Dr. Ahu Tunçel'e, Prof. Dr. Sabahattin Güllülü'ye, Doç.Dr. Özgür Sarı'ya ve Dr. Öğr. Üyesi Deniz Dağseven Emecen hocalarıma,

Biricik ailem; Necdet Özyurt'a, Şefika Özyurt'a Özge Özyurt Genç'e, Müge Özyurt'a, Ahmet Ümit'e, Vildan Ümit'e, Ayhan Bozkurt'a, ve Kemal Koçak'a,

Çalışma arkadaşlarım; Sinem Bayraktar'a, Feyza Nur Püsküllü'ye, Ömer Niyazi Erten'e, Gökhan Menekşe'ye ve Şule Birim'e, Didem Sert'e, Gizem Sert'e, Pelin Gümüş Biçkin'e, Özgür Bayramoğlu'na, Ahmet Albayrak'a, Mustafa Durmaz'a, Burak Demirci'ye ve isimlerini burada anamadığım değerli dostlarım ve tüm Fanzin emekçilerine sevgi ve saygı ile sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Bu güzel insanların katkısı olmasaydı bu tez de olmazdı.

Mert Orçun Özyurt

Haziran, 2020

ÖZ

KİTLE KÜLTÜRÜNE ELEŞTİREL BİR BAKIŞ: ALTERNATİF MEDYA OLARAK FANZİN

Mert Orçun Özyurt
Yüksek Lisans Tezi
Sosyoloji Anabilim Dalı
Sosyoloji Yüksek Lisans Programı
Danışman: Prof. Dr. Güncel Önkal
Maltepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, 2020

Bu tez çalışması kültür endüstrisi olgusunu hesaba katan eleştirel iletişim sosyolojisi yaklaşımını fanzin örneği üzerinden uygulamak amacıyla oluşturulmuştur. Alternatif bir yayın örneği olarak fanzin, kitle kültürü kuramının dikkati çektiği yaygın, çoğunluğun beğenisine ve tüketim alışkanlıklarına dayalı bir düşün dünyasını yansıtmak yerine mevcut toplumsal düzenin eleştirisini, düşünsel ve deneyimsel yaratıcılığı savunmak bakımından önemlidir. Dolayısıyla bu tez çalışması bir yandan toplumsal yapının eleştirisi, diğer yandan bu eleştiriyi dile getiren fanzinlerin söylem analizini, fanzin yayımcılarının görüşlerinin değerlendirilmesini ve okuyucu kitlenin araştırma sonuçlarını içermektedir. Popüler kültürün yükselişi ile medyanın bir güç olarak yükselişi arasındaki ilişki bu tez çalışmasında daha çok alternatif medyanın doğuşu ve fanzin karşı-kültür hareketinin yaygın, kitlesel ve popüler olanı olumsuzlaması bağlamında ele alınmaktadır.

Anahtar Sözcükler (1) Fanzin (2) Kitle kültürü (3) Kültür endüstrisi (4) Yeni Medya (5) Karşı-kültür.

ABSTRACT

A CRITICAL REVIEW OF THE MASS CULTURE: FANZINE AS AN ALTERNATIVE MEDIA SAMPLE

Mert Orçun Özyurt
Master Thesis
Department of Sociology
Sociology Programme
Thesis Advisor: Prof. Dr. Güncel Önkal
Maltepe University Graduate School, 2020.

This thesis has been created to apply the critical sociology of communication approach, which takes into account the culture industry phenomenon, through the example of fanzine. Fanzine magazines as alternative examples of mass culture theory is important for defending the critique of social order, intellectual and experiential creativity instead of reflecting a common world of thought based on the taste and consumption habits of the majority. Therefore, this thesis study includes the criticism of the social structure on the one hand, the discourse analysis of the fanzins expressing this criticism, the evaluation of the views of the fanzin publishers and the research results of the audience. In this thesis, the relationship between the rise of popular culture and the rise of the media as a power is discussed in the context of the birth of alternative media and the negativity of the widespread, mass and popular of the fanzine counter or cross-cultural movement.

Keywords: (1) Fanzine (2) Mass culture (3) Culture industry (4) New Media (5) Cross-culture.

İÇİNDEKİLER

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI ii
ETİK İLKE VE KURALLARA UYUM BEYANI iii
TEŞEKKÜR iv
ÖZ v
ABSTRACT vi
İÇİNDEKİLER vii
TABLOLAR LİSTESİ viii
ÖZGEÇMİŞ ix
BÖLÜM 1. GİRİŞ 1
Problem 1
Amaç 4
Önem 5
Araştırma Soruları 5
Araştırmanın Sınırlılıkları 6
Tanımlar 7
BÖLÜM 2. KİTLE KÜLTÜRÜNE ELEŞTİREL BİR BAKIŞ 10
2.1. Kültür, Kitle Kültürü: 10
2.2. Popüler Kültür, Medya ve Yeni Medya 15
2.3. "Alternatif" Medya 21
2.4. Fanzin ve Fanzin Kültürü 30
3. BÖLÜM: BULGULAR VE TARTIŞMA 39
3.1. Yöntem 39
3.1.1. Evren ve Örneklem 40
3.1.2.Verilerin Toplanması, Çözümlenmesi ve Yorumlanması 40
3.2. Söylem Analizi Kapsamındaki Bulgular 41
3.3. Fanzin Okurlarına Yönelik Yapılan Araştırmanın Bulguları 42
3.4. Derinlemesine Görüşmelerden Elde Edilen Bulgular 48
BÖLÜM 4. SONUÇ 56
EK 1: Derinlemesine Görüşme Çerçeve Soru Formu (yayıncılar için) 60
EK:2: Derinlemesine Görüşme Çerçeve Soru Formu (okuyucu kitle için) 61
EK:3. Derinlemesine Görüşmeler 62
KAYNAKÇA 106

TABLOLAR LİSTESİ

TABLO 1: Görüşmecilerin Demografik Yapısı…….. 99
TABLO 2: Anket Raporu ve Grafikleri……..100

ÖZGEÇMİŞ

Mert Orçun ÖZYURT

Sosyoloji Anabilim Dalı

Eğitim

Lisans	2017	Maltepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Uluslararası İlişkiler Ve Avrupa Birliği (İngilizce)

İş/İstihdam

Yıl	*Görev*
2016-17	Foto Muhabir, Milliyet Gazetesi
2018	Uzman, Maltepe Üniversitesi

Mesleki Birlik/Dernek Üyelikleri

Yıl	*Kurum*
2015 -	Türkiye Foto Muhabirleri Derneği

Kişisel Bilgiler

Doğum yeri ve yılı	: Samsun, 1993	Cinsiyet: E
Yabancı diller	: İngilizce (Çok iyi)	
E-posta	: moozyurt@gmail.com	

BÖLÜM 1. GİRİŞ

Problem

Bu tez çalışması bir tür olarak fanzinin sosyolojik açılımlarını serimlemeye çalışmaktadır. Ele alınan problem fanzinin yazın kültürü içerisindeki türsel belirlemesini yapmaktan çok, oluşmuş ve oluşmakta olan fanzin kültürünün ne olduğunun günümüz açısından değerlendirilmesi ile sınırlandırılmıştır. Bu çerçevede fanzin bir kültür göstereni olarak ele alındığından bir yanıyla onu oluşturan, dayanışma göstererek yayımlayan, dağıtımını sağlayanlar ile okur-kitlesi arasındaki toplumsal ilişki ele alınmıştır. Bu ilişki günümüz kitle kültürü ve popüler kültür araştırmaları içerisinde eleştirel bir temsili barındırmaktadır. Çalışmanın bulguları da bu temsiliyeti gerek yayımcısı gerek okuyucu açısından göstermek bakımından kendisinden hareket edilen eleştirel kültür sosyolojisi kuramlarını destekler niteliktedir.

Çalışmada benimsenen ana anlayış kültürün yapı ve işlev olarak ele alınışına dayanmaktadır. Öyle ki sanat, din ve hatta dilbilim de dahil olmak üzere kültürü oluşturan simgesel bütün kaynaklar, gerçekliğe bakışımızı şekillendirerek gerek toplum içinde gerekse toplumlararası iletişimde bu iletişimin sadece temelini kurmakla kalmazlar; aynı zamanda sosyal yapılara ve işlevlerine de katkıda bulunurlar. Günümüzde kültürün sembolik iletişim biçimi olarak ele alınması medya güdümünde bir kültür inşâsı ile yakından ilişkilidir. Medya, kültürün sadece ortaya çıktığı yerel kaynaklarında değil, ulusal ve hatta (global) uluslarası anlamda bireylere ulaştırılması noktasında hem aktarıcı hem de aktarımı yaparken inşâcı/dönüştürücü ve şekillendirici bir role sahiptir. İletişimin dinamik etkisi sadece kültür sosyolojisi çalışmalarında değil aynı zamanda bilgi sosyolojisi bağlamında da makro yaklaşımla ele alınır. 20. yüzyılın son yarısında kültür dünyasının parçalanması, küresel-yerel geriliminde farklı tür ve alttürlerde medya olanaklarının özellikle internet üzerinden ulaşılabilir ve yaygınlaştırılabilir oluşuna paralel olarak gerçekleşmektedir. Bu nedenle bir kitle kültürü anlayışı içerisindeki kültür artık iletişim sosyolojisi merceğinde mikro düzeyde de ele alınabilmektedir. Bu çalışmaların en başlangıcında kuşkusuz radyodan (yani dinlemeden) Televizyona (yani

görsele/izlemeye) geçiş yer alır. Bu duyusal değişim iletişimin ontolojisini de değiştirdiği kadar epistemolojik alt yapısını da dönüşüme uğratmıştır.

Günümüz kültür dünyasında bu ilişkinin eleştirel olarak ele alınması söz konusudur. Eleştirel yaklaşım perspektifinde medyaya bakanlar aslında medya unsurlarının insanları yanılttığını, adeta büyülediğini ve bu derin uykuda bireylerin tüketim odaklı mevcut sisteme kültürel olarak boyun eğmeyi dayattığını savlar. Bu alana ilişkin en kapsamlı eleştiriyi yapan Frankfurt Okulu kabaca tanımlamak gerekirse "kitle iletişim alanında pozitivist, davranışçı, nicel ölçümler ve sıranılabilir hipotezlere öncelik veren libertal ya da ana akım iletişim çalışmalarını Marksist bir temelle eleştiren yaklaşımdır" (Cangöz vd. 2013). Eleştirel teoride Adorno ve Horkheimer, Benjamin gibi isimler toplumunu giderek yitiren bireylerin, özellikle propoganda, iktidarın tahakkümü, egemen söylem, tüketime yönelik otoriter "pohpohlama" gibi araçların etkisi altında olduğunu söyler. Bu araçlar arasında çağımızda en başta gelen güçlerden birisi de medyadır. Medya, bir yanıyla bilgi toplumunun teknolojik aracı olarak olumlanırken, diğer yandan eleştirel kuram medyanın "ideolojik bir aygıt olarak" kullanılabileceği ve kültürü popülerleştirerek "alçaltacağı" varsayımı çerçevesinde olumsuz yaklaşımla da ele alınır (Maigret, 2014). Frankfurt Okulu "kitle kültürü" tanımlamasını kullanarak kendisinden önceki yüzyıllarda geçerli kültür kuramının yeniden ele alınmasını önerirler. Onlara göre kitle iletişiminin ve kitle kültürünün gelişimiyle ortaya çıkan tüketim toplumu ticari yayıncılığın hızla yükseldiği bir dönemde ortaya çıkar. Bu dönemde medyanın popüler ve çeşitli radyo kanalları, TV'da çok kanallı yayın ve sinema gibi ürünleri ortaya çıkmıştır. Adorno ve Horkheimer, "kültür endüstrileri" olarak yeni toplumsal denetim biçimleri ve kapitalist topluma rıza üretmenin aracı olduğunu saptamaktadırlar. Diğer yandan Adorno ve Horkheimer, kültür endüstrisi terimiyle, geleneksel kültür ile kitle kültürü farkını da ortaya koymaktadırlar. Geleneksel kültür, endüstriye karşı daha ılımlı ve aynı zamanda toplumculuğu bireyselciliğe tercih eden bir kültür olarak tanımlanırken; kitle kültürü, bireye bir yandan özgürleştiği duygusunu vererek yaygın tüketim odaklı davranış ve tutumları takip etmesini dayatırken diğer yandan toplumların genelinde ideolojik bir tahakküm biçimi olarak işlev görmektedir.

Genelden özele, eleştirel iletişim sosyolojisi çalışmaları medyanın yaygın bir tahakküm aracı olarak kullanımına karşın "alternatif bir medya"nın olanağını tartışır.

Alternatif medya, değişik içerik ve biçimlerle karşımıza çıksa da, genel olarak iki ortak özelliğe göre nitelendirilir: İlk olarak, bu tür yayınlar genellikle düşük bütçeli, bir kişiden ya da küçük gruplardan oluşan, herhangi bir kâr güdüsü ile üretim yapayan çekirdek bir kadro tarafından oluşturulurlar. "KendinYap" (*do-it-yourself*) inancıyla oluşturulan bu amatör dergiler, profesyonel dergilerle karşılaştırıldığında oldukça az yaprakla okuyucusunun karşısına çıkar. İkinci olarak alternatif medya, yerel, ulusal ya da küresel konularda alternatif bakış açıları/yorumlar sunmak için kurulur. Bu nedenle ana akım medyanın hegemonyasının karşısında bir duruş sergilerler (Bennett, 2013). İşte bu tez çalışmasında da bu duruşun gerek içerik, gerek yayımcılar gerekse izleyici/okur-kitle bakımından ele alınışı araştırılmaktadır.

Alternatif medya genellikle ana akım medya tarafından temsil edilmeyen muhaliflere temsil sağlaması ve sosyal, siyasal reformun taraftarlığı ile tanımlanmaktadır (Haas, 2004). Alternatif medyanın en önemli özelliklerinden birisi de sokaktaki okuyucu ile arasında geçen özel bir etkileşim ağı kurma, ünlü olmayan –sıradan- insanlarında yazılarını diledikleri zaman yayınlayabilecekleri ticari bir boyutu olmayan bir iletişim aracı olarak kullanılmasıdır.

Dolayısıyla bu tez çalışmasının problemi makro bir kültür anlayışından çok mikro kültürel gösteren olarak fanzin örneğindeki sosyal yapı ve işlevsel dinamiği açımlamak üzerinde şekillenmiştir. Tez çalışmasında benimsenen bu yaklaşım konuya ilişkin ülkemizde yapılan diğer tez çalışmalarından da farklılaştığı noktaya karşılık gelmektedir. Fatma Tekin'in "Muhafazakar İslamcı Fanzinler Örneğinde Alternatif Gençlik Medyasının Dönüşümü" başlıklı yülsek lisans tezi (2019- İstanbul Üniversitesi SBE Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler ABD) daha çok seçilmiş altı adet fanzinin anaakım medyadan ayrılan yönlerinin özellikle gençlik medyasına etkilerini araştırmaktadır. Orkun Destici'nin "Bir Grafik Ürün Olarak Üretim Biçimleri Bakımından Türkiye Fanzinleri" başlıklı yüksek lisans tezi (2019- Dokuz Eylül Üniversitesi GSÜ- Sanat ve Tasarım Anasanat Dalı) Türkiye'de son 25 yılda metal ve punk altkültürü ile gelişen fanzin edebiyatının bir estetik hareket olarak ele alınması kapsamındadır. Yine 2019 yılında Elif Şeyda Doğan tarafından "Gelenekselden Sayısala: Türkiye'de Fanzin Yayıncılığı" başlığı ile tamamlayan yüksek lisans tezi (Marmara Üniversitesi SBE Gazetecilik ABD) iletişim teknolojilerinde yaşanan dijital (sayısal) değişim odağında

geleneksel medya türlerine uyum sağlamayan bir yapı ve ağ olarak örgütlenme biçimi, alternatif medya karakteri nitelemesiyle incelenmektedir. Efe İmamoğlu'nun "New Zones of Coexistence in the Cultural Field: The Populer Literary Magazines in Turkey" (2017- Bilgi Üniversitesi SBE Sosyoloji) başlıklı yüksek lisans tezi fanzini kamusal alan olarak tanımlamakta, daha çok popüler edebiyat dergilerinin sosyopolitik alandaki söylemsel mücadelesine odaklanmaktadır. Adnan Alper Demirci'nin "Shock Imagery in Turkish Heavy Metal Fanzines: A Reaction to Criticism from the Mainstream Media?" başlıklı yüksek lisans tezi (2015- İzmir Ekonomi Üniversitesi- SBE- Tasarım) görsel analiz yöntemini kullanarak bir medya örneği olarak heavy metal fanzin türünün ikonografisine ve metinler arasılık özelliğine odaklanmaktadır. Murat Altun'un "The Photocopied 1990s: Youth, Culture, and Fanzines" başlıklı yüksek lisans tezinde ise (2005- Boğaziçi Üniversitesi- Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Enst.) 1990'ların kültürel dönüşümünde apolitik gençlik tecrübesinin üretilmeye çalışıldığı küresel gösteri toplumu içerisinde fanzinleri bir mücadele alanı ve reddiye olanağı olarak nitelendirmek bakımından incelemiştir.

Türkiye'de lisansüstü alanda üretilmiş bu içeriği dikkate aldığımızda yapılan bu tez çalışmasının ayrışan yönünün daha çok Frankfurt Okulu bağlamındaki eleştirel gündelik hayat sosyolojisi çalışma alanı bakımından fanzini bir eleştirel "kültür" olarak ele aldığı, alternatif medya olanağı değil, alternatif (hatta karşı) kültür yapısı içerisinde tanımladığını söylemek olanaklıdır. Bu bağlamda Adorno, Horkheimer, Gans, Giddens, Bennett, Berger, Haas, Atton, Maigret, Jay, Debord, Baudrillard, Benjamin ve Castells'in kuramsal dayanakları, Ünsal Oskay'ın ve Löwenthal'ın yaratıcı yorumları çalışmanın kuramsal arka planını oluşturmak bakımından seçilmiş ve bulgular ışığında fanzin kültürü özelinde yorumlanmıştır.

Amaç

Çalışmanın belirtilen yukarıdaki sorunsal bakımından temel dayanağı, kitlesel tüketim kültürünün yaygın araçlarından olan ve kitle endüstrisinin enformasyon aygıtı olarak karşımıza çıkan medya unsurlarının değişim ve dönüşümüdür. Frankfurt Okulunun eleştirileri bağlamında çalışmada ele alınacak olan problem, toplumsallaşma süreçlerinin yaygın tahakküm ve tüketim araçları altında sıradanlaştığı, benzeştiği gerçeğidir. Bu

sosyolojik gerçek özellikle “alternatif medya” araçlarının yaygınlaşması ile karşımıza çıkmaktadır. Alternatif medya bir yandan yaygın medyanın söylemine, diğer yandan dayattığı kitlesel yaşam biçimine ve bireyselleşmenin karşısında duran kitlesel satın alma davranışlarına karşı durur. Tez çalışmasında, alternatif medyanın bir örneği olarak fanzin türündeki yayınların ülkemiz özelinde okuyucu kitlesi, yayım sahipleri ve dolaşım biçimleri bakımından analiz edilmesi öngörülmüştür. Kitle endüstrisi ürünlerine dönüşme tehlikesi de olan fanzin türü artık sınırlı sayıda bilinçli okuyucunun bir duyarlılık dışa vurumu değil, moda ve trend kavramları ile açıklanabilecek, yaygın dağıtım ağı olan, “farklılık” olarak kabul görmektedir. Bu durumda medyaya yönelik iletişim sosyolojisi bağlamındaki eleştirilerin haklılığı sorunsal olarak karşımıza çıkmaktadır.

Önem

Bu tez çalışmasının teorik önemi, Frankfurt Okulu ve devamında medyaya, popüler kültür endüstrisine getirilen eleştirileri, kitle kültürü kavramına yönelik açıklamaları, toplumsallaşma ve bireyselleşme arasındaki ilişkiyi özetleyerek günümüz toplumsal yapısına ilişkin çıkarımlarda bulunmasına dayanır.

İletişim ağlarının, teknoloji gibi yeni tekniklerle her geçen gün geliştiği ve kendisine yeni anlamlar ürettiği dünyamızda, fanzinler alt kültürün direniş sembolü olarak problemleri aktarmada ülkemizde de önemli bir yer edinmiştir. Bu durum özelinde alternatif medya kanallarını kullanan toplulukların sosyoekonomik hazırbulunuşlukları, toplumsal hareketlilikleri bu çalışmada konu edilmiştir. Böylece tezin uygulamaya yönelik önemi, fanzin okuyucuları ve yayımcıları açısından teoride öngörülen ve dikkat çekilen kuramsal varsayımların ne ölçüde gerçekleştiğinin saptanmasıdır.

Araştırma Soruları

Bu tez çalışmasında, Frankfurt Okulu düşünürlerinin kültür endüstrisi, kitle kültürü ve kitle iletişimi kavramları bağlamında alternatif medya olanaklarının toplumsallaşmadaki karşılığı fanzin çevresi özelinde aşağıdaki sorunsallara bağlı olarak araştırılacaktır:

• Alternatif medyanın yaşanan teknolojik gelişmeler ve değişimlerle günümüzde nasıl bir sosyal ortamda karşılık bulduğu,

• Muhalif bir etkileşim ağı olarak görünen alternatif medyanın toplumsal gerçekliğe bakışı,

• Fanzinin alternatif medya türü olarak ortaya çıkışı ve gelişimi,

• Mevcut kültürel zemine karşı ve kültürel önyargı sembol ve değerlerine ilişkin olanın altındaki görme biçimi olarak fanzinin konumlandırılıp konumlandırılamayacağı,

• Alternatif medyanın tercih edilmesini belirleyen sosyokültürel faktörler ve bireysel tercihlerin motivasyon unsurları,

• Fanzin çevresi olarak adlandırılabilecek ve kolektif aktörlerle oluşturulan toplulukçu yapının araştırılması,

• Bireysel farkındalığın dışa vurumu, marjinalleşme ve tercih kavramları,

• Fanzinin kültür endüstrisi ürünü haline dönüşüp dönüşmediği,

• Sosyal eğilimler ve geleneksel davranışlar üzerinden gündelik yaşamdaki pratikleri,

• Alternatif medya alışkanlıkları üzerinden gündelik yaşamın algısı,

• Kitle kültürünün iletişim ver etkileşim türündeki özel örneği olarak fanzin okurlarının sosyolojik profillerini ayrıntılandırmak,

• Fanzin örneği özelinde toplum – medya – okur/yazar ilişkisini incelemek.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmada fanzin edebiyatının bir alternatif medya türü olarak kolektif, tercih ve farkındalıklara dayalı kültürel dışavurum özelliğini araştırma nesnesi olarak kullanmaktadır. Dolayısıyla tezin nesnesi kılınan alternatif medya çalışmalarının sadece bir örneği olmaktadır. Tezde saptanacak bulgular bu kapsamda sınırlandırılmıştır. Araştırma üç ana aşamada planlanmıştır. Bunlardan birincisi Türkiye'de kendisini fanzin olarak nitelendiren basılı eserlerin söylem analizinin yapılmasıdır. Ancak fanzin türü gerek bireysel çabanın veya küçük grupların emeği ve özverileriyle sistemsiz biçimde yayımlanması nedeniyle gerek dağıtım kanallarının standart dışı olması dolayısıyla kolaylıkla bulunabilir ve sistemleştirilebilir bir yapıda değildir. Bu nedenle araştırmanın söylem analizi dijital bir yayın platformu olan İSSUU üzerinde kayıtlu fanzin örnekleriyle sınırlandırılmıştır.

Araştırmanın sürdürüldüğü sırada tüm dünyada ve Türkiye'de doğrudan etkileri ve kısıtlama sonuçları görülen COVİD-19 pandemisi nedeniyle derinlemesine görüşmeler ve okur-kitle görüşmeleri online (çevrimiçi) platformlarda gerçekleştirilmiştir. Bu durumda daha öncesinde planlanan odak grup görüşmeleri yerine derinlemesine görüşmelerde daha seçici bir örneklem olarak fanzin dayanışma gruplarının temsilcileri, yayın dünyası temsilcileri seçilmiş; okur-kitle araştırması ise çevrimiçi (Google-Form) anket yoluyla sosyal medya üzerinden süreli olarak gerçekleştirilmiştir. Hedef kitleye ulaşabilmek açısından okuyucu kitle formları "Fanzin Apartmanı" gibi dayanışma gruplarının adreslerinden de paylaşılmıştır.

Sonuç olarak araştırmanın pandemi dolayısıyla bir sınırlılık içerisinde gerçekleştiği, ancak diğer yandan okur kitlenin ilgisi ve fanzin çevrelerinin samimi yönelimleriyle sınırlı örnekleminde nitelikli ve araştırma alanı için kapsayıcı bulgulara kavuştuğu söylenebilir.

Tanımlar

Bu tez çalışmasında sıklıkla kullanılan ve çalışmanın odağında yer alan kavramsallaştırmalara ilişkin anlayışlar şu şekilde sıralanabilir:

Kültür: İnsanın ortaya koyduğu ve tüm gerçeklik olarak ifade edilen kültür "insan dünyasını taşıyan, yani insan varlığını gördüğümüz herşey" olarak ifade edilebilir ve insanın anlam-varlığına ilişkin tüm düşünülebilirliklerini içermektedir (Uygur, 2018: 18). İnsanın bir kültür varlığı olduğu, burada ifade edilen gerçeklik alanının insanın bütünlüğüne karşılık geldiği söylenebilir. Kültürün incelenmesi bu bütüncüllüğü düşünüldüğünde farklı disiplinlerde farklı bağlamlara karşılık gelmektedir. Kültür felsefesi, kültür sosyolojisi ve kültürel-antropolojik çalışmalar birbirinden farklı olarak bu bütüncül alanın içerisinde kültürü araştırma nesnesi kılarlar. Kavram 18. Yüzyıl Almanyasında medeniyet, 19. yüzyılda çoğulcu anlamlara bürünmüştür (Giddens, 2018:259).

Kitle Kültürü ve/veya *Popüler Kültür:* Kitle iletişim araçları yoluyla üretilmesi ve yayılması koşulunu başat biçimde taşıyan ve kitlesel bir "pazar" için imal edilmiş standartlaşmış kültürel ürünleri ifade eden kitle kültürü edilgen bir kitlenin varlığını ve bu popüler ürünler karşısında çaresizliğini ifade etmektedir (Mutlu, 2016:201-204).

Frankfurt Okulu: Kitle kültürü ve popüler kültürün eleştirisini yapan bu Okul, tekbiçimci, değersiz ve eleştiriye yer vermeyen, görüngüler oluşturan yaygın kültüre karşı durmuştur. Frankfurt Okulunun sadece kitle kültürü eleştirisi değil aynı zamanda pozitivizme ve mutlakçı doktrinlere yönelik de karşı çıkışları vardır. Ancak bu tez kapsamında Frankfurt Okulunun kültür endüstrisi etkisi altında kendi başlarına gelenlerle özdeşleşen insan kitlelerinin toplumsal kültürü karşısında oluşları ele alınmaktadır (Bottomore, 2016).

Kültür Endüstrisi: 19. ve 20. yüzyılda kültür, endüstriyel tekniklerle üretilmeye ve dağıtılmaya başlamıştır. Bunun sonucu olarak ise yeni bir kavram olarak "kitle kültürü" ortaya çıkmıştır. Kitle kültürü kavramı ile "endüstriyel tekniklerle üretilen ve karşı koyma olanağı bulunamayan çok geniş kitlelere yayılan davranış, mitos ya da temsili olguların tümü" anlatılmak istenmiştir (Özkök, 1985: 107).

Fanzin: İngilizce FANatic ve magaZINE kelimelerinin kısaltılmasıyla oluşturulan finansal kaynaklardan ve hiyerarşik yapılardan uzak alternatif bir basılı materyeldir. Farklı yöntemlerle çoğaltılan örnekleri olmakla beraber genellikle fotokopi aracılığı ile çoğaltılarak, satış amacı güdülmeden dağıtılan yayınlardır. Fan ve magazine kelimelerinin birleşiminden meydana gelen Fanzin, belirli bir alt-kültür grubu taraftarları (fanları) tarafından, hatta bazen tek bir kişi tarafından kendi ilgi alanları ile ilgili olarak yine kendi kendilerine yayınladıkları, çoğunlukla alternatif formatlarda (el yazısıyla veya gazetelerden kesip yapıştırarak vb.) ürettikleri dergiler/gazetelerdir.

Allternatif medya: Mevcut iletişim düzeninin eşitsizlikleri ve tekelleşmeler karşısında ortaya atılmış bir kavram olan bir medya türü olarak ifade edilmektedir (Waltz, 2005: 2).

Yeni Medya: Hesaplama, sayısal yöntemlere dayalı telekomünikasyon şebekeleri ve içeriğin bu dağıtım ağında veri olarak yeniden üretilmesine dayalı olması bakımından geleneksel medyadan ayrılan metin, ses ve görüntüyü birleştirerek çok farklı tarzları bütünleştiren alt yapı olarak kullanılmaktadır (Mutlu, 2017: 354). Bu tez çalışması bağlamında yeni medya bir kişilerarası iletişim psikolojisinde "hakimiyet" olarak geçen "güç ilişkileri"nin medya gücü olarak karşılık bulmasının tezahürü olarak ele

alınmaktadır. Kitle medyasının izlerkitleleri üzerindeki tesirine dolayısıyla "dördüncü güç"e gönderme yapmaktadır (Chandler ve Munday, 2018: 170).

Dijital Medya: Genellikle yeni medya veya bilgisayarla iletişime eş anlamlı olarak kullanılan bu şemsiye terim bilginin enformasyon olarak analog yerine çeşitli ekipmanlar ve bunların dayalı olduğu teknolojilerin kullanılması çerçevesinde kodlama, yazı, çizgisel perspektif ve sanal gerçeklik uygulamaları ile fiziksel uzamı temsil etmenin yerine geçmesi anlamına gelir. Bu durumda önceden kurgulanmış ve kavramsallaştırılmış kültürel unsurların yeniden kodlanarak kültürel biçimlerin medyada yeniden üretimi anlamında kullanılmaktadır. Böylelikle dijital destekli yeni medya, kitle iletişimi açısından çok farklı ve fazla kullanıcı/izlerkitleye ulaşabilmesi bakımından yeni bir sosyal düzenin de ortamını (*medium*) oluşturmaktadır (Chandler ve Munday, 2018: 93-94).

BÖLÜM 2. KİTLE KÜLTÜRÜNE ELEŞTİREL BİR BAKIŞ

2.1. Kültür, Kitle Kültürü

Kültür, sözcük anlamıyla etimolojik bakımdan (Lat. *colere*) "işlemek", "yetiştirmek" ve "düzenlemek" gibi farklı anlamlarda kullanılan anlamı bakımından evrimsel ilerlemeye karşılık gelen bir sözcüktür (Kulak, 2017, 26). Bu fiilden türetilmiş *cultura* sözcüğüne ilk olarak "toprak kültürü" kavramında rastlanmıştır. Romalılar doğada kendiliğinden yetişen bitkileri, insan eliyle yetişen bitkilerden ayırmak üzere *cultura* sözcüğünü kullanmışlardır. Burada doğanın bir parçası olan toprağın, insan tarafından işlenmesiyle nasıl görece bağımsız bir alan oluşturduğuna dikkat çekilir. Bu genel kullanımlardan farklı olarak Cicero, Horatius ve Tacitus, sözcüğü, toprak ya da bitkiler için değil, doğrudan insan için kullanan ilk düşünürler olarak bilinirler (Kulak, 2017, 28). Önceleri ekip-biçmek ve hayvanları otlatmak anlamına gelen kültür sözcüğü, 18. yüzyılda "medeniyet" kavramıyla eş anlamda anılmaya başlanmıştır. 19. yüzyıla gelindiğinde ise kavram sosyal bilimlerde de yerini bulmuş ve bir toplumun üyelerince edinilen yaşam biçimiyle dil, sosyal normlar ve geleneklerin bulunduğu tüm unsurları kapsayacak şekilde gelişmiştir. Etkileşim ve iletişim olguları bakımından içeriği giderek gelişen kültür, artık, "belirli bir toplumu veya sosyal bir grubu karakterize eden ve kapsamını bilgi, gelenek – görenekler, normlar, hukuk ve inançların oluşturduğu bir yaşam biçimi" haline gelmiştir (Giddens, 2018:259).

Kültürün, kültürel çalışmalar, kültür felsefesi ve kültür sosyolojisi bakımından ele alınışındaki yöntemsel farklılık aynı zamanda kültürün bağlama dayalı konumlandırılmasını da içerir. Sanat, din ve hatta dilbilim de dahil olmak üzere kültürü oluşturan simgesel bütün kaynaklar, gerçekliğe bakışımızı şekillendirerek gerek toplum içinde gerekse toplumlararası iletişimde bu iletişimin sadece temelini kurmazlar; aynı zamanda toplumsal hiyerarşilerin işlevine de katkıda bulunurlar. Durkheim, ortaya koyduğu "kollektif temsiller" kavramıyla tüm bu olguları sembolik olarak incelerken, Max Weber çok farklı yöntemle, sosyolojiyi içinde barındırdıkları topluma ilişkin anlamlar, kavram ve açıklamalarla ilgilenen "kültür bilimlerinden" birisi olarak görmüştür (Önkal, 2014:160). Teknoloji, iletişim araçlarının yaygınlaşması gibi Anglosakson coğrafyada gerçekleşen sanayileşme, toplumsal ve ekonomik değişimler

bir takım yeni kavram ve kuramı da doğurmuştur. Bilim insanları, toplumun "bilimsel" olarak incelenebileceğini ortaya atmış ve ortaya çıkan yeni kavramlarla yaşanmakta olan "yapısal değişimler"i açıklamaya başlamışlardır. Bir "yaşam tasarımı" olarak kültür ise belirli bireylerden bağımsız olarak düzenlenmiş, rastlantısal değil, örgütlenmiş modellere sahip kültürel sistemlerdir (Giddens, 2016: 35). "İnsanın doğa karşısında veya doğadan farklı olarak ortaya koyduğu tüm etkinliklerin bir aradalığı" olarak kültür ayrıca bireyin kendini geliştirme faaliyetini ve bilincini içeren tüm etkinlik alanını ifade etmektedir (Kulak, 2017: 29).

Yirminci yüzyılın ikinci yarısıyla birlikte, sanayi devriminin, Henry Ford'la başlayan sanayileşme ve üretim araçlarının çeşitliliğinin artması ve II. Dünya Savaşı savaşı sonrası ortaya çıkan toplumsal dönüşümler, kapitalist iş bölümünün gelişmesi ve modern şehirlerin ortaya çıkışı, köyden kente göçle birlikte okur–yazarlığın hızla artması, baskı teknolojilerinin gelişmesi ve bu gelişmeye bağlı olarak popüler bir edebiyatın ortaya çıkması kitle kültürünün oluşmasını sağlamıştır.

Birçok kuramcı modern dönüşümlerin diğer bir deyişle cemaat tipi örgütlenmelerin yeniden üretilerek bireyselliğin ön plana atıldığı bu yeni dönemi anlamak farklı fikirler ortaya atıldı. Örneğin Marx açısından kültür tanımı iki farklı anlamda kullanılmıştır. Kültürü bir nevi doğadan ayrı olarak oluşturduğu bir birikim olarak görür. Diğer yandan ekonominin toplumsal bilici etkilediğini ve bu noktada kültürü ekonomi dışında kalan bir bilinç olarak görür. Kitle iletişimi üzerine Marx tarafından öne sürülen "katı olan her şeyin buharlaşması" bireylerin, kentleşmenin ve yeni modern dünyaya ayak uydurma çabalarının bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Benzer şekilde herkesin "aynı" olmaya zorlanması kitle kültürünün itici gücü, yabancılaşma ise sonucu olarak gözlemlenmektedir (Stevenson, 2015:28-28).

Frankfurt Okulu'nun önde gelen kuramcılarından Adorno ve Horkheimer toplumsal kopuşları modern dünyanın olumsuz kaynaklarında konumlandırırlar. Adorno ve Horkheimer, "kültür endüstrisi" terimiyle, "geleneksel kültür"ün ölümünü adeta anlatmaktadırlar. Diğer bir deyişle geleneksel kültür, endüstriye karşı daha ılımlı ve aynı zamanda toplumculuğu bireyselciliğe tercih eden bir kültür olarak tanımlandırılır. Oysa kitle kültürü, bireye bir yandan özgürleştiği duygusunu vererek yaygın tüketim odaklı

davranış ve tutumları takip etmesini dayatırken diğer yandan toplumların genelinde ideolojik bir tahakküm biçimi olarak işlev görmektedir.

Frankurt Okulu sosyologlarının kitle iletişiminin ve kitle kültürünün gelişimine tüketim toplumuyla ticari yayıncılığın hızla yükseldiği bir dönemde geliştirilmiştir. Medyanın çeşitli türlerdeki ürünleri giderek kitle kültürünün bir ürünü olarak ortaya çıkmıştır. Kitle kültürü, bireye bir yandan özgürleştiği duygusunu vererek yaygın tüketim odaklı davranış ve tutumları takip etmesini dayatırken diğer yandan toplumların genelinde ideolojik bir tahakküm biçimi olarak işlev görmektedir.Geleneksel kültürün yok sayılmasıyla kültürün yoksunlaşmasını öne süren eleştirmenler, halk kültürünün zamanla ortadan kalkacağını iddia ediyorlardı. Diğer yandan Adorno, kitlelerin gerçek yaşamda sergilediklerinden farklı bir kitle zevkinden söz etmenin saçma olduğunu ve bugüne kadar halk sanatı olarak görülen şeyin içinde de belli bir tahakkümün olduğunu ileri sürerek, bu mantığa göre şekilsiz, genel iradeye biçim verilmesinin de üretimin ütopik bir izlerçevreye değil, verili ihtiyaçlara göre yönlendirilmesiyle mümkün olduğunu savunmuştur (Adorno, 2003:76-84).

Adorno ve Horkheimer," kültür endüstrileri" olarak tanımladıkları şeyin aslında yeni toplumsal denetim biçimleri ve kapitalist topluma rıza üretmenin aracı olduğunu saptamaktadırlar. Adorno ve Horkheimer'ın başlattığı tartışma, sonrasında eleştirel yaklaşımı benimseyenlerce geliştirilmiş popüler kültür veya kitle kültürü gibi kavramlar yerine "kültür endüstrisi" terimi kullanılmaya başlanmıştır. Max Horkeimer ve Theodor Adornu müsveddelerde "kitle kültürü" terimini kullansalar da yaptıkları çalışmalarda "kültür endüstrisi" terimini kullanmayı tercih etmişlerdir. Adorno, kültür endüstrisi kavramını; endüstrinin "doğrudan doğruya üretim sürecini değil, kültürel malın standardizasyonunu ve dağıtım tekniklerinin rasyonelleştirilmesini anlatmak" amacıyla kullanıldığını belirtmiştir (Çelik, 2012:113). Diğer yandan Adorno, "kültür" kavramını tanımlarken Cicero'nun *cultura animi* ifadesine dikkat çekerek "tinsel kültür boyutunu da ele almıştır (Adorno ve Horkeimer, 2010:103).

Adorno'nun kültür endüstrisine yaklaşımı, eski olanla tanıdık olanın yeni bir boyut kazanmasıdır. Kitle iletişim araçlarıyla yenilenen kültür endüstrisi, tüketicilerini yarattığı yeni anlama inandırır. Yıllardır farklı birer güç olan yüksek sanat ile avam sanatı bir arada tutmaya zorlar. Yalnız bu hem yüksek sanat hem de avam sanatın ciddiyetini

zedeleyerek yok eder. Eğer ki kültür endüstrisi, kitlelere gösterdiği alakayı kötüye kullanır ve uyum sağlayamazsa varlığını sürdürmesi çok zordur. Adorno ve Horkeimer, çağdaş toplumlarla varılmış bulunan teknolojik düzeyin, bilinç endüstrisinin eliyle, fakat bilinç endüstrisinin üzerinde etkin olabilen asıl diğer güçlü endüstrilerin ardındaki toplumsal egemenlik nedeniyle, insanın özgürleştirilmesine, bilinçlendirilmesine olumlu katkıda bulunamadıklarını da ileri sürmektedir (Oskay, 2014: 310).

Adorno'ya göre kültür endüstrisi, "kitlelere gösterdiği alakayı kötüye kullanarak verili ve değişmez sayılan bir zihniyeti çoğaltmaya ve güçlendirmeyen çalışır…kültür endüstrisinin kitlelere uyum sağlamadan varlığını sürdürmesi pek mümkün değilse de, kitleler kültür endüstrisinin ölçütü değil, ideolojisidir" (Adorno, 2017:318). Kültür endüstrisinin insanlar için hazırlamış olduğu sahte doyum reçetesi sayesinde insanların yaşamasını umduğu mutluluk tam da bu nedenle insanların mutluluğu yaşamasını engelleyecektir. Kültür endüstrisinin bütüncül etkisi, aydınlanma karşıtı bir etkidir; Horkeimer ve Adorno'nun belirttiği üzere aydınlanma kitle aldatmacası haline gelmekte ve bilince engel olan bir araca dönüşmekte, kendileri adına ölçüp biçip karar verebilen, özerk ve bağımsız bireylerin gelişmesine mani olmaktadır. Oysa bu bireyler, "ayakta durabilen ve kendisini geliştiren yaşa erişmiş yetişkinliklere ihtiyaç duyan demokratik bir toplumun ön koşuludur" (Adorno,2018:325).

Kitle kültürü üzerine farklı görüşleri savunan Debord, Baudrillard ve Benjamin gibi eleştirileriyle adlarından söz ettiren düşünürlere göre; medyanın, dış dünyayı algılayışımız üzerinde son derece olumsuz etkileri vardı ve medyanın, dış dünyayı bu olumsuz etkileri kontrol altına alınmalıydı (Baran ve Davis, 2012:46). Onlara göre medya toplumsal değerler ve dengeleri bütünüyle ortadan kaldırmayı amaçlamaktadır. Guy Debord, tıpkı Adorno gibi, modernizmin simgeselleştiğini düşünenlerdendir. Debord, gösterinin ciddi manada "maddileşmiş ideoloji" olduğunu savunur. Şüphesiz gösteri, toplumun olup biten olayları görmezden gelmelerini ve somut vurgularla anlaşılması gereken olayları unutturmayı başarmıştır. Buradan hareketle Debord, modernizmin kendi metaları ve yasalarını kullanarak teknikleştiğini belirtir (Debord,1996:28). Debord, kültürün tanımını yaparken toplumun kendi kendine düşünmesi ve kendi kendine göstermesi yöntemiyle halihazırdaki artı–değerini nasıl seçeceğine karar vermesini sağlayan araçların bütünü olarak değerlendirerek toplumun kendi kendisini yeniden

üretmesi için doğrudan ihtiyacı olan her şeyi örgütlemesi olarak görmektedir. Debord'a göre kapitalist sistem iktidarı ve gücü elinde bulunduranlar ile buna tabii olanlar arasındaki bölünmeyi, insanın insanla ve insanın doğa ile olan ilişkisine de taşımıştır (Canjuers ve Debord,2011:324). Bu bağlamda "gösteri toplumu" hem toplumun bir parçası olarak hem de birleştirici bir güç olarak gösteri sektörünün bir parçası olmuştur (Debord,1996:14). Debord'un "maddileşmiş ideoloji" yorumunun yanında Jean Baudrillard'ın evreninde kültürün geldiği tüketim toplumu üzerine bir meta – gösterge teorisi ortaya atmıştır. Burada gösterinin anlamının keyfi bir durum aldığının üzerinde durur (Featherstone, 1996: 120). Baudrillard'a göre gerçeklik yerini simülasyonlara bırakmıştır. Ona göre medya ve yeni biçimiyle de sosyal medya gerçeklik ilkesini gerçekliğini yitiren bir toplumsal yaşamın sanal teknolojiler yardımıyla bir tür sanal yaşama dönüşmesidir (Adanır, 2016: 53).

Benjamin ise maddi olanın, şeyleşmenin kültüre egemenliğini şöyle özetlemektedir: İnsan ilişkilerinin metalaşması ve de teknolojinin başatlığı geleneğin ve geleneğe dayanan yaşama tarzını yıktığı kadar, imgeler de metalaşmışlar, ve algılamalarımızın nesneleri olmuşlardır. Benjamin'e göre yaşam deneyimlerimiz algılama ve fantazya düzeyinde de dönüşüme uğramışlardır; imgeler ve nesneler, algılamalarımızın nesnelerine, fantazyalarımızın materyalize biçimine dönüşmüştür. (Akt: Oskay, 2015:121-155).

Debord, Baudrillard ve Benjamin'in toplumsal değerlerin ve dengelerin yok oluşuna ilişkin bu tespit ve eleştirileri toplumun artık gelişen iletişim araçları/medyanın yaşam tarzı içerisindeki yaygın ve yerleşik yapısı bakımından yeni bir kavramsallaştırma ile ele alınması gereğini de anlatır. Teknolojik hegemonya, gerçeklik yitimi, şeyleşme ve süslü bazen de çarpık imgelerin karmaşışının tüketim kültürü ile desteklendiği yeni sosyal durum olarak popüler kültür yeni bir medyanın doğuşuna zemin oluşturmaktadır.

2.2. Popüler Kültür, Medya ve Yeni Medya

19. yüzyılın ortalarına doğru, şehirlerde toplanmış olan geniş kitlelerin ucuz medya içeriklerine yönelik talepleri yepyeni ürünlerin ortaya çıkmasına yol açtı: Boyalı basın, ucuz dergiler ve ucuz romanlar. Gelişen teknoloji hammadde, basım ve dağıtım maliyetlerini aşağılara çekiyor, ucuzlayan içerikler daha önce tarihte eşi benzeri görülmemiş büyüklükte kitlelerle buluşabiliyordu (Özçetin, 2018:42). On dokuzuncu yüzyılın kültürel değişimlerinde siyasal değişimlerden etkilenmeyen popüler kültür insanlara kendilerini iyi hissettirdikleri ve boş zaman öldürme eylemi olduğu için her dönemde insanların ilgisini çekmiştir. Günümüzde siyasal sistemler katı ve tutarlı bir biçimde birbirinden farklıyken, verili bir tutarsızlık da vardır. Popüler kültür toplumun en önemli öğesidir. Ölçümlendiği standart tabiiki toplumsal duruma ve iktidarın gücünü göstermeye müsaattir (Löwenthal, 2017:32).

Sanayi devriminin başlattığı kapitalist dünya düzeni kendi ekonomik, politik ve kültürel olgularını biçimlendirirken insanlar arasındaki eski düzenden kentli yaşama alışma sürecinde toplum farklı tepkilerle karşı karşıya kalmıştır. Modern dünyadaki burjuva kesimleri ile geç modernist orta sınıfın özellikle üst ve alt kesimlerinde meydana gelen yıkım ve düzensizlik yeni bir kültür kesiminin habercisi olmuştur. Mary Shelley'in kaleme aldığı Frankenstein, Yevgeni İvanoviç Zamyatin'in Biz'i gibi fantastik romanlardan Arthur Conan Doyle'un Sherlock Holmes'i gibi insanların polisiye dedektif öyküleri arasında kaybolmasını, "boş vakitleri"ni değerlendirmelerini sağlayan bu öyküler orta sınıfın özellikle üst kesiminin ilgilendiği alanlar olmuştur. Orta sınıfın yeni alt kesimi ise modern şehirlerde meydana gelen değişimlerin takipçisi olmuşlardır. Sıralı tezgahların kurulu olduğu toprak sokakların yerini asfalt kaplanmış, beton kaldırımların yanı boyunca büyük, ışıklı vitrinleriyle süslenmiş mağazalar zinciriyle zenginleştirilmiş caddelerinde yapay bir dünyanın içinde gezinmektedirler (Oskay,2016: 241).Günümüzde popüler kültür eleştirilerinin kökenine baktığımızda 1900'lü yılların ilk yarısındaki kitle kültürü eleştirileri ile ikinci yarısındaki özellikle fordist üretimin ortaya çıkışıyla kitle iletişim araçlarının dolaşımını kapsayan Marksist popüler kültür eleştirilerinin izlerini görmek mümkündür. Şüphesiz bu etki çoğunlukla olumsuz bir algı yaratmıştır (Mutlu, 2016: 293).

İnsanoğlu teknolojik hegemonya ile yüzyüze kalarak ve yapay bir dünyanın kölesi haline gelerek popüler kültürün oluşturduğu yeni kültürel düzene ayak uydurmaya başlamıştır. Başını sokacakları bir evden ziyade, gündelik hayatlarında bulamadıkları lüks ve şatafatli eşyalarla donatılmış bir ev, markasıyla kendisini üst sınıfa ait gösterecek birer araba sahibi olmak veya gündelik hayatın temposundan kaçabileceği bir yeni uğraş, gösterişli tüketimlere yönelik hobiler peşinden koşmaya başlamıştır.

(Mutlu,2016: 293).Löwenthal'a göre popüler kültürün karşıt kavramı sanattır. II. Dünya savaşının patlak vermesiyle kültürel ve ahlaki değerlerden yoksun yapıtların ortaya çıkması kökten dinci ve karakteristik özelliklerin manipüle edildiği bir dünya ortaya koyuyor. Bununla ilgili en iyi örneklerden birisi de Nietzche'nin "Tanrı öldü" savıyla boş vakti ortadan kaldırmayı kendine ilke edinen modern hayatın oluşturduğu boşluğun artık popüler kültürü ortaya çıkardığı düşünülebilir (Löwenthal, 2017:33).

Son yıllarda kitle kültürü üzerine yapılan eleştirilerin bir kısmı ürüne yönelikken ürünün bağımlı olduğu sisteme karşı olan eleştiri daha ağır basmaktadır. Felsefi veya sosyolojik çalışmalarda olduğu gibi, araştırmalarda çoğu eleştirmen popüler kültüre dair nihai nitelemelerde mutabık kalmaktadır. Makineleşen dünyada çalışma süreçleriyle bireyin gerilemesi kitle kültürünü ortaya çıkarmıştır. Kitle kültürü ise halk sanatının veya yüksek kültürün / sanatın yerini almıştır. Popüler kültür, nihai sanatın özelliklerindne hiçbirini taşımayabilir fakat bütünüyle popüler kültürün kendisine ait özellikleri vardır: standartlaşma, muhafazakarlık, yalancılık ve manipüle edilmiş tüketim malları (Löwenthal, 2017: 39).

Toplumun istediği şeylerle devletlerin, hükümetlerin iktidarda kalmak için halka dayattığı şeyler arasında bir doğru orantı, bağlılık vardır. Birçok bilim adamı, popüler kültürün anlamlandırılmasında reklam içeriklerinin ve alışkanlıklarının insanların tutumlarını belirleyici bir güç olduğunu savunmaktadırlar. Ürünlerin ürün olmaktan çok reklam niteliği taşıdığından dolayı tercih edildiği fikri doğmuştur (Löwenthal, 2017: 39).

Halkın beğenisinin önemi zaman içerinde kalmamıştır. Artık globalleşen dünyada neyin iyi olduğundan ziyade reklam değeri ve halk üzerindeki algı büyük önem taşımaktadır. Halkın estetik zevki sadece kötü ve kaba olanla sınırlıdır. Bütün medya araçları değerlere yabancılaşmış, insanlara eğlence ve boş vakti değerlendirmeden başka

bir şey sunmamaktadır. Kitle kültürü ve popüler kültür ürünleriyle gerçek hayat arasındaki ilişkilerle ile ilgili ciddi spekülasyonlar vardır. Radyo, filmler, gazeteler ve "bestseller"lar, aynı zamanda hem kitlelerin hayat tarzı için modeldir hem de reel hayat tarzlarının birer parçasıdır (Löwenthal, 2017: 40).

Kültürü gündelik yaşamın konusu olarak ele alan yaklaşımlar Löwenthal'ın eleştirisini doğrular nitelikte insanın sosyal yaşamına indirgenen ve tüketim olgusu odağında bir popüler kültürü ifade ederler (Geçer, 2015:27). 1950'lerden itibaren kırsal kesimlerden kentlere geçişin artması, nüfus oranlarının değişimi ve dışa bağımlılık ve sanayi toplumuna dönüşme toplumun kültürel yapısında değişikliklere sebep olmuştur. Medya üzerindeki tüm denetim mekanizmalarının devletler tarafından kontrol edilmesine rağmen, dizi filmlerin ortaya çıkması, plak sanayisinin, teyp, kaset gibi araçların gelişmesi insanların çalışma saatleri dışında orta sınıf ve işçi sınıfı için kendilerine boş zaman yaratmaya olanak sağlamıştır. Eğlence sanayisinin giderek artması, bahis, uyuşturucu ve çeşitli bağımlılık yaratan ürünlere dergiler ve televizyonlarda reklam veya farklı şekillerde yer verilerek toplumsal bir meşrutiyete, gündelik hayatın normal birer ögesi haline getirilmesi ortaya yepyeni bir kültür çıkarmıştır (Oskay, 2016:246).Yüksek fiyat artışları, üretimde fabrikasyon ürünlerin ortaya çıkarak kalitenin giderek azalması, ödeme gücü olmayan işçi sınıfı ve orta sınıf için uzun süreli taksitlerin ortaya çıkması şüphesiz toplumu farklı bir dönüm noktasına taşımıştır (Oskay, 2016:248). Medyanın oluşturduğu kültür çevresi duyguların ölçütü, meşrulaştırmanın aracı olarak karşımıza çıktığından, medyanın sundukları ile kitlelerin beklentileri arasında kırılmaz bir etkileşimin de kurulduğu görülmektedir. Medya ile sağlanan eğlence kültürü, şöhret arzusu, medyatik karakterlerin yaşam dünyasındaki temsili "çoğunluk tarafından seçilen" olmaları bakımından popüler kültürün başat öğeleridir (Geçer, 2015:30).

Günümüzün maddi ve endüstrileşmiş kültür özelliği ile bugüne fazlaca bağlı kalışı, derin gerçeklikleri içermeyişi, değerlendirme sorunları barındırması popüler kültürün bir kitle kültürü olduğunu ve yalnızlaşmış kitlelerin "tekelci kapitalizmi kutsamaları" olarak da görülebilir (akt. Geçer, 2015:33).

Popüler kültür ile kitle kültürü arasında ortaya konabilecek bir başka kriter ise kitle kültürünün alımlayıcı (receiver) popüler kültürün ise inşacı bir yapıya dayanması olarak ifade edilebilir. (Bkz. Geçer, 2015 34-35 ve Bennett, 2013:25-vd.). Kitle

kültürünün izlerkitlesinin pasif tüketicileri, toplumun bir dizi çıkar etrafında kümelenmiş olduğu gündelik kültürün yansıması olarak bir yandan ekonomik bir yandan epistemolojik ve ideolojik sömürünün biçimi olarak karşımıza çıkar (Bennett, 2013:27-28). Ürün reklamlarıyla doldurulan, boş zamanın tüketilmesinin sorunsallaştırıldığı hatta "fetişleştiği" popüler kültür, kitle kültürünün sonuç olarak sürekli olumlayan, izlerkitle tarafından mantık dışı biçimde tekrar edilen pratiği olarak karşımıza bir arzu nesnesi biçiminde çıkar (Bennett, 2013: 33-34).

Medya ve yeni medya ilişkisi bakımından popüler kültürün geldiği nokta, medyanın üretimi olan kültürel imgelerin, değer ve düşüncenin belirleyicisi olarak ifade edilmesidir. Televizyon, gazete, dergi gibi iletişim araçlarıyla popüler medya, gündelik hayatın temel unsurları ve boş vakit nesneleri olarak karşımıza çıkarlar. Özellikle 20.yüzyılın sonlarından itibaren dijital teknolojik formlardaki gelişmeyle dünyanın şekillendirilmesinde ve anlamlandırılmasında önemli rol oynarlar. Geleneksel medya formundan başka bir forma özellikle internet altaypısıyla girilien bu "yeni" kulvarda daha hızlı, anında küresel iletişim olanağı, anonim paylaşım ve özel alan ile kamusal alanın yeniden tanımlanması özellikleriyle sınırlar da yeniden tanımlanmaktadır. Dolayısıyla buradaki "çağdaş kültür, medyayla doygunlaşmış bir kültürdür…Geniş bir yelpazede pek çok farklı beğeni kültüründen gelen çağdaş medya izleyicileri, gittikçe heterojenleşiyorlar" (Bennett, 2013:124). Kitle kültürünün popüler kültürün durağı olarak medya üzerinden kültür izleyicilerinin farklılaşmasından (heterojenleşmesinden) daha çok ayrışması anlamına geldiğinin altını çizen Herbert Gans, "popüler kültür içeriğinin tüketilmesinin en iyi olasılıkla sahte mutluluklar yarattığı"nı söyleyerek, izleyiciye duygusal zarar verdiğini ve popüler kültürün yaygınlaşmasıyla "edilgen bir izleyici kitlesi yaratıldığı"nı ifade eder (Gans, 2017:43).

Medyanın toplum üzerindeki etkilerinin iletişim sosyolojisi açısından ele alınışı kuşkusuz televizyon üzerinde odaklanmıştır. Önceleri televizyon araştırmaları, haberlere ve güncel olaylara dönük olan bu ilginin sonrasında "Reality TV" ve yarışma programlarını içerecek biçimde genişlemiş ve sonrasında da izlerkitlenin gündelik yaşam kültüründeki izlerine yayılan biçimde ele alınmıştır. Medya içeriğinin gerçeğin temsili olarak görülmesi (dizi karakterlerinin kayıt dışı varoluşu gibi) Bennett'a göre burada asıl belirleyici olmuştur (Bennett, 2013:128). Yazılı basın açısından bakıldığında ise yaşam

tarzına odaklanan yayınların pazara hitap etmek açısından "niş medya" ürünleri olarak karşımıza çıkışı özellikle niş medyanın hedef kitle pazarlaması taktiği olarak karşımıza şçıkmaktadır. Gençlere, kadınlara, işinsanlarına yönelik bu özel yayınlar aynı zamanda hedef kitlesini tanımlamakta ve onlarda aranan "popüler" temsili de inşa etmektedirler (Bennett, 203:136-137).

Türkiye özelinde ise 1970li yıllarda liberal politikaların başlamasıyla ortaya çıkan Amerikan tipi tüketim sürecinin en önemli sorunlarından birisi de popüler kültür olgusu olmuştur. Kimilerine göre Kadıköy – Pendik dolmuşunda teypte çalan arabesk müzik; sinema salonlarında patlamış mısırla seyredilen romantik filmler; asparagas haberlerle gündem olan bir dönemin *Bulvar, Güneş* ve *Günaydın* gazeteleri; ağır mizahlara konu olan yeni tür dergiler, siyah beyaz baskılarıyla saman kağıdına basılı çizgi romanlar, kimilerince basit "çok satan" her şey kültürel evrenimizin sebep olan birer popüler kültür örneği olarak sayılabilir. Diğer yandan tüm bunlar köyden kente göçle başlayan modern dünyaya adım atan yeni kentli modern insanın bir nevi dünyayı anlama rehberi. Kimilerine göre kitleleri, yaşamakta oldukları ortamın toplumsal problemlerini eleştirmekten kaçınmasına; bilinçsiz, politika ve sosyal problemlere karşı duyarsızlaştıran bir olgu olarak adlandırılırken, kimilerine göre geniş bir nüfusun yoğun iş temposu sonrasında, beğenilerine kulak veren, hobileri ve takip ettiği konularla ilgili soluk almalarını sağlayan bir altkültür türü olarak adlandırılır (Oskay, 2016:239). Dolayısıyla popüler olanın altkültür ile ilişkisi Türkiye'de dünyadaki diğer örneklerinden farklı olarak gelişmekte, alternatif ve ana akım kavramsallaştırmaları benzer şekilde yapılamamaktadır. Bir bireyin nasıl değer göreceği, toplumsal olarak biraradalığın nasıl kurulacağı ve nasıl bir hayat yaşanmasının sorunsallaştırıldığı bir altkültür (*underground*) yerine daha çok sosyo-ekonomik seviye açısından "alt"ta olanın temsili önplana çıkmaktadır. Popüler kültürün bu farklı yorumlamaları aynı zamanda yaşamların da farklılaşmasına yol açmıştır.

Nüfusun yoğun olduğu kentler başta olmak üzere hemen hemen tüm kalabalık caddelerde ışıklı tabelalarla süslenmiş mağazaların içinde satılan ürünler taksitlerle süslenmiş birer etikete sahip hale gelmiştir. Toplumda azımsanmayacak yoğunluğa sahip olmaya başlayan alt orta sınıf, bir yandan gündelik hayatın gerçek problemlerinden, uzun çalışma saatleri ve düşük gelirli hayatlarından şikayet ederken, bir yandan da ortaya atılan

küçük burjuvazinin kendi içindeki küçük topluluklar bir araya gelerek dernekler kurmaya başlamışlardır. Şüphesiz bu sınıf giderek taksitli satışların, gösterişli hayatların ve eğlence sanayisinin birer müşterisi konumuna gelmişlerdir. İşçi sınıfı veya orta sınıf realitesinden kurtularak kenince biçimlendirdikleri yaşamlarının ezikliklerini gidermek adına gösterişli ev eşyalarından, kıyafetlerine kadar bir değişimin içine girmişlerdir. Bu değişim kuşkusuz kendilerini dışarıya farklı göstermek için üstüne başına çeki düzen vererek meta ekonomisinin yaygınlaşmasına olanak sağlamıştır (Oskay, 2016: 246).

Medyanın gündelik hayatımızın kültürel içeriği üzerindeki etkisini anlamak için öncelikle kültür olarak tanımlanan olgunun medya söz konusu olduğunda bir içerik olmaktan uzaklaştığını hatırda tutmak gerekecektir. Kitle iletişim araçlarının gelişimi ve hatta evrimi olarak nitelenen dönem sonrasında kültür artık iletişimin sembolik sistem üzerinden yarattığı bilginin ve anlamın el değişitirmesi olarak tanımlanır. Bir ürün olarak kültür, bireylerin olduğu kadar bireylerin oluşturduğu grupların ve toplumların gündelik hayatlarındaki değer atıflarının kümülatif bir karşılığı olan süreci ifade eder. Başka deyişle kültür maddi olmayan unsurlardan maddi unsurlara doğru bir yayılım gerçekleştirmiştir. Bu nedenle Campbell ve arkadaşları kültürün kitle iletişim araçları karşısındaki konumunu bir kültür endüstrisi formu olarak değerlendirmeyi tercih ederek uyarılarını bu değişime yönelik olarak yaparlar (Campbell, vd. 2016:6). Bir yanda izleyici kitlesi, diğer yanda bu kitlenin üzerinden dolaşıma sokulan temsiller ve ayrıca bu arz-talebin karşılıklı olarak yarattığı piyasadaki teknolojik hegemonya kültürel içeriği kitlesel dolaşımda tüketim kültürünün başat unsuru olarak karşımıza koyar. Bu kültürün özellikleri medya araçlarının değişim ve dönüşümünde de kendisini birkaç noktada gösterebilir. Örneğin yazılı iletişim yerine sözlü ya da görsel iletişimin ön plana çıkışı, basılı yayımların format değişikliği, çevrimiçi elektronik kaynakların dolaşımdaki ağırlığı ve yaygınlığı, geleneksel olanın karşısında yer alan yeni medya ortamlarına ilişkin arayışlar, medya bürokrasininin tersine çevrilmesi (editörden yazara, yazardan okura rol değişimi) medya kültürünün olduğu kadar, bu kültürün dayanağını oluşturan sosyal kültürel etmenlerin de değişimine dayalı olarak dönüştüğünün habercisidir. Dolayısıyla gündelik hayatın tüketim odaklı yaşam modeli içerisinde kitle iletişim araçlarının endüstriyel itici gücü kendisini bir tür iktidar odağı olarak da gösterir. Bilgi güçtür anlayışının yerine konumlandırılan iletişim güçtür parolası çokuluşlu medya holdinglerinin tahakkümüne doğru evrilir. Öyle ki bu evrimsel ilerleme kendisini

özellikle Amerika Birleşik Devletlerinde dikey örgütlenmenin sembolü olan gökdelenlerin çoğunun medya şirketlerine ait olması ile somutlaşır (Campbell, vd.2016:16).

Popüler kültürün yükselişi ile medyanın bir güç olarak yükselişi arasındaki ilişki bu tez çalışmasında daha çok alternatif medyanın doğuşu ve fanzin karşı-kültür hareketinin yaygın, kitlesel ve popüler olanı olumsuzlaması bağlamında ele alınmaktadır.

2.3. "Alternatif" Medya

"Alternatif medya" teriminin nasıl açıklanacağı süre gelen bir tartışmanın odağı olmuştur. Danial Chandler ve Rod Munday, *Medya ve İletişim Sözlüğü* isimli çalışmalarında "grafiti, sokak tiyatrosu, fanzin, roşür ve topluluk bülteni gibi – özellikle azınlık grupların belirli konulardaki kampanyalarında kullandıkları- ana akım medya biçimleri ve ana akım medya olarak adlandırılan mecrada yeteri kadar temsil edilmeyen siyasi mesajları dolaşıma sokan ve sahibinin bir şirket olmadığı gazete, dergi ve radyo istasyonları veya çevirimiçi, biçim açısından daha zorlayıcı olduğundan, ya uzlaşılmamış değerleri işlediğinden ya da her iki nedenden ötürü ürününü ana akım dışında tamamlatan bir katogori" olarak adlandırmışlardır (Chandler & Munday, 2018:18).

Ortaya çıkışından bu yana alternatif medya ile bizlere anlatılmak istenen çok önemli bir detay vardır: "Görme biçimi. Görsel kültürün literatürde tartışılmasına katkıları bakımından başta gelen isim olarak John Berger, kültürü, insanların nesneler ile arasındaki ilişkileri kurma yoluyla anlatmıştır. Berger, gördüklerimizin arkasında ekonomik, siyasal sitemin ve gündelik yaşamın türlü manipülasyonları olduğunu ve bunların farkına varmamız gerektiğini anlatır. Bu edinimi de ancak ve ancak sorgulayarak, imgeleri değerlendirerek, şüphecilikle bakarak edinebileceğimizi belirtmiştir. Topluluk medyası yaklaşımları, kolektif aktörlere ve bireylerin güçlendirilmesine odaklanır.

Topluluk medyası, belirli bir coğrafi topluluğa ya da bir çıkar topluluğuna hizmet eden medya olarak anlaşılır ve profesyonel olmayanların medya üretimi, organizasyonu ve yönetimiyle aktif olarak uğraşmalarına izin verir (Coyer, 2007). Kolektif aktörlerin işbirliğiyle hatta ve hatta belirli bir düzensizlikle ortaya çıkan fanzinler, insanlara kar

peşinde koşmayı değil; toplumun yararı için, doğru ve tarafsız haber alma hakkını özgür düşünceyi de arkasına alarak ifade edilmesini sağlamıştır. Böylelikle alternatif medya, toplum içinde etkin bir hale gelebilmiştir.

Richard Abel, alternatif medya kuramının doğrudan tanımlanamayacağı kanısında bulunurken Chris Atton, farklı birkaç kriterden söz eder. Örneğin, İngiltere'de Royal Commussion -Kraliyet Komisyonu- alternatif yayınları küçük azınlıkların ilgilendiği bir alan olarak tanımlarken, Atton, LGBT hareketleri gibi bir kısım azınlık yayınlarının oldukça yoğun olduğundan bahseder. Bazı toplumlarda etnik azınlıklara yönelik olan içerikler büyük kitleler tarafından takip edilebilir ve bu noktada da ana akım yayın organları yetersiz kalmaktadır (Waltz,2005:2). Alternatif medya, tam da bu alanda geleneksel medyaya büyük bir rakip olarak ortaya çıkar ve azımsanmayacak sayıda bir kiteleye hitap ederek günümüzde artan sayılarıyla çok daha fazla kişiye ulaşmayı başarmaktadır. Genel olarak geleneksel – anaakım – medyada temsil şansı yakalayamamış, fikirlerini yaymakta engel tanımayan, hiyerarşi ve maddi beklentileri olmayan, kâr amacı gütmeyen kitlelerin düşüncelerini topluma daha özgür bir şekilde ifade edebilecekleri bir ortam olarak değerlendirilebilir. (Atton, 2014:21).

Günümüz dünyası artık içinde alternatif medyayı kullanan insanların oluşturduğu büyük bir kümeyi kapsıyor. Geleneksel medya tarafından keşfedilmemiş veya sansüre uğramış konular bugün birçok kişinin dikkatini çekmekte ve geniş kitleler tarafından "sosyal bir bilinç hareketi" başlatmaktadır. Buradan hareketle alternatif medyanın her bir alanında çoktürlülüğün ve de çok odaklı yönelimlerin heterojen biçimde hakim olduğunu söylemek mümkündür. Benzer bir yargı alternatif medya başlığından önce "popüler" kültürün yaratıldığı dönem için de kullanılmışı. Başka deyişle, kültürün kitle kültürü, sonrasında popüler kitlesel kültür ve yakın zamanda alternatif kültür hareketleri içerisinde tanımlanmasında heterojen bir yapının olduğunu görmek mümkündür.

Birçok akademisyen alternatif medya projelerini tarihsel hatlarıyla bir hayli eskiye uzanan örnekleri arasında gazetelerin, küçük ölçekli basım organlarının, yer altı radyo ve video kanallarının buşunduğu genellikle "muhalif medyanın son reenkarnasyonu" olarak ele almışlardır(Lievrouw,2016:26). Alternatif medyanın takipçilerinin özellikle *underground* kültürden gelmesi, bu yayınların bir çoğunun amatör ruhlu olmaları ve geleneksel medya organlarına kıyasla daha özgürlükçü bir anlayışla, sözünü esirgemeyen,

egemen iktidar yapısına cesaretle muhalefet edebilen, toplumsal yapı içerisinde radikal olarak tanımlanan aykırı mikro grupları temsil edebilen ve tüm bu işlevleri yerine getirmek açısından marjinal bir yapıya sahip olmaları önemli özellikleri olarak sıralanabilir.

Chris Atton, alternatif medyanın aslında "*zin*ler ve teknolojinin bir araya gelmesiyle birlikte yeni kültürel biçimleri" de ortaya çıkardığına atıfta bulunmakta ve Frankfurt Okulu düşünürlerinin alternatif medyayı "kültür endüstrisi" teorisiyle mücadele etmenin yegane işlevi olduğunu vurgulamaktadır. Atton'a göre Frankfurt Okulu düşünürlerinden Adorno, burjuva matbaasının yerine tercih edilebilecek, bu kültür endüstrisinin yerini alabilecek yegâne alandır (Atton,2014:22). Şüphesiz kapitalist dünya sisteminde matbaa, personel, ulaşım, kira vb. gibi giderleri olan medya organları için kâr etmek en başta gelen etkenlerden birisidir. Şüphesiz kendi içlerinde iktidar, tiraj gibi çıkar çatışmaları olan medya organları için üretilen malzeme her ne kadar kültürel, sanatsal bir işlev olarak kullanılsa da, ticâri bir beklentiyi de beraberinde getirmektedir. Atton, Enzenberger'in Adorno yorumunu kullanarak alternatif medyanın sosyolojik işlevini üç farklı başlıkta toplayabileceğimizi önermektedir. Ona göre, "okuyucu – izlerkitle – yaratıcı arasındaki etkileşim; kollektif üretimin ayrıksı doğası; gündelik hayatın sıradanlaşması ve ihtiyaç teorisi baskın ve kitlesel medyanın yerini alternatif bir medya anlayışına bırakmasıyla sonuçlanır"(Atton,2014:22). Enzenberger, Frankfurt Okulu'nun getirdiği eleştirinin neoliberal bir çağda etkin bir açıklamayı sağladığını düşünmektedir. İzlerkitlenin giderek pasifize olması (âtıllaşması) karşısında yaratıcı kesimin kendini ifade etmekteki ve karşılık bulmasındaki sıkıntı, bireyselleşmenin kolektif üretimi yadsıması, gündelik hayatın ihtiyaçlarının sıradan ve kitlesel bir biçimde kendini hissettirmesi alternatif arayışların çoğalarak bu çağda adeta muhalif bir farkındalığa dönüşmesi anlamına gelmektedir. Alternatif bir yayın, küçük azınlıkların görüşleriyle ilgilenir; "geniş kesimlerin inançlarına karşı düşmanca" tutumlarını ortaya koyar; gazete bayilerinde genelde bulunan yayınlarda düzenli yer bulamayan konularla ilgilenir ya da yine bu yayınlarda yer bulamayan görüşlere yer verir" (Atton,2014:30).

Atton, alternatif medya yayınlarının amaçlarının kar elde etmek değil, fikirlerin serbetçe dolaşması olduğunu savunurken, hem güncellik hem de içerik bakımında da bu yayınların daha güvenilir oluğu savını ortaya atmıştır. Alternatif medya, tüm bunların

yanında kâr amacı gütmemesi ve kendi içlerinde gönüllülük esasıyla çalışma sistemi oluşturduğundan tarafsızlık ilkesini de elinde barındırmaktadır.

Eleştirel bir medya içeriği sağlayan alternatif medya, baskılayıcı toplumsal normları sorgulamaya da yardımcı olmaktadır. (Sandoval & Fuchs, 2015). Böylelikle kitleler alternatif medya aracılığıyla siyasal, muhalif bir tavır da göstermektedir. Clemencia Rodriguez alternatif medya kavramını yurttaş medyacılığı olarak adlandırarak alternatif medyayı üreten kitlelerin, - kadın, erkek, çocuk- aktif birer birey olduklarını öne sürerek mevcut güçlü medyayı yenebileceklerini ve kendi hayatlarını daha iyi bir noktaya getirebileceklerini, geleceklerinin ve hatta kültürlerinin dahi yeniden şekillendirmek için yurttaş medyacılığını kullanabileceklerini savunmaktadır (Rodrigues,2003:190). Toplumsal hareketlerin patlak verdiği anlarda bu tür yayın organları kamuyounu bilgilendirir (Downing,2014: 30).Türkiye'de alternatif çevrimiçi mecralara örnek olarak "Açık Radyo", "Medyascope" gibi kitleleri aydınlatıcı ve toplumsal kazanç sağlama üzerine kurulan mecralar örnek verilebilir.

Avrupa'da monarşilerin ortaya çıkması, monarşi sınıfının burjuva sınıfıyla ittifaka oturmasıyla başlamıştır. Burjuva sınıfının ihtiyaçlarını karşılamasıyla yöneticiler okur yazar olabilmişse de uzun yıllar bu sınıflara dahil olmayı başaramamış insanlar okumaya ve yazmaya dair bilgi sahibi olamamışlardır. Sanayi devrimiyle başlayan endüstrileşme ve kapitalist toplumsal üretim biçimlerinin yaygınlaşması, fabrikalarda çalışan emek gücünün okur yazar olmasında büyük etken olmuştur. Sanayi devrimi itibariyle fabrikalarda çalışan emekçiler Dostoyevski, Tolstoy, Gogol ve nice klasik edebiyatçıların eserleriyle tanışmışlardır. Bunun ortaya çıkmasında matbaanın kullanıma girmesi ve kitle basınının ortaya çıkması büyük önem taşımaktadır. Bu gelişmelerin sonucu olarak yazılı basın ürünleri, küresel olarak farklı coğraflara daha uygun dağıtılmasını sağlamıştır. Böylelikle çalışan kesim gündelik yaşamını sadece iş hayatıyla değil, insan olarak kendilerinin özgürleşmelerini engellemek isteyen toplumsal ilşkilerin o günkü durumunu eleştirel bir tutumla inceleyip değerlendirecek bir kültürlenme, aydınlanma, bilgi alma olanağına kavuşmuşlardır (Aydoğan, 2017:286).

Çalışan, ezilen, kendisini yalnız hisseden halkların yaşadıkları baskı ve rejimler ekonomik olarak ele geçirilmelerinden ve zorla egemen sınıfa ait olan düşünceler evreninde kendi ideolojilerini yaratmalarına ortam hazırlamıştır.

> Kullandığımız düşünceler, temsiller, imgeler modern ekonomik düzende yakın konumları oluşturan bireylerce genellikle paylaşılan evren üzerine yapılanmış bakış açılarını aşıladıkları kadar, kapitalizm adı verilen tarihsel üretim ve tüketim biçimini dile getirirler" Maigret,2016:47).

Üretim biçiminde yaşanan değişmin gündelik yaşamı hızlandırması ve biraradalık biçimlerinde yaşanan değişim bilginin yayılımı konusunu da temelden değiştirmiştir. Gazetelerin ve dergilerin ilk örnekleri, 19. ve 20. yüzyıllar boyunca yaşanan işçi hareketlerini derinden etkileyen bildirilerin basımı ve edebiyat sanatının bireylerin gündelik hayatları içerisinde eskiye nazaran daha büyük bir yer kaplamaya başlaması medyanın bir endüstri olarak dünya sahnesine çıkmasını zorunlu hale getirmiştir. 19. yüzyılın başından beri medya, insanların büyük çoğunluğunun gündelik hayatını etkilemektedir. Gündelik hayatımızın büyük bir kısmı "medya" ile iç içe geçmektedir. Sabah uyandığımızda, yataktan kalktığımız anda dinlediğimiz müzikten, cep telefonlarımızdaki sosyal medya uygulamaları üzerinden dünyada olup bitenleri takip etmemiz, izlediğimiz televizyon dizileri ve daha birçoğu medya denilen genel olgunun birer parçasıdır. Günümüzde medyanın dışında kalmak pek mümkün değildir. Teknolojik, kültürel, siyasal ve sosyal gelişmeler toplumları medyaya bağımlı hale getirmiştir. Hayatımızın büyük bir bölümü medya tarafından işgal edilmektedir. Şüphesiz, günümüzde kitle iletişim araçları, kapitalist düzen için ekonomik, siyasal ve kültürel bir öneme sahiptir. Medyanın batılı - tekelci güçlerin elinde olması ve uluslarası kurumlara hizmet etmesi, bu araçları daha da önemli kılmaktadır (Yaylagül, 2006:5). Tüm bu kitle iletişim araçları endüstriyel olarak üretilerek kar amacı gütmekte ve bağlı bulundukları iktidar gücünü toplumla paylaşmaktadırlar.

Yirmibirinci yüzyıl itibariyle gerçekleşen teknolojik devrimler toplumların farklı medya alanları yaratmasına sebep olmuştur. Günümüzde gücünü bir hayli fazla gösteren sosyal medya kuşkusuz bunlardan birisidir. Teknolojinin ilerlemesiyle sabahın erken saatlerinde gazete bayisinden alınan bir gazetede okuduğumuz haber bile güncelliğini kaybederken, insanlar Twitter gibi sosyal medya mecraları üzerinden haberleri, gündelik olaylar hakkındaki gelişmeleri takip eder hale gelmişlerdir. Yaşanan bombalı saldırı, deprem vb. gibi doğal afetlerde Facebook gibi sosyal medya mecralarından birbirleri ile haberleşirken bir yandan da her bir sosyal medya kullanıcısı aynı zamanda birer muhabir görevini üstlenmekte ve yerine getirmektedir.

Popüler medya kuramcılarından Marshall McLuhan, medya biçimlerinin toplum üzerinde farklı etkileri olduğunu vurgulamaktadır. McLuhan'ın "Aracın kendisi mesajdır" (*the medium is the message*) imgesi medya sosyolojisinde önemli bir yer tutmaktadır. Bu anlam, insanların mesajın içeriğinden ya da taşınan mesajdan ziyade medya türünün insanlar için daha önemli olduğunun kanıtıdır (Giddens, 2016: 785). Kitle iletişim araçlarının zamanla yarıştığı günümüzde bireyler artık haberin doğruluğundan ziyade yayılış biçimine daha çok önem vermektedirler. Örneğin, Twitter'dan öğrendikleri bir haber eğer ki kaynağı kendi güvendikleri, kendilerine ideolojik, kültürel ve sosyal olarak yakın hissettikleri çevreden hesaplar ise doğru olarak nitelendirmektedirler. Öte yandan onlar için karşıt görüşteki bir haber kaynağının paylaştığı bir mesajın –doğru olsa dahi- bir kıymeti yoktur.

İçinde bulunduğumuz dönemde, sadece küçük ölçekli medyayı kullanan insanların büyük önem arz edecek derecede fazla olduğu ve uluslarası medya güçlerinin içeriklerinin fazla önemsenmediği bir medya fikrini konuşmaktayız (McQuail, 1987:88). Alternatif medya, baskın ve tekelleşmiş geleneksel sermaye grupları tarafından sunulan geleneksel medyanın karşısında duran, toplumda seslerini daha az duyurmuş, dez avantajlı grupların, günümüzde genellikle iktidar karşıtı veya kendisine gündelik hayatta yer edinmeye gayret gösteren kitlelerin seslerini duyurmaya çaba gösterdiği, amatör, kar amacı gütmeyen medya akımı olarak adlandırılabilir. İnandıkları bir amaç uğruna mücadele ederler. "Yeraltı", "altkültür" ve "Do it Yourself" (DIY) -kendin yap - Alternatif medya için kullanılan diğer birkaç sözcüktür. Alternatif medya, büyük bir çoğunluk tarafından sahip olunan kanıya meydan okuyarak, kültürel ve etnik etkenlerdeki çeşitlilikten yararlanır. Yoksulların, ezilenlerin, marjinal siyasi partileri destekleyenlerin, femininstlerin ve diğer aktivistlerin çıkarlarına hizmet eder (Laughey, 2010:18).

Alternatif medyanın en önemli özelliklerinden birisi de geleneksel medya alanından çok daha fazlasını kapsamasıdır. Alternatif medya organları, son derece çeşitli dergiler, zinler ve edebi dergilerle yayıncılarının kendi bireysel matbaalarına sahip oldukları veya kollektif olarak asılıp, dağıtıldığı bir ortamı doğurmaktadır. Alternatif'i anlatmak için uzun uzadıya cümleler kurulmasındansa en sade yöntemiyle "anaakım olmayan" şeklinde tanımlamak yeni teknolojik dünyada mümkün olabilir (Atton, 2014:25). Medya üzerine araştırmalar yapan John Fiske, geleneksel medya ile alternatif

medya karşılaştırmasında alternatif medyanın haber seçimleri ve bu seçimlerin yapılma tarzlarından oluşan farklıklıkları göz önüne getirmiştir. Ayrıca Fiske, alternatif medyaya da bundan dolayı kuşkucu yaklaşmaktadır (Atton, 2014:25).

Artık insanların aynı içerikleri farklı açılardan değerlendirdikleri bir evrende yaşamaktayız. Küreselleşme ve gelişen teknolojinin gücü İstanbul'dan Tunus'a bireylerin aynı popüler sanat olgularına, haberlere, televizyon dizisi ve filmlere Twitter, Facebook, Netflix, Hulu, Apple Tv ve Youtube gibi sosyal medya araçları ile ulaşmalarına imkan tanımaktadır. Örneğin, İspanya'da yerel bir televizyon kanalında yayınlanan "La Casa De Papel" dizisi Netflix TV platformu sayesinde Hindistanda yaşayan bireyler tarafından, kendi dilleri ve/veya altyazı seçenekleriyle -sadece İngilizce'de değil- ulaşılabilir olmaktadır. Bundan 20 yıl önce bile, kitle iletişim alanları kendi sınırları arasında kalırken bugün sınırlarının ötesine taşınmaktadırlar (Giddens, 2016: 785).

Hangimiz akşam TV'nin karşısındayken işlerimiz ile ilgili e-posta trafiğine girmiyoruz ki? İnternetin, gelişen teknolojik iletişim araçlarının artışıyla ve ellerimizden düşürmediğimiz akıllı telefonların olduğu bir evrende bazı sosyologlar bu teknolojilerin yayılmasının "toplumsal yabancılaşma"ya sebep olmasından korkmuşlardır. Aile bireylerinden başlayarak her geçen gün artan internet erişiminin yan etkisinin aile ve arkadaşlar arasında daha az "nitelikli zaman" geçirmelerine sebep olacağını öne sürmüşlerdir. Kablosuz ağlarla dahi bağlandığımız internet artık giderek aile ve toplumsal bağlarımızı kesmekte ve toplumsal yabancılaşmaya dönüşmektedir (Giddens, 2016, s. 793). (Giddens, 2016: 793). Bunun bir sonucu olarak da şüphesiz kişisel ilişkiler zarar görmektedir. Ailemiz veya sosyal çevremiz ile sinemaya gitmek yerine elimizdeki kumandadan izleyeceğimiz film veya diziyi seçiyor, kitap sayfaları arasında kaybolmaktansa internetten dilediğimiz kitabın özetini okuyabiliyor yada sosyal medya uygulamaları üzerinden sesli olarak dinleyebiliyoruz.

Marshall McLuhan'ın "araç iletinin kendisidir" sloganı medyaya ilişkin çok önemli bir yer tutmaktadır. Araç teorisiyle McLuhan, modern toplumların farklı medya teknolojileri tarafından dönüştürüleceğini ortaya koyar. Şüphesiz, medya, insanlar üzerinde güçlü bir etkiye sahiptir. Bunlar genellikle çıkarlarımız doğrultusunda hissettiğimiz şeylerdir. Medya bizim genişliğimiz, insani algı ve kapasitemizin genişliği olur. McLuhan, medyanın insanlığa ne tür zarar veya yararlar getirdiğinden ziyade nasıl

ve hangi yöntemlerle yerine getirdiğini bilmemizin şart olduğunu savunmaktadır. Sonuç olarak baktığımızda medya teknolojilerinin içeriğinden ziyade önemli olan teknolojinin geldiği noktadır. (Laughey, 2010:26).

İnternetin her geçen gün yaygınlaşması ve sosyal medyaya erişim olanaklarının çeşitlenerek gelişmesi (facebook, twitter ve instagram uygulamalarının milyarlarca kullanıcı hesabı sayısına erişmesi) teknolojik dönüşümler eşliğinde yeni medya olanaklarını da beraberinde getirmiştir. Yeni medyanın sağladığı olanakların başlıcaları şöyle sıralanabilir: daha fazla kullanıcıya eş zamanlı olarak erişim sağlaması, hiyerarşinin olmadığı yatay bilgi dağılımına daha özgürce yol açması, kullanıcı dostu arayüzlerin kitlelerce benimsenmesi, bilgiye anlık ulaşım sağlaması, ulaşılan bilgiye yer ve zaman faktörlerinden bağımsız biçimde tekrar ulaşabilmenin sağladığı teknolojik, sınırsız bellek sunumu, daha zengin görsel içerik sunması, sunulan içeriğin farklı bakış açıları göz önünde bulundurularak değerlendilerebilmesi ve tüm bu olanakların geleneksel medya ile karşılaştırıldığında daha az maliyetle sağlanabilmesi.

Yeni medya organlarının ortaya çıkışıyla birlikte bilgi akışının sağlanması, servis biçimi, paylaşıldığı mecralar ve tabii ki izlerkitle köklü bir dönüşüme uğramıştır (Genel, 2016:3). Yirmibirinci yüzyılda medya, küresel ölçekte daha geniş bir kitleye ulaşırken eğlenceli bir içeriği dayatma modelini benimsemiş gözükmektedir. Böyle bir modelde kamu yararından daha çok bir yanıyla mevcut iktidarın söylemini yayan bir anlayış eğlence kültürü içerisinde meşrulaştırılmaktadır. Diğer yandan medya izlerkitlesi tüketim kültürünün "nimetlerini" medya aracılığıyla onamaktadır. Geleneksel – eski – medya izlerkitle üzerindeki etkisini zamanla kaybetmektedir. Böylelikle medya ve dijital platformların birleşiminden oluşan bir medya ayağı olarak adlandırılan "yeni medya" alanı klasik / geleneksel medyanın fiziki koşullarının ve maddi öğelerinin kaybolmasıyla gelişmiştir.

İletişim araçlarının gelişmesi bazı bilim adamlarını kaçınılmaz olarak insanların sanayi toplumundan enformasyon veya ağ toplumuna doğru bir dönüşüme tanık olup olmadığı üzerine araştırmaya itmiştir. Sosyolog Daniel Bell, ekonomideki üretim ve dağıtım ağının giderek "bilgi" odaklı arttığını savunur. Bell'in savunduğu bu tez ekonomik ve toplumsal gelişmelerde bilgi ve enformasyonun önemini vurgulamaktadır. Diğer bir yandan yeni medyanın gelişmesindeki en önemli etkenlerden birisi şüphesiz

telekominikasyon, internet üzerinden gelişen veri aktarımı ve geleneksel ile yeni medyanın birleşimi olarak görülmektedir (Stevenson, 2015: 298). Bell, çalışmalarında yirminci yüzyılın ortalarında başlayan kapitalizmin büyümesine üniversite ve büyük araştırma merkezlerinde ortaya çıkan bilgi teknolojisinin ve "bilgi"nin sebep olduğunu ortaya koyar. Ürünlere ve eğlence sektörüne yönelik giderek artan talepler insanları birer tüketici konumuna getirmektedir. Bell, tüketim ürünlerine yönelik kültürel olarak artan taleplerin, hükümetler ve ekonominin ihtiyaçları arasından bir çelişki olduğunu vurgulayarak bu gereksinimlerin hükümetler tarafından Protestan ahlaktan edinilen bir rasyonalite ile karşılandığını ileri sürer. Bell'e göre ortaya çıkan yeni kültür olgusu tüketim kültürünü ve üretimi şekillendirmede başarılı olmuştur (Smith & Riley, 2016: 315).

Bell'in ortaya koyduğu çalışmalardan yola çıkarak medya sektöründe faaliyet gösteren büyük medya holdinglerinin, toplumları özellikle tüketim kültürüne yönlendirmesi ülkenin ekonomik altyapısına da zarar verdiği yorumu ortaya konabilir. Ekonomik olarak geleneksel medya, tekelleşen büyük holdinglerin himayesi altındadır. Örneğin Türkiye ölçeğinde diğer dünya ülkelerinde olduğu gibi günümüzde yayın hayatına devam eden medya platformlarına bakacak olursak tiraj ve izlenme oranları (*reyting*) göz önüne alındığında sektörün amiral gemisi olarak anılabilecek medya markaları sektörel olarak medyanın dışında kurulmuş olan ve faaliyet gösteren bir holdinge aittir. (www.demiroren.com.tr, 2020). Söz konusu holdinglerin toplumun her kesiminin hassasiyetlerini göz önünde bulundurması son derece önemlidir. Aksi takdirde toplumda ortaya çıkabilecek bir kutuplaşma toplumsal dinamikleri olumsuz etkiler.

Çağdaş medya kültürlerinin siyasal özelliklerini açıklamada en önemli isimlerden olan Manuel Castells, yeni medya kültürlerine ilişkin keskin bir toplumsal dönüşümün altını çizmektedir. Castells, medyanın gelişen teknolojik gelişmelerle ekonomik bağımsızlığını gün geçtikçe arttığını ve medyanın hükümetleri izleme, belirli çıkar grupları adına casusluk gibi görevler edinmeye başladığına dikkat çekmektedir. Castell'e göre yeni medya sistemi, devletin olarak toplum karşısındaki savunmasızlığını katbe kat artırtığını savunmaktadır (Castells,2006:434). Öte yandan sanayi sonrası gelişen toplumun dinamiklerinin içerisine "enformasyonel ekonomi"nin gelişmesini koymuştur. Enformasyonel ekonomiye göre kişiye özel üretimde teknoloji ve bilginin kaynak olarak

alınması ekonomik başarının sağlanmasının birincil şartıdır. Bir kurmunun rekabet odakları arasında emek gibi geleneksel yöntemler yerine teknolojik gelişmelerin odak olarak alınması beraberinde ekonomik başarıyı getirmektedir. Enformasyonel teknolojinin yirmibirinci yüzyıldaki gelişimi sermayenin de yeniden üretilmesini sağlayarak bilgi odaklı ve hiyerarşinin azalarak önem kaybettiği yapılar aracılığıyla kuruluşların esneklik kazanmasını sağlamıştır. Buradan hareketle söylenebilir ki kapitalizm, giderek, devlete daha az bağımlı hale gelmesiyle enformasyonel sistemin yürümesinden güç kazanmıştır. (Stevenson, 2015:309). Castells'in şu sözü konunun anlaşılması açısından çok önemli olacaktır: " bizler küresel bir köyde değil, küresel çapta üretilip yerel olarak dağıtılan ısmarlama kulübelerde oturuyoruz (Castells, 2008:457).

2.4. Fanzin ve Fanzin Kültürü

Türkçeye İngilizce'den gelen fanzin'in (*fanzine)* anlamı *fan* ve *magazine* kelimelerinin bir birleşimi olarak adlandırılmaktadır. Sözcük anlamı olarak genel kullanımında, kar amacı gütmeyecek şekilde, fan ve/veya taraftarlar (müzik grubu, futbol takımı, ünlü bir isim veya televizyon dizisi izleyicilerinin) tarafından üretilen kitle medyası türünün izlerkitlesi için hazırlanan alternatif bir dergi türüdür. Orijinal olarak 1949'da ABD'de çıkan bilim kurgu dergilerinde kullanılan bir terim olmuştur (Chandler & Munday,2018:137). Chris Atton, alternatif medya olarak gördüğü fanzinleri "self-published journalism" yani yazarının kendi imkanlarıyla yayımladığı marjinal amatör bir gazetecilik olarak adlandırmaktadır. (Atton, 2006:55)

Bennett'ın *Kültür ve Gündelik Hayat* adlı çalışmasında "Alternatif Medya ve Fanzin başlıklı bölümdeki çevirmenin notu fanzin ile fanzin kültürünün özellikle anlayış bakımından nasıl farklılaştığını özetlemektedir:

> İngilizce'de "fanzine" ve "zine" kelimeleri farklı yayınlara gönderme yapsa da burada "zine" fanzin olarak çevrilmiştir. Bunun nedeni Türkçede fanzin sözcüğünün "zine"leri kapsayacak şekilde kullanılmasıdır. İngilizce'de "fanzine" sözcüğü hayranlık ve fanlık temelli alternatif medyalara gönderme yaparken, Türkçe'de böyle bir kıstas yoktur ve bağımsız şekilde üretilip, dağıtılan her türlü alternatif yazılı medyayı tanımlamak için kullanılır. (Bennett, 2013:142)

Literatür tanımlarından bağımsız, somut haliyle fanzinler fotokopi ile beyaz, renkli veya kraft kağıtlara A4 kağıdın her iki tarafına arkalı önlü çoğaltılan bir kitapçık olarak tarif

edilebileceği gibi teknolojinin gelişmesi ve alternatif iletişim kanallarının açılmasıyla ISSUU, SCRIBD veya Facebook grupları gibi çevrimiçi mecralar aracılığıyla kitleleriyle buluşmaktadırlar. Bu tür yayınlar birkaç ortak özelliğe göre tanımlanırlar:

> İlk olarak, bu tür yayınlar genellikle düşük bütçeli, bir kişi ya da küçük, herhangi bir ücret almayan üretim kadrosu tarafından oluşturulan Kendin Yap tarzı ürünlerdir. İkinci olarak ise alternatif medya yerel, ulusal ya da küresel konularda "alternatif" bakış açıları/yorumlar sunmak için kurulur" (Bennett, 2013:142).

Yukarıdaki açıklamalardan hareketle fanzinlerin hayran kitleleri tarafından amatör bir ruhla kendi girişim ve gayretleriyle bir araya geldiklerini, yayımlama şekillerinden de anlaşılacağı üzere geleneksel dergi ve popüler kültür ürünleri gibi herhangi bikar amacı gütmedikleri ve denetlenmedikleri, dolayısıyla diğer yayım araçlarıyla kıyaslanacağında özgür bir alternatif medya kanalı oldukları ortaya çıkmaktadır. Saha araştırmasında görüşlerine başvurduğumuz Altay Öktem, fanzinler üzerine kaleme aldığı kitabında fanzinlerin tanımını yaparken hali hazırda var olan sosyal yapı ve bunu oluşturan değerlere itiraz edilişin bir simgesi olarak, kapitalist düzenin yalnızlığa sürüklediği bireylerin kendilerini gösterebilmek için ortaya koydukları underground kültürünün en önemli iletişim araçlarından birisi olduğunu ortaya koymaktadır (Öktem, 2006:11).

Ortaya çıkışından itibaren fanzinlerin ortak özelliklerinden birisi de sansür ve otosansür gibi bireyi kontrol eden bir mekanizmadan uzak olmalarıdır. Üstlerinde hiçbir şekilde bir oterite kurulması mümkün olmayan fanzin yazarları özel hayatlarında yakalayamadıkları özgür düşüncelerini yazdıklarında elde etmeyi başarmaktadırlar. Kendi girişimleriyle bir araya gelen bazen kolektif bir şekilde bazense tek bir yazara ait olan fanzinlerde yazarlar kendi isimlerini kullanmalarının yanında isimlerini okurlarıyla paylaşmamayı veya mahlaslarla yazmayı da tercih etmektedirler. Bu da aslında fanzinlerin popüler olma amaçlarının olmadıklarını, düşüncelerini paylaşamadıkları anaakım medya veya popüler kültür organlarına dönük bir karşı duruş hareketinde olduklarını da kanıtlar niteliktedir.

Fanzinleri otoriteye yada halihazırda var olan iletişim biçimlerine karşı çıkış olarak nitelendirerek bir genelleme yapmak çok tabi mümkün değildir. Ekonomik zorluklardan kaynaklanan sebeplerde fanzinler açısından oldukça belirleyicidir. Genç yaş aralığı olarak kabul edilen 15 – 25 yaş arasındaki gençlerin çıkardıkları kimi fanzinler,

tanınırlığı veyahut belli bir okur kitlesine erişemediğinden matbuu olarak basılıp dağıtılacak bir ekonomik özgürlüğü olmadığından internet ortamında veya fotokopi yoluyla çoğaltılarak 1 – 2 TL gibi baskı maaliyetlerini karşılayacak şekilde bazı sahaf veya cafelerde okurla buluşabilir.

Diğer bir yandan belirli bir okur kitlesine oluşan fanzinler, kendilerini geliştirerek dergiye de dönüşebilir (Öktem, 2006:13). Dolayısıyla fanzinler, varolan iletişim biçimlerinde kendi biçimleriyle var olabilme imkanına da sahip oluyor. Edebiyat dünyasına girmek isteyen genç nesil için fanzinler kendilerini ispat etme, bir nevi deneme alanı olarak da görülebilir.

Yazıp çizdiği eserlerini yayımlamaya, popüler edebiyat dergilerine göndermeye, yayınevleri aracılığıyla basmaya cesaret edemeyen kitleler için fanzinler şüphesiz bir deneme alanı, kendilerini ispat edecekleri, okurlarıyla buluşacakları maaliyetsiz ve kar amacı gütmeyen, okurdan herhangi bir beklentisi bir ortam olarak görülmektedir. Gündelik hayatta bir araya gelmeleri olanaksız olan, tamaıyla farklı tarzlarda yazan birçok isim fanzinler vasıtasıyla bir araya gelebiliyor.

Alternatif medyanın en önemli temsilcilerinden birisi olan fanzinin, mazisi 60lı yıllara dayansa da Türkiye'de 1900'lü yılların ortalarında ortaya çıkan bir alt kültürdür. *Yine Hişt, Adam Sanat* ve *Öküz* gibi, kendi deyimleriyle "kültür – fizik dergileri", alternatif bir kültürel etkileşim için varlık göstermişlerdir.Fanzinin mazisi Batı'da 1960'lı yıllara dayanır. İngiltere'de çeşitli futbol kulübü taraftarlarının böyle dergileri bulunmaktadır. Ya da, belirli kültleşmiş rock gruplarının böyle dergileri/gazeteleri bulunmaktadır (Öktem, 2002). Geleneksel medyanın eleştirilen ayrımcı, cinsiyetçi hâkim dilini değiştirerek ekonomi-politik, kültürel ve etik ölçülerde yeni seçenekler sunmak üzere alternatif, radikal veya yurttaş medyası için kavramsal ve uygulamaya dönük tanımlar geliştirmiştir (Atton, 2002). Fanzin, egemen kültür ve kapitalist sermaye karşısında yükselen farklı bir sestir. Bugün, fanzinler genç yeteneklerin ortaya çıktığı, eserlerini yayınlayabilmeleri için büyük bir fırsattır. Sınırlı sayıda çoğaltılan fanzinler, okurdan çok yazarını heyecanlandırır. Amatörce yapılması da bu yayınların daha özgür, sade ve içten, samimi olduklarının kanıtıdır. İlk başlarda dağıtım ağlarının fazla olmaması eleştirilse de artık günümüzün gelişen teknolojisi ile internet sitelerinde ve sosyal medya mecralarında dahi fanzinlere ulaşmak, genç, amatör bir yazarın yazılarını bulmak

mümkündür. Toplumdaki marjinalleşmiş tercihlere, davranışlara ve kümeleşmelere kendine has ifade olanakları sunan fanzinler, Türkiye'nin sosyal yapısı içerisinde yeraltına itilmiş ya da yok sayılmış insanların seslerini duyurmaya çalışmaktadır. Bu bağlamda fanzinler; ötekileştirilen, yok sayılan toplumsal gruplara açılan kapılardır. Fanzinler, toplumsal aidiyetleri zayıflayan ve kültürel bir dönüşüm yaşayan kesimlerin ve bilhassa gençliğin ürettiği toplumsal metinlerdir (Ölçekçi, 2016: 345-358).

Türkiye'deki fanzinlerin yayınlanış amacı önceki yıllara nazaran değişmiş ve Batılı örnekleriyle özdeşleşmemektedir. İletişim ağlarının, teknoloji gibi yeni tekniklerle her geçen gün geliştiği ve kendisine yeni anlamlar ürettiği dünyamızda, fanzinler alt kültürün direniş sembolü olarak problemleri aktarmada ülkemizde de önemli bir yer edinmiştir. Günümüzde fanzinler internet ortamlarında varlıklarını sürdürmekle birlikte bazıları edebiyat dergilerine dönüşmüş ve endüstriyel ilişkilere girmiştir.

Türkiye'de ilk olması bakımından 1971 yılında teksir yöntemiyle çoğaltılarak okurlarına ulaştırılan *Antares* Fanzin, yayımlandığı dönemde anaakım medya tarafından görülmeyen, rağbet görmeyen bilimkurgu alanında yaptıkları çalışmalarıyla önemli bir fanzin örneği olmuştur. O dönemde popüler olan edebiyat dergilerinde bilimkurgu yazılarının yer alması çok zor olduğundan bir grup bilimkurgu meraklısı tarafından çıkartılan bu fanzinde bilimkurgu meraklıları kendi seslerini duyurmayı ve kitlelerini artırtmayı başarmışlardır. Çıkarmış oldukları Antares isimli fanzinle alternatif bir yayını ortaya koymuşlardır. Öyle ki çıkarılan bu fanzinde Giovanni Scognamillo, Zühtü Bayar gibi yazarların öyküleri de yayımlanmıştır (Öktem, 2006:13).

Aynı tarzlarda giyinen, benzer kitap, film, müzik gibi kültürel olguları paylaşan kitleler kendilerini fanzinlerde ifade etmeye başlamışlardır. Toplumun geneline benzemeyen bu alt gruplar, diğer yandan underground kültürün de sosyolojik temelini oluşturmuşlardır. Bu yüzdendir ki dikkatlice incelendiğinde fanzin veya alt kültür hareketlerinin genellikle metropol olarak adlandırılan büyük şehir kültürlerinin oluştuğu şehirlerde görüldüğü gözlemlenmektedir. Örneğin, Sinop'un Gerze ilçesinde doğan bir fanzin örneği bulmak ne kadar zorsa Kadıköy'ün Yeldeğirmeni semtinde ziyaret edebileceğiniz hemen hemen her cafede bir fanzine ulaşmak o kadar olasıdır. Bunun en önemli sebeplerinden birisi de fanzin çıkartan genç neslin klasik aile yapısından uzaklaşıp

öğrenci olarak yerleştiği yeni büyükkentte kendisini arama çabası olarak görmek mümkündür.

Fanzinlerin ilham kaynaklarından birisi de *rock kültürü*dür. Dünyada fanzinin tanınmasını ve yaygınlaşmasını sağlayan birincil faktör özellikle "punk" hareketidir. Punk kültürünün simgesi olarak görünen giyim tarzları, saç, sakal biçimleri sadece farklı bir tarz oluşturma ihtiyacının göstergesi değildi. Punk, üst kültürlerin yarattığı "yüksek sanat"a, aristokrasi ve kapitalizmin ortaya koyduğu piyasa ve sanat anlayışına karşı topyekün bir ayaklamadır (Öktem, 2006:14).

Fanzin çıkartan kitlelerin birbirleriyle süregelen dayanışması da fanzinlerin uzun soluklu olmasını sağlamaktadır. Kar amacı gütmeden, popüler edebiyat dergileri gibi birbirleriyle yarış içinde olmadan hazırlanan fanzinler kitlelere ulaştıkça ve beğeni ile karşılaştıkça okurlar farklı fanzinlere de merak salıyor, böylece farklı fanzinler geniş kitlelere ulaşma imkanına sahip oluyor. Bunun yanı sıra fanzinlerde alternatif edebiyat incelemelerine rastlamak, hatta ülkemizde kitabı çevrilmemiş yazarların eserlerinden yapılan çevirilere de rastlamak mümkündür. Diğer yandan "fanzinler ihtiyaçtır!" sloganıyla hayranlarıyla buluşan *Zebelliyat Kiriş Yazıları* isimli fanzin kendisini herhangi bir tasarım kaygısı gütmeden, sadece metin ve birkaç görselden oluştuğunu ve zaman içerisinde bu zine'in farklı isimlerle basıldığını, ara verildiğini Kiriş Yazıları adlı sayılarının özel bir e-zine olarak hayranlarıyla buluştuğunu belirtmektedir (Zebelliyat - Kiriş Yazıları, 2019:2).

Günümüzde Fanzinler ile ilgili en önemli oluşumlardan birisi de kendilerini *Fanzin Apartmanı* olarak tanıtan, ilk başta İzmir'de başlayıp, ardından farklı şehirlerde de yaygınlaşan, bir grup gencin bir araya gelerek kolektif bir ortam hazırladıkları oluşumdur. Fanzin Apartmanı, farklı fanzinleri biraraya getirerek, okurlarıyla biraraya geldikleri bir kaynaşma ortamı sunarak fanzinlerin görünürlülüğünü artırtmakta ve birbirlerini tanımayan, iletişim halinde olmayan fanzin yayıncılarıyla iletişim kurulmasını da sağlamaktadır. Web sitelerinde belirtildiği gibi mensupları arasında herhangi bir hiyerarşi yoktur. Çıkardıkları fanzinlerinin künyesinde başkan, başkan yardımcısı, genel yayın yönetmeni gibi ünvanlara ulaşmak imkansızdır. Kitlelerine sosyal medya, web sitesi, Youtube kanalı, belirli kafe ve mekanlara kurdukları "Fanzin Apartmanı Rafları" ve "Fankit Hareketi" üzerinden ulaşmaktadırlar (Fanzin Apartmanı, 2020).

Altay Öktem, 1999 yılında *Varlık* dergisinde kaleme aldığı makalesinde Fanzin dünyasını bir tür "Kaybedenler Kulübü" olarak da düşünülerek, uçurumun ucundaki insanların, uçurumun ucunda yaşayanlarla kurdukları bir *underground, illegal bir iletişim biçimi* olarak görülebileceğini belirtmiştir (Öktem, 1999: 65).

Türk edebiyatının önemli şarilerinden Küçük İskender'in de bir dönemler fanzinler aracılığıyla okurlarıyla buluşmuştur. Apolitik olmakla suçlanan, kültürel geleneklerini dikkate almayan, yaygın edebiyat çizgisine zıt olmakla suçlanan şiir fanzinlere 1980'li yıllarda çokça rastlandığını öne süren Küçük İskender, çeşitli fanzinlerin çıkmasıyla birlikte alternatif müzik gruplarınında tanınmasına, o dönemlerde çıkan *Şizofreni* dergisinin bunda önemli sayılabilecek derecede faydasının olduğuna işaret çekmektedir. Küçük İskender'e göre bireylerin ferdi veya ekip halinde çıkardıkları bu eserler aslında toplu bir hareketin de öncülüğünü başlatmış, hepsi de varoluşun kimlikle, vücut buluşun, başkaldırıyla örtüştüğü nitelikli yayımlardır. Ancak yine Küçük İskender'e göre bu tür yayımların tümünü "yeraltı" başlığı altında toplayabilecek bir benzerlik görülmemektedir. Fanzinler için birleştirici öge olarak "inkar" propagandasıyla sınırlandırmak yanlış olur. Türk edebiyatının en önemli temsilcileri de fanzinlerde bir araya gelmiş ve okurlarıyla buluşmuşlardır (İskender, 1999: 22).

İlk kez 1991 yılında okuyucularıyla buluşan *Mondo Trasho* ise Türkiye'nin uzun soluklu ilk fanzinlerinden birisi olarak görülmektedir. Öyle ki aradan geçen onca zamana karşın 2018 yılında ilgili fanzinin sayıları birleştirilerek Sub Press yayınları tarafından 320 sayfalık bir dergi haline getirilerek, Mondo Trasho'yu hep duyan ama ulaşma imkanı bulamayan genç nesillerle buluşturulması hedeflenmiş (Tan, 2020). Fanzinin toplu olarak basılması, bandrol, ISBN ve popüler medya iletişim araçlarının kullandığı dağıtım yollarıyla 59.00 TL gibi yüksek bir fiyata satılması şüphesiz bazı fanzin meraklıları tarafından fanzinin ruhunu yansıtmadığı şeklinde eleştirileri de beraberinde getirmiştir. Diğer yandan arşiv niteliği kazanması açısından da birçok okur tarafından önemli bir adım olarak görülmektedir. Fanzinlerin, gelişerek, yaygın bir kitleye hitap etmesiyle basılması ve hatta tirajlarının, dönemin birçok yaygın medya araçlarından fazla olması noktasında *Mondo Trasho* önemli bir örnek olarak görülebilir. Murat Beşer, *Mondo Trasho* ve fanzini çıkartan Esat Cavit Başah hakkında şöyle der:

> Aralarında bir bağ olmasa da kültürel bir yan yana getiriciydi O. Burası onun kurduğu bir fan'lar kulübüydü; herkes için serbestlik alanı vardı. İşte o yüzden "bir sayfa yapsana" diyor, ancak bu sayfada ne olması gerektiğini sipariş etmiyordu. Endüstriyel devrimin artıkları adına ne varsa toplayan ve onları sanata çeviren bir işti Mondo Trasho. Yerel konular da evrensel dokunuşlarla işleniyor; popüler olmak için değil, eğlenmek ve dar bir çevrede birbirlerine kendilerini ifade etmek için yapılıyordu. İnternetin ve bilgisayar teknolojisinin olmadığı zamanlarda yapılan işlerin, tüm insanlar arası ilişkilere has samimiyet ve güzelliği yaşamışlardı bu dergi sayesinde. Her sayıyı yaklaşık 100 tane üretip, ihtiyaç halinde 50-50 çoğaltıyorlardı. Narmanlı Han'da Deniz Kitabevi adeta dağıtım noktası gibi çalışıyordu. Üzerinde sembolik bir rakam yazsa da, daha ziyade eşe dosta bilabedel veriliyordu. Otel günleri sona erince, Arthur Anderson adlı bir ajansa dadanmışlardı, herkesin evine gitmesini bekledikten sonra fotokopi makinesinin başında sabahlayarak dergiyi yapıyorlardı. Yazılar daktiloda yazılıyor, sonra bir kısmı öylece bırakılarak dergiye alınıyor ya da değiştirilecekse fontlar seçiliyor, Esat bazılarını dizgiye çektiriyordu. Tüm iş fotokopi makinesi başında oyun oynarken şekilleniyordu. Bazen fotokopiyi yeniden fotokopiliyor, ortaya giderek irileşerek çıkan grenleri resimsel bir öğe olarak kullanıyorlardı. (Beşer, 2016)

Buradan hareketle *Mondo Trosho* için, uzun süre yayımlandığı, yayım hayatına son verildikten sonra da kopyalarıyla web siteleri ve facebook sayfaları üzerinden meraklılarıyla buluştu ve sonrasında toparlanarak basılmasıyla hayran kitlelerinin halen adından bahsettiği bir fanzin olarak düşünülebilir. Tutarlılığı ve zengin içerikleriyle fanzin literatüründe önemli bir kaynak olarak bahsedilen *Mondo Trosho* birçok genç fanzin yazarı tarafından örnek alınmıştır.

Efe Elmastaş tarafından kaleme alınan "Şu Fanzin Meselesi" isimli fanzinde e fanzine yazı göndermek, makalenin gönderildiği andan itibaren "gönüllülük esası ve maddi bir kaynak beklemeksizin özgürce düşüncelerini ifade edebileceği bir alan" olarak dergiden farklılığı ortaya koyularak ifade edilmektedir. (Elmastaş, 2018: 2).

Edebiyat ağırlıklı deneme, şiir, sinema ve müzik yazılarının ağırlıklı olarak görüldüğü *Sanat Sepet* fanzinde yazarlar kendi seslerini duyurma gayreti içerisindedirler. *Sanat Sepet* fanzin birinci sayısında ortaya çıkış manifestoları olarak adeta fanzinlerin genel eğilimini şu şekilde tanımlamaktadırlar:

> "Bu fanzini elinize aldığınız anda dünyaya bizim gördüğümüzden bakmaya başlıyorsunuz. Biz bir grup kendi normları olan aklı başında diyorum çünkü genellemelere ve algı yaratmaya karşıyız. Bu yüzden fanzin çıkartmaya karar verdik. Rutin bir hayatımız yok. Fikirlerimize saygı gösteren insanlar yok. Paramız, geleceğimiz, umudumuz ve söz sahibi olabildiğimiz bir hayatımız yok.

> Biz bu yokluklara rağmen var olma telaşına kapıldık. Tek amacımız kağıda döktüklerimizi, ürettiklerimizi ve kendi doğrularımızı bizi anlayacak kişilere ulaştırmak. Okuyoruz, yazıyoruz, gözlemliyoruz, araştırıyoruz, eleştiriyoruz, uyguluyoruz, geziyoruz, eğleniyoruz, gülüyoruz, paylaşıyoruz, ağlıyoruz ve en önemlisi de seviyoruz." (Sanat Sepet, 2020)

Fanzinlerde ele alınan konular içinde bulundukları güncel konulardan ve ortamlardan da etkilenmekte, fanzin yazarları güncel sorunları da yaından takip etmektedirler. 2020 yılında ortaya çıkan küresel Covid 19 salgınını süresince de yayım hayatına devam eden *Talvar* fanzinde genelde distopya türünde eserler ortaya koyan Efe Elmastaş, karantinaya girdiği süreçte kaleme aldığı altı öyküyü okuyucuyla buluşturmayı başarmıştır. Talvar fanzin'in girişinde bulunan Fankit Hareketi'nin manifestosu fanzin dünyası şu şekilde tanımlamaktadır:

> " Hikâyeler bitmez. Bir anlatıcının kulağınıza fısıldadığı o öyküleri kastediyorum. Kalabalık, kaldırımlar boyu akarken sizi yazmaya iten, hayat bağlarınızı koparırcasına dış dünyayla ilişiğinizi kesen o kuvvetli zamanlardan…
>
> Sayfalar boyu yazarsınız ve paylaşma isteği dayanılmaz bir hal alır.
>
> Cümlelerinizde karakterin sözleri, bulunduğunuz mekânlarda soyut siluetiyle karşılaşırsınız.
>
> ….ve onu yaşatmak istersiniz.
>
> İşte FANKİT hareketi böyle bir nüvenin meyvesidir. Özgür bir yayın kafasının, her şeye rağmen basma inadının eseridir. Bırakın yayınevleri, çok satan yazarlarını ve reklamlar olmadan beş para etmeyen kitaplarını yayımlayadursun. Kitapevleri vitrinlerini best seller kitaplar doldursun. Bizler kendi yolumuzdan yürüyelim. Frankenstein veya Pinokyo fark etmez. Caddelere fırlatalım, elden ele dağılalım. Meraklı gözlerin önlerine sererek metinlerimize can verelim. (Talvar, 2020)

Anlaşılacağı üzere politikadan müziğe, sseyahat, çizgi roman ve edebiyattan sanata kadar geniş bir yelpazede fanzin bir kültürel hareket olarak "yeraltı" karakter taşımasına rağmen diğer yandan yazarının kaygısını ve toplumsallığın anlamlandırılması gayretini de taşımaktadır:

> Fanzin dünyası toplumun kenarlarında iş görse de, taşıdıkları kaygılar hepimiz için ortaktır: Bir birey olarak nasıl değer görülür, birbirini destekleyen bir toplum nasıl kurulur, anlamlı bir hayat nasıl yaşanır, senin olan bir şey nasıl yaratılır (Duncombe'den akt. Bennett, 2013:143).

Fanzinlerin özellikle gençlerin geniş ve özverili katılımları ile hegemonya karşıtlığı bir yandan yaygın piyasa ağlarına, diğer yandan yaygın popüler kültür beğenisine ve de ana kültürel medyanın açmazlarına karşıdır. Ana akım medyanın temsillerine muhalif tavrıyla fanzin ve fanzin kültürü, kendi olanakları ve yaratıcı yetenekleriyle yaratılan bir alternatif söylem olarak karşımıza çıkar. Fanzinin bir alternatif tartışma platformu olması söz konusudur.

3. BÖLÜM: BULGULAR VE TARTIŞMA

3.1. Yöntem

Araştırmada nitel veri toplama yöntemlerinden derinlemesine görüşme yöntemi ve / veya odak grup görüşmesi kullanılacaktır. Araştırmanın nitel bir yönteme dayanıyor olmasına rağmen görüşülen kişilerin sosyo-ekonomik durumları, demografik bilgileri gibi bazı nicel veriler de kullanılacaktır. Araştırmada kullanılacak nitel araştırma yöntemleri; "nitel araştırma (belli bir nokta üzerinde) odaklanmada çok metotlu; araştırma problemine yorumlamacı yaklaşımı benimseyen bir yöntemdir (Denzin ve Lincon'dan aktaran Altunışık, 2010: 301), şeklinde tanımlanabilir. Nitel araştırmalarda çok sık başvurulan veri toplama tekniği olan görüşme, görüşülen kişilere kendilerini birinci elden ifade edebilme imkanı sağlamakla birlikte araştırmacıya da görüşme yaptığı kişilerin anlam dünyalarını, bakış açılarını, içinde bulundukları özel durumlara ait duygu, düşünce ve tecrübelerini kişilerin ifadeleri yardımıyla derinlemesine anlama imkanı sunar.

Çalışmanın güvenilirliği ve verilerin doğru kaydedilmesi adına katılımcıların izni olursa ses kayıt cihazları görüşmelerde kullanılacaktır. Ayrıca görüşmenin deşifre edilmesi kısmında ve veri analizinin doğru yapılabilmesi adına görüşmeci moderatörün yanında bir gözlemci kişi de görüşme içerisinde bulunacaktır. Görüşmelerin yapılmasından önce araştırma çerçevesinde belirlenen kavramların toplumsal tezahürüne ulaşmak adına ve görüşme sorularının güvenilirliğini test etmek adına pilot görüşmeler gerçekleştirilecektir. Pilot görüşmeler sonucu eğer gerekiyorsa soruların güncellenmesinin ardından katılımcıların uygun bulduğu zamanda görüşmeler gerçekleştirilecektir.

Nitel araştırma, tümevarımcı bir yaklaşımla, olayları ve olguları doğal ortamları içinde betimleme, katılımcıların bakış açılarını anlama ve yansıtma üzerine odaklanan araştırma yaklaşımıdır. Nitel araştırma yöntemlerinin doğal ortama duyarlı olması, araştırmacının katılımcı rolü olması, bütüncül bir yaklaşıma sahip olması, algıların ortaya konmasını sağlaması, araştırma deseninde esnekliği olması diğer önemli özellikleridir (Yıldırım ve Şimşek, 2006). Nitel araştırma yöntemleri arasından, yapılmış olan

araştırmanın doğasına uygun olarak odak grup görüşmesi yöntemi özel olarak belirlenmiştir. Odak grup görüşmesi yöntemi, önceden belirlenmiş bir çerçeve dahilinde ilerleyen ve bu çerçeve dahilinde yapılan görüşmelerde katılımcıların konu hakkındaki düşüncelerini geniş bir biçimde ifade etmesine olanak sağlayan bir görüşme yöntemidir. Bu anlamda odak grup görüşmeleri, grupların, alt grupların, bilinçli, yarı bilinçli veya bilinçsiz olarak yaptıkları davranışlar ve psikolojik ve sosyo kültürel özellikleri hakkında bilgi almayı, davranışlarının ardındaki nedenleri öğrenmeyi amaçlayan nitel bir yöntemdir (Akşit, 1992; Kroll, Barbour ve Haris, 2007). Araştırmada nitel veri toplama yöntemlerinden derinlemesine görüşme yöntemi ve / veya odak grup görüşmesi kullanılacaktır.

3.1.1. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni popüler kültür ilişkisi içerisinde yaşayan bireylerin tamamıdır. Ancak tezin sınırlılıklarını ve kapsamını belirleyen örneklem kişilerin alternatif medya kullanım alışkanlıkları ve bunun özelinde fanzin örneğidir.

3.1.2.Verilerin Toplanması, Çözümlenmesi ve Yorumlanması

Araştırma amaçlarına uygun olarak veriler Nitel araştırma bünyesinde Derinlemesine Araştırma ve / veya Odak Grup Görüşmesi kullanılarak toplanacaktır. Araştırmada odak grup görüşmesi bağlamında elde edilen veriler içerik analizi ile yorumlanacaktır. Katılımcıların ses kayıt cihazı kullanımına ilişkin onay vermeleri halinde kayıtlar bilgisayar ortamında deşifre edilerek yazıya dökülecektir. Oluşturulan senaryo formunun ardından sorular çerçevesinde içerikler analiz edilecektir.

3.2. Söylem Analizi Kapsamındaki Bulgular

Bu tez çalışmasında "söylem analizi" kapsamında çevirimiçi (online) fanzin örneklerine www.issuu.com adresi üzerinden ulaşılmıştır. Tez çalışmasının tamamlandığı Haziran 2020 itibariyle bu web sitesi üzerinde derlenmiş toplam 450'ye yakın farklı fanzine ulaşılmıştır. Bunlar içerisinden yayın hayatına birkaç sayı ve fazlası olarak, istikrarlı bir biçimde devam edenler seçilmiş olup, aşağıda bu fanzinlerden belli başlıları söylem analizine tabii tutulmuştur.

Günümüzde online mecralarda da sıkça karşılaşılabilir olan fanzin örneklerini incelediğimizde "Muz kabuğuna basıp düşmeyen" alt başlığıyla çıkan "Palyaço" isimli fanzin ilk sayısını 2013 yılında çıkarmıştır. İlk sayısında bulunan önsöz de Palyaço fanzin, kendisini "gülümseyerek karşı duran, sessiz bir eylem biçimi ve bir anlık kontrolsüzlükten doğan" olarak tanımlar. Palyaço'nun farklı alt başlıklarla yayınlanan sayılarında yazarlarından ve edebiyat, sinema gibi farklı sanat dallarından yerli ve yabancı yazarların izlerini bulmak mümkün.

İlk sayısı 2015 yılında çıkan "Sakat" adlı fanzine bir göz attığımızda, şiirlerle beslenen bir fanzin olduğu gözlemlenmektedir. Şiirlerin belirli bir teması almayan fanzin de şairler, kafa karışıklıklarını, melankolilerini, günlük hayatın tekdüzeliklerini anlatırken şiirlerde aslında hayatın da bu kadar basit, düzenin içinde her zaman düzensizliğin de bulunduğunu ve onu yaşadığımızı şiirlerle anlatılmaktadır. Her sayfada başka bir anı çıkıyor şiirlerin içinden ve savruluyoruz bir o yana bir bu yana.

İlk sayısının ne zaman çıktığı bilinmeyen, belirli bir rituel ile çıkarılmayan "Yere Düşen Travma" fanzin, Haziran 2020 tarihi itibariyle 41 sayıya sahiptir. Tek kişilik bir oluşum olan "Yere Düşen Travma" fanzin, tek bir yazarın şiirlerinden oluşuyor. 41. Sayısındaki ön sözünde yazar "bu fanzinin sadece bir edebiyat fanzini olmadığını, sanatın her dalından işler barındırmaya çalışan bir fanzin" olduğunu belirtmektedir. İlk sayısında ise sonsöz kısmında yazar, "ben ne yazarım ne de bir şair, pist yazılar yazan, basit biriyim." Diyerek fanzini alan okurlarına teşekkür ediyor ve Facebook platformunda

fotoğraf çekip mesaj atmalarını rica etmektedir. Fanzinde genel olarak şiir paylaşılırken bunun yanunda sinema ve müzik ile ilgili yazılara da rastlanmaktadır.

3.3. Fanzin Okurlarına Yönelik Yapılan Araştırmanın Bulguları

"Alternatif Medya Örneği Olarak Fanzin Okur Kitle Araştırması" başlıklı anket çalışmasında Covid-19 salgının getirmiş olduğu gündelik hayat engellerine bağlı olarak online ortamda 24 Mayıs 2020 günü paylaşıma açılmıştır. Araştırmanın hedeflediği fanzin okur kitlesine ulaşabilmek adına en uygun olacak şekilde anket çeşitli sosyal medya platformlarında (Twitter, Facebook, Instagram ve e-posta yoluyla) paylaşılmıştır. Anket Google Formlar üzerinden katılımcıların kullanımına açılmış ve araştırmanın istenen çıktılarına uygun olacak 210 kişiye ulaşıldığı 01 Haziran 2020 gününde erişime Google Formlar üzerinden kapatılmıştır.

Katılımcıların demografik özelliklerine bakıldığında, ankete katılan fanzin okur kitlesinin yarısına yakınını oluşturan 101 kişi (%48.1) 18-25 yaş aralığında bulunurken, yine 84 kişi (%40) 25-40 yaş aralığında bulunmaktadır. Ankete katılan fanzin okurlarının 25 kişiden oluşan (%11.9) kısmı ise 40 yaşının üstünde olduğunu belirtmiştir. Dolayısıyla ankete katılanların yaş dağılımı incelendiğinde fanzin okurlarının ağırlıklı olarak gençlerden oluştuğunu söylemek mümkün gözükmektedir.

Katılımcı kitlesinin hayli genç olması ve fanzin okur kitlesinin okuma ile olan ilişkisi düşünüldüğünde eğitim seviyesi 139 kişi (%67.1) ile lisans mezunu 62 kişilik (%30) kısmı lisansüstü eğitim derecesinde eğitim almakta ya da almış olduklarını belirtmişlerdir. Ankete katılan 6 kişi (%2.9) lise mezunudur.

"Alternatif medya denilince aklınıza gelenler nelerdir?" sorusuna katılımcıların %71'lik büyük çoğunluğu sırasıyla "İnternet üzerinden yayın yapan haber siteleri"ni, sonrasında "Twitter" başta olmak üzere yine sırasıyla "Facebook", daha sonra "Instagram" sosyal medya uygulamalarını tercih ederek yanıt vermişlerdir. İlgili katılımcıların yanıtlarının ancak yüzde 29'lık kısmını hedeflemiş olduğumuz "Fanzin" seçeneği oluşturabilmiştir. Bu yanıtın diğer yanıtlara göre azlığı, fanzinin alternatif medya olarak görülmesini, teknoloji temelli ve internet altyapısındaki sosyal paylaşımlar

platformlarının ardına düştüğünü gösterir. Ancak "Fanzin" yanıtı klasik medya aygıtları olarak tanımlanan "dergi" ve "gazete" yanıtlarının üstünde yer almasıyla belli bir bilince yine de karşılık gelmektedir. Gazete ve dergi genel çoklu yanıtlar içerisinde diğer türlerin altında yer almaktadırlar. Bu kanaati ayrıca katılımcılar herhangi bir anakıma bağlı olmayan bütün medya alt türlerini (fankit, perzine, altzine, clubzine, vb…) belirterek pekiştirmektedirler. Ayrıca "ekşisözlük" yanıtı alternatif bir sanal platform, katılımcı sözlük sayfası (Ağ sayfası) olarak diğer yanıtlar altında katılımcılar tarafından anılmıştır. Katılımcıların verilen yanıtlarda ortaya koyduğu genel eğilim Atton'un alternatif medya tanımlamasındaki teknoloji vurgusunu doğrular niteliktedir. Öyle ki Atton, Alternatif'i anlatmak için uzun uzadıya cümleler kurulmasındansa en sade yöntemiyle "anaakım olmayan" şeklinde tanımlamak yeni teknolojik dünyada mümkün olabilir derken internet ve sosyal medyanın kendisinin alternatif olarak görülmesini savunur (Atton, 2014: 25). Böylelikle "fanzin" alternatif bir medya unsuru olarak ancak teknolojik olanın sonrasında ve dergi ile gazetenin temsil ettiği geleneksel medyanın alternatifi niteliğindedir.

Küreselleşme öncesi dönemde, sosyolojinin de temel inceleme alanlarından birisi olan toplum ve birey arasındaki çatışma ve uyumu içeren karşılıklı (*reciprocal)* süreç toplumun bireye olan üstünlüğü yönündeydi (Löwenthal, 2017). Özellikle 20. Yüzyılın ilk yarısında gerçekleşen dünya savaşları, toplu üretim ve dolayısıyla toplu tüketim kültürü ve medya aracılığı ile pekiştirilen toplumsal dayanışma (Durkheim, 2018) kültürü toplum ile birey arasındaki dengenin toplum lehine güçlenmesi ile sonuçlanmıştır. Bununla beraber 20. Yüzyılın ortaları itibariyle oluşmaya başlayan esnek üretim ve tüketim ilişkileri, özgürlük ortamı (68 hareketi vd.), hızla artan iletişim kanalları ve değişen medya endüstrisi (Adorno, 2005) toplumsal etkileşimin dengesini birey yönünde değiştirmiştir. 1980'lerden sonra ortaya çıkan küreselleşme ile birlikte bu süreç giderek hızlanmış ve bireyin topluma üstünlüğü ile sonuçlanmıştır. Buradan hareketle "Sizce günümüzde aşağıdakilerden hangisi daha önceliklidir?" sorusuna katılımcıların %61.9'luk büyük kısmı "birey toplum içindir" seçeneğini %38.1'lik kısmı ise "toplum birey içindir" seçeneğini işaretlemiştir. "Birey toplum içindir" seçeneğini işaretleyen katılımcılardan yola çıkarak bireyin toplum için daha öncelikli bir nitelikte olduğu savının desteklediğini görülmüştür. Katılımcıların verilen yanıtta ortaya koyduğu genel eğilim Maigret'ın medya kavramına yaptığı tanımlamasını doğrular niteliktedir. Kullandığımız düşünceler, temsiller, imgeler modern ekonomik düzende yakın konumları oluşturan

bireylerce genellikle paylaşılan evren üzerine yapılanmış bakış açılarını aşıladıkları kadar, kapitalizm adı verilen tarihsel üretim ve tüketim biçimini dile getirirler" (Maigret,2016:47).

Sosyal medyanın getirdiği sürekli ulaşılabilir olmak olgusu bireyleri gündelik hayatları, yaşam tarzları, zevkleri gibi çok uzak olmayan bir geçmişte özel hayatın alanına dahil olan etkileşimlerde kamusal hayata açılmaya zorlamış ve bir görünülürlük çağının bireylerine dönüştürmüştür. Çağın gerekliliği olarak bireyler özellikle sosyal medya üzerinden paylaştıkları beğeni ve tercihleriyle gündelik hayatı şekillendirmekte ve kendilerine yeni *persona*lar yaratmaktadır. Fanzin, yer altı edebiyatı ve genel olarak alternatif medya söz konusu görünürlürlük çağından bir kaçışı, bireyin beğeni ve tercihlerini özel hissedebileceği bir ortamı ona yeniden sunması itibarı ile günümüzde bir "kaçış" alanını anlatmaktadır. Dolayısıyla, "Günümüzde alternatif medya sizce bir özgürlük alanı olarak görülebilir mi?" soruna katılımcıların %72.9'u "evet" yanıtını verirken %27.1'lik kısmı ise "hayır" yanıtı vermiştir.

"Düzenli takip ettiğiniz edebiyat dergileri veya fanzinler hangileridir?" sorusuna katılımcıların %54.3'lük büyük çoğunluğu sırasıyla 'Kafa' dergisini, sonrasında "Kafka Okur", "Ot" ve "Tuhaf" edebiyat dergilerini tercih ederek yanıt vermişlerdir. İlgili katılımcıların ancak 41.4'lük kısmı "diğer" seçeneği altında birbirinden farklı fanzinleri belirterek hedeflemiş olduğumuz "Fanzin" seçeneğini oluşturabilmiştir. Bu toplamın diğer yanıtlara göre az oluşu ve farklı fanzin türlerinin yanıt olarak gelmesi popüler edebiyat dergilerinin bilinirliğinin, dağıtım ağı ve ulaşılabilirliğinin daha fazla olduğunu belirtir niteliktedir. Katılımcıların vermiş oldukları yanıtlardan hareketle Oskay'ın üzerinde durduğu popüler kültür algısını hatırlatır niteliktedir. Popüler kültür araçları kitleleri, yaşamakta oldukları ortamın toplumsal problemlerini eleştirmekten kaçınmasına; bilinçsiz, politika ve sosyal problemlere karşı duyarsızlaştıran bir olgu olarak adlandırılırken, geniş bir nüfusun yoğun iş temposu sonrasında, beğenilerine kulak veren, hobileri ve takip ettiği konularla ilgili soluk almalarını sağlayan bir altkültür türü ortaya çıkarmıştır (Oskay, 2016). Katılımcıların "diğer" seçeneğinde belirttiği isimlerden yola çıkarak *Psikeart* gibi bilimsel süreli dergileri de birer fanzin veya alternatif medya ağı olarak görmeleri dikkat çekmektedir.

“Düzenli takip ettiğiniz edebiyat dergileri veya fanzinleri ne sıklıkla okursunuz?” sorusuna katılımcıların %76.7’lik kısmı “ne zaman denk gelirsem alır ve okurum” seçeneğini seçerek yanıt verirken sırasıyla %19’luk kısmı “yeni çıktığında mutlaka alır, hemen okurum” seçeneğini ve %4.3’lük kısmı “düzenli olarak destek amaçlı satın alır, bazen okurum” seçeneğini işaretlemiştir. Buradan hareketle katılımcıların büyük bir kısmının ilgili yayımları denk geldikçe aldıkları ve aslında düzenli olarak takip etmedikleri izlenimi çıkmaktadır. Yayınları düzenli olarak takip eden %19’luk kısmın büyük çoğunluğunun tek bir yayın değil, hem edebiyat dergileri hem de fanzinleri takip ettiği ortaya çıkmaktadır. Takip ettikleri edebiyat dergileri veya fanzinleri destek amaçlı alan%4.3’lük kısım edebiyat dergilerini satın almakta ve takip etmektedir. Burada “Fanzin” olmayışının en önemli nedenlerinden birisi somut haliyle fotokopi ile beyaz, renkli veya kraft kağıtlara A4 kağıdın her iki tarafına arkalı önlü çoğaltılan bir kitapçık olarak maddi kaygı gütmeden okuyucuyla buluşması ve teknolojinin gelişmesi ile alternatif iletişim kanallarının açılması sonucu ISSUU, SCRIBD veya Facebook grupları gibi online mecralar aracılığıyla kitlelerle buluşması yatmaktadır. (Öktem, 2006)

Araştırmaya katılan katılımcıların %77.6’lık kesimi “takip ettiğiniz fanzinleri okuyan başkaları ile biraraya geliyor musunuz?” sorusuna “hayır” yanıtı vermiş; %22.4’lük kesimi ise “evet” yanıtı vererek toplandıklarını belirtmişlerdir. Takip ettikleri fanzin veya edebiyat dergilerini okuyan bireylerle bir araya gelen %22.4’lük kesimin büyük çoğunluğunun “Fanzin Apartmanı” oluşumundaki gibi yüzyüze bir arada toplandıkları anlaşılmaktadır. Ayrıca Fanzin takipçilerinin, sosyal medya hesapları yoluyla da gerçekleştirdikleri bu türden oluşumlarla, yazarlar ve okurlar arasında paylaşımlarda bulunduklarına yönelik yanıtlarında sırasıyla, içerik kalitesi ve yazarların profili üzerine tartıştıkları, yazar okur söyleşileri düzenledikleri ve sosyal medya hesapları üzerinden birbirlerini takip ederek sık sık paylaşımlarda bulundukları ve etkileşim içerisinde oldukları ifade edilmiştir. Yazıp-çizdiği eserlerini yayımlamaya, popüler edebiyat dergilerine göndermeye, yayınevleri aracılığıyla yayımlatma olanağına erişemeyen hevesli ve düşünür kitleler için fanzinler şüphesiz bir deneme alanıdır. Kendilerini ispat edecekleri, okurlarıyla buluşacakları maliyeti düşük, kâr amacı

gütmeyen, okurdan herhangi bir ticari beklentisi bulunmayan bir ortam olarak görülmektedir. Gündelik hayatta bir araya gelmeleri olanaksız olan, tamamıyla farklı tarzlarda yazan-çizen birçok isim fanzin ortamında bir araya gelebiliyor. "Fanzin" okurlarının bir araya gelmemeleri fanzinlerin popüler olma amaçlarının olmadıkları, düşüncelerini paylaşamadıkları anaakım medya veya popüler kültür organlarına dönük bir karşı duruş hareketinde olduklarını da özetler niteliktedir (Öktem, 2006).

"Dergi ve/veya fanzinlerde karşılaştığınız özlü sözleri veya çizimleri kendi sosyal medya hesaplarınızda paylaşıyor musunuz?" sorusuna, katılımcıların %58.1'lik kısmı "evet", %41.9'luk kısmı ise "hayır" yanıtı vermişlerdir. Buradan hareketle okur kitlenin takip ettikleri dergi ve fanzinlerdeki görsel ve iletilerle etkileşim içerisinde oldukları anlaşılmaktadır. Alternatif medyanın en önemli özelliklerinden birisi de sokaktaki okuyucu ile arasında geçen özel bir etkileşim ağı kurma, ünlü olmayan –sıradan- insanlarında yazılarını diledikleri zaman yayınlayabilecekleri ticari bir boyutu olmayan bir iletişim aracı olarak kullanılmasıdır. Ortaya çıkışından bu yana alternatif medya ile bizlere anlatılmak istenen çok önemli bir detay vardır: Görme biçimi. John Berger kültürü, insanların nesneler ile arasındaki ilişkileri kurma yoluyla anlatmıştır. Araştırma sonucunda "evet" yanıtlarının fazla olması Berger'in gördüklerimizin arkasında ekonomik, siyasal sitemin ve gündelik yaşamın türlü manipülasyonları olduğunu ve bireyin bunların farkına varmasıyla birlikte farklı etkileşim yöntemlerini ortaya çıkarttığını savunduğu savı doğrular niteliktedir (Berger, 2006).

"Bir edebiyat dergisini ve/veya fanzini satın alırken neler sizin için belirleyici olur?" sorusuna katılımcıların %81.9'luk büyük çoğunluğu sırasıyla "içerik", "yazarları", ve "ilgi alanları" olarak yanıt vermişlerdir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu öncelikle içeriğe önem verirken bunun yanısıra verilen "diğer" seçeneğinde belirtilen paylaşımlarda İçeriğin yanında "destek olmak için alırım" yanıtı da gelmiştir. Teknolojinin gelişmesiyle dijitalleşmeye yenik düşen fanzin yayıncılığı dünyasında fanzin takipçilerinin geleneksel fanzin baskı yöntemlerini desteklediği önemli derecede görülmektedir. "renkli baskı olması" seçeneğinin %11'lik bir kesim tarafından düşük bir belirleyici olması da bunun en önemli nedenlerinden birisi olarak görülmektedir. Fanzin okurları, geleneksel fanzin araçlarını desteklemekte ve sürdürülebilirliğini sağlamaktadır. Bir tür "Kaybedenler Kulübü" olarak düşünülerek, underground bir yapısı olan fanzinler,

uçurumun ucundaki insanların, uçurumun ucunda yaşayanlarla kurdukları bir underground, illegal bir iletişim biçimi olarak görülebileceğini kanıtlamıştır (Öktem, 1999).

"Özgürlükçü duygular uyandırmak" yanıtının da katılımcılar tarafından yoğun olarak gelmesi ortaya çıkışından itibaren fanzinlerin ortak özelliklerinden birisi olan sansür ve otosansür gibi bireyi kontrol eden bir mekanizmadan uzak olduklarını ve üstlerinde hiçbir şekilde bir otarite kurulması mümkün olmayan fanzin yazarlarının özel hayatlarında yakalayamadıkları özgür düşüncelerini yazdıklarında elde etmeyi başardıklarını, kendi girişimleriyle bir araya gelen bazen kolektif bir şekilde bazense tek bir yazara ait olan fanzinlerde yazarlar kendi isimlerini kullanmalarının yanında isimlerini okurlarıyla paylaşmamayı veya mahlaslarla yazmayı da tercih ederek özgür bir ortam sunduğunu kanıtlamıştır. Bu da aslında fanzinlerin popüler olma amaçlarının olmadıklarını, düşüncelerini paylaşamadıkları anaakım medya veya popüler kültür organlarına dönük bir karşı duruş hareketinde olduklarını da belirtmektedir.

Öte yandan Fanzin düşüncesinin, hali hazırda var olan sosyal yapı ve bunu oluşturan değerlere itiraz edilişin bir simgesi olarak, kapitalist düzenin yalnızlığa sürüklediği bireylerin kendilerini gösterebilmek için ortaya koydukları underground kültürünün en önemli iletişim araçlarından birisi oluşu alternatif bir yaşam tarzını temsil ettiğinin de en önemli göstergelerindendir (Öktem, 2006).

Fanzinlerin hayran kitleleri tarafından amatör bir ruhla kendi girişim ve gayretleriyle ortaya çıktıklarından hareketle, yayımlama şekillerinden de anlaşılacağı üzere geleneksel dergi ve popüler kültür ürünleri gibi herhangi bir kar amacı gütmedikleri ve denetlenmedikleri, dolayısıyla diğer yayım araçlarıyla kıyaslanacağında özgür bir alternatif medya kanalı olmaları eleştirel bir bakış açısıyla düşünmeyi ve bu açıdan hayata bakmayı sağlandığına en önemli kanıtlardan birisi olarak görülebilir.

"Bir fanzin okuru olmanın özelliğini aşağıdakilerden hangisi ile tanımlarsınız?" sorusuna katılımcıların %42.9'luk kısmı sırasıyla "eleştirel düşünce sahibi olmak" yanıtını sonrasında ise sırasıyla, "alternatif bir yaşam tarzını temsil etmek" ve "özgürlükçü duygular uyandırmak" seçeneklerini işaretlemişlerdir.

3.4. Derinlemesine Görüşmelerden Elde Edilen Bulgular

Niteliksel araştırma esnasında katılımcılara sorulan "Alternatif medya denilince aklınıza gelenler nelerdir ve bugün günümüzde size göre alternatif medya düşünmek mümkün müdür ?" sorusuna verilen yanıtlar aşağıdaki gibidir;

> *Burada kendi alternatif medyamı yarattım. Ne bu? Sosyal medya esas olarak yani bugün benim artık Ahmet Ümit olarak herhangi bir gazeteye herhangi bir televizyon kanalına kendimi ifade etmek, kendimi duyurmam için bir ihtiyacım yok.* (DGG, 05)

> *Özellikle son yaklaşık 5-6 yıl içerisinde internetle başlayan ve Youtube kanalları üzerinden ilerleyen yapıyı bir alternatif medya yapılanması olarak açıkçası görüyorum.* (DGG, 03)

> *(...) alternatif medya yani mesela diyelim ki bir roman eleştirisi de artık işte youtube kanallarında veya ... gerçekten nitelikli olanlara rastlıyoruz ama dergilerde daha çok tanıtım anlamında çıkıyor ve ciddi bir eleştiri yapılamıyor.* (DGG, 02)

Katılımcıların ilgili soruya verdikleri yanıtlar ışığında teknolojideki gelişmeler de dikkate alınarak sosyal medya platformları gibi fanzinlerin de birer alternatif medya olarak görüldüğünü göstermektedir.Bu yanıtlar ışığında Giddens'ın medya anlayışında dijitalleştirme üzerine söyledikleri anlamlıdır. Giddens'a göre "dijitalleştirme, aynı zamanda insanların kendi aralarında ya da gördükleri veya duydukları yapıya aktif olarak katılabilecekleri etkileşimli medyanın gelişmesine izin vermektedir" der (Giddens, 2016: 787). Medyanın "alternatif medya" olarak nitelendirilişindeki ana etmen onun dijital platformlarda varlık göstermesi ve bir etkileşimde bulunmasıdır. Dolayısıyla fanzinlerin buradaki "alternatif" yapısı görüşmeciler tarafından "kendince yaratılabilme", "internette gelişim gösterebilme", "daha nitelikli olanların tanıtılabilmesine olanak sağlama" noktalarında karşımıza çıkmaktadır.

"Sizce toplum mu önce gelir yoksa birey mi? Günümüzde insanlar arasında bireyselliğin yaygın olması nasıl bir kültür ve toplum yaratıyor?" sorusuna verilen yanıtlarda hızlı değişimin yaşandığı, bireyin öne çıktığı, özgürlük hissinin bu bireyselleşmeyi körüklediği belirtilmektedir:

> *Ya şey çok hızlı değişiyor. Eee bu hani kanal o kadar hızlı değişiyor ki şimdieskiden tabii 20 yılda bir kuşak değişimi olurdu. (...) Şimdi bu anlamda tabii bizim için eee benim yaş kuşağımdakiler için şey çok önemliydi toplumsallık çok önemliydi ve her şey aslında bir toplumsal tarafa ve hatta her şey ideolojik bir tanımı vardı. (...) Şimdi mesela gençlikde benim gözlemlediğim eee bireycilik çok ön planda mesela şey özgürlüğü bireysel özgürlük anlamında. (...) . Eee fakat bizim toplumsal özgürlük adına verdiğimiz mücadeleden çok daha fazlasını bireysel özgürlükleri için verebilecek kadar da şeyler, dirençliler* (DGG, 02).

> *Toplum dediğimiz zaman herkesi hemen hemen aynı kefeye kokuyoruz. Bir şekilde bu insanları tek bir platformda eritmeye çalışıyoruz gibi geliyor. O yüzden bireyi öne çıkartıyorum. Bireyi daha çok önemsiyorum. Bireyselleşme bireysellik, kaçınılmaz olarak bu neoliberal politikalar 90lı yıllardan 70 li yıllardan sonra hayata geçirilen politikalar, internetin yaygınlaşması teknolojinin yaygınlaşması cep telefonlarının artık telefon olmaktan çıkıp adeta küçük birer bilgisayar haline gelmesi ve özelikle de akıllı cihazlar, akıllı medyaları akıllı ortamların yaratılmış olması algoritmalar ister istemez artık kişiyi evet bir toplumun mensubu ama onu içinden ayrıştırıyor, onu artık kendi basına var eder, daha da bir var eder hale getiriyor. Ve aslında her kişi kendi tarzını yaratabiliyor artık* (DGG, 01).

> *Zaten toplum olmazsa bireyde olmuyor birey olmazsa toplumda olmuyor. Birbirleriyle ilintili şeydir. (...) Toplumun genelinde bireysel çok şeyden yola çıkarak değerlendirmek olmaz ama birey önemlidir. İnsanın aslında özgürlük bir anlamda da özgürlüğün başlangıcıdır birey olmak. Birey olmayı hissetmek birey olduğunu düşünmek toplumun sağlıklı ve dinç toplumlar yaratmasına neden olur* (DGG,04).

Burada görüşmecilerin dikkati çektiği bireyselliğin yükseliği, özgürlük ve değişimin hızlı yaşanmışlığı endüstrileşmenin yol açtığı hızlı değişimlerin de bir

göstergesidir. Özellikle Frankfurt Okulu Eleştirisi bu noktada toplumsallıktan bireyselliğe geçişin gündelik hayat kültüründe teknolojik hegemonya ve tüketim olgusu eşliğinde gerçekleştiğini vurgular (Adorno, 2003).

"Günümüzde alternatif medya yayınlarını bir özgürlük olarak görebilir miyiz? Bu nokta da sizin tercihleriniz ne yönde oluyor?" sorusuna verilen yanıtlar şu şekildedir:

> *Bence alternatif medya ciddi bir özgürlük alanı. Çünkü kişilerin kendilerini kendi istedikleri biçimde tarzda stilde, içerikle dillendirme imkanı sağlıyor. Bu görsel olabilir, bu dilsel olabilir, bu grafik olabilir ama bir şekilde kişiye kendini anlatma imkanı yaratan bir zemin. Bu Tek bir sayfa olabilir, tek bir web page olabilir, bu bir müzik olabilir, video olabilir, ses kaydı olabilir tek bir fotoğraf olabilir ama kişinin kendi yaratısıdır sonuçta. (...) Kişi bunu üretirken. Paylaşıma açtıktan sonra maalesef bazı mekanizmalar tarafından bunlar kontrol edilebilir ama bu elektronik ortama girmiş olan bir şeyin kaybedilmesi çok kolay değil. Dolayısıyla bir yerde kendini var ediyor. Dolaysıyla ciddi bir özgürlük imkanı yaratıyor* (DGG, 01) .

> *10 yıl önce bütün sağ, sol, laik yahut dini referansı olan bütün gazete ve televizyonlarında konuşabiliyordum. Fakat sonra iktidarın tek sesli yönelmesiyle beraber bir yazar olarak pek çok yazar gibi pek çok ıuıu siyasetçi, pek çok bilim adamı gibi hatta eee konuşamamaya başladım. Ama burada kendi alternatif medyamı yarattım. (...) Ben şuanda eee twitter, instagram ve facebook hesaplarımdan kendi okurlarımla buluşabiliyorum sadece kendi okurlarımla değil çok geniş bir kesim kesime ki twitterda 800 bin kişiye yakın bir izleyicim var. Instagramda 100 bine yakın bir izleyecim var. Iu Facebook'ta yine 50 bin 100 bine yakın izleyicim var. O insanlara eee ulaşabiliyorum, kendi görüşlerimi anlatabiliyorum* (DGG,05).

> *Şimdi alternatif medya doğrudan doğruya bir özgürlük alanı bence. Ve bu anlamda herhangi bir kısıtlama olmaksızın sözünü doğrudan söyleyebilmek büyük bir lüks haline geldi günümüzde bunu da sadece alternatif medya ile yapılabiliyor. Ee ve alternatif medyanın da aslında inanılmaz derecede ee bir hareket alanı*

olduğunu görüyoruz. Özellikle de internetle birlikte. İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte ..(DGG, 02).

"Ne kadar süredir bu yayını çıkarıyorsunuz? Başlarken belirlediğiniz noktaya ne kadar sadık kaldınız? Yaşadığınız zorluklar ve engeller nelerdir? Geçmiş ile gelecek arasında bir karşılaştırma yaparsanız neler diyebilirsiniz?" sorusuna verilen yanıtlar şu şekildedir:

Biz .. ilk başlarda ..anzin çıkarttığımızın bile çok farkında değildik. Ama özetle geçecek olursam kendimi her zaman böyle özetlemek zorunda kalıyorum. Aaa çünkü bazen böyle çok yayılıp dallanıp budaklanabiliyorum. Ama ben 2014 yılında başladım. Iu daha sonrasında 2016 yılında Fanzin Apartmanı'nı kurduk. (...) ;lk önce İzmir'de bir örgütlülük geliştirdik. Daha sonra bunu yurt geneline yaydık (DGG, 03).

Şimdi şöyle, fanzin çıkarmaktan çok ben şey yaptım. Eee yılların çıkan fanzinleri inceledim. Yani bunu ilk yapma şeyim eee tabii 2000 de çıktı, varlık yayınlarından şeytan ayetleri kitabım, eee özellikle 90lar çok önemliydi Türkiye'de fanzin anlamında 2000 li yıllarda hatta 2000 li yılların ortasına kadar eee fanzinin o etkinliği sürdü. Daha sonra eee biraz daha fanzinden o fanzin ruhu diye adlandırdığım benim o ruhtan uzaklaşıp özellikle de bilgisayarın çok yayılması ve internetin yayılmasıyla birlikte biraz daha eee internete kaydığı için. (...) Ruh yavaş yavaş azaldı yayınlanan fanzinler de biraz şey gibi fotokopiyle yapılan dergilere benzedi. Eee çünkü eee o eski fanzinler mesela 90lardaki fanzinlere baktığımızda şeyle daktiloyla yazılıyor, elle yazılıyor, eee fotoğraflar kesip yapıştırılıyor, yada öyle ee içerik bulunuyor. Eee bambaşka bir görsel olarak farklı bir tarz vardı (DGG, 02).

Yayınlarınızı okuyan başkaları ile bir araya geliyor musunuz? Ne türden paylaşımlarınız var? Bu okuyucu kitle toplumsal/harici hayatta buluşuyor mu? Özel toplanma alanları oluşmuş mudur? sorusuna verilen yanıtlar şu şekildedir:

Şimdi o bi yanı. Şimdi fanzinler çok farklı şeyleri var mesela edebiyat fanzinlerinde eee bir araya gelen edebiyatı seven, düşkün olan mesela gençler

özellikle beraber bir fanzin yapma daha doğrusu edebiyata aynı yerden bakan kişiler bir araya geldiklerinde eee birlikte bu tip fanzinler üretiyorlar. (...) fanzinlerin şimdi şöyle bir dar alanı var: her yerde fanzin bulamıyoruz. Bazı kitapevleri, mephisto gibi onlar fanzinlere yer veriyor. Fanzinlerin daha çok satıldığı alternatif mekanlarda olabiliyor. Bunlar mesela bir cafe oluyor, ya da çok ilgisiz bir dükkan olabiliyor. Fanzinciler bildiği için, fanzin takip edenler oralara gidiyor. Eee o yüzden de okurla yazar da çok buluşabiliyor. (DGG, 02)

Çoğuyla gelmiyorduk sadece bar ortamında 10 kişiye sattıysak. 10 kişi satın aldıysa ya da zaten onların 5-6 tanesi içinde zaten yazısı ya da lafı, bir şiiri vardır. Bir çizgisi vardır. Bir sözü vardır. Ama onun dışında dışarı çıkıldığında sokakta bile insanlara böyle o zaman insanlar rahatsız olmazdı. Yolda böyle giden birine şey der fanzin almak ister misiniz biz yaptık derdik. Ne kadar derdi 1 lira derdik. Tabi derdi alırdı ve çeker giderdi. Belki de hiç görmüyorduk (DGG, 04).

Bu insanlarla bir araya geliyorduk çünkü belli bir kitle vardı ve daha çok sanatla ilgilenen insanları bunlar yani bizi okuyanlar bir şekilde sanat üreten insanlardır tüketenlerden çok üreten insanlardı onlarda sadece biz kendi şiirlerimizi ürünlerimizi yayınlamıyorduk onların ürünlerini de yayınlıyorduk. (...) Bloglar var şimdi bu çok önemli bir şey yani biraz önce sosyal medyayı anlatırken bugün artık bir genç şairin ya da genç bir öykücünün ya da bir öykücünün genç olması gerekmez bir şairin illa eserlerini dergilerde yayınlatmasına gerek yok kendi bloglarında var böyle blogerlar kendi bloglarında böyle yayınlayabilirler ve böylece insanlara ulaştırabilirler böylece onun gibi yazan arkadaşları ile tartışabilirler. Bu da yeni medya, alternatif medya diyebileceğimiz sanat aralığında bir alandır bir kanaldır (DGG, 05).

Herkes böyle kendince çabalarken dedik ki ya bir saniye biz bir araya gelelim ve atıyorum mesela ben bir yerden sen bir yerden çaba vereceğimize, toplanalım atıyorum mesela atıyorum üç fanzin miyiz, üç fanzin birlikte gönderilsin. Oradan gelenler İzmir'e biz dağıtalım oradan kolektif bir yapı kuralım dedik. Iıı bunun üzerinden ya çok basit tabi vesaitler ile hareket ettik Fanzin Apartmanında ve bir Facebook grubu kurduk (DGG, 03).

“Fanzin çıkarmaya nasıl karar verdiniz? Gerekli kılan şey neydi? Kimlere hitap etmeyi hedeflediniz?” sorusuna verilen yanıtlar şu şekildedir:

> *Daha öncesinden ben eee blog adreslerim üzerinden ıı bir şeyler yapma derdindeydim. (...) Daha sonrasında 2014 yılında biz Sıvadık'ı çıkarttık. Eee daha doğrusu Sıvadık Fanzin aaa daha Sıvadık'ı çıkarttık ama bu Sıvadık, Fanzin olma süreci daha sonra gerçekleşti. Aaa çünkü biz ıı açıkçası ilk başlarda ıı fanzin çıkarttığımızın bile çok farkında değildik. Ama özetle geçecek olursam ıı kendimi her zaman böyle özetlemek zorunda kalıyorum. Aaa çünkü bazen böyle çok yayılıp dallanıp budaklanabiliyorum. Ama ben 2014 yılında başladım. Iıı daha sonrasında 2016 yılında Fanzin Apartmanı'nı kurduk ıı onun üzerinden de ilk önce İzmir'de bir örgütlülük geliştirdik. (...) Daha sonrasında ee gördük ki fanzin yani böyle çok değer gören bir şey değil. (...) çeşitli yayınla şehirlere ıı doğru yayılma gayretine giriştik ve burada gördük ki aslına bakarsanız ıı fanzine dışarıdan bir ıı ne yazarsanız yazın bu arada fanzine dışarıdan insanların el vermesi ıı ikincil durum haline geliyor. Birincil durum ise fanzincilerin fanzincilere olan yardımları söz konusu oluyor. Çünkü aynı dertler üzerine hareket ediyoruz. Iıı bu dertlerimiz nedir işte eee basım ücretleri bunula ilgili neresi daha ucuz basar, kim basar veya atıyorum hangi illere dağıtabilirim. Hangi mekânlara dağıtabilirim gibi pratik sorunlar açısı. (...) Bizde dedik ki ya bir internet sitesi kuralım ama öyle bir şey ki hani internet sitesi kurmak bugün mesela Fanzin Apartmanı gibi bir yapıyı kurmak maliyeti ıı yaklaşık yıllık 400 lira gibi bir maliyeti oluyor işte bunu şimdi kimden toplayacaksınız, ne toplayacaksınız zaten fanzinin kendiyle ilgili bazı sıkıntıları var. Aaa bizim de zaten o dönemde dağıtım problemlerimiz vardı. Iıı ve şöyle bir şey oluyordu mesela atıyorum bir kütüphane var aaa yani bir kafeye gidiyorsunuz bir kütüphanesi bölümü var orada kitapların yığıldığı bir yer siz fanzin bırakıyorsunuz fanzin şöyle bir kâğıtlar bölümüne gibi bir şeye koyarlar böyle* (DGG,03).

> *Sadece barlarda okuyanlar, edebiyat gönüllüleri, edebiyatın amatör ruhları bunu bu dergileri alırlardı. Satardık o dergileri. O dergilerde, sattığımız dergi kadar üç sayfalık, beş sayfalık şeyleri yeniden aldığımız parayla yeni başka fanzin*

çıkarırdık. Her değişik ve fanzinlerin ömürleri zaten fanzinin özelliği ya 2 sayıdır bilemedin 3 sayıdır. 3 sayı bile olmazdı. Ya 1 ya 2 sayı çıkarırdık. Bazen tek sayıydı. Yani öyle devamlı dergi gibi haftalık veya aylık periyodu olmazdı. Bir tane çıkarırdık sonra başka bir dergi, başka başka diye giderdi. Ama şimdi günümüzde de bu matbaa biraz daha geri plana itildi ve onun başka bir versiyonu da internette. (DGG, 04)

"Alternatif ve geleneksel medyayı bir alan olarak değerlendirmek ne kadar doğrudur?" sorusuna verilen yanıtlar şöyledir:

Geleneksel medya gücünü belkide tarih boyunca en çok kaybettiği dönem yaşıyoruz. Aslında tüm dünyada tüm dünyadaki aslında biraz şeyle de ilişkili geleneksel medyanın basılı tarafı gittikçe azalıp işte eee aslında aynı tarzı şeye eee internet üzerinden yürütmeleriyle ilişkili o da kaçınılmaz bir şey. (…) Bir de hersey, geleneksel medyanın sınırları falan da belli değil, herşey alt üst olmuş durumda şuanda medyada sanıyorum Türkiye'deki özellikle geleneksel medya en güvenilmez kurumların başında geliyor. Yani eee okur nezninde de öyle o anlamda alternatif medya gerçek anlamda bir alternatif şu an için oluşturuyor diye düşünüyorum. (DGG, 02)

Biz dergiyi neden çıkardık çünkü kabul görmek istiyorduk yani aslında buda masumca bir şey kabul görmek ama kabul görmenin ötesinde seninde söylediğin gibi aslında popülerleşmek istiyoruz tanınmak istiyoruz yani yazıyoruz ve insanla bizi fark etsin, bizi fark edin diyoruz hişt anlamı odur zaten hişt hişt ben buradayım arkadaşlar demek. Burada tabi yanlış olan bir şey yok başla bir şey daha var burada bir paradoks ve tutarsızlık var bizim açımızdan da öyleydi. Bir kere köşe başını tutan insanlar falan diyoruz ya o zaman bizde öyle diyorduk mesela diyorduk ki Cihangir lobisi ne bileyim işte böyle tanımlamalar vardı işte Nişantaşı lobisi efendim işte Hürriyet lobisi, eşcinsel lobisi böyle lobiler ortaya konduğunu hayali ama bunların biliyor musun. Yani böyle lobiler var böyle lobilere ihtiyacımız var bizim yaratmaya çünkü bizim fark edilmemiz için bir şeyler engeller olması lazım işte bu engeller onlardı sonra aradan zaman geçtikten sonra fark ediyorsun ki böyle şeyler yok. (DGG, 05)

Alternatif medyanın bir özgürlük alanı olarak görülmesini, görüşmeye katılanlar daha çok internet tabanlı yaygın paylaşımın yarattığı özgürlük ile bağdaştırmıştırlardır. Geleneksel medyadan farklı olmak anlamında alternatif medyayı açıklayan Atton ise benzer şekilde azımsanmayacak kitlelere bu yayınların ulaştığını söylemektedir. Bu kitlelerin topluma düşünceleri daha özgürce ve kar amacı gütmeden iletebildiklerini Atton vurgular (Atton, 2014).

Alternatif medyanın böylelikle bulgular ışığında dört ana eksende karşımıza "alternatif" olarak çıktığını söylebiliriz. Bunlardan birincisi bu yeni türün eleştirel olma özelliğinin hem içeriği üretenler hem de bunları izleyen kitle açısından öncelenmesidir. İkincisi, alternatif olma özelliğinin klasik-geleneksel medyadan farklı olarak sanal uzamda bir yeni temsil olarak karşımıza çıkmasıdır. Böylelikle kültürel içerik yeni biçimde ve teknolojik olanakların yarattığı simgesel uzamda yeniden üretilmektedir. Üçüncü olarak ise alternatif olmanın özgürlükler bağlamında karşımıza çıkması söz konusudur. Özgürlük burada kişisel iletişimin ve kitle iletişiminin bir kesişimi olarak gerek biçim gerek içerik açısından karşımıza çıkmaktadır. Yine bulgulardan anlaşılacağı üzere alternatif olma özelliği genel piyasa koşulları ve oluşmuş koşulların ötesine ve üstüne çıkmak anlamında ifade edilmektedir. "Piyasa" olarak ifade edilen yerleşik anlayışların ötesinde kültürel ifade biçimini eleştirel, özgürlükçü ve sanal uzamda ortaya koyan fanzin alternatif olma gücünü buradan da almaktadır. Dolayısıyla sonuç olarak fanzinin bir alternatif medya örneği olarak gösterilmesi onun bir medya örneği olmasından daha fazlasını ifade etmek anlamında kullanılmalıdır.

BÖLÜM 4. SONUÇ

Bu tez çalışmasında bir alternatif medya türü olarak fanzinin sosyolojik açılımları açıklamaya çalışılmıştır. Ele alınan problem fanzinin yazın kültürü içerisindeki türsel belirlemesini yapmaktan çok, oluşmuş ve oluşmakta olan fanzin kültürünün ne olduğunun günümüz açısından değerlendirilmesi ile sınırlandırılmaktadır. Bu çerçevede fanzin bir kültür göstereni olarak ele alındığından bir yanıyla onu oluşturan, dayanışma göstererek yayımlayan, dağıtımını sağlayanlar ile okur-kitlesi arasındaki toplumsal ilişki ele alınmış ve değerlendirilmiştir. Bu ilişki günümüz kitle kültürü ve popüler kültür araştırmaları içerisinde eleştirel bir temsili barındırmaktadır. Çalışmanın bulguları da bu temsiliyeti gerek yayımcısı gerek okuyucu açısından göstermek bakımından kendisinden hareket edilen eleştirel kültür sosyolojisi kuramlarını destekler niteliktedir. Medya, kültürün sadece ortaya çıktığı yerel kaynaklarında değil, ulusal ve hatta uluslarası (global) anlamda bireylere ulaştırılması anlamında hem aktarıcı hem de aktarımı yaparken inşâcı/dönüştürücü ve şekillendirici bir role sahip olmuştur.

Günümüzde, teknolojinin ve teknolojik iletişim araçlarının gelişmesiyle birlikte medyanın farklı alanlarına da ihtiyaç duyulmuş ve medya süregelen bir gelişim sürecinin içerisine girmiştir. Geleneksel medyada sıkışıp kalan, yeni bir yol arayan bireylerin, kendi alternatif medyalarını yarattığı gerçeği apaçık bir şekilde ortadadır. Artık geleneksel medyada bir şekilde yer bulamayan muhalif, genç, alternatif kültüre sahip bireyler, Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal medya platformları aracılığıyla kendi alternatif yeni medyalarını yaratmakta ve kitlelere seslerini geleneksel medyanın sağladığı tüm avantajların kat kat fazlasıyla sahip olmaktadırlar. Elde edilen bulgular ışığında görülmektedir ki bireylerin kendilerini ifade edebilmeleri, kendi seslerini duyurmaları için ihtiyaçları olarak internet bağlantısının özgürlükçü bir uzam sunduğu gözlemlenmektedir. Bu ortamlarda sınırlılık sadece politik eleştirilerle de kalmayıp, edebiyat, kültür, sanat, sinama gibi farklı alanlarda da insanlar eleştirilerini yapıp, seslerini duyurma imkanlarına sahip olabiliyorlar. Günümüzde medya, teknolojik alt yapıların gelişmesiyle sürekli değişen ve kişiler arası iletişim noktasında da bireyi ön plana çıkaran bir noktaya gelmiştir. Bireyler günümüzde kendi alternatif medyalarını yaratmış durumdadırlar. Sosyal medya mecralarının giderek yaygınlaşması bireylere kendilerini ifade edebilecekleri yeni bir mecra (*medium*) sunmaktadır. Bu sosyal medya

araçlarında bireyler, kendi düşüncelerini özgürce duyurmakta, görüşlerini paylaşmaktadırlar.

Fanzinler gerek edebiyat, film, karikatür, müzik gibi farklı sanat alanlarında gerçekleştirilen en önemli alternatif medya kanallarından birisi olarak görülebilir. İlgi alanlarına göre bir araya gelen kitleler fanzin çatısı altında kendilerini özgürce ifade edebilmekte ve artık büyük medya patronlarının elinde olan geleneksel basın karşısında alternatif bir yazılı kaynak olarak takipçilerinin beğenilerini toplamaktadırlar.

Elde edilen bulgular çerçevesinde günümüzde medyada holdinge dayalı oluşumlarla bir tekel oluştuğu ve bu tekelde eleştiri mekanizmalarının pek de işlmediği konusunda görüş birliği dikkati çekmektedir. Buradan hareketle bireyler anaakım medya tekeline karşın kendi alternatif medyalarını yaratarak özgün bir alan oluşturmakta ve ilgili kitleleriyle bütünleşmektedirler. Alternatif medya, anlaşılacağı üzere geleneksel medyaya büyük bir rakip olarak doğmuş ve azımsanmayacak sayıda bir takipçiye hitap ederek günümüzde artan sayılarıyla çok daha fazla kişiye ulaşmaya çalışmaktadır. Genel olarak geleneksel – anaakım – medyada temsil şansı yakalayamamış, kâr amacı gütmeyen kitlelerin düşüncelerini ifade edebilecekleri bir ortam olarak değerlendirilebilir.

Sanayi devriminin başlattığı kapitalist dünya düzeniyle birlikte kendi ekonomik, politik ve kültürel olgularını biçimlendirirken insanlar arasındaki eski düzenden kentli yaşama alışma sürecinde toplum farklı tepkilerle karşı karşıya kalmıştır. Modern dünyadaki burjuvazi ile geç modernist orta sınıfın özellikle üst ve alt kesimlerinde meydana gelen yıkım ve düzensizlik yeni bir kültür kesiminin habercisi olmuştur. Orta sınıfın yeni alt kesimi ise modern şehirlerde meydana gelen değişimlerin takipçisi konuma gelimişlerdir. Fanzinlerin çıkış noktalarına bakıldığında, İstanbul, Ankara, İzmir gibi yoğun nüfusa sahip büyük kentlerde daha aktif olduğu gözlemlenmektedir. Bunun en başat sebeplerinden birisi de bu kentlerde taşradan kente eğitim için gelen öğrenci kitlesinin yoğun olması, Üniversite gençlerinin alternatif bir alan olarak fanzin uğraşısı içerisine girmeleridir. Ailelerinde karşı karşıya kaldıkları problemlerini, arkadaşlık sorunlarını, ötekileştirilmiş olarak görülmelerini göz önünde bulundurarak bu bireyler, kendi seslerini duyurabilecekleri alternatif bir medya alanına yönelmişlerdir. Fanzinler vasıtasıyla bireyler akıllarındaki medya algısını kültürel ve entelektüel anlamda geliştirerek kendi dünyalarının sesini duyurmayı amaçlamaktadırlar. Burada güncel

politik sorunlardan ziyade alt kültür içerisinde kendilerine has bir yöntem ve olguları vardır. Örneğin, çizdikleri bir karitatür veya kaleme aldıkları bir şiir üzerinden kendi ruh hallerini, eleştirilerini, karşı koyuşlarını ve karşıt kültür olgularını belirtmektedirler.

Tez çalışması boyunca ele alınan ve bir kültür oluşumu olarak konumlandırılan fanzinler ile popüler edebiyat dergileri arasında bir değerlendirme yapılacak olursa da, burada önemli olan noktalardan birisi şüphesiz fanzinlerdeki maddi kaygı gütmeme olgusu olarak gözlemlenmektedir. Şöyleki, popüler edebiyat dergileri aylık 25 – 30 bin tiraja ulaşmayı hedeflerken, 100 – 150 adet çıktı alınan, çevrimiçi olarak da okurlarıyla buluşan fanzinlerde ise böyle bir hedef bulunmamaktadır. Bununla birlikte fanzinlerde maddi bir tiraj kaygısı da bulunmamaktadır.

Fanzin ile ilgili yapılan görüşmelerde iki farklı durum ortaya çıkmaktadır. Bir tarafta "popülerlik" olgusunun dışında kalmayı başarmış, kendi alt kültürlerine ulaşmış bir yaratıcı kesim varken, diğer tarafta da sosyal medya platformları, bloglar veya internet siteleri üzerinden takipçi toplama gayreti ve belli bir tanınırlığa ulaşma amaçları olan bir grup fanzin yazarları da bulunmaktadır. Şüphesiz bu durum fanzinlerin de popüler kültür olgusu içerisinde kitleler ile buluşmayı amaçladıkları çağrışımını yapmaktadır.

Sonuç olarak, fanzin ve bu çerçevedeki oluşumların edebiyat çevresi olmaktan daha fazlasını ifade ettiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Bu noktada sosyolojik olarak fanzin kültürünün içerisinde yer alan bireylerin toplumsallaşma biçiminin kitle kültürünün egemen olduğu yapılardan farklılaştığı söylenebilir. Buradaki farklılaşma daha çok hiyerarşinin olmadığı, ana akım popüler kültür öğelerinin paylaşımından doğan bir piyasa kültürüne mesafeli duruş ve muhalif bir özgürlük olarak kendisini göstermektedir. Fanzin kültürünün ortaya çıkışından bu yana da kendi içerisinde gerek teknolojik olanaklar gerek edebi türleşmedeki çeşitlilik bakımından değişiklik gösterdiği de bulgular içerisinde yer almaktadır. Fanzinlerin okuyucu/takipçi kitlelerle buluşmasında artık çevrimiçi ortamların da uygulamaya girmesiyle sosyal paylaşımın, görünürlüğün ve ulaşılabilirliğin daha da arttığı ifade edilebilir. Her ne kadar fanzin kültür çevresi popüler kültürün standardizasyonuna karşı bir duruşu ifade etse de aynı anda buna paralel olarak ve doğal olarak da popülerleşme gayretini içten içe de taşımaktadır. Bu durumu en azından sosyal paylaşımın gereği olarak görmek gerekir. Fanzin kültürü içerisinde yer alan sosyal grupların ağırlıklı olarak genç kitlelerle hareketlendiği ve

sürekliliğini sağladığı düşünüldüğünde fanzinin gençlerden gençlere kuşaklararası bir aktarım da içerdiği söylenebilir. Buradaki aktarım siyasal bir söylem olmanın öncesinde ve ötesinde bir sosyalleşmenin, dayanışmanın ve kolektif bilincin yalın örneği olmaktadır.

Bu tez çalışması fanzin kültürü medya-popüler kültür ve kitle kültürü kuramları açısından ele almakla yetinmiştir. Kuşkusuz fanzin kültür çevresini bir alternatif medya örneği olarak göstermekten çok bir kültür oluşumu bağlamında ele almak gelecek çalışmalar için ufuk açıcı olabilir.

EK 1: DERİNLEMESİNE GÖRÜŞME ÇERÇEVE SORU FORMU (YAYINCILAR İÇİN)

DG Kodu :
Görüşmenin kiminle yapıldığı :
Görüşmenin kimler tarafından yapıldığı :
Tanıtım :
Görüşmenin yapıldığı yer :
Görüşmenin tarihi :
Görüşmenin saati ve süresi :
Görüşmenin ses kaydının alınmasını uygun buluyor mu ?
Tanışma :
Bilgi veren kişinin ;

- Cinsiyeti
- Yaşı
- Eğitim durumu
- Mezuniyet Alanı /Yaptığı işi mesleği
- Doğum yeri

Görüşme Akışı :

ANA SORULAR

1. Alternatif medya denilince aklınıza gelenler nelerdir? Sizce bugün alternatif medya düşünmek mümkün müdür?
2. Sizce toplum mu önce gelir yoksa birey mi? Günümüzde insanlar arasında bireyselliğin yaygın olması nasıl bir kültür ve toplum yaratıyor?
3. Günümüzde alternatif medya yayınlarını bir özgürlük olarak görebilir miyiz? Bu nokta da sizin tercihleriniz ne yönde oluyor?
4. Ne kadar süredir bu yayını çıkarıyorsunuz? Başlarken belirlediğiniz noktaya ne kadar sadık kaldınız? Yaşadığınız zorluklar ve engeller nelerdir? Geçmiş ile gelecek arasında bir karşılaştırma yaparsanız neler diyebilirsiniz?
5. Yayınlarınızı okuyan başkaları ile bir araya geliyor musunuz? Ne türden paylaşımlarınız var? Bu okuyucu kitle toplumsal/harici hayatta buluşuyor mu? Özel toplanma alanları oluşmuş mudur?
6. Fanzin çıkarmaya nasıl karar verdiniz? Gerekli kılan şey neydi? Kimlere hitap etmeyi hedeflediniz?
7. Alternatif ve geleneksel medyayı bir alan olarak değerlendirmek ne kadar doğrudur?

EK:2: DERİNLEMESİNE GÖRÜŞME ÇERÇEVE SORU FORMU (OKUYUCU KİTLE İÇİN)

DG Kodu :

Görüşmenin kiminle yapıldığı :
Görüşmenin kimler tarafından yapıldığı :
Tanıtım :
Görüşmenin yapıldığı yer :
Görüşmenin tarihi :
Görüşmenin saati ve süresi :
Görüşmenin ses kaydının alınmasını uygun buluyor mu ?
Tanışma :
Bilgi veren kişinin ;

- Cinsiyeti
- Yaşı
- Eğitim durumu
- Mezuniyet Alanı /Yaptığı işi mesleği
- Doğum yeri

Görüşme Akışı :

ANA SORULAR

1. Alternatif medya denilince aklınıza gelenler nelerdir? Sizce bugün alternatif medya düşünmek mümkün müdür?
2. Sizce toplum mu önce gelir yoksa birey mi? Günümüzde insanlar arasında bireyselliğin yaygın olması nasıl bir kültür ve toplum yaratıyor?
3. Günümüzde alternatif medya yayınlarını bir özgürlük olarak görebilir miyiz? Bu nokta da sizin tercihleriniz ne yönde oluyor?
4. Düzenli takip ettiğiniz fanzinler hangileridir? Neden bunları seçtiniz? Ne sıklıkla okursunuz?
5. Takip ettiğiniz fanzinleri okuyan başkaları ile bir araya geliyor musunuz? Ne türden paylaşımlarınız var? Bu okuyucu kitle toplumsal/harici hayatta buluşuyor mu? Özel toplanma alanları oluşmuş mudur? Dergilerde karşılaştığınız sözleri veya çizimleri sosyal medya hesaplarınızda paylaşıyor musunuz?
6. Bir fanzin – edebiyat dergisini satın alırken neler sizin için belirleyici oluyor? Kapağındaki bir sanatçı fotoğrafında, dergiyle birlikte o aya özel hediye edilen ayraç, defter vb. promosyonlardan mı etkileniyor yoksa dergiye göz atıp yazar ve/veya bellir bir yazar / yazıyı mı takip ediyorsunuz?
7. Sizce fanzin – edebiyat dergilerinde edebiyatın yeri nedir?
8. Size göre bu dergiler, kitleleri birer tüketim aracı gibi mi görüyor?

EK:3. DERİNLEMESİNE GÖRÜŞMELER

DG1

1. **Alternatif medya denilince aklınıza gelenler nelerdir? Sizce bugün alternatif medya düşünmek mümkün müdür?**

Alternatif medya denince benim aklıma, ana akım medyanın dışında yani günlük gazete, ve televizyon kanallarının dışında karasal yayının dışındaki tüm kitle iletişim araçlarını alternatif medya olarak düşünüyorum. Bu bağlamda internet yayınlarını, internet üzerinden yapılan televizyonculuk, internet üzerinden yapılan radyo yayını, internet üzerinden yapılan haber portallarını artı amatör ve profesyonel anlamda kişilerin bir araya gelerek oluşturdukları küçük bukletler, fanzinler edebiyat dergileri, şiir dergileri, politik içerikleri medyaların paylaşımlarının hepsini alternatif medya olarak değerlendiriyorum. Bugün alternatif medya düşünmek mümkün müdür? Evet mümkündür. Çünkü alternatif medya özellikle sıkıştığını hisseden toplumlarda insanların düşüncelerini paylaşmak için bir platform yaratıyor. Ayrı zamanda bu özellikle internetin sağlamış olduğu hızlı erişim ve her an her yerde erişim imkanıyla benzeşik düşüncelere, inançlara sahip insanların kollektif eylemlerini, kollektif hareketlerini bir araya getirmelerine imkan sağlıyor. Yani insanlar, bir yerlerde bölük börçük gibi duruyorlarsa da aslında evlerinin içlerinde bir yerde bir aradalar. Dolayısıyla alternatif medya bu birlikteliği sağlıyor diye düşünüyorum.

Fanzin okuyor musunuz?

Evet, fanzin zaman zaman okuyorum, elime rastladıkça, karşılaştıkça alıyorum, bakıyorum. İlgimi çeken yazıları okuyorum. Özellikle de bu fanzinlere ulaşmak çok kolay olmuyor. Çünkü bunların dağıtımları, alışılmış dağıtımları yok. Ancak belli başlı kitap evlerinde belli başlı mekanlarda karşınıza çıkıyor ama beni tatmin ediyor. Zaman zaman okuyorum. İlgimi çekiyor.

2. **Sizce toplum mu önce gelir yoksa birey mi? Günümüzde insanlar arasında bireyselliğin yaygın olması nasıl bir kültür ve toplum yaratıyor?**

Yani tabi ki toplum da ama birşey bence daha önemli ben bireyin öncelikli olduğuna inanıyorum. Çünkü önce Birey demekten çok kişi olmasını tercih ediyorum. Toplum dediğimiz zaman herkesi hemen hemen aynı kefeye kokuyoruz. Bir şekilde bu insanları tek bir platformda eritmeye çalışıyoruz gibi geliyor. O yüzden bireyi öne çıkartıyorum. Bireyi daha çok önemsiyorum. Bireyselleşme bireysellik, kaçınılmaz olarak bu neoliberal politikalar 90lı yıllardan 70 li yıllardan sonra hayata geçirilen politikalar, internetin yaygınlaşması teknolojinin yaygınlaşması cep telefonlarının artık telefon olmaktan çıkıp adeta küçük birer bilgisayar haline gelmesi ve özelikle de akıllı cihazlar, akıllı medyaları akıllı ortamların yaratılmış olması algoritmalar ister istemez artık kişiyi evet bir toplumun mensubu ama onu içinden ayrıştırıyor, onu artık kendi basına var eder, daha da bir var eder hale getiriyor. Ve aslında her kışı kendi tarzını yaratabiliyor artık. Kendisine dikte edileni değil, kendisinin olmak istediğini gerçekleştirme sansı var artık insanların. Benim annemin, babamın böyle bir şansı hiçbir zaman için olmadı. Bizim, ben eğer düşünürsem ben 55 yasında bir ınsan olarak, sonuçta bir x kuşağı mensubu olarak benim kendimi gerçekleştirme imkanım olmadı. Ben kendimi gerçekleştirme imkanımı aslında 90lı yıllarda, 2000li yıllardan sonra elde ediyorum. Nasıl dersen. İşte internetin bana sağladığı sey de kendi contetnlerimi, içeriklerimi üretebiliyorum. Kendi zevk dünyamı, keyif dünyamı yaratabiliyorum. Bana dikte edilen bir kanalı değil, istediğim kanalı tercih edebiliyorum. Ya da bu zengin medya ortamında kendime daha yakın hissettiğim kanallardan yada girdilerden beslenme sansı elde ediyorum. Ve zaman zaman buraya kendim de içerik üretebiliyorum. Dolaysıyla karşılıklı bir var ediş var, karşılıklı bir, her iki tarafta birbirini destekleyerekten var ediyor. Dolayısıyla ben daha da bir bireyselleşiyorum. Belki bu bir yalnızlık getiriyor, belki bir yabancılaşma getiriyor ama diğer taraftan da evrensel anlamda da bir farkındalık yaratıyor çünkü her şeye erişebilir, her yere ulaşabilir duruma geliyorsun bireyselleşirken.

3. **Günümüzde alternatif medya yayınlarını bir özgürlük olarak görebilir miyiz? Bu nokta da sizin tercihleriniz ne yönde oluyor?**

Bence alternatif medya ciddi bir özgürlük alanı. Çünkü kişilerin kendilerini kendi istedikleri biçimde tarzda stilde, içerikle dillendirme imkanı sağlıyor. Bu görsel olabilir, bu dilsel olabilir, bu grafik olabilir ama bir şekilde kişiye kendini anlatma imkanı yaratan bir zemin. Bu Tek bir sayfa olabilir, tek bir web page olabilir, bu bir müzik olabilir, video olabilir, ses kaydı olabilir tek bir fotoğraf olabilir ama kişinin kendi yaratısıdır sonuçta. Ve bu anlamda da herhangi bir kontrolü de yok bunun. Yanı bir devletin herhangi bir mekanizması ya da bir kamusal bir şeyi yok. En azından nerede yok? Kişi bunu üretirken. Paylaşıma açtıktan sonra maalesef bazı mekanizmalar tarafından bunlar kontrol edilebilir ama bu elektronik ortama girmiş olan bir şeyin kaybedilmesi çok kolay değil. Dolayısıyla b ir yerde kendini var ediyor. Dolaysıyla ciddi bir özgürlük imkanı yaratıyor.

4. **Düzenli takip ettiğiniz fanzinler hangileridir? Neden bunları seçtiniz? Ne sıklıkla okursunuz?**

Şimdi eğer son zamanlarda çıkan ot gibi, tuhaf gibi okur yazar gibi, kitap okuru gibi şeyleri farz ediyorsak bu fanzinlerle evet. Bunları niye tercih ediyorum? Özellikle düzenli olarak okuduğum tuhaf. Bir kere ebat olarak taşınabilirliği güzel. İçindeki yazı yelpazesi güzel. Çünkü bazı dergilerde mesela ot gibi yada bildiklerimde belli baslı hit isimler var ama onun dışındakiler beni çok cezbetmiyor. Birkaç tane yazar var dolayısıyla onlar üzerinden sanki o dergiler gidiyor gibi. Ama tuhaf öyle değil. Tuhaf bir de her sayısı belli bir temayla çıkıyor. Dolayısıyla daha bütünleşik bir şeysi var, derginin editöryal bir düşüncesi var. Bu iyi onun dışında neden böyle dergileri okuma ihtiyacı istiyorum çünkü insan belli bir olgunluğa, belli bir erişime, birikime ulaştıktan sonra gerçekten bır arayışın içerisine giriyor. Ciddi anlamda bir dergi, bir kitap, bir düzenli yayın okuma ihtiyacı istiyor ve bunun getirdiği bir ihtiyacı karşılama gayreti aslında. Bu anlamda tabı dünya görüşünüze yakın olması, içerik olarak sizi tatmin etmesi. Hemen hemen aynı perspektiften baktığınız yazarları içinde yer aldığı dergileri, fanzinleri okumayı tercih ediyorum. Ben en azından o şekildeyim. Ama bu bir taraftan da insanın duzenlı bır dergı okuma ıhtıyacını karşılıyor. Mesela ben hep duzenlı bır haftalık haber dergisi okumanın açlığı içindeyim. Eskiden nokta vardı, bir zamanlar yankı vardı. Mesela su anda böyle bir dergi kalmadı. Keşke öyle bir de olsa. Yanı haber time gibi ,newsweek gibi bir dergi. O yüzden mesela düzenli olarak yabancı dilde bu tur dergileri takıp etme gayreti

içerisindeyim. Ama o da maliyetli. Türkçede de evet, tuhaf ot dergisini okuyorum. Zaman zaman Leman alıyorum, Uykusuz alıyorum. Tabi bizler aslında Gırgır ve Fırt Kuşağından geliyoruz. Yani O Gırgırın sarı beyaz sayfalarıyla buyuduk. Fırtın yavrumuzun sayfasına bakarak büyüdük. Ergenliğimizi orada geçirdik. İşin gerçeği bu. Altan Erbulak rahmetli orda çiziyordu. Bir sürü karakterle orada karşılaştık. Dolayısıyla o Türk çizgi dünyasının da arayışı içerisindeyiz aslında bir şekilde kendi içimizde.

Baktığınızda tuhaf ot gibi günümüzdeki dergilere, gırgır dönemi, fırt dönemi daha mı iyyidi? Arada fark var mı?

Arada bir kere söyle bir fark var. Çok net tbir kere türkiye, en azından ülkem daha bir özgürlükler ülkesiydi. Yazarı, çizeri okuru, kendini gerçekten daha net bır sekılde ıfade edebiliyordu. Toplumda espiri yapılabiliyordu. Sokakta ki insan espiri yapabiliyordu. Ve bu espiriler bir şekilde dergilere yansıyordu yada dergilerden çıkan espiriler, sokaktaki sıradan insanın ağzını neşelendiriyordu ve onun söyleminin bir parçası haline geliyordu. Ama şimdi Türk insanı o kadar artık espiri üretebiliyor mu yada var mı? Bu espriler hepsi çok akıllıca espirilerdi. Yani çiğ espiriler değildi. Bir zeka kıvrıntısının yarattığı seylerdı. Şimdi onları söylemek cok zor. Bugünki dergilerde daha çok bir şey var: insanların akıllarında, düşündüklerini, hissettiklerini paylaşmaları için bir platform. Yoksa okumazsanız, 3 hafta almazsanız bir eksiklik hissetmiyorsunuz. Ama Gırgır ve Fırt öyle değildi. Orada bır heyecan vardı. Bekliyordunuz. Avni'nin hıkayesını bekliyordunuz. Yada orada anlatılan bir hıkayeyı bekliyordunuz. Çünkü orada bır gerçekten kendınızı de ıcınde buklabıklıyordunuz. Mahallenizden bir karakteri orada bulabiliyordunuz. Şimdikiler, böyle yarı akademik değil, yani nasıl sorlıyım, kişilerin, hşislerini düşüncelerini günlük olarak sanki yazıyor ve paylaşılıyormuş gibi geliyor bana.

5. **Takip ettiğiniz fanzinleri okuyan başkaları ile bir araya geliyor musunuz? Ne türden paylaşımlarınız var? Bu okuyucu kitle toplumsal/harici hayatta buluşuyor mu? Özel toplanma alanları oluşmuş mudur? Dergilerde karşılaştığınız sözleri veya çizimleri sosyal medya hesaplarınızda paylaşıyor musunuz?**

Şimdi doğrudan ben tuhaf okuyorum diye diğer tuhaf okuyan kişlerle bir araya geliyor muyum, hayır gelmiyorum. Ama sonuçta eğer bır meclisteyken konuşulanlardan ve paylaşılanlardan eger o kişiler benle aynı o hafta benzeşik yazıları veya dergileri okumuşlarsa bir şekilde bu da tuhaf okuyor, bu da otta bunu görmüş, şunda şunu görmüş diyebiliyorum. Ama özel olarak bir araya gelmiyorum. Bir takım dergilerin isimlerini taşıyan cafeler var ama bunlar gerçekten oraya giden insanlar o dergileri okuyan insanlar mıdır bilmiyorum. Kendim de çok sık gidiyor muyum hayır oyle bir mekana gitmiyorum. Ama bu dergilerde gördüğüm şeyleri kendi sosyal medyamda paylaşıyor muyum hayır paylaşmıyorum. Neden paylaşmıyorum. Çünkü bunlar benzeşik şekilde o kadar çok sirküle ediliyor ki, bence bir müddet sonra aslında o paylaşımlar zarar verıyor diye düşünüyorum. Bıkkınlık yaratıyor, ucuzculuk oluyor. Kendiniz bir kafa yormadan emek harcamadan birilerinin düşüncelerini paylaşıyorsunuz. Bu bır taraftan ucuzcu bırsey çünkü kendimiz düşünsel bir üretimde bulunmuyorsunuz. Ama diğer bir taraftan da ben de böyle düşünüyorum, ben de bununla aynı fikirdeyim demenin bir aracı oluyor. Kendinizi dillendirmek yerine biraz kolaycılık gibi geliyor bana.

6. **Bir fanzin – edebiyat dergisini satın alırken neler sizin için belirleyici oluyor? Kapağındaki bir sanatçı fotoğrafında, dergiyle birlikte o aya özel hediye edilen ayraç, defter vb. promosyonlardan mı etkileniyor yoksa dergiye göz atıp yazar ve/veya bellir bir yazar / yazıyı mı takip ediyorsunuz?**

Öncelikle tabiki bir kere dergiyle aranızda bir bağ kuruyorsunuz. Belli okuduğunuz dergiler varsa o dergileri almamazlık etmiyorsunuz. İçeriği aldıktan sonra değerlendirdiğiniz bir şey aslında. O sayı sizi tatmin edebilir, o sayının tamamı sizi tatmin edebilir, bır iki tane yazı tatmin edebilir. Bir de tabiki belli yazarları okumak için alırsınız. Mesela İlber Ortaylı'yı hangi platformda yazıyorsa okumak için alırım, yada Vedat Gunyol bir şekilde alırım okurum, ne biliyim Zülfü Livaneli… Ama her yazısını okur muyum? Belki bazılarının her yazısını okumam ama belli yazarları bir şekilde takip ediyorsun. İçerik aynı zamanda tematik olması kimi zaman. Bunlar belirli şeyler… kolay taşınabilir olması benim içim önemli. Rahat okunan bır metne sahip olması benim için

önemli yanı metinle bir okuyucu olarak boğuşmamam gerekir. Metni bir kerede kendim yazmak zorunda kalmamalıyım okurken. Bunlar benim için önemli. Artı metnin sonunda e peki ne? Bu ne şimdi dememeliyim. Yanı o metin bana mutlaka birşey katabilmeli. Onun dışında tabiki metnin renkleri, fotoğrafların kalitesi, çizimlerin kalitesi bunlar önemli. Yani ister istemez onlara da bakıyorsunuz. Yoksa ayraçtı vs. onlar çok önemli değil.

7. Sizce fanzin – edebiyat dergilerinde edebiyatın yeri nedir?

Edebiyatın bir yeri var mı? Tabı edebiyatı nasıl tanımladığınızla alakalı bir şey var. Klasik anlamda edebiyatın bir yeri yok. Benim için… ama günlük yazım anlamında, yazılan yazılardaki dil kullanım hassasiyeti anlamında stil anlamında, estetik anlamında edebiyatın ebetteki bu kalem oynatan kişilerin wordinglerinde, söylemlerinde, discorslarında etkisi var.

8. Size göre bu dergiler, kitleleri birer tüketim aracı gibi mi görüyor?

Sonuçta kitleleri tüketim araçları olarak görüyorlar mı? Evet nispeten kitleleri bir tüketim aracı olarak görüyorlar. Ve bu kitleler tarafından tüketilmek üzere bir malzeme, bir ürün ortaya koyuyorlar. Ama bir taraftan da bu tüketim aracını kendileri yaratmaya ve var etmenin de mücadelesini veriyorlar. Çünkü bu pazarı kendileri yaratmak zorundalar ve bu pazarda kalabilmeleri de o alıcı kitleyi tüketici haline dönüştürmelerine bağlı, ne kadar dönüştürebilirlerse kendi varlıklarını da o kadar koruyacaklar. Aksı taktirde tüketici olmazsa üretilen ürününde devamlılığı söz konusu olmayacak.

DG2

1. **Alternatif medya denilince aklınıza gelenler nelerdir? Sizce bugün alternatif medya düşünmek mümkün müdür?**

Şimdi elbette mümkün. Çünkü alternatif medyanın tabii bir çok kolu, bir çok alanı var. Eee aslında eee tabi hatta günümüzde şey düşünmek eee bir eee yaygın popüler medya anlamında bir medya düşünmek çok zor. Tabi çünkü bağımsız bir medya çok olmadığı için daha çok şey alanlara, eee farklı alternatif alanlara kaymış durumda. O anlamda tabii hem internet üzerinden yayın yapan bir çok şey var eee yayın kanalı var. Yani hem haber olarak hem edebiyat sanat kültürel formları ortaya çıkarabilmek anlamında veya onları konu edinmesi anlamında ıı hem şçyle de bir sey var özellikle de günümüzde bence çok inanılmaz derecede bir sıkışmışlık var, her alanda bir sıkışmışkık var ve bu sıkışmışlıkla birlikte eee geçmişte oluşabilen ee eleştiri mekanızmaları, kültürel anlamdaki, sadece politik falan değil. Eleştiri mekanızmaları da çok işlemiyor. Anaakım için de çok işlemiyor ve ana akım aslında eee çok dar bir alana hapsoldu. O anlamda alternatif medya yani mesela diyelim ki bir roman eleştirisi de artık işte youtube kanallarında veya şeyde gerçekten nitelikli olanlara rastlıyoruz ama dergilerde daha çok tanıtım anlamında çıkıyor ve ciddi bir eleştiri ee yapılamıyor. Ya da şiirle ilgili, görsel sanatlarla ilgili aslında daha marjinal, daha uçluca veya daha ee pervasızca konuşabilen, kendini kısıtlamadan konuşabilen şeyler hep yine ee o alternatif alanda oluşuyor. Bir de fanzin türünde …

2. **Sizce toplum mu önce gelir yoksa birey mi? Günümüzde insanlar arasında bireyselliğin yaygın olması nasıl bir kültür ve toplum yaratıyor?**

Ya şey çok hızlı değişiyor. Eee bu hani kanal o kadar hızlı değişiyor ki şimdieskiden tabii 20 yılda bir kuşak değişimi olurdu. Baba – oğul arasında bir çatışma olurdu. Şimdi kuşak değişimleri iki – üç yılda bir oluyor. Yani eee 90 doğumlu birisiyle 95 doğumlu birisinin birbirini anlayabilmesi, aynı yerden hayata bakması falan çok mümkün değil artık. Tamamen farklı kuşaklar gibi çok büyük eee ayrımlar var yaşama bakışlarında. Şimdi bu anlamda tabii bizim için eee benim yaş kuşağımdakiler için şey çok önemliydi toplumsallık çok önemliydi ve her şey aslında bir toplumsal tarafa ve hatta

her şey ideolojik bir tanımı vardı. Yani insan davranışları da ideolojik, aşk da ideolojikdi, insanın hayata bakışıyla ve eee değer yargılaruyla, inançlarıyla beraber oluşan bireysel hareketler de onların neticesinde oluşurdu. Bizim inancımız eee şeyimiz, değerlerimiz buydu. Şimdi mesela gençlikde benim gözlemlediğim eee bireycilik çok ön planda mesela şey özgürlüğü bireysel özgürlük anlamında. Toplumsal bir özgürlükten söz edemeyiz, tamamen bireysel özgürlük anlamında algılıyorlar. Eee fakat bizim toplumsal özgürlük adına verdiğimiz mücadeleden çok daha fazlasını bireysel özgürlükleri için verebilecek kadar da şeyler, dirençliler. Özgürlük alanlarına girildiği an gözleri hiçbir şeyi görmüyor eee ama o özgürlüğü dediğim gibi tamamen kendi bireysel özgürlükleri olarak görüyorlar aaa daha çok hani şey gibi tümden gelim inanılır tüme varım gibi aslında bu da neyi doğuruyor? Belli anlayıştaki yada birbirine yakın olan gençler kendi bireysel özgürlük alanlarını korurken bireysel özgürlük alanları birbirlerine yakın olduğu için ortak bir eee gene toplumsal daha doğrusu küçük toplumlar halinde belki bunun savunusunu yapabiliyor duruma gelebiliyorlar. Yani eee yola çıkış noktaları toplumsal özgürlük değil ama eee bireysel özgürlükleri eee kısıtlayan bir toplumsal özgürlük geldiğinde de eee kendi bireysel özgürlüklerini savunmak adına gene toplumsal özgürlük için de mücadele eden konuma farkına varmadan ya da öyle bir dertleri olmaksızın oraya doğru gidiyorlar. O anlamda eee ben mesela ee bunu sadece gözlemleyebiliyorum. Bu değişimi eee ama çok olumsuz da bakmıyorum. Bu çağın gerçeği de bu eee bu gerçekle birlikte yine aslında özgürlük öyle yada böyle çok önemli bir kavram günümüzde de. Eee ve bireysel olması dediğim gibi bireyden yola çıkarak gene topluma ulaşabilmek anlamında. Bence yola çıkış noktaları farklı ama yine aynı sonuca varıyor gibi görüyorum.

3. Günümüzde alternatif medya yayınlarını bir özgürlük olarak görebilir miyiz? Bu nokta da sizin tercihleriniz ne yönde oluyor?

Ee tabiki şimdi alternatif medya eee doğrudan doğruya bir özgürlük alanı bence. Eee ve bu anlamda herhangi bir kısıtlama olmaksızın sözünü doğrudan söyleyebilmek eee büyük bir lüks haline geldi günümüzde bunu da sadece alternatif medya ile yapılabiliyor. Ee ve alternatif medyanın da aslında inanılmaz derecede ee bir hareket alanı olduğunu görüyoruz. Özellikle de internetle birlikte. İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte eee mesela eskiden çok daha ee daha etkili eee alternatif medya alanları vardı

mesela fanzinler gibi ama eee bugüne oranla daha etkiliydiler elbette okur anlamında da çok daha geniş bir kitleleri vardı ama şeyi görüyoruz, başka alternatif çok yoktu. Şimdi o kadar çok alternatif var ki hemsine tek tek baktığınızda çok etkili gibi değil. Yada daha az kişiye ulaşabiliyorlarmış görünebiliyor. Ama bi toplamda baktığımızda ee asıl medyayı oluşturan nerdeyse alternatif medya gibi düşenebiliriz.

4. **Ne kadar süredir bu yayını çıkarıyorsunuz? Başlarken belirlediğiniz noktaya ne kadar sadık kaldınız? Yaşadığınız zorluklar ve engeller nelerdir? Geçmiş ile gelecek arasında bir karşılaştırma yaparsanız neler diyebilirsiniz?**

Şimdi şöyle, fanzin çıkarmaktan çok ben şey yaptım. Eee yılların çıkan fanzinleri inceledim. Yani bunu ilk yapma şeyim eee tabii 2000 de çıktı, varlık yayınlarından şeytan ayetleri kitabım, eee özellikle 90lar çok önemliydi Türkiye'de fanzin anlamında 2000 li yıllarda hatta 2000 li yılların ortasına kadar eee fanzinin o etkinliği sürdü. Daha sonra eee biraz daha fanzinden o fanzin ruhu diye adlandırdığım benim o ruhtan uzaklaşıp özellikle de bilgisayarın çok yayılması ve internetin yayılmasıyla birlikte biraz daha eee internete kaydığı için eee o bizim klasik anlamdaki işte punk kültüründen gelen yada cut up tekniğinin çok kullanıldığı eee o ruh yavaş yavaş azaldı yayınlanan fanzinler de biraz şey gibi fotokopiyle yapılan dergilere benzedi. Eee çünkü eee o eski fanzinler mesela 90lardaki fanzinlere baktığımızda şeyle daktiloyla yazılıyor, elle yazılıyor, eee fotoğraflar kesip yapıştırılıyor, yada öyle ee içerik bulunuyor. Eee bambaşka bir görsel olarak farklı bir tarz vardı.

Bir şey sormak istiyorum. Eeee fanzinle ilgili olan youtube da ee işte yazıları filan okuduğum zaman eee şeyle karşılaştım, atıyorum işte Küçük İskender bir cafede oturuyor. Otururken sıkılıyor ve birseyler kaleme alıyor. Bir başka arkadaşı geliyor işte aynı kağıda birseyler yazıyor. Bu şekilde mi ortaya çıktı fanzinler?

Şimdi o bi yanı. Şimdi fanzinler çok farklı şeyleri var mesela edebiyat fanzinlerinde eee bir araya gelen edebiyatı seven, düşkün olan mesela gençler özellikle beraber bir fanzin yapma daha doğrusu edebiyata aynı yerden bakan kişiler bir araya geldiklerinde eee birlikte bu tip fanzinler üretiyorlar. Şimdi fanzinlerin eee hazırlanması

söylediğin gibi oturur herkes bir sayfa hazırlar, aklına gelen sözleri hatta çalıntı kavramı da çok yoktur. Mesela herhangi bir kitaptan hoşuna giden bir bölümü de yazabilir. İllaki yazarının da adını yazması gerekmiyor. Kendi adını bile yazabilir. Çünkü herşey fanzin dünyasında şey gibidir,eee kollektif üretim gibi bakılıyor ve ee bu intihal olarak pek görülmez aslında eee bu tip şeylerde mesela dedeiğin gibi İskenderin yaptığı gibi işte ilginç, el yazısıyla birşeyler yazarsın onu mesela fanzine çok rahat koyabilirsin.yada bunlar toplandığında bir araya getirip kişisel fanzinler de olabilir mesela bir kişi tek başına değişik dönemlerde oturup içerken birşeyler yazabilir, resim çizebilir. Sonra bunların hepsini bir araya getirip fotokopi kitapçık haline getirip onu kişisel fanzin olarak yayınlayabilir. Ee fanzinlerin asıl çıkışı, edebiyat fanzinlerinde böyle bir kavram var ama eee biraz müzik ile ilgili. Şimdi 70li yıllar, 80li yıllar özellikle İngiltere başta olmak üzere Avrupa'da o punk'ın anarko punk akımlarının öncülüğünde çok inanılmaz fanzinler çıktı. Eee Türkiye'ye biraz daha geç, 80lerde de vardı ama asıl bu anorko punk fanzinler 90larda Türkiye'de çok etkili olmaya başladı. Artı eee bununla birlikte şey var, rock müzik ve metal müzik de 90larda müthiş bir dinleyici kitlesine kavuştuğu için, gençler arasında böyle bir alt kültür haline gelince eee metal fanzinleri ve rock fanzinleri çok fazla hatta işte black metal fanzinleri çok böyle türlere yayıldı ve bu çok böyle yaygın ee fanzinler çıkmaya başladı. Ee bir yanıyla bir kısmı müzik dergilerinin işlevini görüyordu. Nerde ne konser var, konser kritikleri, albüm kritikleri, röportajlar… mesela yabancı gruplarla inanılmaz röportajlar fanzinlerde yayınlanırdı. Çok rahatlıkla ıı çoğu da dil biliyor çocukların, röportajı yapıp fanzinlerde yayınlıyorlardı. Eee bu arada bir yanıyla da ee ana akımda kabul edilmeyen, ana akıma giremeyen ee bir takım türler…. Mesela bilim – kurgu gibi. Eee işte fantastik gibi. Bunlar Türkiye'de ilk fanzinlerle ortaya çıktı. Hatta ilk bilim kurgu fanzini 70lerde tekstil makinasıyla yapıldı. Yani eee bunlar bir türlü anaakım dergilerde yer alamadıkları için mesela bilim-kurguya meraklı olan, bilim kurguyla ilgili öyküler yazan kişiler beraber o öykülerini bir araya getirip bilim kurgu fanzini olarak çıkartıp, bilim kurgu meraklıları da o fanzinleri takip ediyordu. Mesela işte çok değişik şeyler, eee Lütfi Bayar'ın gene yaptığı gibi, Lütfi Bayar mesela çok önemli fanzincilerden biri. Eee Lütfi Bayar'ın yaptığı "Sikke Fanzin" vardı mesela.Bildiğimiz sikkelerden… eee sikkeleri tanıtan bir fanzin mesela, tümüyle çok enteresan, tek başına örnek olan fanzindir. Eee çok dağınık bir biçimde her alanda fanzinler yayınlanırdı ve çok fazla okur da buluyordu çünkü eee dediğim gibi bu alternatif şeylerle ilgil ya da

anaakımın içine girmek istemeyenler o da ayrı bir şey, özellikle de eee daha direnen, daha anarşist duruşu olan kişiler direk olarak kendilerini ürettikleri fanzinlerinde ifade etmek istiyorlardı. Eee onların çıkardığı fanzinler çok vardı inanılmaz derecede eee çok fazla yani futbol fanzinleri var mesela, belli takımların fanzinleri var. Eee çizgi romanlar, eee özellikle işte çaba çizgi roman grubu gibi bikaç tane eee kült çizgi roman grubu gibi 90larda çizgi romancıların bir araya gelip eee ürettiği fanzinler vardı. Mesela baktığınız zaman onların bir kısmı şimdi marvele falan filan eee Amerikadaki eee yayın organlarının da Türkiye'den çizenler filan hep o mesaiden geçmiş fanzincilerdendir. Eee bunun gibi birçok alanda aslında çizgi romanından, edebiyatına, filmden resme, plastik sanatlara, futbola dediğim gibi sikkelere, bilim kurguya aklına gelebilecek her alanda eee fanzinler bu aradada da anarşist eee duruşları da eee ortaya koyan mesela anti militimalist akımlardı. LGTB'nin o duruşu hepaslında temeline bakarsak fanzinlerden başlıyor yani kendi yayın organları falan olmadan önce hep fanzinleri vardı. Eee diye kısaca özetleyebiliriz.

5. Yayınlarınızı okuyan başkaları ile bir araya geliyor musunuz? Ne türden paylaşımlarınız var? Bu okuyucu kitle toplumsal/harici hayatta buluşuyor mu? Özel toplanma alanları oluşmuş mudur?

Şimdi, popüler dergilerin cafeleri, benim bildiğim kadarıyla şey eee ne derler isim hakkı verilerek işletiliyor. Dergiyle bir ilişkisi yok aslında. Derginin isim hakkını satıyorlar ve o isimle cafe açılıyor. Derginin okurları tabii şöyle bir şey var: o dergiyi çok seven, takip edenler direk olarak o cafeleri tercih edebiliyor. O isimle anıldığı için. Eee ama doğrudan birşeyleri, organik bir bağları yok. Kimisi de cafenin ortamı hoşuna gidiyor o yüzden gidiyorç hiç derginin okuru olamdan da. Ama biraz okur çekmek için, çok satılan dergiler oldukları için, okurları çok oldukları için eee o isim biraz daha şey çekiyor, müşteri çekebilecek potansiyeli olduğu için eee biraz öyle kullanılıyor. Fanzinlere gelince, fanzinlerin şimdi şöyle bir dar alanı var: her yerde fanzin bulamıyoruz. Bazı kitapevleri, mephisto gibi onlar fanzinlere yer veriyor. Fanzinlerin daha çok satıldığı alternatif mekanlarda olabiliyor. Bunlar mesela bir cafe oluyor, ya da çok ilgisiz bir dükkan olabiliyor. Fanzinciler bildiği için, fanzin takip edenler oralara gidiyor. Eee o yüzden de okurla yazar da çok buluşabiliyor. Mesela İzmir'de sanıyorum 4-5 yıl oluyor, fanzin apartmanı diye bir oluşum eee yaratıldı. Orada eee belli mekanlara

eee böyle bir stant kouyorlar fanzin apartmanı adlı o standa eee Türkiye'nin çeşitli yerlerinden çıkan fanzinler onlarla organik bir bağ içinde hepsi gönderiliyor çıktığında. Eee bütün fanziler yada işte Samsun'da fanzin apartmanının bir cafede standı oluyor fanzin okuyanlar biliyor ki fanzinler oraya geliyor ve eee birsürü ilden çıkan fanzinler doğrudan oraya gönderilip, orda sergileniyor, oradan satışa sunuluyor gibi tabii orda o fanzin okurları da o mekanlara gitmeye başlıyor ve eee fanzinleri yayınlayanlar ve okuyanlar bir arada ortak bir yerde de buluşuyorlar yani reel hayatta da bir araya sık sık geliyorlar aslında.

6. **Günümüzde şöyle bir tanımda bulunanlar da var: fanzin = popüler edebiyat dergisi… Bu doğru mu? Yani popüler edebiyat dergileri fanzinlerin günümüz koşullarına uyarlanmış şekli mi?**

Popüler edebiyat dergilerinin fanzinlerle hiç ilgisi yok. Fanzin tamamen şöyle legal olmayan, yani yasal olarak izin alınıp işte çıkartılmayan, yayın yönetmeninin işte yazarlarının kim olduğu her an değişebilir, yani yasal bir platformda bir dergi kadrosu eee doğrudan olmayan artı yasal izin, yayım izni, satış izni alınmadan eee fotokopiyle canı isteyen herkesin yapabildiği yayınlar. Şimdi bu popüler dergiler tam tersine eee gerçek anlamda satış rakamlarıyla da işte şey olduğu için, fazla sattığı için eee birer popüler şey alanı kültürel hatta edebiyat dergileriyle kıyaslarsak, kültür sanat dergileriyle eee aslında onlardan daha da main stream daha da popüler kültüre hizmet eden eee yerdeler. O yüzden eee fanzinlerle tam da karşıt yerdeler aslında. Fanzinler eee o popüler dergilerin tam ters kanadında. Yani popüler kültüre de popüler alanlara yada o ana akımın içine hiçbir zaman girmeyen, tamamen dışarda durmayı tercih eden yayınlar.

7. **Alternatif ve geleneksel medyayı bir alan olarak değerlendirmek ne kadar doğrudur?**

İşte alternatif medyanın asıl gücü, geleneksel medyadan bile, şu içinde bulunduğumuz koşulda çok daha fazla gücü var. Şu anda geleneksel medya aslında bir tür tek tip medya haline dönüştü. Yani heryere aynı yerden bakan hatta işte eee yapılan şeylerde de Türkiye şu an tüm dünyada eee ne derler manülatif haberde birinci sırada. Yani eee geleneksel medyadan şuanda hangi kesimlerin ne olursa olsun her kesim

kendine göre manipüle ederek yayınladığı için eee ciddi bir kutuplaşma olduğu için politik anlamda toplumda o medyanın aslında şuanda bir eee çok işlevi olduğunu zannetmiyorum. Bazı kitleler hala geleneksel şeyle devam eder yada Anadolu da belki çok toplumla bağlantısı olmayan kapalı eee toplumların içinde küçük belki kapitallerin içinde, kapalı şehirlerin içinde hala bu medyayı takip edip, geleneksel medyayı ondan etkilenen bir kesim eee elbette var ama biraz daha eğitimli ve şey olan eee daha zihni açık olan kesimler tamamen alternatif medyayla şuan da ilgilenir durumdalar. Yani geleneksel medya gücünü belkide tarih boyunca en çok kaybettiği dönem yaşıyoruz. Aslında tüm dünyada tüm dünyadaki aslında biraz şeyle de ilişkili geleneksel medyanın basılı tarafı gittikçe azalıp işte eee aslında aynı tarzı şeye eee internet üzerinden yürütmeleriyle ilişkili o da kaçınılmaz bir şey. O işin teknolojik tarafı biraz daha farklı eee ama yine geleneksel medyanın, benim gözlemlediğim kadarıyla temel unsurlarını gene koruyarak gidiyorlar. Bir de hersey, geleneksel medyanın sınırları falan da belli değil, herşey alt üst olmuş durumda şuanda medyada sanıyorum Türkiye'deki özellikle geleneksel medya en güvenilmez kurumların başında geliyor. Yani eee okur nezninde de öyle o anlamda alternatif medya gerçek anlamda bir alternatif şu an için oluşturuyor diye düşünüyorum

DG 03

Fanzin kültürü İzmir'de örneğin İstanbul'a göre daha canlı galiba? Facebook'taki paylaşımlarınızdan öyle bir gözlemde bulundum. İstanbul daha kalabalık, İstanbul daha dolaşımlı olur bu tür işte çok kitabevi var yayılır gibi görünüyor ama daha da İstanbul'da azaldı, başka şehirlere yöneldi gibi ne dersiniz?

Şimdi şöyle diyebilirim. Aslına bakarsanız İstanbul'dan daha fazla değil, eeee yalnız daha örgütlü olduğunu söyleyebilirim. Eee çünkü özellikle 90'lardan sonra, 90'larla birlikte başlayan Türkiye'deki fanzin kültürünü dinamo eden iki tane kent vardı. Bir tanesi İzmir, eee bir tanesi de İstanbul'du. Ankara biraz daha bu denklemlerin dışında kaldı. Belki 2010'lara doğru belki eee bir ortama gelmiş olabilir ama genelde bu işin baş hat rolünü İstanbul üstlenmiştir her zaman. Yani hem nüfus olarak da bakıldığında İstanbul'un zaten ııı önde olması çok normal. Mesela İstanbul'da çeşitli fanzin festivalleri yapılır. Ee Daha öncesinde işte fanzinist vardı, eee Deniz Beşer'in başını çektiği. O mesela şu anda artık kapanmış durumda. Eee onun haricinde işte başka fanzinle uğraşan arkadaşların yaptığı işler vardı. Ama işin özüne gelirsek, ee İstanbul'da çok daha dağınık bir yapı var. Özellikle bu ııı Kaybedenler Kulübü 6.45 yayınevlerinin bir dönem kendi çevresinde döndürdüğü yapının bir anlamda yani tırnak içerisinde söylemem gerekirse "yozlaşmasıyla" ee insanlarda bu alanda bir çekilme olduğunu gözlemliyorum. Şahsi gözlemlem. Eee Özellikle zaten İstanbul içerisini tutunda eee diğer kentlerde İstanbul'un Kadıköy fanzin yapısı ondan sonra hani, fanzinin biçiminden ziyade, fanzine sahip olma ee durumunun daha ön plana çıkması belli tepkilere neden oldu ve Kadıköy'deki bu yapı kendi kendine artık eee çekimser bir hal aldığını söyleyebilirim. Yani özetle söylemem gerekirse, iii İzmir'de daha örgütlüyüz ama belki de toplam üzerinden baktığımda çok daha fanzin İstanbul'da çıkıyordur diye söyleyebilirim.

Ama niteliksel olarak yani paylaşım ağı açısından daha herhalde kaliteli bir ortam var. Demekki aslında fanzin kendi eleştirdiği duruma da düşmüş oldu o zaman Türkiye'de Alternatif medya denilince aklınıza neler geliyor ve size göre bugün alternatif medya düşünmek mümkün mü?

Şimdi normalde eee yani kendi düşündüğüm üzerinden hareket edersem, eğer medyayı ıı bu televizyonlar ve eee yayım piyasacılığı üzerinden değerlendirirsek, ben özellikle son yaklaşık 5-6 yıl içerisinde internetle başlayan ve Youtube kanalları üzerinden ilerleyen yapıyı bir alternatif medya yapılanması olarak açıkçası görüyorum. Özellikle normal, bildiğimiz medya algısına bir alternatif oluşturduğunu düşünüyorum. Eee işin özeti üzerinden ıı hareket edersem, yani fanzinlerin açıkçası ee kültürel veya entelektüel bazda belki de bir noktada kitleyi daha fazla dinome ettiğini düşünüyorum. Eee yani kendi içerisinde eee giriş çıkışları kolay bir yapı fanzin. eee yani atıyorum iki arkadaş toplanırsınız ondan sonra eee word programı üzerinden bir şeyleri yazma işine girişirsiniz ve ondan sonra gider fotokopicide çoğaltırsınız ve bir fanzininiz olmuş olur haliyle. Ama eee bu yapıyı alternatif medya olarak adlandırmak biraz daha zor. En azından günümüzde öyle oluğunu düşünüyorum. Çünkü eee fanzin biraz daha güncele olan bir yönelme üzerinden değil de kendi içerisindeki o alt kültür yapısında devindiğini düşünüyorum.
Yani karşıt kültür yapıları da var belki ama ıı en azından 2020 tarihinden bakıldığında 2020'de 2020 tarihinden bakıldığında karşıt kültürün biraz daha gerisinde olduğu altkültür üzerinden kendi yapılanması üzerine kendi meşrebinde hareket ettiğini düşünüyorum açıkçası ben.

Peki, toplum mu önce gelir size göre birey mi? Yani günümüzde insanlar arasında bireyselliğin yaygın olması nasıl bir kültür ve toplum yaratıyor?

Yani şöyle diyeyim. Yani bu kime göre hani mesela onu sorayım, toplum mu önce gelir birey mi önce gelir? Hani bana göre mi gelmeli mi günümüzde nasıl ilerliyor hangisi?

Tamamen size göre yani siz ne düşünüyorsunuz?

Ha anladım, ben daha bireyselci bir yaklaşım içerisinde olan birisiyim. Iı zaten ıı fanzin denen şey bireysel bir olaydır. Iı hani biz kolektif yapılar üzerinden çıktığını eee düşünürüz ama aslında bakarsanız fanzinde çekip çeviren bir kişi vardır ve onun içerisinde eklemlenenler insanlar olur genel olarak aa hani tabi edebiyatın ya da sanatın toplum için mi sanat için mi olduğuna hiç girmek bile istemiyorum. Iı çünkü her ikisi içinde olabilir cevabını verebilirim ıı fanzinde her ikisi için de olabilir. Ya tamamıyla

bireyin kendi ıı öz çıktısı ıı ile hareket edebildiği gibi ya bir şeyler yapacağım işte bir şeyler anlatıcam günümüzde bunun ikamesi çok fazla alan görüyorum. Eee genelde fanzincilerinde toplumsala dair bir şey vermekten ziyade kendi içine dönük, iç bükey bir şekilde ıı kendinden döngüsel bir üretim gerçekleştirdiklerini düşünüyorum. Aaaa ama benim açımdan bakıldığında ben biraz daha bireyselci bir insanım ve bireyler üzerinden bir şeylerin şekillenmesini daha olası görüyorum.

Peki, Efe Bey kaç yıldır Fanzinler ile uğraşıyorsunuz, ilgileniyorsunuz? İlk ne zaman çıkardınız?

Şöyle ıı daha öncesinden ben eee blog adreslerim üzerinden ıı bir şeyler yapma derdindeydim.

Online başladınız yani?

Aynen, aynen aynen. Iıı Daha sonrasında 2014 yılında biz Sıvadık'ı çıkarttık. Eee daha doğrusu Sıvadık Fanzin aaa daha Sıvadık'ı çıkarttık ama bu Sıvadık, Fanzin olma süreci daha sonra gerçekleşti. Aaa çünkü biz ıı açıkçası ilk başlarda ıı fanzin çıkarttığımızın bile çok farkında değildik. Ama özetle geçecek olursam ıı kendimi her zaman böyle özetlemek zorunda kalıyorum. Aaa çünkü bazen böyle çok yayılıp dallanıp budaklanabiliyorum. Ama ben 2014 yılında başladım. Iıı daha sonrasında 2016 yılında Fanzin Apartmanı'nı kurduk ıı onun üzerinden de ilk önce İzmir'de bir örgütlülük geliştirdik. Daha sonra bunu yurt geneline yaydık. Iıı olduğunu söyleyebilirim.

Peki, "Fanzin Apartmanı"nın yapısından işlevinden de biraz söz edebilir miyiz? Yani mesela nasıl bir araya geldiniz, 2016 yılında sadece siz mi vardınız ya da çıkardığınız fanzinlere ilgi duyanlarla mı bir araya geldiniz? Biraz da bu konulara değinebilir miyiz?

Tabi şimdi ıı hemen şöyle özetleyeyim. Iıı normalde biz işte 2014 yılında ıı Sıvadık'ı çıkarttıktan sona çeşitli fanzin ıı girişimlerine başladık. Daha sonrasında ee gördük ki

fanzin yani böyle çok değer gören bir şey değil. Bu arada bu sorunuzu biraz uzun anlatmak istiyorum.
Tabi ki.

Çünkü bu aynı zamanda izim kişisel tarihimizde ve fanzin tarihimizde aynı zamanda. Hani bunun tezinizde yer alması benim açımdan önemli. Aaa şöyle bahsedeyim biz işte çeşitli yayınla şehirlere ıı doğru yayılma gayretine giriştik ve burada gördük ki aslına bakarsanız ıı fanzine dışarıdan bir ıı ne yazarsanız yazın bu arada fanzine dışarıdan insanların el vermesi ıı ikincil durum haline geliyor. Birincil durum ise fanzincilerin fanzincilere olan yardımları söz konusu oluyor. Çünkü aynı dertler üzerine hareket ediyoruz. Iı bu dertlerimiz nedir işte eee basım ücretleri bunula ilgili neresi daha ucuz basar, kim basar veya atıyorum hangi illere dağıtabilirim. Hangi mekânlara dağıtabilirim gibi pratik sorunlar açısı. Iı bizde işte bu eee yani bu sıkıntılı sürecin içerisinde yani öyle bir şey ki İzmir'de atıyorum iki üç fanziniz, herkes kendine göre bir yol çiziyor. İstanbul'dan bir akrabasını buluyor işte Aydın'dan başka bir öğrenci arkadaşını buluyor. Herkes böyle kendince çabalarken dedik ki ya bir saniye biz bir araya gelelim ve atıyorum mesela ben bir yerden sen bir yerden çaba vereceğimize, toplanalım atıyorum mesela atıyorum üç fanzin miyiz, üç fanzin birlikte gönderilsin. Oradan gelenler İzmir'e biz dağıtalım oradan kolektif bir yapı kuralım dedik. Iı bunun üzerinden ya çok basit tabi vesaitler ile hareket ettik Fanzin Apartmanında ve bir facebook grubu kurduk. Facebook grubu içerisinde dedik ki arkadaşlar yani işte hangi fanzini kimler takip ediyor, kimler okuyor, kim kim biliyor. Herkesi buraya toplayalım dedik. İlk önce şeylerle başladık işte yardım çağrılarıyla arkadaşlar işte ucuza fotokopiyi İstanbul'da nerede basabiliriz veya atıyorum işte İzmir'de kimler var? Ha bu arada ilk önce İzmir üzerinden bu tamamıyla İzmir üzerinden örgütlenen bir yapıydı. Iıaa sonrasında işte, işte biz Ankara'ya fanzin göndermek istiyoruz kim yardımcı olur eee veya atıyorum İstanbul'da hangi mekânlara dağıtılabilir gibisinden hareketlenmeler oluştu. Daha sonra dedik ki ya biz bu kültür yapısını hani onlardan bize geliyor biz onlara gönderiyoruz ama biz bunları kritik etmiyoruz çünkü bir kültürü aynı zamanda büyüten geliştiren de onun eleştiri mekanizmasıdır. Ama şimdi şöyle bir şey var. Eleştiri mekanizması derken şunun altını çizmem gerekiyor ııa fanzin diğer alanlardan çok daha farklı bir şekilde hareket eder. O da şu ıı tamamıyla ıı özveri üzerinden ilerler herhangi bir kâr amacı gütmez ve ıı şöyle

bir şey hani herhangi bir eee ne bileyim işte dergi açılışı ile ilgili veya herhangi bir resmi başvuru olmadığından dolayı ıı başlamakta bitmek kadar bir karara bakar. Ondan dolayı da hani böyle ıı böyle nasıl desem çok böyle küçük eleştirilerle küsüp giden ondan sonra ya ben okumuyorum zaten bırakıyorum gidiyorum diyen kırılan insanlarda mesela fanzin camiasında çok olur. Ondan dolayı ıı biz de tabi bu dertlerle eee hareket ettiğimizden hani olumlu ıı hani şöyle diyeyim. Hani tabi ki ıı problemli olan tarafların altını çizerek ama ı daha çok iyi işin ortaya çıkarılması bir psikoloji ile Fanzin Apartmanı facebook gurubunda bir paylaşımlar yapmaya başladık. İşte ben ne bileyim işte aaa palyaço fanzini okudum, çok beğendim, 10. Sayısı harikaymış işte ıı şu şu yazılara bayıldım gibisinden. Yalnız şöyle bir şey oldu ilerleyen zamanda biz gözlemledik ki facebookta bu yazdığımız şeyler o anda görünüyor timelineda akıyor ama yarına kalmıyor. Bizde dedik ki ya bir internet sitesi kuralım ama öyle bir şey ki hani internet sitesi kurmak bugün mesela Fanzin Apartmanı gibi bir yapıyı kurmak maliyeti ı yaklaşık yıllık 400 lira gibi bir maliyeti oluyor işte bunu şimdi kimden toplayacaksınız, ne toplayacaksınız zaten fanzinin kendiyle ilgili bazı sıkıntıları var. Aaa bizim de zaten o dönemde dağıtım problemlerimiz vardı. Iıı ve şöyle bir şey oluyordu mesela atıyorum bir kütüphane var aaa yani bir kafeye gidiyorsunuz bir kütüphanesi bölümü var orada kitapların yığıldığı bir yer siz fanzin bırakıyorsunuz fanzin şöyle bir kâğıtlar bölümüne gibi bir şeye koyarlar böyle. Hani meraklısı araştırmadığı didiklemediği sürece o orada tozlanır veya atıyorum o atık bir kâğıt muamelesi görür. Eee biz dedik ki özellikle bazı kötü örnekler sonucunda da gidelim mekânlarla anlaşalım, dedik ki Fanzinler dik dursun yani böyle karşıdan girildiği anda Fanzinler görülsün. Böyle konsepti olan yerler ıı bize böyle raf ayarlasınlar. Biz belli bir standart belirledik bu alanda ıı bunları bize sağalasınlar ıı biz de o mekânda fanzinlerin beklemesi tedarikini üstleneceğiz. Aynı zamanda mekân içerisinde ıı kültür aktivasyonu gerçekleştireceğiz diye bir proje geliştirdik kendi içimizde ve kumbaralar koyduk ve yaa dedik ki aynı zamanda bunu bu konuda zaten bize atmazlar dendi, çalınır dendi ki zaten İstanbul'da kumbaramızın çalındığı da oldu. Sonra dedik ki ya biz bunu okura bırakalım eee çünkü okur eğer bizim ı getirdiğimiz fanzinlere verdiğimiz çabaya destek olmak istencinde olursa biz de o kadar devam ederiz. Ve okurla direkt bir bağlantı sağladık. Dedik ki kardeşim bizim eğer devam etmemizi istiyorsanız bu kumbaraya para atın. Çünkü diğer türlü bizim devam etmemiz mümkün değil. Onlar da sağ olsunlar biz gerçekten de güzel bir talep gördük insanlardan ıı bu kadar fanzine özen gösterilen ondan

sonra işte eee belli standartlar çerçevesinde eee kendi fanzinlerinin orada olabileceğini gören insanlara hem fanzin çıkartma konusunda bir şevk geldi. Hem de isme dair akım oluşturdu. Iıı bu anlamda insanlar şey yapmaya başladı. Neden biz de bunun benzeri şeyler yapmıyoruz dediler. İstanbul'da yaklaşık 2 tane Fanzin Apartmanı mekânı açıldı. İzmit'te bir fanzin rafı anlaştıkları kafeye yerleştirildi. Aaa aynısı Gaziantep'te oluştu. Van'da böyle bir süreç vardı kafenin kapanmasıyla ııı o süreç şey oldu aaa gibi gibi. Bundan feyz alan ve yaa ben de Fanzin Apartmanı ile bir bütünlük kuruyorum diyen fanzinci arkadaşlar kendi şehirlerinde de bunları gerçekleştirmeye başladılar. Aaa Fanzin Apartmanın raf hikâyesi böyle. Daha sonrasından şöyle bir şey oldu. Şimdi dediğim gibi biz kritikler yapıyoruz ya bu kritikler çerçevesinde yani o timeline da akıyor ve gidiyor. Dedik ki ya biz bunu yarına saklayacak bir pozisyonu olsun bunu nasıl yapabiliriz. Bir tane site açalım ondan sonra ııı belirli yazarlar çerçevesinde bir görev mahiyetinde değil tamamıyla yazarın kendi seçtiği, kendi beğendiği, ya ben bunu yazarım dediği fanzinleri ııı kendi düşüncelerini çok böyle yalın bir şekilde ııı ortaya koymasıyla bir haber eee fanzin haber ondan sonra ya yer yer kritik aaa sitesi kurduk. Açıkçası sonra şöyle bir şey oldu. Aaa dedik ki ya bizim dağıtım ile problemlerimiz oldu genelde fanzinlerin basım ve dağıtıma ilgili problemleri olur. Çünkü dergilerin haricinde fanzinlerde şöyle bir olgu vardır aaa mesela atıyorum dergiye bir tane yazıyı gönderirsiniz ve arkanıa yaslanırsınız. Fanzinde ise böyle bir durum yoktur. Fanzinde yazıyı verdiğiniz andan itibaren sizin işiniz orada daha yeni başlar. Çünkü eee yazıyı verdiniz, bunun ııı duyurusunu yaptınız. Bulunduğunuz şehirde dağıtımını üstlendiniz yer yer atıyorum maliyetini üstlendiniz gibisinden eee hani o fanatik magazin durumu ııı fanzinde yazı vermeyle birlikte başlar. Dergide ise arkanıza yaslanırsınız. Aaa bizde dedik ki hani aa hani tamam eyvallah yaklaşık o zaman o dönemde biz Türkiye'deki 10 tane büyük şehirde biz bu olayı çözmüştük. Iıı fakat dedik ki mesela atıyorum bir arkadaş buradan Trabzon'a gitti veya atıyorum Van'a gitti veya atıyorum Kayseri'ye gitti. Aaa bu arkadaş mesela atıyorum yanında ya orada da fanzinlerin olduğu bazı mekânlar var geçmişten bazı çalışmalar var. Buna dair kucak açan kafeler şey fanzinler mekânlar var. Dedik ki bunun biz Türkiye haritasını çıkaralım ve eee tek tek konum olarak belirledik biz bunları. Yani bugün eee İzmir'de çantanızda 20 tane fanzin koyup da mesela atıyorum Adana'ya gitseniz orada olacak mekânların hepsi, konumları, telefonlar ve adresleri şekilde zaten sistemimizde var. Bildiğiniz şeyden Google Earth üzerinden bunu yapabiliyorsunuz. Böyle bir şey

olsun istedik ve bunu gerçekleştirdik açıkçası aaa arkasından şöyle bir şey oldu şimdi hepimiz fanzin çıkartıyoruz ve biz bu fanzinleri çıkartırken eee bir noktada ıı insanların yayınevleri ile alakalı yani şöyle bir şey var. Ülkemizde ne yazık ki şöyle sıkıntılı bir algı var. Kitabı çıkmadan biri insan yazar olmuyor. Aaa ondan dolayı da böyle fanzin arkadaşlar da ıı hepsi aaa hani bu yayın piyasası içerisinde yer almayan kişiler ooo ondan dolayı da Türkiye'de yayıncılık piyasasına girdiğiniz andan itibaren size teklif edilen ya ı telifsiz aaa bir kitap bastırma teklifidir ya da kitabın maliyetini üstlenmenizdir. Her neyse artık ıı ondan dolayı da böyle bazı istençler vardı. Bazı arkadaşlarımız çok uzun öyküler yazmaya başladı ve yayınevlerinin bunu yayınlaması kısmında bazı sıkıntılar yaşamaya başladılar. Biz de kendi aramızda bunları hep konuşuyorduk, dillendiriyorduk. Aaa ben de dedim ki o zaman biz neden fanatik bir dergi basıyoruz da fanatik bir kitap basmıyoruz aaa o zaman FanKit diye bir olgu attık ortaya ıı FanKit bugün belki biçim olaraktan Buklet veya ıı atıyorum Fanzin Kitap aaa gibi olguların bir benzeri gibi duruyor. Ama biz bunu yaparken aslında fanzin kafasıyla ıı fanzin algısı ve eee piyasaya fanzin açısından bakışımızla ıı kitap açısında olan bakışımızı birleştirmek gibi bir gayemiz vardı. Ondan sonra FanKit diye bir tür attık ortaya ve insanların ki hala daha çağrısını yaptık da yakın zamanda bir çağrımız da oldu Corona günlerimiz ile birlikte dedik ki hani bize ıı bize 40-50 sayfayı aşmayacak ki mesela atıyorum benim son FanKit'im 80 sayfaydı. Onu da mesela ev koşullarında bastım. Ondan sonra aaa işte basmayacak şeyleri tüm editörler kısmını biz üstleniyoruz, İzmir dağıtımlarını da biz üstleniyoruz biz basıp çoğaltacağız. Bu pdf'leri bir araya getirmek gibi ıı ve bunları bir koleksiyon çevresinde toplamak gibi bir istencimiz de oldu. Ne zamandı bu ilk 2017 yılındaydı. 2017 yılında böyle çıkmamızla birlikte ı gerçekten ciddi bir talep gördük. Bugün normalde baktığınız zaman alternatif bir kitap çıkartma ıııııı kafasıyla hareket eden insanlar FanKit türünü benimsemiş oldular. Bu tamamıyla ı Fanzin Apartmanın içindeki ıı kolektif çalışmanın bir ürünüdür aslına bakarsanız. Sonra bu bir tür olarak kendi adını şeklini aldı ve onun üzerinden de başka başka insanlar da kendilerine FanKit üretmeye başladılar. Iıı bu bizim içi tabi ki böyle bir alternatif daha açmamız bizim için bir sevinç kaynağı açıkçası. Başka Fanzin Apartmanın neyinden bahsedebilirim(düşünerek). Aaa

İsterseniz ben bu arada birkaç şey sormak istiyorum. Sonrasında yine Fanzin Apartmanına devam edelim. Mesela çok güzel bir şey söylediniz alternatif bir bakış

açısıyla 2007 yılında fanzin çıkarmaya başladınız. Sonrasında da bunları geliştirerek işte topluluklarla, işte arkadaşlarınızla bir araya gelerek bu fanzin boyutunu FanKit'e yani alternatif bir kitaba taşıdınız.

Fanzine ben 2014 yılında başladım.

Ha, 2014 pardon. 2014 yılında başladınız ardında alternatif bir bakış açısıyla fanzini görürken şimdi de alternatif bir kitap olarak kullanıyorsunuz.

Şey bunula ilgili ben bir FanKit yazdım aynı zamanda ıı "Yayınevi Rüyası" diye bunu da yani herhangi bir yerde aratırsanız bulursunuz. Eee hani yani o zaman işte yayın piyasası ıı ben bir yayınevinde çalıştım bu süreç içerisinde hem kantin devam ederken hem de bu yayınevinin işlerini üstleniyordum. Iı işin içine girdikçe yani nasıl desem o edebiyat camiası çok dışarıdan göründüğü gibi değil çok böyle hani orada fularlı amcaların böyle şirin şirin konuşmasının arkasında aslında bakarsanız hani benim kitabım kaç satar, senin kitabın kaç sattı veya atıyorum işte seninkini kaça basarız, kime dağıtırız, nasıl yaparız gibisinden hani çok böyle bilindik sığ hesaplar var. Iı yaa ben de atıyorum bir yayınevinden kitap çıkarttım. Iıı ama mesela atıyorum o süreçten sonra tamamıyla elimi ayağımı bu alandan çekmiş durumdayım. Iıı kendi kitabını ya da FanKit'ini neyse artık basmanın özgürlüğü hiçbir şeyde yok.

Yani "Do It Your Self" idolünü yaşamaya özen gösteriyorsunuz.

Aynen, aynen.

Bir de şeyi sormak istiyorum. En başında FanKit hareketini anlatırken eleştirilere dayanamayıp birkaç kişinin ayrıldığından bahsetmiştiniz. Bunların yaş aralığını hatırlıyor musunuz? Acaba üniversite öğrencileri mi yoksa mezunlar mı? Ya da lise öğrencileri mi?

Valla size şöyle söyleyeyim. Yani her yaştan insan var. Mesela atıyorum ıı "Küçürek Fanzin" diye bir fanzin vardı. Mesela atıyorum Mete abimiz, Mete abimiz 60-65 yaşında

bir insandır. Böyle bir ara ıı o bir baskı yaptı sonra basması yani internet sitesinden falan devam etti. Lise öğrencileri falan da vardı. Skalası çok geniş yani.

Şimdi söylediklerinizden fanzinin işte alternatif medyanın özgürlük alanı olarak görüldüğü anlaşılıyor. Ama bu sorular çerçevesinde tekrar sormak istiyorum. Günümüzde alternatif medya yayınlarını bir özgürlük alanı olarak görebilir miyiz? Yani bu noktada sizin tercihiniz ne yönde oldu? Bunu da bir önceki soruda gayet güzel açıkladınız aslına bakarsanız.
Ben baya baya konuştum. Ondan dolayı hani (gülerek).

Yurtdışı örneklerine baktınız mı hiç, mesela bu FanKit örneği nasıl oralarda Türkiye'deki durumla yurtdışını karşılaştırırsan bizdeki sorun kitle yani okur kitleden mi kaynaklanıyor? Mesela siz bu okur kitleden yeterince destek alabiliyor musunuz? Veya yurtdışı örneklerinde yayınevleri bunlar bir şekilde finanse ediyor mu? Orada ne türden bir dezavantajımız var? Bir de bu elektronik olarak devam etse fanzine yine "fanzin" der misin?

Şimdi şöyle aaa kısaca bahsedeyim. Aaa şöyle diyeyim mesela FanKit dediğimiz şey ıı yurtdışında çok fazla çeşitliliği olan bir yapı. Yani şimdi bizim FanKit deki durumuz şu ıı bizim genel olarak edebiyat camiası içerisinde ıı bir yayın evi sıkışmışlığı var ve ıı bu kendi içerisinde aynı zamanda bir eleştiriyi de barındırıyor. Yani normalde şöyle deyim eee mesela personel zine denen bir olay var tek kişinin çıkarttığı bir zine durumu ki zine'lar da zaten tekil işler üzerinden algılanabilir. Ama bizim yani ben açıkçası ıı biçim olarak basım şekli olarak FanKit türünde birçok işe rastlanabilir. Eee ama bu ıı olgu algısıyla yani bu tepkisellikle vay efendim hani siz madem işte yayınevleri olarak şey yapmıyor musunuz o zaman biz de hani ıı kendi şartlarımız kendi bağlamlarımız üzerinden bunları yapıyoruz ıı benzeri bir iş biraz şeyi andırıyor. Mesela Rusya'daki bir iş "Samil Zat" durumunu anımsatıyor. Normalde ıı kavram karmaşalarından biraz tırsarım. "Samil Zat" biz de bilmiyorum kimlerle daha önce konuştunuz ama bizim fanzin tarihimiz "Samil Zat"a dayandırılır. Ama ıı Türkiye'de hiçbir zaman "Samil Zat" türü bir şey olmadı. Çünük ıı "Samil Zat" basım araçlarının devletin kontrolünde olduğu bir yapının eeeee na tepki olarak meydana gelmiş bir şeydir. Türkiye'de hiçbir zaman basım

araçlarının ve basım izinleri tamamıyla devletin elinde olmadı. Ondan dolayı da hani biz işte "Samil Zat"ın devamı olarak bu işi yapıyoruz diyenler tarihsel bir hata içerisindeler aslına bakarsanız. Aaa Türkiye'de her zaman 90'lar yani 72'ler de başlayan bir süreç var. Bilim-Kurgunun ana doğum noktası bilim kurgudur. Amerika'da işte 1900'lü yıllarla başlıyor zaten ıı sonra 1940'larla ismini almış oluyor. İşte fanatiklerin çıkardığı dergi manasında eee Türkiye'de her zaman benzer bir süreç işlemiştir. Iıı "Punk" etkisi ve "Rock" kültürü etkisi çok fazla olmuştur. Aaa ama dediğim gibi ııı bu tepkiselliği de o "punk" etkisi veya "rock" kültürü içerisindeki o tepkisellik o 90'lardaki Türkiye'deki fanzin kültürüne etki etmiştir açıkçası bu bir gerçektir. Buradan FanKit'e eğer bağlayacak olursam eee FanKit'in de güncel ıı edebiyat piyasası diyeyim na dair bir tepkisel çıkmıştır. Yani şöyle diyeyim tür olarak asla yeni bir tür değildir. Ama bir duruş ve mevzi bakımından ıı yani hani normalde bir tarihsel hataya düşmek istemiyorum. Ama bir olgu olarak kendini kabul ettirmiştir diyeyim. Ha şimdi şeye geldim. İnternet ortamında şimdi normalde buna dair daha yakın zamanda yani Corona günlerinin patlamasıyla birlikte insanlar artık basımdan uzaklaştılar yani çünkü kimse ona madde olarak ona dokunmak istemeyeceği ve dağıtılamayacağı için pdf üzerinden şey yaptılar ve eeee bu bizim aramızda bir tartışma konusu oldu aynı zamanda. Aaa biz de şey yaptık, ben de hatta Fanzin Apartmanında br yazı paylaştım. Onun altını çizerek buradan devam etmek istiyorum. Fanzin tabi ki pdf olabilir aaa ama ben buna bir fanzin diyebilmem için kâğıda hani kâğıda basılacak şekilde formatlanarak yayına çıkması taraftarıyım kendi adıma bunu söyleyeyim. Iıı çünkü diğer türlü bir blog sayfası da olabilir veya atıyorum bir internet sitesinde bir şey de olabilir ama fanzin dediğimiz şey ıı onun hani bence basılabilme ihtimalidir. Yani en azından benim bakış açım böyle.

Bizim 6-7 sorumuzu çok kapsamlı yanıtlar vererek bir sorunun içinde yanıtlamış oldun. Dolayısıyla biz şunu ayırt etmeyi pek sevmiyoruz. Edebiyat dergisi midir, fanzin örneği midir diye. Ama Türkiye'de son zamanda piyasada rahatlıkla dolaşımı yapılan yani dağıtımı yapılan ve daha çok insana ulaşan fanzin görünümlü edebiyat dergileri var. Bunlarla ilgili düşüncen nedir? Eleştiri olabilir, beğeni olabilir mesela ismini de anabiliriz. Çünkü anketlerde de bunu kullandık. "Kafa" gibi "Ot" gibi "Kafka Okur" gibi yayınlara fanzin der misin? Yani kendi deneyiminiz, tecrübeniz ve bir yayımcı olarak. Yoksa başka bir kategori midir? Onları nasıl buluyorsunuz, mesela bunların varlığı sizi

güçlendir dimi, zayıflattı mı? Ya da onlara yönelen kitle ile sizin okur kitleniz paylaşımda bulunduklarınız arasında bir farklılık var mı? Sosyolojik olarak da acaba farklı kesimler mi? Bunlara ne demek istersin?

Şimdi açıkçası ıı bu bizim şeyimizde her zaman tartışma konusu olmuştur.

DG 04

Tamam olur hiç sıkıntı yok görüntü olsa da olur olmasa da olur. Sadece Ayhan Bey teşekkür ederim. Şu an itibariyle kayıt almak istiyorum eğer onaylarsanız. Bu görüşmemizi kayıt altına alabilir miyim?

Tabi memnuniyetle tabi ki alabilirsin.

Çok teşekkür ederim sizin gibi edebiyatçıyla karşı karşıya olmak benim için büyük bir mutluluk. Teşekkür ederim kabul ettiğiniz için Ayhan Bey tekrardan. Şimdi benim sizlere birkaç tane sorum olacak. Onlarla başlamak istiyorum. Bunlar bizim derinlemesine görüşme diye doldurduğumuz bir formumuz var ve bu formda yazan sorular. Ayhan bey alternatif medya denildiğinde aklınıza neler geliyor ve sizce bugün alternatif medya düşünmek mümkün mü?

Şimdi alternatif medya dediğiniz zaman benim ilk yazı yamaya, şiir yazmaya ve öykü yazmaya başladığım yıllardı yani gençlik dönemlerimdi. Tabi internet bu kadar yoğun ve şey değildi. Güncelliğini devam ettiren bir şey değildi. Hatta yok denecek kadar azdı. Hatta yoktu bile diyebilirim öyle diyim size. Dolayısıyla biz matbaa üzerinden alternatif medya yaratmaya çalışıyorduk. Tabi bunun en basit, en birincil şeyleri dergilerdi. Şiirlerimiz, öykülerimiz, karikatürist arkadaşlarımızın karikatürleri, resimler her türlü şeyler dergilerde yayımlanıyordu. Dolayısıyla dergiler aynı zamanda şeydi böyle geçiş merkezi gibi. Yani kitap oluşturmak için ya da tanınabilmek için öykülerinizin, şiirlerin bir yerlere ulaşabilmesi için bir atölye yerleri gibi, okul gibiydi adeta. Bir de bunun yanı sırada alternatif yerler vardı. Çünkü o alternatif yerleri oluşturan temel nedeni de şuydu. Bugün de olduğu gibi geçmişte de mutlaka geçmişte olan dergilerde de şöyle bir şey söz konusuydu. Bir sansür vardı ya da bugün uygulanan işte televizyonlarda, dergilerde uygulanan sansürü biliyorsun. Küfürlü vesaire bunun gibi hakaret içermeyen, küfür olmayan, kötü söz olmayan şeylerin yayınlanmasına ısrarla özellikle dikkat ediyorduk. Bu romanlarımız pardon yayınlanan öykülerde, şiirlerle de olmaması gereken şeylerdi. Dolayısıyla da buna karşılık amatör aynı zamanda işte alternatif dediğin mecralar oluşmaya başlamıştı. Bu mecralardan birisi de benim her zaman Beyoğlu'nda gerçekleştirdiğim, içinde bulunduğum, kendimin çıkardığı, arkadaşlarımla beraber ortaklaşa çıkardığım fanzinlerdi mesela. Fanzinlerde sansür yoktu. Tamamıyla içinden ne

geliyorsa, sansür düşünmeden, aklından ne geçiyorsa, anarşist yapısı da olabiliyordu. Bağımsız, özgür yapısı da olabiliyordu. Muhalif yapısı da olabiliyordu. Her türlü yapı olabiliyordu ve her türlü insan oraya istediği şeyi yazabiliyordu. Anlık yapılan şeylerdi. Anlık yapılıyordu yani yazılar mesela bir anda ben şeyi hatırlarım bir iki saatin içerisinde fanzin oluşturabiliyorduk. Bu fanzinleri de fotokopi ile çoğaltıp aslında şöyle düşünün yasal olmayan bir durum yoktu fakat yasal olmayan bir şey değil. Sonuçta bir örgüt ya da bir siyasi şeyi bir şeyi olan durumlar değildi bunlar. Dolayısıyla da ama biz fotokopi ile bunları çoğaltıp yayımlıyorduk. Ama normalde diğer dergiler gibi bunlar basılıp çoğaltılsa herhalde sansüre mutlaka ve mutlaka ki uğrardı. Çünkü dedim ya birçok alternatif şöyle düşünün alternatif isimler, alternatif yazılar, alternatif şiirler vardı her zaman ama tabi polis asla onları toplayıp da kimseye bu anlamda herhangi bir yaptırım söz konusu olmuyordu. Polis bunlara karışmıyordu ya da bunun içinde yaptırım yapmıyordu. Sadece barlarda okuyanlar, edebiyat gönüllüleri, edebiyatın amatör ruhları bunu bu dergileri alırlardı. Satardık o dergileri. O dergilerde, sattığımız dergi kadar üç sayfalık, beş sayfalık şeyleri yeniden aldığımız parayla yeni başka fanzin çıkarırdık. Her değişik ve fanzinlerin ömürleri zaten fanzinin özelliği ya 2 sayıdır bilemedin 3 sayıdır. 3 sayı bile olmazdı. Ya 1 ya 2 sayı çıkarırdık. Bazen tek sayıydı. Yani öyle devamlı dergi gibi haftalık veya aylık periyodu olmazdı. Bir tane çıkarırdık sonra başka bir dergi, başka başka diye giderdi. Ama şimdi günümüzde de bu matbaa biraz daha geri plana itildi ve onun başka bir versiyonu da internette. Malumunuz siz daha vakıfsınız. Sen daha vakıfsın bu olaya sen biliyorsun. İşte youtube kanalları var. İnsanların kendine özel kanalları var. Orada sansür uygulamaları çok fazla değil. Alternatif kanallar oluşturuldu. Aslında benzer diyebiliriz yani bizim dönemimizdeki fanzinler kadar benzer yapı diyebiliriz ama bizim zamanımızda çok azdı ama şimdi dijital ortamda herkes yapabiliyor. Daha fazla bence aradaki fark o. Herkes yapabilir. Bizde herkes yapmıyordu. O daha farklı bir duyguydu yani Beyoğlu'nda bir çevrede yapılıyordu. Kadıköy'de bir çevrede yapılıyordu İstanbul için. Ankara'da fanzinin çıktığını sanmıyorum belki çıkıyordur da 1 tane 2 tane çıkıyordur filan. Yani dolayısıyla her yere yayılan bir şey değildi. Anlayış değildi. Şimdi dijital ortamda her şey yapılabiliyor. Herkes kendi fanzinini tırnak içinde fanzinini oluşturabiliyor.

Anladım abi. Çok sağ olunuz. Peki sizce Ayhan Bey toplum mu önce gelir yoksa birey mi? Günümüzde insanlar arasında bireyselliğin yaygın olması nasıl bir kültür ve toplum yaratıyor size göre?

Yani aslında bu tam bir münazara konusu gibi yani hani para mı önemlidir sağlık mı önemlidir denir ya onun gibi aslında. Birey mi toplum mu? Çünkü toplumu oluşturan zaten bireylerdirden yola çıkarsak zaten toplum olmazsa bireyde olmuyor birey olmazsa toplumda olmuyor. Birbirleriyle ilintili şeydir. Ama ben şuna fazlasıyla inanan bir adamım birey çok mühimdir. Bireyin kendi eğitimi, kendi sosyolojik yapısı, kendi aldığı eğitim, kendi kültürü oluşturduğu ya da bağlı bulunduğu ya da içine girdiği toplumu oluşturuyordur. Yani küçük küçük toplulukları oluşturuyordur aslında. Toplumun genelinde bireysel çok şeyden yola çıkarak değerlendirmek olmaz ama birey önemlidir. İnsanın aslında özgürlük bir anlamda da özgürlüğün başlangıcıdır birey olmak. Birey olmayı hissetmek birey olduğunu düşünmek toplumun sağlıklı ve dinç toplumlar yaratmasına neden olur. Çünkü sürü kültürü ya da bir yere bağlı olma kültürü birey olmayan kendini birey gibi hissetmeyen insanların oluşturdukları topluluklar arızalı ve sakat toplumları oluştururlar. Dolayısıyla da birey olmak hem özgüven hem özgürlükçü hem dünyaya daha farklı bakabilen aydın diye tanımladığımız kişilerin oluşturduğu toplumu oluşturduğu toplumlardır. Toplumlar topluluklar ve toplum dediğin şeyde böylelikle sağlıklı bireylerle oluşuyorsa eğer orada toplum ne zarar görür ne şey olur yani sakat bir toplum oluşur. Dolayısıyla bu çok önemlidir birbirleriyle çok paraleldir ama tabi ki bireyden yola çıkmak daha birincildir diyebilirim.

Günümüzde bugünü düşünecek olursak Ayhan Bey alternatif medya yayınlarını bir özgürlük alanı olarak görebilir miyiz? Bu noktada sizin tercihleriniz ne yönde oluyor?

Alternatif medyayı bir özgürlük alanı gibi görmek. görülebilir de ama bunu kullanıyor olmakta biraz şey mesela şöyle düşün. Biz bu fanzinleri yaparken alternatif medya oluşturmayı alternatif medya oluşturuyorduk aslında özgür. Demi özgür fakat biz bundan para elde etmiyorduk mesela. Gelir olarak düşünmüyorduk. Yani ama şimdi alternatif medya oluşturmak biraz da maddi imkanları ve maddi şeyleri de gerektiriyor. Yani ne kadar çok izlendiğinde alacağın kazancın, reklam gelirlerin dolayısıyla da alternatiflik ve özgürlük orada tartışılır hale geliyor. Çünkü çok izlenmek istiyorsun ne

kadar alternatif bir şey yaparsın. Ya ben şuna inanıyorum amatör ruhun amatör şeyin kalabalığı daha özgür daha yaratıcı olduğunu düşünüyorum ancak günümüzde dijital medyanın dijital ortamın şöyle bir şeyi var. Ne kadar kalabalık olursan o kadar da para girdisi oluyor sana. Sen istemesen de çok fazla seni takip eden ve seni izleyen birileri varsa kendi alanında otomatikman zaten sana para akışı geliyor. Bu şey bunu nasıl kullandığına bağlı ne yapmak istediğine bağlı. Alternatif medya dediğin şey neye ilişkili, ne yapmak istediğinle alakalı bir durum. Mesela tırnak içinde bir şey söylemek istiyorum. Bir örnek vermek istiyorum. Alternatif medya dediğinde biz onları yaparken biz mesela o fanzinleri çıkarırken o küçük dergicik fanzin biz orada hem atölye çalışması yapıyorduk biraz hem de ünlü olmak ya da bizleri birilerinin tanıması bizim için çok önemli değildi. Bir de onları sattığımızda elde edeceğimiz gelirle yeniden bir şeyler yapıp yeniden onun fotokopi parasını veriyorduk. Bizim büyük kitlelere ulaşmak gibi bir derdimiz yoktu. O 15 tane 50 tane fotokopi yaptırıyorduk. O 50 taneyi sattığımızda 51. yi satmıyorduk. Satış ve gelir elde etmek değildi hedefimiz ama şimdi mesela bugün dijital medyada öyle değil. 50 mi 100 mü 100 mü 150 mi 150 mi 1500 mü 1500 mü 15.000 mi? Başka bir yere gidiyor. Kesemiyorsun aradaki farklar biraz bu.

Peki yayınlarınızı okuyan okuyucularla fanzinlerinizi çıkarttığınız zaman okuyan okurlarla bir araya geliyor muydunuz?

Yoo. Çoğuyla gelmiyorduk sadece bar ortamında 10 kişiye sattıysak. 10 kişi satın aldıysa ya da zaten onların 5-6 tanesi içinde zaten yazısı ya da lafı, bir şiiri vardır. Bir çizgisi vardır. Bir sözü vardır. Ama onun dışında dışarı çıkıldığında sokakta bile insanlara böyle o zaman insanlar rahatsız olmazdı. Yolda böyle giden birine şey der fanzin almak ister misiniz biz yaptık derdik. Ne kadar derdi 1 lira derdik. Tabi derdi alırdı ve çeker giderdi. Belki de hiç görmüyorduk. Otobüs duraklarında da olurdu. Yani geçerken bizde özellikle otobüs duraklarına ya da yolda birine satmayı filan hedeflemiyorduk ama 20 tane eğer bastırdıysak bunu asla kitapevlerine falan vermezdik kitapçılara vermezdik bunları satın diye. Sadece gider pasajlara o zamanlar hiç unutmam Beyoğlu Pasajı'nda Atlas Pasajı'nda o zamanlar bizim gittiğimiz yerler oralardı. Oraların içi Beyoğlu Pasajının aşağısında bir kitap evi vardı. O da çok büyük mesela sinema vardı. Sinema kafe vardı. Beyoğlu sinemasında oraya giderdik orada oturan insanlara alır mısınız derdik

alırdı. 2 3 masaya 4 masaya teklif etsek 3'ü mutlaka ya da 2'si mutlaka alırdı. Bir daha da onları görmezdik.

Peki Ayhan Bey şimdi günümüzde popüler edebiyat dergileri var. Bunların çıkış yolları da biraz fanzinle benzeşir türde. Hemen hemen boyutuna doğru indiriyorlar, farklı farklı yazarları barındırıyorlar. Ama tabi bir farkları var ISBN leri var süreli yayınlar. Sürekli çıkan yayınlar. Belli bir maddi kaygısı olan yayınlar. Siz nasıl değerlendiriyorsunuz işte örnek verecek olursak Kafa, Ot, Tuhaf gibi dergiler var. Hani bunlar fanzincilikle hemen aynı mıdır aynı anlamda mıdır?

Uzaktan yakından bence alakaları yok. Hiç alakaları yok bence saydığın dergilerin. Tabi orada çok böyle çok sevdiğimiz yazarlar yazıyorlar. Öyküler, şiirler yayınlanıyor ama fanzinle uzaktan yakından alakası yok. Biraz önce zaten sen söyledin birinci neden o artık bir para kaygısı ve süreli yayın haline geldiği için, sansüre dikkat etmesi gerektiği sansür koyduğu için, fotoğrafından tut yazılan yazılara kadar dolayısıyla fanzinden ayrılıyor. Bir ikincisi bir de şöyle bir şey var fanzinin özelliği şudur bziim yaptığımıza hiç benzeyemez. Mümkün değil benzemesi. Bir sayıda sen ve ben yazıyorsak öbür sayıda ben yazmıyordum sende yoktun. Başkaları vardı. Her sayıda ya da 2 sayı çıkarıyorsak 2 sayıda da öyle ya da yeni bir fanzin çıkarıyorsak hep aynı isimler yazmıyordu ki. Şimdi o söylediğin süreli yayınlarda hep şeuy var ir de bir nokta var. Onlar ölü edebiyatı ölüler üzerinden edebiyat yapıyorlar. Dolayısıyla biz öyle bir şey yapmazdık. Bizim kapağımızda hiçbir zaman atıyorum Che Guevara'yı koymazdık ya da ne bileyeim deniz Gezmiş'i koymazdık fanzinimize. Kendi çizgimizi, kendi lafımızı koyardık. Ya da bir laf söz bir şey koyardık yani. Dolayısıyla da bunu şeyden yapmazdık yani o an. Fanzinin özelliği şuydu Mert yani o anda o 7-8 kişi ortak bir şey yapıyordu. 8 kişinin yapacağı bir şeydi. 8 kişi bir şeye imza atıyorduk. Mesela senin o gün söyleyecek bir sözün yoksa bile atıyorum sen çok sevdiğin bir şairin 4 dizesini koyuyordun ama altına onun imzasına atarken de senden diyordun yani Mertten. Edip Cansever'in bir şiiri oluyor gibi. Anlatabildim mi? Dolayısıyla da herkes bir şey yapıyordu. Herkes kendi bir şeyini koyuyordu. Yoksa orda olmayan ölmüş, ölü ya da kendisi fanzinin içinde olmayan birisinin yazısı ya da imzasıyla ilgili hiçbir şey yayınlanmıyordu yani. Bugünkü dergiler o söylediğim dergilere bir de ben bir dergici olarak da şöyle bir şey söyleyebilirim onlar için yani bir kere fanzinle asla alakaları yok. Kesinlikle yok ikincisi bu saydığım

nedenlerden dolayı değil. İkincisi de bu dergiler ben bana şöyle bir şey öğretti bu dergiler çok şeyin tekrarı gibi. Bu dergileri zamanında ilk yapanlardan olduğumuz için ilk bu dergiciliği bildiğim için ben ve ilk çıkan dergide ilk dergide yer aldığım için onları gördüğüm zamanda şey olmuyor yani çok alternatifte yeni bir şey olduğunu düşünmüyorum. Bu şey onlara çamur atmak, onları kötülemek anlamında değil ama kesinlikle samimiyetimle söylüyorum onlar yeni değil. Ben bu alternatif saydığın dergilerin benzer ilk defa Öküz adlı bir dergimiz vardı. Orada yıllarca ben orada çalıştım. Leman bünyesinde çıkuyordu. O zamanlar Leman Türkiye'nin en çok satan mizah dergisinden biriydi. Leman keza öyle Öküz'de öyle. Çok satıyordu. Şimdi Hayvn'ka bir süre devam ettirdik onu. Penguen'le o işler bitti. Bittikten sonra bu dergiler çıktı. Onların tamamı birebir kopyaları, birebir benzerleri, birebir. İyi tarafı da şu. Buna hala ihtiyaç duyan insanlar bu bunu seven bir okur kitlesi var. Bu kadarda olumsuz, kötü bir şey söylemek de değilim ama alternatifi değiller yani.

Anladım. Ayhan Bey çok teşekkür ederim. Çok yararlı bilgiler verdiniz bana. Şimdi yayını durduruyorum.

DG 05

Alternatif medya denilince aklınıza gelenler nelerdir ve bugün günümüzde size göre alternatif medya düşünmek mümkün müdür ?

Burada kendi alternatif medyamı yarattım. Ne bu? Sosyal medya esas olarak yani bugün benim artık Ahmet Ümit olarak herhangi bir gazeteye herhangi bir televizyon kanalına kendimi ifade etmek, kendimi duyurmam için bir ihtiyacım yok. Ben şuanda eee twitter, instagram ve facebook hesaplarımdan kendi okurlarımla buluşabiliyorum sadece kendi okurlarımla değil çok geniş bir kesim kesime ki twitterda 800 bin kişiye yakın bir izleyicim var. Instagramda 100 bine yakın bir izleyecim var. Iıı Facebook'ta yine 50 bin 100 bine yakın izleyicim var. O insanlara eee ulaşabiliyorum, kendi görüşlerimi anlatabiliyorum. Sadece kitap duyuruları değil hayata dair bütün görüşlerimi, ülkeye dair, dünyada olup biten her şeye dair eee sanata dair görüşlerimi rahatlıkla anlatabiliyorum. Dolayısıyla eee böyle bir alternatif medyadan söz edebiliriz.

Tabii mümkün bugün alternatif medyayı ben kendi hayatımda da bizzat ee yaşıyorum şöyle ki eee daha önceki dönemlerde daha önceki dönem derken şunu kastediyorum. Duyuyorsunuz beni değil mi?

Evet duyuyoruz.

Daha önceki dönemlerde yani daha çok sesli olan dönemlerde ve iktidarın medyayı …….(1:20) almadığı dönemlerde bir yazar olarak ben çok farklı eeeee mecralarda bilinen yani alternatif olmayan mecralardan mecralarda konuşuyordum. Yani 10 yıl önce bütün sağ, sol, eee laik yahut eee dini referansı olan bütün gazete ve televizyonlarında konuşabiliyordum. Fakat sonra iktidarın tek sesli yönelmesiyle beraber bir yazar olarak pek çok yazar gibi pek çok ıııı siyasetçi, pek çok bilim adamı gibi hatta eee konuşamamay başladım. Ama burada kendi alternatif medyamı yarattım. Ne bu? Sosyal medya esas olarak yani bugün benim artık Ahmet Ümit olarak herhangi bir gazeteye herhangi bir televizyon kanalına kendimi ifade etmek, kendimi duyurmam için bir ihtiyacım yok. Ben şuanda eee twitter, instagram ve facebook hesaplarımdan kendi okurlarımla buluşabiliyorum sadece kendi okurlarımla değil çok geniş bir kesim kesime ki twitterda 800 bin kişiye yakın bir izleyicim var. Instagramda 100 bine yakın bir

izleyecim var. Iıı Facebook'ta yine 50 bin 100 bine yakın izleyicim var. O insanlara eee ulaşabiliyorum, kendi görüşlerimi anlatabiliyorum. Sadece kitap duyuruları değil hayata dair bütün görüşlerimi, ülkeye dair, dünyada olup biten her şeye dair eee sanata dair görüşlerimi rahatlıkla anlatabiliyorum. Dolayısıyla eee böyle bir alternatif medyadan söz edebiliriz ve bu gerçekten sadece benim özelimde değil eee ülke genelinde ve dünya genelinde çok etkili bildiğimiz gibi geçenlerde twitter Trump'ın bir şeyine tweetine şerh koydu. Eee uyarı yaptı ülkemizde biliyorsunuz yakın bir zamanda eee 7 bine yakın eee hesap siyasi doğrudan siyasi bir organizasyon nedeniyle iptal edildi. Ee dolayısıyla alternatif medyayı burada görmek mümkün. Ama çok bilmiyorum belki başka bir soru soracaksın bu (3:25) ……. İlgili yeter mi bu kadar ?

Yeterli yeterli. Teşekkür ederim. Eee şimdi söylediklerinizden zaten alternatif medyanın bir özgürlük alanı olarak görüldüğü anlaşılıyor o yüzden bir daha bu soruyu sormuyorum size eee şeye bakacak olursak; Ahmet Bey şimdi günümüzde bazı popüler edebiyat dergileri var hatta yıllar önce sizde böyle edebiyat dergisi çıkardınız ama bunlar fanzinlerden farklı çünkü fanzinlerin belirli bir ISBN'i olması gerekiyor işte sürekli yayın olduğu için eee valilikten kaymakamlıktan izin alınması gerekiyor. Fanzin deyince size uyandırdığı şey nedir? Fanzin ruhu nedir? Birde bunların günümüzdeki edebiyat dergileri, bir bağlantısı varmı size göre?

Fanzinler son derece amatörce yapılan çokta acemice belki ama hoş güzelliği olan naifliği olan bir şey bugünkü o bahsettiğim edebiyat dergilerinde o naifliği çok fazla gördüğüm söyleyemem açıkçası.

eee şimdi fanzinler ve bizim çıkardığımız …… aslında bir tür fanzindi. Yani bu ülke edebiyat dergilerine çok benzemiyordu. Bugünkü edebiyat dergilerine baktığımız zaman edebiyat dergisinden çok popüler kültür dergileri diyebiliriz. Buralarda sadece edebiyat yer almıyor eee daha çok vefat etmiş ama çok popüler olmuş sol tandanslı yazarların, sinemacıların, sanat adamlarının eee olduğunu görüyoruz biz burada kim bunlar neredeyse tekrar tekrar bütün dergiler kaç tane dergi var bilmiyorum 5-6 tane var galiba belki de ona yakın vardır. Bütün dergiler Yılmaz Güney, Nazım Hikmet eee Ahmet Kaya gibi eee Che Guevara, Deniz Gezmiş hani bir figür olarak eee onların sürekli fotoğraflarını kapak yaparak ve bu konularda ee bütün genç kesime yani bunlara açık olan genç kesime yani sol tandanslı ve sanata açık genç kesime yönelik son derece popüler

ama yani derinliği olmayan, akademik olmayan ee işler eee yapıyorlar bu kötü ve olumsuz olduğu için düşünmüyorum. Bizim hiç, bizim hiç eee deneyimimden biraz bahsetmek isterim. Bizim iş deneyimi tümüyle şuydu; çok geniş kitlelere ulaşan değil kendi paramızla çıkardığımız son derece özgün bir yapısı olan ee yani 1000 adet 800 adet 1000 adet bastığımız dolayısıyla aslında pekte popülerlik kaygısı olmayan yani sadece bir grup sanatçının yani 1990'lardan bahsediyoruz. Eee tanınmayan henüz eserleri yeni yeni vermeye başlayan bir takım hikayecilerin, şairlerin, denemecilerin, fotoğraf sanatçılarını çünkü fotoğrafta vardı kendini ifade etme şekliydi bu. Fanzinlerde aynı şekilde ele alınmalıdır. Fanzinlerinde sevimli tarafı orada da bir popülerlik söz konusu değil. Yani bugün Maltepe Üniversitesinden çıkıp bir grup genç ee bir fanzin çıkarabilir edebiyatla ilgilenen gençler yahut sinemayla ilgilenen gençler bir fanzin çıkarabilir ve fanzinden amatörce ama içlerinden gelen en samimi duygularını dile getirebilirler. Bugünkü dergiler yani söz konusu olan dergiler işte Kafa dergisi bilmiyorum isimleri nedir onların ama tam Leman ile başlayan bu dergilerde aslında ticari kaygı var. Bu dergiyi çıkaran insanlar çok geniş yani 25-30 bin kişi ulaşmak amacında. 25 bin kişiye ulaşınca galiba yani o bir karlılık yaratıyor. Buradaki mesele oradaki çocukların yani kendi eserlerini, şiirlerini, öykülerini, fotoğraflarını, denemelerini yayınlamak isteyen çocuklardan daha farklı olarak bambaşka bir boyuta çıkıyor ve burada esas olarak öne çıkarılan şey orada yazı yazan insanlar değil biraz önce sözünü ettiğim eee artık kanunlaşmış ve ülkedeki eee kültüre, edebiyat kültürü, sanatın çeşitli kültürü, politik kültüre mâl olmuş insanlara fotoğraflara ve onlar hakkında yazılmış popüler yazılara dayanarak geniş kitlelere ulaşma durumu fanzinleri bu anlamda ayırmak lazım yani bir anlamda şöyle söyliyeyim fanzinler son derece amatörce yapılan çokta acemice belki ama hoş güzelliği olan naifliği olan bir şey bugünkü o bahsettiğim edebiyat dergilerinde o naifliği çok fazla gördüğüm söyleyemem açıkçası.

Anladım. Güncel Hocam sorularım bu kadardı sizin eklemek istediğiniz sorular var mıydı?

Nasıl bu kadar hepsi bitmedi.

Yani diğerleri hepsi birbirleri ile bağlantılı

Sor sor ayrıntılarını sor.

Yayınlarınızı okuyan başkalarıyla bir araya geliyor musunuz? Ne türden paylaşımlarınız var. Daha doğrusu şöyle diyeyim. Dergi çıkardığınız zamanlarda ee bu yayınları okuyan kişilerle bir araya geliyormuydunuz Ahmet Bey ve ne tür paylaşımlarınız vardı ?

Evet. Bu insanlarla bir araya geliyorduk çünkü belli bir kitle vardı ve daha çok sanatla ilgilenen insanları bunlar yani bizi okuyanlar bir şekilde sanat üreten insanlardır tüketenlerden çok üreten insanlardı onlarda sadece biz kendi şiirlerimizi ürünlerimizi yayınlamıyorduk onların ürünlerini de yayınlıyorduk.

Bloglar var şimdi bu çok önemli bir şey yani biraz önce sosyal medyayı anlatırken bugün artık bir genç şairin ya da genç bir öykücünün ya da bir öykücünün genç olması gerekmez bir şairin illa eserlerini dergilerde yayınlatmasına gerek yok kendi bloglarında var böyle blogerlar kendi bloglarında böyle yayınlayabilirler ve böylece insanlara ulaştırabilirler böylece onun gibi yazan arkadaşları ile tartışabilirler. Bu da yeni medya, alternatif medya diyebileceğimiz sanat aralığında bir alandır bir kanaldır.

Evet. Bu insanlarla bir araya geliyorduk çünkü belli bir kitle vardı ve daha çok sanatla ilgilenen insanları bunlar yani bizi okuyanlar bir şekilde sanat üreten insanlardır tüketenlerden çok üreten insanlardı onlarda sadece biz kendi şiirlerimizi ürünlerimizi yayınlamıyorduk onların ürünlerini de yayınlıyorduk. Örneğin Eskişehir'den bir davet gelmişti. Eskişehir'e gidip oradaki hişt sempatizanları ile oturup konuşmuştuk ve hişt okurları ve hişt sempatizanları ortaya çıkmıştı bir yerlerde. Bunlar çok yararlı çünkü sanatı konuşabiliyorduk çok kıymetli şeyler bunlar bugün edebiyatta olmayan şeyde bu eskiden yani eee 12 Eylül öncesinden edebiyatçılar eee dergilerin kümesinde çevrelenirdi bu fanzin dediğimiz dergiler değil ama mesela Varlık diye bir dergi var hala devam eden Adam Sanat diye bir dergi vardı mesela eee burada belli günlerde adam sanat beyoğlunda şubesi vardı bende giderdim Mehmet Fuat, Nazım Hikmet'in oğlu aslında Piraye'nin oğlu üvey oğlumu denir bilmiyorum. O yönetiyordu ve çok kıymetli bir insandı Mehmet Fuat ve benim ilk şiirimi o yayınladı Adam Sanat dergisinde aslında sanatçıların, edebiyatçıların bilhassa roman belki yayınlanamaz ama şiir, öykü denemelerinin bu dergilerde yayınlanması çok kıymetli bir şeydir. Bu dergiler bir tür atölye gibiydi. Yani sanatçıyı, edebiyatçıyı, genç edebiyatçıyı ya da eee yazmakla olan edebiyatçıyı buralarda pişerdi. Aslında fanzinleride burada oterite olmadan çocukların kendi başına, gençlerin

kendi başına bir araya gelerek kurdukları bir yapı olarak düşünmek lazım. Fanzinin özelliğini böyle görmek lazım. Burada bir otorite vardı. Varlıkta da bir otorite vardı. Yani deneyimli bir eleştirmen yahut bir şair yahut bir yazar orada oturuyordu şiirleri seçiyordu, öyküleri seçiyordu. Zaman zaman toplanıyordu ve anlatıyordu bu şiir olmamış diye anlatıyordu. O nedenle edebiyat dergilerini çok çok kıymetli bulurum. Şimdi fazla olmaması eee kötü bir şey maalesef ama şimdide şu var onuda söyleyeyim yani fanzinle ilgili bir şeyler daha söylemek isterim Mert belki sen soracaksın sormayacaksın sormalısın belkide onu söylemek zorundayım. Bloglar var şimdi bu çok önemli bir şey yani biraz önce sosyal medyayı anlatırken bugün artık bir genç şairin ya da genç bir öykücünün ya da bir öykücünün genç olması gerekmez bir şairin illa eserlerini dergilerde yayınlatmasına gerek yok kendi bloglarında var böyle blogerlar kendi bloglarında böyle yayınlayabilirler ve böylece insanlara ulaştırabilirler böylece onun gibi yazan arkadaşları ile tartışabilirler. Bu da yeni medya, alternatif medya diyebileceğimiz sanat aralığında bir alandır bir kanaldır.

Anladım. Çok teşekkür ederim Ahmet Bey. Aslında bakarsanız bende tamda onu soracaktım şimdi. Günümüzde fanzinler sosyal mecralarda, facebook gruplarında isu isminde farklı farklı platformlarda bizlerin karşısına çıkıyor. Hangisi daha iyi eski tip işte elimize alıp okuduğumuz fanzin mi ? Yoksa online fanzin mi? Size göre hangileri daha fanzin ruhuna uyar.

Düşünürsek ilk destan Gılgamış Destanıda bir tablete yazılmıştı. Evet dijital bir tablete yazılmamıştı çünkü bundan 4 bin yıl önceydi neye yazılmıştı bir kil tablete, balmumundan bir tablete yazılmıştı. Şimdi dijital tabletlerde bunları okuyoruz. Önemli olan edebi ürünlerin bunlar ister destan olsun ister roman olsun ister hikaye olsun ister şiir olsun ister deneme olsun edebi metinlerin bir araç yoluyla bir iletişim aracı yoluyla okurla buluşması bugün bunun yolu dijital ortamsa dijital ortamdır

Valla şimdi fanzin ruhu şu demek yani parası olmayan çocuklar bunlar yani insanlar parası olmayan insan ne yapacak en uygun ortam neyse orada çıkaracak. O elinde tuttuğun kağıt bir maliyet ama eeee şeyde internet ortamında bunun maliyeti yok. Yani bir sayfa açıyorsun oraya görselleride koyabiliyorsun yazabiliyorsun ya bugünün ruhuna uygun olan eee fanzin bu sözü ettiğim sanal ortamdaki fanzin ve doğru doğrusu bu ama bugünde hala fanzin çıkara çocuklar var bunu yapan insanlar var. Zaman zaman imza

günlerimde bana da getiriyorlar Ahmet Abi bunlarıda yapıyoruz diye getiriyorlar bu da çok kıymetli artık hangisine ulaşabilecekse hangisi yürütülecekse öyle yani bu konudaki tartışma şuda oluyor zaman zaman bana soruyorlar işte artık günümüzde dijital ortamlar var ve romanlar dijital ortamda okutuluyor siz bu konuya ne diyorsunuz yani burada bir edebiyatın lezzeti kaçıyor mu tadı kaçıyor mu? Hayır kaçmıyor. Çünkü düşünürsek ilk destan Gılgamış Destanıda bir tablete yazılmıştı. Evet dijital bir tablete yazılmamıştı çünkü bundan 4 bin yıl önceydi neye yazılmıştı bir kil tablete, balmumundan bir tablete yazılmıştı. Şimdi dijital tabletlerde bunları okuyoruz. Önemli olan edebi ürünlerin bunlar ister destan olsun ister roman olsun ister hikaye olsun ister şiir olsun ister deneme olsun edebi metinlerin bir araç yoluyla bir iletişim aracı yoluyla okurla buluşması bugün bunun yolu dijital ortamsa dijital ortamdır yani ben ama kağıttan okumayı severim Ahmet Ümit'e soruyorsan.

Anladım peki. Hocam benden bu kadar.

Başka tavsiyeleriniz var mı ?

Bir kere köşe başını tutan insanlar falan diyoruz ya o zaman bizde öyle diyorduk mesela diyorduk ki Cihangir lobisi ne bileyim işte böyle tanımlamalar vardı işte Nişantaşı lobisi efendim işte Hürriyet lobisi, eşcinsel lobisi böyle lobiler ortaya konduğunu hayali ama bunların biliyor musun. Yani böyle lobiler var böyle lobilere ihtiyacımız var bizim yaratmaya çünkü bizim fark edilmemiz için bir şeyler engeller olması lazım işte bu engeller onlardı sonra aradan zaman geçtikten sonra fark ediyorsun ki böyle şeyler yok. Evet yazarın kendisinin eee hem sanat çevresine hem topluma kabul ettirme diye bir meselesi var edebiyatçının böyle bir meselesi var.

Bir şey söyleyeceğim bu söylediklerniz eksik kalan şeyleri çağrıştırdı bana. Şu ben bizim ruhumuzu anlatayım biz dergiyi neden çıkardık çünkü kabul görmek istiyorduk yani aslında buda masumca bir şey kabul görmek ama kabul görmenin ötesinde seninde söylediğin gibi aslında popülerleşmek istiyoruz tanınmak istiyoruz yani yazıyoruz ve insanla bizi fark etsin, bizi fark edin diyoruz hişt anlamı odur zaten hişt hişt ben buradayım arkadaşlar demek. Burada tabi yanlış olan bir şey yok başla bir şey daha var burada bir paradoks ve tutarsızlık var bizim açımızdan da öyleydi. Bir kere köşe başını tutan insanlar falan diyoruz ya o zaman bizde öyle diyorduk mesela diyorduk ki Cihangir

lobisi ne bileyim işte böyle tanımlamalar vardı işte Nişantaşı lobisi efendim işte Hürriyet lobisi, eşcinsel lobisi böyle lobiler ortaya konduğunu hayali ama bunların biliyor musun. Yani böyle lobiler var böyle lobilere ihtiyacımız var bizim yaratmaya çünkü bizim fark edilmemiz için bir şeyler engeller olması lazım işte bu engeller onlardı sonra aradan zaman geçtikten sonra fark ediyorsun ki böyle şeyler yok. Evet yazarın kendisinin eee hem sanat çevresine hem topluma kabul ettirme diye bir meselesi var edebiyatçının böyle bir meselesi var. Bu mesele süresince eğer sen kabul ettiremezsen suçlayacak birileri lazım işte o lobi Cihangir lobisi, Hürriyet lobisi, eşcinsel lobisi, kolejlerin lobisi bilmem heteroseksüel erkekler lobisi gibi bir takım lobiler bulman lazım ki sen rahatlıyorsun o zaman diyorsun ki evet yani bunlar var işta zaten beni o yüzden almıyorlar yani kendi yeteneğini tartışmaya açmak yerine böyle bir engelleyici deyim yerindeyse düşmanlar koymak daha şeydi. Hayat içerisinde zaman içerisinde bunları öğrenmeye başlıyorsun. İki şey oluyor faydası olur mu?

Bazıları bu fanzin dediğimiz bir süre sonra mühendis oluyor bırakıyor. Avukat oluyor bırakıyor. Efendim bırakıyor bir kısmı yazmaya devam ediyor bir kısmı başarılı oluyor çok az zaten öyle olur yani binlerce insan yazar ve binlerce insandan 5 kişi 10 kişi 20 kişi bilemedin o çan içerisinden öne çıkar işte baktığımız zaman bizde görüyoruz gayet net bir şekilde yani dönüp geriye baktığında 2. Yeni diyorsun şair sayısı sayabileceğin onu geçmez anlattığın zaman ne diyorsun işte Orhan Veli başlı başına bir şey bir Yaşar Kemal var bir Sabahattin Ali var bir Nazım Hikmet var Aziz Nesin var bütün bir Cumhuriyet tarihinden bahsediyorum yani baktığımız zaman sayacağımız öne çıkmış kalıcı olmuş yazar sayısı bile bellidir. O yüzden işin ruhu bu söylediğim doğru bunu yapan yazarların hepimizin içinde bu vardır. Bir yandan ötekilere düşman oluruz biz aslında en güzeli en eliti yapmaya çalışıyoruz ama aslından alttan alta içimizde hep şey vardır bende popüler olayım. Kafka'da bile böyleydi.

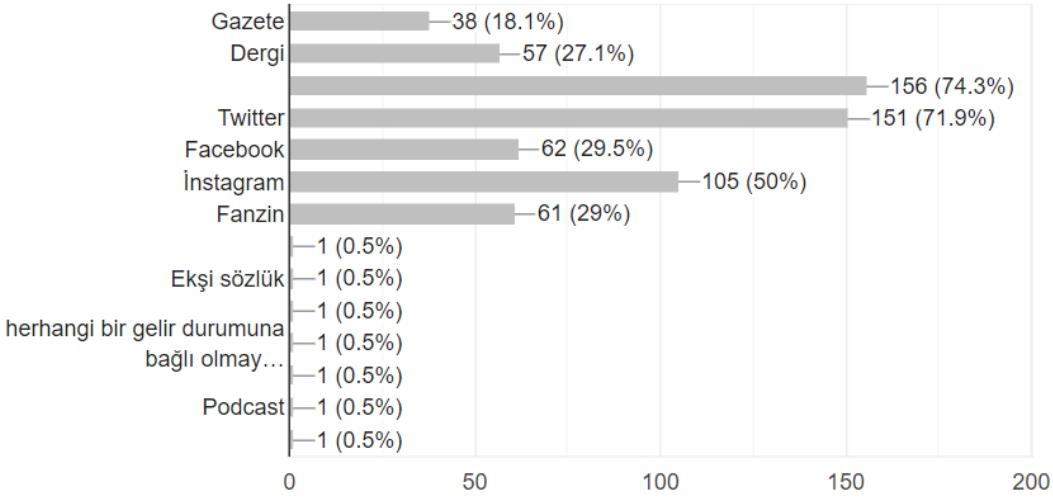
TABLO 1: GÖRÜŞMECİLERİN DEMOGRAFİK YAPISI

Kod No	Cinsiyet	Yaşı	Mesleği	Eğitim Durumu/ En son mezun olunan okul	Doğum Yeri
DGG-01	Erkek	55	Akademisyen	Lisansüstü	İstanbul
DGG-02	Erkek	56	Şair, Yazar	Lisans	İstanbul
DGG-03	Erkek	33	Kantin İşletmecisi	Lisans	İzmir
DGG- 04	Erkek	49	Şair,Yazar, Aktör	Lisans	Çorum
DGG- 05	Erkek	60	Yazar	Lisans	Gaziantep

TABLO 2: ANKET RAPORU VE GRAFİKLERİ

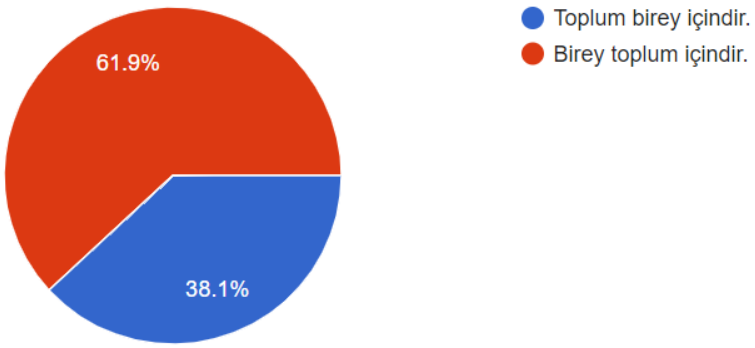
1. Alternatif medya denilince aklınıza gelenler nelerdir? (birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz.)

210 responses



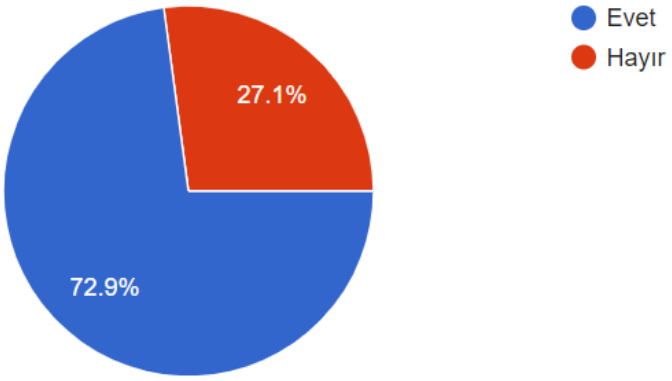
2. Sizce günümüzde aşağıdakilerden hangisi daha önceliklidir?

210 responses



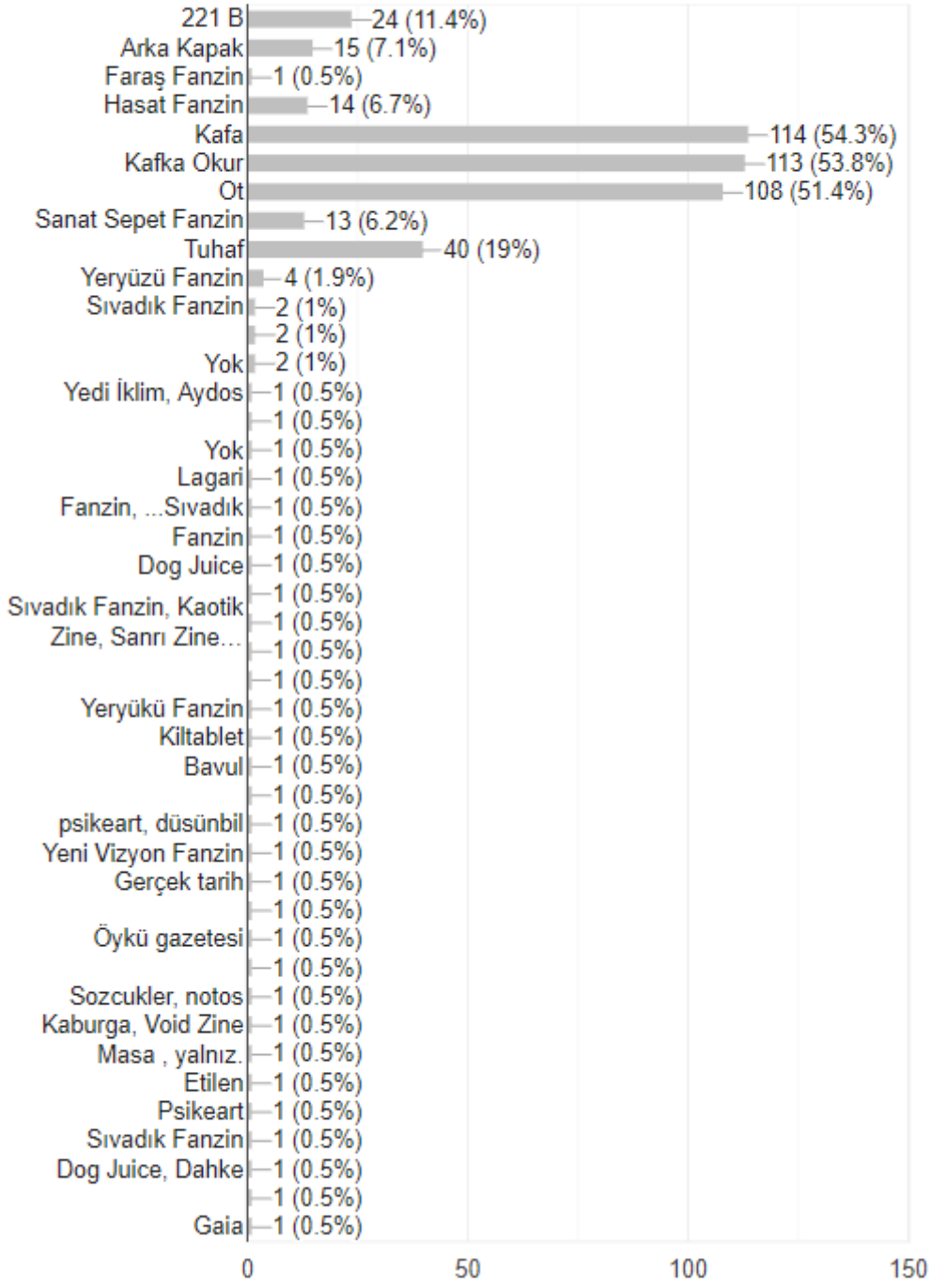
3. Günümüzde alternatif medya sizce bir özgürlük alanı olarak görülebilir mi?

210 responses



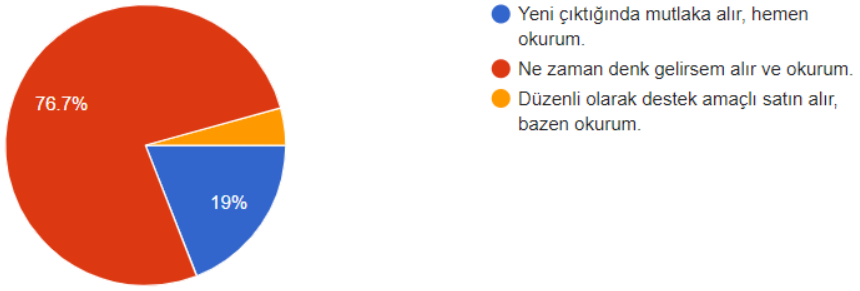
4. Düzenli takip ettiğiniz edebiyat dergileri veya fanzinler hangileridir? (birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz.)

210 responses



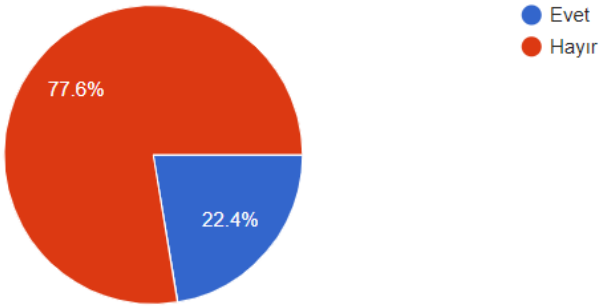
5. Düzenli takip ettiğiniz edebiyat dergileri veya fanzinleri ne sıklıkla okursunuz?

210 responses



6. Takip ettiğiniz fanzinleri okuyan başkaları ile biraraya geliyor musunuz?

210 responses



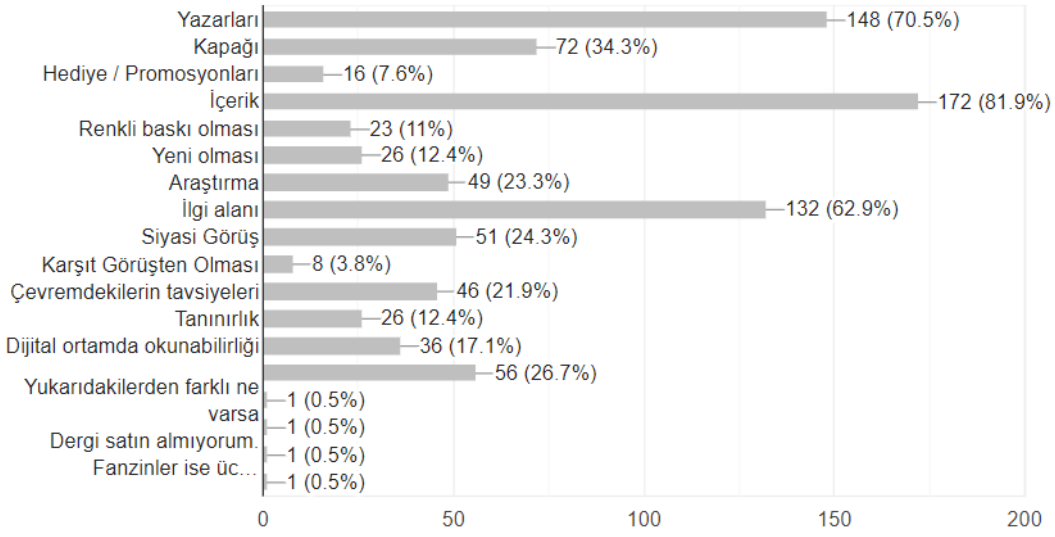
7. Yanıtınız "Evet" ise; Ne türden paylaşımlarınız var? (Yüzyüze buluşma, yazar - okur söyleşileri, dijital forum, fan sayfaları ve sosyal medya hesapları gibi...)

47 responses

- Yüz yüze buluşma
- Fanzin toplantısı
- Evet
- yüzyüze
- Yüzyüze, sosyal medya hesapları
- Sosyal medya, yüzyüze buluşma ,fan sayfaları
- Facebook grupları üzerinden
- Yüzyüze buluşma, yazar-okur söyleşileri
- Yüzyüze buluşma ve sosyal medya hesapları

9. Bir edebiyat dergisini ve/veya fanzini satın alırken neler sizin için belirleyici olur? (birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz.)

210 responses



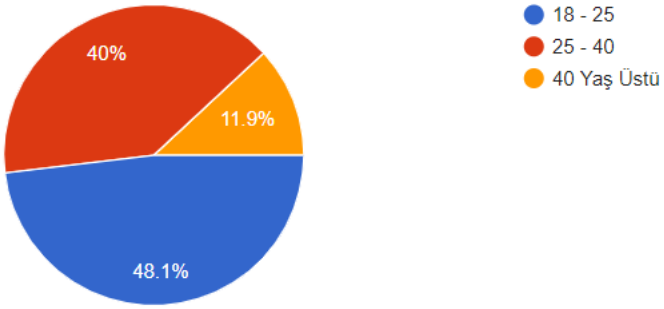
10. Bir fanzin okuru olmanın özelliğini aşağıdakilerden hangisi ile tanımlarsınız?

210 responses



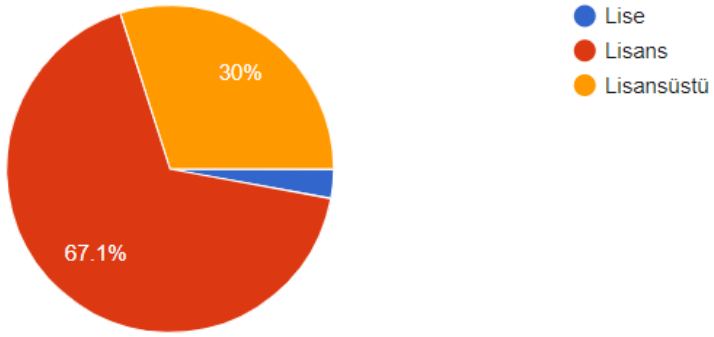
11. Yaş aralığınız? (İsteğe bağlı)

210 responses



12. Eğitim durumunuz? (İsteğe bağlı)

207 responses



KAYNAKÇA

Adaklı G. (2010), "Gazetecilik Etiğini Belirleyen Yapısal Unsurlar: Medya ve Kontrol Sorunu, Televizyon Haberciliğinde Etik. Bülent Çaplı ve Hakan Tuncel

Adanır, O. 2016. *Boudrillard*. İstanbul. Say Yayıncılık

Adorno, T. (2014). *Teori ve Pratik Üzerine Bir Tartışma*. İstanbul: Metis Yayınları

Adorno, T. (2016). *Negatif Diyalektik*. İstanbul: Metis Yayınları

Adorno, T. & M. Horkheimer. (1977). "*The culture industry: Enlightenment as mass deception", Mass Communication and Society*. (ed. J. Curran, M. Gurevitch). Londra: Critical Es-says on Consumer Culture, Westport,CT: Praeger.

Adorno, T. (2017). *Minima Moralia*. İstanbul: Metis Yayınları

Adorno, Theodor W. ve Horkheimer, Max:(2010). *Aydınlanmanın Diyalektiği*. İstanbul,Kabalcı.

Adorno,T. (2015). *Ahlak Felsefesinin Sorunları*. İstanbul: Metis Yayınları

Adorno,T. (2015). *Edebiyat Yazıları*. İstanbul: Metis Yayınları

Adorno,T. (2015). *Sahicilik Jargonu Alman İdeolojisi Üzerine 1962-1964*. İstanbul: Metis Yayınları

Adorno,T. (2016). *Eleştiri/Toplum Üzerine Yazılar*. İstanbul: Belge Yayınları

Adorno,T. (2016). *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi*. İstanbul: İletişim Yayınları

Adorno,T. (2017). *Otoritaryen Kişilik Üzerine Niteliksel İdeoloji İncelemeleri*. İstanbul: Metis Yayınları

Akarsu, H. (2011). *Nâzım Hikmet 1930'larda Yeraltı Edebiyatıydı*. İstanbul: Notos Öykü.

Altun, A . (2014). İnsanlığın "Uzaktan Görme" Düşü: Televizyon Ve Alternatif Medya Arayışları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1 (2), . Retrieved from http://dergipark.gov.tr/e-gifder/issue/7473/98407

Altunışık, R., Coşkun, R.. (2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri:SPSS Uygulamalı*. Sakarya:Sakarya Yayıncılık

Atton, C. (2006). *Alternative Media*. London: Sage Publications.

Atton, C. (2014). *Alternatif Medya'ya Yaklaşmak: Teori ve Metodoloji*. B. Yanıkkaya, & B. Çoban içinde, Kendi Medyanı Yarat Alternatif Medya - Kavramlar, Tartışmalar, Örnekler Cilt 1 (s. 21-62). İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Atton, Chris (2002). *Alternative Media*, Thou-sand Oaks: Sage.

Aydoğan, F. (2017). *Bilgi Kavramının Dönüşümü ve Medya*. N. T. Akbulut, E. B. Erdoğan , & M. Mutlugün içinde, Medyayı Anlamak (s. 283 - 298). İstanbul: Cinius Yayınları.

Baran ve Davis 2012. Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future. Boston: Wadsworth

Baucher, G. (2013). *Yeni Bir Bakış Açısıyla Adorno*. İstanbul:Kolektif Kitap

Berger, John (2016). *Sanatla Direniş*. İstanbul:Metis Yayınları.

Bottomor, Tom. (2016). *Frankfurt Okulu ve Eleştirisi*. İstanbul: Say Yayınları

Cangöz, İ., Poyraz B., Köker, E. (2013). *İletişim Sosyolojisi*. Eskişehir: Açıköğretim Yayınları

Castells, M. (2006). *Kimliğin Gücü-2 Enformasyon Çağı: Ekonomi Toplum Ve Kültür.* İstanbul : Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Castells, M. (2008). *Enformasyon Çağı: Ekonomi,Toplum ve Kültür*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Çetinbaş, T . (2017). "Alternatif" bir medya analizi: cin ayşe. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi,* 2 (3), 113-134. Retrieved from http://dergipark.gov.tr/akader/issue/29964/323260

Çeviker, T. (2001). *Dergiler: Yer altı Haritaları, 101 Dergi,* İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Chandler, D., & Munday, R. (2018). *Medya ve İletişim Sözlüğü*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Çoban, b . (2010). Toplumsal Çatışma Demokratik İletişim ve Alternatif Medya. *Marmara İletişim Dergisi*, 17 (17), 1-20. Retrieved from http://dergipark.gov.tr/maruid/issue/25253/266981

Coyer Kate, 2007. *Access to broadcasting: radio*. Dowmunt Tony, Coyer Kate, Fountain Alan (Der.), The Alternative Media Handbook. Routledge, Oxon içinde, s. 112–122.

Curtis, Donnelyn (1998). *A How-To-Do-It Manual for Building, Managing and Supporting Electronic Journal Collections*, New York Nisonger.

Downing, J. D. (2014). *Alternatif Medyanın İzleyicileri ve Okuyucuları*. B. Yanıkkaya, & B. Çoban içinde, Kendi Medyanı Yarat Alternatif Medya - Kavramlar, Tartışmalar, Örnekler Cilt 2 (s. 13-45). İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Gans, Herbert J. (2018). *Popüler Kültür ve Yüksek Kültür*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları

Elmastaş, E. (2018). Şu Fanzin Meselesi.

Geçer,E. (2015). *Medya ve Popüler Kültür Diziler, Televizyon ve Toplum*. İstanbul: Okur Kitaplığı Yayınları

Genel, M. G. (2016). *Sosyal Medyada "Kimlik Bunalımı": Kripto Hesaplar.* D. D. GENEL içinde, Yeni Medya Araştırmaları - 2 (s. 16-23). Ankara: Ekin Yayınevi.

Giddens, A. (2016). *Sosyoloji.* İstanbul: Kırmızı Yayınları.

Giddens, A. & Sutton, P. (2018). *Sosyolojide Temel Kavramlar*. İstanbul: Phoenix

Haas, Tanni (2004). Alternative Media, Public Journalism and the Pursuit of Democratization, Research Note, *Journalism Studies,* (5)1, 115-121.

Işık, G. (2013). *Sanaldan Sokağa Toplumsal Hareketler*, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Işık, M. (2002). *Dünya ve Türkiye Bağlamında Yeni İletişim Sistemleri.* Konya: Eğitim Kitabevi.

İskender, K. (Haziran 1999). *Soruşturma*. Varlık, 21-22.

Jameson, Fredric (1997), *Marksizm ve Biçim*. (Çev.Mehmet H.Doğan), Yapıkredi Yay.,

Kayaoğlu, H. (2008). *Süreli Yayınlar Yönetimi.* İstanbul: Selenge Yayınları.

Kocabaş, O. & Çetin, S. (2016). *"Y Gençlik ve Dijital aktivizm:* Ankara Tuzluçayır Örneği". 26-27 Şubat 2015 Yeni Medya Çalışmaları II. Ulusal Kongre Kitabı, İstanbul: Kadir Has Üniversitesi İletişim Fakültesi.

Laughey, D. (2010). *Medya Çalışmaları Teoriler ve Yaklaşımlar*. İstanbul: Kalkedon.

Lievrouw, L. A. (2016). *Alternatif ve Aktivist Yeni Medya*. İstanbul: Kafka Yayınevi.

Löwenthal, L. (2017). *Edebiyat, Popüler Kültür ve Toplum*. İstanbul: Metis Yayınları.

Lunn, Eugane (1995), *Marksizm ve Modernizm*, (Çev.Yavuz Alogan), Alan Yay., İstanbul.

Maigret E. (2014). *Medya ve İletişim Sosyolojisi*. İstanbul:İletişim Yayıncılık

Maigret, E. (2016). Medya ve İletişim Sosyolojisi. İstanbul: İletişim Yayınları.

Martin, J. (1989). *Diyalektik İmgelem*. İstanbul:Ara Yayıncılık.

McQuail, D. (1987). *Communication Theory*. London: Sage.

McQuail, Denis (1994). *Kitle İletişim Kuramı*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Kibele Sanat Merkezi.

Mutlu, E. (2016). *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya. Ankara*: Ütopya Yayınevi.

Mutlu, E. (2017). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Ütopya Yayınevi

Öktem, A. (1999, Haziran). *Yer Altından Yükselen Çığlık: Fanzin*. Varlık, 64-68.

Öktem, A. (2006). *Genel Kültürden Kenar Kültüre Şeytan Aletleri Fanzinler ve Öteki Kitaplar.* İstanbul: Everest Yayınları.

Öktem, Altay (2002). *Genel Kültürden Kenar Kültüre 101 Fanzin,* İstanbul: İthaki Yayınları.

Ölçekçi, Haluk (2016). Alternatif Bir Medya Olarak Fanzinler. International Journal of Science, 53, 345-358. Retrieved: http://www.jasstudies.com/Makaleler/1386499076_25-Dr.%20Haluk%20%C3%96L%C3%87EK%C3%87%C4%B0.pdf.

Önkal, G. (2014). "Kültür Sosyolojisi", Sosyolojide Kuram - Yöntem - Güncel Yaklaşımlar (Ed. A.B. Dural). İstanbul:Paradigma Akademi, 147 - 179

Önkal, G. (2014). "Kültür Sosyolojisi", Sosyolojide Kuram - Yöntem - Güncel Yaklaşımlar (Ed. A.B. Dural). İstanbul:Paradigma Akademi, 147 - 179

Oskay, Ü. (2014). *Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri*. İstanbul: İnklap Kitabevi

Oskay, Ü. (2016). *Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım* . istanbul: Inkılap Kitabevi.

Özçetin, B. (2018*). Kitle İletişim Kuramları Kavramlar, Okullar, Modeller*. İstanbul: İletişim Yayınları

Özkök, E. (1985). *Kitlelerin Çözülüşü: İletişim Kuramları Açısından*. İstanbul:Tan yayınları.

Rodrigues, C. (2003). *The Bishop and His Star*. N. Couldry, & J. Curran içinde, Constesting Media Power (s. 177-194). Oxford: Rowman & Littlefield Publishers.

Sandoval, Marisol. Fuchs, Christian. (2010).Telematics and Informatics 27 Retrieved:http://fuchs.uti.at/wp-content/uploads/2009/12/alt_media.pdf.

Slater, Phil (1989), *Frankfurt Okulu*. İstanbul: BFS Yay.

Smith, P., & Riley, A. (2016). *Kültürel Kurama Giriş.* Ankara: Dipnot Yayınları .

Sözeri, C. ve Güney,Z. (2011). *Türkiye'de Medyanın Ekonomi Politiği:Sektör Analizi.* İstanbul: Tesev Yayınları

Stevenson, N. (2015). *Medya Kültürleri Sosyal Teori ve Kitle İletişimi*. Ankara: Ütopya Yayınları.

Swartz, David (2011). *Kültür ve İktidar Pierre Bourdieu'nun Sosyolojisi*, İstanbul: İletişim Yayınları.

Swingewood, A. (1996). *Kitle Kültürü Efsanesi*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Tan, A. (2020, Nisan 3). Fanzin Kültüründe Bir Manifesto Olarak Mondo Trasho. kiyimuzik.com: https://kiyimuzik.com/fanzin-kulturunde-bir-manifesto-olarak-mondo-trasho/ adresinden alındı

Trend, D. (2008) *Medyada Şiddet Efsanesi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları

Uygur, Mermi. (2018). *Kültür Kuramı*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları

Waltz, M. (2005*). Alternative and Activist Media*. Edinburg: Edinburg University Press.

West, D. (1998). *Kıta Avrupası Felsefesine Giriş*. İstanbul: Paradigma Yayınları.

Yaylagül, L. (2006). *Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Ankara: Dipnot Yayınları.

Yetimova, S , Öztürk, S . (2018). Alternatif Medya ve Sinema İlişkisine Bir Örnek: Ekşi Sinema Web Sayfası Üzerine Bir Değerlendirme. *Uluslararası Afro-Avrasya Araştırmaları Dergisi*, 3 (5), 22-34. Retrieved From http://dergipark.gov.tr/ijar/issue/34778/384925

Yıldırım, A. & H. Şimşek. (2005). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. 5. Baskı. Ankara: Seçkin Yayınları.

Zebelliyat - Kiriş Yazıları. (2019, Eylül 19). https://issuu.com/: https://issuu.com/girdapzackunthatow/docs/zebelliyat_-_kiri__yaz_lar_ adresinden alındı

İnternet Kaynakları

Beşer, M. (2016, Ocak 02). *Mondo Trasho Esat*. haber.sol.org.tr: https://haber.sol.org.tr/yazarlar/murat-beser/mondo-trasho-esat-141371 adresinden alındı

Fanzin Apartmanı. (2020, Mart 25). https://fanzinapartmani.com/: https://fanzinapartmani.com/apartman-nedir/ adresinden alındı

www.demiroren.com.tr. (2020, Şubat 11). www.demiroren.com.tr: https://www.demiroren.com.tr/ adresinden alındı

Sandoval, M., & Fuchs, C. (2015, Ağustos 14). Alternatif Medyanın Eleştirel Bir Teorisine Doğru. ayrintidergi.com.tr: http://ayrintidergi.com.tr/alternatif-medyanin-elestirel-bir-teorisine-dogru/ adresinden alındı