TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON SİNEMA
ANABİLİM DALI

TÜRKİYE'DE BİR ALTKÜLTÜR OLARAK ANİME VE MANGA HAYRANLIĞI

Yüksek Lisans Tezi

Yaman EFE

Ankara-2019

A.Ü. SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MEZUN
TARİH 22/10/2019
SAYI 1667/63

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON SİNEMA
ANABİLİM DALI

TÜRKİYE'DE BİR ALTKÜLTÜR OLARAK ANİME VE MANGA HAYRANLIĞI

Yüksek Lisans Tezi

Yaman EFE

Ankara-2019

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON SİNEMA
ANABİLİM DALI

Yaman EFE

Türkiye'de Bir Altkültür Olarak Anime ve Manga Hayranlığı

Yüksek Lisans Tezi

Tez Danışmanı : Doç. Dr. Özgür Yaren

İkinci Tez Danışmanı (varsa) : .....

Tez Jürisi Üyeleri

Adı ve Soyadı	**İmzası**
Doç. Dr. Özgür Boyacı YAREN	.....
.....	.....
DOÇ. DR. ALİ KARFİDEĞAN	.....
.....	.....
.....	.....

Tez Sınavı Tarihi 16.10.2019

TÜRKİYE CUMHURİYETİ

ANKARA ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Bu belge ile, bu tezdeki bütün bilgilerin akademik kurallara ve etik davranış ilkelerine uygun olarak toplanıp sunulduğunu beyan ederim. Bu kural ve ilkelerin gereği olarak, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce ve sonuçları andığımı ve kaynağını gösterdiğimi ayrıca beyan ederim.(14../.11../2.019.)

Tezi Hazırlayan Öğrencinin

Adı ve Soyadı

Yaman EFE

İmzası

.....

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER 1
TABLOLAR LİSTESİ 3
ŞEKİLLER LİSTESİ 5
1. GİRİŞ 6
1.1. Araştırmanın Konusu 7
1.2. Problem Cümlesi 12
1.3. Amaç 14
1.4. Önem 15
1.5. Sınırlılıklar 16
BÖLÜM II 17
2. KURAMSAL VE KAVRAMSAL ÇERÇEVE 17
2.1. Kültür Kavramı 17
2.2. Kültür Tartışmaları 18
2.3. Altkültür Tartışmaları 22
2.3.1. Altkültür Tanımları 22
2.3.2 Altkültür Kuramları 28
2.4. Altkültürel Sermayenin Toplumsal Mantığı 37
BÖLÜM III 41
3. Japonya'da Teknoloji ve Yayıncılığın Gelişimi 41
3.1 Manganın Ortaya Çıkışı 46
3.2. Anime ve Manga'nın Kültürel Boyutu 61
3.2.1 Hayran Kültürü, Hayran Toplulukları ve Manga Hayranlığı 64
3.2.2 Türkiye'de Manga ve Anime Hayran Kitlesi 69
BÖLÜM IV 73
4. Yöntem 73
4.1. Evren ve Örneklem 73
4.2. Araştırma Bulguları 74
4.2.1. Demografik Değişkenler 74
4.2.2. Frekans Dağılımları 80
4.2.2.1. Kişilik Envanteri Frekans Dağılımları 80
4.2.2.2. Kişilik Envanteri Faktör Analizi 91
4.2.2.3. Siyasi Eğilim 95

4.2.2.4. Anime ve Manga Takip Yoğunluğu 95
4.2.2.5. Anime İzleme ve manga Okuma Nedenleri 97
4.2.2.6. Kendini Tanımlama 100
4.2.2.7. Anime İzleme ve Manga Okumaya Başlama Etkenleri 102
4.2.2.8. Anime İzleme ve Manga Okuma, Tiyatro ve Sinema Tercihleri 103
4.1.1.1 Takip Edilen Anime ve Mangalar 104
4.1.1.2 Özdeşleştirilen Anime ve Manga Karakteri 106
4.1.1.3 Kendini Otaku Olarak Tanımlama ve Cosplay Etkinliklere Katılma Durumu 107
SONUÇ 111
KAYNAKÇA 120
ÖZET 128
ABSTRACT 129
EKLER 130
EK1- ANKET FORMU 130

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Anime İzlenme Oranları - 3 Ağustos 2013 12

Tablo 2. Cinsiyet-Öğrenim Durumu-Medeni Durum Dağılımları 75

Tablo 3. Cinsiyet-Ortalama Yaş Dağılımları 75

Tablo 4 Cinsiyet-Meslek Dağılımları 76

Tablo 5. Cinsiyet-Anne Eğitim Durumu-Baba Eğitim Durumu-Hane Geliri Dağılımları 77

Tablo 6. Cinsiyet-Evde İnternete Sahip olma Durumu..... 78

Tablo 7. Cinsiyet-Yaşanılan Şehir Dağılımı 79

Tablo 9. Cinsiyet-Tanımsal İfade Dağılımları 86

Tablo 9. Tanımsal İfadeler – Faktör Analizi – KMO ve Bartlett Test Sonucu..... 91

Tablo 10. Tanımsal İfadeler – Faktör Analizi – Açıklanabilen Toplam Varyans Tablosu 91

Tablo 11. Tanımsal İfadeler – Faktör Analizi – Dönüştürülmüş Bileşenler Matrisi..... 93

Tablo 12. Cinsiyet – Siyasi Eğilim Dağılımı 95

Tablo 13. Cinsiyet – Takip Sıklığı..... 96

Tablo 14. Cinsiyet – Anime ve Manga Takip Sıklığı..... 97

Tablo 15. Cinsiyet – Anime ve Manga Takip Nedenleri..... 99

Tablo 16. Cinsiyet – Kendini Tanımlama..... 100

Tablo 17.Cinsiyet – Kendini Tanımlama Durum Değişimi..... 101

Tablo 18.Cinsiyet – Anime İzleme ve Manga Okumaya Başlama Etkenleri 102

Tablo 19. Cinsiyet – Anime İzleme ve Manga Okumaya Tercihleri..... 103

Tablo 20. Cinsiyet – Sinema ve Tiyatroya Gitme Tercihleri 103

Tablo 21. En Çok İzlenen İlk 20 Anime 104

Tablo 22. En Çok Okunan İlk 20 Manga 105

Tablo 23. En Çok Özdeşleştirilen İlk 20 Karakter 106

Tablo 24. Kendini Otaku Olarak Tanımlama 108

Tablo 25. Cosplay Etkinliklerine Katılma Durumu 108

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Bashō 芭蕉 Sanatçı: Hon'ami Kōetsu (1558-1637) Edo dönemi, tarihsiz, erken 17. yüzyıl 1 cilt; hareketli ahşap tip ve ahşap blok baskılı; kağıt üzerine mürekkep ve mika; kağıt kapaklar 24.2 x 18.1 x 0.4 cm Freer Sanat Galerisi, FSC-GR-780.98..... 42

Şekil 2. Jūjō Genji 十 帖 源氏 Artist: Nonoguchi Ryūho (1595-1669) Edo dönemi, 1661 Cilt 3, 10; fukrotoji bağlama; ahşap blok baskılı; kağıda mürekkep; kağıt kapaklar 8.1 x 19.8 x 0.9 cm Freer Sanat Galerisi, FSC-GR-780.469.3 43

Şekil 3. Kosetsu shiki 瞽想 史記 Artist: Sekino Jun'ichirō (1914-1989) 1975 1 cilt; fukrotoji bağlama; ahşap blok baskılı; kağıda mürekkep; kapaklardaki renk ve başlık sayfası; kağıt kapakları 21.9 x 31.8 x 1.1 cm Freer Sanat Galerisi, FSC-GR-780.531.1-2. 44

Şekil 4. (Denshin kaishu) Sanatçı: Katsushika Hokusai (1760-1849) Edo dönemi, 1816 Cilt 4, 15, ahşap baskı, mürekkep ve renk üzerine kağıt, kağıt kapakları 22.9 x 15.9 x 1 cm Freer Sanat Galerisi, FSC-GR-780.233.4..... 45

Şekil 5. Toba Sōjō, Chōjū-jinbutsu-giga emaki, Kuşların, hayvanların ve kişilerin, onikinci yüzyılın karikatürleri; tavşanlar, kurbağalar ve maymunların maceralarını gösteren, ilk kaydırma genişletilmiş seramik kopyası. 47

Şekil 6. Hokusai Katsuhika (1760–1849) “Konnagawa'daki Büyük Dalga”..... 48

Şekil 7. Midori Kawabata’nın bayan çizgi romanlarından VAL ve FEEL'in tipik bir sahnesi..... 59

Şekil 8. Tanımsal İfadeler - MDS Grafiği..... 94

1. GİRİŞ

Ünlü sosyolog Pierre Bourdieu kendisiyle "gençlik"in toplumsal bir kimlik olarak oluşması hakkında yapılan bir görüşmede "gençlik laftır" der. Bu görüşmede Bourdieu, yaş grupları arasında oluşturulan bölünmelerin keyfi olduğunu anımsatmanın bir sosyolog için mesleki refleks olduğunu belirterek, tıpkı Pareto paradoksuna göre zenginliğin nereden başladığını bilemediğimiz gibi yaşlılığın da nereden başlatacağımızı bilemeyeceğimizi belirtir. Dolayısıyla hem gençlik dönemini ifade eden yaş dilimleri hem de bununla bağlantılı olarak oluşturulan ve geliştirilen hak ve görevler, toplumsal kurgular olarak, toplumsal gruplar arasında çatışma/uzlaşma sonucu "keyfi" olarak belirlenmektedir (Bourdieu, 2015: 143-144). Bourdieu'nün toplumsal alan kavramıyla ifade edecek olursak, "toplumsal alanlar"a göre yeniden üretilen, her "alanın kendi gençlik/yetişkinlik/yaşlılık kuralları bulunmaktadır.

Japonya Dergi ve Kitap Yayıncıları ve Editörleri Birliği (AJPEA), 24 Şubat'ta Japonya'daki tüm manga endüstrisinin birleşik fiziksel ve dijital satışlarının 2016 yılında 445.4 milyar yen (yaklaşık 3.91 milyar ABD Doları) olduğunu tahmin eden bir rapor yayınlamıştır. Bu rakam önceki yılın 443,7 milyar yen'iyle karşılaştırıldığında büyüme % 0.4 (yaklaşık 3,89 milyar ABD doları) oranındadır (Sudo, 2017:32).

Mutlu Binark, Japonya'ya çizgi roman türünün batı üzerinden çizgi roman bantı olarak girmiş olmasına rağmen zamanla "Japon ekolü" olarak adlandırılabilecek bir çizgi roman türü -manga- ortaya çıktığını belirtir ve Manga'nın, küresel kültür endüstrisi içerisinde değerlendirilmesi gereken kendine özgü alt türleri ile oldukça başarılı bir popüler kültür ürünü olduğunu vurgular (2004:429-434).

Türkiye'de 1990'lı yıllardan itibaren küresel pazara dahil olma çabalarının bir sonucu olarak, tüketim kalıpları ve tüketici beğenileri iyice katmanlaşmış, buna koşut olarak Türkiyeli çizgi roman okurlarının İngilizce'ye çevrilmiş manga örnekleri ile

buluşması gerçekleşmiştir. Bilindiği üzere, manga, "anime" (animasyon/Japon canlandırma sineması) ile birlikte, 1980'lerin ortalarından itibaren Japon popüler kültürünün dünyada en yaygın olarak bilinen ve küresel pazarda dolaşıma giren en başarılı örnekleridir. Türkiye'de de manga türüne duyulan merakı, hiç kuşkusuz anime izleme alışkanlığı etkilemiştir. Özellikle, hem 1970'lerin ikinci yarısında devlet televizyonunda (TRT) yayımlanan "Heidi", "Vikingler", "Şeker Kız Candy", "Marco", "Uçan Kaz", "Arı Maya", "My Me Angel", "Voltran" vd. hem de 1990'ların ikinci yarısında özel kanallarda yayımlanan "Oscar:The Rose of Versailles", "Sailor Moon", "Pokemon", "Digimon", "Dragon Ball" vd. Japon çizgi filmleri ile yetişen bir kuşağın, daha sonra İngilizce basılmış manga okurluğuna yönelmesi gerçekleşmiştir. Çizgi film dünyasından manga dünyasına giren okurlar, "Akira"dan (Otomo Katsuhiro), "Ghost in the ShelP'e ("Koukaku Kidoutai"-Shirou Masamune), "Black Jack"e (Tezuka Osamu) gibi klasikler/kültler ile tanışırak; Amerika'da VizCommunications, Amekomi tarafından yayımlanan anime ve manga dergilerinin ve Mangajin gibi dergilerin izleyicileri olmuşlardır. Anime ve manga türünün son yıllarda Türkiye'de artan bir merak uyandırması nihayetinde "fan kulüplerin" kurulmasına, Ankara ve İstanbul'da Japon animasyon günlerinin düzenlenmesine yol açmıştır (Binark, 2004:429-434).

Çalışmamızda Türkiye'de manga ve anime takipçilerinin anime ve manga olgusuna yaklaşımları kültür ve altkültür perspektifinden incelenecektir.

1.1. Araştırmanın Konusu

Gençlik tanımı aslında tarihseldir ve belirli bir tarihsellik içinde toplumsal ilişkiler içinde şekillenmektedir. Gençlik tanımının kapsamı da, sınırları da, gençlerin hakları ve temsiliyeti anlamında, tarihsel bir olgu olarak toplumsal düzlemde kurgulanmıştır. Hem gençlik olgusunun kapsamı hem de "hak ve görevleri" zamana, topluma, gençlerin toplumsal aidiyetlerine, cinsiyetleri vb. göre farklılaşmaktadır. Benzer bir durumun diğer toplumsal olgular ve kimlikler için de geçerli olduğu söylenebilir, Simone de Beauvoir'ın

ifade ettiği üzere "kadın doğulmaz olunur" saptamasından hareketle "gençlik" gibi "kadınlık", "erkeklik" hatta "çocukluk"un toplumsal kurgu olduğu, "gençlik"in bu anlamda bir özgüllüğünün bulunmadığı savlanabilir. Ancak "gençlik laftır" sözü sadece "gençlik"in bir toplumsal olgu olmasına işaret etmez, aynı zamanda ve bundan daha önemli olarak, sosyo-politik hareketlerin büyüsünün bozulması çabası kapsamında 19. yüzyıldan bugüne dek uzanan süreçte gençliğin idealize edilmesine karşı çıkış olarak da önem taşımaktadır (Dubet, 2010: 13-14).

"Gençlik Sosylojisi" sosyolojinin bir alt dalı olup, gençlik kavramını mikro, mezo, makro olarak incelemektedir. Ülkemizde gençlik kavramı sosyolojik açıdan incelenmesinin yanı sıra özellikle psikoloji ve pedagojinin de konusuna girmektedir. Ülkemizde gençliğin ilk defa sosyolojik olarak incelenmesi ikinci dünya savaşının sonrasına denk gelmektedir. 1968'de yaşanan öğrenci hareketi sırasında çalışmalar artmıştır. 1985'e kadar çalışmalar yoğun bir şekilde sürdürülmüştür. 1985'de ülkemizde gençlik yılının kutlanması ile gençlik sorunları sosyolojik açıdan daha da incelenen bir konu haline gelmiştir. (Bayhan, 2015:356).

Sosyolojiden soyutlayarak gençlik kavramını inceleyemeyiz. Her dönemin kendi içerisinde gençlik sınıflandırmaları farklıdır. Gençlik her dönemin içinde bulunduğu sosyo ve kültürel şartlarına göre belirlenir. Hegeli'n "zeitgeist" (zamanın ruhu) kavramı bu bakış açısını doğrular niteliktedir. Gençlik olgusu her toplum için farklı değişkenler göstermektedir. Bunların başında eğitim, cinsiyet, sosyal sınıf v.b. yer almaktadır. Yapılan çalışmaların değerlendirmesi bu değişkenler göz önüne alınarak bulunduğu dönem ve kültürel kodların sosyolojik bağlam içerisindeki yerine göre "kültürel görecelilik" kavramı üzerinden bakılmalıdır. Toplumun tamamının bir yansımasının ürünü olan gençlik, bulunduğu toplumun da sosyo kültürel yapısının bir yansımasıdır. (Bayhan, 2015:357).

Ömer Miraç Yaman (2010), "Türkiye Gençlik Çalışmaları Bibliyografyası 1923-2010" kitabında, bir altkültür olarak incelendiğinde gençlik çalışmalarını 22 alt başlıkta sınıflandırmıştır. Bu başlıklar şunlardır: Gençlik ve ahlak; gençlik ve aile; gençlik ve Atatürk; gençlik ve dini inanç; gençlik ve eğitim; gençlik ve eş seçimi; gençlik ve gelecek kaygısı; gençlik ve gençlere tavsiyeler; gençlik ve göç, yurtdışı gençliği; gençlik ve kimlik; gençlik ve korunmaya muhtaç gençler, yetiştirme yurdu gençliği; gençlik ve meslek; gençlik ve öğrenci hareketleri; gençlik ve popüler kültür, tüketim kültürü; gençlik ve profili, gençlik araştırmaları; gençlik ve psikolojik danışma; gençlik ve siyaset; gençlik ve sosyal değişim; gençlik ve suç; gençlik ve teknoloji, medya, internet; gençlik ve toplumsal rol, cinsiyet; gençlik ve üniversite gençliği ve lise gençliğinin sorunları.

Yaman yapmış olduğu bu sınıflandırmada birçok farklı boyutta konuyu ele almıştır. Dönemin toplumsal atmosferine göre incelenen konular da farklılaşmaktadır.

Sosyoloji Araştırma Dergisi'nde yer alan Vildan Akan ve Esra Burcu'nun makaleleri gençlik teorileri alanında metodolojiye katkıda bulunmuştur. Burcu (1998: 105-136) gençlik teorilerini; kültürler arası yaklaşım içinde geliştirilen gençlik teorileri, biyolojik yaklaşım içinde geliştirilen gençlik teorileri, tarihsel yaklaşım içinde geliştirilen gençlik teorileri, psikolojik yaklaşım içinde geliştirilen gençlik teorileri ve sosyolojik yaklaşım içinde geliştirilen gençlik teorileri olarak incelemektedir. sosyolojik paradigmalar açısından ele alınan teorileri ise yapısal işlevselci, sembolik etkileşimci ve çatışmacı teoriler olarak irdelemiştir. Beşirli'nin bildirdiğine göre, Akan (2001: 1-10), gençlik teorilerini geleneksel sosyoloji kuramları (bozuk sosyal organizasyon kuramı, anomi kuramı, farklı sosyalleşme kuramı, altkültürel kuramlar, kontrol kuramı) ile etkileşimci yaklaşımda ise etiketleme kuramı şeklinde sınıflandırmıştır (Beşirli, 2013: 33-34).

Gençlik profil araştırmaları dışında yapılan gençlik altkültürletine ait yapılan araştırmalarda bu alana önemli katkı sağlamaktadır. Literatürde yapılan ilk çalışma

olduğu için İsmail Doğan'ın *Bir Altkültür Olarak Ankara Yüksel Caddesi Gençliği* çalışması bu konuda önem arz etmektedir. Ankara Yüksel Caddesinde 80 gencin katılımı ile gerçekleştirdiği anket çalışmasında; gençlerin giyim ve müzik tarzları, yemek tercihleri ve alışkanlıkları, arkadaşlık bağlarını incelemiş ve toplumsal farklılıklara ait gençlik grubunu bir altkültür olarak değerlendirmiştir (Yaman, 2013: 134). Küçük uç gruplar olarak görülse de altkültürlerin incelenmesi gençlik sosyolojisi bakımından toplumun tümünün yansımasını incelemek adına önemlidir.

Esra Burcu'nun doktora tez çalışması *Çırak ve Kalfa Gençlik Altkültür Grubu Hakkında Sosyolojik Bir Araştırması* gençlik ve altkültür bağının incelendiği bir başka örnek çalışmadır. Çalışma Ankara'da yaşayan çırak ve kalfaların günlük ilişkileri, müzik tarzları, kendi aralarında gelişen iletişim biçimlerini inceleyip, eğitimlerine ara veren ve iş hayatına erken yaşta başlayan bu gençlerin profilini çıkarmaktadır.

Gençlik konusu üzerine yapılan çalışmalar hem nitel hem de nicel olarak 2000'li yıllardan sonra artış göstermiştir. Gençlik ve işsizlik sorunu, gençliğin değer yargıları, gençliğin gelecek problemleri, gelecekten beklentileri, gelişen dünya ile beraber teknolojik değişimler sanal arkadaşlık, gençliğin tüketim alışkanlıkları gibi konular en çok incelenen gençlik altkültür konuları arasında yer almaktadır (Yaman, 2013: 122). Toplumu ve gençlerde yaşanan değişimi daha iyi kavrayabilmek adına Türkiye'de 2000'li yıllarda yaşanan neo-liberal ekonomi politiği uygulamaları, küreselleşme, ve teknolojik gelişimden ilk etkilenen gençlerin profillerini ve toplumdaki değişimini anlamak gerekmektedir.

Gençlik altkültürü üzerine yapılmış araştırmalarından olan ve son yıllardaki en yeni çalışmalardan biri olarak karşımıza çıkan, Ömer Miraç Yaman tarafından doktora tez çalışması olarak hazırlanmış ve sonrasında da kitap olarak yayınlanmış, nitel bir saha araştırmasına dayanan *Apaçi Gençlik: Gençlerin Toplumsal Davranış ve Yönelimleri: İstanbul'da 'Apaçi' Altkültür Grupları Üzerine Nitel Bir Araştırma* (2013) çalışmasıdır.

Çalışmanın amaçları şu şekilde belirlenmiştir: "Yoksul gençlik olarak ifade edilen apaçi gençlik grupları hakkında oluşturulmuş toplumsal algı ve kabullerin gençlerin günlük hayatlarında nereye tekabül ettiğinin anlaşılması ve açıklanması, apaçi gençliğinin yaşadığı sorunların gençlerin ve çevrelerinin anlatımıyla aydınlatılması ve toplum ile apaçi gençlik arasında süren ve tarihsel olarak toplumun hafızasında farklı adlandırmalarla yer bulmuş (amele, kıro, maganda, hırbo, zonta, cahil, görmemiş, okumamış vb.) olan bu sorunlu ve arızalı ilişki zemininin anlam haritasını çıkarmak" (Yaman, 2013: 23).

Türkiye'de gençlik üzerine özellikle de altkültür kavramı ile gençlik sosyolojisinin literatürü incelendiğinde, Japon kültür birikiminin bir uzantısı olarak günümüze kadar gelmiş olan ve son yıllarda tüm dünyayı kasıp kavuran manga ve anime furyasının Türkiye'de gençlik üzerine etkileri çok fazla incelenmemiş bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Son yıllarda manga ve animenin Türkiye'de giderek yaygınlaştığı görülmektedir. Türkiye'de manga ve anime izler kitlesi gün geçtikçe artmaktadır. Bu artışı, son yıllarda giderek artan anime ve manga temalı gelenekler ve bu geleneklere gösterilen yoğun ilgi ile gözlemleyebiliriz. Animefantastica sitesinin Ağustos 2013 yılı verilerine göre izlenme oranları milyonları bulan animeler söz konusudur. Tablo 1'de de görüleceği gibi 3 Ağustos (2013) haftasında Toonami derecelendirme bloğu tarafından ölçülen rakamlar bahsi geçen hafta içerisinde en çok izlenen animelerin izlenme sayılarını göstermektedir. Rakamlar incelendiğinde 1 haftada *Bleach*'in 1 milyon 559 bin defa izlendiğini, *Naruto*'nun 1 milyon 152 bin defa ve *One Piece*'in 1 milyon 25 bin defa izlenerek en çok izlenen ilk 3 anime olduğunu ve bu rakamlarında Toonami bloğunun 2007'den bu yana kaydettiği en yoğun haftalık izlenme sayılarını vermektedir.

Tablo 1. 2017 Ocak İtibari İle *MyAnimeList*'in En Popüler 12 Animesi

Anime		İzlenme Oranları
1	Death Note	1.043.433
2	Shingeki no Kyojin	925.928
3	Sword Art Online	921.940
4	Fullmetal Alchemist: Brotherhood	819.164
5	Angel Beats!	739.817
6	Code Geass: Hangyaku no Lelouch	735.048
7	Naruto	702.120
8	Steins;Gate	697.377
9	Mirai Nikki	679.372
10	Toradora!	654.846
11	Tokyo Ghoul	644.650
12	Elfen Lied	638.957

Kaynak: MyAnimeList(https://www.animeler.net/galeri/tum-zamanlarin-en-cok-izlenen-30-animesi)

Hızla artan anime ve manga izlerkitlesinin, bu kültüre neden ilgi duydukları önemli bir sorudur. İnternetin yaygınlaşmasıyla, gençlerin Japon anime ve mangalarını takip etmeleri için hayran siteleri kurmaları ve burada her hafta çıkan bölümleri yayınlamaları ayrıca "online" oyunlarda takma ad olarak anime ve manga karakterlerinden esinlenmeleri hatta oyunların bir kısmının karakterlerin anime tarzında oluşu araştırmanın bir başka odak noktasıdır. Gençlere yönelik anime ve manga karakter temalı ürünlerin bir çok yerde satılması bu altkültürün metalaştığının da bir göstergesidir. Henüz Türkiye'de derinlemesine incelenmemiş bir altkültür olan anime ve manga izler kitlesinin özellikleri bu tezde araştırılacaktır.

1.2. Problem Cümlesi

Problem cümlesi "Türkiye'de Anime ve Manga Altkültürünün nitelikleri nelerdir? şeklindedir. Bu bağlamda problem cümlesi hipotez olarak aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

H_{0a}: Türkiye'de Anime ve Manga kültürü bir altkültür özelliği taşımamaktadır.

H_{1a}: Türkiye'de Anime ve Manga kültürü bir altkültür özelliği taşımaktadır.

Problem cümlesi kapsamında aşağıdaki sorulara (ek-1'de yer alan sorular) cevaplar aranacaktır.

1. Anime izleyicisi ve Manga okurlarının cinsiyet dağılımları nasıldır?
2. Anime izleyicisi ve Manga okurlarının eğitim durumu dağılımları nasıldır?
3. Anime izleyicisi ve Manga okurlarının medeni durum dağılımları nasıldır?
4. Anime izleyicisi ve Manga okurlarının yaş dağılımları nasıldır?
5. Anime izleyicisi ve Manga okurlarının ekonomik durum dağılımları nasıldır?
6. Anime izleyicisi ve Manga okurları kendilerini nasıl tanımlamaktadır?
7. Anime izleyicisi ve Manga okurlarının siyasi eğilim dağılımları nasıldır?
8. Anime izleyicilerinin anime izleme sıklıkları nedir?
9. Manga okurlarının manga okuma sıklıkları nedir?
10. Katılımcılar günde kaç saatlerini anime izleme ve/veya manga okumaya ayırmaktadır?
11. En çok takip edilen anime ve mangalar hangileridir?
12. Anime izleme ve manga okuma nedenleri nelerdir?
13. Katılımcılar Anime izlemeye nasıl başlamıştır?
14. Katılımcılar manga okumaya nasıl başlamıştır?
15. Katılımcılar okudukları manga ve izledikleri animelerdeki karakterlerle eşleştirmekte midir?
16. Anime izleyicilerinin ve manga okurlarının kültürel sermaye puanları nedir?

1.3. Amaç

Benjamin D. Zablocki ve Rosabeth M. Kanter'e göre (1976, 271) yaşam biçimi doğrudan kimlikle bağlantılıdır ve sınıfı, statü grubunu veya altkültürü karakterize etmektedir. Grup veya topluluk kimlikleri, yaşam tarzıyla ilgili uygulamalar yoluyla oluşturulur ve bu anlamda yaşam biçimi "tanımlama değeri" taşımaktadır (Warde 1992, 25-26). Çünkü bahsi geçen kimlikler, insanları belirli yollarla başkalarına bağlar ve insanlar arasındaki toplumsal bağları korurlar. Belirli bir topluluk tarafından paylaşılan bu yaşam biçimi, üyeler arasındaki bağları geliştirmektedir. Topluluğa ait olma önemini vurgulayarak, topluluk kimliğini birleştiren ve hatta kaynaştıran bir faktör rolünü oynamaktadır. Gerçekleştirdiği bu rolün önemi, yaşam biçiminin sadece sıklıkla bahsedilen bir terim olmadığı, aynı zamanda çağdaş sosyal tabakalaşma kuramlarında sosyal grup statüsünün incelenmesi için önemli bir teorik araç olmasından kaynaklanmaktadır. İlk bakışta belirli bir yaşam biçimi bireysel tercih meselesi gibi görünse de aslında kişisel farklılığı aşmaktadır. Bireyler yaşam biçimleri aracılığıyla kendilerini ve tercihlerini ifade edebilirler, ancak esasen toplumsal bir olgudur ve bir kolektif kimliğin bir şeklini ihtiva etmektedir (Chaney 1996, 11, 31; Maffesoli 1996).

Yaşam tarzıyla ilgili olguların bazıları, ücretli emek faaliyetleri dışındaki faaliyetlerin, tipik ve ayırt edici özelliklere, yani bireysel veya gruba özgü yollarla özgürce seçilebilecek veya zorunluluğun dışında sürdürülebilen özelliklerin tümünü (bu aktivitelerle ilgili tüm öznel değerlendirmeler, tutumlar ve tatmin duyguları) kapsamaktadır. Yaşam biçimi, ilk bakışta bireysel tercihin bir ürünü olmasına rağmen, bireylerin kendileri ve tercihlerini ifade etmeleri için bireyin ayırt edici özelliklerinin ötesine geçmektedir. Yine de sosyal grupla ilgilidir ve bir tür kolektif kimliktir (Keliyan 2008, 51-57). Yaşam biçimi, insanlar arasında sosyal bağlar oluşturur ve önemli oranda sınırlamalar, toplumsal oluşumları birbirinden ayırır. Yaşam biçimi sosyal konular için

yapıyı tanımlar ve postmodern toplumda sosyal grup statüsünün önemli göstergelerinden birini oluşturmaktadır (Keliyan 2010, 24-26).

Türkiye'de önemli bir fan kitlesine sahip olan anime ve manga kültürü gittikçe genişlemekte ve özellikle gençler arasında yaygınlaşmaktadır. Bu kültürü benimseyen kişilerin demografik özellikleri henüz netlik kazanmamıştır. Neden bu kültürü benimsedikleri sorusu ise hala cevapsızdır. Bunun hegemonyaya yönelik bir tepki mi yoksa sosyalleşmek için bulunan bir yol mu sorusu da yanıtsızdır. Bu durumda, gün geçtikçe büyüyen bu altkültürün nasıl bir ideoloji barındırdığı bir inceleme konusudur. Yine başka bir sorunsal olarak anime ve manga altkültürünün başka bir altkültürle benzerliğinin olup olmadığı ele alınacaktır. Bu soruların cevapları ile gittikçe büyüyen bir altkültürün özelliklerinin çıkarılması amaçlanmaktadır.

1.4. Önem

1995'te eski Japonya başbakanı Kiichi Miyazawa bir gazete ya da politik herhangi bir dergi yerine, manga dergisi olan Big Comic Spirits'te görüşlerini yayınlamayı tercih etmiştir. 75 yaşında saygın bir siyasetçi ve düşünür olan Miyazawa muhtemelen nadiren çizgi roman okumakta idi. Ancak görüşlerini dile getirmek için bir manga dergisi seçmesinin nedeni oldukça açık ve anlaşılır bir durumdur. Big Comic Spirits, her hafta yaklaşık 1,4 milyon genç maaşlı ve potansiyel seçmen tarafından takip edilmektedir. Günümüz Japonya'sında, manga dergileri kitlesel bir izleyici kitlesine ulaşmanın ve kamuoyunu etkilemenin en etkili yollardan birini oluşturmaktadır (Schodt, 2011: 19).

Anime ve manga Türkiye'de son dönemde özellikle gençler arasında ön plana çıkan bir altkültürdür. Anime çizgilerine sahip bilgisayar oyunları, edebiyat klasiklerinin manga uyarlamaları, yapılan konvansiyonlara basının yoğun ilgi göstermesi bu altkültürün dikkat çekici şekilde büyüdüğünün bir göstergesidir. Anavatanı Japonya olan ve tarihi 12. yüzyıla dayanan manga kültürünün Türkiye'de nasıl tezahür ettiği bilinmemektedir.

1.5. Sınırlılıklar

- ✓ Çalışma zaman sınırı olarak 2016-2017 yılı aralığını kapsamaktadır.
- ✓ Çalışmada altkültür kavramı Anime – Manga kitlesini incelemekle sınırlandırılmıştır.
- ✓ Çalışma 360 katılımcı ile sınırlandırılmıştır.
- ✓ Çalışma zaman ve maliyet sorunları yüzünden online anket yöntemi ile sınırlandırılmıştır.
- ✓ Anket online ortamlarda paylaşılmış olup anket bitimine karar verildiğinde 27 ilden katılımcılarla sınırlandığı görülmüştür.

BÖLÜM II

2. KURAMSAL VE KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Kültür Kavramı

Kültür tarihte tanımlanması en zor kavramlardan biri olmuştur. Özellikle 18. yüzyılla beraber, kültür için farklı onlarca tanım filozoflar ve antropolog, psikolog, sosyolog ve diğer sosyal bilimciler tarafından yapmışlardır. Clyde Kluckhohn ve Alfred Kroeber, birbirinden farklı alanda, kültür için yazılmış yüz altmış dört farklı tanımdan bahseder (1952:9-83).

Kültüre dair yazılış başlıca tanımları değerlendirmek, kültürün ne olduğunu söyleyebilmek ve temel bir tanım oluşturabilmek için gereklidir. İlk olarak etimolojik olarak kültüre bakmak gerekirse; kültürü kavramı Latince *colore* kelimesine dayanır. *Colore* Latincede düzenlemek, yetiştirmek ve işlemek için kullanılan çok amaçlı bir kelimedir. *Edere-cultura* sözcüğü bu kelimeden türetilmiştir ve toprak kültürü olarak kullanılmaya başlanmıştır. Doğada yetişen bitkilerle, suni olarak insan tarafından yetiştirilen bitikleri ayırmak amacıyla Romalılar tarafından kullanılan *cultura* kelimesine rastlanır. İnsan tarafından işlenilen toprağın bağımsız bir alan oluşturmasını yani tarımı adlandırmak için *agri-cultura* kelimesi kullanmışlardır. Terimi insan için ilk kullananlar ise Cicero, Tacitus ve Horatius olmuştur. *Cultura anami* kavramı ile Cicero kelimeye başka bir anlam kazandırmıştır. Animi cümle içindeki anlamına göre tin nefs can gibi anlamlar taşımaktadır (Kulak, 2016:15).

Kültür ilk başlarda bir şeye atfedilmiş ve atfedilen şey bağlamında kullanılmıştır. Fransız düşünürlerin katkılarıyla kültür kavramı genel bir anlam kazanmıştır. Aydınlanma Felsefesinin düşünürleri kavramdan etkilenmiş ve geliştirmiştir. 18. ve 19. yüzyıl düşünürleri kültür kavramını Cicero'nun kavramından yola çıkarak geliştirmiş ve

başka yeni bir anlam kazandırmıştır. Kültür tekli bir kavramdan çıkıp çoğul anlam taşıyan içerik haline gelmiştir.

18. yüzyıl ve akabinde kültür kavramı Geist-Tin gibi terimler içinde de form bulmuştur. Özlem, Cultura animi ve akabinde gelişen kültür teriminin çoğul anlam kazanmasının Geist gibi kavramların ortaya çıkmasına neden olduğunun altını çizer (Özlem, 2012:159). Özellikle Almanca araştırma yapan ve yazan düşünürler kavramı Gesit'e doğru şekillendirmektedir. Immanuel Kant, Johann Fichte ve Friedrich Hegel'in metinleri bu konuda örnek teşkil edebilir (Kroeber ve Kluckhohn, 1952:23-24). Immanuel Kant'ın "Pragmatik Bir Bakış Açısından Antropoloji" isimli çalışması kültür kavramını en çok kullandığı çalışma olarak incelenebilir (Kulak, 2016:19). Bu çalışmada Kültür kavramını doğrudan kullanarak kültür tartışmaları içinde yer aldığı görülmektedir. Fichte ise kavramı Kant'ın desteğiyle kendi felsefesinde incelemiştir.

2.2. Kültür Tartışmaları

Victoria çağının en büyük düşünürlerinden Marx, genelde antikültürel bir kuramcı olarak düşünülür. Marx'ın tarihsel materyalizmine odaklandığımızda durum kesinlikle böyledir. Böyle bir duruş en açık şekliyle, ilk cildi 1867 yılında yayımlanan (Marx, 1956) son başyapıtı *Kapital*'de desteklenir. Marx, burada, toplumun yapı/üstyapı modeli olarak bilinen tarihsel materyalizmi savunur. Bu bakış açısına göre, kapitalist toplumda gerçek motoru, maddi gereksinimlerin sağlanmasıyla ilgili "üretim tarzı" (çok kabaca, ekonomi)'dir. Marx, üretim araçlarının (örneğin, fabrika, makine teknolojisi) özel mülkiyetini ve üretken emeğin sömürüsü etrafında dönen bir üretim ilişkileri sistemini, bu alanın en önemli yönleri olarak tanımlar. Bunlardan çıkan, bir sınıf sistemi etrafında düzenlenmiş geniş bir toplumsal yapıydı. Bu, toplumu mülkiyet sahiplerine ve işçilere bölmüştür. Sanayi toplumunun bu materyalist kavrayışı altında kültür (politika ve hukuk ile birlikte), belirleyici ekonomik temel üzerinde inşa edilmiş bir gölge-görüngüsel

(epiphe-nomenal) üstyapı olarak görülmüştür. Marx'a göre, sanayi toplumunda kültür bir egemen ideoloji olarak işler. Bunun birkaç ayırt edici özelliği vardır (Chris, 2000:5):

• Burjuvazinin (egemen, mülk sahibi kapitalist sınıf) çıkarlarını ve görüşlerini yansıtır ve onların otoritesini meşrulaştırmaya hizmet eder.

• Temel üretim ilişkilerinden çıkar ve onu ifade eder. Marx ve Engels'in Komünist Manifesto adlı yapıtlarında da yazdıkları gibi: "Kendi düşünceleriniz kendi burjuva üretim ve burjuva mülkiyetinizin koşullarının ürününden başka bir şey değildir".

• Geleneksel ve toplumsal olarak kurulanı (örneğin, ücretli emek, meta formu) doğal ve kaçınılmaz kılar. Bu, "mevcut üretim tarzından ve mülkiyet biçiminden ... çıkan toplumsal biçimlere, doğanın ve aklın sonsuz yasalarına" dönüşmüştür.

• Yanlış ya da çarpık bir gerçeklik algısını ortaya çıkarır. Bazen yanlış bilinç olarak bilinen bu durum insanların kendi kötü kaderleri ile birlikte mutlu olmalarına izin verir. Örneğin, din, proletarya (işçiler) arasında sınıf bilinci (bir ortak sınıf kimliğinin ve çıkarlarının farkında olma) oluşumunu engelleyen bir "afyon"dur.

Kapital'de ve Marx'ın diğer eserlerinde sınırları çizilen geniş bakış açısı, yönelimde belirgin olarak Marksist olsun ya da olmasın, eleştirel kültürel çalışmalar geleneği içindeki yazarlar için temel olmayı sürdürür. Böylesi bir konumlanıştan yazan günümüz düşünürleri, kültürel biçimleri gizli çıkarların ve toplumsal güçlerin yansımaları olarak okumamızı önerirler (Brantlinger, 2002:1509).

1920'lerin başında kurulan Frankfurt Okulu, özellikle kültürün yeniden üretiminde, teknolojinin toplumsal yaşam üzerindeki etkisine olan ilgi, popüler kültürün halk yığınları üzerindeki ilgi, Freud tarafından etkili biçimde açıklanan insan cinselliğine ve kişilik oluşumuna olan ilgi, insan bilincinin ya "parçalı" olduğu ya da "bütünlük"ü kavrayabildiği (yani, dünyanın neo-Marksist bir kavrayışını ve bununla gerçek özgürlüğü

elde edebilme) koşulların tanımlanmasına olan ilgi gibi tematik kavramlaştırmalar üzerine yoğunlukla durulmuştur (Smith ve Riley, 2016:71-72).

Frankfurt Okulu'na göre, "kitle kültürü"nün demokratik bir kültür olmadığını ve "popüler kültür" kavramının da ideolojik biçimde kullanılmakta olduğunu öne sürmektedir. Kültür endüstrisi, gerçek bir kültür yerine kendiliğinden olmayan "şeyleşmiş" ve "kalıplaşmış" bir kültür üretmektedir. Kitle toplumunda geçmişte olduğu gibi birbirinden farklı yüksek kültür ve alt kesimlerin kültürü de kalmamıştır. Klasik sanatın en olumsuz örnekleri bile Herbert Marcuse tarafından tek boyutlu sanat olarak adlandırılan kitle kültürü sanatının içinde yok olmuştur. Kültür endüstrisi, bireyselliği tehdit eden, bireyi edilgin bir kültür tüketicisi durumuna getiren, sanat, eğlence, boş zamanlarını değerlendirme gibi yaşam pratiklerini tüketim eylemine dönüştüren bir kavramdır. İlk küresel kültür biçimlerinden biri olan moda, hem toplumsal eşitlenme eğilimini hem de toplumsal farklılaşma güdüsünü somutlaştırmaktadır (Dengin ve Koç, 2016;203).

Frankfurt Okulu düşünürlerinden Theodor Adorno ve Max Horkheimer ile yakın ilişkiler kurmasına karşın daha bağımsız bir duruş sergileyen Walter Benjamin'in kitle kültürü eleştirisi sanat eserinin yeniden üretimi tartışmasına dayanır (Benjamin, 2002:52).

Kültür endüstrisi kavramının sosyal bilimler uzman sözlüğüne girmesi Horkheimer ile Adorno'nun *Aydınlatma Diyalektiği* kitabında kültür endüstrisi adıyla bir bölüme isim vermesi ile başlar (Adorno, 2003; Steinert, 2003: 20). İlk olarak taslak çalışmalarda "kitle kültürü" olarak kullanılsa da sonrasında popüler sanatın çağdaş biçimi şeklinde algılanmasını önlemek amacıyla "kültür endüstrisi" teriminin kullanılmasına karar verilmiştir (Sevim, 2010: 509). Kavramın endüstri olarak kullanılmasının nedeni iş dünyasına, kurumsallaşmış birçok şirke ve yöneticilerine, yapılan işlere de göndermesi olduğu içindir (Briggs, 2007: 101). "Endüstri" terimde kullanılan anlamıyla sadece üretim süreçlerini içermemektedir. Bunun dışında daha geniş olarak konunun

standartlaştırılmasına ve yaygınlaştırılma tekniklerinin rasyonelleştirilmesine gönderme yapmaktadır (Adorno, 2012: 112).

Jean Baudrillard, insanlığın ulaştığı bir distopya olarak günümüz kitle kültürünü tanımlar. Tüketimin başat olduğu bir toplum ürünüdür bu distopya. Baudrillard tüketim toplumunu "özgürlük" mottosuyla yola çıkılmış herkesin bir biriyle rekabet halinde olduğu bir yer olarak görür. Bu noktada Baudrillard kültürün metalaştığını ve metanın kültürleştiğini düşünmektedir (1998:11-12).

Adorno ise (2009:109) kültür endüstrisi ya da eşdeyişle kültür, müzik, sinema, edebiyat gibi her türden kültürel öğenin ve etkinliğin meta formunda üretildiği ya da metalaştırıldığı, böylece sıradan nesneler gibi alınıp-satılabilir bir hale dönüştürüldüğü ve bu kültürel ürünler aracılığı ile rasyonalizasyona dayalı bir kültürün inşa edildiği bir süreçten bahsetmektedir. Bu sürecin ekonomik ve kültürel olmak üzere iç içe geçmiş iki boyutundan bahsetmektedir. Kültürel ürünler ekonomik ve kültürel bakımdan "birbirlerine benzer ya da en azından iç içe geçer. Adeta boşluk bırakmayacak bir sistem oluştururlar" (Dengin ve Koç, 2016;204).

Pierre Bourdieu şüphesiz bugün kültür araştırmasında egemen figürlerden biridir (Pileggi ve Patton, 2003). En azından eserinin genellikle akademik tüketim için çerçevelendiği ve özetlendiğini sık sık görebiliriz. Edles (2002:224), Bourdieu'yu 'dünyadaki en etkili kültür kuramcısı' olarak tanıtıyor. Bununla birlikte, kültürel analizde en etkili çağdaş figürlerden biri olarak kabul edilen biri için, Bourdieu'nun kültür kavramının tam olarak ne olduğu konusunda çok çeşitli görüş ve ifadelerin bulunduğu açıkça belli oluyor. Bazı ifadeler, Bourdieu'nun kültür kavramının olağandışı geniş kapsamlı (ve muhtemelen tutarsız) tanımlamalarına sahip olduğunu, diğer analistlerin ise Bourdieu'nun kültürün ne olduğu konusunda oldukça net bir fikri olduğunu öne sürüyor gibi görünüyor. Kapsamlı yanıyla şunu öneren Zeuner (2003: 179) gibi yorumcular bulunmaktadır:

"Bourdieu, kültürü sezgisel olarak anlaşılan, açık ve söylenmemiş ve nesnelleştirmenin zor olduğu her şey olarak görüyordu. Bu, birinin annesinin dizinde, sözlü öncesi aşamada öğrendiği her şeydir. Açıkça formüle edilemez. Ayrıca kültürü antropolojik kültür kavramına gerileme ihtiyacı üzerinde durdu. Son olarak, eğitim çalışmalarında ve bir dereceye kadar antropolojik eserlerde sunulan ortak kalıp kalıpları fikrini bulacağız ... Bourdieu, bu muhalefetlerin, anlayış için temel sistemler veya sınıflandırıcı sistemler olarak bilişsel yapılar olduğunu belirtti. Bourdieu, bu tür ortak kalıpları bir sosyal mitoloji olarak gördü. Bourdieu'nun kültür algısını aydınlatmak için üç temel kavram görüyoruz ... ve bunlar sezgisel olarak anlaşılmış, antropolojik ve mitolojik ... Aynı zamanda Bourdieu, kültürün nesnel olabileceğini kabul ediyor. İş, kitap, makale, teori, kavram gibi mevcut olabilir."

Bourdieu, kültüre yaklaşımında sembolik çıkarlar teorisi, sermaye teorisi ve sembolik şiddet ve sembolik sermaye teorisi içeren politik bir ekonomi ekonomisi geliştirir. Sembolik menfaatleri teorisi, ekonomik çıkarlar fikrini krallık alanına genişleterek sosyal yaşamın sembolik ve maddi yönleri arasındaki ilişkileri teyid eder. Maddi çıkarlar olduğu gibi sembolik çıkarlar da var. Kültürü, belirli birikim, değişim ve egzersiz kanunlarına sahip bir sermaye biçimi olarak kavramlaştırıyor (Swartz, 1997:8)

2.3. Altkültür Tartışmaları

2.3.1. Altkültür Tanımları

İkinci Dünya Savaşı sonrası, altkültür kavramı etrafında sosyolojik tartışmaların başladığı dönem olarak önümüze çıkmaktadır. Sosyoloji literatüründe altkültür kavramı 1947 yılında McLung Lee ve M. Gordon tarafından ilk kez kullanılmıştır. İki sosyolog bu kavramı ulusal kültürün bir alt uygulaması şeklinde kullanmışlardır (Brake, 1980:5; Livesey, 2007:2).

Bu dönemdeki çalışmalar daha ziyade Chicago Okulu tarafından yürütülmesine rağmen kavramın esaslı çerçevesi 1970'li ve 80'li yıllarda Birmingham Üniversitesi bünyesinde kurulan "Centre for Contemporary Cultural Studies- Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi"in araştırmaları sayesinde belirlenmiş olup; gençlik, tarz ve müzik arasındaki ilişki genellikle altkültür teorisi üzerinden yapılan bu araştırmalar neticesinde okunur hâle gelmiştir. 1990'lardan sonra ise postmodernist teorisyenler, altkültür kavramının hakim kültüre karşı sınıfsal bir karşılığı temsil etmekten ziyade postmodern dönemin her şeyi kitleselleştirdiği ve tüketime sunduğu gerçekliğinden hareketle, gençliğin kültürle olan ilişkisinin geçici ve kaygan zeminlerde gerçekleştiğine vurgu yapmaya başlamışlardır. Andy Bennett'in (1999), Michel Maffesoli'nin kabile kavramı üzerinden altkültür gruplarının geçici olarak kurulmuş ortaklıklar olduğunu iddia etmesi böylesi bir sürecin ürünü olarak karşımızda durmaktadır (Bennett, 1999: 599-617; Jensen, 2011: 1-31).

Richard Hoggart'ın "The Uses of Literacy"de (1985) yaptığı işçi sınıfı İngilteresi'nin töreleri ve âdetlerinin neo-Leavisçi betimlemesinden hemen sonra, Birmingham Çağdaş Kültürel İncelemeler Merkezi etrafında toplanan akademisyenler, popülist proletaryanın dillendirilmemiş ya da belki de işitilmemiş sesini eleştirel bir yapı dahilinde ve radikal toplumsal değişimleri gözden kaçırmadan ifade etmek için altkültür fikrini harekete geçirdiler. Stuart Hall'in katılımı, bu grubun etkisini ve şevkini arttırdı ve onun kendine özgü Marksizm anlayışı, kuramsal çerçeveyi meydana getirmiştir. Ancak, bütün Birmingham Çağdaş Kültürel İncelemeler Merkezi geleneği altkültür fikrini gençlerin - ve yerel eleştirmenlerine göre çoğunlukla - genç erkeklerin eğlencesi olarak düşünmüştür (McRobbie, 1981; Gilroy, 1987).

Talcott Parsons, altkültür kavramına tamamen farklı olarak bir politik duruş şeklinde incelemiş ve sahip çıkmıştır. Bu kavramı toplumsal sistem "The Social System"in sibernetiği ve kendi kendini yaratma sürecinin ortaya çıkış biçimi olarak

görmüştür. Böylece bütün ayrık ve norm yönelimli olmayan davranışlar merkezi değerler şeması içine alınabilmiştir. Amerika Birleşik Devletleri'nden yayılan ve 1950'lerin sonuna kadar bu alt disiplin için temel kuralları koyan toplumsal patoloji ve pozitivist suçbiliminin büyük kısmını etkileyen unsur, altkültür kavramının bu çarpıcı kullanımını içermektedir. Altkültür, bir bütünün parçasının parçası değildir. Parsonscı evrende merkezi değerler, merkezi olarak kalmakta ve altkültür kavramı, toplum içindeki meşrulaştırmanın ve denetimin hâkim yapısından duyulan hoşnutsuzluğu veya bu yapıya yapılan bir müdahaleyi ifade eden bir karşıt değerler grubuna, bölgesine, kültüne ya da ayrışmaya işaret etmektedir. Bunlar genellikle toplumsal yapı ve kişilik arasındaki patolojik ilişki üzerinden vuku bulur ve çoğunlukla düzeltme amaçlı bir tutumla incelenmiştir (Parsons, 1959:297-318).

> Gordon, altkültür terimini, "ulusal kültür içerisinde; sınıf, etnik köken, bölge ve kırsal bölge veya kent sakinliği, dini inanç gibi öğelere ayrılabilen toplumsal koşulların birleşiminden oluşan, ama bir araya geldiklerinde o kültürdeki birey üzerinde bütüncül bir etkisi olan işlevsel bir bütün oluşturan bir alt bölüm" olarak tanımlamıştır (Gordon,1947:40).

Yine aynı dönemde yapılan bir başka tanımda, nüfusun belirli dilimleri tarafından sergilenen kültürel değişkenlere gönderme yapılarak "*Altkültürler, salt bir iki özellikle birbirlerinden ayrılmazlar; nispeten kendi içinde bağlantılı toplumsal sistemler meydana getirirler. Onlar, ulusal kültürümüzün daha geniş dünyasının içindeki dünyalardır*" şeklinde yorumlanmıştır (Komarovsky ve Sargent, 1949: 143).

Mercer ise "*bir toplum, her birinin kendine has düşünüş ve eylem tarzı olan birçok alt grubu kapsar. Kültürlerin içinde yer alan bu kültürler, altkültür olarak adlandırılır*" demiştir (Mercer, 1958: 34).

Young ve Mack, Mercer'ın tanımını biraz daha ileri taşıyarak "*Belirli bir grupta veya kategoride ortak olan bu öğrenilmiş davranışlar altkültür olarak adlandırılabilir*" demişlerdir (Young ve Mack, 1959: 49).

Altkültür kavramının zaman içerisinde geçirmiş olduğu değişimler göz önüne alındığında, kavram hakkında pek çok farklı tanımlama ve açıklamanın varlığından söz edilebilecektir. Bazı sosyologlarca altkültür; dil, gelenek, değerler ve birtakım sosyal normlar açısından içinde yaşadıkları toplumun hayat pratiklerinden farklılaşan ve ayrışan bir grupsal yaşam biçimi olarak kabul edilmektedir. Bu temelde meseleye yaklaştığımızda, altkültür grubu toplumla ortak dil ve iktisadi birliktelikleri sürdürebilen, bununla beraber içinde yaşadığı toplumsal kültürden ve anlayıştan en az bir ya da birden fazla kültürel tavır alışla farklılaşmaya yönelen bir grup özelliği göstermektedir. Bir başka yaklaşım biçiminde ise altkültür, gençlik altkültürleri üzerinden değerlendirilmek suretiyle içinde yaşanılan dönemin sosyoekonomik ve kültürel getirilerinden etkilenen ve bu sayede daha geniş anlamıyla tüm gençliği etkisi altına alabilen bir kavram olarak tartışılmaktadır (Kızılçelik ve Eijem, 1992: 25-26; Doğan, 1993: 107-129).

Giddens ise gençlik altkültürü ile gençlerin yetişkin toplumdan farklı olarak; özel değerler, standartlar, beklentiler ve davranış örüntülerine katılımlarının sağlandığına ve bunlarla sosyalleştiklerine dikkat çekmekte, aynı zamanda bu durumun iki yaş kategorisi (gençlik-yetişkinlik) arasındaki uçuruma ve nesiller arası savaşa karşılık geldiğini düşünmektedir (Giddens, 1995: 135).

Bu tanımlamaların dışında toplum tarafından kimi zaman suça bulaşmış ve suçla anılan gruplar altkültür olarak kabul edilebilirken, kimi zaman ise giyinişleri ve dinledikleri müzikler ile toplumdan farklılaşan gençler bu tanımlamanın muhatabı hâline gelmektedir. Bazen de -örneğin Amerikan toplumunda- geleneksel hayatlarını sürdürmeye ve modernleşme karşıtı bir tutum ile yaşamaya devam eden Amishler'in (Haviland vd., 2008: 68-70) benzeri farklı dar sosyal grupları tanımlamak için altkültür

kavramı kullanılabilmektedir. Fakat potansiyel olarak altkültür kavramı modern toplumlarda her toplumsal grup için kullanılabilecek, her biri kendi değer ve beğeni sistemine sahip farklı grupların tanımlanmasında başvurulabilecek bir kavramsal kategoriyi de temsil etmektedir (Abercrombie, Hill ve Turner, 2006: 384).

Altkültür kavramı etrafında yapılan tanımlamalardaki, bir ana kültür içerisinde çeşitli kültürel, dini ya da etnik farklılaşmalara dayalı olarak ortaya çıktığı kabul edilen bu yaklaşımlar, en temelde 19. yüzyılla birlikte toplumların kaderlerinin ulus devlet çizgisi ile yeniden belirlendiğine dair oluşan siyasal ve düşünsel kabullerin bir yansıması olarak belirmektedir. Bu durum kaçınılmaz olarak hiyerarşik bir kültürel yaklaşım biçiminin belirmesine, toplumsal kabullerin dışında kalan diğer tüm kültürel alışkanlıkların ise kimi zaman dışlanmasına, ötekileştirilmesine, en azından düşük kültür formu olarak kabul edilmesine neden olabilmektedir (Emiroğlu ve Aydın, 2003: 38).

Antropoloji, ulus-devletlerin kendi tarihlerini yeniden yazması, bir anlamda üretmesi sürecine dikkat çekerken aynı zamanda geçmiş kültürleri, uluslaştırma veya ulus dışı sayma gibi bir yaklaşımı benimsediklerine vurgu yapmaktadır. Ana kültürün belirlenmesi sürecinde ideolojik vaziyet alışların öne çıkması ve ulusun menfaatlerinin dışında kalan unsurların siyasal otorite tarafından belirlenir hâle gelmesi, altkültür yaklaşımlarının en belirgin tartışma alanlarından birisi olarak ortaya çıkmaktadır (Emiroğlu ve Aydın, 2003: 39).

II. Dünya Savaşı sonrası dönem Avrupa için her açıdan olduğu gibi toplumsal ilişkilerin yeniden gözden geçirilmesi, özellikle savaş döneminin esaslı mağduru olarak beliren gençliğin konumunun yeniden belirlenmesi açısından da önemli bir sürece denk gelmektedir. 1960'larda II. Dünya Savaşı Avrupası'nda yerli bir kültür formu olarak belirmeye başlayan "Pop Kültür"ün büyük oranda gençlik üzerinden toplumsal yaygınlık kazanmaya başlaması, âdeta dünya tarihinde ilk kez gençlik döneminin ekonomik değeri yüksek bir pazar hâline dönüşmesine zemin hazırlamıştır. Nitekim gençlik kültürü (youth

cuiture) bu dönemde gündeme gelmekte ve pop kültürü ile paralel bir seyir izleyerek gelişmekte; ekonomik etkinliğin belirgin biçimde hissedildiği bir kültürel form olabilme; dahası, dans etmenin, farklı tarzlarda giyinmenin, yeme- içme ve kafeye gitme alışkanlıklarının belirmesinin ve tarihsel olarak eşine az rastlanır bir değişim seyrini ifade edercesine ebeveyn kültürünün farklılaşarak yeni bir gençlik altkültürünün doğuşuna tanık olunmuştur (Lemonnier, 2009:303-311).

Punk gençlik altkültürü, II. Dünya Savaşı sonrasında Avrupa'nın alt üst olmuş toplumsal yapısında, içerisinde pek çok farklı kültürel ve tarihsel dönemin izlerini taşıyan farklı gençlik altkültürleri bir havuzda toplamayı başarmış bir özelliğe sahiptir. Punk gençliği en temel anlamıyla sistem karşılığı ve baskın toplumsal kültüre muhalif yapısıyla tanımlanabilecektir. Bu altkültür grubu içerisinde deri ceketlerden, sivri uçlu ayakkabılara, dazlak saç tıraşlarından, dar pantolonlara, çengelli iğnelere, mandallara ve bandajlara değin pek çok farklı aksesuar kendisine yer bulmakta, ayrıca köle kıyafetleri, zincirler, deriler ve benzeri sadomazoşist giysiler yeni anlamlar kazanmaktadır (Pektaş, 2006: 164).

Gençlik altkültürleri içerisinde özellikle İngiltere'de bu kadar geniş katılımlı bir gençlik konsensüsünün oluşmasına zemin hazırlayan asıl tetikleyici gücün, özellikle 1950'lerden sonra İngiltere'nin neredeyse her bölgesine özellikle de sanayi kentlerine doğru hızlanan göçmen akışının ve toplum içerisindeki siyahi nüfusun artışının olduğu fark edilmektedir (Hebdige, 2004: 77).

Cohen, Londra örneği üzerinden gençlik altkültürlerinin ortaya çıkışı ile alakalı şöyle bir tarihsel-toplumsal süreçten bahsetmektedir: 20. yüzyılın başlarında Londra'da nüfus artışı hızla gelişmekte, iş göçü merkezli yeni yerleşmeler kentin yoksul mahallelerinde kendine yer bulmaktadır. Geleneksel işçi aileleri bu göç dalgasından önemli ölçüde etkileniyor, bu durum işçi ailelerinin birbirinden kopup uzaklaşmasına sebep olmaktadır. Göçle beraber daralan iş piyasası mavi-yakalı işçilerin eski işlerini

yitirmesine ve daha düşük işlerde kendilerine yer bulabilmelerine neden olur. Bu durum kaçınılmaz olarak babalarının çalıştığı işlerin benzerlerini dahi bulamayan yaygın bir genç sınıf işsizliğini tetiklemektedir. Bir yandan işçi aileleri arasındaki birlikteliğin dağılması, komşuluk ilişkilerinin zorunlu iş göçleri nedeniyle yok olmaya yüz tutması; diğer yandan iş piyasasından dışlanmaları gençlerin kaçınılmaz bir biçimde akran dayanışmasına ve altkültür birlikteliğine doğru yönelmeleriyle sonuçlanmaktadır. Bu şekilde 1940'lı yıllardan sonra başta İngiltere olmak üzere tüm Avrupa'da yaygınlık kazanan gençlik altkültürleri, hem kaybolan sosyal dayanışmanın kendi içlerinde yeniden tesis edilmesine, hem de zayıflayan ebeveyn ve komşuluk ilişkilerinin, akran birliktelikleri ile aşılmaya çalışılmasına doğru evrilmektedir (Neu, 2007:103).

Gençlik altkültür gruplarının belirleyici özelliklerinden birisi de tüketim kültürü ile yalandan ilişkili olmalarıdır. Genelde işçi sınıfının ya da yoksul kesimlerin gençlik altkültür gruplarında belirleyici bir role sahip olduğunu kabul edersek, tüketim kültürü ile bu kadar yakından bir ilişkinin kuruluyor olması ilk başta biraz anlaşılmaz gelebilmektedir. Fakat bu konuda farklı bir süreç işlemekte, baskın kültüre alternatif geliştiren ve bir nevi protesto dili kullanan altkültürler için görsel farklılık önemli bir faktör olarak belirmektedir. Görselliğin sağlanması aşamasında ise gençlik altkültürlerinin bir başka önemli özelliği sayılabilecek olan brikolaj yani apayrı parçalardan yeni bir tarz çıkarabilme yönü öne çıkmakta, bu sayede görsel farklılık belirgin bir şekilde sağlanmış olmaktadır (Hebdige, 2004: 97).

2.3.2 Altkültür Kuramları

Altkültür kuramlarından bahsetmeden önce, önceki bölümlerde bahsi edilen belli başlı kültür kuramcılarının, altkültürle ilgili yaptıkları çalışmalara bakmakta fayda olacaktır. Robert Merton Chicago Okulu'nunda etkisi ile Amerikan geleneğinde başlıca etkiyi yapan Emilé Durkheim'ın anomi kavramını yeniden formüle etmiştir. Robert K. Merton (1938), ilk büyük gerilme teorisini kriminolojide geliştirmiştir. ABD'deki tüm

kişilerin maddi başarının kültürel hedefi için çaba göstermeye teşvik edildiğini savunmuştur. "Amerikan Rüyası" adı verilen bu gerilim kaynağına, çoğunlukla düşük sınıflı bireylerin, meşru yollarla bu amaca ulaşmaları oldukça zordur. Ebeveynler, çocuklarının okul başarısı için gerekli becerileri ve tutumları sağlayamayabilirler. Sonuç olarak, düşük sınıflı bireyler, daha sık, gerginliğe maruz kalırlar; bu zorlanma (strain theory), hedefleri ile bunları gerçekleştirmek için meşru araçlar arasındaki ayrışmanın bir fonksiyonudur. Bu ergenler, başarıyla rekabet edebilecekleri alternatif bir statü sistemi geliştirirler. Orta sınıfa yönelik düşmanlıklar, diğer şeylerin yanı sıra, orta sınıfın reddettiği şeyleri değerlendirecektir. Orta sınıf, özel mülkiyet ve kibar davranışı sergilerken; örneğin, bu alt sınıf gençler hırsızlık ve saldırganlık davranışları sergileyebilirler. Bu alternatif statü sistemi, çetelerin orta sınıf statüsünün kültürel hedefini reddetmesi ve yerinde yeni, cezai yönelimli hedeflerin yerini almasıyla, çocuk çeteleri biçimini alabilmektedir. Araştırmacılar Cohen'in alt sınıf çetelerinin geleneksel değerleri tamamen reddettiği ve suçu kucakladığı iddiasını sorgulamıştır (Agnew, 2000: 349–371).

Albert C. Cohen, suçlu altkültürlerin ergenlik döneminde yaşanan problemlere bağlı olarak ortaya çıktığını ileri sürmüştür. Bu çerçevede, okullarda öğretilen şeylerden hareketle orta sınıfın değerlerine özlem duyan, fakat kendi yaşamlarında sınırlı, sınıflarına özgü fırsat yapılarından kurtulamayan işçi sınıfından gençlerin statü tıkanmasını gözler önüne sermiştir. Önlerinde meşru fırsatlar bulamayınca, statüye ancak muhalif, kendilerini ifade edici, hazcı ve faydacı olmayan değerleri benimseyen bir altkültür aracılığıyla ulaşabilirlerdi. Walter Miller, üyelerin başarıya ulaşamamasından sapkın bir altkültür oluşmadığını söylemiştir. Bunun yerine, suçun, toplumun geri kalanına farklı norm ve değerlerle daha düşük sınıf bir altkültür olduğu gerçeğinin bir sonucu olduğunu belirtir. Bu farklı değerlerin, bu kültüre üye olanların bir takım endişeleri olduğunu ve bu odak endişeleri olarak adlandırdığı şeyleri elde ettiklerini ve

bunun da dahil olduğunu gösterdiğini söylemiştir. Richard A. Cloward ile Lloyd B. Ohlin ise anomi yaklaşımının öğelerini, Edwin Sutherland'in eşitsiz etkileşim kuramıyla birleştirerek, gerilimin içselleşmiş, geleneksel (orta sınıf) hedeflerine ulaşmanın meşru araçlarının tıkanmasından kaynaklandığını saptamışlardı. Bazı gençler bu gerilimi yerel işçi sınıfı topluluğunun meşru olmayan fırsat yapılarına yönelerek çözüyorlardı (Jenks, 2007:52-57).

Britanya'daki altkültür araştırmaları Amerikan geleneğinden önemli ölçüde yararlanmış, fakat, örneğin gençlerin Britanya işçi sınıfı kültüründe yaşadıkları deneyimler, orta sınıfa ait gençlik altkültürlerinin bohem hazcılığı altkültürlerin -ritüel temelinde kültürel direniş arenaları olduğu fikri ve altkültürlerde üslubun anlamını-okuma açılarından yeni perspektifler de ortaya koymuştur (Marshall, 2003:17).

Klasik sosyologların altkültür kuramına dolaylı da olsa katkıları olmuştur. Durkheim ilk altkültür biçimlerini kurmaya çok yaklaşır; fakat Jenks'e göre bireyci çözüm yerine, muhafazakar bir çözüm benimseme gerekliliğini kabul ederek pozitivizminde defo yaratmamış olur. Problem, toplumun ve dayanışma biçimlerinin, görünüşte, toplumsal değişimin hızına ayak uydurmamış olmasıdır. Modernist bir sosyolojinin kategorileri, bireylerin günlük deneyimlerine ve onların yeni keşfedilmiş grup ve çoklu grup bağlılığı deneyimlerine artık tam karşılık gelmemektedir. Durkheim önceden lonca ve çalışma grupları tarafından ortaçağ ekonomisini denetimde tutmakta kullanılan mesleki kurallar ve yurttaşlık etiği yapılarının modern piyasayı düzenlemek için geliştirilmesini tavsiye eder. Modern devlet bir dizi mesleki mekanik mikro-dayanışmaların desteğini isteyerek, organik dayanışmanın düzeni denetlemelidir. Yani Durkheim'a göre altkültürler, mesleki bağlamlarda ve piyasayı düzenlemek için ortaya çıkmalı; devlet tarafından denetlenmelidir (Jenks,2007:69).

Jenks, araştırmasında ilk olarak Downes'in altkültür kuramına yer verir. Downes, altkültür kavramını mahiyeti ve sınırları konusunda kimi görüşler ileri sürmüş ve bu

görüşleri üç soru halinde kurama dönüştürmüştür. Downes'ın kuramını oluştururken ortaya attığı soru şudur: Karmaşık bir toplumun kültürünü neler oluşturur? Downes bu soruyu bir sacayağına dayandırır:

1. Toplum kültürünün altkültürleri mi?

2. Sadece toplum kültürünün tek biçimlilikleri mi?

3. Yoksa egemen olan altkültür mü?

Downes, yukarıdaki soruları sorarak altkültür kavramını belirginleştirmeye çalışır. Downes, kendi altkültür tipolojisinde, altkültürü, bir tanesi iki alt kategori içeren, iki ana türe ayırır (Jenks, 2007:25).

Downes altkültürlerin iki ana kategoride sınıflandırılabileceğini söyler, bunlardan biri iki alt kategoriden oluşur (Downes, 1996:9):

(a) "baskın kültür" bağlamından önce gelen veya oluşmuş olanlar: örneğin, ev sahibi kültür bağlamında "altkültürler" haline gelen göçmen grupların "kültürü"; Ayrıca, varolan, ancak varoluşu olan ya da farklı bir biçimde, 'baskın kültür envelop ile örtüşen ya da farklı şekilde tepki veren bölgesel altkültürler.

(b) egemen kültür bağlamında ortaya çıkanlar: bunlar iki alt kategoriye ayrılır:

(i) sosyal ve kültürel yapıların taleplerine olumlu yanıt olarak ortaya çıkanlar; örneğin, meslek altkültürleri, yaş grubu altkültürleri ve

(ii) sosyal ve kültürel yapıların taleplerine olumsuz cevap verenler; Örneğin. suçlu altkültürler; dini-mesih-canlandırıcı altkültürler; politik aşırılık yanlısı altkültürler.

Downes'a göre altkültür oluşumu itibari ile iki farklı kategoride incelenebilir. Bu kategorilerden ilki, egemen kültürden önce de varlığı sürdüren; bir başka deyişle, egemen kültürün tamamen dışında oluşan altkültürler. Downes bu altkültür örneği olarak bölgesel altkültürleri ve göçmen grupların kültürlerinden bahsetmiştir. Bu durum Garratt'ın -

altkültürlerin zamanın ruhuna uyması gerekir kriteriyle çelişmektedir. Downes'a göre diğer altkültür çeşidi ise, egemen kültür bağlamının içine dayanan, egemen kültür ile ilişkili biçimde oluşan altkültürlerdir. Downes, bu oluşumu da iki ayrı kategoride incelemiştir. Downes'a göre, egemen kültüre olumlu olarak verilen tepkiden doğan altkültürler de, olumsuz olarak verilen tepkiden doğan altkültürler de, bizzat egemen kültürün içinden çıkmış olan altkültürlerdir (Bayraktaroğlu, 2011:8-9).

Hebdige'e göre, bilimsel olarak bütünsel bir altkültür yaklaşımı, Chicago'da bir grup kriminolog ve sosyolog tarafından, sapkın gruplar ve sokak çeteleri (içki kaçakçıları, profesyonel suçlular, vb.) ile ilgili kanıtların kriminal olarak toplanmaya başlandığı 1920'li yıllara kadar ortaya çıkmamıştır. 1927 yılında Frederick Thrasher, 1000'den fazla sokak çetesi üzerine bir çalışma yapmış, daha sonra William Foote Whyte, Street Corner Society adlı çalışmasında belli bir çetenin törelerini, geleneklerini ve unutulmaz maceralarını da ayrıntılarıyla açıklamıştır (Hebdige, 2004:73).

Hebdige ayrıca altkültürün betimsel araştırmalarında kullanılan yöntem problemine değinmiştir. Ona göre yapılan çalışmalarda katılımcılar, altkültüre ilişkin ilginç ve akılda kalıcı açıklamalarda bulunmuş olmalarına rağmen, çalışmalarda birkaç hayati hata da mevcuttur. Katılımcı gözlem yaklaşımına dayalı açıklamaların, tanımlayıcı detaylar sunmasına rağmen, sınıf ve iktidar arasındaki ilişkileri açıklama konusunda yetersiz kaldığını düşünmektedir. Bu tür açıklamalarda altkültür, daha geniş toplumsal, siyasal ve ekonomik ortamların dışında işleyen bağımsız bir örgütlenme olarak sunulur. Sonuç olarak da, çizilen altkültür resmi genellikle eksik kalır. Katılımcı gözlemin mümkün kıldığı tüm otantikliğe ve ayrıntılara rağmen, metodun daha analitik prosedürlerle desteklenmesi gerektiği açıkça ortaya çıkar (Hebdige, 2004:73).

Jenks'e göre altkültür kuramı 60'ların ortalarından itibaren daha çok gelişmiştir. Bu kuramlar Jenks'e göre dört yaklaşım altında incelenebilir (Jenks, 2007:32):

- ✓ İlk olarak 50'lerin sonu ve 60'ların başında benimsenen, işçi sınıfı mahallelerinin erken toplumsal ekolojisinden söz edilebilir.
- ✓ İkinci olarak, hala devam eden bir gelenek olan, suçlu alkültürünün, eğitim sosyolojisi ile ilişkisinden söz edilebilir. Bu gelenek, boş zaman ve gençlik kültürü arasındaki ilişkiyi okul başarısının alternatifi olarak inceler.
- ✓ Üçüncü olarak Birmingham Üniversitesi'ndeki Çağdaş Kültürel İncelemeler Merkezi'nin kültürel vurgusu vardır. Ulusal Ayrıklık Konferansları tarafından geliştirilen yeni kriminolojiden etkilenen bu yaklaşım, gençlik kültürlerine ve onların tarzlarına sınıf egemen kültür ve ideolojiyle olan ilişkileri açısından bakmak için Marksist bir çerçeve kullanıldı. Buna, gençlik kültürünün etnografyasını, onların popüler kültürle ilişkilerini ve sınıf tarihindeki önemlerini inceleme girişimi de dahildir.
- ✓ Son olarak mahalli gençlik gruplarına, ilk sosyologların yaptığı gibi değil, daha ziyade çağcıl ayrıklık kuramı ve toplumsal tepkinin etkisi ışığında bakan mahalle çalışmaları vardır. Bu iki yaklaşım da gençlik kültürlerinin ve altkültürlerinin üyeleri için taşıdığı anlamı göz önünde bulundurur.

Jenks kitabının sonuç bölümünde, altkültürle ilgili şöyle bir ifade kullanır: Kavram, kaybedeni kahramanlaştırmak, mülksüzü radikalleştirmek, kendisini ifade edemeyeni dile getirmek için kullanılabileceği gibi, aykırı olanı veya ana görüşen olmayanı marjinalleştirmek ve denetim altına almak için de kullanılabilir. Ve yine sonuç bölümünde yazar, 1960'larda altkültür haline gelen çeşitli gruplaşmaların odak noktası, Marksist ve düzen karşıtı olmalarıydı; bugün ise, diğerleriyle bir ortaklık aramaktan sakınmaktayız, fikrini savunur (Jenks, 2007:170-189).

Altkültürler, en azından bazı yazarlara göre, toplumsal örgütlenmenin çeşitli yönlerini -okullar ve hapishaneler gibi - yansıtan toplumsal kurumlar içindeki sembolik

direniş biçimleri şeklinde ortaya çıkabilir, ya da örneğin eşcinseller gibi bazı kesimlerin hissettikleri farklılık duygusunu ifade edebilmelerine uygun kanallar sunabilir. Feminist yazarlar sokaklardaki gençlik kültüründe kızların gülmeyişini kadınca bir - yatak odası altkültürüne gönderme yaparak açıklamışlardır. Altkültür kuramı çeşitli açılardan eleştirilebilir. Bu kuram, diyelim toplumsal sınıfları ya da yaşlarıyla belirlenen gruplar arasındaki farklılıkları ve iç homojenlikleri abartabilir. Altkültür araştırmalarında sık rastlanan bir eksiklik, kadınların ve beyaz olmayan grupların ihmal edilmesidir. Altkültür fikri, egemen, üstün bir ana kültürden farklılığı içermekle birlikte, modern ya da postmodern kültürün çoğulluğu ve parçalanmışlığının bu farklılığı aşındırdığı da ileri sürülebilir. Altkültür kuramı birçok (ve kesinlikle tümüyle bağdaşır olmayan) farklı kuramsal bakış açılarını kucaklamaya başladığı için, kesin değerlendirmeler formüle etmek zordur. Yine de Stanley Cohen, söz konusu altkültür üsluplarının kodlarını ve şifrelerini çözme çalışmalarının siyasal açıdan partizanca olduğunu ve son kertede inandırıcı görülemeyeceğini, çünkü hiçbir noktada kendilerini araştırma özneleri gibi sunma niyetleri olmadığını iddia ederek, Britanya altkültür kuramındaki - ritüellerle direniş geleneğinin oldukça ağır bir eleştirisini yapmayı başarmıştır (Marshall, 2003:17-18).

Gençlik altkültürlerinin sosyolojisinde ana tema, sosyal sınıf ile gündelik deneyim arasındaki ilişkidir. Sosyal sınıf hakkında birçok farklı düşünme biçimi vardır. Fransız sosyolog Pierre Bourdieu'nun çalışmalarında ebeveynlerin meslekleri ve eğitim düzeyi önemli faktörlerdir. Bu faktörlerin çocukların yaşam şansları üzerinde önemli etkileri olduğunu söylemektedir. Sosyal sınıf sosyal bir grup değildir: Bahsi edilen fikir yalnızca işçi sınıfı çocukların veya orta sınıf çocukların birlikte takılmalarından bahsetmemektedir. Sosyal sınıf bir yapıdır. Sosyolojik araştırmalarla var olduğu gösterilmiştir ve birçok kişi bu yapıların yalnızca bir kısmından haberdar olabilir veya onlardan bahsetmek için kelime haznesi olmayabilir. Çoğu zaman, insanların kendi kötü

okul notlarını ya da geleceği olmayan işlerini, en azından kısmen, yaşamlarını önemli derecede etkileyen bir sosyal sınıf sisteminin etkileri için suçladığı durumdur. Bourdieu'nun araştırmasının temel noktası, pek çok çocuğun başından beri hiç şansın olmadığının gösterilmesidir (Emirbayer ve Johnson, 2008:4).

Bourdieu'nun kültür sosyolojisinin merkezi konsepti sanatsal bir alan fikridir. Bunu, sanatçıların çalışmalarının tanınması için yarıştığı nispeten özerk bir alan olarak düşünür. Bir romanı yayınlamak, sanat eseri satmak veya bir müzik grup kurmak isteyen bir kişi açısından durumu örnekleyebiliriz. Her şeyden önce bu kişinin, içinde bulunduğu ailenin geçmişinden yola çıkarak belirli bir eğitim almış olması gerekir (liseyi bitirdiğini düşünelim) ve sonrasında bu kişi bazı seçimler yapmak zorunda kalacaktır. Bourdieu bu durumu şöyle ifade etmektedir: "*Sanat okuluna gitmesi mi gerekir? Yoksa, gitar dersleri mi alınmalıdır? Bunlar bireysel seçimlerdir - hepimiz bu tür kararlarla karşı karşıya kaldık ve durumun zorluklarını yaşadık - ancak yine de belirli bir kökenden geliyorsanız, kararınızı bu kökenden gelen davranışlarla alarak, toplumsal destek ya da eksikliği ile yaşamak zorunda kalırız*" (Bourdieu, 2012: 367-384).

Bourdieu'nun "habitus" adındaki karmaşık terimi, belirli bir deneyim yapısı ve dünyayla ilişki kurma yollarını içermektedir. Bazı insanlar üniversitenin imkansız olduğuna inanır. Diğerleri teknik üniversite için çalışırlar. Diğerleri, belki de ailelerinin isteklerine karşı her şeyi bir müzik grubuna katılmakla tehdit edeceklerdir. Farklı kültürel sermayeli insanlar sanatsal bir alana girerler. Habituslarından ortaya çıkan referans kaynak davranış biçimleri ile veya bu davranış biçimleri içinde her türlü gelecek kararları alınır. *Gerçekten iyi bir davul seti almalı mıyım? Günlük işimden vazgeçip ve müzik grubu kurarak her şeyi riske mi atıyoruz? Evlenip ve bir çocuk sahibi mi olmalıyız?* Tüm bu gibi kaygılara habitus içinde yaşanılan sosyal sınıflara göre farklı cevaplar verilecektir. Tabii ki bireysel çaba ve risk alma durumları da söz konusudur. Ancak Bourdieu'ya göre bu cevaplar, ebeveynlerin işgali ve eğitimi en önemli unsurları olan ve ırk, etnisite, cinsiyet,

şehir / ülke, bölge vb. gibi karmaşık yollarla yaşayan bir alışkanlığın arka planı üzerinde yapılacaktır (Bourdieu, 2015:313-314).

Bourdieu sosyolojisi, gençlik altkültürleri incelemelerine güncellik kazandırmıştır; ancak maalesef bu incelemelerin merkez noktasını tamamen bozar bir şekilde gerçekleşmiştir. Bourdieu "kültürel sermayeyi", "kapitalist toplumların karakteristik kültürel uygulamalarının, değerlerinin ve yetkinliklerinin eşitsiz dağılımı" olarak tanımlar (Shuker 2005: 64). Kişinin statüsünün yetiştirilmesi ve geçmişi ile tanımlanmasına rağmen statüsünün sadece kişinin sınıfı ve ekonomik durumu değil, bir takım diğer faktörler aracılığıyla tanımlandığını da teorik olarak benimsemiştir. Kültürel sermaye fikri, bir kişinin kendi değer ve inançlarının toplumdaki statüsünü ve gücünü ortaya çıkaran imajını tasvir ediyor görünmektedir. Bourdieu "beğeni" teorileri ilginçtir. Sanatta bir kişinin zevkinin (müzik, film vb.) sosyal sınıfları ve geçmişiyle bağlantılı olduğuna inanmıştır (Shuker 2005: 64).

"Gençlik Altkültürü" kavramında bir başka ciddi yanlış anlama daha vardır. Çoğu altkültür aslında, önemli roller oynayan gerçek kaynakları olan yetişkinleri içermektedir. 1970'lerin İngiliz punkında, Malcolm McLaren ve Vivian Westwood'un, Londra'daki punk sahnesinin şekillenmesinde önemli etkisi olduğu bilinmektedir. Diğer grup yöneticileri de önemli rol oynamıştır. Amerika Birleşik Devletleri'nde, punk dergisi *Maximumrocknroll*, Tim Yohannan'ın kesinlikle kilit olduğu bir grup insan tarafından kurulmuştur. Yohannan çoğu punktan oldukça yaşlıydı ve ABD'de punk'ı ilerici, gevşek bir sosyalist yöne dönüştürmekle ilgilenmiştir. Tüm gençlik altkültürlerde en az iki kuşağın (yaşlılar ile gençler) arasındaki ilişkiler önemlidir (Green, 2012:11).

Altkültür üzerine yapılan vurgu, farklı bir yolla yanıltıcı olabilir. Deneyim ve faaliyetleri bir bütün olarak tanımlama girişimlerine yol açma eğilimindedir. Buna bazen altkültürün homolojisini tanımlama denir: müzik, giyinme, uyuşturucu seçimi vb. seçimler tutarlı bir yaşam biçimine katkıda bulunur. Önceki araştırmalarda, bu homolojiyi

belirli bir toplumsal sınıfla ilişkilendirmeye yönelik bir girişim olduğu görülmektedir. Aslında, farklı toplumsal kökenlerden olan çocuklar ve yetişkinler (farklı bir habitusdan) altkültürel sahneye katılırlarsa, farklı sosyal niyetler olması muhtemeldir. Bunlar çoğunlukla "kişilik çatışmaları" ya da gruplar, plak şirketleri ya da hatta farklı şehirler arasındaki rekabetler olarak ortaya çıkmıştır. Bourdieu, en sert mücadelelerin bazılarının, alanın sınırları hakkında ortaya çıktığını belirtir: "Punk nerede biter ve ağır metal nerede başlar?" Büyük bir etiketin üzerinde bir grup var mı yoksa hala büyük bir bağımsız etiket punk mı? Indie rock mı yoksa Emo hala punk rock mı? Bu alansal mücadeleler, tüm altkültürlerde sonsuza dek sürmektedir (Bourdieu, 2015:313-314).

2.4. Altkültürel Sermayenin Toplumsal Mantığı

Sarah Thornton "Club Cultures" üzerine yaptığı çalışmalarında, İngiltere'deki kulüp hareketleri yoluyla seksenlerin sonlarından ve doksanlı yılların başına kadar dans müziğinin gelişimini incelemiştir. Bu çalışmaların, Bourdieu'nun kültürel sermaye kavramını ve Thornton'un popüler müzik değerinin bir açıklaması açısından altkültürel sermayesini geliştirirken anahtarı olduğu görülüyor. Thornton'un çalışması kesinlikle Fransız sosyolog Pierre Bourdieu'nun eserlerinden etkilenmiştir, ancak Thornton'un Bourdieu ile anlaşamadığı noktalarda mevcuttur (Gelder, 2005: 145).

Kulüp kültürü, üniter bir kültür değil, bu bölge paylaşımını paylaşan, ancak kendi kıyafet kodlarını, dans stillerini, müzik türlerini ve yetkili ve yasadışı ritüellerin kataloğunu sağlayan bir altkültür grubudur. Kulüp kültürleri beğeni kültürleridir. Kalabalıklar genellikle müzikteki ortak beğenileri, ortak medyayı tüketmeleri ve en önemlisi kendilerine benzer beğenilere sahip kişiler için tercihlerini temel alarak toplanırlar. Kulüp kültürlerine katılmak, katılımcıların kültürün paylaşımı sayesinde sosyalleşmesini artırarak katılımcılar arasında daha fazla yakınlık kurulmasını sağlar (Thornton, 1995:78).

Kulüp kültürlerinin değerlerini ve hiyerarşilerini anlamaya çalışırken, Fransız sosyolog Pierre Bourdieu'nun, özellikle de Distinction (Ayrım) (2015) adlı kitabı ve beğeni ile toplumsal eleştiri arasındaki bağlantılarla ilgili makaleler göstericidir. Bourdieu, sosyal statüyü kazandıran yetiştirme ve eğitim yoluyla biriken kültürel sermaye veya bilgi dediği şeyi araştırmaktadır. Kültürel hiyerarşilerin toplumsal hiyerarşilere karşılık geldiği ve insanların zevklerinin öncelikle bir sınıf işaretçisi olduğu bir ayrım sisteminin ana hatlarını belirlemektedir. Örneğin, İngiltere uzun zamandır kültürel başkent olmanın önemli göstergelerine sahip olmasının yanısıra üniversitelerini kurumsallaşmış biçimde kültürel sermayeye dahil edebilmiştir. Kültürel sermaye ekonomik sermayeden farklıdır. Yüksek gelir ve mülkiyet seviyeleri genellikle yüksek düzeyde kültürel sermaye ile ilişkilidir, ancak ikisi de çatışabilir. 'Nouveau zenginliği' ile ilgili yorumlar, kültürel sermayesi zengin ancak ekonomi sermayesinde (akademisyenler gibi) zayıf olanlarla ekonomik sermayeden zengin ancak kültürel sermayede daha az varlıklı olanlar (mesleki futbolcular gibi) arasında olası sürtüşmeleri açıklamaktadır (Bourdeu, 2015:57-65).

Bourdieu'nun şemasının pek çok avantajından biri, toplumsal yapının katı dikey modellerinden uzaklaşmasıdır. Bourdieu sosyal grupları doğrusal bir ölçek veya merdiven yerine çok karmaşık çok boyutlu bir alana yerleştirir. Onun kuramsal çerçevesi, sahip olduğunuzdan veya bildiğinizden değil, bildiğiniz (ve sizi kim bilir) üçüncü kategoriye (toplumsal sermaye) ilişkin tartışmalar dahi dahildir. Arkadaşlar, ilişkiler, iştirakçiler ve tanıdıklar şeklinde bağlantılar tüm statüyü verebilir. Aristokrasi, birçok özel üye kulübü ve "eski çocuk ağları" gibi her zaman toplumu sermayenin diğer biçimlerine göre imtiyazlı kılar. Bourdieu, bu üç ana sermaye tipine (kültürel, ekonomik ve sosyal) ek olarak, 'dilsel', 'akademik', 'entelektüel', 'bilgi' ve 'sanatsal' sermaye gibi belirli alanlarda faaliyet gösteren birçok alt kategori sermaye geliştirir. Bu sermayeleri birleştiren bir özellik, Bourdieu'nun kurumsallaşmış kültürel sermayesi yüksek topluluk

tanımlamasına dayanıyor olması. Bununla birlikte, daha az ayrıcalıklı alanlarda faaliyet gösteren sermayenin alt türlerini gözlemlemek de mümkündür (Bourdieu, 1991: 94).

Altkültürel sermaye, ilgili kişinin gözünde sahibinin statüsünü belirtir. Altkültürel sermaye nesnelleştirilebilir veya somutlaştırılabilir. Tıpkı kitaplar ve tabloların aile evinde kültürel sermayeyi sergilediği gibi, altkültürel sermaye, saç kesimi ve özenle toplanan kayıt koleksiyonları (iyi seçilmiş, sınırlı sayıda 'beyaz etiket' on iki inçlik ve benzeri) ile nesnelleştirilir. Kültürel sermayenin 'iyi' tavırları ve sıradan sohbetinde kişiselleştirildiği gibi, altkültürel sermaye, 'bilinir' olma haliyle, mevcut argo kullanarak somutlaştırılır ve sanki siz bunu gerçekleştirecek şekilde doğmuş gibi görünürsünüz. Hem kültürel hem de kültürlerarası sermaye, bilginin 'ikinci doğasına' prim verir. Hiçbir şey, sermayeyi, çok çalışmakta olan birinin gözünden daha fazla tüketmez. Örneğin, sofistike bir dans kulübü olarak algıladıklarına girmek isteyen 15 ve 16 yaşlarındaki yeni flört üyeleri, çoğunlukla abartılı tavırları veya kafa karıştırıcı tavırları ile deneyimsizliklerini ortaya çıkarabilirler (Frow, 1987; Garnham, 1993).

Altkültürler arası sermayenin ve kültürel sermayenin (Bourdieu'nun geliştirdiği gibi) kritik bir farkı, medyanın eski aracın dolaşımını yönlendiren birincil faktör olmasıdır. Birkaç yazar, Bourdieu'nun kültürel hiyerarşi kuramlarından televizyon ve radyonun olmamasına dikkat çekmiştir. Ayrıca, "belirli beğeni grubunun kültürel ayrımları yayın ortak kültürel alanlarında çöktüğü için" şemasından yoksun olduklarını ileri sürülmüştür. Medya tüketimini sistematik bir şekilde incelemeden gençlerin altkültürlerinin ayrımlarını anlamak imkansız olduğu savunulabilir. Altkültürel sermayenin ekonomisi içinde medya, (Bourdieu'nun kültürel sermayeye kıyasla filmleri ve gazeteleri tarif etme şeklindeki) başka bir sembolik iyi ya da işaret aygıtı değil, kültürel bilginin tanımlanması ve dağıtımında hayati önem taşıyan bir ağdır. Başka bir deyişle, altkültürel sermayenin yüksek ya da düşük moda içinde ya da dışında olma arasındaki

fark, medya kapsamı, yaratma ve maruz kalma dereceleri ile karmaşık yollarla ilişkilidir (Scannell, 1989: 155).

Nihai olarak kültürel sermayeyi sermaye olarak tanımlayan şeyin, ekonomik sermayeye dönüşebilirliği olduğu savunulmaktadır. Kültürlerarası sermayenin kültürel sermayeyle aynı kolaylıkla veya maddi ödülle ekonomik sermayeye dönüşmesi mümkün olmamakla birlikte, kalabalıklığın bir sonucu olarak çeşitli meslekler ve gelirler elde edilebilir. Örneğin, DJ'lerin, kulüp organizatörlerinin, kıyafet tasarımcılarının, müzik ve stil gazetecileri ve çeşitli kayıt endüstrisi profesyonellerinin, hepsi de kendi kültür altı alanlarda bir hayat sürmektedir (Garnham ve Williams, 1986: 123).

Her ne kadar ekonomik sermayeye dönüşse de, altkültürel sermayenin kültürel sermaye olarak sınıfsal bir bağlılığı söz konusu değildir. Bu durum, sınıf kavramının alakasız olduğunu söylemekten çok, basitçe, genç altkültürel sermayenin seviyeleri ile birebir ilişkisi olmadığı anlamındadır. Aslında, sınıfsal statü, altkültürel ayrımlarla belirgin bir şekilde karmaşıklaşmıştır. Altkültürel ayrım iddiası kısmen sınıfsızlık fantezisine dayanıyor. Müzik, gençliğin kültürel dünyasında imtiyazlı olan kültürel biçimin bir nedeni olabilir. Yaş, müziğin beğenisine gelince en önemli demografik değişkendir; çünkü gençlerin ne giyecekleri tartışmasından sonra ki en önemli ayrım, aile evinde dinlenilen müzik tarzlarının kuşaklar arasındaki çatışmanın en yaygın kaynağı olduğu görülmektedir (Euromonitor, 1989).

Yaşlandıktan sonra, altkültürel sermayenin en sistematik biçimde hizalandığı toplumsal farklılık, aslında cinsiyete bağlıdır. Ortalama olarak, kızlar okulda iyi vakit geçirmeye, zamanı daha iyi kullanmaya ve kişiliklerini geliştirmeye daha fazla yatırım yapmaktadırlar. Erkekler, bunun aksine, dışarı çıkmak, kayıtları dinlemek ve müzik dergileri okumak gibi boş zaman etkinliklerine daha fazla zaman ve para harcamaktadır. Fakat bu kızların altkültürel sermayenin ekonomisine katılmadığı anlamına gelmez.

Aksine, kızlar altkültürel hiyerarşiyi daha çabuk kabul ederler (Mintel, 1988; Euromonitor, 1989).

BÖLÜM III

3. Japonya'da Teknoloji ve Yayıncılığın Gelişimi

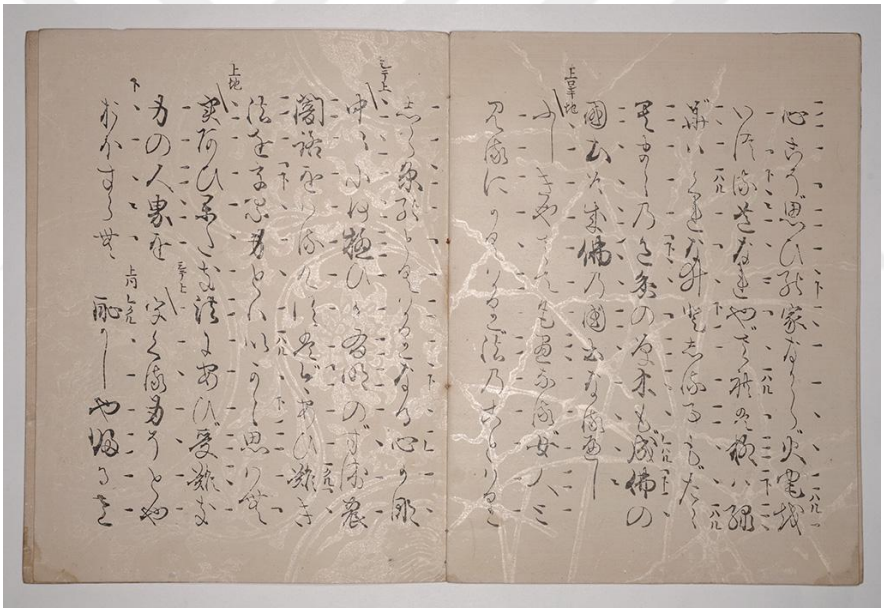
Ortaçağ dönemi Zen çizgi filmleri ve onuncu yüzyılın çizgi roman süsleri, manganın (Japon çizgi roman) ilk örneklerini oluşturmuştur. Modern mangaya benzer ilk örnekler 13. yüzyılda, öteki dünya ve hayvan resimleri tapınak duvarlarında ortaya çıkmaya başlamıştır. Sonrasında ise manga birçok başka konuyu işlemeye yönelmiştir.

Kitap yayıncılığı, Japonya'nın Edo döneminin başında (1615-1868) Kyoto'da ticari bir girişim olarak ortaya çıkmıştır. Burada, basılı kitapların yayınlanması ve yaygınlaştırılmasında dikkate değer bir genişleme, edebiyat sanatı, el sanatları ve mimaride kültürel bir yenilenme ile aynı döneme denk gelmesidir. 794 yılından bu yana imparatorluk başkenti olan Kyoto, imparatorluk sarayının soylu ve savaşçı aileleri, Ashikaga şogunleri (1336-1573) ve Budist manastırların himayesinde kültür merkezi olarak gelişmiştir. Ayrıca, nesiller boyu geliştirilmiş ve rafine edilmiş rakipsiz uzmanlık ve becerilere sahip profesyonel sanatçılar kalemleri ve zanaat uzmanları ev sahipliği yapmıştır. 1600'de Sekigahara savaşında Tokugawa Ieyasu'nun (1543-1616) kazandığı belirleyici zaferinin ardından, gücü azalan diğer savaş liderleri arasında yüzlerce yıkıcı savaş meyana gelmiştir. Her ne kadar Tokugawa şogunları Edo'da (modern Tokyo dönemi) yeni bir idari merkez kursa da, farklı bir kentsel kültüre sahip olan Kyoto, öğrenme ve kültürel geleneklerin merkezi olarak kalmıştır. Oyma ahşap bloklardan kağıda basılma teknolojisi sekizinci yüzyıldan beri Japonya'da bilinmesine rağmen fırça ve mürekkeple elle kopyalama metinler ve imajları elle kaydırma ve kitap formatlarında yayınlama, yaklaşık 1600 yılına kadar uzanan baskın bir yöntem olarak ortaya çıkmıştır. 1650 yılına gelindiğinde, Kyoto'daki tüccarlar kitap yayıncılığının ticari potansiyelini

kabul etmiş ve yeni işletmeler kitap üretmek ve pazarlamak için verimli yöntemler geliştirmiştir (Kornicki, 2001:128).

Kyoto'nun batısındaki Saga'da, tüccar Suminokura Sōan (1571-1632) himayesinde sanat eseri yaratıcısı olan Hon'ami Kōetsu'nun (1558-1637) ilk kitapları yayınlanmıştır. Şekil.1'de görünen Sagabon yayınları, rafine tecrübeli okur kitlesi için tasarlanmış nispeten küçük sürümler, üstün kaligrafi ve resmin estetik niteliklerinin basımla çoğaltılabileceğini ortaya koymuştur.

Şekil 1. Bashō 芭蕉 Sanatçı: Hon'ami Kōetsu (1558-1637) Edo dönemi, tarihsiz, erken 17. yüzyıl 1 cilt; hareketli ahşap tip ve ahşap blok baskılı; kağıt üzerine mürekkep ve mika; kağıt kapaklar 24.2 x 18.1 x 0.4 cm Freer Sanat Galerisi, FSC-GR-780.98



Kaynak: Felice Fischer, Hon'ami Kōetsu Sanatları: Japon Rönesans Master'ı (Philadelphia, Pa: Philadelphia Sanat Müzesi, 2000), Kyoko Kinoshita, "Hareketli Tip Baskının Adventı: Erken Keichō Dönemi ve Kyoto Kültür Çemberleri" , 56-60.

Sagabon ciltleri arasında, Japonca basılan kitapların muazzam korelasyonunun nispeten küçük bir alt kümesini oluşturan, ancak özellikle Japonya dışındaki nadir kitap ve müze koleksiyonlarında korunaklı biçimde kalan resimli kitaplar mevcuttur. Yine de,

kültürel açıdan sofistike ve tam okuryazar seçkinlerin ötesinde yeni izleyici kitlelerine ulaşmak isteyen yayıncılar için tasarlandığı görülmektedir (Şekil 2).

Şekil 2. Jūjō Genji 十帖源氏 Artist: Nonoguchi Ryūho (1595-1669) Edo dönemi, 1661 Cilt 3, 10; fukrotoji bağlama; ahşap blok baskılı; kağıda mürekkep; kağıt kapaklar 8.1 x 19.8 x 0.9 cm Freer Sanat Galerisi, FSC-GR-780.469.3



Kaynak: Kyoko Kinoshita, "The Advent of Movable-Type Printing: The Early Keichō Period and Kyoto Cultural Circles," in Felice Fischer, *The Arts of Hon'ami Kōetsu: Japanese Renaissance Master* (Philadelphia, Pa.: Philadelphia Museum of Art, 2000), 56–60.

Zamanla, ticari yayıncılar üretimlerini ve pazarlarını arttırdıkça, illüstrasyon, metne bağımlı olan veya metne bağımlı olmayan, ana ya da tek içeriğe yakın olan çalışmalar olarak hizmet vermeye devam edilmiştir. Bir önsöz haricinde hiçbir metni olmayan illüstrasyon kitapları, baskı sanatçıları ve fotoğrafçılarının çalışmalarını sergilemek için kitaplar tasarlamaya ve üretmeye başladığı 18. yüzyıldan 20. yüzyıla kadar değişen stiller ve amaçlara adapte olmuş ve oldukça başarılı bir türe dönüşmüştür (Şekil 3).

Şekil 3. Kosetsu shiki 瞽想 史記 Artist: Sekino Jun'ichirō (1914-1989) 1975 1 cilt; fukrotoji bağlama; ahşap blok baskılı; kağıda mürekkep; kapaklardaki renk ve başlık sayfası; kağıt kapakları 21.9 x 31.8 x 1.1 cm Freer Sanat Galerisi, FSC-GR-780.531.1-2.



Kaynak: Kyoko Kinoshita, "The Advent of Movable-Type Printing: The Early Keichō Period and Kyoto Cultural Circles," in Felice Fischer, *The Arts of Hon'ami Kōetsu: Japanese Renaissance Master* (Philadelphia, Pa.: Philadelphia Museum of Art, 2000), 56–60.

Basılı kitaplara resimlerin girilmesi, Çince ve Japonca'yı akıcı bir şekilde okuyan ve yalnızca fonetik komut dosyalarını okuyabilen daha geniş bir kitleye hitap eden okuyucular için ilgi ve itirazlarını artırmıştır. Resimli ya da hiç metin olmayan kitaplar, geleneksel sanatta eşdeğer olmayan görsel bir deneyim imkanı sunmuştur (Kornicki, 2000, 151).

Şekil 4. (Denshin kaishu) Sanatçı: Katsushika Hokusai (1760-1849) Edo dönemi, 1816 Cilt 4, 15, ahşap baskı, mürekkep ve renk üzerine kağıt, kağıt kapakları 22.9 x 15.9 x 1 cm Freer Sanat Galerisi, FSC-GR-780.233.4.



Kaynak: Kyoko Kinoshita, "The Advent of Movable-Type Printing: The Early Keichō Period and Kyoto Cultural Circles," in Felice Fischer, *The Arts of Hon'ami Kōetsu: Japanese Renaissance Master* (Philadelphia, Pa.: Philadelphia Museum of Art, 2000), 56–60.

Bu ve benzeri eserlerin devamlılığını sağlayabilmek için yayıncılar, anlatı kurgu şiiri ve metin ile imajın kesintisiz devam ettirilebildiği, el kayıt albümüne (handscroll album) veya dikişli kitap formatlarına monte edilebildiği, biyografik ve tarihi eserler için geliştirilmiş, uzun tarihi bir illüstrasyon geleneğine (hepsi fırça, mürekkep ve renkle oluşturulmuş) sahip başarılı ünlü sanatçıların arayışı içine girildiği görülmektedir (Kornicki, 2000, 184).

On yedinci yüzyılın ikinci yarısında, Kyoto'daki tüccarlar laik ve ticari bir işletme olarak yayın düzenledikçe, yayıncılar ahşap baskı önceliğinin eski teknolojisine dönmüşlerdir. Tarihçi Peter Kornicki, yayıncıların kitap için tür belirlemedeki

verimsizliklerini fark etmiş olabileceğini önermektedir ve sonrasında bir başlığın popüler olduğu kanıtlanıp yeniden yazdırılması gerekiyorsa, baskıyı sıfırlamak zorunda kaldıklarını belirtmiştir. Buna karşılık, tahta bloklardan basılmış bir kitap için bloklar istiflenebilir, depolanabilir ve yeniden baskılar için çabucak kullanılabilir. Bloklar, taşınabilir ahşap türünden daha dayanıklıdır ve yıpranmadan önce binlerce kopyanın baskılar için önemli onarım veya değiştirme yapılmasına izin veren yapıdadırlar. Üstelik, kitaplardan gelen basılı sayfalar, yüksek talep üzerine bir baskıyı doğru bir şekilde çoğaltan çoğaltılmış blokları kesmek için kullanılabilir. Metin ve resim sayfadaki herhangi bir yapılandırmada birleştirilebildiğinden, eşit derecede önemli woodblock'lar sayfa tasarımında daha fazla esneklik sağlamıştır. Metin, resim ayrı ayrı veya aynı anda kesilebilir ve ayrı sayfalardan ziyade tek bir bloktan yazdırılabilir durum söz konusudur (Kornicki, 2000, 185-186).

Kitap satışları arttıkça, yayıncılar tarafından yeni yıla ait kitapların, eş zamanlı olarak piyasaya sürülmesi, kitapçılar, okuyucular ve alıcılar arasında heyecan yaratmaya başlamıştır. Satışlardaki dalgalanma, bugün yayıncıların kitap fuarlarının etkisine benzeyen türdendir. Yayıncılar, satışa hazır kitaplarda yaklaşan başlıkların duyurularını basit fukurotoji dikişli ciltleme tekniklerle yapmaya başlamış ve ara sıra aynı sanatçı veya yayıncı tarafından diğer başlıkları listeleyen önsöz veya arka sözler eklenmiştir.

3.1 Manganın Ortaya Çıkışı

Çizgi romanlardan grafik romanlara kadar tüm çizgi romanları tanımlayan ve biçimlendiren format, çizgi roman sanatıdır. Çizgi roman sanatı, bir sayfa boyunca sırayla sunulmuş olan imgelerden ve genellikle her zaman metinlerden oluşmayan bir anlatıdır (Eisner 1994; McCloud 1993). Manga'nın ortaya çıktığı tarihi kesin olarak tanımlamak zor olsa da, birçok kişi, on ikinci yüzyılda Budist rahiplerin illüstrasyonlarının bir araya getirilmesiyle Japonya'daki çizgi roman sanatının başlangıcını oluşturduğunu

düşünmektedir. Bu sanatın en ünlü örneği, Choju Giga ya da Bishop Toba olarak bilinen bir keşiş tarafından yaratılan "hayvan figürleri"dir (Şekil 5).

Şekil 5. Toba Sōjō, Chōjū-jinbutsu-giga emaki, Kuşların, hayvanların ve kişilerin, onikinci yüzyılın karikatürleri; tavşanlar, kurbağalar ve maymunların maceralarını gösteren, ilk kaydırma genişletilmiş seramik kopyası.



Kaynak: http://heiup.uni-heidelberg.de/reader/index/195/195-75-78278-1-2-20170626.jpg

Choju Giga, maymunlar, tilkiler, tavşanlar ve kurbağalar da dahil olmak üzere, din adamlarının ve soyluların davranışlarını ve etkinliklerini de içeren uzun süren etkileyici ve mizahi sahneler dizisine sahiptir. Bir parodi ve dini hiyerarşinin eleştirisi, Choju Giga da özellikle Japonca uzam/mekan kullanma yönteminin özgünlüğünü ortaya koyar ve özenli hareket, ifadeler ve şekiller yaratmak için kullandığı kaligrafik çizgiler dikkat çekicidir. Taslaklar, metrelerce uzunluğa ulaşır ve sağdan sola doğru görüntülenir. Bu taslakların manga tarihi için önemli kılan en belirgin özellik ise, hikayelerini anlatmak için belli bir diziyi takip etmiş ve böylece çizgi roman anlatım tekniğinin ana formunu ortaya koymuş olmalarıdır. Resimli yazılar, yüzlerce yıl boyunca, dini uyarı masalları ve hayalet hikayelerinden, boş zaman harcama konularına kadar çeşitlilik gösteren üretimler sergilemiştir. Zen resimleri ise, zihnin odaklanmasını amaçlayan etkin bir sanat eseri

üretmek adına daha basit, açık ve net çizgileme teknikleri kullanılarak oluşturulmuştur (Schodt 1983).

1600'lü yıllarda ahşap blok üzerine çizilen manga, Edo olarak bilinmekteydi. Edo genellikle grafik olarak erotiktir, ancak hicivsel yapısı ile diğer konuları da kapsayacak şekilde dallanmış ve genişlemiştir. 16. yüzyılda ortaya çıkan bir sonraki manga türü, altyazılarla birlikte mürekkeple fırçalanmış resimli baskılardır, ve ilerici bir hikayeden yoksunlardır.

Sanatçı Hokusai Katsuhika (1760–1849) "manga" terimini icat etmiştir. Hokusai, Japon sanatının en ünlü görüntülerinden biri, Japon balıkçılarını tehdit eden zarif kıvrımlı dalgaları içeren Konnagawa'daki Büyük Dalga kapalı olarak bilinen parlak ve hassas tahta blok baskısından sorumludur. Yapıtında Fuji dağı uzaktan görülebilir bir durumda betimlenmiştir. Hokusai birçok sanatın ustasıydı. Bir olgu ya da sahnenin birkaç akışkan çizgisiyle yakalanabilme yeteneği, 1815 civarında, manga denilen, yapım aşaması zorluklarla dolu resimler ya da eskizler anlamına gelen koleksiyonlara yol açmıştır. Bu türden örneklerin koleksiyonları, artı ukiyo-e'nin[1] popülaritesinin devam etmesi, varyant sanat formları için geniş bir temel oluşturmuştur (Schodt 1983).

Şekil 6. Hokusai Katsuhika (1760–1849) "Konnagawa'daki Büyük Dalga"

[1] Kelime anlamı olarak, Ukiyo, akıp-geçen, dalgalanan, yüzen dünya, ya da bir başka ifadeyle gelip-geçici, fani, kararsız dünya demektir. Ukiyo-e ise, bu bir anı diğerine uymayan dünya ile ilgili resimler demektir.



Kaynak: https://www.metmuseum.org/toah/works-of-art/jp1847/

Frederik Schodt, Japonların ilk manga yapmaya ne zaman başladıklarını kimse bilmediğini ancak bu sanat biçiminin uyarlanmasının erken Çin medeniyetinden etkilendiği ihtimalinden bahsetmektedir. Şu anda yaygın olarak kullanılan çizgi roman ve çizgi filmler için kullanılan manga, 1700'lü yılların ortalarında, baskı sanatçısı Katsushika Hokusai'nin (1760-1849) eseri olan Hokusai mangası ile popüler kullanıma girmiştir. Manga hakkındaki Batı etkileri, Japonya'nın ilk batı tarzı mizah dergisi olan Japonya Punch'ın 1862'den 1887'ye kadar Yokohama'da yayınlandığı Meiji döneminde (1868-1912) batı dünyasına İngiliz sanatçı Charles Wirgman tarafından tanıtıldığını belirtmiştir (Schodt,1986:27).

Taisho dönemine (1912–1926) kadar, şimdi manga olarak adlandırdığımız şey, Toba-e, Otsu-e, Odoke-e, kokkeiga (komik resimler) ve Kyoga'nın (çılgın resimler) yanı sıra ponchi (yumruk) ve ponchi-e (zımba resmi) olarak adlandırılmıştır (Shimizu 1991, 16; Akt: MacWilliams, 2008). Japon hükümeti ve toplumu hicret eden Tobae adlı Fransız bir mizah dergisi, Fransız bir ressam olan Georges Ferdinand Bigot (1860-1927) tarafından 1887'de Yokohama'daki yabancı yerleşimde yayınlanmaya başlamıştır. Tobae sadece üç yıl sonra yayını durdursa da, stilinin oldukça etkili olduğu kanıtlanmış bir eserdir. Bigot, karikatürlerini çizgi roman dizisinde düzenlemiş (Wirgman'ın kelime

balonlarıyla birlikte), modern Japon çizgi romanlarının oluşmasına yol açmıştır (Kawasaki 1996:80; Schodt, 1988:40; Shinmura, 1991:214; Shimizu, 1991:82-87; Akt: MacWilliams, 2008).

Japon manga sanatı uzun zamanlar boyunca hiciv için kullanılmıştır. Bu özellikle Meiji döneminde "özgürlük ve insan hakları hareketi" (jiyu minken undo) sırasında belirginleşmiştir. Jean-Jacques Rousseau ve liberal İngiliz filozoflar gibi Avrupalı düşünürlerden etkilenen *Taisuke Itagaki, Shojiro Goto, Shimpei Eto* ve diğer siyasi liderler, 1874 yılında Aikoku Koto'nun ilk siyasi partisini kurmuşlardır. Aynı zamanda, politik hicivle uğraşan "manga gazeteciliği", Japon gazetelerinde ve dergilerde görünmeye başlanmıştır. İlk örneklerden biri, 1874'te Japonya Punch'ını yakından taklit eden bir dergi olan *E-shimbun Nihonchi* (Picture Newspaper Japan) yayınıdır (Shimizu 1991, 85; Akt: MacWilliams, 2008).

Özgürlük ve İnsan Hakları Hareketi gibi gruplar, hükümet karşıtı mesajlarını yaymak için mangayı kullandılar. Örneğin, 1877'de Fumio Nomura ilk defa haftalık bir hiciv dergisi olan *Maru Maru Shimbun* yayınlanmıştır. Shimbun sadece Meiji hükümetini değil, aynı zamanda imparator ve imparatorluk ailesini de hicvediyordu. Japon zanboritsu'yu (iftira yasası) ve shimbunshi jorei'yi (basın kanunları) ihlal ettiği için, Nomura çok geçmeden kendisini ciddi sıkıntıya sokmuştur (Reischauer, 1990; Shimizu, 1991; Shinmura, 1989; Yasuda, 1989; Akt: MacWilliams, 2008). Ancak tartışmalar derginin satışlarını artırdı. Konu başına seksen sene yayın ömrüne sahip olan Tobae'nin aksine, *Maru maru shimbun* her sayı için sadece beşer senelik yayın ömrüne sahip olabilmiş ve böylece kitleleri hedef alabilmiştir (Shimizu 1991, 95). Şu anda çeşitli teknolojik yeniliklerin (çinko kabartma ve bakır levha baskı, litografi, metal tipi ve fotoğraf baskısı dahil) bu tür dergileri yapabildiğine dikkat edilmelidir. Gelişen ulaşım altyapısı ve posta servisi, gazeteciliği gerçek bir kitle aracı haline getirmeyi mümkün kılmıştır (Shimizu, 1991:5; Akt: MacWilliams, 20083).

Rakuten Kitazawa (1876-1955) ve Ippei Okamoto (1886-1948), Amerikan karikatürlerini ve çizgi romanlarını popüler hale getirmiştir. Kitazawa, Japonya'daki yabancı yerleşimlerde haftalık olarak yayınlanan İngilizce dilindeki *The Curios Box* için manga çizmiş ve 1899'da *Jiji shimpo* (Current Events) tarafından işe alınmıştır. Kitazawa ayrıca 1905'te *Tokyo Pakku*'yu (Tokyo Puck) oluşturmuştur. *Tokyo Pakku*, Japonya'da ilk çok renkli manga dergisidir ve anında hit olmayı başarmıştır. Ippei Okamoto, son Batı icadı olan katsudo shashin'in (moving pictures-hareketli resimler) bulunduğu Tokyo'da büyümüş ve son derece popüler olmuştur. Okamoto, Batı sinemasına hayran kalmış ve sinemasal ifadeler ve imgelerle dolu manga çizmiştir. 1912'de Asahi shimbun'a katıldıktan sonra popüler bir manga sanatçısı olmuştur Clements ve ark., 2001).

Modern manga 1920'lerde ve 1930'larda kitlesel medyada aracılığı ile kurulduğundan, Kitazawa, Okamoto ve daha pek çok sanatçı kitlesel medyanın merkezi konumunda olan Amerika'yı ziyaret etmiştir. Bu dönemlerde, Amerika çizgi roman ve çizgi film için bir merkezdir. Joseph Pulitzer'in Yeni Dünyası, *Sarı Çocuk* çizgi romanlarıyla tanınmış ve seri hale getirilmiş çizgi roman dizilerinden oluşmuş, Amerikan gazetelerinin temelini atmıştır. Kitazawa, çocuklar için manganın gazete aboneliğini önemli ölçüde artırabildiğini fark etmiş ve bu yüzden Jiji shimpo'nın Pazar baskısında Japon Çocuk'unun Japonca versiyonunu başlatmıştır (Shinmura, 1991; Akt: MacWilliams, 2008).

Japonya'daki modernleşme süreci, ülkenin tüm yaşam kesimlerine uyum sağlamak için gelişmiş batı modelleri aramaya başladığı Meiji döneminde başlanmıştır. Çeşitli Batı ülkeleri, modern Japon çizgi romanları olan mangalardan etkilenmişlerdir. Önde gelen karikatüristler çoğunlukla Amerika Birleşik Devletleri'ne değil, aynı zamanda Avrupa ülkelerine de gitmişlerdir. Yeni Çizgi Film Grubu'nun üyeleri tarafından çizilen 1937'den "Dünyanın En Popüler Komik Karakterleri İçin Yeni Yıl Partisi" örneğinde, "Japon sanatçıların Amerikan çizgi romanlarla tanındığını" görebiliriz. Yabancı çizgi romanlar,

Japon okuyuculara egzotik kültürün temsili görevini üstlendi. Schodt'ın da belirttiği gibi, "Japonya'nın göreli kültürel izolasyonu her zaman ona yabancı etkiler konusunda daha karanlık ve sonra da kendi zevklerine uyarlamalarını sağlamıştır. Yabancı çizgi romanlar egzotiktir, ama sonuç itibari ile yabancıdır. En ünlü çocuk aylık dergisi Shônen Kulübü 1914 yılında kurulmuş; Shôjo Kulübü ise 1923'te kurulmuştur. Savaş öncesi dönem, modern çizgi romanların başlangıcı olarak düşünülebilinir (Schodt,1986:28-29).

1920 yılının sonlarında ve 30'un başında Japonya'da sansür yüzünden Japon hükümeti sanatçıları ve yayıncıları korkutmaya başlamıştır. Sonuç dergilerin kapatılması ya da aşırı derecede sansürlenmesine yol açmıştır. Neyin söylenmesi gerektiği denetlenmekte ve hükümeti eleştiren yayınlar yayınlandığında suçlu bulunmakta olduğu bir dönem yaşanmıştır.

Mançurya Olayı'ndan başlayarak 1937'de Çin ile bir savaş patlak vermiş, Japon totaliter militarizmi artarken ve Japonya'ya karşı uluslararası bir tepkide ortaya çıkmıştır. Aralık 1938'de Japon hükümeti, Amerika Birleşik Devletleri, Fransa, İngiltere, Arjantin ve Kanada gibi ülkelerin gazetelerinde yer alan karikatürleri içeren bir kitap yayınlamıştır. Bu karikatürler Japon istilasını eleştirmekte ve Japonları çirkin saldırganlar olarak tasvir etmektedir. Kitap, yalnızca dünyanın diğer ülkelerinin Japonya'yı nasıl görüntülediğini bilmesi gereken hükümet yetkililerinin sınırlı bir bölümü arasında dağıtılmıştır (Reischauer, 1990; Shimizu, 1991; Akt: MacWilliams, 2008). 1940 yılının Ağustos ayında, Shin Nihon Mangaka Kyokai (Yeni Japonya Manga Sanatçıları Derneği), "Shin Mangaha Shudan" (Yeni Manga Okulu Grubu), Sanko Manga Studio ve Shinei Manga Group gibi gruplarla entegre edilerek kurulmuştur. İlk dergisi Manga'yı Ekim 1940'ta yayınlamış ve birçok Manga, Amerikan ve İngiliz ordularına saldırıp yok edildiğini tasvir etmiştir. Dergi, 200.000 kopyayla zirveye çıkarak "güncel haber yayını" haline gelmiştir (Kawasaki, 1996, 129-130; Akt: MacWilliams, 2008).

Japonya Birleşik Devletlerle savaşa girdikten sonra Japon hükümeti, savaş yanlısı manga çekmek zorunda kalan manga sanatçılarının işbirliğini talep etmiştir. Pek çok sanatçı, Kutsal Savaş'ta Zafer Tanrısı için Orijinal Manga'nın yapımına katkıda bulunmuştur. Mayıs 1942'de Rakuten Kitazawa, Nihon Manga Hokokai'nin ya da çalışmalarını savaş çabalarına adamış bir grup sanatçı olan Japon Manga Yurtsever Derneği'nin başına geçmiştir. Savaş ve ABD ambargosu ilerledikçe, kâğıt gibi materyaller kıtlaşmış ve gazeteler artık manga için alan ayırmayacak duruma bile geldiği dönemler yaşanmıştır. Birçok karikatürist taslağı hazırlanmış ve Japonya'yı savaş bölgeleri için terk etmek zorunda kalmışlardır. Burada "halkın evine dair raporlar, yerel halk için propaganda broşürleri ve düşman hatlarına düşürülen broşürler" oluşturmuşlardır (Schodt 1988, 57). Birçoğu, yabancı askerlerin moralini düşürmek ve savaşma verimliliğini azaltmak için Batı birliklerine bırakılacak erotik broşürler oluşturmuştur.

Bu dönemde yeni bir manga türü olan "zosan manga" (üretim çizgi filmlerinin artması) da ortaya çıktığı görülmektedir. Adından da anlaşılacağı gibi, manga, hükümetin başlıca kaygılarından biri olan sanayi işçilerinin üretimini korumak ve artırmak için kullanılmıştır. 1944 yılının Haziran ayında, Etsuro Kato "Kinroseinen ga egaita zosan mangashu" (Zosan Manga Koleksiyonu) düzenlemiş ve yayınlamıştır. Kato savaştan önce sözde "proletarya manga" ya da "sol-kanat manga"yı çizmişti, ama savaş sırasında Japon hükümetini, sanatçıların hükümetin şartlarına uymak ya da çizmeyi bırakmak zorunda kaldığı için desteklemiştir. Koşulsuz teslim olduktan üç yıl sonra 1948'de Kato, Japon Komünist Partisine katılarak, mevcut durumu tasvir eden karikatürler çizmiştir. Bazı manga sanatçıları, büyükşehir bombalama saldırılarını önlemek için Japon kırsalına sığındığı ve diğerlerinin hava saldırılarında veya savaşla ilgili yaralardan ve hastalıklardan öldükleri görülmektedir (Kawasaki, 1996; Schodt, 1988; Shimizu, 1991; Akt: MacWilliams, 2008).

Savaştan sonraki yıllarda bir dizi yeni manga dergileri kurulmuştur. Bunlar arasında "Manga kurabu" (Manga Club), VAN, "Kodomo manga shimbun" (Çocuk Manga Gazetesi), Kumanbati (The Hornet), “Manga shen on (Manga Boys), Tokyo Pakku (Tokyo Puck) ve "Kodomo manga" kurabu "(Çocuk Manga Kulübü) gibi mangalar yer almaktadır. Bu manga patlaması yaklaşık üç yıl sürmüştür. Bu dönemde çoğu Japon insanı açlık ve fakirlik ile yüz yüze kalmış ve mevcut politikadan memnun olmamalarının yanı sıra, gelecek korkusu da yaşamış bir kuşaktır. Eğlence ve mizahın yanı sıra yemek için açlıktan ölümlerin yaşandığı bir dönem yaşanmıştır. Bu dönemde yaşanan yedi yıllık ABD işgali sırasında manga kolayca karşılanabilir ve yeni ortaya çıkan sivil toplum için çok sayıda hiciv konusu oluşmasını sağlamıştır (Schodt, 1988; Shimizu, 1991; Akt: MacWilliams, 2008).

Tezuka, 1947'de "Yeni Hazine Adası", bir Akahon (ucuz bir "Kırmızı Kitap") adlı bir çizgi roman ile piyasaya çıkmıştır. Akahon, savaş sonrası Japonya'daki fakir çocuklara eğlence imkanı sağlayan niş bir endüstriydi ve New Treasure Island, eşi benzeri görülmemiş 400.000 kopya satarak manganın geleceğini sonsuza kadar değiştirmiştir.

Gerilimli bir şekilde başlayan Japonya ve Amerika arasındaki dış ilişkilerin ardından, Japonya toplumsal anlamda yeniden yapılanmaya başlamış ve bununla beraber, basın ve yayın sektörünün gelişimi çizgi roman sektörünün yükselişini politik güç olarak ta ortaya çıkarmıştır. “Meiji dönemi” adı ile bilinen bu yenilenme sürecinin sonunda ise II. Dünya Savaşı ortaya çıkmıştır. Çalışmamızda da değineceğimiz birçok eserin üretiminde yer alan çağdaş manga sektörünün önde gelen yaratıcıları, II. Dünya Savaşı’nın çocukları oldukları görülmektedir (Öztekin, 2008:4).

Savaşa rağmen, müttefik güçler, Japon politik sanatçılarına eskisinden daha fazla özgürlük vermiştir. General Douglas MacArthur’un müttefik mesleğinin genel merkezi, genel manayı hicivleştirmediğinden emin olmak için bazı mangaları sansürlemesine rağmen, kraliyet ailesi üyeleri "Şinto" (Hakikat) ve sol "Kumanbati" gibi birçok manga

dergisinde karikatürleştirilmiştir. Bu, imparator ve kraliyet ailesinin açıkça hicivlendiği on dokuzuncu yüzyıl "Özgürlük ve Halk Hakları Hareketi"nin oluştuğu ve bu şekilde hicivlendiği tek dönem olmuştur (Shimizu, 1991; Akt: MacWilliams, 2008).

Japon endüstrisi için beklenmeyen lütuf Kore Savaşı olmuştur. Savaş, Japon malları için büyük bir Amerikan talebi yaratmış ve 1951'de Japonya, neredeyse kişi başına düşen üretim seviyelerine ve tüketimine ulaşmıştır. Ancak ticaret hâlâ savaş öncesi seviyesinden daha azdır (Hirschmeier ve Yui, 1975:242; Akt: MacWilliams, 2008). Kızıl temizleme[2] Haziran 1950'de başladığı bu dönemde manga açısından enerji kazanmaya başlayan yapıtlar ise çocuklar için yapılan mangalar olmuştur. Çocuk ve gençlik mangalarının başyapıtları Osamu Tezuka, Eiichi Fukui ve Shigeru Sugiura gibi sanatçılar tarafından üretilmiştir.

"Manga Tanrısı" olarak adlandırılan ünlü Osamu Tezuka, modern Japon mangasının kurucusu olarak kabul edilir. Tezuka 1928 yılında Osaka'da doğmuş ve Tokyo'ya taşınmadan önce yirmi yıl boyunca Takarazuka'da yaşamıştır. Babası bir film hayranıdır ve ailesine yurt dışından birçok film göstermiştir. Annesi onu genellikle tamamen kadınlardan oluşan bir grubun yer aldığı Takarazuka Tiyatrosuna götürmektedir. II. Dünya Savaşı başladığında, genç yaşlarındadır ve savaştan sonra, onun tutkusu haline gelen mangasıyla insanlığa barış ve saygıyı öğretmeye kararlı hale gelmiştir. Tezuka, yaşamın kıymeti dahil olmak üzere hümanist temaları ile bilinir ve onun mangası, hem cinsiyet hem de her yaştan okuyucu için anlatılarla doludur. Birçok

[2] Soğuk Savaşın artmasıyla birlikte, GHQ yavaş yavaş doğası gereği anti-komünist hale geldi ve 6 Haziran 1950'de General MacArthur'dan bir direktif, Başbakan Yoshida Shigeru'ya tüm üst Komünist Parti yetkililerini kamu görevinden almayı emretti. Komünist Parti Merkez Komitesinin yaklaşık yirmidört üyesi, Japonya'nın demokratikleşmesini, İşgal'in ortak amacını engelleyen bir güç olarak gösterildi ve hem kamu görevlilerinden arındırılması, bazı siyasi partilerin, derneklerin, toplum kuruluşlarının, hem de ve Diğer Gruplar ve Kamu Personeli İstenmeyen Personel Çıkarma ve Dışlanması gibi eylemler söz konusu olmuştur.

ödül almış ve mangaları çizgi romanları büyük saygınlık seviyesine yükseltmiştir (Hirschmeier and Yui, 1975, 245; Akt: MacWilliams, 2008).

1947'de yayımlanan Tezuka'nın "Shin-takarajima" (Yeni Hazine Adası), genç okuyucuların gözünü kamaştırmış ve 400.000'den fazla kopya satmayı başarmıştır. Onun çizgi romanlarında genellikle, savaş sonrası manga sanatçıları üzerinde muazzam bir etkiye sahip olan yakın çekimler, değişen çerçeveler ve bakış açıları gibi sinematik teknikleri kullandığı görülmektedir. Aynı zamanda manga aracılığıyla ağır temaları ele alabilir ve herhangi bir romancı gibi karmaşık karakterler yaratabilir bir yeteneğe sahiptir (Schilling 1997, 263). Tezuka sayesinde çocuklar için hazırlanan mangalar şimdi sadece çocuklar tarafından değil, yetişkinler tarafından da yaşanacak bir sanat formu olarak düşünülmektedir (Amano 2004; Gravett, 2004; Schodt, 1988; Shimizu, 1991; Shinmura, 1991; Akt: MacWilliams, 2008).

Teknoloji, bilim kurgu ve gelecek tasvirleri Japon mangasında hâkim yere sahip olan son derece zengin ve derin temalardır. Kendine özgü yorumlara ve tasarım üslubuna sahip olan Japon grafik bilim kurgusu hakkında konuşurken, Japon kültürünün II. Dünya Savaşı'nda, savaş ve teknoloji ile yaşadığı özgün ve acı deneyimleri düşünmeden, yaşanan travmalara değinmeden geçmek, bu sıra dışı olgunun özünü atlamak demektir. Hızla yükselen Japon endüstrisinin ve sosyal hayatının, toplum içinde yarattığı gelenek-modern çatışması sergilenirken, Japon manga sanatçılarının ideolojik eğilimleri ve gelecek stratejileri önerileri bu Japon endüstrisi araştırmalarının önemli bir yönü haline gelmektedir (Öztekin, 2008:5).

Tamamı, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra oluşan manga endüstrisinin devamlı olarak kullandığı acılarla dolu savaş anıları etkileyici bir etkendir. Bu deneyimlerin izleri, çizgi roman ve animasyonda açıkça görülmektedir. II. Dünya Savaşı'ndan sonra manga, savaştan önce durdukları yeri almıştır ve yeni bir yükselişe girmiştir. Bu dönem (1950'lerden 1960'lara), bilim kurgu gelişimini ve "Manga Tanrısı" Tezuka Osamu'nın

yükselişini gördüğümüz dönemdir. Tezuka'nın "Atomu Taishi (Büyükelçi Atom) daha sonra Tetsuwan Atomu'ya (Mighty Atom) geçmiş ve daha sonra “Astro Boy" adlı animasyonla televizyon dünyasına girmiştir. Bu çalışması ile Japonya'da manga ve anime tarihinin kilometre taşını çizmiştir. Bu gelişme bir nevi kitlesel hareketli bir topluma ve Amerikan kültürünün etkisine yansıyarak çağdaş Japonya'nın mangasının yükselişini işaret etmiştir (Grigsby, 1998:65).

Savaş, çizgi romanların uzun süre ayakta durmasına engel olmasına rağmen savaş sonrası Japonya çizgi romanları, bu kez küçük, kırmızı kitaplar olarak yeniden yayınlanmaya başlanmıştır. Bu çizgi romanlar ucuz ve savaş sonrası yayıncıların biçimin değerini ispatlamayı yönelik çalışmalardır. Ancak çizgi roman endüstrisinin eski yapısının yok edilmesi, birçok yenilikçi genç sanatçının medyanın neler yapabileceğine ilişkin iddialı düşüncelerle endüstriye girmesine ve böylece çizgi roman sahnesinin canlandırmasına izin vermiştir (Drazen 2003; Murakami 2005).

Manga efsanesinin gelişmeye başladığı zamanlarda Blondie, Crazy Cat, Popeye, Mickey Mouse ve Donald Duck gibi popüler Amerikan karikatürleri ve Superman gibi yapıtlar tercüme edilerek Japon okur kitlesine sunulmuştur. İnsanlar, maddi mallar ve elektronik aletler ile kutsanmış zengin Amerikan yaşamı için özlem duymaya başladıkları bu yıllarda Amerikan karakterler de rağbet görmüştür. Tüm bu çeşitliliğe rağmen çocuklara yönelik olan ve kiralık mağazalar (kashiya) ya da kitapçılar aracılığıyla sunulan “manga dokuhon” isimli manga, 1954'ün sonunda yayına başlamış ve II. Dünya Savaşı'ndan sonra ikinci manga patlamasına neden olmuştur (Amano, 2004; Gravett, 2004).

1956 yılı "In The Economic White Paper" dergisinde, Japon hükümeti ülkenin artık savaş sonrası dönemde olmadığını ilan etmiş, Japonya’nın ekonomik ve sanayi büyümesi patlamaya başlamış ve insanlar Batı kültürü ile daha fazla iç içe yetişmeye başladıkça daha iyimser olmuşlardır. 1960'lar, gayri safi yurtiçi hasılada, yıllık oranı on yıllık bir

süre içinde yüzde 10'un üzerinde bir büyüme göstermiştir. Bu büyüme etkisi, 1964'te Tokyo'da Olimpiyat Oyunları yapılmasına da katkı sunmuştur (Otsuka ve Sasakibara, 2001; Reischauer, 1990; Akt: MacWilliams, 2008). Gag çizgi romanlarının popüler olmaya başladığı dönem bu döneme denk gelmektedir.

1960'lar aynı zamanda, mangalar, senaryo yazarı olan manga yazarı ile hikayenin resimlerini çizen manga sanatçısı arasında iş bölünmesiyle üretilmeye başlandığı dönemdir. Pek çok sanatçı da birkaç asistan işe aldığından, manga sonunda "üretim sistemi" olarak üretilmeye dizayn edilmiştir. Bu sistem, komik dergilerin haftalık olarak yayınlanmasını sağlamıştır. 1966'nın sonunda, "Shonen magajin" in satışları 1 milyona ulaşmış ve üç yıl içinde 1,5 milyon kopyayı aşmıştır (Amano 2004; Schodt 1988).

1968'de ise "Shonen jampu" (Boys 'Jump) dergisi tanıtılmıştır. Go Nagai ve Hiroshi Motomiya gibi birçok çaylak mangacılar tarafından yapılmış ve anında hit olmuştur. Nagai'nin "Harenchi gakuen" adlı kitabı, çocuklara aşırı erotizm kazandırdığı ve ebeveynlerin bunu kamuya yakıştıracağı kadar tartışmalı olduğu için kaba olarak eleştirilmiştir. Nagai, hem erkek öğrencileri hem de öğretmenleri kızların külotlarını ya da çıplak bedenlerini yakından izleyerek resmetmiştir. Japonya'daki birçok anne-baba, kadın dernekleri ve PTA'lar (Fizik Tedavi Kliniği) "Shonen jampu"nun çocuklar üzerinde kötü bir etki yarattığını düşünerek yayını protesto etmiştir (Ito, 2000, 1991; Schodt, 1988). Bu protestolara rağmen, "Shonen jampu" yıllar boyunca çok popüler kalmayı başarmıştır. Aralık 1984'te bir hafta içinde dört milyondan fazla kopya satmış ve yıllar sonra Aralık 2004 sayısında 6,530,000'in üzerinde kopya satışa yükselmiştir. Bu dönemde haftalık derginin ortalama satışları 3,400,000 kopya civarındadır. "Shonen Jump" in ilk bölümü (İngilizce çeviri) Ocak 2003'te Amerika Birleşik Devletleri'nde de yayınlanmaya başlamıştır.

Manga, 1980'lerde bir eğlence ortamı olarak gerçek popülaritesi ve meşruiyeti kazanmıştır. Bu manga patlaması, hızla yükselen satışlarla kendini ispat etmektedir.

Örneğin, "Shonen jampu", 1982 yılında 2,5 milyon kopya satmış ve 1988 yılında satışlar 5 milyonu aşmıştır. Yetişkinler için birçok yeni komik dergi çıkartılmış ve manga otomatik olarak yüksek kar anlamına gelen bir yayın olmuştur. 1980'ler, sözde "Balon ekonomisi-Bubble economy"nin nüfusun yüzde 85'inden fazlasının kendilerini orta sınıf olarak sınıflandırmasıyla birlikte Japon ekonomik genişlemesinin de görüldüğü dönemdir (Shimizu, 1991:38-39; Akt: MacWilliams, 2008).

Redikomi olarak bilinen Japon bayanları için hazırlanan çizgi romanı, 1980'lerin başlarında yetişkin kadınlar için bir tür olarak kurulmuştur. Manga sahnesinin en yeni üyesidir. Okurları yaşları on beş ila kırk dört arasında değişim göstermektedir (ki bu da, yeterince ilginç, kabaca kadın doğurganlık yıllarına denk gelir). Kızların çizgi roman sanatçıları, yirmili yılların sonlarında ve otuzlu yaşlarında emekli olmuşlardır. Ancak, kadınların çizgi romanlarının popülaritesi, yeni yetişkin izleyicileri için çizmeye devam etmelerini sağlamıştır. VAL ve FEEL'in yayınlanması 1986'da başlamıştır. Açıkça erotik sahneler içermekte ve yetişkin kadınlar için çekilmişlerdir. Bu tür cinsel ifade özgürlüğü, ilk yıllardaki kadın çizgi romanlarını karakterize etmiş ve kadın karakterlerle ilişkili olma eğilimi göstermiştir. Daha fazla grafik çizme eğilimi 1990'ların başına kadar yükselmiştir. Kadınların çizgi roman hikayelerinin temaları arasında aşk, romantizm, eş seçim, aile hayatı, kadın arkadaşlığı, cinsel ilişki ve şehvet sayılabilir. Daha çağdaş temalar, boşanma, aile içi şiddet, kürtaj, yasalarla ilişkiler ve kadın hastalıkları gibi sosyal, psikolojik ve kişisel konuları da içermektedir (Ito, 2000; Akt: MacWilliams, 2008).

Şekil 7. Midori Kawabata'nın bayan çizgi romanlarından VAL ve FEEL'in tipik bir sahnesi



Kaynak: Ito, 2000

Ancak, büyük yayınevlerinin yayınladığı Redikomi dergilerinin neredeyse hiç pornografik yayını olmamıştır. YOU (Shueisha tarafından yayınlandı), Jour (Futabasha tarafından yayınlandı) ve BE LOVE (Kodansha tarafından yayınlanan) gibi dergiler, modern ev kadınları, ofis çalışanları ve üniversite öğrencilerinin yaşadığı günlük hayatın gerçeklerine daha fazla odaklanır (Erino, 1993). 1990'ların sonunda, "redikomi" nin birçok hikayesi de popüler filmler ve televizyon olmuştur. Bu zamanın mangaları kesinlikle çok popüler ve başarılı bir multimedya eğlence biçimi olarak varlıklarını devam ettirmiştir (Ito, 2000-2002; Akt: MacWilliams, 2008).

Ekim 2002'de ilk bağımsız Japon manga köşesi, dünyanın en eski ve en büyük fuarlarından biri olan Frankfurt'ta düzenlenen uluslararası kitap fuarında sergilenmiştir. Japon mangaları Fransa, İtalya ve İspanya'ya yayılmış ve Almanya'da çevrilmiş Japon manga dergileri yayınlanmıştır (Mainichi, 2002). Amerika Birleşik Devletleri'nde, son

birkaç yılda video kitaplarında anime gösterileri ve birçok kitapçıda manga / grafik roman bölümleri oluşmaya başlamıştır.

Manga, bugün Japonya'da karlı bir endüstri olarak her yerde kalmaktadır. 2004 yılında yayınlanan 297 komik dergi mevcuttur ve yayınlanan kopya sayısı 1,134,000,000 sayısına ulaşmıştır. Shuppan, Japonya'da yayınlanan her üç kitaptan birinin manga olduğunu belirtmiştir. Manga, dünyadaki en iyi okur-yazarlık oranlarından birine sahip bir toplumda bile çevrimiçi ve cep telefonlarında kullanılabilir. Popüler kültürün en yaygın biçimlerinden biridir ve gelecek yıllarda da olmaya devam edeceği kuşkusuzdur (Shuppan, 2005).

Dahası, Japon manga ve anime giderek artan bir şekilde, Japonya'da kültürel değerleri daha da meşrulaştırılıyor. 1999 yılının Aralık ayında, Japon Eğitim Bakanlığı, Kyoto Seika Üniversitesi (Kyoto, Japonya) tarafından Nisan 2000'de faaliyete geçen Karikatür ve Çizgi Roman Okulu oluşturmak için sunulan başvuruyu onaylayarak bu kabulün somut ifadesini vermiştir. Japonya'daki herhangi bir dört yıllık üniversitede okulunda manga ve anime eğitimleri mevcuttur (Thorn, 2007). Buna ek olarak, Eğitim Bakanlığı'nın 2000 yılında çıkardığı Beyaz Kitabında, ilk kez manga'nın çağdaş iletişimin çok önemli bir şekli olduğunu belirtmiştir (Asahi shimbun, 2005). 2002 yılında Manga Sanatçıları Derneği ve beş büyük manga yayıncısı resmi olarak 3 Kasım gününü "Manga Günü" olarak kabul etmiştir.

3.2. Anime ve Manga'nın Kültürel Boyutu

Japon Popüler kültürünün en adanmış destekçileri ve kendini adamış tüketicileri muhtemelen manga ve anime hayranlarıdır. Schodt'un belirttiği gibi, fanlar İngilizce konuşulan dünyada manga ve anime yayılmasına en büyük katkıları yapanlardır. Birçok fanın dış dünya tarafından oldukça sıra dışı bir şey olarak görülmesine rağmen, saçma olarak bile atfedilen bu grubun en sevdiği işleri genel olarak medyayı çok fazla zaman ve

enerji harcayarak geçirmiş olmalarıdır. Yetmişli yılların sonlarında başlayarak, birbirlerine ticaret bilgilerini manga ve anime değiş tokuşu üzerinde göstermeye başladılar. Seksenlerin başlarında, ABD (bayilerin tercüme edilmemiş manga satmaya başladığı yer) çevresinde çizgi roman ve bilim kurgu sözleşmelerinde eserler ve ticaret bilgileri taramaya başladılar (Schodt, 1996:328).

Ama her şeyi başlatmak için fanın ve hayranlığın ne anlama geldiğine bakmak gerekir. Fan, en basit terimlerle, bir grubun, sanatçının, yazarın, trendin, kitabın, filmin, T.V serisinin vb. hayranlarının adanmış takipçisi olarak tanımlanabilir. Jenkins'in (2006a) hatırlattığı gibi, taraftarlar "trioks", şöhret ve kolektiflerle takıntılı "krock" olarak (sosyal inters, kültürel misfitler ve çılgınlar olarak) nitelendirilmiştir. Yakın zamana kadar, terimin olumsuz bir etkisi de vardır. Ancak günümüzde, bu kelimenin çağrışımı, popüler kültürün tüketim dinamikleri içindeki önceki versiyondan daha az olumsuzdur. Yeni küresel eğilimler, aktif kültür endüstrileri ve internetin etkisi, taraftarlar ve fan toplulukları kendilerini daha özgürce ortaya koyabilir ve kendilerini özgürce ifade edebilir (Jenkins, 2006a:39).

Jenkins'e göre, kişi sadece bir şovu izleyerek hayranı olamaz, ancak bu görüşü kültürel duygulara ve düşüncelerini başkalarıyla paylaşarak ya da benzerlerini paylaşanlarla bir topluluğa katılarak kültürel bir aktiviteye dönüştürmek zorundadır. Yani bir anlamda, bir fanın kişisel tepkisi ve hisleri, "hayran" denilen şeyin temel özelliklerinden biri haline gelen bir toplumsal etkileşime dönüşür (Jenkins, 1992).

Bir hayranın tanımı, sosyal etkileşim ve paylaşım gibi kelimeler içerdiğinden, bir fan bu dünyada "yalnız" bir şekilde yaşayamaz, onun gibi olanları bulmalı, onları başkalarından ayıran heyecan ve bağlılığı paylaşmalıdır. Bir fan, hayranı olmayanlar için her zaman diğeridir, takip ettikleri şeyden dolayı, nasıl takdir ettikleri, yorumladıkları veya hatta ürettiklerini içermektedir. Bu yüzden hayran adı verilen bir yaşam alanında bir fan olarak yaşayanlar, akıl almaz bir düzeyde onların bilgi, özveri, arzu ve hayranlıklarını

paylaşma fırsatı bulurlar ve bu da onları bir hayran haline getiren paylaşım kültürünü oluşturmuştur. Hayranların temel özelliklerinden biri, kişisel tepkiyi toplumsal eyleme dönüştürmesi ve aynı zamanda bir seyir kültürünü katılımcı bir kültüre dönüştürmesidir. Bir hayran olmak için, düzenli olarak görüntülemek yerine, bir kültürel aktiviteye bakmanın tercüme edilmesi gerekir. Bu, diğer tarafların topluluklarına ortak ilgi alanlarına katılarak ve program hakkındaki düşüncelerini ve duygularını paylaşarak yapılır. Hayranlık içinde tüketim, bir üretim biçimini tetikler ve yazma, okumadan üretilir (Jenkins, 2006a).

Tüm ihtişamıyla hayranlık, hayranların, kültürel kültürün mevcut kaynakları aracılığıyla, kültürel anlamların, sembollerin, metinlerin vb. paylaşımına, tüketimine, üretilmesine ve çoğaltılmasına aktif olarak katılmaları gibi düşünülebilir. Elana Shefrin, aktif katılımcılar olarak, taraftarların genellikle şirket tarafından oluşturulan görüntülere uygun olduklarını ve daha sonra şiir, şarkı, resim, bilimsel makale, yaratıcı kurgu, fotoğraf, dijital film, kolaj veya giyim gibi kişisel sanatsal ifadelerle süslemelerini veya dönüştürmelerini söylüyor. Taraftarlar, metinlerle kişisel olarak özdeşleştikleri için, özel bir sözlüğün içine dalmış olmalarının bir uzantısı olan tutumları, dilleri veya davranışları da benimseyebilirler. Böylelikle katılımcı hayran, ticari bir hukuki mülkiyet hakkına sahip olan medya şirketi ile ticari olmayan, paylaşımlı bir mülkiyeti görselleştiren, özel bir anlatı evreniyle -anıtsal bir duygusal ve fiziksel katılımla - işaretlenir. (Ezra ve Rowden, 2007:89).

Taraftarlar internet forumlarında günlük (hatta saat başı) bazda toplanırlar, yeni haberleri-gelişmeleri duydukları anda bloglarını güncellerler, afiş yapımında yorumları ile katkı sağlarlar, internet siteleri, gerçek yaşam toplantıları düzenlemek, hayran üyelerinin diğer üyeleri için fan kurguları yazmak ile zaman harcarlar. Fiske'e göre hayran "kültürel tespitlerin tuhaf bir karışımıdır." Bir yandan, dışarıdan ve çoğu kez resmi kültüre karşı oluşturulan popüler kültürün yoğunlaşması, öte yandan bu resmi

kültürün belirli değerlerini ve özelliklerini kamulaştırır ve yeniden yapılandırır (Fiske, 1992:34). Öte yandan Jenkins, hayranlığı "marjinalleşmiş altkültür gruplarının, hâkim temsiller içindeki kültürel kaygıları için açık alan açmak için kullandıkları bir araç" olarak tanımlamaktadır: hayranlık, medya metinlerini elverişli hale getirmenin ve onları farklı çıkarlara hizmet eden bir tarzda yeniden okumanın bir yoludur - kitle kültürünü popüler kültüre dönüştürme yolu (Jenkins, 2006a:40).

Hayranlar, bir bilmeceyi deşifre etme eğilimi ile manga okumayı severler. Fanlar, bu okuma deneyimini sıradan okuyuculardan farklı olarak diğer taraftarlarla paylaşmayı da seçerler. Hayranları sıradan okuyuculardan ayıran şey aynı zamanda metinleri ve görüntüleri okuyabilmeleri, Japon Görsel Dilini anlamaya çalıştıkları gerçeğidir, çünkü bu görsel dille ilgili komut, metnin daha doğru bir şekilde anlaşılmasını ve daha doğru yorumlanmasını getirmektedir. Robin E. Brenner manga ve anime hayranlarını şöyle açıklıyor: merkezde, manga ve anime hayranı olmak, ortalamanın sevgisini gerektirirken, giderek manga ve anime hayranı olmak, fan kimliğinin çok çeşitli ifadelerine göre yaşamayı içermektedir. Diğer taraftarlarla toplantılarda buluşmak, fan kurgu ve fan sanatını çevrimiçi olarak oluşturmak ve yaratmak ve bir manga yaratıcısı olmak bu yaşam kurgusunun başlıca özellikleridir. Bugün giderek daha fazla taraftar kendilerini gururla manga ve anime hayranları olarak tanımlamaktadır (Brenner, 2007:193).

3.2.1 Hayran Kültürü, Hayran Toplulukları ve Manga Hayranlığı

Bugün fan kültürü, belirli beğeni takipçilerinin yaşlarına, cinsiyetlerine, ırklarına ve milliyetlerine bakılmaksızın bir araya geldiği küresel bir altkültürdür. Henry Jenkins, fan kültürünü şöyle ifade ediyor: Başlangıçtan beri, bir fan kültürünün bir hesabı, sorunlu statüsünü zorunlu olarak işaret ediyor. Hiç kimse tamamen fan kültürü içinde faaliyet göstermez, fan kültürü de kendi kendine yeterlilik iddialarını sürdürmez. Bu kültür hakkında zamansız ve değişmez bir şey yoktur; hayran, özel koşullara (sadece televizyon programlarının spesifik konfigürasyonlarını değil, aynı zamanda feminizmin gelişimini,

yeni teknolojilerin gelişimini, çağdaş Amerikan kültürünün atomizasyonu ve yabancılaşmasını, vb.) ve sürekli olarak akışta kalmaya dayanır. Böyle bir kültür, onun sıvı sınırlarının coğrafi dağılımı ve yeraltı durumu nedeniyle, onu nicelleştirme girişimlerini de tanımlar (Jenkins, 1992:3).

Tüketim tarzı ve kültürel tercih biçimleri, bu altkültürün sınırlarını tanımlar ve buna göre beş ayrı boyuta sahiptir. İlk boyut, metnin yakınlığı, program materyallerinin konuşma ve dedikodu için kaynaklara yeniden okunması ve çevrilmesi konuları gibi belirli bir alım tarzıyla ilişkisidir. İkincisi, seyirci aktivistini cesaretlendirmek için fan kültürünün bir rolü olduğudur. Üçüncü olarak, fan kültüründe hayran, yorumlayıcı bir topluluk olarak işlev görür, metinlerden anlam çıkarır ve bunları fan kültürü içinde yeniden üretir. Dördüncüsü, fan kültürü, diğer kültür biçimleri gibi kendi özel kültürel üretim geleneklerine sahiptir. Ve son olarak, fan toplulukları alternatif sosyal topluluklardır (Jenkins, 1992). Fan kültürü, böylece, çok boyutlu seviyeleri, eşsiz dinamikleri, kendi tüketim modelleri, ekonomik yapısı ve üretim tarzı ile bir oluşum haline gelir.

Her şeyden önce manga ve anime hayranı, başka bir kültürü anlamaya dayanan kendine özgü bir alım tarzına sahiptir. Görsel dilin yeniden okunması, farklı kültürel unsurların benimsenmesi ve bu kültür ve dil hakkında bilginin metin yoluyla elde edilmesi için yaygın bir uygulamadır. Aynı zamanda, dünyanın her tarafındaki hayranların yaptığı, bireysel metni ve deneyimi, eldeki metne anlam vermek için paylaşan kolektif bir etkinliktir. Ayrıca, dizi boyunca romantik ilişkiler veya olası kavgalar gibi materyaller manga ve anime hayranları için büyük fan dedikoduları için kaynak yaratır. Fan dedikodu, esas olarak nakliyeye dayanmaktadır. Hayranlar, hikaye boyunca karakterlerin romantik ilişkilerini yaratan durumları tartışmak için bir araya gelir. Ayrıca, hikaye ortaya çıktıkça gelişmeler ve ipuçları ile ilgili manga ya da anime bölümleri hakkında spekülasyonlar yaparlar (Jenkins, 1992).

Bu da bizi fan kültürünün başka bir boyutuna getiriyor; hayran kültürü yorumlayıcı bir topluluk olarak işlev görür. Metinden anlam çıkarmak, orijinal metnin farklı bir kültüre ait olması ve orijinal bir dilde yazılmış olması, Latin alfabesini bile kullanmayan bir dil olması nedeniyle manga ve anime hayranlarının en büyük yorumlayıcı faaliyetlerinden biridir. Dolayısıyla bu hayranlardaki yorumlama, kültürel sembollerin ve dilbilimsel oyunların ve Japon kültürünün görsel dili altındaki olası anlamların deşifre edilmesine dayanır. Manga ve anime hayranları, fan fiction, fan art veya fan denemeleri gibi fan eserlerinin yaratılmasıyla da bu anlamları yeniden üretir (Jenkins, 1992).

Hayran toplulukları fan kültürünün en önemli sosyal yapılarıdır, bunlar hayranların fiziksel formlarıdır ve temelde fanatik faaliyetin küresel taraftarlara geldiğinde gerçekleştiği yerdir. Bir hayranın deneyimi, o hayranın yaptıklarıyla sınırlıdır. Fan toplulukları bugün, bir anlamda, küçük ağ toplulukları gibi, ve bir ağ toplumunun somut terimlerindeki tanım, temel sosyal yapıların ve faaliyetlerin elektronik olarak işlenmiş bilgi ağları etrafında organize edildiği bir toplumdur. Yani sadece ağlar ya da sosyal ağlar değil, çünkü sosyal ağlar çok eski toplumsal örgütlenme biçimleriydi. Bu, bilgiyi işleyen ve yöneten ve mikro-elektronik tabanlı teknolojileri kullanan sosyal ağlarla ilgilidir. Ağ toplumları, bilgi akışının İnternet üzerinden yazılı metinler ve ağlarla sağlandığı yerdir. Bu sadece sözcükleri değiştirmek meselesi değil, aynı zamanda madde sağlamakla ilgilidir. Bir hayran olarak, sadece metin üzerinde deneyimler, düşünceler ve eleştirmenler paylaşılmaz, aynı zamanda bu metnin reprodüksiyonlarını paylaşır ve yeni anlamlar üretir. Bugün, hayranların sosyal ağları, Manuel Castells'in (2001) tanımladığı sosyal ağlar gibidir; siber uzayda bulunan elektronik ağlar aracılığıyla elde edilen bilgiler etrafında düzenlenirler. Bu alanda interaktif ağların yer aldığı sanal topluluklar vardır ve bu toplulukların üyeleri arasında doğrudan ve acil bir temas mevcuttur (Castells, 2001).

21. yüzyılın hayranlığı aynı zamanda Jenkins'in “yakınsama kültürü” olarak adlandırdığı şeyin bir parçasıdır. Medya tüketimi kolektif etkinlik haline gelir ve birden

fazla medya aracına dönüşür. "Yakınsama, medya tüketicilerinin yeni bilgi aramaya ve dağınık medya içeriği arasında bağlantı kurmaya teşvik edildiği için kültürel bir değişimi temsil ediyor" (Jenkins, 2006b:13).

Yeni bilgi ve farklı medya içerikleri arasında bağlantı kurarak, manga ve anime hayranlığı, yakınsama kültürünün bir parçası olarak hayranlığın güzel bir örneğini sunuyor. Japonya, uzun zaman önce, manga ve anime üretimi için transmedia stratejisini benimsedi. “Tek bir ortamda bulunamayacak kadar büyük bir anlatı yaratmak için çoklu metinleri bütünleştiriyorlar”. Yine Pokémon bu transmedia deneyiminin en başarılı örneklerinden biri olarak görülebilir. Bu pazarda büyük bir başarı kazanan anime, filmler, video oyunları, oyun kartları ve OVA gibi yan ürünler ile bir transmedia hikayeye dönüşmüş durumdadır (Jenkins, 2012:95).

Henry Jenkins, transmedia öykü anlatımı olgusunu, birden fazla medya platformuna yayılan bir transmedia hikayesi olarak tanımlamaktadır. Her yeni metin, bütüne farklı ve değerli bir katkı sağlamaktadır. Transmedia hikaye anlatımının ideal biçiminde, her bir medya en iyi yaptığı şeyi yapar; böylece bir film, televizyon, roman ve çizgi roman aracılığıyla genişletilmiş bir öykü olabilir; dünyası oyun yoluyla keşfedilebilir ya da eğlence parkı cazibesi olarak deneyimlenebilir. Her bir franchise girişinin kendi içinde olması gerekir, böylece oyunu izlemek için filmi izlemeniz gerekmez ve bunun tersi de geçerlidir. Verilen herhangi bir ürün, bir bütün olarak franchise'a giriş noktasıdır. Medyada okumak, daha fazla tüketimi motive eden bir deneyim derinliğini sürdürmektedir. Fazlalık, fan ilgisini yakar ve bayilerin başarısız olmasına neden olur. Yeni bilgi ve tecrübe seviyeleri sunmak, franchise'ı yeniler ve tüketici sadakatini sürdürür (Jenkins, 2006b:95-6).

"Bleach" Japon manga endüstrisinde transmedia hikaye anlatımına iyi bir örnek teşkil edecektir. Yeni başlayanlar için, Bleach manga 2001 yılında Japonya'da yayınlanmış ve başarısının ardından 2004'te anime olarak kurgulanmıştır. Bugün

Bleach'in dört filmi, on bir CD müziği, çapraz oyunlardan başka on dokuz video oyunu var. İki tahsil kart oyunları, iki ek performansları, iki roman, üç "Radyo DJCD Bleach 'B' İstasyon" CD sezon setleri, her birinde altı cilt ile beş rock müzikali mevcuttur. Japonya'da dördüncü sezonu halen devam etmekte ve sadece DVD sürümlerinin bir parçası olarak dahil edilmiş olan diziden orijinal ses aktörlerini içeren sekiz drama CD'si mevcuttur. Bleach hayranları mangayı son sekiz yıldır dinsel olarak takip eder, ancak yeni bir medya ortaya çıkar çıkmaz manga ile ilişkilendirir ve onu izlemeye ve tüketmeye başlar (Jenkins, 2012:95-6).

Manga, hala anime, oyunlar, filmler ve diğer ürünler gibi herhangi bir değişiklik olmaksızın manga-ka ilk elden çıkması nedeniyle orijinal metin olarak kabul edilmektedir. Ancak hayran her yeni sürümü mangada neler olabileceğine dair bir ipucu olarak görmektedir. Örneğin, Bleach Nintendo Home Konsolları serisi veya Blade Battler serisi gibi Bleach'in dövüş oyunlarının piyasaya sürülmesinden sonra hayran, oyuna sokulan karakterlerin bazı dövüş stilleri ve kılıç sürümleri hakkında ağır ve ayrıntılı bir tartışma başlatmış ve mangada görünmeden önce taraftarlar, forumlarda konu üzerinde spekülasyon yapmış ve güçleri ve kılıçlarının salınımlarına göre mangada meydana gelebilecek karakterler arasındaki olası savaş senaryolarını bulmaya çalışmışlardır. Orijinal metinde iki karakter birbiriyle karşılaşacak olsaydı kimin kavgadan çıkacağını tahmin etmeye çalışmak favori eylemler haline gelmiştir (Parlak, 2015).

Son film ve son müzikal, Bleach hayranları ve takipçileri için bir amaca hizmet etmiştir. Bleach'in animesi, mangada meydana gelen yavaş akışının telafisi için tasarlanmıştır. Manga, bir haftalık olarak, hikayenin uzun bölümlerinden oluşan on dokuz sayfadan, bazen bir karakterin hikayede tekrar ortaya çıkması aylar hatta birkaç yıl alabilmiştir. Bu durum, yaygın olarak sevilen, takip edilen veya gözden kaçan Bleach karakterlerini unutturmamaya odaklanıyordu. Hem film hem de müzikal, hem Japonca hem de küresel hayran tarafından en çok gönderilen iki karakter arasındaki ilişkinin altını

çizmeye dayanıyordu. Film piyasaya sürülmeden önce bile, spekülasyonlar yirmi saniyelik bir teaser ile başlamış ve ardından hem Japonya'da hem de küresel pazarda filmin büyük başarısı olmuştur. Sonunda, film tüm Bleach filmlerinin en başarılı filmi olmuş ve tartışılmıştır (Parlak, 2015).

Genel bakış açısından baktığımızda, anime ve manga hayranlarının, ağartıcılarda olduğu gibi farklı medya ürünleri arasında çapraz referanslar yaparak ilişkilerin, olası çatışmaların ve manganın genel havasıyla ilgili sorulara cevap bulmaya çalıştıklarını söyleyebiliriz. Bu döngü ve transmedia hikaye anlatımı stratejisi hem piyasa hem de taraftarlar için çalışır. Endüstri ve pazar açısından, fanlar tüketimi artırır ve piyasa için belirli bir akışı tetikler. Taraftarlar açısından düşünüldüğünde, hayranın çevrimiçi istihbaratına katkıda bulunurken, yeni bilgi kültürüne katkıda bulunarak hayranların ortak zekasını tetikler.

3.2.2 Türkiye'de Manga ve Anime Hayran Kitlesi

1990'ların başından beri, Japonya'nın animanga kültürü, televizyonda gösterilen anime dizileriyle ve özellikle internet kullanıcıları olan animanga hayranları tarafından yayınlanan web siteleriyle, Türkiye'de giderek daha fazla sevilir hale gelmiştir. Parlak (2015) 'e göre, okunan ilk manga İngilizcedir ve İngilizce çeviriler Türkçeden önce geldiler ve kısa bir süre sonra İngilizce'den Türkçe'ye çeviri için tarama bölgeleri vardı. İlk manga olan Gon, Eylül 1999'da yayınlandı. Manga, dergilerde değil, kitap formatında Türkiye'de satılıyor ve genel olarak Türk yayınevleri 15-20 yaş grubuna hitap eden mangası tercih ediyor.

Bugün Arunus, Tudem, Everest, İthaki, Gerekli Şeyler, Marmara Çizgi ve Akılçelen gibi yayınevleri Türkiye'de manga yayınlamaktadır (Parlak, 2015). ABD'de, Brienza (2010), çizgi roman endüstrisine ve kitap endüstrisine ayrı ayrı atıfta bulunur,

ancak Türkiye'de kitapçıların da bulunduğu, manganın tercüme edilmiş Türkçe versiyonlarını yayınlayan büyük yayınevleri bulunmaktadır.

Rota (2008:93) 1990'lı yılların Avrupa'nın, Japon mangalarını Amerika'dan ithal etmeye başladığını, çünkü metinlerin çevrilmesinden beri daha kolay olduğunu belirtiyor. Türkiye'de manga, çalışılan durumda VIZ Media Europe aracılığıyla SHUESHA Inc. tarafından düzenlenen Türkçe çeviri hakları ile lisanslanmıştır.

Anderson Terpstra (2012:39), İnternet medya şirketleri tarafından kolaylaştırılan etkileşimli medyanın çoğalmasıyla, izleyicilerin taleplerini daha dikkatli bir şekilde dinleyebildiğini öne sürmektedir. Bu, manganın Türkçeye çevrilmesinin en önemli nedenlerinden birinin, anime izlemiş ve taramalı siteleri ve fan forumlarını kurmuş olan Türk gençliğinden bir talep olduğunu vurgulamaktadır (Parlak, 2015).

Türkiye'de manga ve anime hayranları taramayla sınırlı değildir, haber ve bilgi siteleri, fan siteleri, forumlar, manga tarzı oyunlar, sohbet odaları vb. gibi diğer şekillerde aktiftir (Manga TR Online, Manga ok gibi). , Manga vadisi, Manga Türkiye, Manga Denizi, anime Manga TR, Mangalar burada, Anime Manga Türkiye Blog, animefanfastica, Animetr-septynor vb.).

Çevrilmiş mangaların diğer ülkelerde nispeten pahalı olmasına rağmen (örneğin Avustralya'daki orijinal fiyatın 3-4 katı), bunlar nispeten ucuz, 10 TL 3 Euro'dur. Anderson Terpstra'ya göre (2012:52) dünya çapında satılan birimler açısından diğer manga yayıncılarını geride bırakmaya devam eden Viz yayınlarından önemli bir örnek, bağlamında çalışılacak olan Masashi Kishimoto'nun ünlü manga Naruto'dur.

Brienza (2010), manga'nın kolektif çabalar olduğunu ve örneğin Naruto'nun sadece Masashi Kishimoto'ya atfedilmesine rağmen, manga kapağındaki sanatçıların isminin bir yazar işlevi olarak en uygun şekilde anlaşıldığını ileri sürmektedir.

Naruto'nun örnek olduğu manga türlerine göre, aksiyon dolu shonen manga, erkekler için bir mangadır. Naruto'nun bir örneği olduğu süper kahraman türü, hala çizgi romanların ana üretimidir, ancak Japon manga, çeşitli kombinasyonları veya cinsiyet ve yaşları ele alan son derece gelişmiş bir tür sistemine sahiptir.

Yukarıda belirtildiği gibi manga için taramalar da Türkçe olarak mevcuttur. Manga tarama, Japon mangasının bir dilden diğerine çevrilmesi esnasında yeniden çizimine ve düzenlenmesine dayanmaktadır. Taramalar temel olarak internet üzerinden indirilen görüntünün setlerinin web siteleridir. Şüpheli yasal statülerine rağmen, tarama grupları 1990'larda yaygınlaşmaya başladı. Zanetti'ye göre (2008:9), çeviri çalışmaları genellikle etkili bir şekilde ticarete yönelik ticari yayınlar olduğu için oldukça ilgi çekicidir ve oldukça zordur. Örneğin, çeviri manga ile ilgili olarak, Sell (2011), taramaların önemini ve fanların ana tüketiciler olduğunu ifade eder.

Türkiye'de pek fazla bilinmeyen manganın okuyucuları genellikle mangayı animelerden öğrendiler. Türkiye'de amerimangalar ve Amerikan yayınevleri tarafından basılarak ihraç edilen İngilizce mangalar da tüketilmektedir. Bazı mangalar ise İnternet üzerinden Türkçeye çevrilerek ya da İngilizce okunabilmektedir. Türkiye'de az sayıda yayınevi(Arunas, Tudem, Everest, İthaki, Gerekli Şeyler, Marmara Çizgi, Arkabahçe…) manga yayınlamaya başlamıştır.

Türkiye'deki ilk manga, İthaki yayınlarının 1999 Eylül'ünde bastığı "Gon" olmuştur. 2003 yılında ATV'de televizyon serisi olarak yayınlanmaya başlayan "Beyblade", 2004 Haziran ayından itibaren Super-J tarafından orijinal ölçülerinde ve kalitede, Türkçe olarak, sadece 5 cilt yayınlanmıştır. Batı dillerine çevrilen ilk mangalardan biri olan "Yalın Ayak Gen" ise Tudem tarafından Ağustos 2007'de Türkçe'ye çevrilmiştir. Kitapevlerinde satışta olan bu yayınların birinci basımları için üst sınır 3000 olmuştur.

Türkiye'de genel olarak pek bilinmeyen anime ve manga fan kitlesinin genel özelliklerinin belirlenmesi, kendilerini nasıl tanımladıkları, anime ve manga okumaya başlama nedenleri, takip edilen anime ve mangalar, kendilerini özdeşleştirdikleri anime ve manga karakterleri, siyasi eğilimleri ve anime manga takip yoğunluğu hakkında daha detaylı bilgi edinebilmek amacı ile bir sonraki bölümde çalışmanın uygulama aşaması ve sonuçlarına değinilecektir.

BÖLÜM IV

4. Yöntem

Araştırmanın esas olarak durum belirleyici yöntem ile anket tekniği kullanılarak elde edilen verilerin değerlendirilmesi ve analizi üzerine kurulmuştur. Anket Araştırmaları; belirli konularda kişilerin görüşlerini almak amacıyla uygulanan araştırma yöntemidir. Anket araştırmaları alan araştırmaları olarak da adlandırılır. Anket soru formu oluşturulması aşamasında literatür incelenerek 9 adet demografik değişkenin (cinsiyet, eğitim durumu, medeni durum, yaş, meslek, ebeveyn eğitim durumu, aylık ortalama gelir, evde internet bağlantısına sahip olma durumu ve yaşanılan il) kullanılmasına karar verilmiştir. Sonrasında ise katılımcıların anime ve manga okur davranış potansiyelini ortaya koyacak sorulara başvurulmuştur. Anket online ortamda anime ve manga blog ve sitelerine ayrıca facebook gruplarına gönderilerek katılımcılara ulaşılmaya çalışılmıştır. Olasılık dışı örnekleme yöntemlerinden olan kartopu örnekleme yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların anket linkini etraflarında tanıdıkları diğer anime manga okur kitlesi var ise onlarla paylaşmaları istenmiştir. Bu sitelerin aktif kullanıcı sayıları bilinmediğinden ve anime ve manga okur kitlesinin kişisel ulaşım bilgileri bulunmadığından kartopu örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Çalışmanın evren ve örneklem bilgileri aşağıda verilmiştir.

4.1. Evren ve Örneklem

Çalışmada anket yöntemi ile anime manga fanlarının yoğunlukla kullandığı forum ve web siteleri üzerinden hazırlanmış olan anket linki paylaşılarak üyelerin katılımları istenmiştir. Anakütlenin sayısal olarak bilinmediği durumlar için belirlenmiş olan aşağıdaki formülasyon üzerinden örneklem hesabı yapılmıştır.

Örneklem büyüklüğü,

Anakütle büyüklüğü bilinmiyorsa; $n=t^2pq/d^2$

n: Örneklem büyüklüğü

p: İlgilenilen olayın görülme olasılığı

q: 1-p (veya ilgilenilen olayın görülmeme olasılığı)

d: kabul edilen ± örnekleme hata oranı

t(α,sd): α anlamlılık düzeyinde, serbestlik derecesine göre t tablosu kritik değeri.

Güven aralığı % 5, güven düzeyi % 95 olmak üzere örneklemin 5000 olduğunun tahmin edildiği durum için hesaplama yapıldığında görüşülmesi gereken minimum katılımcı sayısının 357 olmasına karar verilmiştir. Çalışmamızda katılımcı sayısı 360 olduğunda görüşmelere son verilmiştir. Çalışmada örnekleme yöntemi olarak kartopu örneklemesi tercih edilmiştir. Kartopu örneklemede öncelikle evrene ait birimlerden birisi ile temas kurulur. Temas kurulan birimin yardımıyla ikinci birime, ikinci birimin yardımıyla üçüncü birime gidilir. Bu şekilde, sanki bir kartopunun büyümesi gibi örneklem büyüklüğü genişler (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004:45).

4.2.Araştırma Bulguları

Çalışmanın bu bölümünde anket yöntemi ile elde edilen verilerin frekans analizleri ve sonrasında ise hipotez testleri ile veriler arasındaki değişkenliklerin anlamlılığı incelenecektir.

4.2.1. Demografik Değişkenler

Çalışmanın ilk demografik değişkenleri cinsiyet, öğrenim durumu, medeni durum, yaş değişkenlerinden oluşmaktadır. Çalışmada toplamda % 30 oranında kadın (n=36) ve % 70 oranında erkek (n=84) katılımcıdan oluştuğu görülmektedir. Genel olarak erkek katılımcıların kadın katılımcılardan daha yoğun biçimde anime ve manga gruplarına katılım sergiledikleri söylenebilir.

Katılımcıların öğrenim durumlarına bakıldığında toplamda % 9,17 oranında lise mezunu, % 6,67 oranında ön lisans mezunu, % 61,67 oranında lisans mezunu, % 20,0 oranında yüksek lisans mezunu ve % 2,50 oranında da doktora mezunu katılımcılardan meydana geldiği görülmektedir. Kadın ve erkek katılımcıların öğrenim durumu dağılımında ciddi bir farklılaşma olmadığı görülmüş olup, toplamda % 84,17 oranında üniversite ve üniversite üstü öğrenim durumunun olduğu ve anime manga kitlesinin genel olarak eğitim seviyesi yüksek bireylerden meydana geldiği saonucuna varılacaktır.

Medeni durum dağılımında ise katılımcıların toplamda % 90,83 oranında bekar ve % 9,17 oranında da evli oldukları görülmektedir.

Tablo 2. Cinsiyet-Öğrenim Durumu-Medeni Durum Dağılımları

		Cinsiyetiniz?					
		Kadın		Erkek		Toplam	
		n	%	n	%	n	%
Öğrenim Durumu	Lise	3	2,80%	30	11,90%	33	9,17%
	Önlisans	3	2,80%	21	8,30%	24	6,67%
	Lisans	75	69,40%	147	58,30%	222	61,67%
	Yüksek Lisans	24	22,20%	48	19,00%	72	20,00%
	Doktora	3	2,80%	6	2,40%	9	2,50%
Medeni Durum	Bekar	102	94,40%	225	89,30%	327	90,83%
	Evli	6	5,60%	27	10,70%	33	9,17%

Katılımcıların yaş dağılımları incelendiğinde kadın katılımcıların ortalama 26 yaş, erkek katılımcıların ise ortalama 25 yaşında oldukları görülmektedir. Yaş dağılımında en küçük yaş 15 en yüksek yaş ise 37 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 3. Cinsiyet-Ortalama Yaş Dağılımları

	Cinsiyetiniz?	
	Kadın	Erkek
Yaşınız?	26	25

Katılımcıların mesleki dağılımları sorulduğunda cevap olarak 37 farklı mesleki dağılım olduğu, bu durumda anime izleyen ve manga okuyanların toplumdaki birçok alt

meslek gruplarını barındıran bir takipçi kitlesine sahip olduğunu belirtmektedir. En çok katılımın % 36,67 ile öğrencilerden, % 16,67 ile mühendislerden, % 5,00 oranında öğretmenlerden, % 3,33'er oranlarda avukat, işsiz ve psikologlardan, % 1,67'şer oranlılarda reklamcı, öğretim görevlisi, doktor, fizyoterapist, grafik tasarım, muhasebeci ve satış danışmanlarından, % 0,83'er oranlarda ise aile hekimi, arkeolog, biyolog, hemşire, istatistikçi, işçi, mimar, veteriner hekim, teknik ressam, müşteri temsilcisi, çevirmen, çiftçi, çocuk gelişimci, elektrik teknikeri, erp uzmanlığı, ihracat, iletişim uzmanı, konuk koordinatörü, otelcilik, oyuncu, raporlama / IT, resepsiyonist, tasarımcı ve tedarik zinciri müdürü gibi değişik meslek dallarından olduğu görülmektedir.

Tablo 4 Cinsiyet-Meslek Dağılımları

		Cinsiyetiniz?					
		Kadın		Erkek		Toplam	
		n	%	n	%	n	%
Mesleğiniz nedir?	Öğrenci	33	30,60%	99	39,30%	132	36,67%
	Mühendis	9	8,30%	51	20,20%	60	16,67%
	Öğretmen	12	11,10%	6	2,40%	18	5,00%
	Avukat	3	2,80%	9	3,60%	12	3,33%
	İşsiz	3	2,80%	9	3,60%	12	3,33%
	Psikolog	6	5,60%	6	2,40%	12	3,33%
	Reklamcı	6	5,60%	0	0,00%	6	1,67%
	Öğretim Görevlisi	6	5,60%	0	0,00%	6	1,67%
	Doktor	0	0,00%	6	2,40%	6	1,67%
	Fizyoterapist	0	0,00%	6	2,40%	6	1,67%
	Grafik tasarım	3	2,80%	3	1,20%	6	1,67%
	Muhasebeci	0	0,00%	6	2,40%	6	1,67%
	Satış danışmanı	0	0,00%	6	2,40%	6	1,67%
	Aile hekimi	3	2,80%	0	0,00%	3	0,83%
	Arkeolog	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%
	Biyolog	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%
	Hemşire	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%
	İstatistikçi	3	2,80%	0	0,00%	3	0,83%
	İşçi	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%
	Mimar	3	2,80%	0	0,00%	3	0,83%
	Veteriner Hekim	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%
	Teknik Ressam	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%
	Müşteri Temsilcisi	3	2,80%	0	0,00%	3	0,83%
	Çevirmen	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%

	Çiftçi	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%
	Çocuk Gelişimci	3	2,80%	0	0,00%	3	0,83%
	Elektrik Teknikeri	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%
	Erp Uzmanlığı	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%
	İhracat	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%
	İletişim Uzmanı	3	2,80%	0	0,00%	3	0,83%
	Konuk koordinatörü	3	2,80%	0	0,00%	3	0,83%
	Otelcilik	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%
	Oyuncu	3	2,80%	0	0,00%	3	0,83%
	Raporlama / IT	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%
	Resepsiyonist	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%
	Tasarımcı	3	2,80%	0	0,00%	3	0,83%
	Tedarik Zinciri Müdürü	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%

Katılımcıların anne eğitim durumu, baba eğitim durumu ve ailenin sahip olduğu gelir düzeyi dağılımları bir diğer demografik değişkenleri meydana getirmektedir. Katılımcıların anne eğitim durumları incelendiğinde toplamda % 32,5 oranında ilk/orta öğrenim mezunu, % 32,5 oranında lise mezunu, % 3,3 oranında ön lisans mezunu, % 25,8 oranında lisans mezunu % 5,0 oranında yüksek lisans mezunu ve % 0,83 oranında da doktora mezunu oldukları görülmektedir. Katılımcıların baba eğitim durumu, baba eğitim durumu ve ailenin sahip olduğu gelir düzeyi dağılımları bir diğer demografik değişkenleri meydana getirmektedir. Katılımcıların anne eğitim durumları incelendiğinde toplamda % 21,67 oranında ilk/orta öğrenim mezunu, % 25,0 oranında lise mezunu, % 5,0 oranında ön lisans mezunu, % 37,5 oranında lisans mezunu % 7,50 oranında yüksek lisans mezunu ve % 3,33 oranında da doktora mezunu oldukları görülmektedir.

Tablo 5. Cinsiyet-Anne Eğitim Durumu-Baba Eğitim Durumu-Hane Geliri Dağılımları

		Cinsiyetiniz?					
		Kadın		Erkek		Toplam	
		n	%	n	%	n	%
Annenizin Eğitim Durumunu Belirtiniz?	İlk/Orta öğretim	36	33,30%	81	32,10%	117	32,50%
	Lise	27	25,00%	90	35,70%	117	32,50%
	Ön lisans	9	8,30%	3	1,20%	12	3,33%
	Lisans	30	27,80%	63	25,00%	93	25,83%
	Yüksek Lisans	6	5,60%	12	4,80%	18	5,00%
	Doktora	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%

Babanızın Eğitim Durumunu Belirtiniz?	İlk/Orta öğretim	15	13,90%	63	25,00%	78	21,67%
	Lise	30	27,80%	60	23,80%	90	25,00%
	Ön lisans	9	8,30%	9	3,60%	18	5,00%
	Lisans	48	44,40%	87	34,50%	135	37,50%
	Yüksek Lisans	0	0,00%	27	10,70%	27	7,50%
	Doktora	6	5,60%	6	2,40%	12	3,33%
Ailenizin ekonomik gelir düzeyi aralığı hangisidir?	0-1500 TL arası	3	2,80%	3	1,20%	6	1,67%
	1501-2500 TL arası	18	16,70%	42	16,70%	60	16,67%
	2501-3500 TL arası	6	5,60%	45	17,90%	51	14,17%
	3501-4500 TL arası	45	41,70%	39	15,50%	84	23,33%
	4501-5500 TL arası	15	13,90%	36	14,30%	51	14,17%
	5501 TL ve üstü	21	19,40%	87	34,50%	108	30,00%

Katılımcıların aile gelir durumları ise % 1,2 oranında 0-1500 TL arası gelire, % 16,7 oranında 1501-2500 TL arası gelire, % 17,9 oranında 2501-3500 TL arası gelire, % 15,5 oranında 3501-4500 TL arası gelire, % 14,3 oranında 4501-5500 TL arası gelire ve % 34,5 oranında ise 5501 TL ve üstü gelire sahip oldukları görülmüştür. Genel olarak katılımcıların ailevi gelir dağılımlarının 2016 yılı TUİK verileri ile karşılaştırıldığı durumda ortalama yıllık eşdeğer hane halkı kullanılabilir fert geliri 19 bin 139 TL olan Türkiye ortalamasından yukarıda gelire sahip olunduğu görülmektedir.

Katılımcıların toplamda % 97,50 oranında evlerinde internet bağlantısına sahip olduklarını, % 2,5 oranında ise evde internet bağlantısına sahip olmadıklarını belirtmektedir.

Tablo 6. Cinsiyet-Evde İnternete Sahip olma Durumu

		Cinsiyetiniz?					
		Kadın		Erkek		Toplam	
		n	%	n	%	n	%
Evde internet bağlantınız var mı?	İnternet Bağlantısı Var	105	97,20%	246	97,60%	351	97,50%
	İnternet Bağlantısı Yok	3	2,80%	6	2,40%	9	2,50%

Katılımcıların belirtmelerinin istendiği bir diğer demografik dağılım ise katılımcıların yaşadıkları ilin hangisi olduğudur. Cevaplar incelendiğinde 27 farklı ilden katılım gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu illerden 17 tanesi büyükşehir belediyesi iken geri kalan 10 şehir ise şehir statüsüne sahiptir. Katılımların en çok % 38,33 oranı ile İstanbul, % 17,50 oranı ile Ankara, % 9,17 oranı ile İzmir, % 5,83'er oranlarda Antalya ve Bursa, % 3,33 oranında Mersin(İçel), % 1,67'şer oranlarda Eskişehir, Kırklareli ve Samsun, % 0,83'er oranlarda ise Aydın, Bitlis, Erzurum, Kayseri, Kocaeli, Konya, Manisa, Kahramanmaraş, Muğla, Ordu, Sinop, Sivas, Tokat, Şanlıurfa, Batman, Yalova, Karabük ve Düzce illerinden gerçekleştiği görülmektedir.

Tablo 7. Cinsiyet-Yaşanılan Şehir Dağılımı

		Cinsiyetiniz?					
		Kadın		Erkek		Toplam	
		n	%	n	%	n	%
Hangi ilde yaşıyorsunuz?	İstanbul	42	38,90%	96	38,10%	138	38,33%
	Ankara	21	19,40%	42	16,70%	63	17,50%
	İzmir	12	11,10%	21	8,30%	33	9,17%
	Antalya	6	5,60%	15	6,00%	21	5,83%
	Bursa	12	11,10%	9	3,60%	21	5,83%
	İçel	6	5,60%	6	2,40%	12	3,33%
	Eskişehir	3	2,80%	3	1,20%	6	1,67%
	Kırklareli	3	2,80%	3	1,20%	6	1,67%
	Samsun	0	0,00%	6	2,40%	6	1,67%
	Aydın	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%
	Bitlis	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%
	Erzurum	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%
	Kayseri	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%
	Kocaeli	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%
	Konya	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%
	Manisa	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%
	Kahramanmaraş	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%
	Muğla	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%
	Ordu	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%
	Sinop	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%
	Sivas	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%
	Tokat	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%
	Şanlıurfa	3	2,80%	0	0,00%	3	0,83%
	Batman	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%
	Yalova	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%

Karabük	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%
Düzce	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%

4.2.2. Frekans Dağılımları

Frekans, bir veri setinde, her bir puanın ortaya çıkma sayısı olarak tanımlanır. Kısaca, değişkenin herhangi bir değerinin tekrar sayısıdır. Bir olayın olması veya tekrarlanma sıklığını gösteren verilerden oluşan bir seri veya tabloya frekans dağılımı denir. Kesikli ve sürekli frekans dağılımları olarak ikiye ayrılırlar (Kalaycı, 2015:45). İlerleyen bölümlerde Kesikli frekans dağılımına sahip soruların frekans dağılımları incelenecektir.

4.2.2.1. Kişilik Envanteri Frekans Dağılımları

Demografik değişkenlerden sonra katılımcıların kendilerinin tanımlamalarını istendiği iki adet soru sorulmuştur. İlk soruda 39 tanımlayıcı ifade (Cesur, Hayal gücü kuvvetli, Bilimsel, Belirleyici rol oynayan, Egosu yüksek, Çalışkan, Fırsatları değerlendirebilen, Hayalperest, Seçici, Alıngan, İyimser, Felsefi yargısı güçlü, Gözlem ve analizci, Hassas, Uyumlu, Üretken, Estetik yargısı güçlü, Sosyal, Ailesine ve evine düşkün, Zeki, Düşünce ve duyguları derin, Karamsar, Alışılmamışa ilgi duyan, Disiplinli, Maceracı, Kararlı, Girişimci, Mantıklı, Pratik, Güvenilir, Yenilikçi, Bağımsız, Eleştirici, Konuşkan, Sabırlı, Esprili, Geleneksel, Ayrıntıcı, Güçlü duyguları olan)'ye katılım durumlarının 1-Benim için hiç uygun değil, 2-Uygun değil, 3-Ne uygun ne de uygun değil, 4-Uygun ve 5-Benim için çok uygun likert ölçeği ile belirtmeleri istenmiştir.

"Cesur" ifadesi için % 8,33 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 38,3 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 53,3 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Hayal gücü kuvvetli" ifadesi için % 1,66 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 5 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 93,3 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Bilimsel" ifadesi için % 4,16 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 10,8 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 85 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Belirleyici rol oynayan" ifadesi için % 9,16 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 43,3 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 47,5 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Egosu yüksek" ifadesi için % 43,3 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 30 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 26,6 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Çalışkan" ifadesi için % 23,3 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 43,3 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 33,3 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Fırsatları değerlendirebilen" ifadesi için % 11,6 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 40 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 48,3 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Hayalperest" ifadesi için % 11,6 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 15,8 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 72,5 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Seçici" ifadesi için % 5 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 16,6 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 78,3 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Alıngan" ifadesi için % 38,3 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 30 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 31,6 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"İyimser" ifadesi için % 20,8 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 34,1 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 45 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Felsefi yargısı güçlü" ifadesi için % 8,33 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 18,3 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 73,3 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Gözlem ve analizci" ifadesi için % 1,66 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 14,1 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 84,1 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Hassas" ifadesi için % 14,1 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 32,5 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 53,3 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Uyumlu" ifadesi için % 6,66 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 21,6 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 71,6 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Üretken" ifadesi için % 5 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 32,5 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 62,5 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Estetik yargısı güçlü" ifadesi için % 15 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 21,6 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 63,3 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Sosyal" ifadesi için % 20,8 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 31,6 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 47,5 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Ailesine ve evine düşkün" ifadesi için % 20 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 21,6 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 58,3 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Zeki" ifadesi için % 3,33 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 20 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 76,6 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Düşünce ve duyguları derin" ifadesi için % 5 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 13,3 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 81,6 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Karamsar" ifadesi için % 28,3 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 31,6 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 40 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Alışılmamışa ilgi duyan" ifadesi için % 3,33 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 12,5 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 84,1 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Disiplinli" ifadesi için % 35,8 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 34,1 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 30 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Maceracı" ifadesi için % 17,5 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 40 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 42,5 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Kararlı" ifadesi için % 11,6 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 31,6 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 56,6 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Girişimci" ifadesi için % 28,3 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 32,5 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 39,1 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Mantıklı" ifadesi için % 1,66 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 14,1 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 84,1 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Pratik" ifadesi için % 4,16 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 22,5 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 73,3 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Güvenilir" ifadesi için % 3,33 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 4,16 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 92,5 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Yenilikçi" ifadesi için % 2,5 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 28,3 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 69,1 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Bağımsız" ifadesi için % 5 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 17,5 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 77,5 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Eleştirici" ifadesi için % 5,83 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 16,6 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 77,5 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Konuşkan" ifadesi için % 20,8 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 30,8 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 48,3 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Sabırlı" ifadesi için % 20 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 24,1 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 55,8 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Esprili" ifadesi için % 6,66 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 22,5 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 70,8 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Geleneksel" ifadesi için % 51,6 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 30,8 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 17,5 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Ayrıntıcı" ifadesi için % 9,16 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 29,1 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 61,6 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

"Güçlü duyguları olan" ifadesi için % 10 oranında "Benim için hiç uygun değil" ve "Uygun değil" % 20,8 oranında "Ne uygun ne de uygun değil" % 69,1 oranında da "Uygun" ve "Benim için çok uygun" demişlerdir.

Tablo 8. Cinsiyet-Tanımsal İfade Dağılımları

		Cinsiyetiniz?						Negatif Nötr Pozitif
		Kadın		Erkek		Toplam		
		n	%	n	%	n	%	
Cesur	Benim için hiç uygun değil	2	5,60%	0	0,00%	2	1,67%	8,33%
	Uygun değil	4	11,10%	4	4,80%	8	6,67%	
	Ne uygun ne de uygun değil	13	36,10%	33	39,30%	46	38,33%	38,33%
	Uygun	15	41,70%	37	44,00%	52	43,33%	53,33%
	Benim için çok uygun	2	5,60%	10	11,90%	12	10,00%	
Hayal gücü kuvvetli	Benim için hiç uygun değil	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	1,67%
	Uygun değil	2	5,60%	0	0,00%	2	1,67%	
	Ne uygun ne de uygun değil	2	5,60%	4	4,80%	6	5,00%	5,00%
	Uygun	8	22,20%	27	32,10%	35	29,17%	93,33%
	Benim için çok uygun	24	66,70%	53	63,10%	77	64,17%	
Bilimsel	Benim için hiç uygun değil	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	4,17%
	Uygun değil	2	5,60%	3	3,60%	5	4,17%	
	Ne uygun ne de uygun değil	7	19,40%	6	7,10%	13	10,83%	10,83%
	Uygun	19	52,80%	43	51,20%	62	51,67%	85,00%
	Benim için çok uygun	8	22,20%	32	38,10%	40	33,33%	
Belirleyici rol oynayan	Benim için hiç uygun değil	1	2,80%	0	0,00%	1	0,83%	9,17%
	Uygun değil	3	8,30%	7	8,30%	10	8,33%	
	Ne uygun ne de uygun değil	17	47,20%	35	41,70%	52	43,33%	43,33%
	Uygun	13	36,10%	29	34,50%	42	35,00%	47,50%
	Benim için çok uygun	2	5,60%	13	15,50%	15	12,50%	

Egosu yüksek	Benim için hiç uygun değil	5	13,90%	17	20,20%	22	18,33%	43,33%
	Uygun değil	7	19,40%	23	27,40%	30	25,00%	
	Ne uygun ne de uygun değil	15	41,70%	21	25,00%	36	30,00%	30,00%
	Uygun	6	16,70%	16	19,00%	22	18,33%	26,67%
	Benim için çok uygun	3	8,30%	7	8,30%	10	8,33%	
Çalışkan	Benim için hiç uygun değil	1	2,80%	7	8,30%	8	6,67%	23,33%
	Uygun değil	3	8,30%	17	20,20%	20	16,67%	
	Ne uygun ne de uygun değil	17	47,20%	35	41,70%	52	43,33%	43,33%
	Uygun	12	33,30%	19	22,60%	31	25,83%	33,33%
	Benim için çok uygun	3	8,30%	6	7,10%	9	7,50%	
Fırsatları değerlendirebilen	Benim için hiç uygun değil	2	5,60%	1	1,20%	3	2,50%	11,67%
	Uygun değil	4	11,10%	7	8,30%	11	9,17%	
	Ne uygun ne de uygun değil	17	47,20%	31	36,90%	48	40,00%	40,00%
	Uygun	12	33,30%	35	41,70%	47	39,17%	48,33%
	Benim için çok uygun	1	2,80%	10	11,90%	11	9,17%	
Hayalperest	Benim için hiç uygun değil	0	0,00%	1	1,20%	1	0,83%	11,67%
	Uygun değil	4	11,10%	9	10,70%	13	10,83%	
	Ne uygun ne de uygun değil	9	25,00%	10	11,90%	19	15,83%	15,83%
	Uygun	7	19,40%	21	25,00%	28	23,33%	72,50%
	Benim için çok uygun	16	44,40%	43	51,20%	59	49,17%	
Seçici	Benim için hiç uygun değil	0	0,00%	2	2,40%	2	1,67%	5,00%
	Uygun değil	1	2,80%	3	3,60%	4	3,33%	
	Ne uygun ne de uygun değil	4	11,10%	16	19,00%	20	16,67%	16,67%
	Uygun	16	44,40%	40	47,60%	56	46,67%	78,33%
	Benim için çok uygun	15	41,70%	23	27,40%	38	31,67%	
Alıngan	Benim için hiç uygun değil	3	8,30%	13	15,50%	16	13,33%	38,33%
	Uygun değil	7	19,40%	23	27,40%	30	25,00%	
	Ne uygun ne de uygun değil	9	25,00%	27	32,10%	36	30,00%	30,00%
	Uygun	13	36,10%	14	16,70%	27	22,50%	31,67%
	Benim için çok uygun	4	11,10%	7	8,30%	11	9,17%	
İyimser	Benim için hiç uygun değil	1	2,80%	6	7,10%	7	5,83%	20,83%
	Uygun değil	4	11,10%	14	16,70%	18	15,00%	
	Ne uygun ne de uygun değil	15	41,70%	26	31,00%	41	34,17%	34,17%
	Uygun	14	38,90%	27	32,10%	41	34,17%	45,00%
	Benim için çok uygun	2	5,60%	11	13,10%	13	10,83%	
Felsefi yargısı güçlü	Benim için hiç uygun değil	1	2,80%	2	2,40%	3	2,50%	8,33%
	Uygun değil	5	13,90%	2	2,40%	7	5,83%	
	Ne uygun ne de uygun değil	5	13,90%	17	20,20%	22	18,33%	18,33%
	Uygun	18	50,00%	39	46,40%	57	47,50%	73,33%
	Benim için çok uygun	7	19,40%	24	28,60%	31	25,83%	
Gözlem ve analizci	Benim için hiç uygun değil	0	0,00%	2	2,40%	2	1,67%	1,67%
	Uygun değil	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	
	Ne uygun ne de uygun değil	9	25,00%	8	9,50%	17	14,17%	14,17%
	Uygun	11	30,60%	36	42,90%	47	39,17%	84,17%
	Benim için çok uygun	16	44,40%	38	45,20%	54	45,00%	

Hassas	Benim için hiç uygun değil	1	2,80%	4	4,80%	5	4,17%	14,17%
	Uygun değil	1	2,80%	11	13,10%	12	10,00%	
	Ne uygun ne de uygun değil	9	25,00%	30	35,70%	39	32,50%	32,50%
	Uygun	17	47,20%	28	33,30%	45	37,50%	53,33%
	Benim için çok uygun	8	22,20%	11	13,10%	19	15,83%	
Uyumlu	Benim için hiç uygun değil	1	2,80%	1	1,20%	2	1,67%	6,67%
	Uygun değil	1	2,80%	5	6,00%	6	5,00%	
	Ne uygun ne de uygun değil	9	25,00%	17	20,20%	26	21,67%	21,67%
	Uygun	19	52,80%	36	42,90%	55	45,83%	71,67%
	Benim için çok uygun	6	16,70%	25	29,80%	31	25,83%	
Üretken	Benim için hiç uygun değil	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	5,00%
	Uygun değil	0	0,00%	6	7,10%	6	5,00%	
	Ne uygun ne de uygun değil	15	41,70%	24	28,60%	39	32,50%	32,50%
	Uygun	17	47,20%	37	44,00%	54	45,00%	62,50%
	Benim için çok uygun	4	11,10%	17	20,20%	21	17,50%	
Estetik yargısı güçlü	Benim için hiç uygun değil	0	0,00%	4	4,80%	4	3,33%	15,00%
	Uygun değil	1	2,80%	13	15,50%	14	11,67%	
	Ne uygun ne de uygun değil	8	22,20%	18	21,40%	26	21,67%	21,67%
	Uygun	11	30,60%	27	32,10%	38	31,67%	63,33%
	Benim için çok uygun	16	44,40%	22	26,20%	38	31,67%	
Sosyal	Benim için hiç uygun değil	5	13,90%	5	6,00%	10	8,33%	20,83%
	Uygun değil	5	13,90%	10	11,90%	15	12,50%	
	Ne uygun ne de uygun değil	14	38,90%	24	28,60%	38	31,67%	31,67%
	Uygun	7	19,40%	29	34,50%	36	30,00%	47,50%
	Benim için çok uygun	5	13,90%	16	19,00%	21	17,50%	
Ailesine ve evine düşkün	Benim için hiç uygun değil	0	0,00%	5	6,00%	5	4,17%	20,00%
	Uygun değil	4	11,10%	15	17,90%	19	15,83%	
	Ne uygun ne de uygun değil	9	25,00%	17	20,20%	26	21,67%	21,67%
	Uygun	12	33,30%	29	34,50%	41	34,17%	58,33%
	Benim için çok uygun	11	30,60%	18	21,40%	29	24,17%	
Zeki	Benim için hiç uygun değil	0	0,00%	1	1,20%	1	0,83%	3,33%
	Uygun değil	0	0,00%	3	3,60%	3	2,50%	
	Ne uygun ne de uygun değil	7	19,40%	17	20,20%	24	20,00%	20,00%
	Uygun	23	63,90%	36	42,90%	59	49,17%	76,67%
	Benim için çok uygun	6	16,70%	27	32,10%	33	27,50%	
Düşünce ve duyguları derin	Benim için hiç uygun değil	0	0,00%	2	2,40%	2	1,67%	5,00%
	Uygun değil	0	0,00%	4	4,80%	4	3,33%	
	Ne uygun ne de uygun değil	4	11,10%	12	14,30%	16	13,33%	13,33%
	Uygun	21	58,30%	30	35,70%	51	42,50%	81,67%
	Benim için çok uygun	11	30,60%	36	42,90%	47	39,17%	
Karamsar	Benim için hiç uygun değil	2	5,60%	13	15,50%	15	12,50%	28,33%
	Uygun değil	6	16,70%	13	15,50%	19	15,83%	
	Ne uygun ne de uygun değil	15	41,70%	23	27,40%	38	31,67%	31,67%
	Uygun	11	30,60%	24	28,60%	35	29,17%	40,00%
	Benim için çok uygun	2	5,60%	11	13,10%	13	10,83%	

Alışılmamışa ilgi duyan	Benim için hiç uygun değil	0	0,00%	1	1,20%	1	0,83%	3,33%
	Uygun değil	0	0,00%	3	3,60%	3	2,50%	
	Ne uygun ne de uygun değil	5	13,90%	10	11,90%	15	12,50%	12,50%
	Uygun	11	30,60%	40	47,60%	51	42,50%	84,17%
	Benim için çok uygun	20	55,60%	30	35,70%	50	41,67%	
Disiplinli	Benim için hiç uygun değil	3	8,30%	10	11,90%	13	10,83%	35,83%
	Uygun değil	9	25,00%	21	25,00%	30	25,00%	
	Ne uygun ne de uygun değil	14	38,90%	27	32,10%	41	34,17%	34,17%
	Uygun	8	22,20%	19	22,60%	27	22,50%	30,00%
	Benim için çok uygun	2	5,60%	7	8,30%	9	7,50%	
Maceracı	Benim için hiç uygun değil	2	5,60%	4	4,80%	6	5,00%	17,50%
	Uygun değil	5	13,90%	10	11,90%	15	12,50%	
	Ne uygun ne de uygun değil	16	44,40%	32	38,10%	48	40,00%	40,00%
	Uygun	11	30,60%	30	35,70%	41	34,17%	42,50%
	Benim için çok uygun	2	5,60%	8	9,50%	10	8,33%	
Kararlı	Benim için hiç uygun değil	1	2,80%	3	3,60%	4	3,33%	11,67%
	Uygun değil	6	16,70%	4	4,80%	10	8,33%	
	Ne uygun ne de uygun değil	12	33,30%	26	31,00%	38	31,67%	31,67%
	Uygun	13	36,10%	40	47,60%	53	44,17%	56,67%
	Benim için çok uygun	4	11,10%	11	13,10%	15	12,50%	
Girişimci	Benim için hiç uygun değil	3	8,30%	1	1,20%	4	3,33%	28,33%
	Uygun değil	12	33,30%	18	21,40%	30	25,00%	
	Ne uygun ne de uygun değil	13	36,10%	26	31,00%	39	32,50%	32,50%
	Uygun	8	22,20%	32	38,10%	40	33,33%	39,17%
	Benim için çok uygun	0	0,00%	7	8,30%	7	5,83%	
Mantıklı	Benim için hiç uygun değil	0	0,00%	1	1,20%	1	0,83%	1,67%
	Uygun değil	1	2,80%	0	0,00%	1	0,83%	
	Ne uygun ne de uygun değil	9	25,00%	8	9,50%	17	14,17%	14,17%
	Uygun	18	50,00%	35	41,70%	53	44,17%	84,17%
	Benim için çok uygun	8	22,20%	40	47,60%	48	40,00%	
Pratik	Benim için hiç uygun değil	0	0,00%	1	1,20%	1	0,83%	4,17%
	Uygun değil	1	2,80%	3	3,60%	4	3,33%	
	Ne uygun ne de uygun değil	8	22,20%	19	22,60%	27	22,50%	22,50%
	Uygun	20	55,60%	33	39,30%	53	44,17%	73,33%
	Benim için çok uygun	7	19,40%	28	33,30%	35	29,17%	
Güvenilir	Benim için hiç uygun değil	0	0,00%	1	1,20%	1	0,83%	3,33%
	Uygun değil	0	0,00%	3	3,60%	3	2,50%	
	Ne uygun ne de uygun değil	3	8,30%	2	2,40%	5	4,17%	4,17%
	Uygun	23	63,90%	33	39,30%	56	46,67%	92,50%
	Benim için çok uygun	10	27,80%	45	53,60%	55	45,83%	
Yenilikçi	Benim için hiç uygun değil	1	2,80%	1	1,20%	2	1,67%	2,50%
	Uygun değil	0	0,00%	1	1,20%	1	0,83%	
	Ne uygun ne de uygun değil	12	33,30%	22	26,20%	34	28,33%	28,33%
	Uygun	16	44,40%	29	34,50%	45	37,50%	69,17%
	Benim için çok uygun	7	19,40%	31	36,90%	38	31,67%	

Bağımsız	Benim için hiç uygun değil	0	0,00%	1	1,20%	1	0,83%	5,00%
	Uygun değil	1	2,80%	4	4,80%	5	4,17%	
	Ne uygun ne de uygun değil	9	25,00%	12	14,30%	21	17,50%	17,50%
	Uygun	12	33,30%	35	41,70%	47	39,17%	77,50%
	Benim için çok uygun	14	38,90%	32	38,10%	46	38,33%	
Eleştirici	Benim için hiç uygun değil	0	0,00%	1	1,20%	1	0,83%	5,83%
	Uygun değil	1	2,80%	5	6,00%	6	5,00%	
	Ne uygun ne de uygun değil	4	11,10%	16	19,00%	20	16,67%	16,67%
	Uygun	21	58,30%	31	36,90%	52	43,33%	77,50%
	Benim için çok uygun	10	27,80%	31	36,90%	41	34,17%	
Konuşkan	Benim için hiç uygun değil	3	8,30%	3	3,60%	6	5,00%	20,83%
	Uygun değil	5	13,90%	14	16,70%	19	15,83%	
	Ne uygun ne de uygun değil	12	33,30%	25	29,80%	37	30,83%	30,83%
	Uygun	8	22,20%	21	25,00%	29	24,17%	48,33%
	Benim için çok uygun	8	22,20%	21	25,00%	29	24,17%	
Sabırlı	Benim için hiç uygun değil	4	11,10%	6	7,10%	10	8,33%	20,00%
	Uygun değil	5	13,90%	9	10,70%	14	11,67%	
	Ne uygun ne de uygun değil	9	25,00%	20	23,80%	29	24,17%	24,17%
	Uygun	13	36,10%	23	27,40%	36	30,00%	55,83%
	Benim için çok uygun	5	13,90%	26	31,00%	31	25,83%	
Esprili	Benim için hiç uygun değil	0	0,00%	2	2,40%	2	1,67%	6,67%
	Uygun değil	3	8,30%	3	3,60%	6	5,00%	
	Ne uygun ne de uygun değil	9	25,00%	18	21,40%	27	22,50%	22,50%
	Uygun	16	44,40%	44	52,40%	60	50,00%	70,83%
	Benim için çok uygun	8	22,20%	17	20,20%	25	20,83%	
Geleneksel	Benim için hiç uygun değil	10	27,80%	16	19,00%	26	21,67%	51,67%
	Uygun değil	9	25,00%	27	32,10%	36	30,00%	
	Ne uygun ne de uygun değil	13	36,10%	24	28,60%	37	30,83%	30,83%
	Uygun	4	11,10%	13	15,50%	17	14,17%	17,50%
	Benim için çok uygun	0	0,00%	4	4,80%	4	3,33%	
Ayrıntıcı	Benim için hiç uygun değil	1	2,80%	3	3,60%	4	3,33%	9,17%
	Uygun değil	1	2,80%	6	7,10%	7	5,83%	
	Ne uygun ne de uygun değil	9	25,00%	26	31,00%	35	29,17%	29,17%
	Uygun	14	38,90%	29	34,50%	43	35,83%	61,67%
	Benim için çok uygun	11	30,60%	20	23,80%	31	25,83%	
Güçlü duyguları olan	Benim için hiç uygun değil	0	0,00%	3	3,60%	3	2,50%	10,00%
	Uygun değil	1	2,80%	8	9,50%	9	7,50%	
	Ne uygun ne de uygun değil	7	19,40%	18	21,40%	25	20,83%	20,83%
	Uygun	18	50,00%	28	33,30%	46	38,33%	69,17%
	Benim için çok uygun	10	27,80%	27	32,10%	37	30,83%	

4.2.2.2. Kişilik Envanteri Faktör Analizi

39 ifadenin faktör analizi sonucunda 5 alt boyutlu bir yapıya sahip olduğu tespit edilmiştir. Faktör analizinin KMO değeri 0,723 olup çalışmanın % 72,3 oranında faktör analizine uygun bir dataya sahip olduğu, Bartlett test istatistiği Sig=0,000<0,05 olduğundan dolayı da faktör analizine uygun bir data olduğu anlaşılmış ve devam edilmiştir.

Tablo 9. Tanımsal İfadeler – Faktör Analizi – KMO ve Bartlett Test Sonucu

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,723
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1854,766
	df	741
	Sig.	,000

Faktör analizi sonucunda toplam açıklanabilen varyansın % 45,241'i açıklanabilmektedir. Birinci faktör ile % 17,660 oranında ikinci faktör ile % 9,700 oranında üçüncü faktör ile % 7,250 oranında dördüncü faktör ile % 6,393 oranında ve beşinci faktör ile de % 4,238 oranında açıklanma düzeyine sahip olunduğu tespit edilmiştir.

Tablo 10. Tanımsal İfadeler – Faktör Analizi – Açıklanabilen Toplam Varyans Tablosu

Açıklanabilen Toplam Varyans			
Bileşenler	Ana Özdeğerler		
	Toplam	Açıklanabilen Varyans %	Kümülatif %
Faktör 1	6,888	17,660	17,660
Faktör 2	3,783	9,700	27,360
Faktör 3	2,827	7,250	34,610
Faktör 4	2,493	6,393	41,003
Faktör 5	1,653	4,238	45,241

Birinci faktör altında (Gözlem ve analizci, Bilimsel, Zeki, Mantıklı, Felsefi yargısı güçlü, Güvenilir, Sabırlı, Pratik, Yenilikçi, Bağımsız, Üretken, Estetik yargısı güçlü, Hayal gücü kuvvetli) 13 ifade yer almaktadır. Faktör yükü 0,763 ile 0,342 arasında

değişmektedir. İfadeler incelendiğinde birinci faktörün katılımcıların bilişsel yönlerini barındıran ifadelerden oluştuğu ve bu ifadelerden en belirleyici olanında gözlem ve analiz yeteneklerinin güçlü olduğunu vurguladıkları görülmektedir.

İkinci faktör altında (Konuşkan, Cesur, Belirleyici rol oynayan, Sosyal, Girişimci, Esprili, Maceracı, Egosu yüksek, Fırsatları değerlendirebilen) 9 ifade yer almaktadır. Faktör yükü 0,737 ile 0,404 arasında değişmektedir.

Üçüncü faktör altında (Hassas, Hayalperest, Güçlü duyguları olan, Düşünce ve duyguları derin, Alıngan, Ailesine ve evine düşkün) 6 ifade yer aldığı görülmüştür. Faktör yükü 0,724 ile 0,435 arasında değişmektedir.

Dördüncü faktör altında (Eleştirici, İyimser, Seçici, Çalışkan, Ayrıntıcı, Karamsar, Uyumlu) 7 ifade yer aldığı görülmüştür. Faktör yükü 0,625 ile 0,401 arasında değişmektedir.

Beşinci faktör altında (Disiplinli, Geleneksel, Kararlı, Alışılmamışa ilgi duyan) 4 ifade yer aldığı görülmüştür. Faktör yükü 0,689 ile 0,457 arasında değişmektedir.

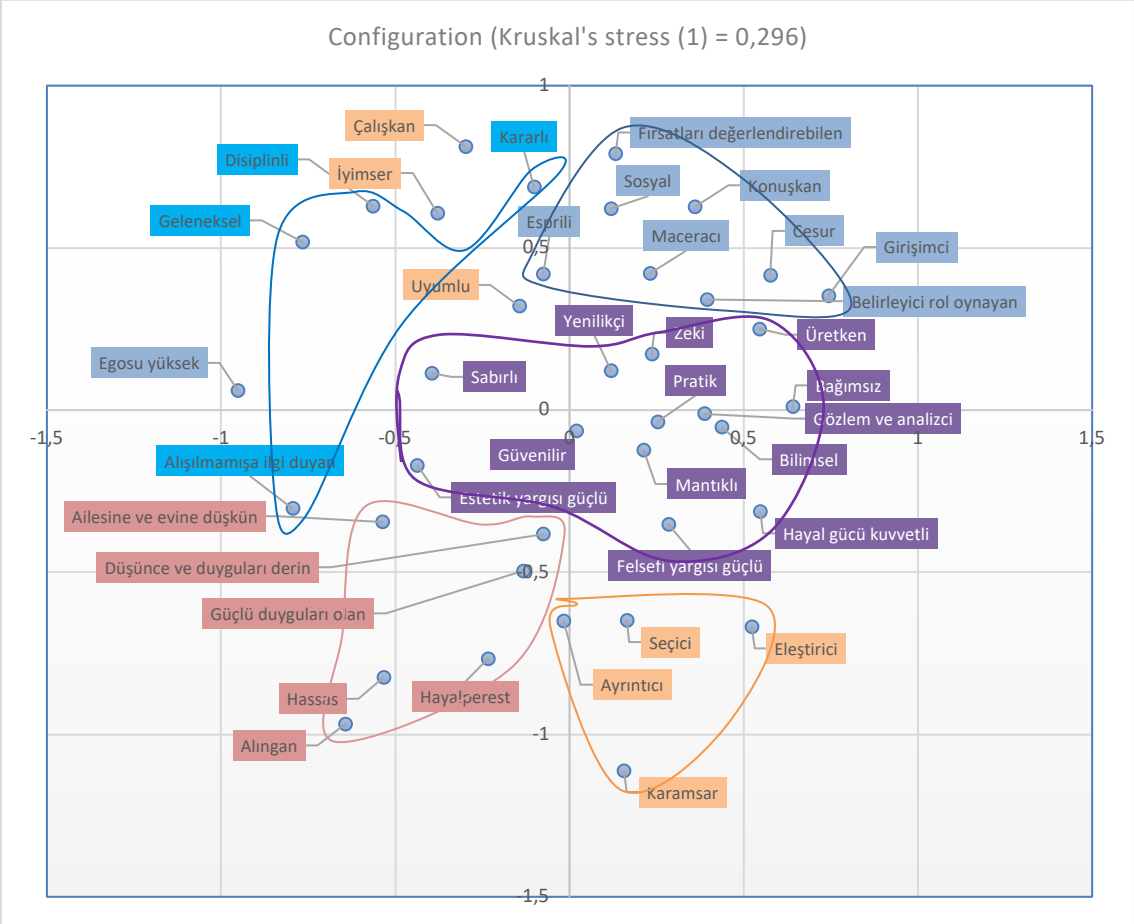
Kişilik envanteri sonucunda elde edilen 5 faktörlü yapının daha net görünmesini sağlayan MDS analizi sonucu grafiksel olarak aşağıdaki gibi gerçekleşmiştir.

Tablo 11. Tanımsal İfadeler – Faktör Analizi – Dönüştürülmüş Bileşenler Matrisi

Faktörler	Dönüştürülmüş Bileşenler Matrisi					
		Bileşenler				
		1	2	3	4	5
Bilişsel	Gözlem ve analizci	0,763				
	Bilimsel	0,717				
	Zeki	0,594				
	Mantıklı	0,589				
	Felsefi yargısı güçlü	0,536				
	Güvenilir	0,484				
	Sabırlı	0,482				
	Pratik	0,478				
	Yenilikçi	0,473				
	Bağımsız	0,419				
	Üretken	0,389				
	Estetik yargısı güçlü	0,374				
	Hayal gücü kuvvetli	0,342				
Sosyal	Konuşkan		0,737			
	Cesur		0,619			
	Belirleyici rol oynayan		0,614			
	Sosyal		0,601			
	Girişimci		0,564			
	Esprili		0,497			
	Maceracı		0,494			
	Egosu yüksek		0,457			
	Fırsatları değerlendirebilen		0,404			
Duyguları Yoğun	Hassas			0,724		
	Hayalperest			0,674		
	Güçlü duyguları olan			0,665		
	Düşünce ve duyguları derin			0,619		
	Alıngan			0,503		
	Ailesine ve evine düşkün			0,435		
Yapısal	Eleştirici				0,625	
	İyimser				-0,584	
	Seçici				0,551	
	Çalışkan				-0,477	
	Ayrıntıcı				0,462	
	Karamsar				0,434	
	Uyumlu				-0,401	
Geleneksel	Disiplinli					0,689
	Geleneksel					0,688
	Kararlı					0,483
	Alışılmamışa ilgi duyan					-0,457

Faktör analizi sonucu oluşan alt grupların iki boyutlu eksen üzerinde dağılımının görsel olarak sunulduğu MDS grafiğinde ifadelerin dağılımını daha net görmek mümkün olmaktadır. Bilişsel alt grubu altındaki ifadelerin daha merkezi bir konumda olduğu ve diğer 4 alt grup olan Sosyal, Duyguları Yoğun, Yapısal ve Geleneksel alt boyutları altında toplanan ifadelerin ise ikincil sıra ile Bilişsel alt boyut ifadeleri altında yayıldığı görülmektedir. Tüm bu sonuçlara bakılacak olursa Türkiye'deki anime ve manga kitlesinin kendilerini sırası ile "Gözlem ve analizci", "Bilimsel", "Zeki", "Mantıklı", "Felsefi yargısı güçlü", "Güvenilir", "Sabırlı", "Pratik", "Yenilikçi", "Bağımsız", "Üretken", "Estetik yargısı güçlü", "Hayal gücü kuvvetli" olarak tanımladıkları görülmüştür.

Şekil 8. Tanımsal İfadeler - MDS Grafiği



Türkiye'deki anime ve manga kitlesinin kendisini tanımlarken en az kullandığı ifadeler ise "Disiplinli", "Geleneksel", "Kararlı" ve "Alışılmamışa ilgi duyan" karakteristik ifadelerden oluştuğu görülmektedir.

4.2.2.3. Siyasi Eğilim

Katılımcıların siyasi eğilimleri bir diğer değişken olarak belirlenmeye çalışılmıştır. Anime ve manga takipçilerinin hangi siyasi eğilimde olduklarını belirlemek amacı ile toplamda 12 temel siyasi eğilimden birini seçmeleri istenmiştir. Katılımcılar % 20 oranında Kemalist, % 15 oranında sosyalist, % 14,17 oranında liberal, % 13,33 oranında milliyetçi, % 10,83 oranında anarşist, % 9,17 oranında demokrat, % 9,17 oranında apolitik, % 5 oranında islamcı, % 0,83'er oranlarda da sosyal demokrat, hümanist, pragmatist ve anarko kapitalist olduklarını belirtmişlerdir.

Tablo 12. Cinsiyet – Siyasi Eğilim Dağılımı

		Cinsiyetiniz?					
		Kadın		Erkek		Toplam	
		n	%	n	%	n	%
Siyasi Eğilim	Kemalist	15	13,90%	57	22,60%	72	20,00%
	Sosyalist	21	19,40%	33	13,10%	54	15,00%
	Liberal	15	13,90%	36	14,30%	51	14,17%
	Milliyetçi	12	11,10%	36	14,30%	48	13,33%
	Anarşist	15	13,90%	24	9,50%	39	10,83%
	Demokrat	18	16,70%	15	6,00%	33	9,17%
	Apolitik	6	5,60%	27	10,70%	33	9,17%
	İslamcı	3	2,80%	15	6,00%	18	5,00%
	Sosyal Demokrat	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%
	Hümanist	3	2,80%	0	0,00%	3	0,83%
	Pragmatist	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%
	Anarko Kapitalist	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%

4.2.2.4. Anime ve Manga Takip Yoğunluğu

Katılımcıların bir diğer anime ve manga takip durumunu belirleyen özellik olarak kaç yıldır anime izledikleri ve manga okudukları ile ortalama bir günde kaç saat anime izlemeye ve manga okumaya ayırdıkları sorulmuştur.

Katılımcıların ortalama 10,12 yıldır anime izleyicisi oldukları görülmektedir. Kadın katılımcılar ortalama 11,19 yıldır anime izleyicisi olduklarını belirtmişken erkek katılımcılar 9,65 yıldır anime izleyicisi konumundadır.

Katılımcıların ortalama 5,53 yıldır manga okuru oldukları, erkek katılımcıların ortalama 5,19 yıldır manga okuru olduğu kadın katılımcıların ise ortalama 6,31 yıldır manga okuyucusu olduklarını belirtmişlerdir.

Ortalama bir günde toplamda 1,71 saat anime izlenmekte, bu oran kadınlarda 2,09 saat iken erkeklerde 1,55 saat olduğu görülmektedir.

Ortalama bir günde katılımcıların 1,24 saat manga okumaya zaman ayırdıklarını erkeklerde bu oranın 1,23 saat kadınlarda ise 1,28 saat olduğu tespit edilmiştir.

Genel olarak kadın katılımcıların manga okuma ve anime izleme oranlarının erkeklere göre daha yüksek olduğu görülmüştür.

Tablo 13. Cinsiyet – Takip Sıklığı

	Cinsiyetiniz?		Toplam
	Kadın	Erkek	
Kaç yıldır anime izlemektesiniz? Yıl...	11,19	9,65	10,12
Kaç yıldır Manga okumaktasınız? Yıl...	6,31	5,19	5,53
Ortalama bir günde kaç saatinizi anime izlemeye ayırırsınız?	2,09	1,55	1,71
Ortalama bir günde kaç saatinizi manga okumaya ayırırsınız?	1,28	1,23	1,24

Katılımcıların anime izleme sıklıklarına bakıldığında ise toplamda % 24,17 oranında her gün, % 35 oranında birkaç günde bir, % 23,33 oranında haftada bir, % 4,17 oranında iki haftada bir ve % 13,33 oranında da ayda bir anime izlediklerini belirtmişlerdir.

Katılımcıların manga okuma sıklıklarına bakıldığında ise toplamda % 24,17 oranında her gün, % 19,17 oranında birkaç günde bir, % 15,00 oranında haftada bir, %

4,17 oranında iki haftada bir ve % 37,50 oranında da ayda bir manga okuduklarını belirtmişlerdir.

Tablo 14. Cinsiyet – Anime ve Manga Takip Sıklığı

		Cinsiyetiniz?				Toplam	
		Kadın		Erkek			
		n	%	n	%	n	%
Anime izleme sıklığınız nedir?	Her gün	24	22,20%	63	25,00%	87	24,17%
	Birkaç günde bir	33	30,60%	93	36,90%	126	35,00%
	Haftada bir	24	22,20%	60	23,80%	84	23,33%
	İki haftada bir	9	8,30%	6	2,40%	15	4,17%
	Ayda bir	18	16,70%	30	11,90%	48	13,33%
Manga okuma sıklığınız nedir?	Her gün	27	25,00%	60	23,80%	87	24,17%
	Birkaç günde bir	15	13,90%	54	21,40%	69	19,17%
	Haftada bir	9	8,30%	45	17,90%	54	15,00%
	İki haftada bir	3	2,80%	12	4,80%	15	4,17%
	Ayda bir	54	50,00%	81	32,10%	135	37,50%

4.2.2.5.Anime İzleme ve manga Okuma Nedenleri

"Öncelikle bana gerçek dünyadan kaçış imkanı sağlar." ifadesi için % 28,3 oranında Kesinlikle Katılmıyorum ve Katılmıyorum, % 18,3 oranında Kararsızım, % 53,3 oranında da Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum cevapları verilmiştir.

"Müzikleri hoşuma gidiyor" ifadesi için % 11,6 oranında Kesinlikle Katılmıyorum ve Katılmıyorum, % 14,1 oranında Kararsızım, % 74,1 oranında da Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum cevapları verilmiştir.

"Renkler ve animasyon, hayal gücümü canlı tutar." ifadesi için % 4,16 oranında Kesinlikle Katılmıyorum ve Katılmıyorum, % 10 oranında Kararsızım, % 85,8 oranında da Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum cevapları verilmiştir.

"Anime, Japon kültürü hakkında çok fazla fikir verir." ifadesi için % 10 oranında Kesinlikle Katılmıyorum ve Katılmıyorum, % 15 oranında Kararsızım, % 75 oranında da Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum cevapları verilmiştir.

"Anime gizem, drama, romcom, cinsellik vb. bir çok şeyi kapsamaktadır." ifadesi için % 4,16 oranında Kesinlikle Katılmıyorum ve Katılmıyorum, % 7,5 oranında Kararsızım, % 88,3 oranında da Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum cevapları verilmiştir.

"Anime, gerçek hayat dersleri verir. Arkadaşlıklar, ilişkiler, aile, kültür vb." ifadesi için % 10,8 oranında Kesinlikle Katılmıyorum ve Katılmıyorum, % 23,3 oranında Kararsızım, % 65,8 oranında da Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum cevapları verilmiştir.

"Kişiliğim üzerinde büyük bir etkisi vardır." ifadesi için % 30,8 oranında Kesinlikle Katılmıyorum ve Katılmıyorum, % 33,3 oranında Kararsızım, % 35,8 oranında da Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum cevapları verilmiştir.

"Kendimi yaşıtlarımdan farklı hissetmemi sağlıyor." ifadesi için % 39,1 oranında Kesinlikle Katılmıyorum ve Katılmıyorum, % 24,1 oranında Kararsızım, % 36,6 oranında da Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum cevapları verilmiştir.

Genel olarak incelendiğinde katılımcıların % 53,3 oranında kendilerine gerçek dünyadan kaçış imkanı sağladığını, % 74,17 oranında müziklerin hoşlarına gittiğini, % 85,83 oranında renklerin ve animasyonların, hayal güçlerini canlı tuttuğunu, % 75,0 oranında Anime ve mangaların Japon kültürü hakkında kendilerine fikir verdiğini, % 88,33 oranında anime ve mangaların gizem, drama, romcom, cinsellik vb. bir çok şeyi kapsaması nedeniyle kendilerine cazip geldiğini, % 65,83 oranında anime ve mangaların, gerçek hayata dersler verdiğini, genel olarak arkadaşlıklar, ilişkiler, aile, kültür vb. konuları kapsamasından dolayı kendilerine cazip geldiğini % 35,83 oranında kişilikleri üzerinde etkili olduğunu, % 36,67 oranında da kendilerini yaşıtlarından farklı hissettirdiğini belirtmişlerdir.

Bu durum Bourdieu'nun "beğeni" teorisi ile uyuşmaktadır. Altkültürlerce başkalarından farklı olmak ve kendilerinden uzaklaşmak için sosyal gruplar tarafından tasarlanmış ve sürdürülmüş bir şeydir. Bourdieu, popüler müziğin sadece müzikal değil sosyolojik olduğunu ileri sürer. Bazı müzik stilleri belirli gruplar tarafından takip edilmekte ya da bazı durumlarda benimsenmektedir. Bu stillerin tüketimi sadece kişisel tercihlere atfedilmekle kalmaz, aynı zamanda bir şekilde sosyal olarak yapılandırılmıştır. Bu, bireysel akran grupları ya da altkültürler arasında popüler olan müzikle gösterilebilir. Bu, müzik beğenilerinin bir 'kültürel sermaye' olarak hizmet ettiği sürece bağlanır (Shuker 2005: 64).

Tablo 15. Cinsiyet – Anime ve Manga Takip Nedenleri

		Cinsiyetiniz?				Toplam		Negatif Nötr Pozitif
		Kadın		Erkek				
		n	%	n	%	n	%	
Öncelikle bana gerçek dünyadan kaçış imkanı sağlar.	Kesinlikle Katılmıyorum	3	2,80%	27	10,70%	30	8,33%	28,33%
	Katılmıyorum	24	22,20%	48	19,00%	72	20,00%	
	Kararsızım	30	27,80%	36	14,30%	66	18,33%	18,33%
	Katılıyorum	30	27,80%	99	39,30%	129	35,83%	53,33%
	Kesinlikle Katılıyorum	21	19,40%	42	16,70%	63	17,50%	
Müzikleri hoşuma gidiyor	Kesinlikle Katılmıyorum	0	0,00%	12	4,80%	12	3,33%	11,67%
	Katılmıyorum	9	8,30%	21	8,30%	30	8,33%	
	Kararsızım	15	13,90%	36	14,30%	51	14,17%	14,17%
	Katılıyorum	51	47,20%	108	42,90%	159	44,17%	74,17%
	Kesinlikle Katılıyorum	33	30,60%	75	29,80%	108	30,00%	
Renkler ve animasyon, hayal gücümü canlı tutar.	Kesinlikle Katılmıyorum	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%	4,17%
	Katılmıyorum	0	0,00%	12	4,80%	12	3,33%	
	Kararsızım	6	5,60%	30	11,90%	36	10,00%	10,00%
	Katılıyorum	48	44,40%	117	46,40%	165	45,83%	85,83%
	Kesinlikle Katılıyorum	54	50,00%	90	35,70%	144	40,00%	
Anime, Japon kültürü hakkında çok fazla fikir verir.	Kesinlikle Katılmıyorum	0	0,00%	12	4,80%	12	3,33%	10,00%
	Katılmıyorum	0	0,00%	24	9,50%	24	6,67%	
	Kararsızım	9	8,30%	45	17,90%	54	15,00%	15,00%
	Katılıyorum	51	47,20%	102	40,50%	153	42,50%	75,00%
	Kesinlikle Katılıyorum	48	44,40%	69	27,40%	117	32,50%	
Anime gizem, drama, romcom, cinsellik vb. birçok şeyi kapsamaktadır.	Kesinlikle Katılmıyorum	0	0,00%	6	2,40%	6	1,67%	4,17%
	Katılmıyorum	3	2,80%	6	2,40%	9	2,50%	
	Kararsızım	6	5,60%	21	8,30%	27	7,50%	7,50%
	Katılıyorum	48	44,40%	114	45,20%	162	45,00%	88,33%
	Kesinlikle Katılıyorum	51	47,20%	105	41,70%	156	43,33%	

Anime, gerçek hayat dersleri verir. Arkadaşlıklar, ilişkiler, aile, kültür vb.	Kesinlikle Katılmıyorum	3	2,80%	6	2,40%	9	2,50%	10,83%
	Katılmıyorum	0	0,00%	30	11,90%	30	8,33%	
	Kararsızım	30	27,80%	54	21,40%	84	23,33%	23,33%
	Katılıyorum	45	41,70%	99	39,30%	144	40,00%	65,83%
	Kesinlikle Katılıyorum	30	27,80%	63	25,00%	93	25,83%	
Kişiliğim üzerinde büyük bir etkisi vardır.	Kesinlikle Katılmıyorum	0	0,00%	30	11,90%	30	8,33%	30,83%
	Katılmıyorum	15	13,90%	66	26,20%	81	22,50%	
	Kararsızım	39	36,10%	81	32,10%	120	33,33%	33,33%
	Katılıyorum	39	36,10%	54	21,40%	93	25,83%	35,83%
	Kesinlikle Katılıyorum	15	13,90%	21	8,30%	36	10,00%	
Kendimi yaşıtlarımdan farklı hissetmemi sağlıyor.	Kesinlikle Katılmıyorum	6	5,60%	57	22,60%	63	17,50%	39,17%
	Katılmıyorum	15	13,90%	63	25,00%	78	21,67%	
	Kararsızım	30	27,80%	57	22,60%	87	24,17%	24,17%
	Katılıyorum	45	41,70%	51	20,20%	96	26,67%	36,67%
	Kesinlikle Katılıyorum	12	11,10%	24	9,50%	36	10,00%	

4.2.2.6. Kendini Tanımlama

Katılımcılara bir diğer sorumuzda toplamda % 27,64 oranında hayal kuran, % 17,81 oranında maceraya düşkün, % 17,49 oranında kuralların gerekliliğine inanan, % 13,96 oranında şansa inanan, % 8,64 oranında kaderci, % 6,55 oranında kaderci olan, % 6,55 oranında okulda sorunlu olan, % 4,94 oranında sistemden memnun olan ve % 2,97 oranında da polisle başı derde giren olarak tanımlamıştır.

Tablo 16. Cinsiyet – Kendini Tanımlama

	Cinsiyetiniz?		
	Kadın	Erkek	Total
Hayal Kurma	26,22	28,25	27,64
Maceraya düşkünlük	16,52	18,36	17,81
Kuralların gerekliliğine inanma	16,90	17,75	17,49
Şansa İnanma	15,80	13,17	13,96
Kaderci olma	9,36	8,34	8,64
Okulda sorunlu olma	8,47	5,73	6,55
Sistemden memnuniyet	4,64	5,06	4,94
Polisle başı derde girme	2,07	3,35	2,97

Anime izleme ve manga okumaya başladıklarından itibaren bu tanımsal ifadelerde nasıl bir değişim olduğunu sorduğumuzda ise katılımcıların % 43,33'nün maceraya

düşkünlüğünün arttırdığını, % 74,17 oranında hayal kurmalarını arttırdığını, % 85,0 oranında şansa inanma durumlarını değiştirmediğini, % 88,33 oranında kaderci olma durumlarını değiştirmediğini, % 77,50 oranında kuralların gerekliliğine inanma durumlarını değiştirmediğini, % 93,33 oranında okulda sorunlu olma durumlarını değiştirmediğini, % 95,0 oranında polisle başlarının derde girmesi durumunu değiştirmediğini, % 69,17 oranında da sistemden memnuniyet durumlarını değiştirmediğini ancak % 28,33 oranında sistemden memnuniyet durumlarını azalttığını belirtmişlerdir.

Tablo 17.Cinsiyet – Kendini Tanımlama Durum Değişimi

		Cinsiyetiniz?				Toplam	
		Kadın		Erkek			
		n	%	n	%	n	%
Maceraya düşkünlük	Arttı	39	36,10%	117	46,40%	156	43,33%
	Değişmedi	66	61,10%	135	53,60%	201	55,83%
	Azaldı	3	2,80%	0	0,00%	3	0,83%
Hayal Kurma	Arttı	75	69,40%	192	76,20%	267	74,17%
	Değişmedi	30	27,80%	60	23,80%	90	25,00%
	Azaldı	3	2,80%	0	0,00%	3	0,83%
Şansa İnanma	Arttı	6	5,60%	33	13,10%	39	10,83%
	Değişmedi	99	91,70%	207	82,10%	306	85,00%
	Azaldı	3	2,80%	12	4,80%	15	4,17%
Kaderci olma	Arttı	3	2,80%	9	3,60%	12	3,33%
	Değişmedi	96	88,90%	222	88,10%	318	88,33%
	Azaldı	9	8,30%	21	8,30%	30	8,33%
Kuralların gerekliliğine inanma	Arttı	12	11,10%	24	9,50%	36	10,00%
	Değişmedi	78	72,20%	201	79,80%	279	77,50%
	Azaldı	18	16,70%	27	10,70%	45	12,50%
Okulda sorunlu olma	Arttı	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%
	Değişmedi	99	91,70%	237	94,00%	336	93,33%
	Azaldı	9	8,30%	12	4,80%	21	5,83%
Polisle başı derde girme	Arttı	0	0,00%	3	1,20%	3	0,83%
	Değişmedi	102	94,40%	240	95,20%	342	95,00%
	Azaldı	6	5,60%	9	3,60%	15	4,17%
Sistemden memnuniyet	Arttı	0	0,00%	9	3,60%	9	2,50%
	Değişmedi	75	69,40%	174	69,00%	249	69,17%
	Azaldı	33	30,60%	69	27,40%	102	28,33%

4.2.2.7. Anime İzleme ve Manga Okumaya Başlama Etkenleri

Katılımcıların anime izlemeye ve manga okumaya nasıl başladıklarının sorulduğu sorumuzda katılımcılar toplamda % 39,75 oranında arkadaş tavsiyesi ile % 4,35 oranında animesini izledikten sonra mangasını okumak istediklerini, % 8,70 oranında sosyal medya ve internet reklamlarından keşfettiklerini, %36,65 oranında kendi aramaları sonucu bulduklarını, % 0,62 oranlarında Japonya ziyaretleri sonrası keşfettiklerini ve oyuncaklarını gördükten sonra başladıklarını, % 9,32 oranında da Japon kültürünü merak ettikleri için başladıklarını belirtmişlerdir.

Manga okumaya ise % 14,45 oranında Arkadaş tavsiyesi ile % 47,98 oranında animesini izledikten sonra mangasını okumak istediklerini, % 5,78 oranında sosyal medya ve internet reklamlarından keşfettiklerini, % 24,86 oranında kendi çabaları ile ulaştıklarını, % 0,58 oranında oyuncaklarını gördükten sonra başladıklarını ve % 6,36 oranında da Japon kültürünü merak ettikleri için başladıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 18.Cinsiyet – Anime İzleme ve Manga Okumaya Başlama Etkenleri

		Cinsiyetiniz?				Toplam	
		Kadın		Erkek			
		n	%	n	%	n	%
Anime izlemeye nasıl başladınız?	Arkadaş tavsiyesi ile	51	32,70%	141	43,10%	192	39,75%
	Animesini izledikten sonra mangasını okumak istedim	6	3,80%	15	4,60%	21	4,35%
	Sosyal medya ve internet reklamlarından	9	5,80%	33	10,10%	42	8,70%
	Kendim buldum	54	34,60%	123	37,60%	177	36,65%
	Japonya ziyareti sonrası keşfettim	3	1,90%	0	0,00%	3	0,62%
	Oyuncaklarını gördükten sonra başladım	3	1,90%	0	0,00%	3	0,62%
	Japon kültürünü merak ettiğim için başladım	30	19,20%	15	4,60%	45	9,32%
Manga okumaya nasıl başladınız?	Arkadaş tavsiyesi ile	24	13,80%	51	14,80%	75	14,45%
	Animesini izledikten sonra mangasını okumak istedim	75	43,10%	174	50,40%	249	47,98%
	Sosyal medya ve internet reklamlarından	3	1,70%	27	7,80%	30	5,78%
	Kendim buldum	45	25,90%	84	24,30%	129	24,86%
	Japonya ziyareti sonrası keşfettim	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%

	Oyuncaklarını gördükten sonra başladım	3	1,70%	0	0,00%	3	0,58%
	Japon kültürünü merak ettiğim için başladım	24	13,80%	9	2,60%	33	6,36%

4.2.2.8. Anime İzleme ve Manga Okuma, Tiyatro ve Sinema Tercihleri

Katılımcıların % 42,50'si Anime izlemeyi tercih ettiklerini, % 18,33'ü manga okumayı daha çok tercih ettiklerini, % 39,17'si ise her ikisini de takip etmekten hoşlandıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 19. Cinsiyet – Anime İzleme ve Manga Okumaya Tercihleri

		Cinsiyetiniz?				Toplam	
		Kadın		Erkek			
		n	%	n	%	n	%
Anime izlemeyi mi manga okumayı mı tercih edersiniz?	Anime izlemeyi tercih ederim	57	52,80%	96	38,10%	153	42,50%
	Manga okumayı tercih ederim	18	16,70%	48	19,00%	66	18,33%
	Her ikisini de takip ediyorum	33	30,60%	108	42,90%	141	39,17%

Ayrıca katılımcıların % 85,83'ü sinemaya gittiklerinde vizyon filmlerini tercih ettiklerini, % 12,50'si ise festival filmlerini tercih ettiklerini belirtmektedir. Erkeklerde vizyon filmlerini tercih etme oranı % 95,10 gibi yüksek bir oran iken kadınlarda festival filmlerini tercih etme oranı % 30,60 seviyesindedir.

Katılımcıların toplamda % 2,5's, haftada bir veya iki üç haftada bir tiyatroya gittiğini, % 7,50 oranında ayda bir gittiklerini, % 24,17 oranında birkaç ayda bir gittiklerini, % 34,17 oranında yılda bir gittiklerini ve % 29,17 oranında da hiç tiyatroya gitmediklerini belirtmişlerdir.

Tablo 20. Cinsiyet – Sinema ve Tiyatroya Gitme Tercihleri

		Cinsiyetiniz?				Toplam	
		Kadın		Erkek			
		n	%	n	%	n	%
Sinemaya gittiğinizde genelde hangi türü izlemeyi tercih edersiniz?	Festival filmleri	33	30,60%	12	4,90%	45	12,50%
	Vizyon filmleri	75	69,40%	234	95,10%	309	85,83%

Tiyatroya ne sıklıkla gidersiniz?	Haftada Bir Kere	3	2,80%	6	2,40%	9	2,50%
	İki Üç Haftada Bir	0	0,00%	9	3,60%	9	2,50%
	Ayda Bir	15	13,90%	12	4,80%	27	7,50%
	Birkaç Ayda Bir	33	30,60%	54	21,40%	87	24,17%
	Yılda bir	24	22,20%	99	39,30%	123	34,17%
	Hiç gitmem	33	30,60%	72	28,60%	105	29,17%

4.1.1.1 Takip Edilen Anime ve Mangalar

Katılımcıların takip ettikleri anime ve mangaları belirtmeleri istenmiştir. İzlenen animeler incelendiğinde katılımcıların çeşitli kategorilerde 120 farklı anime izlendiği belirtilmiştir. Tablonun çok uzun olmasından dolayı en çok izlenen ilk 20 animeye yer verilmiştir. Katılımcıların en çok izlediği ilk anime % 10,3 oranı ile "One Peace", ikinci sırada % 8,1 izlenme oranı ile "Dragon Ball", üçüncü sırada % 5,3 izlenme oranı ile "Naruto", dördüncü sırada % 4,7 izlenme oranı ile "Ergo Proxy" ve beşinci sırada ise % 4,5 izlenme oranı ile "Bleach" yer almıştır. İzlenme oranlarına göre sıralanmış ve ilk izlenme oranı en yüksek olan ilk 20 anime aşağıdaki gibidir.

Tablo 21. En Çok İzlenen İlk 20 Anime

		Cinsiyetiniz?					
		Kadın		Erkek		Toplam	
		n	%	n	%	n	%
İzlenen Animeler	One peace	27	6,00%	129	12,00%	156	10,30%
	Dragon Ball	42	9,40%	81	7,60%	123	8,10%
	Naruto	18	4,00%	63	5,90%	81	5,30%
	Ergo Proxy	24	5,40%	48	4,50%	72	4,70%
	Bleach	27	6,00%	42	3,90%	69	4,50%
	Hunter x Hunter	9	2,00%	51	4,80%	60	4,00%
	One Punch Man	0	0,00%	57	5,30%	57	3,80%
	Shingeki No Kyojin	27	6,00%	27	2,50%	54	3,60%
	Shaman King	9	2,00%	36	3,40%	45	3,00%
	Death Note	12	2,70%	27	2,50%	39	2,60%
	Code Geass	6	1,30%	30	2,80%	36	2,40%
	Attack On Titan	6	1,30%	21	2,00%	27	1,80%
	Cowboy Bebop	3	0,70%	24	2,20%	27	1,80%
	Nanatsu no Taizai	6	1,30%	21	2,00%	27	1,80%
	Boku no Hero Academia	3	0,70%	21	2,00%	24	1,60%
	Hellsing	6	1,30%	18	1,70%	24	1,60%

	Overlord	0	0,00%	24	2,20%	24	1,60%
	Sailor moon	18	4,00%	6	0,60%	24	1,60%
	No Game No Life	3	0,70%	18	1,70%	21	1,40%
	Berserk	6	1,30%	15	1,40%	21	1,40%

Okunan mangalar incelendiğinde katılımcıların çeşitli kategorilerde 81 farklı manga okuduklarını belirtilmiştir. Tablonun çok uzun olmasından dolayı en çok izlenen ilk 20 mangaya yer verilmiştir. Katılımcıların en çok okuduğu ilk manga % 10,2 oranı ile "One Peace", ikinci sırada % 6,1 okunma oranı ile "Naruto", üçüncü sırada % 5,9 okunma oranı ile "Berserk", dördüncü sırada % 4,6 okunma oranı ile "Hunter x Hunter" ve beşinci sırada ise % 4,6 izlenme oranı ile "One Punch Man" yer almıştır. Okunma oranlarına göre sıralanmış ve okunma oranı en yüksek olan ilk 20 manga aşağıdaki gibidir.

Tablo 22. En Çok Okunan İlk 20 Manga

		Cinsiyetiniz?					
		Kadın		Erkek		Toplam	
		n	%	n	%	n	%
Okunan Mangalar	One Piece	15	4,50%	105	12,40%	120	10,20%
	Cevap Yok	30	9,10%	51	6,00%	81	6,90%
	Naruto	30	9,10%	42	4,90%	72	6,10%
	Berserk	9	2,70%	60	7,10%	69	5,90%
	Hunter x Hunter	9	2,70%	45	5,30%	54	4,60%
	One Punch Man	12	3,60%	42	4,90%	54	4,60%
	Shingeki No Kyojin	9	2,70%	42	4,90%	51	4,30%
	Bleach	15	4,50%	24	2,80%	39	3,30%
	Gintama	15	4,50%	21	2,50%	36	3,10%
	Boku No Hero Academia	3	0,90%	30	3,50%	33	2,80%
	Full Metal Alchemist	15	4,50%	15	1,80%	30	2,50%
	Fairy Tail	3	0,90%	21	2,50%	24	2,00%
	Tokyo Ghoul	6	1,80%	18	2,10%	24	2,00%
	Skip Beat	15	4,50%	9	1,10%	24	2,00%
	Vagabond	3	0,90%	18	2,10%	21	1,80%
	Nanatsu no Taizai	0	0,00%	18	2,10%	18	1,50%
	Hiyokoi	12	3,60%	6	0,70%	18	1,50%
	Kuroshitsuji	12	3,60%	6	0,70%	18	1,50%
	Noblesse	0	0,00%	18	2,10%	18	1,50%
	Dragon ball	3	0,90%	12	1,40%	15	1,30%

4.1.1.2 Özdeşleştirilen Anime ve Manga Karakteri

Katılımcılara izledikleri anime ve/veya okudukları mangalarda kendilerini özdeşleştirdikleri karakterin hangileri olduğu sorulmuştur. Katılımcılar toplamda 76 farklı karakterle kendilerini özdeşleştirdiklerini belirtmişlerdir. Listenin uzun olmasından dolayı en çok söylenen ilk 20 karakter aşağıdaki gibi belirtilmiştir. İlk belirtilen karakter % "Naruto Uzumaki" karakteri ile özdeşleşildiği, ikinci sırada % 4,1 oranında "Okabe Rintarou" karakteri ile özdeşleşildiği, üçüncü sırada % 3,7 oranında "Killua Zoldyck" karakteri ile özdeşleşildiği, dördüncü sırada % 3,2 oranı ile "Alita" karakteri ile özdeşleşildiği, beşinci sırada ise % 3,2 oranı ile "One punch man" karakteri ile özdeşleşildiği belirtilmiştir.

Tablo 23. En Çok Özdeşleştirilen İlk 20 Karakter

		Cinsiyetiniz?					
		Kadın		Erkek		Toplam	
		n	%	n	%	n	%
Eşleştirilen Karakter	Naruto Uzumaki	6	3,10%	33	7,20%	39	6,00%
	Okabe Rintarou	6	3,10%	21	4,60%	27	4,10%
	Killua Zoldyck	6	3,10%	18	3,90%	24	3,70%
	Alita	6	3,10%	15	3,30%	21	3,20%
	One punch man	6	3,10%	15	3,30%	21	3,20%
	Kuroko Tetsuya	3	1,50%	15	3,30%	18	2,80%
	Monkey D.Luffy	6	3,10%	12	2,60%	18	2,80%
	Nami	9	4,60%	9	2,00%	18	2,80%
	Cowboy Bebop	0	0,00%	15	3,30%	15	2,30%
	Nanatzu	6	3,10%	9	2,00%	15	2,30%
	Natsuno Yuuki	3	1,50%	12	2,60%	15	2,30%
	Sanji	0	0,00%	15	3,30%	15	2,30%
	Father	0	0,00%	12	2,60%	12	1,80%
	Hiyokoi-Hiyori	6	3,10%	6	1,30%	12	1,80%
	Izuku Midoriya	6	3,10%	6	1,30%	12	1,80%
	Sakata Gintoki	3	1,50%	9	2,00%	12	1,80%
	Shikamaru Nara	6	3,10%	6	1,30%	12	1,80%
	Alucard	3	1,50%	6	1,30%	9	1,40%
	Yona	6	3,10%	3	0,70%	9	1,40%
	Yachiru	6	3,10%	3	0,70%	9	1,40%

4.1.1.3 Kendini Otaku Olarak Tanımlama ve Cosplay Etkinliklere Katılma Durumu

Katılımcılara son olarak kendilerini otaku olarak tanımlayıp tanımlamadıkları ve Türkiye'de yapılan cosplay etkinliklere katılma durumları sorulmaktadır.

Otaku; yaşadığımız dünyaya tercih ettikleri bir fantezi dünyasının içinde, dış etkilere tamamen kendilerini kapatarak, bir dünya haline getirdikleri uğraş, hobi ve altkültürler ile yeni bir hayat örerek yalancı ve parlak bir dünyanın içinde yaşamayı tercih eden insanlar için kullanılan bir kavramdır. Kavram ilk ortaya çıktığı 70'li yıllarda küçümseme, aşağılama amaçlı kullanılan ve içinde barındırdığı asosyalliği vurgulayan bir anlama sahipti. Günümüzde ise bu kavram kendilerine otaku diyen insan ve grupların sayısının artmasıyla sadece tüketim ve pop kültür öğelerini değil sanat akımlarını da şekillendirebilecek bir hale geldi. Hayali bir dünyada gerçek dünyadan daha güçlü gerçeklikler keşfedilebileceğini savunan bu kültürün sadece varlığıyla bile birçok sanat eserine ilham kaynağı olması şaşırtıcı değildir. Sadece otaku kültüründen yola çıkılarak yaratılan pek çok sanat eseri ve tüketim ürünü uluslararası çapta kabul gördüğü için değil, aynı zamanda da bu düşünce biçiminin hem Japonya hem de tüm dünya üzerinde büyük bir etkisi olduğu için otaku günümüzde Japon kültürü analizindeki en önemli faktörlerden biridir.

Otakuların kendilerini adayışlarında bir sınır olmaması, tutkuyla, istekle, çoğunlukla bir kimlik kazanmak veya kendilerine biçtikleri bir kimliği, hayatlarını üzerine kurdukları bir fikri beslemek adına sürekli tükettikleri göz önünde bulundurulduğunda, kısaca 'tutkulu tüketiciler' olarak adlandırılabilirler (Kurşuncu, 2014:54).

Otaku, 1970'lerde Japonya'da doğmuş ve anime-manga ve bilgisayar ürünleri üreten dev endüstriyi yükseltmiş altkültürdür. Terim ortaya çıktığı yıllarda ilk olarak anime

manga fanatiklerini tanımlamak için kullanılmışsa da, daha sonraları hayatını bilgisayarı başında geçiren fanatikler de bu şekilde anılmaya başlanmıştır. Otakuların abartılı biçimde kendilerini adadıkları konuda üretilen her şeyi sahiplenmeleri, satın almaları ve biriktirmeleri, bu tutkulu tüketicilerin endüstriyi yükseltmelerini sağlamıştır. Bir başka deyişle kendi alanlarında otakular 'trendsetter' (trend yaratan, yeni bir akım başlatan) olarak görülürler. Sony veya Nintendo gibi büyük oyun firmaları örneğin, otakuların satın alma alışkanlıklarını veya nelere meraklı olduklarını yakından araştırarak neyin gözde olup neyin olmadığıyla ilgili ipucu elde etmeye çalışırlar. Bu grubun Japon firmalarının en çok ilgisini çeken özellikleri bu trend yaratma ve harcama kapasiteleridir (Bremner, Tashiro, 2006).

Katılımcıların toplamda % 75,8'i kendini otaku olarak tanımlamaktadır. % 24,2 oranı ise otaku olarak tanımlamadığını belirtmektedir. Kadınlarda kendini otaku olarak tanımlama oranı % 72,2 iken erkeklerde bu oran % 77,4 oranındadır.

Tablo 24. Kendini Otaku Olarak Tanımlama

		Cinsiyetiniz?					
		Kadın		Erkek		Toplam	
		n	%	n	%	n	%
Kendinizi Otaku olarak tanılarmısınız?	Evet	78	72,20%	195	77,40%	273	75,80%
	Hayır	30	27,80%	57	22,60%	87	24,20%

Katılımcıların % 76,7'si Türkiye'de cosplay etkinliklerine katıldıklarını belirtmektedir. % 23,3 oranında ise katılmadıkları görülmektedir. Kadınlarda cosplay etkinliklerine katılma oranı % 72,2 iken erkeklerde bu oran % 78,6 oranındadır.

Tablo 25. Cosplay Etkinliklerine Katılma Durumu

		Cinsiyetiniz?					
		Kadın		Erkek		Toplam	
		n	%	n	%	n	%
Cosplay vb. etkinliklere katıldınız mı?	Evet	78	72,20%	198	78,60%	276	76,70%
	Hayır	30	27,80%	54	21,40%	84	23,30%

Cosplay etkinliklerinin anime ve manga hayranları için önemli etkinlikler olduğu çıkan sonuçlardan anlaşılmaktadır. Cosplay kelimesi İngilizce "costume" kostüm ve "play" oyun kelimlerinin birleşimi olarak türetilmiştir. Genellikle anime ve manga kahramanlarının, filmlerdeki süper kahramanların ve oyun kahramanlarının kostümleri bu etkinliklerde yer alır. Cosplaylerde gerçek hayatta yer alan "ünlü" dediğimiz kişilere bir öykünme yoktur. Dünyada en bilinen cosplay etkinliklerine örnek olarak "Anime Expo", "Comic-Con", "Gamescon", Sakura-Con" verilebilir. Dünya çapında bir çok ülkenden katılımcı ile gerçekleşen bu etkiliklerde, en başarılı kostümleri görmek mümkündür. Comic-Con'un Youtube sayfasında (https://www.youtube.com/user/ComicCon/videos) etkinliğe katılan katılımcılara ait görüntüler ve yine etkinlik için özel hazırlanmış prodüksüyonlar izlenebilir. Bu videolardan da anlaşılacağı üzere normal bir kostümlü partiden çok uzak bir anlayışa sahip olarak katılımcılar karakterlere birebir benzemeyi amaçlamaktadırlar.

Ülkemizde ise birçok üniversitenin anime manga toplulukları tarafından çeşitli etkinlikler düzenlenmektedir. Bunlara örnek olarak, Yeditepe Üniversitesi Bilim Kurgu Kulübü tarafından düzenlenen "Yucon", ODTÜ Bilim Kurgu ve Fantezi Topluluğu tarafından düzenlenen "METUCON" verilebilir. Bunların dışında hayranlar tarafından düzenlenen etkinlikler de ülkemizde bulunmakatadır. Comikon, Goblincon bu etkinliklere örnek olarak gösterilebilir.

Çalışma sonucunda elde edilen veriler derlendiğinde Anime izleyiciliği ve Manga okuyuculuğu bir yaşam tarzına kısmen de olsa dönüşmüş durumdadır. Forumlar ve çevrim içi gruplara yapılan üyelikler başta olmak üzere düzenlenen kostüm yarışmalarına katılımlar ile sosyallik sağlanmaktadır. Sanal ortamda yapılan tanışmalar dışarıda gerçek dünyada tanışmalar ile arkadaşlığa dönüşmektedir. Gerçekleşen sohbetlerde konu sadece manga ve anime özelinde değil diğer konularda da yapılmaktadır. Gündelik hayatta farklı yaşam alanlarında (okul, iş yeri vb.) bu anime ve manga özelindeki konular bir anlam

ifade etmemektedir. Manganın yaygınlaşması için daha çok reklam verilmesi ve tanıtılması, yayın evlerinin satabilecekleri popüler manga serilerini getirmesi, televizyonların animeleri orijinal olarak yayınlaması bu altkültürün gelişmesi ve tanıtılması için önem arz etmektedir.

SONUÇ

Çalışmanın literatür bölümü incelendiğinde, altkültür kavramı etrafında sosyolojik tartışmaların başladığı dönem olarak önümüze İkinci Dünya Savaşı sonrası çıkmaktadır. Sosyoloji literatüründe altkültür kavramı 1947 yılında McLung Lee ve M. Gordon tarafından ilk kez kullanıldığı görülmüştür. İki sosyolog bu kavramı ulusal kültürün bir alt uygulaması şeklinde kullanmışlardır (Brake, 1980: 5; livesey, 2007: 2). Bu dönemdeki çalışmalar daha ziyade Chicago Okulu tarafından yürütülmüştür. Fakat kavramın esaslı çerçevesi 1970'li ve 80'li yıllarda Birmingham Üniversitesi bünyesinde kurulan Centre for Contemporary Cultural Studies'in araştırmaları sayesinde belirlenmiş; gençlik, tarz ve müzik arasındaki ilişki genellikle altkültür teorisi üzerinden bu araştırmalar neticesinde okunur hâle geldiği görülmüştür. 1990'lardan sonra ise postmodemist teorisyenler, altkültür kavramının hakim kültüre karşı sınıfsal bir karşılığı temsil etmekten ziyade postmodern dönemin her şeyi kitleselleştirdiği ve tüketime sunduğu gerçekliğinden hareketle, gençliğin kültürle olan ilişkisinin geçici ve kaygan zeminlerde gerçekleştiğine vurgu yapmaya başlamışlardır. Andy Bennett'in (1999), Michel Maffesoli'nin kabile kavramı üzerinden altkültür gruplarının geçici olarak kurulmuş ortaklıklar olduğunu iddia etmesi böylesi bir sürecin ürünü olarak ortaya çıkmıştır (Bennett, 1999: 599-617; Jensen, 2011: 1-31).

Literatür taraması sonucunda altkültür kavramının zaman içerisinde geçirmiş olduğu değişimler incelenmiş ve kavramın pek çok farklı tanımlama ve açıklamalara mazhar olduğu görülmüştür. Bazı sosyologlarca altkültür; dil, gelenek, değerler ve birtakım sosyal normlar açısından içinde yaşadıkları toplumun hayat pratiklerinden farklılaşan ve ayrışan bir grupsal yaşam biçimi olarak kabul edildiği görülmüştür. Bu temelde meseleye yaklaşıldığında, altkültür grubu toplumla ortak dil ve iktisadi birliktelikleri sürdürebilen, bununla beraber içinde yaşadığı toplumsal kültürden ve anlayıştan en az bir ya da birden fazla kültürel tavır alışla farklılaşmaya yönelen bir grup

özelliği gösterdiği görülmektedir. Bir başka yaklaşım biçiminde ise altkültür, gençlik altkültürleri üzerinden değerlendirilmek suretiyle içinde yaşanılan dönemin sosyoekonomik ve kültürel getirilerinden etkilenen ve bu sayede daha geniş anlamıyla tüm gençliği etkisi altına alabilen bir kavram olarak tartışılmıştır (Kızılçelik ve Erjem, 1992: 25-26; Doğan, 1993: 107-129). Giddens ise gençlik altkültürü ile gençlerin yetişkin toplumdan farklı olarak; özel değerler, standartlar, beklentiler ve davranış örüntülerine katılımlarının sağlandığına ve bunlarla sosyalleştiklerine dikkat çekmiş, aynı zamanda bu durumun iki yaş kategorisi (gençlik-yetişkinlik) arasındaki uçuruma ve nesiller arası savaşa karşılık geldiğini belirtmiştir (Giddens, 1995: 135).

Bu tanımlamaların dışında toplum tarafından kimi zaman suça bulaşmış ve suçla anılan gruplar altkültür olarak kabul edilebilirken, kimi zaman ise giyinişleri ve dinledikleri müzikler ile toplumdan farklılaşan gençler bu tanımlamanın muhatabı hâline gelmiştir. Bazen de Amerikan toplumundaki örnekleri gibi geleneksel hayatlarını sürdürmeye ve modernleşme karşı bir tutum ile yaşamaya devam eden Amishler'in (Haviland, 2008: 68-70) benzeri farklı dar sosyal grupları tanımlamak için altkültür kavramı kullanılabilmiştir. Fakat potansiyel olarak altkültür kavramı modern toplumlarda her toplumsal grup için kullanılabilecek, her biri kendi değer ve beğeni sistemine sahip farklı grupların tanımlanmasında başvurulabilecek bir kavramsal kategoriyi de temsil ettiği sonucuna varılacaktır (Abercrombie, Hill ve Turner, 2006: 384). Bu sayede altkültürleşme, modernleşme süreçlerinin toplumlara yaşatmış olduğu derin hayal kırıklıklarının, maddi yoksunlukların, toplum içerisindeki bireysel başarısızlıkların, toplumsal konumu itibarıyla dezavantajlı bir pozisyona bürünmüş olanların çaresizliklerinin bir çıkış yolu olarak hakim kültürden uzaklaşma sürecine dönüşmektedir. Toplum içerisinde bu tür bireylerin ya da dinî, etnik, siyasi grupların böylesi süreçlerin mağduru haline dönüşmesi kolektif bir çözümün aranmasına, kaçınılmaz bir birlikteliğin doğmasına ve toplumsal işleyişten bağımsız ve fakat topluma

yönelik bir çabanın gelişmesine sebep olmaktadır (Marshall, 1999: 16-17). Aynı zamanda bu durum, yani gençlerin altkültür grupları olarak kendilerini ifade ediş biçimleri, onların gerçekte ne olduğunu değil; ne olmak istediğini, ne olmak istemediğini ve ne olmayı başaramadığını işaret eder bir tarzda biçimlenmektedir (Liogier, 2005: 25-41). Dolayısıyla sosyolojinin konusu hâline dönüşen gençlik çalışmaları, suç sosyolojisi, yeni toplumsal hareketler, etnisite ve din konulan altkültür çalışmalarının sosyolojik zeminini de oluşturduğu görülmektedir (Bahar, 2008: 59).

Gençlik altkültür gruplarının baskın kültürden sapmayı temsil eden davranış kalıplarını değiştirebilmek, değilse topluma uyumlu hâle getirebilmek, 20. yüzyıl boyunca sürekli istenen ve uygulanmaya çalışılan bir yöntem olagelmiştir. Genelde bu süreç 1950'lerden sonra başlayıp günümüze kadar gelen pek çok altkültür grubu için aynı şekilde cereyan etmiştir. Öncelikle topluma bu "garip" giyinişli ve tavırlı gençlerin aslında "bizim de çocuğumuz" olabileceği, dolayısıyla çok da yadırgamamamız gerektiği telkin edilmekte, sonrasında gençlerin kullanmış olduğu aksesuarların çoğu kitle üretim malzemesi hâline dönüştürülmekte ve son olarak da "sapkın" davranışlar baskın-ana kültürün üreticileri ve kollayıcıları tarafından yemden tanımlanmakta, âdeta yeni bir etiket ile toplumsal yapıya uyumlu bir hâle kavuşturulmaktadır. Apaçi gençliğin saç tarzının, kıyafet anlayışının kıyasıya eleştirilmesi fakat bir süre sonra eleştiren gruplar tarafından tarz olarak benimsenmesi, apaçi müziği ve dans biçimleriyle dalga geçilmesi ve fakat yine dalga geçen toplumsal kesimler tarafından farklı şekillerde taklit edilip-üretiliyor olması aslında hem altkültür gruplarının kültürü dönüştürücü etkisini göstermekte hem de apaçiliğe karşı geliştirilen ötekileştirici dilin niteliği hakkında bize ipuçları vermektedir.

Yukarıda belirlenmiş olan ana hatlar çerçevesinde Türkiye'deki anime manga fanlarının bir altkültür olarak var olup olmadığının incelenmesine yönelik gerçekleştirilen anketin özet sunumu aşağıdaki gibi gerçekleşmiştir.

Anket çalışması sonucunda elde edilen veriler derlendiğinde Türkiye'de yaşayan anime manga fanlarının % 84,17 oranında üniversite ve üniversite üstü eğitime sahip olan, ortalama yaşı 25,5 olan % 36,67 oranında öğrenci ve % 63,33 oranında değişik meslek gruplarında çalışanlardan oluşan, anne eğitim durumu % 65 oranında lise ve altı eğitim almış olan, baba eğitim durumu % 46,67 oranında lise ve altı eğitim durumunda olan, % 67,5 oranında 3500 TL ve üstü maddi gelire sahip olan, % 97,5 oranında evinde kendi internetine sahip olan, 17 tanesi büyük şehir belediyesi olmak üzere toplamda Türkiye'de 27 farklı şehirde yaşadığını belirten demografik dağılama sahip oldukları görülmüştür.

Genel olarak yukarıdaki rakamlar incelendiğinde anime manga fan kitlesinin yoğunlukla öğrencilerden ve gençlerden oluştuğu, ailelerinin eğitim seviyesinin iyi durumda olduğu, maddi olarak da ekonomik gelirlerinin iyi durumda olduğu, kendilerine ait internete sahip olma oranlarının ise yüksek düzeyde olduğu bir yapıya sahip olduğu görülmektedir.

Ankette sorulan diğer sorular incelendiğinde Türkiye'deki anime manga fanlarının kişilik envanterinde 5 alt boyutlu bir envantere sahip oldukları görülmektedir. Anime manga fanlarını en çok tarif eden ilk alt boyut bilişsel bakış açısına sahip olmalarıdır. Anime manga fanları kendilerini en çok gözlem ve analizci, bilimsel, zeki, mantıklı, felsefi yargısı güçlü, güvenilir, sabırlı, pratik, yenilikçi, bağımsız, üretken, estetik yargısı güçlü, hayal gücü kuvvetli bir kişiliğe sahip olduklarını beyan etmişlerdir. İkinci olarak sosyal yönlerinin güçlü olduğunu ifade eden konuşkan, cesur, belirleyici rol oynayan, sosyal, girişimci, esprili, maceracı, egosu yüksek, fırsatları değerlendirebilen niteliklere sahip olduklarını belirtmektedirler. Siyasi eğilimlerine bakıldığında ilk sırada kendilerini Kemalist olarak tanımlayan, sonrasında ise sosyalist ve liberal olarak tanımladıkları görülmektedir. Katılımcıların ortalama 10,12 yıldır anime izleyicisi oldukları ortalama 5,53 yıldır da manga okuru oldukları, ortalama bir günde toplamda 1,71 saat anime izlenmek ve 1,24 saatlerini de manga okumak için ayırdıkları, anime izleme sıklıklarının

% 24,17 oranında her gün, % 35 oranında birkaç günde bir olduğunu, manga okuma sıklıklarının ise % 24,17 oranında her gün, % 19,17 oranında birkaç günde bir olduğunu yani gündelik hayatlarında hemen hemen her gün manga ve animeye yer ayırdıkları görülmüştür. Anime ve manganın % 53,3 oranında kendilerine gerçek dünyadan kaçış imkanı sağladığını, %74,1 oranında anime müziklerinin hoşlarına gittiğini, % 85,8 oranında renkler ve animasyonların, hayal güçlerini canlı tuttuğunu beyan etmişlerdir. Anime manga fanı olma durumunun katılımcıların % 43,33'nün maceraya düşkünlüğünün arttırdığını, % 74,17 oranında hayal kurmalarını arttırdığını belirtikleri görülmektedir. Katılımcıların anime izlemeye ve manga okumaya nasıl başladıklarının sorulduğu sorumuzda katılımcılar toplamda % 39,75 oranında arkadaş tavsiyesi ile manga okumaya ise % 14,45 oranında Arkadaş tavsiyesi ile % 47,98 oranında animesini izledikten sonra mangasını okumak istediklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların % 85,83'ü sinemaya gittiklerinde vizyon filmlerini tercih ettiklerini, % 34,17 oranında yılda bir kere tiyatroya gittiklerini ve % 29,17 oranında da hiç tiyatroya gitmediklerini belirtmişlerdir.

Tüm bu sonuçlar incelendiğinde Türkiye'deki anime manga fanlarının kendine özgü bir altkültür gibi yaşadıkları görülmüştür.Bu bağlamda eğitim durumları ve gelir durumları yüksek bireylerin bu alt kültürün bir parçası olduğu görülmüştür. Hayal kurmayı seven, maceraperest, cesur, sosyal ve girişimci gibi özelliklerin aslında anime manga karakterler özellikleri ile de benzeşmektedir. Bu bağlamda karakterler ile izleyicileri arasında bir bağlanma da yakalanmaktadır. Yine en sevilen karakter analizi sorusunda çıkan cevaplar karakter özdeşleşmesi ve karakterlerin özellikleri ile hayran arasında benzerlik göstermektedir. Çıkan veriler incelendiğinde yukarıda verilen oranlar bizlere anime ve manga okur yazar kitlesinin temel demografik özelliklerini sunmaktadır. Anket çalışmasının tüm Türkiye bazında yapılmış olması nedeniyle sonuçları Türkiye genelide değerlendirip sonuçlandırabilirz. Her ne kadar tarihi çok eskilere dayansa da Türkiye'de manga ve anime yaş grubu bakımından gençlere hitap etmektedir. Anime ve

manga kültürünün bir gençlik akımımı yoksa kazanılan ve devam eden bir yaşam biçimi, kültür mü olduğu sorusu ileride bugünün gençleri yaş aldıklarında daha da netleşecektir.

Türkiye'de manga ve anime izler kitlesinin tiyatro değil sinemaya yatkın olması ise, cosplay etkinliklerine katıldıkları için tezatlık göstermektedir. Cosplay etkinliklerinde aynı tiyato sahnesindeki gibi kostüm giymeleri, yine çeşitli senaryolar yazıp oyunlar oynamaları tiyator ile oyunları ile benzerlik göstermektedir. Ancak bu benzerliğe rağmen veriler incelendiğinde sinemaya katılım daha yoğun olrak gözlemlenmiştir.

Katılımcılara sorulan bir başka soru ise kendilerini Otaku olarak tanımlayıp tanımlamadıkları olmuştur. Katılımcıların %75'i kendisini otaku olarak tanımlamıştır ancak bu durum diğer verilen cevaplar ile tezat oluşturmaktadır. Çünkü "Otaku" terimi Japonya'da olumsuz bir ifadeyi barındırmaktadır. Otaku diye adlandırılan kişilerin özellikleri arasında, dışa kapalı, asosyal olmak ve hayatının büyük çoğunluğunu anime ve manganın oluşturması yer almaktadır. Bu bireylerin kendine güvenleri, dış dünya ile iletişim becerileri bir hayli zayıftır. Ancak ankete katılan katılımcılar kendilerini sosyal, dışa dönük, cesur, zeki kişiler olarak tanımlamışlardır. Bu da terimin gerçek anlamıyla örtüşmemektedir. "Otaku" teriminin Türkiye'de ne anlam ifade ettiği çalışmanın karanlıkta kalan tarafı olmuştur. Bunun için nitel bir çalışma ile elde edilecek verilerin yorumlanması gerekmektedir. Bu sayede "Otaku" teriminin ne anlamda kullanıldığı net olarak anlaşılmış olacaktır.

Türkiye'de anime ve manga hayran kitlesinin bir altkültür olarak gelişiminin izlerinin araştırıldığı çalışmamıza örnek olabilecek Türkiye'de yapılmış altkültür çalışmalarına çok sık rastlanmamaktadır. Bayraktaroğlu'nun (2008:193) çalışmasında kendilerini punk olarak nitelendiren bu gençlerin, gelecek hakkında karamsar duygulara sahip olduğu sonucu belirtilmiştir. Bu gençler, Türkiye'nin sosyo – ekonomik ve sosyo – politik durumuyla ilgili fikirlerini beyan edebilmekte ve bu yönleri ile bilinçli gençler

oldukları bir belirtilmiştir. Buradan, Türkiye'deki punkların, çeşitli politik kaygılarının olduğunu ve bu kaygılarını sorgulamayı, eleştirmeyi bildiklerini yani bilinç seviyesi yüksek gençler oldukları ifade edilmiştir. Bu sonuç anime ve manga fanlarının siyasi eğilimlerini belirttikleri soru ile benzerlik göstermektedir. Çalışmamıza katılan gençlerin hepsi bir siyasi görüşe sahip olduklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların büyük çoğunluğu kendilerini çoğunlukla Kemalist, Sosyalist, Liberal ve Milliyetçi olarak tanımlasa da 12 farklı siyasi görüşe sahip bir kitle oldukları ve toplumun tüm siyasi kesimlerinden fanların olduğu görülmüştür.

Winge (2015:65) çalışmasında Cosplay'ın öncelikle, cosplayerlerin anime ve manga karakterlerine olan tutkularını paylaşmak için toplandıkları çeşitli etkinlik ve sözleşmelerle ilgili sosyal bir etkinlik olduğunu belirtmiştir. Cosplay sosyal çalışmaları maskeli balolar (karakter tabanlı kostüm veya performans yarışmaları), fotoğraf oturumları, temalı partiler, karaoke, kulüp toplantıları ve sözleşmeler gibi çeşitlilik gösterse de bunlarla sınırlıda olmadığını vurgulamaktadır. Cosplay için sosyal ayarlar büyük ölçüde değişebilirken, konvansiyonlar genellikle çok sayıda cosplayer topladığı, sosyalleştiği ve gerçekleştirdiği birincil alan olduğu belirtilmektedir. Bu durum çalışmamızda çıkan sosyal etkinliklere katılma oranları ile benzerlik göstermektedir. Çalışmamızda katılımcıların % 76,7 oranında cosplay sosyalleşme etkinliklerine katıldıklarını göstermektedir.

Yine bir başka altkültür çalışması olarak Yaman'ın (2012) yılında yapmış olduğu "Gençlerin Toplumsal Davranış ve Yönelimleri: İstanbul'da "Apaçi" Altkültür Grupları Üzerine Nitel Bir Çalışma"sında saha bulgularının sonuçlarının değerlendirilmesi aşamasında ulaşılan en önemli neticenin hiç şüphesiz apaçi gençlerin kim olduğu sorusuna araştırmacının kendisinin vermeye çalıştığı cevap olduğunu belirtir. Bu noktada apaçi gençleri kavramsal olarak *Veresiye Hayat* yaşayan bir gençlik olarak tanımlamak uygun görülmüştür. *Veresiye Hayat* gençlerin en belirgin özelliklerinden birisini,

ertelenmiş ve şimdi yaşanamadığı düşünülen bir hayatı sürekli ileriye ötelemenin bir izahı olarak tanımlanmıştır. Apaçi genç; düzenli bir aile kuracağını, uyuşturucu madde kullanımını bırakacağını, suça bulaşmadan bir hayat sürdürmeye başlayacağını, eğitimine *açık liseden* bile olsa devam edeceğini, bir gün iyi bir iş ve meslek sahibi olacağını, yaşadığı evi, mahalleyi, ilçeyi değiştirebileceğini, iyi bir maaş, büyük bir ev ve güzel bir araba sahibi olacağını, hatta arkadaşlarını bile bu "bataklık hayattan" çekip kurtaracağını, hasta anne ya da babasına iyi bir sağlık hizmeti satın alabileceğini, yaptığı günahlardan tövbe edeceği ve dine döneceğini hayal etmekte, aslında bir bakıma bu hayali şu an yaşamış olduğu hayatın karşılığında veresiye olarak satın almaya çalışmaktadır. Bu anlamda apaçi gencin hayatla girmiş olduğu ilişki büyük oranda bir veresiye ilişkisine dayanmakta, süreç geleceğe dair umutları satın almaya ve gerçekleşmesi beklenen değişime *bel bağlayarak* hayata tutunabilmeye dayanan bir stratejiye dönüşmektedir. Bu çalışma sonuçları ile anime manga fanlarından elde edilen sonuçlar karşılaştırıldığında apaçi gençlik alt grubu ile anime manga altkültür grubu arasında ciddi bir ayrışma olduğu görülmüştür. Anime ve manga kitlesinin kişilik envanteri incelendiğinde kendilerini sırası ile "Gözlem ve analizci", "Bilimsel", "Zeki", "Mantıklı", "Felsefi yargısı güçlü", "Güvenilir", "Sabırlı", "Pratik", "Yenilikçi", "Bağımsız", "Üretken", "Estetik yargısı güçlü", "Hayal gücü kuvvetli" olarak tanımladıkları görülmüştür. Bu durum anime ve manga kitlesinin hayata karşı daha pozitif olduğu ve apaçi gençlik alt grubu gibi umutsuz denebilecek bir görüntü sergilemediğini göstermektedir.

Bourdieu'nun kültür sosyolojisinin merkezi konsepti sanatsal bir alan fikri anime manga topluluklarında net olarak görülmektedir. Bourdieu bu önermesini, altkültürlerde üyelerin kültürün kolektif üretimlerinin tanınması için çaba sarf ettiği nispeten özerk bir alan olarak ifade etmiştir. Bir romanı yayınlamak, sanat eseri satmak veya bir müzik grup kurmak isteyen bir kişi açısından durumu örneklendirmektedir. Benzer durum anime manga fanlarının otaku olarak sadece kültürü yaşayan değil, yaşayarak aynı zamanda

yayılmasını sağlayan, etkinlikler düzenleyen, yayınların çevirisine katkı sağlayan, forumlarda aktif rol oynayarak düşüncelerini beyan eden ve kendi içlerinde hiyerarşik bir yapıya sahip olma durumları kitlenin altkültür özelliği taşıdığını göstermektedir.

KAYNAKÇA

Abercrombie, N., Hill, S., Turner, B.S. (2000), The Penguin Dictionary of Sociology, 4. Edition, London: Penguin Press.

Adorno, T.W. (2003), Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken, çev. Bülent, O. Doğan, COGİTO, Adorno Özel Sayısı.

Adorno, T.W. (2012), Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi, 7. Baskı, çev. Nihat Ülger, Mustafa Tezel, Elçin Gen, İstanbul: İletişim Yayınları.

Akan, V. (2001), Gençliğin Değerlendirilmesinde Yeni Sosyolojik Bir Yaklaşım, Sosyoloji Araştırmaları Dergisi, Ankara: Sosyoloji Derneği.

Akram, S., (2012), Fully unconscious and prone to habit: The characteristics of agency in the structure and agency dialectic, Journal for the Theory of Social Behavior, Malden, MA: Blackwell Publishers.

Amano, M., (ed. 2004), MANGA, Cologne, Germany: Taschen.

Anderson Terpstra, K, (2012), Spreading the word: fan translations of manga in a global context, Ph.D Doctor of Philosophy thesis, University of Iowa Research Online.http//ir.uiowa.edu/etd/3423.

Azerrad, M., (2001), Our Band Could Be Tour Life, Boston: Little Brown.

Baker, C., ve Miles-Watson, J. (2010), Faith and traditional capitals: Defining the public scope of spiritual and religious capital – a literature review, Sheffield: Implicit Religion.

Baker, C., ve Miles-Watson, J. (2011), Response to Montemaggi's dream of spiritual capital, Sheffield: Implicit Religion.

Benjamin, W., (2002), Pasajlar, çev. Ahmet Cemal, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Benneth, A., (1999), Subcultures or Neo-Tribes? Rethinking the Relationship BetweenYouth, Style and Musical Taste, Belmont: British Sociological Association.

Beşirli, H., (2013), Gençlik Sosyolojisi: Politik Toplumsallaşma ve Gençlik, Ankara: Siyasal Kitabevi Yayınları.

Binark, M., (2004), Neden Japon Popüler Kültürü? Neden Manga?, Çizgili Hayat Kılavuzu, der. Levent Cantek, İstanbul: İletişim Yayınları.

Bourdieu, P., (2012), Sosyal Sınıfı Yapan Nedir? Grupların Kuramsal ve Pratik Varlığı Üzerine, Tözcülüğün Tasfiyesi, (eds.) Güney Çeğin ve Emrah Göker, Ankara: Notabene Yayınları.

Bourdieu, P., (2015), Ayrım. Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi, çev. Derya Fırat Şannan ve Ayşe Günce Berkkut, Ankara: Heretik Yayıncılık.

Bouveresse, J. (1999), Rules, Dispositions, and The Habitus. In R. Shusterman (Ed.), Bourdieu: A Critical Reader, Malden, MA: Blackwell Publishers.

Brantlinger, P., (2002), A Companion to The Victorian Novel, Malden, MA: Blackwell.

Brienza, C., (2010), Producing Comics Culture: A Sociological Approach To The Study of Comics, Journal of Graphic Novels and Comics, London: Taylor & Francis

Briggs, A., (2007), Kültür, çev. Sevim Kebeli, Milli Folklor, Ankara: Geleneksel Yayıncılık.

Burcu, E., (1998), Gençlik Teorilerinin Sınıflandırılmasına İlişkin Bir Çalışma, Sosyoloji Araştırmaları Dergisi, Ankara: Sosyoloji Derneği.

Chaney, D., (1996), Lifestyles, London: Routledge.

Jonathan, C., McCarthy, H., (2001), The Anime Encyclopedia. Berkeley, CA:Stone Bridge Press.

Crane, D., (2000), Fashion and Its Social Agendas: Class, Gender and Identity in Clothing, Chicago: The University of Chicago Press.

Danto, A. C., (1999), Bourdieu On Art: Field And İndividual. In R. Shusterman (Ed.), Bourdieu: A Critical Reader, Malden, MA: Blackwell Publishers.

Dengin, S., Koç, F., (2016), Kültür Endüstrisi Bağlamında Moda ve Gençlerin Modayı Kullanma Durumları, Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi, Ankara: Sosyoloji Derneği.

Doi, T., (1981), The Anatomy of Dependence. Tokyo: Kodansha International, Eng, Lawrence, (2006), Otaku In Contemporary Youth Culture: an International Encyclopedia, vol. 2, Edited by S. Steinberg, P. Parmar, and B. Richard, Westport: Greenwood Press.

Emirbayer, M., Johnson, V., (2008), Bourdieu And Organizational Analysis. Theoretical Sociology, London: Sage.

Emiroğlu, K., Aydın, S. (2003), Antropoloji Sözlüğü, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Featherstone, M., (1991), Consumer Culture and Postmodernism, London: Sage.

Fowler, B., (1997), Pierre Bourdieu and Cultural Theory: Critical Investigations, London: Sage.

Frederik S., (1986), Manga! Manga! The World of Japanese Comics, Tokyo: Kodansha International.

Gaines, D., (1991), Teenage Wasteland: Suburbia's Dead End Kids. Chicago: University of ChicagoPress.

Gelder, K., (2005), The Subcultures Reader Second Edition, New York: Routledge.

Grassmuck, V., (1990), I'm Alone, but Not Lonely: Japanese Otaku-Kids Colonize the Realm of Information and Media (A Tale of Sex and Crime from a Faraway Place). Accessed August 13, 2011. http://www.cjas.org/~leng/otaku-e.htm

Gravett, Paul., (2004), Manga: Sixty Years of Japanese Comics. London: Lawrence King.

Harumi B., (2003), Globalization Th eory from the Bottom Up: Japan's Contribution, Japanese Studies.

Haviland, W., Prins, H., Walrath, D., Mcbride, B., (2008), Kültürel Antropoloji, Çev. Sarıoğlu,İ.D.E, İstanbul: Kaknüs.

Hebdige, D., (2004), Altkültür: Tarzın Anlamı , İstanbul: Babil Yayınları.

Hirschmeier, J., Tsunehiko Y., (1975), The Development of Japanese Business: 1600–1973. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Ito, K., (1994), Images of Women in Weekly Male Comic Magazines in Japan. Journal of Popular Culture 27.

Jenks, C., (2007), Alt Kültür, Çeviri: Nihal Demirkol, İstanbul: Ayrıntı.

Jensen S.Q. (2011), Subculture, Ethnicity and thePolitics of (Post) modernity Paper for Scandinavian Youth and Marginalization Network Meeting Copenhagen 1st and 2nd December.
2011.http://vbn.aau.dk/files/57815526/Sune_Qvotrup_Subculture_ethnicity_and_the_politics_of_post_modernity.pdf erişim tarihi 16.06.2018.

Jin, D.Y., (2003), Globalization of Japanese Culture: Economic Power vs. Cultural Power, 1989–2002, Prometheus.

John L., (1998), The Animation Industry and Its Off shore Factories, in Global Production: Labor in the Making of the Information Society, ed. Gerald Sussman and John Lent, Cresskill, NJ: Hampton.

Kamorovsky, M., Sargent, M., (1949), Research into Subcultural Influences Upon Personality, Culture and Personality.

Kant, I., (2006), Groundwork of the Metaphysics of Morals, Çev: M. Gregor, Cambridge: Cambridge University Press.

Kawasaki, S., M., (1996), Nihon No Manga 300 Nen Kaisetsu Zuroku, Kawasaki: Kawasaki Shimin Museum.

Keliyan, M., (2010), Stil na Jivot na Lokalnata Obshtnost: Savremenna Yaponiya (Local Community Life Style: Contemporary Japan), Varna: Alex Print.

Kızılçelik, S, Erjem, Y., (1996), Açıklamalı Sosyoloji Sözlüğü (4. Basım), İzmir: Saray Kitabevleri.

Koichi I., (2002), Recentering Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism, Durham, NC: Duke University Press.

Kornicki, P., (2001), The Book in Japan. A Cultural History from the Beginnings to the Nineteenth Century, Hawaii: University of Hawaii Press.

Kroeber, A. L., Kluckhohn, C., (1952), Culture: A Critical Review Of Concepts And Definitions, Harvard University: Peabody Museum of Archaeology ve Ethnology.

Laing, D., (1985), One Chord Wonders: Power and Meaning in Punk Rock. Milton Keynes, England:Open University Press.

Maffesoli, M. (1996), The Time of the Tribes: The Decline of Individualism in Mass Society, London: SAGE Publication Ltd.

Marshall, G., (2003), Altkültür‖, Sosyoloji Sözlüğü, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.

Mary G., (1998), Sailormoon': 'Manga (Comics)' and 'Anime (Cartoon)' Superheroine Meets Barbie: Global Entertainment Commodity Comes to the United States, Journal of Popular Culture.

McRobbie A., (1980), Settling Accounts With Subcultures: A Feminist Critique Screen Education, Spring.

Mercer, B., (1958), The Study of Society, New York: Harcourt-Brace.

O'Connor, A., (2002), Punk and Globalization: Mexico Gity and Toronto, London, New York: Routledge.

O'Connor, A., (2004), Punk and Globalization: Spain and Mexico. International Journal of GutturalStudies: 7(2):175-195.

Otsuka, E., Go S., (2001), Kyoyo Toshite No Manga, Anime, Tokyo: Kodansha.

Parlak, S., (2015), Türkiye'de Manga Yayıncılığı. http://www.kitaphaber.com.tr/turkiyede-manga-yayinciligi-k1858.html.

Parsons, T., (1959), The School Class as a Social System: Some of its Functions in American Society, ABD: Harvard Educational Review.

Dreeben, R. (1968), On What is Learned in Schools Reading, Mass., Adison:Wesley Publishing Co., Inc.

Pileggi, M., Patton, C., (2003), Introduction: Bourdieu And Cultural Studies, Cultural Studies, London: Routledge.

Reischauer, E., O., (1990), Japan: The Story of a Nation. 4th ed. New York: McGraw-Hill.

Schodt, F., L., (1988), Manga! Manga! The World of Japanese Comics. Tokyo: Kodansha International.

Sevim, B., A., (2010), Walter Benjamin'in Kavramlarıyla Kültür Endüstrisi: Aura, Öykü Anlatıcısı ve Flaneur, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi.

Shimizu, I, (1991), Manga no rekishi, Tokyo: Iwanami Shoten.

Shinmura, I, (1991), Kojiten. 4th ed. Tokyo: Iwanami Shoten.

Shuker, R., (2005), Popular Music: the Key Concepts, Abingdon: Routledge.

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

Steinert, H., (2003), Culture Industry, USA: Blackwell Scientific.

Swartz, D., (1997), Culture ve Power: The Sociology of Pierre Bourdieu, Chicago, IL: University of Chicago Press.

Thornton, S., (2005), The Social Logic of Subcultural Capital, The Subcultures Reader, Abingdon: Routledge.

Wacquant, L., (2005), Pierre Bourdieu and Democratic Politics. Cambridge: Polity Press.

Warde, A., (1992), Notes on the Relationship between Production and Consumption. In Consumption and Change: Divisions and Change, edited by R. Burrows, and C. Marsh, London: Macmillan.

Willis, P, (1977), Learning to Labor: How Working Class Kids Get Working Glass Jobs, New York:Columbia University Press.

Yaman, Ö., M., (2010), Türkiye Gençlik Çalışmaları Bibliyografyası 1923-2010, Ankara: Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü Gençlik Hizmetleri Dairesi Başkanlığı Yayınları.

Yaman, Ö., M., (2013a), Apaçi Gençlik, İstanbul: Açılım Yayınları.

Yasuda, Motohisa, (1989), Kiso kara yoku wakaru Nihonshi, Tokyo: Obunsha.

Young, K., Mack, R., (1959), Sociology and Social Life, Georgia: American Book Company.

Zanettin, F., (2008), Comics in Translation: An Overview, (Ed.) F., Zanetti, Comics in Translation, UK: St Jerome Publishing.

Zeuner, L., (2003), Cultural Sociology from Concern to Distance, Copenhagen: Copenhagen Business School Press.

ÖZET

Altkültür kavramı genel olarak toplumda yer alan alt sınıfları ve bu sınıflarda yer alan daha düşük statülü kişileri, aşırı ve toplumsal düzene aykırı davranışlar sergileyen suç gruplarını, madde bağımlılarını ve toplumda farklı olarak anlaşılmak isteyen gençleri tanımlamak için kullanılmakatadır. Altkültürün bu şekilde anlaşılmasının temelinde yatan toplumsal kabul görmüş kuralların "büyük kültür" veya "ana baskın kültür" olarak kabul edilmesidir. Baskın kültürün dışında yer alan tüm kültürel formlar altkültür tanımlaması adı altında yer alabilmektedir.

Bir gençlik altkültür grubunun tüm üyelerinden yahut takipçilerinden aynı derecede bir uyum ve ahenk beklemek çoğu zaman imkânsızdır. Nitekim altkültür grubunun belirli birtakım sembollerini tümüyle temsil eden bir "çekirdek temsiliyetten" bahsedebileceği gibi, daha esnek bir şekilde birkaç nesnenin benimsendiği, dönemsel olarak kullanımların öne çıkabildiği daha esnek bir grup bilincinin varlığından da söz edilebilecektir.

Bu çalışma Japon popüler kültürünün global bir ürünü olan manga ve anime'nin Türkiye'de etki ve algısını ölçülmesini, değişen internet ve medya dinamikleri içerisindeki gelişimini ve Türk fanların özelliklerinin belirlenmesini amaçlamaktadır.

ABSTRACT

Subculture concept is generally used in the social sense to define "subclasses", "low-status individuals", "substance addicts and criminals who exhibit deviant behavior" and "youth groups perceived as different in society". The basis of this approach is that socially accepted and widely practiced cultural approaches and lifestyles are seen as "great culture" or "master-dominant culture". It's likely to encounter any cultural form outside this structure categorized as a subculture.

It is often impossible to expect the same degree of adaptation and harmony from all members or followers of a youth subculture group. As a matter of fact, we can talk about a "core representation" that represents a certain set of symbols of the subculture group as well as a more flexible way to adopt a more flexible group consciousness in which a few objects are adopted and periodical uses to be emphasized.

This study aims to measure the impact and perception in Turkey, the development within the changing dynamics of the internet and media, determination of the characteristics of the Turkish fans about Japanese popular culture's global product manga and anime.

EKLER

EK1- ANKET FORMU

1. Cinsiyetiniz?

Kadın	1
Erkek	2

2. Öğrenim durumunuz?

İlk/Orta öğretim	1	Lisans	4
Lise	2	Yüksek Lisans	5
Önlisans	3	Doktora	6

3. Medeni Durumunuz?

Evli	1
Bekar	2
Diğer	3

4. Yaşınız? _____Rakamla belirtiniz.

5. Mesleğiniz nedir? _____Lütfen Yazınız.

6. Anne babanızın eğitim durumları nedir?

Anne Eğitim Durumu		Baba Eğitim Durumu	
İlk/Orta öğretim	1	İlk/Orta öğretim	1
Lise	2	Lise	2
Önlisans	3	Önlisans	3

Lisans	4	Lisans	4
Yüksek Lisans	5	Yüksek Lisans	5
Doktora	6	Doktora	6

7. Ailenizin ekonomik gelir düzeyi aralığı hangisidir?

0-1500 TL arası	1
1501-2500 TL arası	2
2501-3500 TL arası	3
3501-4500 TL arası	4
4501-5500 TL arası	5
5501 TL ve üstü	6

8. Evde internet bağlantınız var mı?

İnternet Bağlantısı Var	1
İnternet Bağlantısı Yok	2

9. Hangi ilde yaşıyorsunuz?_____Lütfen Yazınız.

10. Kendinizi nasıl tanımlarsınız?

	Benim için hiç uygun değil	Uygun değil	Ne uygun ne değil	Uygun	Benim için çok uygun
Cesur	1	2	3	4	5
Hayal gücü kuvvetli	1	2	3	4	5
Bilimsel	1	2	3	4	5
Belirleyici rol oynayan	1	2	3	4	5
Egosu yüksek	1	2	3	4	5
Çalışkan	1	2	3	4	5
Fırsatları değerlendirebilen	1	2	3	4	5
Hayalperest	1	2	3	4	5

Seçici	1	2	3	4	5
Alıngan	1	2	3	4	5
İyimser	1	2	3	4	5
Felsefi yargısı güçlü	1	2	3	4	5
Gözlem ve analizci	1	2	3	4	5
Hassas	1	2	3	4	5
Uyumlu	1	2	3	4	5
Üretken	1	2	3	4	5
Estetik yargısı güçlü	1	2	3	4	5
Sosyal	1	2	3	4	5
Ailesine ve evine düşkün	1	2	3	4	5
Zeki	1	2	3	4	5
Düşünce ve duyguları derin	1	2	3	4	5
Karamsar	1	2	3	4	5
Alışılmamışa ilgi duyan	1	2	3	4	5
Disiplinli	1	2	3	4	5
Maceracı	1	2	3	4	5
Kararlı	1	2	3	4	5
Girişimci	1	2	3	4	5
Mantıklı	1	2	3	4	5
Pratik	1	2	3	4	5
Güvenilir	1	2	3	4	5
Yenilikçi	1	2	3	4	5
Bağımsız	1	2	3	4	5
Eleştirici	1	2	3	4	5
Konuşkan	1	2	3	4	5
Sabırlı	1	2	3	4	5
Esprili	1	2	3	4	5
Geleneksel	1	2	3	4	5
Ayrıntıcı	1	2	3	4	5

Güçlü duyguları olan	1	2	3	4	5

11. Siyasi eğiliminiz hangisidir?

Milliyetçi	1	Liberal	5
Demokrat	2	Sosyalist	6
Kemalist	3	Anarşist	7
İslamcı	4		

12. Kaç yıldır anime izlemektesiniz? _____Lütfen Yazınız.

13. Anime izleme sıklığınız nedir?

Hergün	1
Birkaç günde bir	2
Haftada bir	3
İki haftada bir	4
Ayda bir	5

14. Manga okuma sıklığınız nedir?

Hergün	1
Birkaç günde bir	2
Haftada bir	3
İki haftada bir	4
Ayda bir	5

15. Ortalama bir günde kaç saatinizi anime ve/veya manga izlemeye ayırırsınız?

Anime izleme Saat _____belirtiniz.
Manga okuma Saat _____belirtiniz.

16. En sevdiğiniz (düzenli olarak takip ettiğiniz) ilk 5 anime ve mangayı belirtiniz?

	Anime	Manga
1.sıra	_____	_____

2.sıra	_____	_____
3.sıra	_____	_____
4.sıra	_____	_____
5.sıra	_____	_____

17. Anime veya manga izleme nedenleriniz nelerdir?

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Öncelikle bana gerçek dünyadan kaçış imkanı sağlar.	1	2	3	4	5
Müzikleri hoşuma gidiyor	1	2	3	4	5
Renkler ve animasyon, hayal gücümü canlı tutar.	1	2	3	4	5
Anime, Japon kültürü hakkında çok fazla fikir verir.	1	2	3	4	5
Anime gizem, drama, romcom, cinsellik vb. bir çok şeyi kapsamaktadır.	1	2	3	4	5
Anime, gerçek hayat dersleri verir. Arkadaşlıklar, ilişkiler, aile, kültür vb.	1	2	3	4	5
Kişiliğim üzerinde büyük bir etkisi vardır.	1	2	3	4	5
Kendimi yaşıtlarımdan farklı hissetmemi sağlıyor.	1	2	3	4	5

18. Kendinizi düşündüğünüzde aşağıdaki durumlara 100 puan üzerinden kaç verirsiniz? Herbir ifadeyi 100 puan üzerinden dağıtınız.
19. Anime izlemeye veya manga okumaya başladıktan sonra aşağıdaki ifadelere olan yakınlığınızda artma mı azalma mı oldu?

	Soru 17	**Soru 18**	
	%	Arttı	Azaldı
Maceraya düşkünlük		1	2
Hayal Kurma		1	2
Şansa İnanma		1	2
Kaderci olma		1	2

Kuralların gerekliliğine inanma		1	2
Okulda sorunlu olma		1	2
Polisle başı derde girme		1	2
Sistemden memnuniyet		1	2

20. Manga okumaya nasıl başladınız?

Arkadaş tavsiyesi ile	1
Animesini izledikten sonra mangasını okumak istedim	2
Sosyal medya ve internet reklamlarından	3
Kendim buldum	4
Japonya ziyareti sonrası keşfettim	5
Oyuncaklarını gördükten sonra başladım	6
Japon kültürünü merak ettiğim için başladım	7
Diğer Lütfen Belirtiniz……	8

21. Anime izlemeye nasıl başladınız?

Arkadaş tavsiyesi ile	1
Mangasını okuduktan sonra animesini izlemeye başladım	2
Sosyal medya ve internet reklamlarından	3
Kendim buldum	4
Japonya ziyareti sonrası keşfettim	5
Oyuncaklarını gördükten sonra başladım	6
Japon kültürünü merak ettiğim için başladım	7
Diğer Lütfen Belirtiniz……	8

22. Anime izlemeyi mi manga okumayı mı tercih edersiniz?

Anime izlemeyi tercih ederim	1
Manga okumayı tercih ederim	2
Her ikisinide takip ediyorum	3

23. Kendinizi hangi anime karakteri ile eşleştiriyorsunuz?
Lütfen yazınız…….