

"Yezahlaştırma" kavramının çeviribilime kazandırılması**Sinem Alev YALIM¹****APA:** Yalim, S. A. (2020). "Yezahlaştırma" kavramının çeviribilime kazandırılması. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (20), 742-755. DOI: 10.29000/rumelide.792466.**Öz**

Bu makalenin amacı yerelleştirme ve yerlileştirmeyi ortak kullanım sayesinde birleştiren "yezahlaştırma" kavramını çeviribilime kazandırmaktır. Çeviribilimin özellikle birinci paradigmasından bahsedecek olursak, "kelimesi kelimesine" tarzı çevirilere ne kadar bağlı olduğu apaçık görülmektedir. Zamanla bunun daimi bir çözüm yolu olmadığı fark edilince bu durum bir nevi evrimleşmeye neden olmuştur ve paradigmlar değişmiştir. Değerler dizisi farklılaşarak ilk benimsenen yöntemden sıyrılıp kelime yerine anlam odaklı gelişmeye başlamıştır. Hal böyle olunca çevirmen tabiri caizse prangalarından kurtulup özgürlüğüne kavuşmaya yaklaşmıştır. Skopos kuramına burada değinmek gerekir. Amaca yönelik çeviriye benimseyen bu kuram çevirmenin özgürlüklerini artırır. Yezahlaştırma kavramı da belli bir amaç doğrultusunda çevirmenin özgürlüklerini daha da artıracaktır. Toplumlar kendi kültürlerini başka dillere aktarıırken zaman zaman sıkıntıya düşmüşlerdir. Tam da bu sırada imdadımıza yerelleştirme yetişmektedir. Yerelleştirme kısaca, bir ürünün kaynak kitlede olduğu gibi erek kitlede de aynen işlemesine/aynı etkiyi yaratmasına verilen isimdir. Yezahlaştırma özellikle oyun yerelleştirmelerinde kullanılabilecek olan yeni bir yöntemdir. Bunun dışında yezahlaştırma aslında gerçek hayatta çokça karşılaştığımız bir metottur, örneğin altyazı çevirileri. Çevirmenlerin dizi/film çevirilerinde ara sıra kendilerince espri yaptıkları saptanmıştır. İzleyici kitlenin bu tarz çevirilere açık olduğu ve olumlu karşıladığı gözlemlenmiştir. Bu makalede esprili çevirileri kazanmak için bunların yeni bir isim altında (yezahlaştırma), belli bir amaç ve yönetime bağlanarak toplanması hedeflenmiştir.²

Anahtar kelimeler: Yerelleştirme, yerlileştirme, yezahlaştırma, mizah, çeviribilim**Introduce the concept "Localitainment" into the translation studies****Abstract**

The aim of this study is to introduce the concept "Localitainment" which combines localization and domestication, into the Translation Studies. When we talk about the first paradigm of translation studies, it is obvious how much it depends on "word-to-word" style translations. With time it became clear that this was not a permanent solution, and this led to a kind of evolution and paradigm shift. The mindset differed from the first method and began to develop meaning-oriented instead of word-based approaches. Thus the translator began to get rid of his so-called shackles and was advanced towards freedom. The Skopos theory should be mentioned here. By using the main principle of purposeful action, this theory increases the translators' freedom. Localitainment will further increase the freedom of translators for a specific purpose. The societies have occasionally struggled to pass on their own cultures to other languages. In this time localization comes to the rescue. Localization is

¹ Mezun, Sakarya Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Çeviribilim Bölümü (Almanca) (Sakarya, Türkiye), sinemalevyalim@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-4392-2155 [Makale kayıt tarihi: 18.05.2020-kabul tarihi: 20.09.2020; DOI: 10.29000/rumelide.792466]

² Bu makale 25 Nisan 2019 tarihinde Türkiye Çeviri Öğrencileri Birliği (TÜÇEB) ve Sakarya Üniversitesi Çeviri Topluluğu (SAÇEV) tarafından düzenlenen 8. Ulusal Çeviribilim Öğrenci Çalıştayı'nda bildiri olarak sunulmuştur.

the name given to a product that has the same effect as in source culture as well as in target culture. Localitainment is a new method that can be used especially in game localizations. Apart from this, localitainment is actually a method that we often encounter in real life, for example in subtitle translations. Translators have been found to occasionally joke in series/movie translations. It has been observed that the audience is open to such translations and welcomes them. The purpose of this article is to collect humorous translations by linking them to a specific purpose and method under a new name (localitainment).

Keywords: Localization, domestication, localitainment, humor, translation studies

Giriş

Çeviri, yaşamın ilk anlarından itibaren hep var olmuştur. En genel anlamda çeviri, gelişen dünyamızda kültürler arasında bir arabuluculuk eylemi olarak nitelenebilir. Toplumlar kendi kültürlerini başka dillere aktarıırken zaman zaman sıkıntıya düşmüşlerdir. Tam da bu sırada imdadımıza yerleştirme yetişmektedir. Yerleştirme kısaca, bir ürünün kaynak kitlede olduğu gibi erek kitlede de aynen işlemesine/aynı etkiyi yaratmasına verilen isimdir. Kültürlerarası iletişim uzmanı olarak adlandırılan çevirmenlere, bu konuda çok iş düşmektedir. Bu makalenin amacı da kendi içinde birçoğ alana ayrılan yerleştirmenin, “oyun yerleştirme” alanına dikkat çekmek, bunu geliştirmek ve bu alanı gelecek nesillere daha iyi tanıtmaktır.

Dolayısıyla makalede ilk olarak yerleştirmeye bir genel bakış sağlanmıştır. Yerleştirmenin tanımı yapılmış, alanın ileri gelenlerinin görüşlerine yer verilmiş ve alt alanlarından bazıları incelenmiştir. Bu kısımda özellikle “oyun yerleştirme” üzerine durulmuştur. Bu sırada yerleştirmenin yerleştirmeden farkı da ortaya konulmuştur.

Devamında ise **oyun dünyasına** giriş yapılmıştır. Bilgisayar oyunları, video oyunları günümüzde hemen hemen herkesin vazgeçilmezidir. Hiç olmazsa aşağı yukarı herkes hayatında bir kere bilgisayar veya video oyunu oynamıştır. Burada bilgisayar ve video oyunlarının kısa **tarihçesi**, **türleri** ve **temaları** ortaya konmuştur. Akabinde oyunlar hakkında ilginç bilgiler, oyun içi karşılaşılan ilginç durumlar ile ilgili yazılar bulunmaktadır.

Kısa tanımıyla “yerleştirme yapılırken ilgi çekmek adına mizahi yerleştirme kullanmak” olan yezahlaştırma (localitainment) kavramı, son kısımda tanıtılmıştır. Çeviribilime kazandırılması hedeflenen yezahlaştırma kavramı, Türkçe; “yerel”, “yerleştirme” ve “mizah” kelimelerinin birleşiminden oluşmaktadır. Yerleştirme ve yerleştirmenin birleştiği yezahlaştırma kavramının amacı, işleyişi, sonucu detaylıca anlatılıp görsellerle ve örneklerle desteklenmiştir.

1. Yerleştirmeye genel bakış

1.1. Yerleştirme nedir?

Yerleştirme için tek bir tanım vermek zor olsa da buna basitçe “bir ürünün veya yazılımın erek kültürde de aynen işlemesi yani kullanıma uygun bir duruma getirilmesi” diyebiliriz.

“LISA (Localisation Industry Standard Association, Türkçesi Yerleştirme Endüstrisi Standartları Birliği) yerleştirmeyi, bir ürün ile ilgili içeriğin ve bileşenlerin kaynak ortamdan alınarak, ürünün

satılacağı ve kullanılacağı erek/yerel ortama dilsel ve kültürel olarak uygun şekilde aktarılması biçiminde tanımlar" (Odacıoğlu ve Köktürk, 2015: 290)³.

Bunlara örnek olarak bir ürünün üretildiği yerde belirli bir voltajla çalışmasını fakat başka bir yerde farklı voltajla çalışması gerektiğini düşünürsek, yerelleştirmeden söz edebiliriz. Böyle bir durumda hem ürün hem kullanım kılavuzu erek kitleye göre değiştirilmesi gerekmektedir. Zira hem ürün hem kullanım kılavuzu erek kitleye göre uyarlanmadığı takdirde, bunun küçük ev aleti olduğunu varsayarsak, erek kitle ürünü kullanım sırasında tehlikeli durumlarla karşılaşabilir. Tehlikeli durumlar bir kenara, eğer yerelleştirme iyi yapılmazsa ilgili ürün erek kitleye hitap edemez ve şirketin o kültürde imajı düşer.

Peki, yerelleştirme nasıl ortaya çıkmıştır? Bilgisayarların hayatımıza girmesiyle işlerimizi kolaylaştırmak adına bir takım yazılımlara ihtiyaç duyulmaktaydı. Böylelikle yerelleştirme kavramı ilk olarak yazılım alanında karşımıza çıkmaktadır desek, yanlış olmaz. "Yerelleştirme, bilgi teknolojilerindeki gelişmeler ve beraberinde getirdiği küreselleşme ile ortaya çıkmıştır." (Alkan, 2013: 6)⁴ Yerelleştirme kavramı ilk olarak bilgi teknolojilerinde karşımıza çıkmış olsa da, daha sonra teknolojinin ilerlemesiyle dizi/filmlerden müziğe kadar hayatımızın birçok alanında kendine yer edinmiştir.

Çeviri ve yerelleştirmenin arasında bazı farklar vardır. "Çeviri ile lokalizasyon hisler noktasında ayrılır." (Admin: E.T. 11.02.2019)⁵ Çeviri, kurallar içerisinde kaynak metinden kopmadan ancak iletişim sağlanmak istenen alıcının kültür normları dikkate alınarak gerekli esneklikler yapılabilen (bkz. Skopos Kuramı)⁶ tercüme işlemine denir. Yerelleştirme için çeviriden farklı olarak dilin kültürüne hâkim olmak gerekir. Kültür edinci olmadan, halk dilinde duyguların nasıl ifade edildiğini bilmeden başarılı bir yerelleştirme çalışması gerçekleştirilemez. "...bu kavram genellikle 'çeviri gibi, ancak çeviriden çok daha fazlası' şeklinde tanımlanmaktadır. Çeviri teknolojileri ve dijital içerik beraber kullanıldığı için çeviri ve yerelleştirme arasındaki fark daha da belirsizleşmiş, tanımlanması zor bir hal almıştır." (Schäler: E.T. 12.02.2019)⁷

Yerelleştirme çevirilerinin çoğu bir ürüne dayandığı için, bunları üretim ve sanayinin bir parçası olarak görebiliriz. İşin içine ürün ve sanayi girdiğinde ise bir iş sürecinden bahsetmek yanlış olmaz. Dolayısıyla yapılacak çeviri işi için genellikle birden fazla çevirmen gerekmektedir. Sadece çevirmen de değil, mühendisler de bu sürece dâhildir. Yerelleştirme sırasında çevirmenler ve mühendisler birlikte çalışmaktadır. Öner yerelleştirme sürecini böyle tanımlamaktadır.

"Bir yerelleştirme projesi, proje yöneticiliği, yazılımın, ürününün çevirisi ve mühendisliği, belgelerin çevirisi ve masa üstü düzenleme, yerelleştirme ürününün işlevsel olarak test edilmesi vb. süreçleri kapsıyor. Bu gibi projelerde çevirmenler ve mühendisler işbirliği yaparak çalışıyorlar. Çevirmenlerden anadillerine hâkimiyetin yanı sıra, ileri düzeyde bilgisayar ve bellek destek araçları kullanım becerisi, alan bilgisi, programlama, zamanlama, bütçe konularına uzmanca yaklaşım, terminoloji yönetimi bilgisi bekleniyor." (Öner: E.T. 11.02.2019)⁸

³ Odacıoğlu, M. & Köktürk, Ş. (2015). Çeviri kuramlarını yeniden yorumlamak yerelleştirme endüstrisinin skopos ve çeviriye ilişkin eylem kuramı üzerindeki etkisi. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, (50), 290

⁴ Canım Alkan, S. (2013). Web sitesi yerelleştirmelerinde bir eyleyen olarak çevirmenin konumu: Türkiye örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. s.6

⁵ Admin. (2016). Lokalizasyon ve çeviri arasındaki farklar www.nettercume.com.tr/lokalizasyon-ceviri-arasindaki-farklar/ (11.02.2019)

⁶ Skopos kuramına göre çevirmen eylem özgürlüğüne sahiptir ancak bireysel tercihlerine göre değişiklik yapamaz.

⁷ Schäler, R. (2013). Yerelleştirme ve çeviri, Çeviren: Pelin Güler, <http://ceviribilim.com/?p=6382> (12.02.2019)

⁸ Bengi Öner, I. (2006). "Yerelleştirme"nin tanımı, <http://ceviribilim.com/?p=234> (11.02.2019)

Buradan da anlaşılacağı üzere yerleştirme daha çok pazarlama alanında karşımıza çıkmaktadır. Kaba tabirle şirketlerin birbiri ile rekabet ettiği pazarlarda “yerleştirme” satışları artırmak için kullanılan bir kozdur. Şirketlerin imajlarına yükseltmek adına onların lehine olan bir durumdur. Sonuçta kim kendine hitap etmeyen bir şeyi satın almak ister ki?

1.2. Yerleştirme ve yerleştirme arasındaki farklar

“Özellikle Türkçe literatürdeki çeviribilim kaynaklarının bir kısmında ve Türkçe literatürdeki söylemlerde yerleştirme (localization) ve yerleştirme (domestication) kavramlarının çoğunlukla birbirinin eş anlamlısı gibi kullanıldığı görülmektedir.” (Odacıoğlu: E.T. 12.02.2019)⁹. Odacıoğlu’nun da değindiği gibi bu iki birbirine çok benzeyen kavram sürekli birbirine karıştırılmaktadır. Ancak yerleştirme, bir metni değiştirip erek kültüre adapte ederek çevirmeye denmektedir.

Ünlü yazar George Bernard Shaw’ın “Pygmalion” adlı oyununda Elisa doğu Londra aksanlı fakir bir çiçekçidir. Bu karakteristik özellik bu bölge için gereklidir. Brezilya kültürüne yapılan bir çeviride çevirmen Elisa’yı Rio de Janeiro’da gecekonduda yaşayan fakir bir seyyar satıcı olarak çevirir. Haliyle bu durum Elisa’yı kaba tabirle alt sınıf Brezilyalılar gibi konuşmaya iter. Tabii ki bu durum Londra kültürüne aşina olmayan Brezilyalılar için adaptasyon ve yerleştirme yapılması dilin etkisini kavramak adına kolaylık sağlamıştır.

Yerleştirme süreci, birden fazla çevirmenin farklı alanlardan uzmanlarla birlikte bir ekip çalışması gerçekleştirmesi ve bu çalışma sonucunda çoğu zaman bir ürün ortaya çıkması itibariyle başlı başına bir alandır. Yerleştirmeden söz edecek olursak eğer, kimi zaman ideolojik nedenlerle yapılabileceği üzere, bir çeviri stratejisi olabileceğini söyleyebiliriz. Yine Odacıoğlu’nun yerleştirmeye verdiği bir örnekle bu durumu daha iyi içselleştirebiliriz.

“Bu çeviri stratejisine en çarpıcı örnek olarak Amerika’da sıkça tüketilen ve sokaklarda satılan ‘hot dog’ verilebilir. ...çevirmen bu ifadeyi çevirirken Türk kültüründe çok yer tutan ve gelenekselleşmiş köfte ekmek ifadesini kullanmayı tercih edebilir. Bu durumda çevirmen söz konusu ifadeyi Türkçeye yerleştirme çeviri stratejisine başvurarak aktarmaktadır.” (Odacıoğlu: E.T. 12.02.2019)

Çeviribilim çatısı altında yerleştirme ve yerleştirme kavramlarını basitçe ele alacak olursak, yerleştirmenin sonunda çoğu zaman bir “ürün”, yerleştirmenin sonunda ise çoğu zaman bir “eser” elde edilir diyebiliriz.

2. Bazı yerleştirme türleri

2.1. Yazılım yerleştirmesi

Yerleştirme dünyasındaki en eski ve en yaygın yerleştirme türüdür. Yazılım yerleştirmesini kısaca “bir yazılım ürününü hedef pazarın dilsel, kültürel ve teknik gereksinimlerine uyarlama işlemidir” diye tanımlayabiliriz. Bu süreç yoğun emek istemekte ve genellikle geliştirme ekiplerinin önemli miktarda zamanını almaktadır. Yazılımın birden fazla kültüre yerleştirilmesi şirketlerin kârıdır ve genellikle bir dizi gizli kod ve görünür metinden oluşmaktadır. Bu durumda sadece dil ve kültür edincinin yetersiz kaldığı, bunun yanı sıra yazılım hakkında da bilgi sahibi olunması gerektiği aşikârdır. Yerleştirmede

⁹ Odacıoğlu, C. (2017). Türk çeviribilim literatüründe yerleştirme ve yerleştirme kavramlar, https://www.academia.edu/37112434/T%C3%BCrk_%C3%87eviribilim_Literat%C3%BCr%C3%BCnde_Yerelle%C5%9Ftirme_ve_Yerlele%C5%9Ftirme_Kavramlar%C4%B1 (12.02.2019)

hep bahsedilen ekip çalışması da bu yüzdendir. Zira cümlelerin içinde yazılımın doğru çalışmasını sağlayan ve değişmemesi gereken kodlar bulunabilir. Bunlar değiştirilirse yazılım hiç çalışmayabilir.

Bu hususta çevirmenlerin yerelleştirme araçları kullanması onların faydalarıdır. Yerelleştirme araçları, metni diğer yazılım kodlama araçlarından ayırarak çevirmenlerin önemli hatalar yapmasını engeller. Diri'nin yazılım yerelleştirme süreci hakkındaki görüşleri şöyledir.

"...yazılımların çevirisinin hedef kültüre uyarlanması birkaç farklı süreci barındırmaktadır. Yerelleştirilecek yazılım ilk önce yerelleştirilebilirlik (localizability) aşamasından geçerek 'globalizasyon ve uluslararasılaştırma' süreçlerine uyumluluğu test edilir. Ardından çeviri süreci başlar. Çeviri sürecinin bitimiyle birlikte testing aşamasına geçilir ve programın/yazılımın sanal sunucularda tüm fonksiyonları denir. Nice zorluğu barındıran yazılım yerelleştirme sürecinde karşılaşılan zorlukların başında kelime ya da karakter uzunluğu kısıtlaması gelmektedir." (Diri: E.T. 12.02.2019)¹⁰

2.2. Web site yerelleştirme

Web site yerelleştirme, bir web sitesi içeriğinin belirli bir hedef kitlenin kültürel, dilsel, teknik gereklilikleri ile birlikte ilgili yasal gerekliliklerinin ve planlanan iletişim amaçlarının yerine getirilmesini sağlamak için uyarlanmasıdır. Sadece bunlarla da kalmayıp "site tasarımı, site yerleşim yönü, sitede kullanılan görseller, linklerin yeni hedeflere yönlendirilmesi" (Diri: E.T. 12.02.2019) de göz ardı edilmemelidir.

İnternette yer alan tüm sitelerin yaklaşık %55'i sadece İngilizce dilindedir. AB çapında yapılan bir araştırmaya göre internet kullanıcılarının %90'ı kendi dillerindeki bir sitede gezinmeyi tercih ettiklerini, ancak bunların %44'ünün kendi dillerinde yayın yapmayan sitelerde ilgilerini çekecek pek çok içeriği görme şansları olmadığından yakındıklarını ortaya koymuştur. Uygun şekilde yerleştirilmiş bir internet sitesi, ziyaretçilere anadillerinde hazırlanmış bir siteyi ziyaret ediyormuş hissi verir.

Yani web site yerelleştirme için de bir "pazarlama stratejisi" diyebiliriz. İnternetin hayatımıza girmesiyle e-ticaret kavramıyla tanışmamız uzun sürmedi. Şirketler geleneksel ticaret yöntemlerin yanına bir de elektronik ortamda aktifleşmeyi ekleyince, web siteleri ürünlerini sanal âlemde de sergilemek için ortam oluşturdu. Uluslararası şirketlerin kendi yerel pazarları dışındaki pazarlara da hitap edebilme amacıyla web siteleri genellikle çok dilli olmaktadır.

Ticaret tanıtım ve reklamdan geçmektedir. Kim ürününü daha iyi ve daha çok kitleye tanırsa, onun kazanma oranı da o kadar artmaktadır. Tanıtım tek bir dille sunulduğunda haliyle tek bir kitleyle de sınırlı kalacaktır. Oysaki çok dilli bir web site belki de yerel müşteriden daha çok yabancı müşteri çekecektir. Buna örnek olarak Microsoft'un gelirinin %60'ından fazlasını yabancı pazarlardan elde ettiğini gösterebiliriz.

Sinem Canım Alkan web site yerelleştirmesinin nasıl ticaretin başrolü haline geldiğini şöyle açıklamaktadır.

"...şirketler ürettikleri ürünleri ve/veya sundukları hizmetleri küresel iletişim ağında tanıtmaya ve pazarlama faaliyetlerinde bulunmaktadır. Bu da çeviri açısından yeni sonuçlar doğurmuştur.

¹⁰ Diri, B. (2015). Yerelleştirmenin gücü adına, <https://www.ceviriblog.com/2016/04/29/yerellestirmenin-gucu-adina-bekir-diri/> (12.02.2019)

Reklam metinlerinin yanı sıra web sitelerinin çevirisi gündeme gelmiş ve çeviriye bağlı bir alan olan web sitesi yerleştirme sektörü oluşmuştur.” (Alkan, 2008: 10)¹¹

Web sitelerden ve sanal ortamdan bahsederken tam bu noktada kısaca “netnografi”ye değinebiliriz. Netnografi, pazarlama alanında yeni bir yöntem olup gerçek dünyada birbirine dokunamayan ama internet aracılığı ile bir araya gelerek bir kültüre dâhil olan sanal toplulukların (virtual community) tüketim alışkanlıkları ve beklentileri üzerine yapılan derinlemesine alım, satım, bilgi paylaşımı ve sosyal etkileşimleri inceler. Bu topluluklara Facebook toplulukları, forumlar ve sözlükler örnek gösterilebilir. Sanal etnografi, online etnografi, dijital etnografi, siber etnografi vb. tanımlamalarla da anılan netnografik pazarlamadaki en önemli nokta; kişilerin söylemediklerini ve gizli beklentilerini tahmin edebilmek ve buna uygun pazarlama stratejileri oluşturabilmektir.

Sadece çevrimiçi ortamlarda bulunan toplumları incelemek için geliştirilmiştir. Etnografiden farklı olarak araştırmacı kişilik gidip de araştırmak istediği toplumun içine girmektense bilgisayarının başına oturarak onları çevrimiçi olarak takip eder. En genel anlamda ikiye ayrılırlar. Birinci tarzında araştırmacı sadece gözlem yapar topluma dâhil olmaz, ikinci durumdaysa araştırmacı katılımcı, gözlemci olarak bulunur ve o toplumun bir parçası olur diğer kişilerle etkileşime girer. Böylece kitlelerin nabızları yoklanır ve erek kitlenin ihtiyaçları ve beklentilerine göre ürün (ve gerekli yerleştirme) yapılır.

2.3. Oyun yerleştirmesi

80'lerde ortaya çıkıp 90'larda iyice yaygınlaşan, okulu kıran öğrencilerin koştura koştura gittiği oyun mabetleri, uzun bir süre hayatımızda yer etse de teknolojinin gelişmesi ve bilgisayarların/konsolların evlere girmesi ile ilk önce internet kafelere/playstation salonlarına dönüştü, daha sonra ise kapandı. Bilgisayarların yaygınlaşması oyunların da yaygınlaşmasına vesile oldu. Hatta şu noktaya kadar gelindi ki, bugün “e-spor” adı altında çeşitli oyun turnuvaları düzenlenmekte ve dünyanın dört bir yanından kişilerin internet aracılığıyla buluşup oyun oynayabileceği ya da belli zamanlarda düzenlenen uluslararası büyük elektronik spor organizasyonları aracılığıyla dünyanın farklı yerlerinden gelen insanların buluşup, oyun oynayabilecekleri bir spor oluşturuldu. (Beşiktaş, Galatasaray, Bursaspor ve Fenerbahçe gibi kulüplerin de e-spor takımı bulunmaktadır.) Oyunların, küçük büyük demeden 7’den 77’ye olmasa da 47’ye hitap etmeleri ve aslında hayal dünyasının bir ürünü oldukları, yerleştirme ihtiyacını da birlikte getirdi. Tam bu noktada oyun yerleştirmesi diğer yerleştirme türlerinden ayrılmaktadır. Amaç sadece kaynak kültürdeki etkiyi erek kültüre aktarmak değil, işin içine hayal gücü de ekleyip yaratıcılığı biraz konuşturılmaktan geçmektedir.

Dövüş, araba yarışı gibi oyunlar bir kenara (tabii ki bunlar da yerleştirilmeli), buna en çok hikâyesi olan, yani oyunun oynanabilmesi için oyun içindeki metinlerin veya konuşmaların anlaşılmasına bağımlı olan oyunlar ihtiyaç duymakta çünkü artık kullanıcılar oynadıkları oyunları anlamak istiyorlar. Oyun içinde sağlıklı karar vermek, hele ki “interaktif” oyunlarda bu durum oldukça önemlidir çünkü hikâyenin akışı oyunda verilen kararlar neticesinde değişebilmektedir.

İlk başta sadece İngilizce, İşpanyolca, Almanca, Fransızca vb. gibi dillerde yayınlanan oyunlar daha sonra başka dilleri de desteklemeye başladı. Yerleştirmedeki en büyük etken, oyunların daha geniş

¹¹ Canım Alkan, S. (2008). Türkiye’de çeviri bürolarında web sitesi yerleştirmeleri ve bu süreçte bilgi teknolojilerinin kullanımı, İstanbul Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

kitlelere açılma, daha genç oyunculara doğru yaygınlaşma olanağı bulmasıdır. Odacıoğlu oyun yerelleştirmesini şöyle tanımlamakta.

"Video oyun yerelleştirmesi, yazılım yerelleştirme ve görsel işitsel çevirinin karışımı olarak tanımlanabilir... Örneğin, Japonca video oyunları İngilizceye genelde dublajlanarak, diğer Avrupa dillerine ise alt yazılı aktarılır... Video oyun yerelleştirmesindeki en önemli özelliklerden biri oyunun orijinal kültürde bıraktığı eğlendirici etkinin erek kültür için de sağlanmasıdır. Bunun nedeni çevirmenden, yerelleştirme aşamasında yaratıcılık ve özgünlük beklenmesidir." (Odacıoğlu, 2017: 3)¹²

İşin yazılım ve görsel işitsel kısmını bir kenara koyup, tercüme sürecine örnek olarak "Nintendo of America" (Nintendo'nun Amerika şubesi)'dan ilgili kişi Swan'ın yapmış olduğu açıklamayı verebiliriz.

"İlgili bir notta, Nintendo of America'dan Swan, video oyunlarında karşılaşılan şakaların çevirisiyle nasıl başa çıktıklarını açıklıyor: İlk hedefimiz, orijinal oyunun ruhunu yakaladığımızdan emin olmak. Sonrasında Japonca'da belli bir anlama gelen şakayı yaratıcı fikirler üreten yazma ekibimize veriyoruz ve onlar da orijinaliyle aynı etkiye sahip yeni bir şaka yazmaya çalışıyorlar ". (Bernal-Merino, 2014: 123)¹³

Bu kısa alıntıdan da anlaşılacağı üzere işin tercüme kısmı da pek kolay değildir. Hayal gücü yüksek bir ekipten bahsedilmektedir.

3. Bilgisayar oyunlarının kısa tarihçesi

Bilgisayar oyunları, teknolojinin eğlence alanındaki en yaygın kullanımlardan birisidir. Bilgisayar teknolojisi ve bilgisayar oyunlarının birbirini tetiklemesi iki alanın da hızla gelişmesini sağlamıştır. Bilgisayar teknolojisi ilerledikçe oyunlar gelişmiş, oyunların ihtiyacını karşılamak için de bilgisayar teknolojisi gelişmiş. 1981'de oyun makineleri baya tutulmuştu. Birçok yeni içerik üreten üreticiler o sıralar 5'25"lik disketlere göre daha kullanışlı olan bantlı kaset oyunları üretmeyi daha uygun görüyorlardı. 1988'de 4 renk CGA (Color Graphics Adapter) grafiklerden 16 renk EGA (Enhanced Graphics Adapter) grafiklere geçilerek oyunlar yavaş yavaş renklenmeye başlamıştı. Bu yeni grafik modunu ilk kullanan *Sierra Online* oldu. 90'lı yılların başında mouse'un ve ses kartlarının bilgisayar sistemlerine girmesi ve grafik arabirimlerin gelişmesi ile oyunlar da görsel olarak gelişmeye başlamıştır. Wolfenstein oyunu ile 1992 yılında oyunlara 3D gelmiştir fakat 3D oyunlarının ilk başarılı örneği ID Software tarafından geliştirilen "Doom" oyunudur.

4. Oyun türleri

Hepimiz hayatımızda en azından bir kere bilgisayar veya video oyunu oynamışızdır. Bazılarımız eğlence olsun diye oynarken bazılarımız bir oyunu satın almadan veya oynamadan önce içeriğine, türüne, temasına dikkat edip beklentilerini karşılayacak mı diye irdelemektedir. Öte yandan bazılarımıza ne tarz oyun sevdikleri sorulunca "ya işte GTA gibi oyunlar" veya "PUBG gibi" benzetmelerle sevdikleri oyun türlerini anlatmaya çalışmaktadırlar. *First Person Shooter* (FPS), *Third Person Shooter* (TPS), *Real Time Strategy* (RTS), *Role Playing Game* (RPG) gibi yabancı terminolojide yer alan ve oyunların genel türünü ifade eden bu kavramların bir de *Japanese Role Playing Game* (J-RPG) gibi alt türleri de mevcuttur.

¹² Odacıoğlu, C. (2017). Yeni bir uzmanlık çeviri alanı olarak oyun yerelleştirmesinin Türkiye'deki konumu ve öneriler, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(51), 3

¹³ Bernal-Merino, M. A. (2014). Translation and localisation in video games: Making entertainment software global, s.123 (İngilizceden Türkçeye çevrilmiştir)

4.1. FPS (First Person Shooter)

FPS veya açılımıyla First Person Shooter olarak bilinen bu oyun türü, karakterin gözünden oynanmaktadır. Yani bir nevi karakterin ta kendisi olduğumuz oyunlardır. Ekranda karakterin elleri, kolları (ve silahı) gözükmemektedir fakat çoğu oyunda, bu bir dezavantaj olmasa da karakterin ayakları gözükmemektedir. En büyük avantajlarından birisi ise ortamı sanki kendi gözünüzden görüyor hissi vermesidir. Böylece ortama sizi kolayca adapte edebilmekte ve oyun içerisindeki diğer karakterle bağ kurmanızı sağlamaktadır. Birinci şahıs olarak ateş ettiğimiz veya ateş etmediğimiz ya da nesne kullanmadığımız oyunlara da FPS deniliyor fakat ana mantık FP yani birinci şahıs olmamızdır.

Türkçede “birinci şahıs vuruş oyunu” veya “birincil şahıs bakış” denilebilir ama Türkçeleştirme çabaları tam karşılığını vermediğinden genellikle orijinal adı kullanılmaktadır. Yine de bazı oyunlarda “birinci şahıs nişancı (BŞN)” diye belirtilebilmektedir.

4.2. TPS (Third Person Shooter)

TPS oyun türlerinde karakter bir bütün olarak görülmektedir. Karakter genellikle biraz açılı bir şekilde arkasından yönetilmektedir. Daha detaylı anlatmak gerekirse, üçüncü kamera açısından yani bir nevi dışarıdan kontrol edilmektedir. *Third Person Shooter*, Türkçede genellikle “üçüncü şahıs nişancı (ÜŞN)” olarak geçmektedir. Sevilen oyun türlerinden olan TPS’nin en güzel avantajlarından biri ise çevre ile iletişimin ön planda olmasıdır. Kimi zaman karakterinizin üstünü başını değiştirebilir, istediğiniz gibi farklı kıyafetler giydirebilirsiniz. Ayrıca yaralanıp yaralanmadığınızı da TPS türünde daha iyi görebilirsiniz. Günümüzde pek çok oyun FPS ve TPS görünümüleri arasında geçiş yapabilmektedir. (Örneğin PUBG). FPS’de, bazen hangi yöne saldıracağımıza karar vermek sorun olabilir. Bu büyük ölçüde FPS görünümüne ne kadar alıştığınıza ve animasyonların saldırı yönlerini işaretlemeye ne kadar iyi olduğuna bağlıdır. TPS çevre ile karakterinizin nasıl etkileşime girdiğine dair daha iyi bir bakış açısı sağlar. Hasarın verildiği yönü kolayca belirleyebilirsiniz.

5. Oyun temaları

Oyun temaları sık sık oyun türleriyle karıştırılmaktadır. Oyunun işlenişi bakımından ikisi farklı başlıklar altında ayrı ayrı değerlendirilmelidir. Daha iyi anlatabilmek için şöyle bir örnek verebiliriz. “Bir sinema filminin türü Sanat Filmi olabilir ve bunun yanı sıra Savaş ya da Tarih teması üzerine çekilmiş olabilir. Aynı keza bir Komedi temalı bir filmin türü Animasyon olabilir.” (Küçük: E.T. 24.03.2019)¹⁴

6. Yezahlaştırma nedir?

Yezahlaştırma “yerel”, “yerelleştirme” ve “mizah”, İngilizcesi *Localitainment*, “Localization” (yerelleştirme) ve “Entertainment” (eğlence), kavramlarının birleşmesinden oluşan bir terimdir. Yerelleştirmenin ve yerlileştirmenin ortaklaşa kullanıldığı bir çeviri yöntemi olarak görülebilir çünkü yerelleştirme yapılırken kısmi bir yerlileştirmeye başvurulmaktadır. Hatta yezahlaştırma kavramı ilk başta, yerelleştirmenin bir alt başlığı olma niteliği taşımaktadır. Fakat yine de hem yerelleştirmeden hem yerlileştirmeden tamamen uzaklaşmasa da ufak farkları vardır. Özellikle de bundan dolayı ayrı bir isim hakkına sahip olmalıdır.

¹⁴ Küçük, E. (2017). Video oyun türleri nelerdir, <https://oyungg.com/video-oyun-turleri-nelerdir-aciklamalariyla/> (24.03.2019)

Yerelleştirme, bir ürünün farklı kültürde de aynen işlenmesine aynı etkiyi yaratmasına verilen isimdir. Amacı çevrilen metnin okuyucu tarafından "çeviri" olarak algılanmaması, fark edilmemesidir. Yezahlaştırma ise böyle bir amaç gütmemektedir. Aşırı (mübalağa) yerelleştirme olarak da nitelendirilebilen bu kavram, kaynak metnin erek kültürün mizahi yapısına göre yerelleştirilmesidir. Bu durumda yerelleştirmeden farkı, çevirmenin kendini görünür kılmasıdır. Okunulan metnin bir çeviri metni olduğu aşikârdır. Dolayısıyla yezahlaştırma süreci "anlamak ve anladığını mizahi bir şekilde aktarmak"tan geçmektedir. Yezahlaştırma şu an oyun yerelleştirmesi ve dizi/film alt yazı çevirisiyle sınırlıdır.

Yerlileştirme, yabancı metni erek dil kültüründe baskın olan değerlere uygun olarak tutucu ve benzeştirici bir yaklaşımla aktarmaktır. Yezahlaştırmanın, yerlileştirmeden farkı ise yerlileştirme kadar radikal olmamasıdır. Yani "Hey Jennifer", "*merhaba Saadet*" olarak veya "pazar kiliseye gideceğim", "*cuma namazına gideceğim*" gibi çeviriler söz konusu değildir. Sadece erek kültürün mizah anlayışına uygun çeviriler gerçekleştirilecektir.

Yezahlaştırma, transcreation (yaratıcı çeviri) değildir. Transcreation kelimeleri daha etkili kullanmaktan geçmektedir. Mesela "iyi yemek, güzel yemek" değil de, yemeğin tadını anlatmak için daha çok "lezzetli, nefis, enfes" gibi kelimeler kullanılmaktadır. Kelimeler özenle ve dikkatle seçilerek tüketiciyi harekete geçirme amacı gütmektedir. Bir nevi pazarlama dilidir diyebiliriz. Yezahlaştırmanın öncelikli amacı mizahıdır.

Hal böyleyken, bu ufak farklar olsa dahi yezahlaştırmayı tamamıyla ne yerelleştirmeden ne de yerlileştirmeden soyutlayamayız çünkü genel hatlar itibariyle birbirine benzemektedir. Yezahlaştırma, çevirmenin kendini görünür kılmasından dolayı yerelleştirmeye ve köklü bir değişim olmadığından yerlileştirmeye aykırı olsa da bunlar haricinde büyük ölçüde her iki yöntemin kurallarına uymaktadır. İki yöntemin kısmen ortaklaşa kullanılmasından dolayı da bir birleşimden söz edebiliriz. Yine de bu ufak ama belirleyici farklar sayesinde yezahlaştırmayı ayrı bir yöntem olarak görmeliyiz.

Bu yöntem, ilk başta çok kolay bir işmiş gibi gözükse de çeviri sırasında ayarı yakalamak çok önemlidir. Çünkü çok fazla kullanılmaya çalışılırsa yerlileştirmeden, az kullanılırsa da yerelleştirmeden pek bir farkı kalmayacaktır. Amaç belirli ritimlerde seyirciyi tekdüzelikten, monotonluktan kurtarıp ilgisini çekmektir.

Örneğin dizi/film çevirilerinden söz edecek olursak, Aynasızlar filmindeki iyi polis kötü polis sahnesinin Almanca ve Türkçe karşılaştırmasını ele alabilir ve yanına "yezahlaştırma" farkını ekleyebiliriz. Böylece yezahlaştırmayı uygulamalı olarak görmüş olur ve daha iyi içselleştirebiliriz.

Tablo 1: Aynasızlar filmi Almanca, Türkçe ve Türkçe yezahlaştırma karşılaştırılması

Almanca	Türkçe	Türkçe Yezahlaştırma
Gefangener: Du siehst wie die Kinder in der Campbell Suppen Werbung aus die jetzt Alkoholiker sind.	Tutuklu: Büyüyüp alkolik olan şu Campbell çorbası çocuklarından birine benziyorsun.	Tutuklu: Büyüyüp alkolik olan şu Campbell çorbası çocuklarından birine benziyorsun.
Polizistin: Oo überraschend gehässig!	Polis: Oo çok narin bir göndermeydi!	Polis: Kimsin sen Müge Anlı falan mı?

Müge Anlı Türkiye'de ünlü bir program sunucusudur ve programında çeşitli kaçırılma, dolandırılma ve cinayet vakalarını işlemektedir. Aynı zamanda emniyetten olduğu kadar, neredeyse tüm Türk halkı olan

izleyici kitlesinden de yardım almaktadır. Ayrıca sosyal medyada da bu programın esprileri yaygındır. Böylece buraya cevap olarak “*kimsin sen Müge Anlı falan mı?*” deyip espritüel yerileştirme kullanarak, yezahlaştırmaya (localitainment’e) başvurmuş olunuz. Hatta tutuklunun “büyüyüp alkolik olan şu Campbell çorbası çocuklarından birine benziyorsun” ifadesini “küçükken ‘yetenek sizsiniz’e katılıp arabesk rap söyleyen çocuklardan birine benziyorsun” diye çevirmek yezahlaştırma için daha güzel örnek olacaktır. Tutuklunun dediğinden yola çıkarak Campbell çorbasının Amerika’da bir çorba reklamı olduğu anlaşılabilir. Türkiye’de Campbell çorbası diye bir reklam olmadığından yezahlaştırmayı burada kullanmak daha doğru olacaktır. Hem alaycı yaklaşımdan sapmamış hem eş değeri (mübalaga etmiş de olsak) sağlamış hem de Türk mizah yapısına uygun çeviri yapmış olunuz.

Aslına bakarsak bu tarz söylemler gerçek hayatta da karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde çevirmenler arada sırada alt yazı çevirilerinde, kendilerine şaka yapmayı izin vermektedirler. Hatta sonrasında ilgili filmi izleyen kişiler tarafından bu çeviriler çok komik bulunduğundan sosyal medyada paylaşılmaktadır. İzleyiciler tarafından oldukça ilgi gören bu tarz çeviriler sosyal medya kullanıcıları tarafından “trol¹⁵ çeviriler” diye adlandırılmaktadır.



Şekil 1: Yezahlaştırma örneği olarak sayılabilecek bir alt yazı çevirisi

¹⁵ Trollemek, internette huzur bozmayı, sağı sola sataşmayı, yoktan yere sıkıntı yaratmayı, sarkıntılık yapmayı, başkalarını tuzağı düşürmeyi tanımlayan bir sıfattır. Komik olabileceğı kadar abartıldığında tehlikeli olabilir, hatta ilgili konu hakkında suç duyurularında bile bulunulabilir.

	Meydan Dayağı		Concussive Blows
	Buz Yanığı Bedel: 55/60/65/70/75 Mana Menzil: 1000		Winter's Bite Cost: 55/60/65/70/75 Mana Range: 1000
	Yettim Gari Bedel: 50/55/60/65/70 Mana Menzil: 650		Stand Behind Me Cost: 50/55/60/65/70 Mana Range: 650
	Kapı Gibi Bedel: 30/35/40/45/50 Mana Menzil: 25000		Unbreakable Cost: 30/35/40/45/50 Mana Range: 25000

Şekil 2: Yezahlaştırma örneği sayılabilecek bir oyun yerelleştirmesi

Oyunlar için örneklendirmek gerekirse, League of Legends (LoL) oyunundan bahsedebiliriz. LoL Türkiye’de bir yerelleştirme harikasıdır. Herkes tarafından sevilen bu oyunda bazı yetenek kavramları geçmektedir. Örneğin “Stand Behind Me” yeteneğinin Türkçesi “*arkamda dur*” demektir fakat “(mübalaga) yerelleştirme” yapılarak “*yettim gari*” olarak çevrilmiştir. İşte burada tam olarak yezahlaştırmadan bahsedebiliriz çünkü “Stand Behind Me” Türkçeye “*siper*” veya “*sana siper olurum*” diye de aktarılabilirdi ve böylelikle de yine yerelleştirme sağlanmış olurdu fakat “yettim gari” denilerek Ege yöresine gönderme yapılmış ve bu samimi üslupla akıllarımızda yer etmeyi başarmıştır.

Öte yandan PUBG’nin “Winner Winner Chicken Dinner” cümlesini inceleyebiliriz. Türkçeye “*Hadi iyisin çorba parası çıktı*” olarak çevrilmiştir. Burada da Yerelleştirme sağlanmıştır. Sonuçta Türk kültüründe sabah kahvaltı olarak da veya gece geç saatlerde de çorba içilmektedir. Hatta 7/24 açık olan çorbacılar bile vardır. “*Kazanana akşam yemeğinde tavuk var*” denmektense böyle aktarılıp Türk kültürüne uygun hale getirilmesi caziptir. Peki, burada yezahlaştırmadan söz edebilir miyiz? Bazılarına “hadi (yine) iyisin...” cümlesi yeterince mizahi gelecektir. Arkadaşlar arasında espri mahiyetinde çok kullanılır. Belki bazıları da yetersiz bulacaktır. Bunun nedenini mübalagaya başvurulmamasına veya çok da komik bir söz olmamasına bağlıyorum. Bir de “*deliyim gözü kara deliyim yakarım Roma’yı da yakarım*” örneğine bakalım. Herkes tarafından sevilen bu nostaljik şarkıya günümüzde kafelerde veya radyolarda çalındığında hâlâ eşlik edilmektedir. Sanırım eğer kazandığımızda böyle bir yazıyla karşılaşıydık kazanma hırslımız sırf bu yazıyı görmek için bile olsa daha da artardı. “...Roma’yı da yakarım” kısmının biraz saldırgan olduğunu düşünürsek alternatif olarak yine bir başka nostaljik şarkı olan “*buraları yıkılıyor benden yıkılıyor*” diyebiliriz. Her iki örnek de ülkemizde sevilen şarkıların sözleridir. Eğer bunlar gibi çevirilerle karşılaşmış olsaydık yezahlaştırmadan daha rahat bahsediyor olabilirdik. Ayrıca bu şarkı sözleri oyundaki “hayatta kalmak için diğer kişileri veya takımları yok et” mantığını da desteklemektedir.

Yezahlaştırmayı tanımlamak için, özellikle oyun yerelleştirmesinden bahsederken yerileştirmeden de bahsedebiliriz. İki biribirinden farklı şeyler olsa da bu konuda mizah adı altında tekrar birleştiklerini gözlemleyebiliriz. Birleşme burada bu iki kavramın/yöntemin birlikte kullanılmasından kaynaklıdır.

Örneklerde de görüldüğü üzere, farklı çıkarımlar/çeviriler yapılabilse dahi ilgi çekmek için mizaha başvurulmuştur. Sonuç olarak, yezahlaştırma, yerleştirme ve yerleştirmenin mizah adına buldukları yerdir. Bir oyun yerleştirilirken veya dizi/film alt yazı çevirisi yapılırken, ilgi çekmesi için ister istemez bazı cümleler veya kelimeler sadece yerleştirilmekle/çevrilmekle kalmayıp aynı zamanda mizah adına abartı bir yerleştirmeye de uğramaktadır. Yezahlaştırmayı bu hususta “yerleştirme yapılırken ilgi çekmek adına mizahi yerleştirmenin de kullanılması” olarak da tanımlayabiliriz.

Tam bu noktada “dizi/film çevirileri yerleştirme değil ki?” diye düşünülebilir. İşte bu yüzden yezahlaştırma; ilk başta bahsedildiğı üzere yerleştirmenin bir alt dalı olmaktan çıkmalı, yerleştirme ve duruma göre yerleştirmenin ortaklaşa kullanıldığı yeni bir yöntem olarak görülmelidir. Yeni bir yöntem olarak görülmesi sayesinde sadece yerleştirme yapılırken değil, çeviri yapılırken de kullanılabilmesi sağlanacaktır. Yezahlaştırma yöntemi çeviribilime kazandırılıp bu tarz çeviriler ayrı bir çatı altında toplanmalıdır. İşin aslına bakılırsa bu yöntem sayesinde ilgili ürün daha da ilgi çekici hale getirilmektedir. Bu durum ilgili filmin veya oyunun daha çok izlenmesine/oyunmasına katkı sağlayacaktır. Yezahlaştırma yöntemi ile yapılan çeviriler “Türkçe yama”, “Türkçe altyazı” veya “Türkçe dil desteği” adı altında değil kendi adıyla ayrı olarak düşünölmelidir.

Sonuç ve öneriler

Bu çalışmada yerleştirme ve kullanıldığı bazı alanlar hakkında bilgi verilmiş olup özellikle oyun yerleştirmesi üzerinde durularak gelecek nesillerin dikkati bu alana çekilmeye çalışılmıştır. Yapılan araştırmalar sonucu yerleştirmenin başlı başına bir sektör olduğı ve “çevirinin” bunun bir parçası olduğı kanaatine varılmıştır. İşin içine bir de asıl konu olan oyun yerleştirmesi girince, ne sadece çevirinin ne de sadece yazılımın yeterli olabileceğı görölmüştür. Oyun yerleştirmesi diğer yerleştirme alanlarına göre bunlardan farklı olarak bir de hayal gücüne ihtiyaç duymaktadır. Belli anlama gelen bir şaka, başka kültürlerde orijinaliyle aynı etkiye sahip olabilmesi için yaratıcı fikirlerle tekrar yazılmaya çalışılır ve yeni bir şaka üretilmektedir. Buna binaen oyun yerleştirmesi, hatta komple yerleştirme sektörü için, bu işin “asla bir çevir bırak işi” olmadığı sonucuna varılmıştır.

Oyun dünyasına kısaca değinilen çalışmada yer alan bir diğer konu ise “yezahlaştırma (localitainment)” kavramıdır. Yezahlaştırma, özellikle oyun yerleştirmesi yaparken kullanılan esprili, kısmi yerleştirmedir. Yerleştirme ve yerleştirmenin birbirinden farklı şeyler olsa da bu konuda, mizah adı altında tekrar birleştikleri gözlemlenebilmektedir. Örneklerde de görüldüğü üzere, farklı çıkarımlar/çeviriler yapılabilse dahi ilgi çekmek için mizaha başvurulmuştur. Ayrıca bu birleşmeden kasıt, yine değinmekte fayda var yerleştirme yapılırken kullanılan kısmi esprili yerleştirmeden dolayıdır. Bundan ziyade yezahlaştırma sadece yerleştirmede değil dizi/film alt yazı çevirilerinde de kullanılabilir. Bu yöntemle, ilgili oyun veya dizi/film monotonluktan kurtarılıp seyircinin ilgisinin çekilmesi, tekrar odaklanmasının sağlanması amaçlanmıştır. Bu hususta çeviri yaparken belirli aralıklarla bazı cümleler, gerçek anlamı yerine, erek kitlenin mizah anlayışına uygun tercüme edilmektedir. Örneklerde de görüldüğü gibi aslında bu yöntem gerçek hayatta da kullanılmaktadır. Aynı şekilde, bu tarz çevirilerin toplumumuz tarafından gayet olumlu şekilde karşılandığı gözlemlenmiştir. Zira seyirciler bu tarz çevirileri dizi/film izlerken yakalamış ve sosyal medyada paylaşıp hayranlıkla çevirmenlerin nasıl böyle çeviri yaptıklarını, bu sözlerin nereden akıllarına geldiğı ile ilgili yazılar yazmışlardır. Benzer bir durum, yine örneklerde görüldüğü üzere, oyunlarda da mevcuttur. Yezahlaştırma yöntemi, belki de normalinde “absürt” duran veya “yapılmaması gereken” bu çevirileri bir yöntem ve bir amaca bağlayarak kullanılabilir hale getirebilir. Ki bu aslında ilgili oyunun veya dizi/filmin avantajıdır çünkü bu belirli aralıklarla gelen, seyircinin/oyuncunun başka kültürlerde ara

ara esprili şekilde “kendisini görmesi”ni sağlayan dikkat çekici çeviriler sayesinde, o oyuna veya dizi/filme ilgisi artacak ve böylece oyunun daha çok oynanması, dizi/filmin daha çok izlenmesine vesile olacaktır.

Sonuç, yerelleştirmenin uzmanlık gerektiren bir alan olduğu ve bilhassa oyun yerelleştirmesinin ülkemizdeki konumunu göz önünde bulundurarak bundan daha ileriye gitmemiz için başta eğitim gibi gerekli adımların atılmasıdır. Bunun için bir sonraki çalışmada Türkiye genelindeki çeviribilim öğretim görevlileriyle anket yapılabilir ve hangilerinin gönüllü olarak yurt dışına çıkıp oyun yerelleştirmesi eğitimi almak istediklerini, onların bu konu hakkında ne düşündükleri araştırılabilir.

Yezahlaştırma yöntemi ile ilgili yapılacak sonraki araştırmalar başta diğer kültürlerde de esprili çevirilerin olup olmadığını incelemek, eğer varsa ilgili toplum tarafından nasıl karşılandığını bulmak, eğer yoksa netnografi yaparak bu fikri paylaşmak hatta güzel göstererek benimsetmek olabilir. Sonrasında yine ilgili kültüre göre ufak çaplı bir yezahlaştırma çalışması yapıp nabzın tekrar ölçülmesi gerekmektedir.

Tablo ve şekiller

Tablo1: Aynasızlar filmi Almanca, Türkçe ve Türkçe yezahlaştırma karşılaştırılması

Şekil 1: Yezahlaştırma örneği olarak sayılabilecek bir alt yazı çevirisi <https://onedio.com/haber/komik-altiyazi-cevirileri-518784>

Şekil 2: Yezahlaştırma örneği sayılabilecek bir oyun yerelleştirmesi <https://tr.leagueoflegends.com/tr-tr/champions/braum/>

Kaynakça

- Admin, (Erişim Tarihi: 11.02.2019). Lokalizasyon ve çeviri arasındaki farklar, www.nettercume.com.tr/lokalizasyon-ceviri-arasindaki-farklar/
- Bengi Öner, I. (Erişim Tarihi: 11.02.2019). “Yerelleştirme”nin tanımı, <http://ceviribilim.com/?p=234>
- Bernal-Merino, M. Á. (2014). *Translation and localisation in video games: Making entertainment software global*, Routledge. (İngilizceden Türkçeye çevrilmiştir).
- Can, M. Z.; Türkmen, B. (2017). *Bilgisayar Oyunlarının Yabancı Dil Eğitimine Katkısının Araştırılması: Anadili Türkçe Olan 100 Yükseköğretim Öğrencisi Üzerinde Yapılan Araştırma Örneği*. Tarih Okulu Dergisi. Yıl 10, Sayı XXXI, ss. 399-435
- Canım Alkan, S. (2008). *Türkiye’de çeviri bürolarında web sitesi yerelleştirmeleri ve bu süreçte bilgi teknolojilerinin kullanımı* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Canım Alkan, S. (2013). *Web sitesi yerelleştirmelerinde bir eyleyen olarak çevirmenin konumu: Türkiye örneği* [Yayımlanmamış Doktora Tezi], İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Diri, B. (Erişim Tarihi: 12.02.2019). Yerelleştirmenin gücü adına, <https://www.ceviriblog.com/2016/04/29/yerellestirmenin-gucu-adina-bekir-diri/>
- Küçük, E. (Erişim Tarihi: 24.03.2019). Video oyun türleri nelerdir, <https://oyungg.com/video-oyun-turleri-nelerdir-aciklamalariyla/>
- Odacıoğlu, M. & Köktürk, Ş. (2015). Çeviri kuramlarını yeniden yorumlamak yerelleştirme endüstrisinin skopos ve çeviriye ilişkin eylem kuramı üzerindeki etkisi. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, (50), 290
- Odacıoğlu, M. (2017). Yeni bir uzmanlık çeviri alanı olarak oyun yerelleştirmesinin Türkiye’deki konumu ve öneriler, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(51), 3
- Odacıoğlu, M. (Erişim Tarihi: 12.02.2019). Türk çeviribilim literatüründe yerelleştirme ve yerlileştirme kavramları,

https://www.academia.edu/37112434/T%C3%BCrk_%C3%87eviribilim_Literat%C3%BCr%C3%BCnde_Yerelle%C5%9Firme_ve_Yerile%C5%9Firme_Kavramlar%C4%B1

Schäler, R. (Erişim Tarihi: 12.02.2019). Yerelleştirme ve çeviri, Çeviren: Pelin Güler, <http://ceviribilim.com/?p=6382>