

Makale Türü: Araştırma Makalesi

“JANUS”, “BULUNTU” VE “HEYT BE!” FANZİNLER BAĞLAMINDA BİR TANITIM ARACI OLARAK FANZİNLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Ahmet MANSUROĞLU¹

ÖZ

İlk çıktığı dönemlerde, bir konunun hayran kitlesinin birbirleriyle iletişim kurmasını sağlayan “fanzinler” günümüzde, analog olması ve eskiye atıfta bulunması bağlamında ilgi çekici bir iletişim ve tanıtım aracı olma niteliğine de sahiptir. Günümüzde bazı tasarımcılar, hem fikirlerini paylaşmak hem de kendilerinin ve işlerinin tanıtımına katkıda bulunması adına “fanzinleri” etkili bir şekilde kullanabilmektedir.

Bu çalışmada, tasarımcıların elinde birer sanat nesnesine dönüşebilen “fanzinlerin”, onu üreten tasarımcıya, tasarımcının tanıtımı bağlamında nasıl katkılarda bulunduğu, ele alınan örnekler üzerinden incelenmiştir. Bu fanzinlerden, özellikle tasarım yönü ön planda olan ve sanat fanzinleri (artzine) olması bağlamında; “Janus Fanzin”, “Bulutlu Fanzin” ve “Heyt Be! Fanzin” bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Bu çalışmaya konu olan fanzinler tercih edilirken; fanzinlerin analog tasarımlarının olmasına, tasarım ve kavramsal olarak farklı içeriklere sahip olmasına ve farklı illerde faaliyet göstermelerine dikkat edilmiştir. Çalışmaya ait veriler toplanırken, literatür taraması yöntemi kullanılmış, aynı zamanda “Janus Fanzin” ve “Bulutlu Fanzin” kurucu ve tasarımcılarıyla iletişim kurularak bilgiler toplanmıştır.

Bu bağlamda, Türkiye’de ve dünyada fanzin üreten birçok sanatçı-tasarımcının, sanat eseri üretirken gösterdiği “yaratıcılık, özgünlük ve görsel seçicilik” gibi birçok özelliği kullanabilmesi ve fanzin dağıtımı için kurduğu iletişim ve ulaşım ağını organize edebilmesi önemlidir. Uygulanan yöntem ve kurulan bağlantılar sayesinde, bu çalışmada verilen örnekler ve daha birçok örnek gibi hem fanzin tanıtımında hem de kişisel tanıtımda başarı sağlanması çok olası görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Fanzin, Janus, Buluntu, Heyt be!, Tasarım ve Tanıtım

¹ Arş. Gör., Ankara Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Temel Sanat Eğitimi Bölümü. ORCID No.: 0000-0002-2329-9821, mansurogluahmet.93@gmail.com

Makale Geliş Tarihi: 13 Şubat 2021 **Kabul Tarihi:** 31 Mayıs 2021

EVALUATION OF FANZINES AS A PROMOTIONAL TOOL IN THE CONTEXT OF "JANUS", "BULUNTU" AND "HEYT BE!" FANZINES

ABSTRACT

"Fanzines", which enabled a fan base to communicate with each other when it first appeared, have the quality of being an interesting communication and promotion tool in the context of being analog and referring to the past. Today, some designers can effectively use "fanzines" to both share their ideas and contribute to the promotion of themselves and their work.

In this study, how "fanzines", which can be transformed into art objects in the hands of designers, contribute to the designer who produces it, in the context of the designer's promotion, is examined through the examples that are shown. In the context of being "art fanzines" whose design aspect is at the forefront; "Janus Fanzin", "Buluntu Fanzin" and "Heyt Be! Fanzin" are the subject of this study. While fanzines subject to this study are preferred; attention has been paid to the fact that fanzines have analog designs, have different contents in terms of design and concept, and operate in different provinces. While collecting the data of the study, literature review was used as a method. In addition to this, the information was collected by contacting the founders and designers of "Janus Fanzin" and "Buluntu Fanzin".

In this context, improving qualifications such as "creativity, novelty, and visual salience" which are the features used by artist-designers while producing their work is significant for most of the artist-designers both in Turkey and other countries. Also, it is important to be able to organize communication processes and transportation network for fanzine distribution. Thanks to the method applied and the connections established, it seems very likely to achieve success both in the promotion of fanzine and in personal promotion, such as the examples given in this study and many other examples.

Keywords: *Fanzine, Janus, Buluntu, Heyt Be!, Design and Promotion*

Giriş

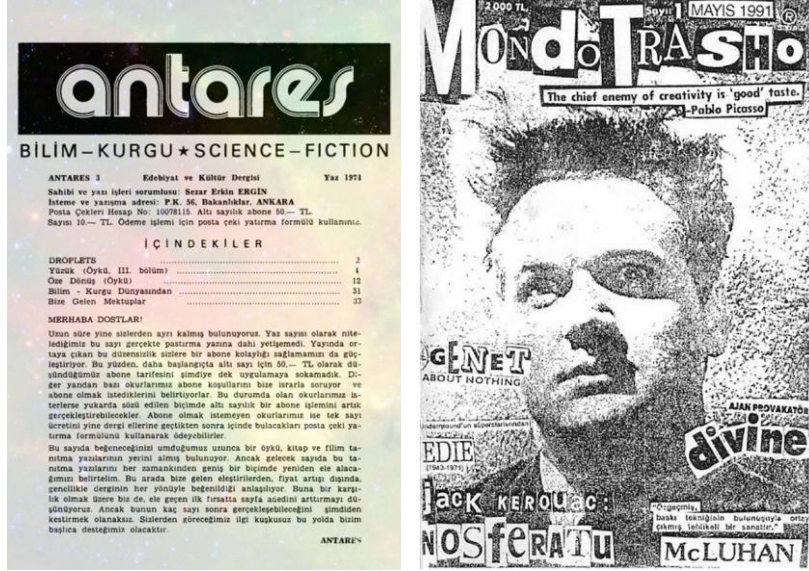
Günümüz toplumunun alışkanlıklarında hızla değişen unsurlar, internet yayınları, görsel bir saldırı haline dönüşen kültür öğeleri, kitapçıları dolduran rengârenk basılı materyaller; tüm bu hızlı değişim ve tüketim çılgınlığı arasında bir sanatçı adayı veya tasarımcının kendini görünür kılmasını oldukça güç bir durum haline getirmiştir. Bu bakımdan, günümüzde sürekli göz önünde olan teknoloji ve dijitalleşmeye karşın, bir tanıtım aracı olarak fanzinler (özellikle basılı fanzinler); tüm bu teknoloji ve dijital alışkanlıkların arasında dünyaya bakan bir pencere gibidir (Fanzin ve Fanzin Kültürü, 2018).

Türkçe’de “fanzin” olarak kullanılan “fanzine” kelimesi, “fanatic” ve “magazine” kelimelerinin bir araya getirilmesiyle oluşturulmuştur (Palabıyık, 2016). İçeriğindeki “fanatic” kavramıyla, ilk çıktığı zamanlarda daha çok, bir konunun hayran kitlesinin birbiriyle iletişim kurma aracı olarak kendini göstermiştir (Doğan, 2019, s. 67). Fakat sonraki dönemlerde daha serbest bir biçim ve içerik formuna evrilen fanzinler, aynı ürünle daha geniş ve farklı kesimlere hitap edebilmektedir. Finansal kaynak ve hiyerarşik yapılardan uzak, genellikle fotokopi yoluyla çoğaltılan, satış amacı güdülmeyen, içerik ve biçimsel kısıtlamalara sahip olmayan fanzinler; izin ve denetim pulu alınmadan, daha amatörce çıkarılan, bağımsız ve süresiz yayınlar olarak bilinmektedir (Doğan, 2019, s. 63-64). Geleneksel olarak, el yazısı, kolaj, daktilo ve çizim gibi birçok serbest unsur ve içeriği barındırabilen bu materyaller, farklı ifade biçim ve malzemelerden oluşabilirler. Bu nedenle, amatör veya profesyonel birçok farklı disiplinden kişi ve fikirlerin bir araya getirilmesi ve etkileşimi bağlamında önemli bir araç olarak görülebilir.

Fanzinlerin tarihsel olarak geçmişine bakıldığında; Dada hareketi ve “Cabaret Voltaire”, “Dada 291”, “New York Dada” gibi dergiler, punk hareketi bağlamında yayımlanan, bir yeraltı edebiyatı ürünü olarak fanzinlerin, saldırganlık, kolaj, kendine mal etme gibi biçimsel ve teknik özellikler bağlamında temelini oluşturmaktadır (Destici, 2019, s. 30). İçeriğinde siyasi söylemler ve çıkarıldıkları bölgedeki yeraltı punk gruplarının da haberlerini barındıran “Punk Fanzinleri”, daha sonraları ünlü olan bazı grupların röportajları bağlamında önceden tanıtımını sağlamışlardır (Destici, 2019, s. 31). Bu bakımdan da bir grafik ürün olarak fanzinlerin, belirlenen mesajları tasarlanan görseller yoluyla iletmesi ve fanzinlerin içeriği, bir tanıtım ve iletişim aracı olarak kullanılabilir.

Fikir olarak 1920’li yıllarda gelişmeye başlayan fanzinlerin ilk örnekleri; 1926’da Hugo Gernback öncülüğünde, bilimkurgu fanatiklerinin iletişim bağlarını güçlü tutmak ve hikayelerini paylaşmak için çıkarılan “Amazing Stories” ve yine bilimkurgu fanzini olarak 1930’da Amerika’da yayımlanan “The Comet” olarak bilinmektedir (Doğan, 2019, s. 67). Ana akım medyaya karşıt bir alt kültür ögesi haline gelen fanzinlerin, farklı görüşler olsa da Türkiye’deki yansımalarının, 1970’li yıllarda yayımlanan bilim kurgu fanzini “Antares”, 1990’lı yıllarda punk-dada estetiğini barındıran “Mondo Trasho” ve metal fanzini “Laneth” olduğu bilinmektedir (Özkan, tarihsiz). Günümüze kadar çeşitlenip, farklı biçimlerde üretilen yüzlerce fanzin, Türkiye’de ana akım medyaya

alternatif bir haberleşme alanı olmasa da alt kültürlerin, farklı grup ve oluşumların haberleşmeleri ve kendilerini ifade etmeleri adına iyi bir ortam sağlamıştır denebilir (Destici, 2019, s. 202).



Resim 1. Antares, kapak, 3. sayı, yaz 1974, Mondo Trashed, kapak, 1. sayı, 1991
(<https://manifold.press/mondo-trasho>)

Basılı bir ürün olarak fanzinler, özellikle günümüzün hızlı tüketim kültürünün, teknoloji ve dijital alışkanlıklarının arasında, eskiye atıfta bulunması bakımından daha ilgi çekicidir. Bu yüzden fanzinler, ilk çıktığı dönemdeki ana akım medyaya karşıt bir hareket olarak dikkat çekerken, günümüzde haberleşme ve iletişimde ana akım haline gelen teknoloji ve dijital ortama, basılı materyal formunu direterek yine bir karşıt durum oluşturmaktadır. Bu da bir tanıtım aracı olarak fanzinlerin tercih edilmesinin nedenlerinden biri olabilir. Ayrıca fanzinlerin taşıdığı amatör ruh, kaygılardan ve kesinlikten uzak duruşu; sadece elle yazılıp çizilenlerin ve yerellekle popülerleşenlerin de varlığı fanzinlerin samimi bulunmasını sağlayabilmektedir (Fanzin ve Fanzin Kültürü, 2018).

Fanzinlerin dolaşımı; elden ele, takas yoluyla, dağıtım noktalarına bırakılarak, bazen sokağa saçılarak, kimi zaman kafe, restoran gibi umumi yerlere bırakılarak sağlanmaktadır. Reklama yer vermemesi, üreticinin kendince karşıladığı bir maliyetle üretilmesi, ana akım medya ürünlerindeki gibi belirgin ve sabit dağıtım noktalarının olmaması; fanzinlerin sabit bir tirajlarının olmamasına ve birçok fanzinin geçici olmasına neden olmaktadır. Bu tür sorunlar gelişen teknoloji ve teknikler nedeniyle günümüzde birçok fanzin, etkinlik ve varlıklarını internet ortamında (“webzine”) sürdürmekte (Perşömen Sanal Fanzin, Void Zine, Evvel Fanzin vb.) veya basılı fanzinlere ek olarak internet ortamına taşınan fanzinler PDF formatında yayımlamakta ya da fanzinlere özel web siteleri kurulmaktadır. Her ne kadar teknolojinin fanzin üretimine girmesiyle

geleneksel fanzin yapım ve basımının tehlikeye girmesi ön görülse de webzinler, basım maliyetinden dolayı fanzinlerin yok olmasını önleyebilecek bir form olarak düşünülebilir. Fakat internet ortamına aktarımın, fanzin ruhuna aykırı olduğunu savunanlar, analog fanzin üretimlerine (Heyt be! Fanzin, Janus Fanzin, Buluntu Fanzin vb.) devam etmektedir.

Geçmişten günümüze kadar gelen süreçte kemikleşmiş bir kültür haline gelen fanzinler, birçok sanatçı adayı ve tasarımcı için bir sanat formuna dönüşmüş, aynı zamanda alternatif bir tanıtım aracı olmuştur. Türkiye ve yurt dışında fanzin ve tanıtım konusunda önemli işler yapan “Heyt be! Fanzin” yaratıcılarından Deniz Beşer de (Özkan, tarihsiz) fanzinleri “kendi küçük evlerimiz içerisinde iletişim kurmamıza ön ayak olan bir sanat formu olarak” görmektedir. Türkiye’de ve dünyada yerleşen bu fanzin kültürü bağlamında birçok festival, fuar, fanzin sergisi düzenlenmekte; kitap satış noktaları ve kafe gibi yerlerde fanzinlere özel “Fanzin Köşeleri” (Fanzin Apartmanı-İzmir, Eskici Cafe-Ankara, Zebercet Sahaf-İstanbul ve daha birçok mekânda) bulunmaktadır. “Zine Fest Berlin” (2012), “FanzineIST Festival-Zine Fest of Istanbul” (2016), “Zürich Small Press Fair” (2013), “Zine of the Zone”, “Athens Zine Fest” gibi etkinlikler, fuar, sergi ve farklı etkinliklere dâhil olan fanzin masaları-köşeleri, fanzin ve fanzinle bağlantılı yapılan etkinliklerin birkaçıdır (Elmastaş, 2019; Özkan, tarihsiz). Tüm bu kalıcı ve geçici uygulamalar, fanzin takipçileri için yeni ve eski birçok fanzin oluşumunu ve fanzin üreticilerini tanıma ve takip etme imkânı sunmaktadır. Fanzinlerin dağıtımı ve tanıtımı için de fanzin üreticilerinin birçok kişisel çaba ve uygulaması söz konusudur. Bu fanzinlerden özellikle tasarım yönü ön planda olan ve sanat fanzinleri (artzine) olması bağlamında; “Janus Fanzin”, “Buluntu Fanzin” ve “Heyt Be! Fanzin” bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Bu çalışmaya konu olan fanzinler tercih edilirken; fanzinlerin analog tasarımlarının olmasına, tasarım ve kavramsal olarak farklı içeriklere sahip olmasına ve farklı illerde faaliyet göstermelerine dikkat edilmiştir.

Janus Fanzin-Antakya

Antakya’da sanat ve tasarım faaliyetlerini sürdürmekte olan Ezgi Aysever ve Macide Yalçinkaya’nın çıkarmış oldukları Janus Fanzin, A3 boyutunda kraft kağıdının özel bir katlama tekniği ile fanzin haline getirilmesiyle oluşturulan bir sanat projesidir (Aysever ve Yalçinkaya, kişisel iletişim, Kasım 2019). Bu fanzinde tasarımcılar, Antakya’da yaşayan ve sanatsal üretimlerini bu şehirde gerçekleştiren sanatçılar olarak, iki yüzü olan Roma tanrısı “Janus” imgesinden referansla A3 kağıdın iki tarafında kendilerine ait ifade alanları oluşturmuşlardır.

İlk sayısını 2017 Ocak ayında çıkararak “Janus Fanzin” ekibi şimdiye kadar farklı zaman aralıklarıyla beş sayı yayımlamışlardır. İlk üç sayının içeriği, Antakya’nın tarihi ve kültürel yapısına işaret eden sanatçılara ait analog çizim ve metinlerden oluşmaktadır. İlk üç sayıda şehir ve yerellikten beslenen tutum, dördüncü sayıda sanatçıların kişisel sanat

pratiklerinden alıntı ve ipuçlarına evrilmiş ve her okuyucuya bu üretime katılabilmeleri için interaktif bir alan bırakılmıştır.



Resim 2. Janus'un ilk üç sayısı ve Janus'un ikinci sayısından bir görüntü (Ezgi Aysever arşivinden)

Janus Fanzin ekibi, fanzinlerin basımı için herhangi bir destek almamakta, çalışmalarını bağımsız yürütmektedir. Fakat tasarımcılar, basılı fanzinin devamlılığını sağlamak ve sanatsal faaliyetlerini sürdürebilmek adına, fanzin aracılığıyla yapılan tanıtım çalışmalarını neticesinde duvar resmi veya tasarım siparişleri gibi işler almaya başlamışlardır. Ayrıca fanzin aracılığıyla kurulan bu tür bağlantılar sayesinde sanatçılar, fanzin dışında da üretim pratiklerinin bir kısmını göstermekte, bu sayede farklı alanlarda farklı kitlelere de kendilerini tanıtmaya fırsatı bulmaktadır.



Resim 3. “Janus Fanzin” ekibinin Ankara ve Hatay’da gerçekleştirdiği duvar resimleri (Ezgi Aysever arşivinden)

Çıkarılan iki sayının dağıtımı ve ulaştırılması konusunda, elden ele yayma, kargo ile gönderim, umumi alanlara (özellikle kafelere) bırakma gibi yöntemlerin yanında “Janus Fanzin”² ve fanzin oluşumundan sonra oluşturulan “Janus Craft”³ için sosyal medya hesapları açılarak daha geniş kitlelerle, güncel imkânlar yoluyla bağlantılar kurulmaya çalışılmıştır. Bu tanıtım etkinlikleri sayesinde “Janus Fanzin”, Fransa, İspanya, Tunus, İtalya gibi yurtdışındaki ülkelere⁴ ve Türkiye’nin birçok şehrine ulaşmıştır.

İlk iki sayının tanıtım faaliyetlerinden sonra oluşturulan “Janus Craft” ile tasarımcılar, Antakya’nın özellikle yerel ürünlerini kullanarak ürettikleri tasarımlarla, 14-19 Haziran 2019’da Kapadokya’da düzenlenen “Cappadox” etkinliğine katılarak, fanzin ve kişisel tanıtım faaliyetlerini önemli bir etkinlikte gerçekleştirme fırsatı bulmuşlardır.

Tasarım bağlamında dikkat çeken “Janus Fanzin”, Türkiye’de fanzin dağıtımı ve tanıtımı adına önemli işler yapan “Fanzin Apartmanı”nın da dikkatini çekerek, bir “Fanzin Apartmanı” yazarı olan Efe Elmastaş’ın kalemiyle kritik edilerek internet sitelerinde paylaşılmıştır. Elmastaş (2018), bu kritikte “Janus Fanzin”den bahsederken şunları dile getirmektedir;

(...) Janus’un içsel sorgulamalarıyla başlayan fanzin, Antakya ve tarihi dokusuna bugünden bakan bir içeriğe sahip (...) Küçük göndermeleri olan metinde geçmişten yeniye, yönelimli sorgulamalar var. Alt metinde ise okura gün geçtikçe kirletilen, pisletilen bir kent yapısı duyumsatılıyor.

Aynı zamanda Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Sanat ve Tasarım Bölümü yüksek lisans programında öğrenimini sürdüren Ezgi Aysever’in üniversiteyle olan bağlantısı sayesinde de üniversitede öğrenim gören, güzel sanatlar bölümlerinde okuyan öğrenciler için 26 Mart 2019 tarihinde “Antakya’da Bir Sanat Pratiği Olarak Janus” başlıklı bir sunum ve atölye çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu sayede öğrenciler, ders müfredatı dışında, pek aşina olmadıkları bir “sanat nesnesi olarak fanzin” kavramıyla tanışmış, ayrıca “Janus 4.sayı”da kendilerine ayrılan bölümlerde çizimler yaparak “Janus Fanzin” üretimi ve tanıtımına (sosyal medyada paylaşımlar yaparak) dahil olmuşlardır.

² “antakyajanus” hesap ismiyle <<https://www.instagram.com/antakyajanus/?hl=tr>>

³ “januscrafterantakya” hesap ismiyle <<https://www.instagram.com/januscrafterantakya/?hl=tr>>

⁴ Farklı yerlerde etiketlenen “Janus Fanzin” için <https://www.instagram.com/antakyajanus/?hl=tr> adresine bakınız.



Resim 4. Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi öğrencileriyle fanzin çalıştayı (Ezgi Aysever arşivinden)

“Janus Fanzin” ve gerçekleştirilen tanıtım çabalarıyla birlikte fanzin ekibi, uluslararası bir etkinlik olan İKSV, Hollanda Ankara Büyükelçiliği ve Hollanda İstanbul Başkonsolosluğu ortaklığıyla 26-27 Haziran 2019 tarihinde gerçekleşen “Sanat ve Kültür Yoluyla Bağlantılar Kurmak” başlıklı konferansa da davet edilmiştir. Akabinde aynı etkinliğin devamı niteliğinde “Making Connections” teması çerçevesinde 26 Eylül tarihinde gerçekleşen buluşmada “Janus Fanzin” ekibi olarak konferansa özel bir “Janus Fanzin” üreterek bir sunum gerçekleştirmiş ve bir çalıştay düzenlenmiştir.



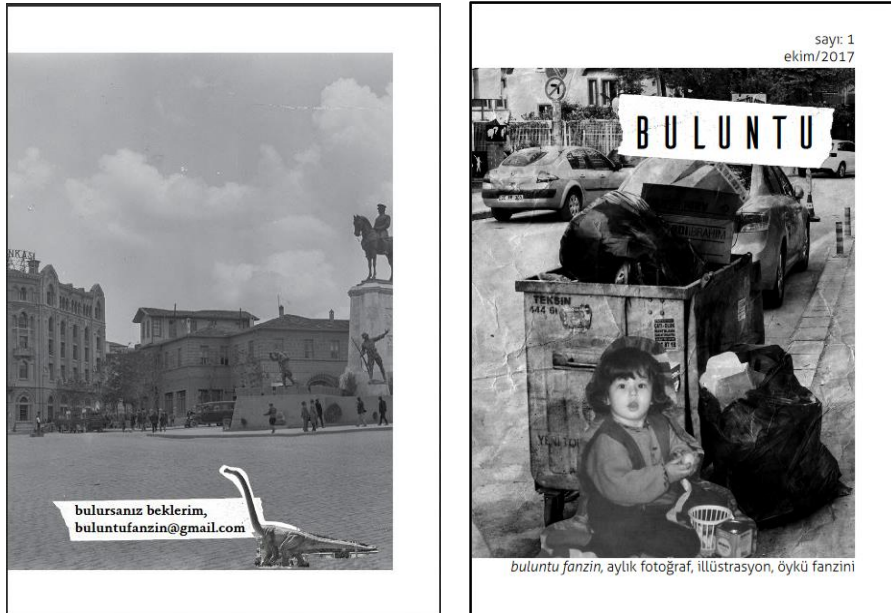
Resim 5. “Sanat ve Kültür Yoluyla Bağlantılar Kurmak” konferansı dahilinde yapılan fanzin çalıştayı, Hollanda Başkonsolosluğu İstanbul (<https://www.instagram.com/nlinturkey/?hl=tr>)

Ele alınan “Janus Fanzin” ile ilgili verilen tüm bu ayrıntılar bağlamında, özgür bir alan olan ve sanat nesnelere de dönüşen fanzinler, iletişim ve etkileşim bağlamında “Janus Fanzin” üreticilerine oldukça önemli katkılar sağlamış, yeni iletişim ve etkileşim ağları kurmalarına vesile olmuştur. Küçük bir şehirde olsa dahi, basit malzeme ve sınırlı imkânlarla yapılan fanzinlerin de doğru ve etkili kullanıldığında, dar alanda ve yeterli olanakların bulunmadığı mecralarda dahi oldukça önemli imkânlar sağlayabileceği çıkarımını yapmak mümkündür.

Buluntu Fanzin-Ankara

Günümüzde Hamburg’da farklı alanlarda sanat çalışmalarını sürdüren Zeynep Sıla Demircioğlu tarafından 2017 yılında Ankara’da çıkarılmaya başlanan “Buluntu Fanzin” şimdiye kadar altı sayı olarak (Kış 2020 sayısı) çıkmıştır. Biçimsel bakımdan “Buluntu Fanzin”, A5 boyutunda, siyah-beyaz basılmakta, isminden de anlaşılacağı üzere, buluntu kâğıt, fotoğraf gibi iki boyutlu nesnelere bazen kolaj yapılarak düzenlenmesi, bazen doğrudan sayfalara konulmasıyla şekillenmektedir. Bu bakımdan fanzin, yapılan kolaj, dekolaj ve yapıştırılan parçalara eskizle müdahaleler yapılmasıyla birer sanat nesnesine de dönüşmektedir.

Fanzin üreticisi Demircioğlu (kişisel iletişim, Aralık 2019) “Buluntu Fanzin”i çıkarma amacından bahsederken “Ürettiği işleri bir çatı altında toplamak, kendisini aylık düzenli bir üretim içine sokmak” olarak bahsetmektedir. Bu bakımdan fanzinin, sanatçıyı güdüleyen, işlerinin devamlılığını sağlayan, destekleyici bir rolü olduğu söylenebilir.



Resim 6. Buluntu Fanzin birinci sayı ön ve arka kapak (<http://zeynepasila.net/wp-content/uploads/2019/09/Buluntu-Fanzin-sayı-1.pdf>)

“Buluntu Fanzin”in oluşturulması için “bulunan” parçalar tasarımcının kendisi tarafından veya fanzin takipçilerinin Türkiye’den veya farklı ülkelerden, tasarımcının e-posta adresine yolladığı buluntu görsellerden seçilmektedir. Özellikle “Around The World” temalı dördüncü sayı, tasarımcının 2018 yılında, Erasmus öğrenci değişim programıyla gittiği yurt dışında, Avrupa’nın çeşitli ülkelerinde bulunan (buluntulanan) görsel kolajlardan oluşmaktadır. Tasarım bağlamında dikkat çeken ve farklılığını ortaya koyan “Buluntu Fanzin”in dördüncü sayısı, Türkiye’de fanzin dağıtım ve tanıtımına önemli işler yapan “Fanzin Apartmanı”nın da dikkatini çekerek, Efe Elmastaş’ın kalemiyle kritik edilmiş ve internet sitelerinde paylaşılmıştır.

Elmastaş (2019), bu kritikte “Buluntu Fanzin”den bahsederken şunları dile getirmektedir:

Geçen sayıda da karşılaştığımız gibi, yurtdışından da parçalar getiren Buluntu, bu sayısında da aynı şekilde karşımıza çıktı. Polonya, Almanya başta olmak üzere Ankara ve İstanbul’dan gelen nadide buluntularla bizleri sevindirdi. Kapak fotoğrafı Polonya’dan, bir apartmanın dibinde bulunmuş, kuşkusuz bir hikâyesi var. Küçük notlar, fişler, biletler ve fotoğraflar... Hepsi, yaşanmışlıklarıyla bu sayıda toplanarak bizlere bir şeyler fısıldıyorlar.

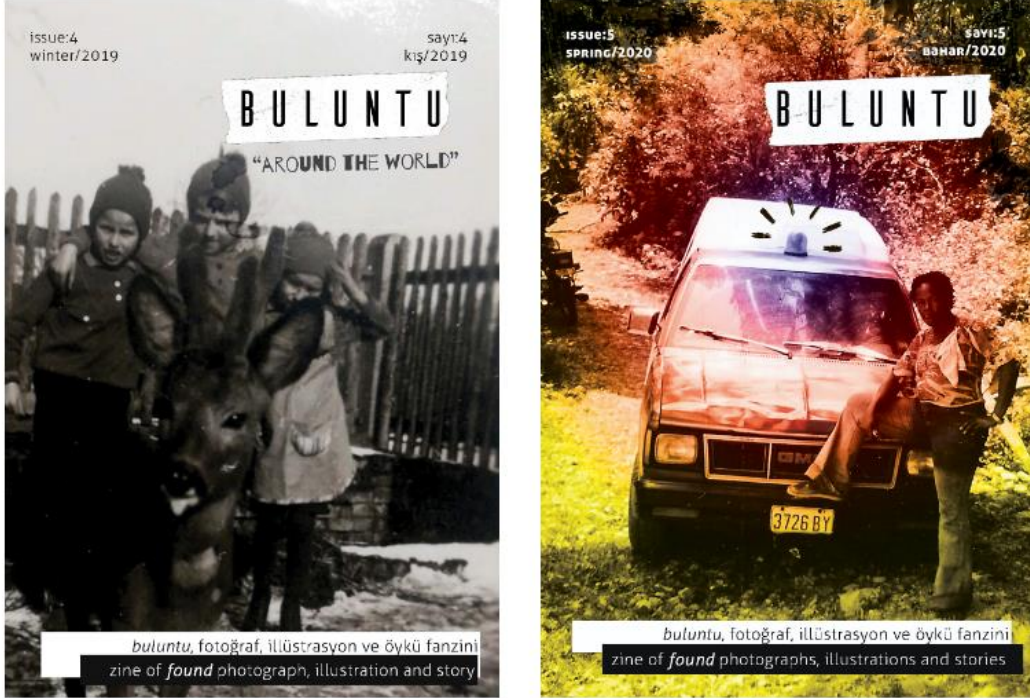
Fanzinde farklı kişilerce gönderilen görseller, fanzin için interaktif bir alan da açmakta, farklı kültürlerle ait imgelerin bir arada bulunmasıyla da “Buluntu Fanzin” kültürlerarası bir etkileşim ve iletişim sağlanmasına yardımcı olmakta, birbirinden farklı kesimlere hitap edebilmektedir. Bu durum da fanzinin alıcı kitlesini çeşitlemekte ve yayılmasına katkı sağlamaktadır.



Resim 7. Buluntu Fanzin 1. sayı içerikten sayfalar (<http://zeynepnila.net/wp-content/uploads/2019/09/Buluntu-Fanzin-sayı-1.pdf>)

Buluntu Fanzin sayıları belirgin aralıklarla çıkmamakta, diğer birçok fanzin gibi farklı dönem ve aralıklarla çıkmaktadır. Bu fanzinlerin basımında da tasarımcı diğer birçok

fanzin gibi kendini finanse etmekte, bazen çevresinden gelen katkılarla basım maliyetlerini karşılamaktadır.



Resim 8. Buluntu Fanzin 4. ve 5. sayı kapakları

(<http://zeynepsila.net/buluntufanzin/>)

Fanzinlerin okuyuculara ulaşması da farklı şekillerde gerçekleşmektedir. Ankara ve Eskişehir dağıtımını arkadaş çevresiyle birlikte gerçekleştiren Demircioğlu, İstanbul, İzmir, Bursa, Kayseri, Antalya gibi büyük şehirlerde oluşumlarını sürdüren sosyal medyadaki fanzin gruplarından destek almaktadır (Demircioğlu, kişisel iletişim, Aralık 2019). Ayrıca “Buluntu Fanzin” paralelinde devamlılığını sürdüren sosyal medya mecralarında⁵ tasarımcı, talep doğrultusunda posta yoluyla farklı şehirlere de gönderim yapmakta, belirgin büyük şehirler dışında da fanzin dağıtımını sağlanmaktadır. Buluntu Fanzin sosyal medya ayağının getirdiği ulaşım kolaylığı ve sanatçının farklı şehirlerde farklı kişilerle olan diyalogları sayesinde fanzin, birçok şehre ve farklı profillerde okuyucuya ulaşabilmektedir. Fakat basımların sınırlı sayıda yapılması, daha geniş kitlelere ulaşmaya ve düzensiz bir dağıtıma engel olmaktadır. Yine de bu fanzin dağıtım faaliyetleri çerçevesinde “Buluntu Fanzin”, Polonya, Almanya, İspanya, Amerika, Finlandiya, İtalya ve Çekya gibi ülkelere ve Türkiye’nin birçok şehrine ulaşabilmiştir.

⁵ Buluntu Fanzin Facebook adresi- <https://www.facebook.com/buluntufanzin/>, Zeynep Sıla Demircioğlu Instagram adresi- <https://www.instagram.com/zeynepsilaart/>

Tasarımcının Türkiye ve yurtdışında bulunması ve fanzin dağıtımını yurtdışında da gerçekleştirmesiyle kurulan bağlantılar sayesinde Demircioğlu “Buluntu Fanzin” ile bağlantılı etkinliklerde bulunmuştur. Roma’daki “Fanzilla 2018”e, Ankara’daki “ICAF 2019’a davet edilen “Buluntu Fanzin”, İspanya’daki EA Encuentro de Autoedición 2019’da baskıyı davet eden kurumun gerçekleştirmesiyle sergilenme fırsatı bulunmuştur. Ayrıca Polonya’da uluslararası bir okulda çocuklarla bir çalıştay düzenleyen tasarımcı, katılımcılarla buluntu avına çıkıp bulduklarıyla bir hikâye üretip üç saatlik çalışma sonrası bir fanzin oluşturmuşlardır (Demircioğlu, kişisel iletişim, Aralık 2019).



Resim 9. “Buluntu Fanzin” Polonya’daki çalıştayıdan bir görüntü (<http://zeynepsila.net/blog/>)

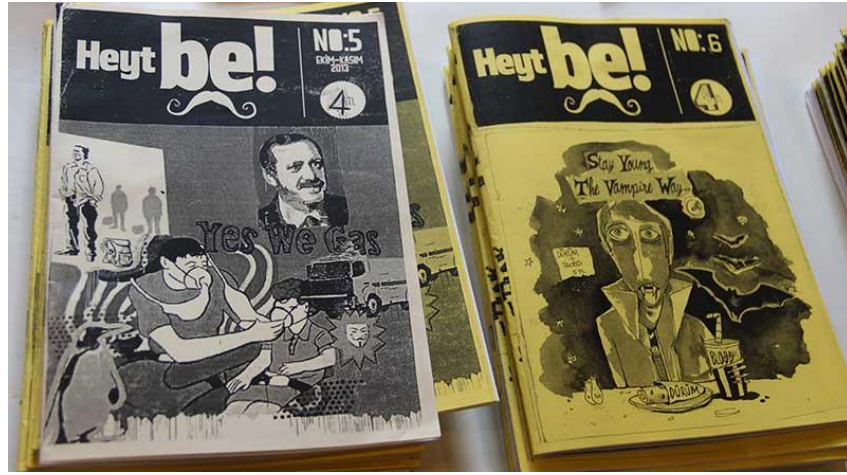
Bir medya ürünü de olan fanzinin, iletişim ve etkileşim nesnesi olduğunu Demircioğlu (kişisel iletişim, Aralık 2019) şöyle açıklamaktadır;

Tasarım, medya alanında akademik bir kariyer düşündüğüm ve o yolda ilerlediğim için, fanzini sanatsal portfolyoma hep dâhil edebiliyorum. Sadece kariyer için değil başka bir ülkede arkadaş edinmeye çalışırken ya da en temel kiralayacak bir oda bulmaya çalışırken bile fanzinim yardımına koşabiliyor. Üretken, sanatçı bir insan olduğunuzun anlaşılması her türlü iyi iletişimi ve güveni sağlayabiliyor.

Her ne kadar sıkı fanzin takipçileri ve üreticileri, fanzinin bir tanıtım aracı olmasını “fanzin ruhuna” aykırı olarak görüp kabul etmeseler de günümüzde sanal mecralardan sıyrılmak ve fark yaratmak adına fanzinler, Demircioğlu’nun da belirttiği bazı sorunlarının ve beklentilerinin çözüme ulaşmasında yardımcı olmaktadır. Bu yüzden fanzinler, ilgi çekici bir görsel düzenleme ve yazımla yeteneklerini bu düzlemde de gösterebilen birçok tasarımcı ve sanatçı adayının ön plana çıkabilmesi adına iyi bir yol olarak görülebilir.

Heyt Be! Fanzin-İstanbul

Türkiye’de fanzin denince akla gelen en popüler ve tanınan fanzinlerden biri olan “Heyt Be! Fanzin”, 2010 yılında Deniz Beşer, Sedef Karakaş ve Barış Sinsi’nin çalışmalarıyla İstanbul’da kurulmuştur. İstanbul ve yurtdışında da çalışmalarını sürdüren fanzin kurucularından Deniz Beşer, literatür taramalarında en çok karşılaşılan ve kaynaklarda röportajları ve bilgileri en çok bulunan isim olmuştur. Bu nedenle bölüm, fanzin kurucusu ve sanatçı Deniz Beşer’in taranan kaynaklarda karşılaşılan röportajları ve yazılarına atıfta bulunularak yazılmıştır. Beşer, “Heyt Be! Fanzin”i ; bilgisayar kullanılmaksızın tüm mizanpajını kolaj mantığı, dada ve punk estetiği ile çözümleyen, bu bağlamda dijital karşı analogu savunan bağımsız, bandrolsüz ve zamansız bir sanat yayını (artzine) olarak tanımlamaktadır (Özkan,tarihsiz).



Resim 10. Heyt Be! Fanzin 5.ve 6. Sayı (<https://kahveliokur.com/hey-t-be-fanzin>)

Genellikle A4 ve A5 boyutlarında çıkarılan, içeriğinde, illüstrasyon, röportaj, fotoğraf, hikâye, müzik kritikleri, sinema ve güncel sanat yazıları barındıran, şimdiye kadar on bir sayısı çıkan “Heyt Be! Fanzin”de, yemek, rüya, sahte popülerite, uzay, müstehcenlik gibi her sayıda farklı temalar işlenmektedir. Ayrıca fanzin içerisinde yurtiçi ve yurtdışından birçok sanatçı ve çizerin çalışmalarına da yer verilmektedir. Fanzin içeriklerinin birçok ilgi alanına yönelmesi ve her sayıda farklı çizerlere yer verilmesi hem okuyucu kitlesinin çeşitliliğini artırmakta hem farklı sanatçıların tanınmasına ön ayak olmakta, hem de kurulan geniş iletişim ağı sayesinde daha çok okuyucu profiline ulaşabilmektedir.



Resim 11. Heyt Be! Fanzin sayı ve ürünleri (<http://www.gazetekadikoy.com.tr/kultur-sanat/nostaljiye-donuk-romantik-yanlarimizi-kesfediyoruz-h12846.html>)

Dağıtımını daha çok fanzin kurucuları tarafından elden ve belirgin dağıtım noktalarına yapılan, ayrıca bazı internet sitelerinde de satın alınabilen fanzin, Türkiye, Avusturya, Brezilya, Almanya, İtalya, İspanya gibi ülkelerde kırktan fazla noktada bulunabilmektedir (Arslan, 2018). Bu dağıtımlar genellikle kitapçılar, çağdaş sanat müzeleri, müzik dükkânları ve sanat galerilerine yapılmakta, dağıtım yapılan yerlerin tam listesi bazı internet sitelerinde de bulunmaktadır.⁶ Dijital formatına pek erişilemeyen “Heyt Be! Fanzin” günü yakalama, fanzin ve etkinliklerinin paylaşımını ve tanıtımını sağlamak adına birçok sosyal medya uygulamasında⁷ (Twitter, Instagram, Facebook, Tumblr) bulunmaktadır. Basılı fanzin formunu savunan ve internette dijital formuna erişimine pek rastlanmayan “Heyt Be Fanzin” sosyal medya paylaşımlarıyla hem daha geniş kitlelere ulaşabilmekte hem de basılı fanzinlerine yönelik merak uyandırarak ilgiyi artırmaktadır denebilir.

Fanzin kurucularından Beşer, fanzinleriyle ilgili tanıtım aşamalarının dışında uluslararası birçok fanzinin bir araya gelmesine vesile olan “FanzineIST Festival”in ve bağımsız sanatçıların galeriler dışında işlerini sergileyebilecekleri platformlara dikkat çeken ve 2019’da altıncı kez düzenlenen “Açık Stüdyo Günleri”nin de koordinatörlüğünü üstlenmiştir.

İspanya’da 2017 yılında gerçekleşen “Gutter Fest”e katılan ilk Türk fanzin (Beşer, 2017) olan “Heyt Be! Fanzin”in katıldığı; “Benim annem bile kitap yapabilir 2”(2010), “Zine Fest Berlin” (2012), “Zürich Small Press Fair” (2013) ve “Zines of the Zone” (2013),

⁶ Fanzin dağıtımını yapılan yerlerin listesi için <<https://heytbefanzin.tumblr.com/about>>

⁷ Heyt Be! Fanzinin sosyal medya hesapları <<https://twitter.com/heytbefanzin>>, <<https://heytbefanzin.tumblr.com>>, <<https://www.facebook.com/heytbefanzin/>>, <<https://www.instagram.com/heytbefanzin/>>

“Cit  internationale des arts, Paris” (2015) ve ”Gazete Bayii” projesi kapsamında Pera 64’de (2016, İstanbul), “Athens Zine Fest” ve “Riga Zine Fest” gibi festival, fuar ve fanzin sergileri bunlardan birkaçıdır. Ayrıca Türkçe ve İngilizce olarak iki dilde basılan “Heyt Be Fanzin” uluslararası düzenlenen fuar ve etkinliklerde takas yöntemiyle de uluslararası birçok fanzin ve fanzin yapımıcısının birbirleriyle etkileşimini sağlamakta, yine bu yöntemle de geniş bir iletişim ağı oluşturmaktadır.



Resim 12. Tenderete Festival, Heyt Be! Fanzin standı, Museo Centro Del Carmen (Valencia) (<https://www.instagram.com/p/B7JYlmFA9YT/>)

“Heyt Be! Fanzin” bağlamında birçok etkinlik düzenleyen ve bazı etkinliklerin de koordinat rluğunu yapan Deniz Beşer, Muzaffer Hasaltay, Du von Jetzt ve La Gar onne ile beraber Avusturya’da “Nase Zine” adındaki bir fanzin de çıkarmaktadır. Beşer, Türkiye’de “Heyt Be! Fanzin” ile edindiği tecrübeler ve yurtdişında yapılaşmış fanzin kültürünün bir parçası olarak, “Heyt Be! Fanzin”i de etkileyecek bir oluşum içerisine girmiştir de denebilir. “Heyt Be! Fanzin” paralelinde çalışmaları devam eden “Nase Zine” Viyana’daki göçmenlerin Şehir kültüründeki dünya algısını aktaran sosyo-politik görsel sanatlar fanzini olarak Türkçe, İngilizce ve Almanca olarak üç dilde çıkarılan bir fotokopi yayımıdır ( zkan, tarihsiz). Her sayısında bir sergiyle tanıtımı yapılan “Nase Zine”, göçmen sanatçı, yazar ve düşünürleri bir araya getirmesi, yeni diyaloglar oluşturması bağlamında sosyal bir köprü ve etkileşim ağı görevi de görmektedir.

Tüm bu aktarılanlar bakımından Deniz Beşer, kurucularından biri olduğu iki fanzin için de önemli atılımlar gerçekleştirmiş, sanatçı, fanzin kurucusu, koordinatör kimliklerini birbirinden bağımsızlaştırmadan, yaptığı sanatsal uygulamalara, fanzin ve kişisel tanıtımı aktarabilmiştir denebilir. Bunun da onu ve kurucusu olduğu fanzini Türkiye’de fanzin denilince en çok bilinenlerden biri haline getirdiği söylenebilir.

Sonuç

Birbirinden bağımsız mekânlarda, birbirinden bağımsız konu ve içeriklerde fakat ortak noktada analog olarak üretilen; “Janus”, “Bulutnu” ve “Heyt Be!” fanzinler bu çalışmada ele alınmıştır. Makale içerisinde ayrıntıları verilen “Janus Fanzin” ile ilgili veriler bağlamında, “Janus Fanzin”in hem bir sanat nesnesi hem de bir iletişim nesnesi olması bağlamında “Janus Fanzin” üreticilerine oldukça önemli katkılar sağlamış, yeni iletişim ve etkileşim ağları kurmalarına vesile olmuştur. Türkiye ve yurtdışında “Bulutnu Fanzin” aracılığıyla bağlantılar kuran Demircioğlu da “Bulutnu Fanzin” ile bağlantılı birçok etkinlikte bulunmuştur. Yurt içi ve yurt dışında farklı fuarlara, sergilere davet edilen tasarımcı, “Bulutnu Fanzin” bağlamında Polonya’da bir okulda çocuklarla bir çalıştay da gerçekleştirmiştir. “Heyt Be! Fanzin” bağlamında birçok etkinlik düzenleyen ve bazı etkinliklerin de koordinatörlüğünü yapan Beşer ise kurucularından biri olduğu iki fanzin için de önemli atılımlar gerçekleştirmiş, sanatçı, fanzin kurucusu, koordinatör kimliklerini birbirinden bağımsızlaştırmadan, yaptığı sanatsal uygulamalara, fanzin ve kişisel tanıtımı aktarabilmiştir. Bunun da onu ve kurucusu olduğu fanzini Türkiye’de fanzin denilince en çok bilinenlerden biri haline getirdiği söylenebilir.

Ele alınan fanzinlerin bahsedilen tüm özellikleri ve tanıtımı bağlamında uygulanan yöntemler de “fanzini sanatsal bir form ve tanıtım aracı olarak” kullanmayı düşünenlere örnek teşkil edebilmektedir. Özgür bir alan olan ve sanat nesnelere de dönüşen fanzinler, iletişim ve etkileşim bağlamında, bu çalışmada ele alınan tasarımcılara ve fanzin üreticilerine oldukça önemli katkılar sağlamış, yeni iletişim ve etkileşim ağları kurmalarına katkıda bulunmuştur.

Bu bağlamda, Türkiye’de ve dünyada fanzin üreten birçok sanatçı-tasarımcının, sanat eseri üretirken gösterdiği “yaratıcılık, özgünlük ve görsel seçicilik” gibi birçok kriteri, kullanabilmesi ve fanzin dağıtımı için kurduğu iletişim ve ulaşım ağını organize edebilmesi önemlidir. Fanzinlerin bir alt kültür olarak yerini koruması, kalıcı ve değişken takipçi kitlesi de düşünüldüğünde, tasarımcıların fanzin tanıtımı adına uygulayacakları yöntem ve kuracakları bağlantılar sayesinde, bu çalışmada verilen örnekler ve daha birçok örnek gibi hem fanzinlerinin tanıtımında hem de bir sanatçı-tasarımcı olarak kişisel tanıtımlarında başarı sağlanması çok olası görülmektedir.

Kaynakça

- Arslan, E. (2018, 30 Ağustos). “Nostaljiye dönük Romantik yanlarımızı keşfediyoruz”. Gazete Kadıköy. <http://www.gazetekadikoy.com.tr/kultur-sanat/nostaljiye-donuk-romantik-yanlarimizi-kesfediyoruz-h12846.html>
- Beşer, D. (2017, 14 Haziran). *Barcelona’da Heyt Be! Fanzin ile Gutter Fest &*

Nase Zine ile Viyana'da Yeni Sayı Lansmanı Sergisi. Fanzin Apartmanı.
<https://fanzinapartmani.com/barselonada-hey-t-be-fanzin-ile-gutter-fest-nase-zine-ile-viyana-da-yeni-sayi-lansmani-sergisi/>

Destici, O. (2017, 29 Eylül). *Mondo Trasho*. Manifold.

<https://manifold.press/mondo-trasho>

Destici, O. (2019). *Bir Grafik Ürün Olarak, Üretim Biçimleri Bakımından*

Türkiye Fanzinleri. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.

Doğan, E. Ş. (2019). *Gelenekselden Sayısala: Türkiye'de Fanzin*

Yayıncılığı. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Marmara Üniversitesi.

Elmastaş, E. (2018, 23 Ocak). *Kritik: Janus Fanzin ve İki Yüzlü Bir Tarih*.

Fanzin Apartmanı. <https://fanzinapartmani.com/kritik-janus-fanzin-ve-iki-yuzlu-bir-tarih/>

Elmastaş, E. (2019, 28 Mart). *Parçaların Bütünü Buluntu Fazin 4. Sayısı Raflarda*.

Fanzin Apartmanı. <https://fanzinapartmani.com/parcalarin-butunu-buluntu-fanzin-4-sayisi-raflarda/>

Elmastaş, E. (2019, 28 Haziran). *Darağaç Volta'da Fanzin Masası*

(Fanzin Kolektif İşbirliği). Fanzin Apartmanı.

<https://fanzinapartmani.com/daragac-voltada-fanzin-masasi/>

Geekyapar!. (2016, 26 Eylül). *ICAF'da Fanzinleri Tanıdık//İstanbul Comics and*

Art Festival 2016. [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=A892zRqz1bA>

Özkan, O. K. (tarihsiz). *Deniz Beşer İle Bağımsız Sanat Ve Fanzinler Üzerine...*

Kitaptan Sanattan. <http://www.kitaptansanattan.com/roportaj/deniz-beser-ile-bagimsiz-sanat-ve-fanzinler-uzerine/>

Palabıyık, O. (2016, 9 Mart). *Bir Direniş Hali: Türkiye'de Fanzinler*. Artfulliving.

<http://www.artfulliving.com.tr/edebiyat/bir-direnis-hali-turkiyede-fanzinler-i-5434>

Yıldız, C. (2018, 4 Nisan). *Fanzin ve Fanzin Kültürü*. Medium.

<https://medium.com/@cengiz/fanzin-ve-fanzin-kulturu-6b889f23daca>