

**Su**

**Fanzin**

**Meselesi**

efe elmastaş

FANKİT



Bir araya geldiğimizde konuştuğumuz, çoğu zaman kendi penceremizden bakarak, fanzin konusunda çeşitli değerlendirmeler yaptığımızda hep bir tarafı açık kalır. Ortaya konan genellemeler bir tümleme yanılığısından mı ibaret yoksa birçok fanzin çıkartan arkadaş için de durum böyle mi? Acaba tablonun bütününe mi bakıyoruz? Gerçek olana ne kadar yakınız?

Söz konusu Fanzin olduğunda herkesin olaya bakışı farklılık gösterebiliyor. Yayın türü olarak, meydana gelme aşamasında popüler kültür ve yayıncılık piyasasına karşı bir tavır barındırdığı gibi, ciddi mevzulara ve sistem sorgusuna hiç takılmadan “Yazıp dağıtıyoruz işte...” diyenler de mevcut. Özgürlük kavramı üzerinde genel bir uzlaşma olsa da fanzin olgusunu kavrayamayanlar açısından, toplanan metinleri kitaplaştırma veya mevcut yazar kadrosu/okur toplamı üzerinden, resmi dergileşme sürecine girenler veya girmeyi arzulayanlar da yok değil. Hatta fanzinlerine reklam alanlar bile mevcut. Çeşitlilik ve karışıklık...

***Bu fankitin hazırlanmasındaki amaç, bahsi geçen karışık algıya bir düzen getirmek veya indirgemeci bir yapıya bü-ründürmek değil, konu dâhilinde düşüncelerimi dile getirmektir.***

**Kimin ne yaptığı (her zamanki gibi), kendisini bağlar.**

**Fanzin Meselesi**

# **FANKİT HAREKETİ**

-Şu coşkun deniz ne zaman durulur?  
-Durulacağı zaman.

Hikâyeler bitmez. Bir anlatıcının kulağınıza fısıldadığı o öyküleri kastediyorum. Kalabalık, kaldırımlar boyu akar-ken sizi yazmaya iten, hayat bağlarınızı koparırcasına dış dünyayla ilişiginizi kesen o kuvvetli zamanlardan... Sayfalar boyu yazarsınız ve paylaşma isteği dayanılmaz bir hal alır. Cümlelerinizde karakterin sözleri, bulunduğunuz mekânlarda soyut silüetiyle karşılaşılırsınız. ...ve onu yaşatmak istersiniz.

İşte FANKİT hareketi böyle bir nüvenin meyvesidir. Özgür bir yayın kafasının, her şeye rağmen basma inadının eseridir. Bırakın yayınevleri, çok satan yazarlarını ve reklamlar olmadan beş para etmeyen kitaplarını yayımlayadursun. Kitapevleri vitrinlerini best seller kitaplar doldursun. Bizler kendi yolumuzdan yürüyelim. Frankenstein veya Pinokyo fark etmez. Caddelere fırlatalım, elden ele dağılalım. Meraklı gözlerin önlerine sererek metinlerimize can verelim.

**BU SESİ DUY YAZAN KİŞİ!**  
Elin beyaz kâğıtlara bulaşsın.  
Cümlelerin sokağa karışsın.  
Ne olursa olsun BAS!

**FANZİN APARTMANI**

## **Fanzin Nedir?**

- Popüler Dergiler
- Yayıncı Dergileri
- Diğer Büyük (!) Dergiler

## **Fanzin Üzerine Konuşmalar**

- Meşruiyet Meselesi
- Özgürlük ve Özgünlük Meselesi
- Popüler Araç ve İmgeler Düzleminde Yeraltı Meselesi
- Reklam, Sponsorluk Üzerinden Özgürlük Meselesi
- Basım Şekli, Kalitesi ve Dağıtım Meselesi
- Fanzinlerin Kitaplaştırılması Meselesi

## **Fanzinler Durum Anketi 2018-01**



# FANZİN nedir?

Fanzinler; yayıncılık piyasası kanallarından bağımsız, kendi girişim ve çabalarıyla bir araya gelen, genel olarak amatör baskı imkânlarıyla çoğaltılan, kâr amacı gütmeyen, özgür, basılı yayınlardır. Herhangi bir devlet kurumu ve yürütme organından basım için izin almazlar. Dağıtım ağı olarak da kendi imkânlarını kullanarak bireysel ilişkiler üzerinden okurlarına ulaşırlar. Ücretsiz verilebileceği gibi basım ve dağıtım maliyetlerini geçmeyecek bir eder üzerinden de satışı yapılabilir. Süreli veya süresiz olarak yayınlanır, fanzini bir araya getirenler gönüllülük esası üzerinde birleşirler. 19. yüzyılda Amatör Basım Dernekleriyle (APA) başlayan ve özellikle fantastik/bilim kurgu dallarında öncü, birçok örneğe sahip bu yayın türü, terim olarak 1940 yılında İngilizce FANatic ve magaZINE kelimelerinin bileşiminden türemiştir. Günümüzde birçok şekil ve teknik üzerinden okurlara ulaşan fanzinler, edebiyatın yanı sıra; spor, müzik, görsel sanatlar, gezi yazılar ya da karikatür olarak da varlıklarını sürdürmektedir. Basım klişeleri olarak bahsi geçen dergi şekil kriterlerinden bağımsızdır ve bu tür dergi yapılmaları içindeki hiyerarşik oluşumlara da tepkisel yaklaşır. Fanzinlerde asıl amaç özgürlüktür. Bireyin ve yayının özgürlüğünü, okur ve unvan çelişkilerinin üzerinde tutulur. Belki sırf bu noktada “fanzin bir özgürleşme aracıdır” bile denebilir.

Buradan devam edersek; fanzin çıkartan kişilerde, bu yayın türünü ortaya koyarken iki temel **nokta** üzerinden hareket ettiklerini düşünüyorum.

*Özgürce üreterek bir şeyler ortaya koyma ve deneme istenci*

*Okunma ve görülme isteği*

Bu noktalar üzerinden hareketle, **yönelimin** ve **tercihlerin** belirli kısımlara odaklandığını düşünüyorum.

## *Popüler olana karşı alınan tavır*

### *Kendisi gibi olanlarla ilişkiye girme ve farkındalıklarımı bu yönde belirleme*

Noktalar kısmı üzerinde devam edersek. Üretimini okurla paylaşma çabasında olan kişi, gördüğü/temas ettiği dergi veya yayınlarla ilişkiye girer ve ulaştığı yapılarda belli bir kabul görme olasılığı olduğu gibi tamamen görmezden de gelinebilir. Kabul görmeyenler malum, kendine başka bir yol ararken fanzinle tanışarak kendisi de bir fanzin çıkarma çabasına girişebilir. Ne güzel! Başka bir olasılık da tüm bu dergicilik anlayışını ve yayıncılık piyasası üreten kişiye itici gelebilir ve bu çarkın içinde yer almadan, kendi başına bir şeyler yapma eğiliminde olabilir. İstenilen bir şablonu yerine getirmektense daha farklı bir şeyler üretme, başka şeylerden bahsetme istenciyle, bağımsız bir yayın çıkarma, kuşkusuz özgür beyinler için, her daim ilgi çekicidir.

Çok yalın bir ifadeyle, yazar açısından dergi ve fanzin arasındaki farkı anlatmak gerekirse:

Yazı gönderip arkanıza yaslanıp beklediğiniz dergilerden farklı olarak; fanzine yazı göndermek sadece işin başıdır. Gönüllülük çerçevesinde bu özgür yayın adına emek vermek; basmak, dağıtmak ve duyurmak bu yayının bir gerekliliğidir. İsmi içinde yer alan “fanatik” kelimesi tam olarak bunu ifade eder.

Şimdi buradan dergilere giriş yapalım.

Bilinen hâliyle derginin ne olduğunu konuşmanın pek manası yok. Belli bir kadro çevresinde toplanan, kendi dokusuna göre yayın ilkeleri olan (olması gereken) süreli yayınlar. Gerek yazarları gerekse derledikleri dosyalar, konu çeşitliliği sayesinde bir okunurluk yaratmayı amaçlayarak devamlılığını tiraj rakamları ve satış gelirleri üzerinden sürdüren yapılar. En azından en masum şekliyle bu. Fakat günümüzde değişen birçok şey olduğunu gözlemliyorum. Konuyu daha da açmak gerekirse dergi çeşitliliğinin 4 türe ayrıldığı kanaatindeyim. Bu sınıflandırma kendi alanında basım yayın yapan dergileri (akademik, yemek, mimari, dekorasyon vs) kapsamamakta; edebiyat üzerinden yol alan, üretim yapan birliktelikleri işaret etmektedir.

## Popüler Dergiler

Günümüzde dergiler artık popüler olmuyor. Popüler doğuyor. Hani şu Migros'ta kapıdan girince sağda olan dergilik içinde sıralananlardan bahsediyorum. Çok geniş bir dağıtım ağıyla, her yerde karşımıza çıkıyorlar. Kapakları, renk cümbüşü tasarımlarıyla insanın gözünü okşuyor. Eskiden kapaklarına bir tane ünlü koyarlardı, şimdilerde ikiye hatta beşe çıkarttılar. Bir olmazsa diğeri... Bir çeşit okur yakalama savaşı. Rekabet de sıkı olunca "Dayan kapağa, illüstratör kardeş". Hele yazarlarına bir bakın. Yani yazar olmasına gerek olmadan, popüler kimlikleriyle ön plana çıkmış kim varsa bir şekilde yazdığı, yazdırıldığı bir ürün türü. Alıp da "Hmmm, bu sayıda kimler var acaba?" diye bakılan, bir çeşit Talk Show programı ayarındaki bu işlerin en büyük sihri, okurunda meydana getirdiği entelektüel algı. 8 liraya sahip olunan, hatta yazıdan ve yazarlarından bile önce gelen kabak bir etiket. Sokakta, vapurda veya alışveriş merkezlerinde elinde Starbucks bardağı dolaştırmak gibi. Yüzeysel ama bilinir.

"Kitap okumamasıyla ün salmış bir ülkenin çocukları, çoğu saman sarısı yapraklı, köhne görünümlü, internette bulunmayan bu dergileri ellerinden düşürmüyor." deniyor. İyi, güzel; elinden düşürmüyor da ne kadarını okuyor? Yoksa büyük çoğunluk o bahsi geçen 140 karakterlik okuma alışkanlığını bir şekilde devam mı ettiriyor? Okurunu tanıyan bu dergiler büyük puntolu alıntıları sağa sola serpiştirerek bunun farkındalığını göstermiyor mu? Kim kimi ne kadar tanıyor, tartıyor? Her cenahtan toplanan kişilerle ortaya çıkardıkları çok seslilik, birbirini dinleme ve farklı kesimlerden olan insanların bir arada durma mottosu, gerçek hayata ne kadar yansıyor? Bahsi geçen bu yüce tahammül bir iddia mı, buradan yola çıkarak amaçlanan toplumsal dönüşü mü yoksa salt pazarlama stratejisi mi?

Geçmiş değerleri sloganist cümleler ve görsellerle minimize hatta magazine edip köpürtme bir kültür sunan bu yayınların okurda meydana getirdiği tek yansıma "Hee, biliyorum; bilmem mi! Bir iki şeyini okudum harikaydı. Bayıldım, kanka!" balonudur. Her şeyi bilinen bir kültür tarlası... Yeni, sevimli kapaklarını, kitap ayrıçalarını ve posterlerini bekleyen bir vintage pazarı. Tutanın elinde kalıyor ve içi boşaltılıyor. Popüler olan ne varsa hepsi içinde ama tirajı bol. Marka değerleri, reklamları, mekânları,



plajları, yayınevleriyle döngüsel bir ekonomi. Bir yandan, o ayın dergisini okuyup bir yandan da akşamına kafesinde köri soslu tavuklu makarnasının çatallandığı bir çark. Mekân içi yapılan piyasa ise cabası. Buraya sadece tüketici lazım. Sistem içi, bildiğimiz salt tüketici.

## **Yayıncıların Dergileri**

Genel olarak; yayınevlerinin çıkardıkları bu dergiler, gerek kendi bastıkları kitaplar olsun, gerek bağlantı içinde buldukları yazarlar olsun, soyut bir dergi anlayışıyla yollarına devam ederler ve bu dergilerden çoğu okura ulaşma kaygısı bile gütmaz. Toplamda 20 sayfası derginin vuruş alanıdır. Geriye kalan sayfalara çoğu zaman tasarımcı eli bile değmez, şablonla yetinir. Elbet bir sunuş tarzı vardır ama iddiaları künyede, kapak altı yazar isimleriyle sınırlıdır ve bir yazar olarak burada yer almanın bazı sessiz kuralları vardır. Genel belirleyici olan nokta, bahsi geçen yayınevleri ve genel yayın yönetmeni ile olan bağlantılarınızdır. Kitabınız oradan mı çıktı? Sizi kim tavsiye etti? Bunun gibi süzgeçler. Tabii böyle bir genel çerçeve çizerken hem yayıncı, hem de çıkardıkları dergilere ciddi anlamda odaklanan ve saymaya kalksanız bir elin parmaklarını geçmeyen, ciddi ürünün hakkını yemek istemem ama bu dergileri çıkartan yüksek edebiyat makamındaki yazarlarla ulaşmak, bir müsteşar ya da devlet bakanına ulaşmak gibi bir şeydir. İsimleriyle, bir kurumsal kimlik olarak karşınızda dururlar. Anca yeni çıkardıkları kitap vasıtasıyla bir kitap fuarındaki imza gününde onlarla iletişime geçmeniz mümkündür. Kitabı verirsiniz, size adınızı sorar, olağanüstü şekilde ikiniz de birbirinize o an gülümsersiniz. Belki sadece imza atar, belki de isminizden bir şey türetilip muhtelif şeyler karalar, elinize kitabı tutuştur ve ağzından şu sözcük duyulur: “SIRADAKİ!”

Ne yazık ki; ülkemizde bağımsız bir eleştirel toplum olmadığından, olanın da sesi kısıldığından dolayı, genel okur çerçevesi üzerinden yeni, bilinmeyen bir yazarın herhangi bir yerlerde bahsi geçmesi, yazdıklarının okunması için:

YA akrabalarının, arkadaşlarının sosyal hesapları vasıtasıyla gerçekleşir,

YA ciddi anlamda parası vardır, bu alanda yatırım (!) yapar,

YA bu ve aşağıda sayacağım dergi türlerine yazı gönderir ve yayınlanır,

YA DA abi/kardeş muhabbeti vasıtasıyla yayınevi dergilerinde “meşruiyet” kazanır ve diğer yazıların yayınlanması için referans gösterir ki ülkede çok az dergi, gönderilen metne odaklanarak yazarın “referanslarını” yok sayma eğiliminde olur. Bu “referans dizisi” çoğu zaman işe yarar.

Her fırsatta dergiciliğin öldüğü, artık kazandırmadığı söylenirken, “Haybeye uğraşıyoruz, para kazanmıyoruz, satmıyoruz...” denirken, kitap mağazalarındaki boylu boyunca uzanan dergi reyonu sizi elbet şaşırtabilir ve kafa karışıklığı yaratabilir. Kaldı ki; asıl işi yayıncılık olan ve gönderilen kitap dosyalarının bile açılmadığı, kabul görmediği bir memlekette “O hâlde dergi çıkartarak bunca parayı neden sokağa atıyorlar?” diyebilirsiniz. Evet, haklısınız ama olayın birkaç açısı var.

TC. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayınlar Genel Müdürlüğü'nün, ülkedeki kütüphanelere dağıtılmak üzere süreli yayın abonelikleri var. Yani ISSN koduyla basılan dergilerin belli bir kısmını satın alıyor ve böylece edebiyat, tarih, sanat ve yaşam alanındaki yayınları bir anlamda teşvik ediyor. Mesela bakanlığın sitesini incelediğinizde 2017 yılında kütüphaneler için alım yapılan 290 derginin isim listesini, hangi sürelerde çıktıklarını ve yayıncılarını görebilirsiniz. Bu listede yer alan bir derginin genel yayın yönetmeninden aldığım bilgiye göre:

Basılan dergi adedinden 100 ile 400 arası bir adet rakamı, yaklaşık %30 iskontolu satın alınıyor ve kütüphanelere dağıtım yapılıyor. Ülkedeki halk kütüphaneleri sayısı 2017 yılı rakamlarına göre 1.146 tanedir ve gene aynı yılın verilerine göre okur sayısı 25 milyona ulaşmıştır. Tabii burada alım rakamları ve iskontoların koşulları hangi kriterlere göre belirleniyor, bazı yayıncılık şirketleri fazla fazla nemalanıyor mu; bu ayrı bir konunun başlığı fakat böylesi bir müşteriye sorgulayarak ve rahatsız ederek, sanırım kimse ters düşmek istemez. Devlet organlarını rahatsız edici konular kaleme alınmasını ve hükümet aleyhine eleştirilerde bulunulmasından söz etmiyorum bile. “Elbet buradaki dergiler bunu istiyor ama yapmaya korkuyorlar.”

demiyorum. Bir derginin bir araya gelme sebepleri, siyasetin çok üstünde veya altında şeyler olabilir ama altını çizmeye çalıştığım nokta istese de yapamayacağı gerçeğidir.

Hadi bir hesap yapalım:

ZUM Dergisi 15 tl satış fiyatı olan dergisini TC. Kültür ve Turizm Bakanlığı %30 iskonto oranıyla 200 adet satacağına göre eline ne kadar para geçecektir?

İskonto oranı düşüldüğünde  $10,50 \text{ tl} * 200 \text{ adet} = 2.100 \text{ t'l'dir}$

Bir de buna yayıncılık ve parti ilişkileriyle yakın oldukları belediyelerin kültür daireleri de işin içine girince, bu abonelikler üzerinden belirli sayıda satış gerçekleşmiş olur. Gerisi okur üzerinden dağılır ki; günümüz koşulları üzerinden, gerek dağıtım firmaları gerekse kamu kurumları, 6 ay ile 12 ay arası değişen geri ödeme tarihlerine bakıldığında durum, yayıncı şirketleri için bile sürdürülebilir, optimal bir alan değildir.

Peki, madem bu vade koşulları, artan maliyetler, resmi evrak takibi ve yazar, çizer telifleri gibi giderleri var; dergiler neden bu kadar sayıda çıkmaya devam eder? Yayıncı firmalar açısından bakıldığında elbet dergiyi oluşturan, emek verenlerin, yayıncı ruhuna ait bazı istençleri içinde barındırdığını düşünmekle beraber, kurumsal bütünlük anlamında bu derece saf duygularla hareket etmediklerini düşünüyorum. Başka bir açıdan bakalım:

Bir yayınevi kendi çıkardığı kitabın bilinebilir olması ve satılmasını ister. Bir yayıncı, bastığı yayını ne kadar görünür, konuşulur, okurla buluşturur bir şekilde büründürebiliyor ve satıyorsa, yazar ve piyasa nezdinde o kadar başarılıdır. Elbet kendi işlerinden bahsettirmek, bu istenç içinde olan yazar ve yayınevlerine “hizmet vermek” amacıyla kendi yönetimini üstlendiği bir dergiden iyisi yoktur. Gazetelerin kitap ekleri ve büyük dergilerdeki tam sayfa reklam bedelleri, ortalama bir derginin basım maliyetine eşittir. Bu açıdan bakıldığında **dergi bir amaç değil araçtır, bir etki alanıdır**. Belki de bu alanı kirleten yegâne algı da budur. Daha önce Yayınevi Rüyası fankitimde bahsetmişim, tekrar üzerinden geçeyim.

Türkiye’de yeni bir yazarsanız ve kitabınızın basılmasını istiyorsanız dönüp

dolaşıp geleceğiniz nokta kendi paranızla kitabınızı bastırmanız olacaktır. Basım maliyetlerini karşılamanız koşuluyla sizinle bir sözleşme yapılır, bir telif yüzdesi belirlenir vs... Bu noktada yazar, bir müşteri veya proje ortağı gibi bir pozisyona gelir ve maliyetini üstlendiği kitabının en iyi şekilde tanıtılmasını, okurla buluşmasını, imza günleri olmasını ve tüm kitapevleri raflarında kitabının görünmesini bekler. Olabilecek en iyi yayıneviyle çalışma derindedir. Bu yazarın açısı. Yayınevi ise müstakbel yazarına, kendisiyle çalışırsa, bu yolda ilerleyebileceği imkânlarla kavuşacağını, sahip olduğu bağlantılar ve yayınlar aracılığıyla adından söz edilebilir olacağını sezgilemesini ister. Bunun için yayınevinden çıkmış kitaplar, dergisinde yazmış yazarlar ve kendi gibi olan yazarların yolculukları göz önüne konur. Sonrası malum tabii.

*Okur-Kitabevi-Dağıtım Firması-Yayıncı* düzlemindeki bu çarpıklık ister istemez yayıncıların çoğunu, bilinçli okur tarafından eleştiri ve “nitelik” sorusuyla karşı karşıya bırakır. Reklama dayalı kitap kritiklerine değinmiyorum bile. Hele eş/dost ilişkileri üzerinden yazılanlar bir yana, başka tür masa altı dedikodularına yer vermek bile istemiyorum.

## **Diğer Büyük(!) Dergiler**

Gerçek anlamda dergiciliği bu toplamın yaptığını düşünüyorum. Çeşitli dosya konuları çerçevesinde, elbet popüler figürlerin de yer aldığı, araştırma yazısı, öykü, şiirlerin olduğu süreli yayınları bu ülkede basılı hâle getirmek hayli güç. Kendi kaynaklarıyla dönmeye çalışırken, inatla varlıklarını sürdürmekte. Satış ve reklam alma gayreti üzerinden çoğunluğu gönüllü yazarlardan oluşan bu ekiplerin, yayıncı şirketler arasında okurlarına ulaşma gayretleri takibe değer. Fakat zaman içerisinde satış ve varlık kaygısına tutulup bir araya geliş doğalarında yer almayan kimi işlere evrilmesi üzücü. Zaten piyasa dergileri, bir televizyon ekranı cıvırlığında almış başını gidiyor. Aynılaşarak onlar gibi olma çabası, ilgili okuru zedeleyici bir durum.

Başka bir konu ise özellikle son birkaç yılda, sırf dergiyi çıkartabilmek adına, bilinir yazarlara, **yazı başına telif öderken**, adı bilinmeyen yazar arkadaşların, yayınlanan yazıları karşılığında **para alınması**, belirli miktarlarda **dergi almaya şart koşulması** hatta ister sat parayı çıkar saçmalığı can sıkıcı

ve hastalıklı bir algıdır. Bu gibi dergilerin kapağına ünlü bir ismi koyulmaması hiçbir anlam ifade etmez, olsa olsa bir anti-popülerlik kılığında pazarlama imajıdır. Yapılan yüzde yüz piyasa algısıdır. Derginin künyesinde unvan olarak ne yazarlarsa yazsın; ismi yazan kişinin o dergideki pozisyonunu gösterir. Özetle; yayın piyasasında varlıklarıyla zaten büyük bir iş yaptıklarını düşünüyorum, rüzgâra karşı yürüyorlar. O sebeple, bu başlığın altındaki dergileri “Büyük” olarak tanımladım ama bunun yanında, büyülenme ve kurumsal triplerini son derece yersiz bulduğumu belirtmeliyim. Bu dergileri büyük kılan en önemli şey (bazı örneklerden yola çıkarak) ne kaybeden edebiyatı ne de samimi olayım derken takındıkları civıklık değildir. Bu dergiler, yolun başındaki amatör ruhun varlığıyla büyür ve bundan büyüktür. Elbet her nefesin kesildiği, sözün bittiği zamanlar olacaktır. Gün gelip “Bizden bu kadar, arkadaşlar.” demek bir erdemdir. Ama altını çizmek istediğim önemli bir nokta, bir marka yaratma, gün gelip bir yayınevine isim hakkını devretme veya onlara bastırma gibi düşünceleri olan “genel yayın yönetmenleri”, “imtiyaz sahipleri” bilmelidir ki bahsettiğim o amatör ruh, kurumsal kostümlere dar gelir ve “kral çıplak” diye bağırان birileri mutlaka olacaktır.

2016 yılı verilerine göre TÜİK’ten alınan verilere bir bakmanızı öneririm. Dergi sayısı ve dergi tirajlarının yer aldığı 2012-2016 yıllarını kapsayan tablolar; yerel, bölgesel ve ulusal dergi rakamlarını da vermekte.

#### Dergilerin yayın bölgesine göre sayısı, 2012-2016

Number of newspapers and magazines by region of publishing, 2012-2016

Yayın türü Kind of periodicals	Yıl Year	Toplam Total		Yerel Local		Bölgesel Regional		Yaygın (Ulusal) National	
			(%)		(%)		(%)		(%)
Dergi - Magazines	2012	4 105	100	1 443	35,2	320	7,8	2 342	57,1
	2013	4 058	100	1 464	36,1	235	5,8	2 359	58,1
	2014	4 176	100	1 595	38,2	274	6,6	2 307	55,2
	2015	4 071	100	1 513	37,2	296	7,3	2 262	55,6
	2016	3 738	100	1 470	39,3	218	5,8	2 050	54,8

#### TÜİK, Yazılı Medya İstatistikleri, 2016

TurkStat, Print Media Statistics, 2016

**Tablodaki rakamlar, yuvarlamadan dolayı toplamı vermeyebilir.**

Figures in table may not add up to totals due to rounding.

Tabloya baktığınızda özellikle 2014 yılında dergicilik anlamında bir kırılma olduğu fakat hemen sonrasında gelen iki yılda her alanda dergiciliğin düşüşe geçtiğini görmekteyiz. Son ana kadar beklememe rağmen 2017 verileri yayınlanmadı ama çıktığında bakarsınız, tablo bu gidişattan farklı bir noktaya da evrilmeyecektir.

Bir de şu bahsi geçen ve “deli gibi dergi okuyan nesil”e bakalım. Hani dergiyi tekrar sevdiiren bu popüler dergilerin yıllar üzerinden bakıldığında tirajlara etkisi ne olmuş?

**Dergilerin yayın bölgesine göre yıllık yurtiçi tiraj sayısı, 2012-2016**

Annual domestic circulation of newspapers and magazines by region of publishing, 2012-2016

Yayın türü Kind of periodicals	Yıl Year	Toplam Total		Yerel Local		Bölgesel Regional		Yaygın (Ulusal) National	
			(%)		(%)		(%)		(%)
Dergi - Magazines	2012	165 027 978	100	27 942 556	16,9	7 645 878	4,6	129 439 544	78,4
	2013	165 401 905	100	25 791 191	15,6	4 637 468	2,8	134 973 246	81,6
	2014	133 909 078	100	25 148 335	18,8	4 219 521	3,2	104 541 222	78,1
	2015	138 665 777	100	25 836 047	18,6	6 266 002	4,5	106 563 728	76,8
	2016	101 421 844	100	24 669 738	24,3	4 101 178	4,0	72 650 928	71,6

**TÜİK, Yazılı Medya İstatistikleri, 2016**

TurkStat, Print Media Statistics, 2016

**Tablodaki rakamlar, yuvarlamadan dolayı toplamı vermeyebilir.**

Figures in table may not add up to totals due to rounding.

Diyeceğim şudur ki bu popüler dergilerin söylendiği gibi dergiciliği sevdirdiği falan yoktur. “Mantar gibi çıkan” dergiler, günden güne kapanan ve basım adetleri azalan dergiciliğin yanında devde kulaktır. Sözde lanse edilen pozitif fayda da gerçeği yansıtmamaktadır.

# Fanzin Üzerine Konuşmalar

Bu bölüme kadar belirli tanımları ve sınıflandırmaları yapmaya çalıştım. Şimdi buradan hareketle, zaman içinde kafalarda oluşan düşünceleri, tartışılan, hâlâ güncelliğini koruyan durumları ve buradan bakışla, konular üzerinden kendi yorumlarımı dile getirmek istiyorum. Burada amaç; havada kalan meseleleri bir noktada toplamaktır. Bir tartışma başlığı açmaktan ziyade düşüncelerimi ortaya koyma derdidir ve gene her zamanki gibi isteyen istediğini yapmakta, istediğini icra etmekte ve istediğini söylemekte ya da basmakta özgürdür.

## Meşruiyet Meselesi

Kavram olarak bakıldığında meşruiyet meselesi; hiyerarşik şekilde örgütlenmiş bir yapının, meydana gelen durum veya ürünü tanıması, onaylaması aracılığıyla varlığına izin verilmesi meselesidir. Makro düzeyde bir yayın üzerinden bakıldığında meşru olma onayını veren, yerel veya ulusal bazda dağıtımına izni olan yapı, devlet kurumlarıdır. Mesela bir arabanın trafikte olmasını sağlayan, buna karar veren, aracı kılınmış devlet kurumudur ve onun verdiği vizedir. Şayet vizesi bitmişse araba sorunsuz çalışıyor bile olsa trafiğe çıkması yasaktır ve cezai yaptırımları vardır. Çok net söyleyebilirim ki fanzin bu izin, onay meselesine karşı durmaktadır ve kendi meşruiyet zeminini okurları, bilenleri ve takip edenleri aracılığı ile oluşturur. Şayet o fanzini üç kişi biliyorsa meşruiyet alanı o kadardır ve zaten asıl meselesi budur. Yerel, ulusal veya uluslararası boyutta alınan, gerek dağıtımını konusunda gerekse fikri haklar kanununa bağlı, kişi üzerine tescili aracılığıyla alınan kod, sertifika numarası gibi şeylere sahip yayınlar, üzerinde “fanzin” yazıyor bile olsa fanzin değildir. Çünkü bahsi geçen durum varlık sebebine aykırıdır ve dergi ile birbirinden ayrılan, onu “fanatikleştirilen” en önemli nokta budur. Zaman içinde böyle fanzinler çıkmadı değil. Özellikle bir tanesi, yaptığı saçmalığı çark edip “Ben mevcut fanzin algısını protesto etmek amacıyla yaptım.” diyerek gelen tepkiler sonucunda bir manifesto(!)

yayınlamış ve bandrollü, ISBN kodu almış fanzinini anlamlandırma (sıvama) çabasına girişmiştir. Ne var ki bu gün bile hâlâ kendini kandırmaya devam ediyor.

Şu metnin yazıldığı günlerde fanzinlere devlet tarafından herhangi bir baskı ve cezai yaptırım olmaması sebebiyle yayılmacı ve bilinirdir. Şayet durumlar gün gelir değişirse ve biri, parti kürsülerinden “Eeeyy, Fanzinler!” diye başlayıp yürütme organlarına vereceği talimatlarla bir cadı avına girişse bile fanzin basan, bu konuda ısrarcı olan kişiler çeşitli olanakları zorlayarak varlıklarını sürdürecektir. Dediğim gibi, meşruiyet alanını okurları üzerinden kurmuş bir yayın ancak onu çıkartan kişilerin basma gayreti bitirdiği zaman biter. Bahsettiğim nokta, fanzinlerdeki temel özgürlük alanını oluşturur.

## **Özgürlük ve Özgünlük Meselesi**

Yazıya yeni başlayan, yazım türleri içinde biri veya birkaçı içinde kendini ifade yolu bulan ve türler arası denemeler yapan, yazan bireyler içinde tahmin ediyorum ki kimse “Şimdiden şu yazma işine başlayayım, yatırım yapayım, emeklilik zamanı gelince bakmışsın orta bilinirlikte bir yazar olmuşum, emekli maaşına ek olarak sağdan soldan telif alıp gül gibi hayat geçiririm.” diye düşünmez. Yazı öncelikle, anlamlandırmakta zorlandığımız, bireyin oluşumunda kişilik inşasında topluma çarpa çarpa yontulduğu ve bu çarpışmalar esnasında çıkardığı seslerdir. Temas olmadan ses de olmaz; biat eden fabrikasyondur. Çarpışan birey, kendisi gibi olanlarla, içten içe etkileşime geçme çabasıdadır ve yazı bu yollardan sadece bir tanesidir. Yansımalar gerçekleştikçe ego yapısalı beslenir.

Yazan kişinin edebiyat toplamı içinde ilerlemeye başladıkça yavaş yavaş başka üretim bantları içinde kendini bulması neredeyse kaçınılmazdır. Daha çok okura ulaşma hedefi (daha iyi bir dergi, daha iyi editörler, ilk on içinde yer alan yayınevleri vs.) bir noktada bireyin ve kaleminin dolaylı şekilde yontulmasına sebebiyet verir ama burada, daha önce perçinlenmiş egonun hâkimiyeti başroldedir. Yani onun açıklığının şekillendirdiği bir yapıyla sisteme entegre olunur. Zaten içinde bulunduğumuz bu çarkın, benlik içinde asıl kaşındığı nokta da bu değil mi? Tam bu noktada iki sorunsal



meydana gelir. **Özgürlüğünü kaybedenin özgünlüğünü yitirmesi.**

Bunun fanzinle ne alakası var? Şöyle;

Bilinen hâliyle dergi, bir süreklilik iddiasıyla çıkar. Mesela ayda bir. Yapılan ISSN kaydı, hatta matbaa anlaşmaları bile bu süre ve adet üzerinden gerçekleşir. Bu yapı içinde dizgi yönetimi, yayınlanacak yazılar ve yazarlar koordineli bir şekilde işlemesi gerekir, reklam ve satış gelirleri, bunların geri dönüşümü takip edilmelidir ki yayın hayatını sürdürsün. Dergilerde yazanların “Yazı yetiştirmem lazım” lafını ağızlarından sıkça duyarsınız, devamlılık esaslı stres budur. Ayrıca riske girmek istemezler çünkü okurun onlardan bekledikleri vardır. Otokontrol ve otosansür ile soyut yollarla, kişiye oturtulmuş yazar kimliğinin sıkıntılı birlikteliği günden güne özgünlüğün yitimine neden olur. Süreli yayın çemberine girmiş birçok yazarın kitaplarını beğenseniz bile bilmem ne dergisindeki yazdığı köşesini vasat bulmanızın sebebi budur (elbet bu dediğimi yazara hayran olan hasta derecesinde bağımlılık yaşayanlar itiraf edemez, etmek istemez). Hayatını yazıdan kazanma derdindeki yazar, kendi uzun ölümünü kitlelerle birlikte yaşar ve hatta unutulma kaygısına kapılarak birçok saçma işe bile imza atabilir. Örneklerle bunu uzatmak mümkün.

İşte fanzini önemli kılan asıl nokta bu; yayının serbestliği ve şirketleşmiş dergi yapılarına bağlı kalmadan basılıp dağılma ve okunma imkânı. Bir fanzin ancak hazır olduğunda çıkar ve yazarları üzerinde herhangi bir tahakküm işlemez çünkü herhangi bir çıkar çatışması içermez. Ola ki böyle triplere giren fanzinler söz konusu ise yazan kişinin kendi yazılarını yayınlamak için yapması gereken şey, başka bir fanzine yazı göndermesi ya da kendisinin basım gayretine girişmedir. Bu serbestlik ve çıkarsız yaklaşım yazan kişiyi besleyen, devindiren bir durumdur.

*Yaşamınızın önemli bir bölümünde profesyonel olmak zorundasınız. Hayat mücadelesi içinde yaptığımız işin en iyisini ortaya koymak, para kazanmak, sokulduğumuz yarışta bir yer tutabilmek adına sürekli pompalanan performans algısı altında tükenen insanın, edebiyat veya sanat gibi alanlarda kendini ortaya koyma fırsatını ıskalamaması gerektiğini düşünüyorum. Benim tavsiyem **amatör kalın ama gerçek olun.***

## Popüler Araç ve İmgeler Düzleminde Yeraltı Meselesi

Popüler olan, sözlük anlamı itibariyle herkesçe bilinen, tanınan manasına gelen bir kelime. Yani kitle iletişim araçları ve medya üzerinde görünür olan, gözümüz önünde sürekli getirilen kişiler, yapılar, ürünler vs. Son-  
da söyleyeceğimi başta söyleyeyim; net bir şekilde ifade etmem gerekirse **fanzin hiçbir zaman popüler olmaz**. Neden bu kadar kesin ve emin konuştuğumu soracak olursanız nedeni şu, popülerlere konu olan ürünlerin arkasında hep bir ekonomi çarkı dönmekte. Yani sistem bir anlamda paraya dönüştürebileceği şeyleri popüler kılıyor. Bilinirliğin bedeli arkasında hep bir ekonomik hesap var. Bu sebeple, daha “Fanzin nedir?” sorusu kısmında olay kendini belli ediyor ve bu ekonomik bağlam kurulamadığından bir adım daha atıp **Fanzin, fanzin ise popüler olamaz diyorum**. Bir de fanzinin çoğunlukla bir edebiyat ürünü oluşu eklenince (ben edebiyatın yorgun bir dal olduğunu düşünüyorum ve popüler dergilerin şarkıcı, oyuncu, yani tv ekranında kim varsa, yazdırması sebebiyle sürekli bir başarı hikâyesi gibi altı çizilen “okur yaratma” durumunun nitelik anlamında şişirme olduğunu ve okur düzeyinin gene popüler araçlarla arttırıldığını düşünüyorum), özellikle belli bir çevre tarafından Fanzin Apartmanı’na fanzinleri görünür kılma gayreti üzerinden yapılan eleştirinin boş bir lakırdı veya iyi niyetli bir kaygı olduğu kanaatindeyim. **Fanzin, birileri yeraltına soktuğu ve orada kalmasına çaba sarf edildiği için yeraltında değildir. Ekonomik manada sistem için bir döngü oluşturmadığı, üretimin süreksiz oluşu sebebiyle orada olduğudur. Fanzin, fanzin olduğu için yeraltındadır**. Kaldı ki bugün bu aksi yönde çıkışlarda bulunan kimi fanzinlerin hepsi sosyal medyanın tüm olanaklarından faydalanyor ve görünür olmak adına birçok mekân ve kurumla bağlantı kurdukları görülüyor. Yani mevzu ne yapıldığından ziyade kimin yaptığı. O sebeple duruş ve tavır arkasına sığınarak yapılan birçok çıkışın egoist söylemlerin önüne geçmemiş olması elbet üzücü. Konumuza geri dönecek olursak; zaten daha başta kâr amacı gütmeyen bir yapıyı işaret ettiğinizde şirketler, yayıncı firmalar tarafından yatırım yapılmayacak bir alan olarak kendini gösterir. Yani fanzin elden gidiyor telaşına meal yoktur. Ancak günümüzde fanzinleri doğasında olan yapıdan ayrıştırarak piyasalaştırma talebinde olan kimi fanzinciler ve ona partnerlik eden yayınevleri de yok değil.

**Bahsettiğim yeraltı, bir algı ve tarz meselesinden ziyade bir konumdur.** Günümüzde herkes tarafından bilinmelidir ki yeraltı edebiyatı olarak işaretlenen ve hâlâ daha tam olarak bir sınır çizilemeyen bu sözde tür yerin altında falan değildir. Milyonlar satan, gişe hasılat rekorları kıran ve oluşan olgu çerçevesinde dönen bir ekonomidir. Sizin sayfalar boyunca seksten ve seksin türevlerinden, uyuşturucudan, gece hayatından bahsediyor olmanız sizin yazılmayanı yazdığınız, kimsenin ifade edemediklerini ortaya koyduğunuz anlamına falan gelmez. Olsa olsa bir toplumsal ikiyüzlülüğe parmak bastığınızı ve çelişik yapıları işlediğinizi gösterir. Özetle, tuhaf hâllere girerek, kimilerinin yaptığı gibi “yüce kaybeden” ayakları sadece imajdır.

Fanzinlerin olduğu yer, doğası ve tavrı gereğidir. Kendi gibi olanlarla ilişkide olarak aynı konulardan yakınan ve aynı duruş üzerinden hareket eden bir topluluk hâlinde olmaları da gayet normaldir. Bu toplanmalar ister irili ufaklı, ister daha geniş çaplı olsun, kimsenin tekelinde olamaz. Birbirinden farklı toplanmaların meydana gelmesi de doğaldır. Birbirleriyle yardımlaşarak birbirlerinin işlerine destek olup onları okuma eğiliminde olmalarından daha güzel bir şey de yoktur. Olay biçimci değil, kendiliğindedir. Başka bir konu var ki bu açıdan bakıldığında fanzin algısının boşluğa düştüğü, olgusal olarak yayın duygusunu kavramayan işler olduğunu gözlemliyorum. Hemen açayım:

Popüler dergiler genel olarak, zaten popüler olan bir malzemeyi kullanarak bir ürün hâline gelir ve bu meydana gelen ürünü gene tüketicisi olan büyük çoğunluğa satar. Kapak fotoğraflarından, dosya konularına vs. bütün döngü bunun üzerinedir. Kendileri arasındaki yarışta, pay kapma derdine düşen bu şirketler, çağın popülizmi vintage ve retro usulüne uygun dizaynlar ortaya koyarak yeni popülizmin pazarlamasını yaparlar. Yani olayın bir özgünlüğü yoktur.

Tam bu noktada, yüz yüze konuştuğumuzu düşünerek:

Benzer işler yapmaya çalışan fanzinlere anlam veremediğimi söylemeliyim. Her çıkan sayı bir fırsat, her kopya bir okunma ihtimaliyken, yani sen ve senin gibi birinin metni/görseli görünür olma ihtimali varken, bu sayfalar, aynı popüler dergi kafasındaki imgeler neden kurban edilmektedir, kullanılmaktadır? Okur zaten bu devamlı pompalanan “rahmetliler, ünlü-

cükler” arasında yüzmekte. Sen kendini ortaya koy! Bırak millet ne ürün tasarlırsa, nasıl bir satış planlaması belirlediyse belirlesin. İsterse cenaze bekçiliği yapsın. Fanzinde asıl olan şey sensin, bireyin edimi. Görünmeyenin su yüzüne çıkması ve bir tercih noktasında olan okurun, senin fanzinini arayıp bulduğunda asıl beklentisinin sen ve senin gibi arkadaşların olduğu bilincidir. Ama çeşitli ünlüleri kapağa koyarak, o kişinin ardında kurgulanan okunma beklentisinin koca bir hata olduğunu düşünmekteyim. Mesela kapağa Cem Yılmaz’ı koyarak genel okurla kavuşma istenci, popüler dergilerin yaptığı satış politikası refleksinin bire bir aynısıdır. **Şayet fanzin adıyla popüler dergileri aratmayacak bir strateji ortaya konacaksa çıkarttığı yayına fanzin demenin ne manası vardır?** Dergi kavramı, yaptığınız işi birebir yansıtmaktadır.

Başka bir noktadan daha devam edersek, fanzinin ülkedeki ilk çıkışından bu yana değişen dünya ve onun getirisi yeni araçlar, özellikle fanzinin doğumuna şahitlik etmiş kuşak tarafından, günümüz fanzinlerine kuşkuyla yaklaşılmasına sebep olmaktadır. Punk ve Heavy Metal üzerinden şekillenen, 90’lı yıllarda ön plana çıkan fanzinler (Mondo Trasho, Laneth ile başlayan...) elbette hem içerik hem de basım tekniğinden kaynaklı bugünkü birçok fanzinden farklı bir yapıya sahipti. Cut-Up yöntemiyle ve DIY felsefesi üzerinden hareketle üretilen ve çoğu zaman, üreticilerinden bağımsız şekilde tekrar tekrar kopya edilen fanzinler, karşı kültürün temel yayın organı olarak işlevselleşmişti. Çok iyi işler çıktığı tartışmasız bir konudur. Emeği geçen herkesin (dostun, düşmanın) eline sağlık.

Kabul edilsin veya edilmesin günümüz dünyasında başka bir zaman yaşıyor ve bugünün fanzin üreten toplamı, kendini başka şekillerde de tarif edebiliyor. İfade şekillerinin form değiştirmiş olması onların fanzin üretmediği anlamına gelmiyor. Kaldı ki fanzinin bilinen manadaki ilk örneklerine 1920 yıllarında rastlanırken (ki temel alınacak tarih 1850li yıllarındaki Amatör Basım Dernekleri’ne dayanır), tür olarak fanzin ismini alması 1940 yıllarını bulur. Bilinenin aksine ilk çıkışı (zaten tarihler de bunu gösterir) bilimkurgu ve fantastik edebiyat üzerinden ilerlemiştir. Hatta ülkemizde de Antares gibi bir örnek mevcuttur. 70li yıllarda toplumcu edebiyatın ülkede, ağırlıklı olarak söz sahibi olduğu dönemlerde Antares, yurt dışındaki örnekleri gibi fanzin türüne uygun bir çıkış yapmıştır. Yani 90’lı yıllarda

çıkın fanzinleri referans olarak “Gerçek fanzin bu, broo!!” diye ortalıkta gezinenlere biraz daha eski tarihlere bakmalarını öneririm. Elbet okurun görmek istediği, kafasında şeklen bir yere oturttuğu çerçeveller olabilir ve 90’lı yıllarda fanzin, ülkemizdeki asıl bilinirliğine sahip olmuştur ama bu türdeki fanzinleri referans gösterip şimdiki böklemek, tarihsel bir hatıradır.

Araçlar dedik. Evet, günümüzde araçlar değişime uğradı ve basım öncesi araçlardan (dizayn programları, photoshop, indesign vs. ) tutun da, basım konu olan basım araçları bile fotokopicilerden çıkıp evimize kadar ulaştı. Renkli ve dijital baskılar kullanılır oldu ve hatta dağılım ve paylaşımlar internet üzerinden olmaya başladı. Sosyal medya üzerinden paylaşımlar, takipçileri aracılığıyla okura ulaşır oldu. Şimdi bu kadar araç elimizin altında varken ve az önce bahsettiğim kuşkulu kitle tarafından bile kullanılıyorken, bir fanzin olarak bu sosyal mecralarda içerik yayınladığınızda “sistemin içinde olma” eleştirisine pek anlam veremediğimi söylemeliyim. Kaldı ki kaçınılmaz bir durum olduğunu ve kapitalizmi yok saymanın saçmalık olduğunu söyleyip de sistem içi her aracı (yayınevi, kültür bakanlığı, dağıtım şirketleri vs.) kültür içinde meşrulaştırma çabasına hiç anlam verememekteyim. Çok defa söyledim, gene söylüyorum. Bireyin kendi dosyasını yayınevine vermesi bireysel bir tercihtir ama türü fanzin olan bir yayını bu tür ticari ilişkilere sokmak, su için içki ruhsatı almak kadar abes bir durumdur. Olaya makro açıdan bakıp da “Sizin internetteki sosyal mecralarda her paylaştığınız içerik, o küresel şirketlere para kazandırıyor, bu mu fanzin tavrı?” diyenlerin geliştirdiği düşünce yapısını ise sorunlu buluyorum. Bu biraz şeye benziyor, “90’lı yıllarda ithal marka fotokopi makinalarıyla fanzin bastınız, yurtdışından gelen mürekkeplerle bu küresel firmaların ceplerini doldurdunuz. Bu mu fanzin tavrı?” demek kadar, temelsiz bir yaklaşım.

Başka bir nokta ise şu “önüne gelen fanzin çıkarıyor” muhabbeti ve devamında gelen “nitelik” tartışması. Bana göre bir fanzinin niteliği, onu okuyan kişi tarafından değerlendirilir ve o okuyan kişinin kendi beklentisi, fanzinden aldıklarıyla birleşerek bir değerlendirme olarak kafasında oluşur. Kişi bu yayını okuduğu gibi kendi düşüncelerini de elbet ortaya koyabilir ama bu düşüncelerin öznel olduğunu, tümlene yanlışlarını içermemesi gerektiğini bilerek... Beğenim veya beğenmeyelim fanzin çerçevesi içinde

üretime geçmiş birinin, dışarıdaki bu yayıncılık piyasasına bulanmayarak kendi çabasıyla bir yayın çıkarmasına saygı duyulması ve saygı gösterilmesi taraftarıyım. En nihayetinde fanzin, bu hayat koşuşturmasında gerçekten çaba sarf edilen, maddi ve manevi özveri gerektiren bir yayın. Akıbeti de çoğu zaman meçhul. Varsın önüne gelen fanzin çıkarsın. En nihayetinde bu işin bir tasdik makamı olmadığı gibi tam da bunlar olmadığı için fanzin, fanzindir. Israrlı ve istenilen fanzinler elbet, kabullenilmeyen, fazla istek görmeyen fanzinlere göre daha uzun ömürlü olacaktır. Doğal seçilime fırsat vermek gerek.

## **Reklam, Sponsorluk Üzerinden Özgürlük Meselesi**

Yazının başından beri “özgürlük” diyorum. Her konunun önünde sonunda, dönüp dolaşıp dayandığı bu kavram, fanzin türünün meydana gelme sebebi ve her fanzin daha çok basmak, daha çok okunmak ve dağılmak ister. Bu bağlamda bir sponsor bulmak hatta sayı başına herhangi bir yerden reklam almak, fanzinin yayılcı güdüsüyle paralel gidebilecek bir durumdur. Daha çok basmak, hatta gelecek sayı için köşeye biraz para koymak harika olur diye düşünülebilir ama bu durumun sizden götürecekleri olacaktır. Hem de ağır ağır, size bile hissettirmeden...

Özgür düşünme bireyin zihninde başlayarak zaman zaman kendi toplumsal çevresinden bile sıyrılıp ortaya koyduğu edimlerle mümkün olur ve fanzin, yazılı basım anlamında bunun en iyi yoludur. Fanzini çıkartan veya orada yazan kişi hissedişine göre çeşitli mahlaslar üzerinden hareket ederek pekâlâ kendi toplum kimliğinden bile sıyrılabilir ama reklam ve sponsorluk gibi bağlar, ister istemez bir kurum veya tüzel kişiliğin ismini taşıyor olmanız manasına gelir. Ortaya koyacağınız her ürün bu firmalarla özdeşleştirilir ve bir karşılık bulur. İşte bu noktada, size reklam veren tarafların ağırlığını hissetmeye ve onlar adına düşünmeye başlarsınız. Belki de bu reklam veren kişilerden dolayı telkinler alırsınız. “Ya, bu biraz fazla mı pornografik olmuş?”, “Sence bu metin biraz politik olmamış mı?” vs. Bu da sizde yavaş yavaş bir yapının yerleşmesine sebep olur. Otosansür! Kimse size “Çıkart o yazıyı oradan, böyle şeyler yazma!” demez ama siz tam olarak ne yapacağınızı, hangi noktaların kritik olduğunu bilirsiniz ve

bilinçaltınızda size parasal manada destek olanları rahatsız etmek istemeyebilirsiniz çünkü yaptığınız işte geriye düşmemek, eski sayılardan daha az sayıda, daha ucuz kâğıda basmaya gönül el vermeyebilir. Bu sebeple özgür edim zedelenir ve korkarım yaptığınız iş, fanzinden giderek uzaklaşır. Fanzin çıkartırken olabildiğince bağımlılıklardan kurtulmak, kendi göbeğini kendin kesmek en iyisidir. Bir şeyler üretme istenci üzerinden yapılacak küçük fedakârlıklar, büyük işlerin meydana gelmesini sağlar. Yeter ki neyin çok istendiğinin kararı verilsindir.

Yeri gelmişken üstünden geçmemek olmaz. Çünkü zamanında çok tartışma yaratan ve hâlâ daha belirli yankıları süren, belediyelere ait mekânların fanzin etkinliklerinde kullanılması üzerinden birkaç söz söylemenin yerinde olduğunu düşünüyorum.

Belediyelere ait etkinlik alanları, kültür merkezleri vs. yerler idare ve yönetimi yerel yönetim organına bağlı, kamusal alanlardır. Parklar, plajlar, sokaklar vs. gibi... Yani aslına bakarsanız, bizlerin de faydalanma hakkı olan yerlerdir. Bana sorarsanız, yerel yönetimin tavrına ve yaklaşımına bağlı olarak bir şeyler organize edilmesinin bir mahsuru yoktur. Şayet yukarıda bahsettiğim özgür ifade alanının olması ve fanzinin varlık doğasına aykırı yaptırımlarda bulunulmaması hâlinde çeşitli etkinliklerin düzenlenmesinde şahsım adına bir problem görmüyorum. Ama yayınlar konusunda çeşitli yaptırımlarda bulunulması ve diğer baskıcı yaklaşımlar elbet fanzinin temel doğasına aykırıdır.

## **Basım Şekli, Kalitesi ve Dağıtım Meselesi**

Sanırım herkes kaliteli kâğıda, renkli ve olabildiğince iyi bir baskı gerçekleştirmek ister. En nihayetinde fanzine koyduğunuz metnin ve görsellerin güzel bir şekilde görünmesini arzulamak kadar doğal bir istek yok ama elbet bilirsiniz ki basım işi para işidir. Bunun için yeterli kaynağınız varsa ve bunu fanzin duruşu çerçevesinde ortaya koyup satarken bile kâr amacı gütmenden okura ulaştırıyorsanız, açıkçası ben burada bir problem görmüyorum. Tabii birçok farklı yaklaşım var. “Fanzin fotokopi olur.” diyeni de var, “Dizayn programı kullanılmaz, analog şekilde yapılmalı.” diyen de.

**Kuşkusuz bu basım konusunda öne sürülen söylemlerin hepsi bir önermedir ve bireysel anlamda okurun nasıl bir fanzin görmek istediğini ifade eder.**

Elbet bir fanzinin sürekliliği olması, daha çok sayıda basım yapabilmesi, okunurluk ve ulaşılabilirlik açısından önemlidir ve bu üretimi sekteye uğratacak maliyetlerden kaçınılması bence dikkat edilmesi gereken bir konudur. Çoğalmak; fanzinlerin raflarda daha çok görülmesi, fanzin okuru açısından arzu edilir ama en nihayetinde bu durum fanzini çıkartan, her anlamda emek veren kişilerin bileceği bir şeydir. Kimisi nitelikli ve kaliteli bir baskı yapmış fanzin üretmeyi sürekliliğin önünde tutar ve takdir, bu bahsi geçen türdeki fanzinleri çıkartan arkadaşlara aittir.

Dağıtım olayına gelirsek, başta da söylediğim gibi dağıtım şirketleriyle çalışmadığınız ve özellikle il dışındaki okurlara fanzin ulaştırmak istiyorsanız, diğer şehirlerdeki fanzincilerle veya okurlarınız, tanıdıklarınız aracılığıyla fanzinlerinizi ulaştırmanız gerekmektedir. Bu bir zaman sonra, maliyetler ve zaman alması açısından her ne kadar zorlayıcı bir hâl olsa da bireysel anlamda kurulan en önemli bağıdır. Fanzini önemli kılan şey; birinin, sırf sizin çıkarttığınız fanzin daha çok okunsun, bilinsin diye karşılıksız olarak yardım etmesi, gayret göstermesidir. Bunları gördükçe kişinin, fanzin toplamına dair tuhaf bir aidiyet hissetmesi kadar hoş bir duygu yoktur.

Artık günümüzde fanzinin internete geçmesi ve E-Zine'nin üzerinde hazır baskı formatını içeren PDF dosyalarıyla dolaşımında olması, fanzinin matbu hâline bağlı kalmadan okunma yüzdesini arttırmış ve dağıtım olanaklarını genişletmiştir. Artık evlerdeki her bir yazıcı bile belirli miktarlarda fanzinin çoğaltılması için yeterli donanıma sahiptir ve bunun yolu gayet basittir. Çoğalma ve dağıtım, fanzinin edinilebilirliğinin ana unsurudur.

Bu ağ genişlesin diyerek Fanzin Apartmanı, Türkiye üzerinde bir çalışma yaptı ve herhangi bir kişinin fanzin dağıtırken veya o an bulunduğu ilde fanzin alıp okumak istediğinde fanzinlerin sık bulunduğu mekânları harita üzerinde işaretledi. Böylece kişilere bağlı kalmadan, herhangi bir kişi bile fanzinin dağılması ve okunması noktasında harekete geçebileceğini gördük ve gözlemlerim üzerinden söylemeliyim ki başarılı da oldu. Haritaya ulaşmak için [fanzinapartmani.com](http://fanzinapartmani.com) sitesinden Mekânlar bölümünü ziyaret



edebilirsiniz.

## **Fanzinlerin Kitaplaştırılması Meselesi**

Bir dönem gündemimizde baya yer tutmuştu ve olay bir noktadan sonra olgular üzerinden konuşmak yerine, kişisel noktalara bağlanmıştı. Olayları kaşıyacak değilim, benim derdim kişilerden bağımsız bir yaklaşımdır ve gene olgunun yanlışlığının altını çizme noktasına belirli bir mesafe yaklaşıp duracağım. Bu meselenin kaleme alınma sebebi, süreç sonrasında bazı uyanık tiplerin fanzini kitaplaştırma noktası üzerinden hareket etme gayreti ve bunun ısrarla yanlışlığının altını çizenlere, başka noktalardan saldırarak yıpratma çabasıdır. Benim için bireyler bir şey ifade etmez, önemli olan gerçekleşen eylemin fanzinin doğasına aykırı şekillerde meydana gelip başka noktalardan piyasalaştırıldığı gerçeğidir. Yanlış bir algının oturma tehlikesidir. Yoksa niyetim bu kişilerin pazar tezgâhına el uzatmak değil. Kendince yolunu bulma derdindeler ama sadece kendilerini kandırırlar.

Bir fanzin çıkarıyor ve bunu yaparken çıkardığınız yayına fanzin diyorsanız (Dergi de denebilirdi. En nihayetinde derginin böyle tavır meseleleri yoktur ve bu esnek yaklaşımla yoluna devam edenler de vardır) bu yayın türünün ifade ettiği duruştan bağımsız hareket ederek bir noktadan sonra piyasalaştırmak, özürlü bir yaklaşımdır. Bakın “kitaplaştırmak” demiyorum, “piyasalaştırmak” diyorum. Ayrımın altını daha net çizeyim:

Bir fanzinin tüm sayılarının bir araya getirilerek kitaplaşmasında ne sakınca var? Bunlar gelecek nesillere aktarılmasın mı? Tek tek nereden tüm sayıları bulacaklar da okuma şansı bulacaklar? Bu gelenekselci yaklaşım eski kafalılık değil mi?

Bu soru altına gizlenmiş cevaplara aynen katılıyorum. Bir fanzin kitaplaşabiliyorsa kitaplaşmalıdır ama gene meydana geldiği ortam, fanzin tavrı içinde bunu gerçekleşmelidir. Yani; yayınevi çatısı altına girmeden ISSN, bandrol ve bakanlık sertifika numarası almadan ve en önemlisi dağıtım firmalarına, oradan da kitapevi reyonlarına giden yolda herkesin nemalandığı bir meta hâline dönüşmeden yapılması gerektiğini anlatıyorum. Elbet ciltlenebilir ama önemli olan bu doğumun nerede gerçekleştiğidir.

# Fanzinler Durum Anketi 2018-01

Fanzin Apartmanı olarak geçtiğimiz aylarda bir anket hazırladık ve bazı sonuçlara ulaştık. 60'a yakın fanzinciyle yapılan ankette muhabbetlerde geçen, yer yer tütleme yanılgıları üzerinden konuşulan ve hatta fanzin olayının dışında olanların bile bol keseden salladığı mevzular üzerine sorular sorduk ve bence iyi de yaptık. Çoktan seçmeli seçeneklerdeki yüzdeler dağılım, soruları cevaplayan kişi sayısı üzerinden yüzdeler dilimlere ayrılmıştır. Yani "alt alta topladığımda %100'ü geçiyor" diye itiraz etmemeniz için baştan yazayım dedim.

## Neden fanzin çıkartmaya giriştiniz? Sizde bu isteği uyandıran şey neydi?

Belki de en fazla konuşulan, merak edilen, yüksek edebiyatçısından okuruna herkesin bir fikri olduğu bu soru sürekli güncelliğini korur. Biz bile yaptığımız röportajlarda sıkça sorarız. Bireyin girişime geçmesi noktasında önemli bir eşiktir. Tabii bu kadar çok yönlü bir soruda seçenekler üzerinden alınan cevaplar da farklılıklar gösteriyor. Bu soruya her katılımcını tek bir cevap vermesini istedik.

Ankete katılanların %20'si "Mevcut basılı ortamdan çok sıkılmışım ve kendi kafama göre bir şey çıkartmak istedim." seçeneğini işaretlemiş ve cevap eğilimi içerisinde en yüksek payı almış.

%18,5'i ise bireysel yazma ve okunma çabası üzerinden hareket ederek "Yazdıklarımın okunmasını istiyordum ve bir grup arkadaşla toplanıp bu işe giriştik." seçeneğini işaretlemiş.

Elbet fanzinlerin, bu piyasalaşan ortama karşı bir tepkiyi de barındırdığı tartışılmaz. Katılanların %16,7'si "Piyasa işlerini oldum olası sevmem. Ona buna yazı göndereceğime tutar kendi fanzinimi çıkarırım dedim." seçeneğini kendisine yakın bulmuş.

Hayatında bir değişiklik getirmek isteyenler de az değil. Cevaplayanların %11'i "Sadece can sıkıntısı. Bir kaç kişi okur da üzerine muhabbet ederiz dedim." seçeneğini işaretlemiş.

Yani anlaşılacağı gibi fanzinler açısından bakıldığında olayın sadece tek bir çıkış noktası ya da ağırlıklı sebebi yok. Genel yargıların aksine çoğu kişinin yönelimi ayrı ayrı.

### **ıkarttığınız fanzinler, basılı olarak kaç şehre dağıtım imkânı buldu?**

Fanzinciler olarak çoğu zaman karşılaşırız. "Fanzininiz şu şehirde var mı? Neden yok? Daha gelmedi mi?" tarzında sorular yöneltilir ve bazen beklentilere cevap verilemediği olur. Fanzinler her ne kadar süreklilik açısından beklentilere cevap veremese de seslendikleri alan açısından bakıldığında gözden kaçmayacak bir gayret sarf etmektedirler. Belli yerellikler üzerinden çıkan bu yayınlar hiç tahmin etmediğiniz bir yerde bile karşınıza ı-kabilir.

Ankete katılan fanzinlerin %38,6'ı 2-4 şehir arasında bir dağılıma sahipken, 5-8 şehir arasında dağılıma ulaşan fanzinlerin oranı ise %30 civarındadır. 10 ve üzeri şehire gönderilen fanzinler %9 oranına ulaşırken sadece kendi şehrinde dağıtım yapan fanzinlerin oranı ise %17,5 oranındadır.

### **Fanzininiz hakkında okurlardan yorumlar aldınız mı?**

#### **EN FAZLA 2 SEÇENEK**

Kuşkusuz; fanzin gibi kâr amacı gütmeden, popülist yapılara bulanmadan bir yayın ortaya koyduğunuzda tek beklentiniz okurlardan gelecek bir yorum, görünüp okunduğunuza dair bir işaret olur. Açıkçası bahsettiğim istente garipsenecek, eleştirilecek bir taraf olduğunu düşünmüyorum. Bazı kimselerin okur iletişimini umursamaz pozlarda gezmesinin bence pek bir anlamı yok. Bir kişi yazdığı yazıyı en az bir adet çoğaltıp bir yere koyuyor veya çeşitli mecralarda yayınlama girişiminde bulunuyorsa görünme, okunma ve anlaşılma isteği üzerinden hareket ettiği aşıkardır. Aksi takdirde evde kendi kendine yazar hem hiçbirimizin bundan haberi olmaz hem de emeği ve parası da cebinde kalırdı, öyle değil mi?

Elbet bu okur iletişimin birçok türü olabilir. Bu sebeple bu sorunun seçeneklerinden en fazla iki tanesinin işaretlenmesini istedik.

En basit şekliyle, kendi üretimini çevresi aracılığıyla etkileşime sokanların ve bundan geri dönüş alanların sayısı çoğunlukta. Katılımcıların %63'ü "Bizi tanıyan, bilen arkadaşlardan geri dönüşler oldu." seçeneğini işaretlemiş. Hiç tanımadığı kimselerden geri dönüşler alan, gerek sosyal hesaplardan gerekse çeşitli mecralarda ilgi gören bir yayın türü olduğu da kendini gösteriyor. %42'lik bir oranda katılımcı "Bir gün fanzin sosyal hesabına hiç tanımadığım birinden bir mesaj geldi ve dünyalar benim oldu." seçeneğini işaretlerken, %43'lük bir oran ise "Bizleri fanzinden tanıyarak oluşan dostluklarımız bile var. Sabah akşam yazıyoruz." seçeneğini işaretlemiş. Elbet zaman içinde beklediği geri dönüşü alamayanlar da yok değil. Her yeni şey gibi ilk çıkarken, belli bir yoğunluk ve merak uyandıran fanzinler, belli bir zaman sonra çevresindeki o etkiyi yitirebiliyor. Katılımcıların %12'si "İlk başlarda bir iki mesaj geliyordu ama şimdilerde ses seda yok." seçeneğini işaretlerken, "Bilmem kaç sayı çıkardık. Kendimiz yazdık, okuduk. 'Ya ne güzel yapmışsınız.' diyen de olmadı." diyenlerin oranı sıfır olarak kendini gösterdi.

### **Fanzin denen yayın türünün sizce bir tavrı var mıdır? EN FAZLA 2 SEÇENEK**

En fazla tartışmanın olduğu konulardan biri de kuşkusuz bu tavır meselesidir. Özellikle olaya dışarıdan bakan ama bol keseden de sallamayı kendilerine görev bilen bazı edebiyatçıların, fanzinler söz konusu olduğunda "Bu anti duruşlar falan hikâyeye, hepsi kariyer derdinde." diyerek haksızlığın âlâsını yaptığı bu meseleyi fanzincilere sorduk ve önemli (bizi hiç de şaşırtmayan) sonuçlar elde ettik. Elbet burada da, düşünce farklılıkları üzerinden en fazla 2 seçenek işaretlemelerini istedik.

Ankete katılan fanzincilerin %70'i "Evet, fanzin piyasalaşan sanat ve edebiyat algısına karşı bir tepkidir. Bu bilinçle çıkarılmalıdır." derken, %42'si "Elbet tavrı vardır, her şeyden önce bir seçimdir. Yayıncılık sektörünü karşıya alan bir karakteri vardır." seçeneğini işaretlemiştir. Elbet bu keskin algıya farklı açılardan bakanlar da yok değil. "Fanatik hareket, çıkartan kişinin kendi fanatizmi ve algısıyla sınırlıdır. Tavrı yayına değil kişiye bağlıdır." di-

yenilerin oranı %26 olup tercihini “Fanzin sadece bir yayın türüdür. Gerisi fasa fisodur.” diyenlerin oranı %5 oranında kalmıştır. Seçenekler arasında yer alan “Ne tavrı, kardeşim? Benim kolayıma böylesi geliyor. İmkânım olsa YAYSAT dağıtıma bile verirdim.” Şikkını ise işaretleyen hiç kimse olmamıştır. Demek ki okunmak, bilinmekten öte, fanzin çıkartanların arasında fanzin üzerinden var olan bazı değerleri vardır ve dışarıdan ölçüsüz yargılayan kimseler kendi yansımalarını bu çerçeveye yamamaya çalışmaları pek de sonuç vermeyecektir.

**Son zamanlarda, çıkan fanzinlerde bir azalma gözlemliyor musunuz? Bunun sizce sebepleri ne olabilir? EN ÖNEMLİ 2 TANESİNİ İŞARETLEYİNİZ.**

Çoğunlukla aramızda konuştuğumuz, herkesin aklında fikri olduğu bir konu. Bunu direkt olarak soralım istedik ve cevaplar üzerinden bir dağılım elde ettiğimizi söyleyebilirim.

Fanzincilerin en fazla işaretlediği, %51 oranında “Basım, kargo maliyetlerinin artması fanzinlerin çıkmasını zorlaştırıyor. Dolar aldı başını gitti.” seçeneği olmuş. Aslında önemli bir konuyu işaret etmişler. Gerçekten de yükselen maliyetler bu alanda üretim yapan arkadaşların işini her geçen gün zorlaştırmakta. Basıma konu olan tüm girdilerde dışa bağımlı olduğumuzdan dolayı kontrol edilemez bir kalem olarak kendini göstermekte. Hatta birkaç fanzincinin şu aralar kendi yazıcılarını aldıklarını bile söylemeliyim. En azından bu yolla, az ama sık basım yaparak ihtiyaç kadarını, istediği aralıklarda çıktı alıp toplu çekim maliyetini zamana yayma imkânına sahip oluyorlar. Bu anlamda bir yazıcı maliyetine de katlanılması ve kendilerine toner işi yapan birilerini bulmaları gerek. Tabii her şekilde bir maliyeti olduğu aşikâr.

Başka bir noktada ise fanzincilerin gözlemleri üzerinden yaptıkları seçim neredeyse eşit düzeyde kalmış. %32’lik bir oranda “Evet, son zamanlarda gözlenen bir düşüş var. Eskisi kadar fanzin çıkmıyor.” seçeneği işaretlenirken, “Yok ya. Bence önüne gelen fanzin çıkarıyor. Azalmayı bırak, coştu bile.” seçeneği ise %26 seviyesinde kalmış. Elbet burada bir uzlaşmaya varılması zorunluluğu yok ama benim gözlemime göre fanzinlerin çıkışı hakkında bir yargıya varılabilmesi için biraz daha yakından takip edilmesi

gerektiğini düşünüyorum. Öznel bir yorum getirmem gerekirse belli bir oranda fanzin üretiminin fazlalaştığını söylemem mümkün. Özellikle son 3 yıldır belirli bir artış olduğu ve bunun giderek büyük şehirlerden daha küçük şehirlere kaydığı söylenebilir ama yakın mercekten bakıldığında son 6 aydır bir düşüşün olduğunu, “Yok be, abi; biz çıkartmıyoruz artık.” diyen kişileri çokça duyuyorum. Kendi kanaatimce; katlanılan birçok şeyin, koşturmacanın, emeğin geri dönüş noktasında fanzin çıkartan arkadaşları tatmin etmediğini düşünüyorum. Yaptıkları işin ses getirmesini istiyor olmaları çok doğal ama sanırım yüklenilen beklenti, fanzinin boyutunu biraz aşılıyor olmalı. Tabii bu bir varsayım ama önünde sonunda bu engelin aşılabilmesi gene fanzincilerin kendi çabalarına bağlı olacak bir konu. Yayın türü olarak fanzinin bilinirliği ne kadar yaygınlaşırsa o derece okur tarafından bilinir ve destek gören bir hâl alır görüşümdedir.

Gene seçenekler içinde yer alan ve %14 oranında işaretlenen “Dağıtım sıkıntısı var. 200 tane fanzin basıyorsun, yarısı evde kalıp sana bakıyor, sen de ona.” seçeneği üzerinden devam edecek olursak, dağıtım konusunda başka şehirlerden arkadaşlarla irtibata geçmenin faydası olacağını düşünüyorum. En azından fanzinler arasında kurulacak ilişkiler bu sorunun aşılması noktasından faydalı olabilir. Ortak kargolar gönderilerek maliyetler azaltılabilir. Fanzin Apartmanı’nda yer alan Mekânlar Haritası da bu irtibatlara destek olacaktır.

Başka bir şık olan “Fanzin içi çekişmeler, yazar tribi ve çeşitli kaprislerden ötürü insan bir zaman sonra ‘yetti artık, basmıyorum’ diyor” ise %25 ile bence yüksek bir orana sahip. Kuşkusuz bu oranın yüksekliği üzücü olduğu kadar hayatın da bir gerçeği. Özellikle faaliyet hâlindeyken meydana gelen bireysel sürtüşmeler ve algı farklılıkları, fanzin çıkartıyor olmanın kendi zorlukları da üzerine eklendiğinde veya tüm koşturma bir, iki kişinin üzerine yıkıldığında sıkıntılı sonuçları meydana getiriyor. Belki de seçenekler içindeki en üzücü seçenek ise %9’luk aldığı payla “Okuyan eden yok. Çıkartan da bir zaman sonra çıkartmaktan vazgeçiyor. Sokağa atılan para!” oldu. İşte tam bu sebepten dolayı bir arada durmalı ve birbirimizin işleri hakkında konuşup okuyan bir toplam olunması gerektiğini düşünüyorum. Kendi çıkardığımız fanzin olsun veya olmasın, ne kadar çok ses çıkarırsak bu türe, o kadar dikkat çekmiş oluruz.

## **Bir fanzinin iyi olup olmadığına karar vermek için aşağıdakilerden hangilerine bakarsınız? EN BEĞENDİĞİNİZ 3 TANESİNİ İŞARETLEYİN**

Son olarak fanzinci arkadaşların bir fanzinde dikkat ettikleri noktaların neler olduğunu sorduk ve 3 tane işaretlemelerini istedik. Sonuçlar çoktan aza doğru sıralanmıştır.

- 1) İçeriğindeki metinlere %77,2
- 2) Farklı bir tasarım şekli olması %54,4
- 3) İşlenen dosya konularına %45,6
- 4) Hangi türde metinler (şiir, öykü, deneme) olduğuna %33,3
- 5) Kapak resmine %15,8
- 6) Kimlerin yazdığına %14
- 7) Basım kalitesine, sayfa gramajına vs. %12,3
- 8) Görsel öğelerin fazlalığı %10,5
- 9) Fotokopi olması %8,8
- 10) Renkli baskı olmasına %0

Evet arkadaşlar; söz burada bitiyor. Düşündüklerimi, olabildiğince ortaya koymak ve kafadan sallamadan, belirli veriler üzerinden temellendirmeye çalıştım. Bu yayının türünün ve onunla birlikte üretmeye devam eden bireyin özgür olması ve okurun da bu çıktı üzerinden kendini devindirmesi taraftarıyım. Bunun için de elimden geleni yapma gayretindeyim. Benim gibi bu çaba içerisinde olan arkadaşlarımla enerjimiz, şefkimiz sürdüğü, hayat koşullarımız el verdiği sürece devam edeceğimizi biliyorum. Birbirimizden haberdar oldukça da, piyasadan bağımsız, başka türlü bir döngünün kuvvetlenebileceğini umuyorum. Sorularınız ve düşünceleriniz için eelmastas35@hotmail.com mail atabilirsiniz. Kalın sağlıklıyla...



Sen yazar olmak,  
yayınevlerine dosya  
gönderip kitabını bastır-  
mak için çabalayan  
kişi misin?



O zaman mutlaka  
şunu okumalısın!

İnternette arat  
kesin çıkar veya  
fanzinapartmani.com  
sitesine bak

## YAYINEVİ RÜYASI

YENİ BAŞLAYANLAR İÇİN  
YAYINÇILIK SEÇİMİ (1)  
KILAVUZU

