

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KAMU YÖNETİMİ ANABİLİM DALI
SİYASET VE SOSYAL BİLİMLER BİLİM DALI

**YAYINCILIK ALANINDA TÜYAP İSTANBUL KİTAP
FUARLARI ÖRNEKLERİ ÜZERİNDEN SEMBOLİK İKTİDAR
MÜCADELESİ**

Doktora Tezi

CEMRAN ANIL ÖDER YARALI

İstanbul, 2021

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KAMU YÖNETİMİ ANABİLİM DALI
SİYASET VE SOSYAL BİLİMLER BİLİM DALI

**YAYINCILIK ALANINDA TÜYAP İSTANBUL KİTAP
FUARLARI ÖRNEKLERİ ÜZERİNDEN SEMBOLİK İKTİDAR
MÜCADELESİ**

Doktora Tezi

CEMRAN ANIL ÖDER YARALI

Danışman: PROF. DR. DENİZ VARDAR

İstanbul, 2021

Genel Bilgiler:

İsim ve Soyisim: Cemran Anıl ÖDER YARALI

Anabilim Dalı: Kamu Yönetimi

Program: Siyaset ve Sosyal Bilimler

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Deniz Vardar

Tez Türü ve Tarihi: Doktora-Mayıs 2021

Anahtar Kelimeler: Yayıncılık- Sembolik İktidar-Kültür
Politikası-Fuarcılık

ÖZET

Türkiye’de yayıncılık alanı köklü bir geçmişe sahip olmakla birlikte, kuruluşundan itibaren günümüze kadar özel girişimlerin ağırlıkta olduğu bir yapı olagelmıştır. Yıllar içinde siyasal, ekonomik ve toplumsal değişimlere bağlı olarak yayıncılık alanında çeşitli kırılmalar ve dönüşümler yaşanmıştır. Alan, gerek yayınevlerinin kendileri arasındaki ilişkilene biçimleri gerek siyasal iktidarların yayıncılık alanına çeşitli müdahaleleriyle iktidar mücadelesine sahne olmuştur. Bu çalışma yayıncılık alanının çok boyutlu yapısı içindeki bu sembolik mücadeleyi, özel bir fuarcılık şirketi olan TÜYAP Fuarcılık tarafından kırk yıldır düzenlenen ülkenin kendi ölçeğindeki ilk ve tek kitap fuarı olan İstanbul kitap fuarlarının örnek dönemleri üzerinden görünür kılmak niyetindedir. Alan yapılandıran etkinliklerden biri olarak kitap fuarları, yayıncılık alanının mikro ölçeğini sunarken söz konusu iktidar mücadelesinin çok boyutlu yapısını gözlemleme imkanı vermektedir.

General Knowledge:

Name and Surname: Cemran Anıl ÖDER YARALI

Field: Public Administration

Programme: Politics and Social Sciences

Supervisor: Prof. Dr. Deniz Vardar

Degree Awarded and Date: Doctorate- May 2021

Keywords: Publishing-Symbolic Power-Culture Policy-Fairs

ABSTRACT

Turkey has a long history in publishing field and it has been a structure dominated by private enterprises. Over the years, due to political, economic and social changes it has been experienced various breaks and transformations. The field has witnessed the struggle of power between publishers and various interventions of political power. This study reflects, this symbolic struggle within the multidimensional structure of the publishing field and it intends to make it visible over the sample periods of Istanbul book fairs organized by TÜYAP Fairs and Organization Inc. which is a private fair company for forty years. The book fairs, as a Field Configuring Events, provide the opportunity to observe the multidimensional structure of the struggle of power as a micro scale of the publishing field.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM YAYINCILIK ALANININ OLUŞUMU	8
1.1.Ulus İnşası Sürecinde Yayıncılık Alanı	9
1.1.1. I. Türk Neşriyat Kongresi ve Alınan Kararlar	21
1.1.2. Tercüme Bürosu.....	24
1.2.Sosyal ve Kültürel Sermaye Birikimi Olarak Yayıncılık Alanı	29
1.2.1. 1950’li Yıllarda Türkiye’de Siyasal ve Toplumsal Alan.....	29
1.2.2. 1950’li Yıllarda Türkiye’de Yayıncılık Alanı	32
1.3.Sembolik İktidar Mücadelesi Biçimi Olarak Yayıncılık Alanı	39
1.3.1. İki Darbe Arası Dönemde Siyasal ve Toplumsal Alan.....	40
1.3.2. İki Darbe Arası Dönemde Yayıncılık Alanı	43
1.3.2.1. Sol Literatür Yayınlayan ve Sol Siyasetle İlişkili Yayıncılık	45
1.3.2.2. Sağ Literatür Yayınlayan ve Sağ Siyasetle İlişkili Yayıncılık.....	50
1.3.2.3. Yayıncılığa Aktarılan Sermaye Birikimi ve Örneklerle Dergicilik Deneyimi	54
a. Yön Dergisi/Yön Yayınları	59
b. Hareket Dergisi/Dergah Yayınları.....	60
c. Büyükdoğu Dergisi/Büyükdoğu Yayınları.....	61
d. Hilal Dergisi/Hilal Yayınları	61
e. ANT Dergisi/ANT Yayınları.....	62
f. Birikim Dergisi/Birikim Yayınları	63
g. Düşünce Dergisi/Beyan Yayınları	64
İKİNCİ BÖLÜM YAYINCILIK ALANININ GELİŞİMİ VE SEMBOLİK İKTİDAR MÜCADELESİNDEKİ YENİ OYUNCULAR.....	67
2.1. 1980 Sonrası Yıllarda Türkiye’de Siyasal ve Toplumsal Alan	68
2.2. 1980 Sonrası Yıllarda Yayıncılık Alanı Yeniden Kuruluyor	72
2.2.1. Yayıncılık Alanında Sembolik İktidar Mücadelesine Etki Eden Unsurlar	78
2.2.2. Örnek Yayınevleri Üzerinden Sermaye Türleri ve Birikimi	78
a. Dağıtım Kanalı	88

b. Teknolojik Dönüşüm	91
2.3. Yayıncılık Sektörleşirken Alana Giren Yeni Oyuncular	92
2.3.1. 2000’li Yıllarda Türkiye’de Toplumsal ve Siyasal Yaşam	95
2.3.2. 2000’li Yıllarda Yayıncılık Alanı.....	98
2.3.2.1. .Ekonomik Sermayenin Alana Girişi: Büyük Sermaye Grupları, Bankalar ve Büyük Ölçekli Yayınevleri.....	117
2.3.2.2. Cemaat ve Dini Tarikatların Yayıncılık Alanına Girişleri.....	122
2.3.2.3. Eğitim ve Dershane Kurumlarının Alana Girişleri	127
2.3.2.4. Dijital Platformlar ve Sosyal Medya ile Genişleyen Yayıncılık Alanı.....	128
2.3.2.5. Uluslararası Yayıncılık Alanı ile Eklemlenme	132
2.3.2.5.1.TEDA Projesi.....	136
2.3.2.5.2.Uluslararası Kitap Fuarları ve Onur Konukluğunda Ülke Temsili	139
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM SEMBOLİK İKTİDAR MÜCADELESİNİN SAHNESİ OLARAK TÜYAP ve İSTANBUL KİTAP FUARI.....	149
3.1. Fuarçılık Olgusu.....	150
3.2. İstanbul Kitap Fuarı’nın Ortaya Çıkışı ve İlk Yılları	155
3.2.1.Katılımcı Yayınevleri Bakımından İlk Kitap Fuarı.....	158
3.2.2. Etkinlikler Bakımından İlk Kitap Fuarı.....	164
3.3. TÜYAP Kitap Fuarı’nın Okur ve Mekân Bağlamında Yapısal Gelişimi	167
3.3.1. Kitap Fuarının Mekânsal Gelişimi-Neoliberalizmin Kent Politikaları.....	168
3.3.2. Sayılarla Kitap Fuarının Okur Gelişimi.....	172
3.4. Bir Kültür Aracısı Haline Dönüşen TÜYAP Kitap Fuarları	174
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM TÜYAP KİTAP FUARI ÖRNEKLERİ ÜZERİNDEN ALANDAKİ SEMBOLİK İKTİDAR MÜCADELESİ.....	188
4.1.Sermayeler Bağlamında Beşinci İstanbul Kitap Fuarı	194
4.1.1.Ekonomik Sermaye Bağlamında Beşinci İstanbul Kitap Fuarı	195
4.1.2. Kültürel, Simgesel ve Sosyal Sermaye Bağlamında Beşinci İstanbul Kitap Fuarı	199
4.2.Sermayeler Bağlamında On Beşinci İstanbul Kitap Fuarı	200
4.2.1. Ekonomik Sermaye Bağlamında On Beşinci İstanbul Kitap Fuarı	201
4.2.2. Kültürel, Simgesel ve Sosyal Sermaye Bağlamında On Beşinci İstanbul Kitap Fuarı	203
4.3. Sermayeler Bağlamında Yirmi Beşinci İstanbul Kitap Fuarı.....	207
4.3.1. Ekonomik Sermaye BağlamındaYirmi Beşinci İstanbul Kitap Fuarı.....	210

4.3.2. Kültürel, Simgesel ve Sosyal Sermaye Bağlamında Yirmi Beşinci İstanbul Kitap Fuarı.....	219
4.4. Sermayeler Bağlamında Otuz Beşinci İstanbul Kitap Fuarı	226
4.4.1 Ekonomik Sermaye Bağlamında Otuz Beşinci Uluslararası İstanbul Kitap Fuarı	227
4.4.2 Kültürel, Sosyal ve Simgesel Sermayeler Bağlamında 35. Uluslararası İstanbul Kitap Fuarı	235
4.5. Sembolik İktidar Mücadelesinin Örnek Alınan Fuarlar Üzerinden İzlenmesi	239
SONUÇ	251
EKLER.....	255
KAYNAKÇA.....	282



TABLÖLER LİSTESİ

Sayfa No.

Tablo 1: Cumhuriyet'in İlk Yıllarında Faaliyet Gösteren Yayınevleri.....	16
Tablo 2: Yıllara Göre Tercüme Bürosu Tarafından Çevrilen Eser Sayısı.....	27
Tablo 3: 1950-1960 Yılları Arasında Kurulan Yayınevleri.....	33
Tablo 4: 1960-1980 Yılları Sol ile İlintili Yayınevleri.....	48
Tablo 5: 1960-1980 Yılları Arası Sağ ile İlintili Yayınevleri.....	53
Tablo 6: Yayınevi Sınıflandırma Kriterleri.....	103
Tablo 7: Sınıflandırma Kriterlerine Göre Yayınevi Örnekleri.....	108
Tablo 8: Kitap Üretim Sayıları 2018-2019 (Adet).....	112
Tablo 9: Son Beş Yılın Çok Satan Kitaplarının Yayınevleri.....	113
Tablo 10: 2016 Yılı Çok Kazanan Yazarlar Listesi.....	114
Tablo 11: Yıllara Göre Satılan Kitap Bandrolü Sayısı, (2007-2019).....	117
Tablo 12: Dünya Yayıncılık Sektörü Büyüklüğü (2018).....	134
Tablo 13: Yıllara Göre TEDA'nın Desteklediği Eser Sayısı ve Miktarı.....	137
Tablo 14: Yıllara Göre TEDA'nın Desteklediği Diller ve Yayın Sayısı.....	138
Tablo 15: Frankfurt Kitap Fuarı'nda Türkiye Katılımını Organize Eden Kurumlar.....	140
Tablo 16: Yıllara Göre Türkiye'nin Onur Konukluğu.....	145
Tablo 17: İstanbul Kitap Fuarı'na Katılan Yayınevleri Listesi (1982).....	162
Tablo 18: Yıllara Göre İstanbul Kitap Fuarları Onur Yazarları.....	181
Tablo 19: Etkinlik Programı Hazırlık Süreci.....	183
Tablo 20: Yıllara Göre TÜYAP İstanbul Kitap Fuarları Temaları.....	185
Tablo 21: Yıllara Göre Sayılarla Kitap Fuarları.....	193
Tablo 22: 25. İKF Ziyaretçilerin İlçelere Göre Dağılım Oranları (%).....	210
Tablo 23: Metrekare Bazında 25. UİKF'ndeki En Büyük Yayınevleri.....	215
Tablo 24: Alfa Yayınları 25.İKF Etkinlik Programı.....	224
Tablo 25: Metrekare Bazında 35. UİKF'deki En Büyük Yayınevleri.....	231

ŞEKİL, GRAFİK VE RESİM LİSTESİ

	Sayfa No.
Şekil 1: Dergicilikten Kitap Yayıncılığa Geçenler (1960-1980).....	58
Şekil 2: Kuruluş Dönemlerine Göre Zaman Çizelgesi.....	76
Şekil 3: Yayınevleri Sermaye Türleri.....	79
Şekil 4: Yayıncılık Değer ve Tedarik Zinciri.....	100
Şekil 5: Yayıncılık Değer Zinciri	101
Şekil 6: Türkiye Onur Konuğu Sunumu Logosu (2008) Frankfurt.....	143
Grafik 1: 2019 Yılı Kitap Üretimi (%).....	111
Grafik 2: Yıllara Göre Kürtçe Kitap Adedi (2008-2018).....	116
Grafik 3: Yıllara Göre Fuar Mekanları.....	169
Grafik 4: Yıllara Göre Kitap Fuarı Ziyaretçi Sayıları (1987-2019).....	172
Grafik 5: 5. İstanbul Kitap Fuarı Yayın Türü Dağılımı (1986).....	196
Grafik 6: 15. İstanbul Kitap Fuarı Yayın Türü Dağılımı (1996).....	202
Grafik 7: 25. İstanbul Kitap Fuarı Yayın Türü Dağılımı (2006).....	213
Grafik 8: Öğrenci Sayıları (2004-2008).....	220
Grafik 9: 35. İstanbul Kitap Fuarı Yayın Türü Dağılımı (2016)	229
Resim 1: İlk İstanbul Kitap Fuarı Yerleşim Planı	163
Resim 2: 25. İstanbul Kitap Fuarı Genel Yerleşim Planı	218
Resim 3: 35. Uluslararası İKF Genel Yerleşim Planı	234

KISALTMALAR

ABD:	Amerika Birleşik Devletleri
AKP:	Adalet ve Kalkınma Partisi
BAS-YAY:	Basın Yayın Birliği
CHP:	Cumhuriyet Halk Partisi
DA-DA:	Dağıtımdan Dağıtıma
DP:	Demokrat Parti
FLP:	Foreign Language Press
FSEK:	Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu
İKF:	İstanbul Kitap Fuarı
İTO:	İstanbul Ticaret Odası
IPA:	International Publishers Association (Uluslararası Yayıncılar Birliği)
MEB:	Milli Eğitim Bakanlığı
MÜSİAD:	Müstakil Sanayici ve İş Adamları Derneği
STK:	Sivil Toplum Kuruluşu
TKP:	Türkiye Komünist Partisi
TEDA:	Türk Kültür, Sanat ve Edebiyat Eserlerinin Türkçe Dışındaki Dillerde Yayınlanmasına Destek Projesi
TOKİ:	Toplu Konut İdaresi
TÜYAP:	Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş.
TYB:	Türkiye Yayıncılar Birliği
UNESCO:	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
WIPO:	World Intellectual Property Organization
YAZKO:	Yazarlar Kooperatifi

GİRİŞ

Kültür üretiminin önemli ayaklarından biri kitap yayıncılığıdır. Teknik anlamda modern yayıncılığın başlangıcından itibaren kitap yayıncılığı, özel girişimlerin ve kamunun dönem dönem farklılaşan ağırlıklarıyla birlikte ilerleyen bir seyir izlemiştir. Özel yayınevlerinin ağırlıkta olduğu bu yapıda, yayınlanacak kitabın seçiminden yazarla olan ilişkiye, okur-yayınevi bağına kadar tüm süreçler ve ilişki biçimleri yayınevlerinin inisiyatifinde ve piyasanın kurallarında biçimlenmektedir. Zihinsel üretimin araçları kitaplar, basılı veya dijital yayınların tümüdür. Benedict Anderson, ortak inanış sistemlerinin ve değerlerinin oluşmasında yayıncılığa bu bakımdan önemli bir rol atfeder. Kitap (yayıncılık) Anderson’a göre “ortak dil”in oluşmasına imkan tanımaktadır. Böylelikle yayın aracılığıyla “bağlı oldukları bu okur-yoldaşlar kendi dünyevi, tikel ve görünür görünmezlikleriyle ulusal olarak hayal edilen cemaatlerin nüvelerini biçimlendirirler”¹. Dolayısıyla ortak kültürün kurucu unsurlarından biri olan “kitap” aynı zamanda yayınlandığı andan itibaren “kamusal”lık kazanmıştır ve içeriğine bağlı olarak kitleleri etkileme/manipüle etme gücünü barındırmaktadır. Sahip olduğu bu gücün etkisiyle, yayıncılığın gerek siyasal iktidarla gerek içinde bulunduğu yapının diğer oyuncularıyla arasında devingen ve karşılıklı biçimde bir iktidar ilişkisi/mücadelesi bulunmaktadır. Sosyal bilimlerin iktidar/egemenlik konusu farklı disiplinler tarafından en çok incelenen sorunsallardan biri olagelmıştır. Gündelik toplumsal ilişkilerden, profesyonel ilişkilere, siyasal kurumlardan kültürel yapılara ve ürünlere hemen her türlü ikili (veya çok taraflı) ilişki bu sorunsalı farklı bir yönüyle içermektedir. Kültür uzamının üretici alanlarından biri olarak incelenen yayıncılık, Pierre Bourdieu’nün vurguladığı gibi alanların mantığı itibarıyla iktidar ilişkisini içeren bir yapıdır. Bu çalışma, sosyal bilimlerin ilgilendiği iktidar sorunsalını, kültür uzamı içinde bulunan yayıncılık alanı üzerinden inceleme amacındadır. Bununla birlikte, Türkiye’de kitap yayıncılığının yapısını anlamak ve alandaki dinamikleri inceleyerek, bir mücadele şekli olarak yayıncıların birbiriyle, okurlarıyla, yazarlarla ve yayıncılığın alanındaki ilişkilene biçimini ortaya koyabilmek amacını taşımaktadır. Nitekim yayıncılık alanında çok sayıda oyuncu (yayınevi, yazar, okur, devlet vb.) yer aldığından yürütülen mücadele tek boyutlu değildir. Bu bakımdan çalışma birkaç varsayım üzerinden hareket etmiştir. İlki, egemenlik/iktidar ilişkisinin kültürel uzamda ve yayıncılık

¹ Anderson, Benedict. **Hayali Cemaatler Milliyetçiliğin Kökenleri ve Yayılması**. İskender Savaşır (çev.) 2. Baskı. İstanbul: Metis Yayınları, 1995, s.60.

alanında sadece ikili yapılar (örneğin devlet/siyasal iktidar ve yayınevi) üzerinden değil, alandaki diğer oyuncular da içerecek biçimde çoklu yapı üzerinden ilerlediği varsayımdır. İkinci varsayım ise yayıncılık alanının mikro ölçekte yapısal özelliklerini ve alandaki oyuncuların bir arada gözlemlene imkanı sunduğu düşünülen TÜYAP kitap fuarları üzerinden mücadeleyi görünür kılmamanın mümkün olabileceği ve bu sembolik iktidar mücadelesinin sadece ekonomik sermaye türü üzerinden yürütülmediğidir. Bununla birlikte diğer sermaye türlerinin de birer mücadele aracına dönüşebildiği ve sembolik iktidar mücadelesinin öngörülemez bir boyutu olduğu ise diğer varsayımdır. Bu nedenle kitap fuarları mikro ölçekte iktidar mücadelesinin işlediği yerler olarak incelenecek ve çalışma boyunca bu varsayımlar sınanacaktır. Bu bağlamda, teorik çerçeve, kültür uzamı içinde konumlanan yayıncılığa bağlı başına bir *alan* olarak yaklaşan Pierre Bourdieu'nün alanlar kuramından hareket ederek kurulmuştur. Söz konusu kuramsal yaklaşım yayıncılığın kendine özgü çok boyutlu dinamiklerini anlamayı sağlarken, yayınevlerinin birbiriyle, okurlarıyla, yazarlarıyla ve alandaki diğer oyuncularla ilişkilenme biçimlerini görebilmeyi sağlayan derinlikli bir analiz yapmaya imkan tanır. Diğer yandan, yayıncılığı sadece bir sektör olarak ele alan ekonomik bakışın indirgemeciliğinden uzaklaşmamızı sağlayan, Bourdieu'nün alanların mantığını kavramayı kolaylaştıran *sermaye türleri* kavramı, teorik çerçevenin tamamlayıcı unsurunu oluşturmuştur. Alandaki yayınevleri kendi konumlarını korumak ve kimi zaman güçlendirmek için sahip oldukları *sermayeleri* üzerinden simgesel olarak mücadele verirler. Bourdieu, kültür uzamını ve yayıncılık alanını siyasal iktidar alanından görece olarak bağımsız, daha özgür bir alan olarak tanımlarken bunun nedenini diğer alanlara kıyasla (ekonomi, siyaset vb.) yaratıcı bir alan olmasına bağlamaktadır. Dolayısıyla burada-yayıncılık alanında-alanın kendine özgü koşullarının ürettiği bir mücadele/iktidar paylaşımı söz konusudur. Yayınevleri, *yayıncılık alanında* var olabilmek, kalıcılık ve görünürlük sağlamak amacıyla bu mücadeleyi yürütmektedirler. Sembolik bir iktidar mücadelesi olduğu varsayılan bu mücadele, hem okur nezdinde hem de yayınevlerinin birbirleri ve siyasal iktidar/devlet arasında işlemektedir. Bazısı için politik ve ideolojik nedenlerle, bazısı içinse ekonomik amaçlarla girilen *yayıncılık alanındaki* mücadelenin biçimi ve seyri yıllar içinde değişirken alan da dönüşüm geçirmektedir.

Bu çalışmayı ortaya çıkaran unsur, TÜYAP'ta on beş yıl boyunca bilfiil hazırlıklarını yürüttüğüm ve işin mutfağında gözlemlene imkanı bulduğum kitap fuarları üzerinden yayıncılık alanını anlama çabasıdır. Bu çalışmada birkaç yöntem bir arada kullanılmıştır.

Öncelikle yayıncılık alanında yapılmış tezler, araştırmalar ve yayınlar üzerinden literatür taramasına gidilmiştir. Yayıncılıkla ilgili yapılan tez çalışmaları, sözlü tarih çalışmaları, görüşmeler, röportajlar, sempozyum/konferans bildirileri ve raporlar gibi dokümanlar incelenerek tarihsel bir perspektiften yayıncılık alanının genel yapısı oluşturulmaya çalışılmış ve kendine özgü koşulları saptanmıştır. TÜYAP'ın düzenlediği İstanbul kitap fuarlarından örnek yıllar seçilerek, TÜYAP arşivinden katılımcı liste, fuar yerleşim planları, katılım sözleşmeleri, etkinlik programları belge ve raporlar incelenmiştir. Bunun yanı sıra 2005-2020 yılları arasında kitap fuarı ekibindeki iletişim görevim sebebiyle TÜYAP'ta çalışmak ve mesleki gözlemler, tezin yöntemini tamamlayan unsur olmuştur. Son olarak, alandaki önemli oyuncularla (yayınevleri yetkilileri, meslek birliği yöneticileri, yazarlar vd.) yapılan görüşmeler tez yöntemini besleyen bir araç olarak kullanılmıştır. Dolayısıyla bu çalışma, eksik kalınan noktada birbirini tamamlaması amacıyla tek bir yöntem yerine birkaç yöntemin bir arada yürüdüğü bir çalışmanın ürünüdür. Bir doktora tezi olarak alana sunacağı katkı ise, fiziki bir yapı olarak sembolik iktidar mücadelesinin gözlemlenebileceği düşünülen TÜYAP kitap fuarlarının ilk kez yayıncılık alanı bağlamında örnek alınarak seçilmesi ve incelenmiş olmasıdır.

Özel bir fuarcılık şirketi olarak 1979 yılında kurulan TÜYAP Fuarcılık, 1982 yılından itibaren alandaki en büyük ve önemli etkinlik olan İstanbul kitap fuarlarını düzenlemektedir. İstanbul Kitap Fuarı (İKF), *alan yapılandırılan* etkinliklerden biri olarak yayıncılık alanının pek çok oyuncuyu kapsayan önemdedir.

Bu bağlamda Birinci Bölüm'de, Cumhuriyet'in ilk yıllarından 1980 askeri darbesine kadar olan süreçte "Yayıncılık Alanının Oluşumu" başlığı altında yayıncılık alanının tarihsel perspektiften kuruluşu ele alınacaktır. Burada ulusun inşa sürecinin bir parçası olarak ele alınan yayıncılık, kültür politikası bağlamında incelenecektir. Cumhuriyet'in ilk yıllarında, devlet alanda bir oyuncu olarak doğrudan yer almıştır. Bunu gerek ulus inşasının bir parçası olarak yayıncılığın güçlenmesini sağlayacak kamu desteklerinin sunulması biçiminde gerek kamu kurumları aracılığıyla kültürel repertuar oluşturarak yapmıştır. Pierre Bourdieu siyasal iktidar ile kültür arasındaki ilişkiyi şöyle tanımlar "devlet, kültürü kendi bünyesinde toplar. Bu noktada, zihni yapıların bütünleştirilmesi mefhumunun devletin zihni yapıları temellük etmesi olgusunu, oluşumunu ve dolayısıyla yapısını kontrol altında tuttuğu birleşik bir kültür

habitusunu üretmesi durumunu ele almak gerekir”² diye belirtir. Bu bağlamda devletin yayıncılık alanındaki varlığı zaman zaman, ulusun inşa sürecinin bir parçası olarak doğrudan eğitim/kültür politikasıyla alandaki oyunculardan biri olarak söz konusu iktidar mücadelesine girmiş, zaman zaman çeşitli araçlarla-sansür, yasal düzenlemeler, kitap yasaklama, yayınevi kapatma veya ödül, sübvansiyon, destek gibi alana müdahale biçiminde gelişmiştir. Cumhuriyet’in ilk yıllarında, az sayıda özel yayınevi varlığını sürdürmüş ve devletin kültür politikalarıyla yayıncılık alanı genişletilmeye çalışılmıştır. Bu genişlemenin önemli aracı ise okur-yazarlığın kitleselleştirilmesi çabası olmuştur. Dil reformu, ulusal eğitim politikası ve okuma-yazma seferberliği ile okuma kültürünün yaygınlaşması sağlarken, yayıncılık ulus inşası sürecinin temel araçlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Söz konusu dönem itibarıyla yayıncılık alanında az sayıda özel girişime bağlı yayınevi ile birlikte baskın bir devlet varlığı söz konusudur. Ulusal neşriyat kongresinin düzenlenişi, Tercüme Bürosu’nun oluşumu ve başta dünya klasikleri olmak üzere çeviri programlarıyla kültürel repertuar oluşturma çabası, yayıncılık alanının genişlemesini sağlayan unsurlar arasındadır. Demokratikleşmeye işaret eden çok partili yaşamla birlikte sosyal ve kültürel sermayeler bakımından alanın genişlemesi ikinci alt bölümde incelenecektir. 1950’lerin başında ise, yeni yayınevlerinin alana girişlerine tanıklık edilecektir. Özellikle 1960’lı yılların siyasal çeşitliliğine zemin hazırlayan bu dönem, edebiyatta yeni biçimlerin, anlatım tekniklerinin ve daha önce ele alınmamış konuların (gecekondulaşma, iç göç vb.) görülmesine imkan verirken, teknik imkanların yayıncılıkta kullanılmasının önü açılmış ve alanı genişletmiştir. Üçüncü alt bölümde ise, iki askeri darbe arası dönemi kapsayan yirmi yıllık süreçte (1960-1980 arası) yayınevleri üzerinden siyasal alanla ilişkilenen, çoğulculaşan bir yapıya doğru büyümesi incelenecektir. Bununla birlikte, sembolik iktidar mücadelesinin biçimi olarak sağ ve sol siyasetle ilgili yayıncılık alanı ve kültürel ve sosyal sermaye birikimi oluşturma bakımından dergicilik deneyimi ele alınacaktır. Bu dönem, yayıncılık alanına çok sayıda oyuncunun girişine tanıklık edilen ve alanın genişlediği, özerkleştiği dönemdir. Siyasal alanının yayıncılık alanına doğru genişlemesine tanıklık edilirken, sağ ve sol siyasete bağlı siyasal parti ve grupların her birinin kendi yayıncılık faaliyetlerini yürüttükleri görülmüştür. Birinci Bölüm, tüm bu gelişmelerin ışığında, Anderson’un ulus inşası sürecinde kültüre ve özellikle yayıncılığa atfettiği kurucu unsur vurgusu bağlamında özel yayınevlerinin alandaki varlıklarına rağmen devletin baskın olduğu

² Pierre Bourdieu, Devlet, İletişim Yayınları s. 261.

ve kültür politikası kapsamında yönlendirdiği bir yapı olarak ele alınmaktadır. Dolayısıyla, henüz kurumsallaşmamış/sektörleşmemiş bir yayıncılık alanı söz konusudur. Bu şartlar altında olgunlaşan yayıncılık alanının yapısal kuruluşunu ve alanın karakteristiğini ayrıntılı olarak incelemek amacındadır.

Yayıncılık alanının yapısal olarak dönüşümünü gerçekleştiren unsur ise, 12 Eylül 1980 askeri darbesi ile peşi sıra yürürlüğe konan ekonomi politikalarıyla birlikte dönüşen kültürel ve toplumsal yaşamdır. Bu bakımdan İkinci Bölüm, dönüşen bu yapıyı anlamak amacıyla 1980’den günümüze yayıncılık alanına odaklanacaktır. Alanın yapısının dönüşmesiyle birlikte alana yeni katılan oyuncular söz konusudur. Bu bağlamda, “Yayıncılık Alanı’nın Gelişimi ve Sembolik İktidar Mücadelesi’nde Yeni Oyuncular” başlığı altında ekonomik, siyasal ve toplumsal yapı, bu yapı içinde darbe sonrası demokratikleşme adımları olarak yayıncılık alanının yeniden şekillenmesi incelenecektir. 2000’lere doğru toplumsal ve siyasal yaşam bağlamında alana yeni giren yayınevleri ise yine bu bölümde ele alınacaktır. Yayıncılığın kurumsallaşmasının izleri olarak görülen, alana giren ekonomik sermaye, dini ve cemaat yayınları, dersane ve eğitim kurumlarının yayıncılık faaliyetine başlamaları ile dijital dönüşümün etkileri ve uluslararası yayıncılık alanı ile eklemlenen yayıncılık dinamikleri incelenecektir. Alana yeni oyuncuların katılması, politik mücadelenin bir biçimi olarak yayıncılığa girilmesi ile yayıncılıktan “para kazanmak” gibi birbirinden farklı motivasyonlara sahip oyuncular, bu dönemin öne çıkan özellikleri olarak kayda değerdir. Aynı zamanda yayıncılığın sektörleşmesinin referansı olarak yine 2000’lere bakılmaktadır. Masaüstü yayıncılığın gelişimi ve dijitalleşmenin, uluslararası yayıncılık alanıyla bütünleşmenin önünü açarken baskı kalitesini ve içeriği de dönüştürmüştür. Dolayısıyla yayıncılık artık pazarlama araçlarının, reklam ve sosyal medyanın iç içe geçtiği bir yapıya doğru evrilecektir. Yayıncılık bu araçlarla dönüşürken doğal olarak okur da dönüşecektir. Okur kazanılması gereken bir “müşteri” veya “cephe” haline gelirken, okur nezdinde yürütülen bu sembolik mücadele, okura ulaşmanın mücadelesi olarak ilerlemektedir.

Üçüncü bölümde “Sembolik İktidar Mücadelesinin Sahnesi Olarak TÜYAP ve İstanbul Kitap Fuarı” başlığı altında fuarcılık olgusu ışığında yayıncılık alanındaki önemli oyuncuların pek çoğunun yer aldığı TÜYAP kitap fuarlarını ortaya çıkaran koşullar ile fuarların yayıncılık alanındaki yeri ve alandaki rolü üzerine odaklanılacaktır. Yayıncılık alanının

cisimleşmiş halini sunan kitap fuarları, alana yeni katılanlardan alanın eskilerine kadar pek çok oyuncunun bir arada olduğu, adeta yayıncılık alanının mikro ölçeğini çizmektedir. 1980’lerin siyasal, ekonomik ve toplumsal ikliminde ortaya çıkan TÜYAP, yıllar içinde neoliberal kent politikalarının ekseninden mekânsal değişiklikler geçirmiş ve son olarak Beylikdüzü’ndeki fuar merkezine taşınmıştır. Mekan ve okur bağlamındaki bu değişimi ele alınacak ve bununla birlikte yayıncılık alanında bir kültür aracısına dönüşümü incelenecektir. Böylelikle, kitap fuarlarının alan yapılandıran etkinliklerden biri olarak yayıncılık alanındaki rolü kavranmaya çalışılacaktır.

Dördüncü ve son bölümde ise çalışmanın varsayımlarının sınanacağı “TÜYAP Kitap Fuarı Örnekleri Üzerinden Alandaki Sembolik İktidar Mücadelesi” başlığı altında yayıncılık alanındaki sembolik mücadeleyi fiziki bir fuar merkezi üzerinden ele alınmasına imkan veren kitap fuarlarına odaklanılacaktır. Bu bağlamda yayıncılık alanında yapısal dönüşümlere denk gelen dönemleri kapsayacak şekilde seçilen örnek kitap fuarlarında, söz konusu mücadelenin izi sürülmeye çalışılacaktır. Örnek olarak seçilen dönemler, yayıncılığın dönüşüm geçirdiği on yıllık süreler ve fuarcılığın da buna bağlı olarak dönüştüğü dönemler arasından seçilmiştir. Kitap fuarları, yıllar içinde yer değiştirerek üç farklı fuar merkezinde düzenlenmiştir. Bu değişikliğin nedenleri arasında talebin artması, fuarın fiziki yerinin yetmemesi ve büyüme ihtiyacı etkili olmuştur. Kitap fuarları için seçilen örnek yılların ilkinde, The Marmara otelinin içinde yer alan merkezde, 1986 yılında düzenlenen 5.İstanbul Kitap Fuarı (İKF) incelenecektir. 1986 yılı askeri darbe üzerinden sadece altı yıl sonrasındır ve günümüzde alanda önemli oyuncular haline gelen yayınevlerinin pek çoğu daha yeni kurulmaktadır. İkinci örnekte ise, Tepebaşı’ndaki fuar merkezinde kitap fuarlarının “özgürlük” platformu olarak simgeselleştiği, okur nezdinde kamusal bir alana dönüştüğü yıllara denk gelecek şekilde 1996 yılında gerçekleşen 15.İstanbul Kitap Fuarı incelenecektir. Burada fuarın katılımcıları, yerleşim planı ve etkinlikler üzerinden 15. İKF değerlendirilecektir. 1990’lı yılların toplumsal dönüşümüyle birlikte büyüme eğiliminde olan bir yayıncılık alanı söz konusudur. Üçüncü dönem ise 2000’leri temsil eden 25. İstanbul Kitap Fuarı’dır ve fuar artık Beylikdüzü’ne taşınmıştır. Bu durum aynı zamanda değişen neoliberal kent politikalarına karşılık gelmektedir. Önceleri kentin banliyösünde kalan bir yerleşim olarak Beylikdüzü, artık toplu konutlar ve site biçimindeki yerleşimlerle İstanbul’un en çok göç alan yeni yerleşim bölgelerinin başında gelmektedir. Kitap fuarının, bu bölgeye taşınmasıyla birlikte yüz binlerce okurun ziyaret ettiği

uluslararası nitelikte bir fuara dönüşümü ve bu dönüşümün sembolik iktidar mücadelesi içindeki yeri bu bölümde ele alınacaktır. Dördüncü ve son örnek inceleme için 2016 yılında düzenlenen 35. Uluslararası İstanbul Kitap Fuarı (35.UİKF) seçilmiştir. Uluslararası bir fuar niteliği kazanan 35.UİKF'deki yerleşim planı, yayınevlerinin konumları, düzenlenen etkinlikler gibi farklı sermaye türlerine karşılık gelen araçlar üzerinden yayıncılık alanındaki mücadele incelenecektir. Dördüncü bölümün son alt başlığında ise, bölüm içinde incelenen kitap fuarlarının yayıncılık alanındaki mücadeleyi nasıl etkilediği, yayınevlerinin yerleşim planları, konumları, etkinlik programları üzerinden yürüttükleri görünürlük çabaları ve okura ulaşmadaki mücadeleleri karşılaştırmalı olarak analiz edilecektir.

Tüm bu örnek dönemlerin verileri ışığında, yayıncılığın geçirdiği değişim, çeşitlilik ve bunlara paralel seyreden sembolik iktidar mücadelesinin varlığı, yönü ve değişimi sonuç bölümünde değerlendirilecektir. Şüphesiz söz konusu tartışma çok boyutludur ve bir tezin sınırlılığının farkında olarak sadece bunlardan bir tanesini karşılamaktadır. Dolayısıyla bu çalışma kendinden sonraki çalışmalara kapı aralama niyeti taşımaktadır.

“Matbaa endüstrisinin kendisi, daha önce örneğine rastlanmamış bir şekilde ‘teknik araçtır’. Sahip olunan bir mülk olmakla birlikte sınıf ayrılığı ve mücadelesinin nesnesidir. Fakat aynı zamanda; bilim, edebiyat, din, siyaset vb. pek çok ideolojik etkinliğin de ayrılmaz bir parçasıdır”³.

BİRİNCİ BÖLÜM

YAYINCILIK ALANININ OLUŞUMU

Bu bölümde, Cumhuriyet’in ilanından itibaren yayıncılık alanının tarihsel perspektifte oluşumu incelenecektir. İnceleme, üç ayrı dönem ışığında ele alınacaktır. Dönemselleştirerek yayıncılığı ele almak bu çalışma için sistematik bir izlek sunacağından, birinci alt bölümde öncelikle “Ulus inşası Sürecinde Yayıncılık Alanı” başlığı altında, Tek Parti iktidarını kapsayan yıllar içinde (1923-1950) ulus inşası projesi kapsamında biçimlenen yayıncılık alanının nasıl yapılandığı, devletin bir oyuncu olarak bu alan içindeki konumu ve iktidar mücadelesine aday olma durumu incelenecektir. Yayıncılık alanının Cumhuriyet rejimi ile birlikte izlediği seyri anlamaya çalışırken iki kuramsal referanstan faydalanılmıştır, ilki Benedict Anderson’ın hayali cemaate benzettiği ulusçuluk ideolojisi yaklaşımı olurken, diğeri çalışmanın bütününde başvuru olan Pierre Bourdieu’nün alan ve sermaye kavramları olacaktır. Bourdieu kavramlarının sunduğu “*ilişkisel*”lik boyutu, bu çalışmada Birinci ve İkinci Bölüm altında dönemselleştirerek incelenen yayıncılığa, devamlılık arz eden bir yapı olarak yaklaşılmasına imkan vermekte ve bu dönemler arasındaki ilişkiselliği kurabilme şansı sunmaktadır. Bu bağlamda örneğin, ilk dönemi “ulus inşası “süreci altında incelemek 1950 sonrasında bu sürecin bittiğine işaret etmemekle birlikte yayıncılık alanının “baskın” yönünü anlamayı sağlayan bir izlek sunması açısından tercih edilmiştir.

İkinci alt bölüm ise, bir önceki döneme kıyasla çoğulculaşan ve Demokrat Parti (DP) ile birlikte toplumsal alanda da görece demokratikleşme sürecine tekabül eden (1950-1960)

³ Antonio Gramsci, **Prison Notebooks (I,II,III)**, New York: Columbia University Press, 2011, II. Cilt, s.153.

dönemi içerdiğinden “Sosyal ve Kültürel Sermaye Birikimi Olarak Yayıncılık” başlığı ile alanının çoğulculaşması incelenecektir. Bu dönem yayıncılık alanında dergiciliğin artışının gözlemlendiği, aynı zamanda yeni edebi türler, yazarlar ve yayınevlerinin ortaya çıkışıyla birlikte alanda kültürel ve sosyal sermaye birikimlerinin oluşmaya başladığı bir süreci ifade etmektedir. Özel yayınevlerinin birbiri ardına kurulduğu, edebi üretimin hem biçim hem tür olarak çeşitlendiği, özellikle Avrupa ve Dünya edebiyatının takip edildiği ve edebiyatta 1950 kuşağı olarak bilinen ve dergicilikten aktarılan kültürel ile sosyal sermaye birikimiyle gelişen, aynı zamanda okur ayağı ile büyüyen bir yayıncılık alanını ifade etmektedir. Bölümün üçüncü ve son alt bölümünde ise darbeler dönemini ifade eden bir zaman aralığında (1960-1980) dönüşen yayıncılık alanı incelenecektir. Yürütme erkine doğrudan askerin müdahalesini ifade eden 27 Mayıs 1960 askeri darbesinden, 12 Eylül 1980 askeri darbesine uzanan -12 Mart 1971’de bir askeri muhtıranın yaşandığı- yirmi yıllık dönem “Sembolik İktidar Mücadelesi Biçimi Olarak Yayıncılık” başlığı altında incelenecektir. Bu dönemin yayıncılık alanındaki karakteristiği bir muhalefet etme biçimi olarak yayıncılığın biçimlenmesi olmuştur. Nitekim, yayıncılık alanındaki simgesel iktidar mücadelesinin de görünür olmaya başladığı bir dönemi işaret etmektedir.

1.1.Ulus İnşası Sürecinde Yayıncılık Alanı

Cumhuriyet’in ilk yılları olarak burada ele alınan dönem, Tek Parti yönetimini kapsayan, kültürel alanın ulus inşası projesi altında biçimlendiği dönemdir. Ulusçuluğun, kültürel olarak yapılandırıldığı fikri üzerinden hareketle⁴ Cumhuriyet’in ilk yıllarının ulus

⁴ Ulusçuluk teorileri arasında ulus inşası literatürü, farklı disiplinleri içine alacak şekilde oldukça kapsamlı bir literatürdür. Özellikle yayıncılık alanının Cumhuriyet dönemi kuruluşunu incelerken ulus inşası kavramı üzerinden kapsamlı literatür geliştiren şu çalışmalar bu araştırmada temel başvuru kaynağı olmuştur: Benedict Anderson, **Hayali Cemaatler Milliyetçiliğin Kökenleri ve Yayılması**, çev. İskender Savaşır, İstanbul: Metis Yayınları, 2. Baskı, 1995; Ernest Gellner, **Uluslar ve Ulusçuluk**, çev. Büşra Ersanlı ve Günay Göksu Özdoğan, Hil Yayınları: İstanbul, 2018; Eric Hobsbawm **Nations and Nationalism Since 1780 Programme, Myth, Reality**, Cambridge: Cambridge University Press 1992 ve **Etienne Balibar ve Immanuel Wallerstein**, Irk, Ulus, Sınıf Belirsiz Kimlikler, çev. Nazlı Ökten, 2. Baskı, İstanbul: Metis Yayınları, 1995, Gregory Jusdanis, **Gecikmiş Modernlik ve Estetik Kültür, Milli Edebiyatın İcat Edilişi**, çev. Tuncay Birkan, 3. Baskı, İstanbul: Metis Yayınları, 2018. Bu çalışmalar arasında ulusu sınırlı ve egemen biçimde “*hayal edilmiş bir siyasal topluluk*” olarak ele alan Benedict Anderson’un kültür alanına “ulus inşası” kavramı üzerinden yaklaşımı, yayıncılık alanının yapısını ve devletin bir oyuncu olarak bu alana giriş biçiminin anlaşılmasına imkan veren kavramsal izlek sunmaktadır. Anderson’a göre yayın aracılığıyla “ulusal olarak hayal edilen” yapıları biçimlendirme imkanı bulurlar. Buna popüler milliyetçi coşku ve kitle iletişim araçlarını, eğitimi ve idari düzenlemeleri ilave eden bakışıyla Anderson, sistematik olarak geliştirilen politikaya dikkat çeker.

inşası sürecinde kültür, yapısal bir araç olarak ortaya çıkmaktadır. Benedict Anderson'ın diğer ulusçuluk teorilerinden ayrılan yönü, ulusçuluk fikrinin kültürel olarak “inşa” edilmiş olduğunu vurgulamasıdır. İnşa sürecinde yayıncılığa ayrı bir önem atfeden Anderson, kitap ve dil konularının, ulusçuluk fikrinin kuruluşu ve yayılmasındaki araçsal rolüne dikkat çekmesi, özellikle Cumhuriyet'in ilk yıllarında yayıncılık alanındaki siyasal iktidarın rolünü anlamamızı sağlayacak kuramsal referansları sunmaktadır.

Yayıncılığın bir “alan” olarak ele alınmasını sağlayan ise Pierre Bourdieu'nün⁵ kavramsal yaklaşımı olmuştur. Bourdieu'ye göre “alan” (*champ/field*) kavramı iktidar (güç) ilişkilerinde sosyal bir konum alışı tarif eden güç çatışmalarının yürütüldüğü bir arenadır⁶. Siyaset alanı, kültür alanı, eğitim alanı, hukuk alanı (alanları çoğaltmak mümkündür) tüm bunlar iktidar çatışmalarının yürütüldüğü yerlerdir. Kişisel ve toplumsal eylemleri şekillendiren de bu alanlar ve alanlarda yürütülen çatışmalardır. Bourdieu, bir sınır çizmeksizin sistemi farklı alanlardan oluşan bir yapı olarak belirtmektedir. Kültür alanı içinde konumlandığı edebiyat, sanat, tiyatro, basın, yayın ayrı ayrı kültürün alt alanlarını meydana getirir. Alan kavramı ile düşünmek *bağıntısal* düşünmektedir. Buna göre Bourdieu, toplumsal dünyada “*varolan şey bağıntılardır ve alan konumlar arasındaki nesnel bağıntıların konfigürasyonu ya da ağı olarak tanımlanabilir*”⁷ der. Pierre Bourdieu'ye göre çatışma, toplumsal hayatın tamamının temel

⁵ Bu çalışmanın analitik ekseninde Sosyolog Pierre Bourdieu'nün geliştirdiği kavramlardan yararlanılmıştır. Özellikle yayıncılığın konumlandığı yapıyı “alan” kavramı ile kurmak bu yapının ilişkisel boyutunu göz ardı etmeme fırsatı sunmaktadır. Konuya “alan” kavramı üzerinden yaklaşmak ve bu kavramsal yapı üzerine çalışmayı kurgulamak, Bourdieu sosyolojisinin imkan verdiği determinist olmayan, birbiriyle etkileşim halinde ve birbirini dönüştürme potansiyeline sahip çok sayıda failin yer aldığı bir uzan geliştirme imkanı tanımaktadır. Alan kavramı ilkin Bourdieu'nün “*Champ intellectuel et Projet Créateur*” makalesinde tartışılır. Toplumsal yapının farklı alanlardan oluşan yapılar üzerinden hareketle bir alana dahil olan bireylerin buna göre hareket edeceklerini ve geçerli sermaye türlerine sahip olmak üzere davranış geliştireceklerine dikkat çeker. Alan içinde kişilerin/kurumların konumunu belirleyen sahip oldukları farklı sermaye türleri olduğunu belirtir. Sermayeler ve sermayeler ilişkili uzam, beğeni ve sınıflandırmalar ise çoğunlukla **Ayrım** (*La Distinction*) eserinde tartışılmıştır. Söz konusu sermaye türlerine sahip olmak alanda elde edilebilecek faydalara erişimi belirlediğini ve alandaki oyuna yatırımın *illusio* olduğunu Loic Wacquant ile yazdığı eserde tartışmaktadır **Düşünümsel Bir Antropoloji için Cevaplar**, çev. Nazlı Ökten, İstanbul: İletişim Yayınları, 2003. Sermaye türlerinin geçerliliği, alanlara göre farklılık gösterebilmektedir. Siyasal veya ekonomik alanda daha yüksek olan bir sermaye türü edebiyat alanda benzer bir ağırlık taşımayabilir. Alanın işleyişini ise *oyun* kavramı üzerinden kurmaktadır. Her alanda tıpkı oyunda olduğu fakat ondan farklı olarak yazısız kurallar geçerlidir ve bir mantığı vardır. Oyuna dahil olan oyuncuların da geliştirdikleri *stratejileri* bulunur. Bourdieu, **Pratik Nedenler**, çev. Hülya Tanrıöver, İstanbul: Hil Yayınları 2006, kitabında ise oyunda olmayı gerektiren amaç/edim/kazanıma karşılık gelecek oyuna ait *illusio* kavramını tartışır. Bourdieu'nün zihin açıcı çalışmalarından biri olan ve bu çalışmada yayıncılığın dahil olduğu edebi alanı incelediği “*Le Champ Littéraire*”de edebiyat alanında geçerli sermaye türleri, alanın yapısı ve alandaki oyunun yapısının kurgulanışına dikkat çeker. Bu makalenin bir tür tamamlayıcı olarak bakılabilecek **Sanatın Kuralları Yazınsal Alanın Oluşumu ve Yapısı**, çev. Necmettin Kamil Sevil, YKY Yayınları: İstanbul (*Les Regles de l'art: Genese et Structure du Champ Littéraire*) özellikle yayıncılık alanının yapısının anlaşılması, geçerli sermaye türleri ve bu bağlamda alandaki sembolik iktidar mücadelesini anlaşılır kılan kavramsal yaklaşımı sunmaktadır.

⁶ Pierre Bourdieu, “The Field of Cultural Production, or the Economic World Reversed”, **Poetics**, no. 12, 1983, s. 311-356.

⁷ Pierre Bourdieu ve Loic Wacquant, **Düşünümsel Bir Antropoloji için Cevaplar**, çev. Nazlı Ökten, İstanbul: İletişim Yayınları, 2003, s. 80-81.

dinamiğidir. Bütün toplumsal düzenlemelerin merkezinde *iktidar mücadelesi* yatar ve temel savlarından biri bu mücadelenin hem *simgesel* hem de *maddi* kaynaklar üzerinde yürütüldüğüdür⁸. Tıpkı kültürün diğer alanlarında olduğu gibi yayıncılık da çok sayıda oyuncunun bir arada olduğu, birbiriyle ilişkilendiği bir yapıdır. Bu bağlamda Bourdieu'nün alan kavramı, yayıncılığın sadece bir meta üreten ve alınan-satılan bir yapı olmadığı güç ilişkilerinin yer aldığı, sözün üretildiği ve beraberinde Anderson'un da vurguladığı ulusçuluk gibi pek çok etkili yapıyı kuran, yayan birbiriyle ilişkili bu yapının anlaşılmasını sağlayan bir araçtır.

Bourdieu'ye göre alanda dört tip sermaye biçimi⁹ bulunur: ekonomik, simgesel, sosyal ve kültürel sermayelerdir. Yayıncılık alanında konumlanan yayınevlerinin gerek kuruluş biçimleri gerek alandaki diğer oyuncularla ilişkilene biçimleri bu sermayeler üzerinden gerçekleşir. Nitekim ekonomik sermaye maddi, finansal kaynağı temsil ederken, sosyal sermaye yayınevinin sahip olduğu insani sermayedir. Simgesel sermaye ise, yayınevinin kurduğu ilişkilerle ve üretim biçimiyle alandaki saygınlığını, tanınırlığını ifade etmektedir. Yayınevinin ve çalışanların entelektüel birikimleri sahip olduğu yazarlar ise kültürel sermayesini oluşturmaktadır. Bir sermayenin varlığı *bir alanın, bir oyunun varlığına* bağlıdır. Herhangi bir sermaye türü, “*belirli bir alanda hem mücadele silahı, hem uğruna mücadele edilen şey olarak, sahibine belli bir iktidar, nüfuz kurma olanağı*” verir¹⁰. Kültür alanı, ekonomik alan ya da din alanı farklı mantıklara tabiidir. Örneğin yayıncılık alanı sanat alanında olduğu gibi maddi kâr yasasının tersine çevrilmesiyle kurulmuştur¹¹. Yani ekonomik alanın dışladığı sevgi ilişkilerinin (arkadaşlık bağı veya duygusal akrabalık gibi) kurulabildiği bir alandır. Nitekim yayıncılık alanında bu sosyal sermaye ve ilişkiler belirleyici bir sermaye türü olarak belirmektedir.

Benedict Anderson, yayıncılık *alanının* ulusçuluk ideolojisinin yayılması ve hatta bir ulusun yaratılmasında oynadığı rolün önemine dikkat çekerken dayandığı savlardan ilki “...okur-yoldaşlar, kendi dünyevi ve tikel ve görünür görünmezlikleriyle ulusal olarak hayal

⁸ David Swartz, **Kültür ve İktidar Pierre Bourdieu'nün Sosyolojisi**, çev. Elçin Gen, İstanbul: İletişim Yayınları 2011, s.192.

⁹ Pierre Bourdieu, **Pratik Nedenler**, Hülya Tanrıöver (çev.), İstanbul: Hil Yayınları 2006, s. 43; Pierre Bourdieu, **Ayırım**, s. 128-134; Pierre Bourdieu, *Le Capital Social: Notes Provisoires*, **Actes de la Recherche en Science Sociales**, 1980,Cilt 31, s.3.

¹⁰ Bourdieu ve Wacquant, s. 82.

¹¹ Bourdieu ve Wacquant, s. 81.

edilen cemaatlerin nüvelerini” biçimlendirmek olarak açıklarken, ikinci olarak Anderson “*kapitalist yayıncılık dile yeni bir sabitlik kazandırdı. Bu sabitlik, uzun vadede özel millet kavramları için son derece merkezi bir rol oynayan kadimlik fikrinin inşa edilmesine katkıda bulundu*”¹² şeklinde açıklar. Bir ulusun “tarihinin” yazılması önemlidir, bu açıdan kadimlik fikrinin oluşturulması ve tüm topluluğa yayılmasında kitap en temel araçtır. Üçüncü sav ise yayıncılığın farklı bir iktidar dili yarattığı olgusudur. Buna göre “*ister istemez bazı lehçeler yayın diline daha ‘yakın’dı ve bu lehçeler yayın dilinin alacağı nihai biçim üzerinde egemenlik kuruyorlardı*” şeklindedir. Yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti’nin Osmanlı’dan kendini farklılaştırdığı en önemli unsurların başında resmi dilin, Türkçe’nin, Latin alfabesiyle birlikte yayın dili olarak kitap yayıncılığında kurduğu iktidarı pekiştirmiş olması gelmektedir. Dil reformu (yasal düzenlemeler, kurumlar ve yaptırımlarla birlikte) Cumhuriyet’in yeni bir ulus inşası ederken temel ve bütüncül araçlarındandır. Anderson, yayıncılığın “*yeni bir cemaat tarzının hayal edilmesini mümkün kıldığını*” belirtirken, ulusçuluğun yarattığı ortak bellek, ortak dil, ortak inanış, ortak gelenekler aracılığıyla bir ortak kültür inşa edildiğine dikkat çekmektedir. Bu bağlamda Anderson’ın sunduğu perspektiften bakınca, Cumhuriyet’in ilk yıllarında kültürel hayatı düzenlemek amacıyla yapılan dil reformunun esasında bir ortak kültürel bellek oluşturmak amacı taşıdığına şahit olunur. Bu bağlamda Benedict Anderson’ın çizdiği perspektiften yayıncılık alanı, ulus inşası sürecinin merkezinde yer alarak kültür politikasının oluşumunda etkin bir rol üstlenmektedir.

Dil reformu kapsamında, Latin alfabesinin kabulü (3 Kasım 1928) ve yeni alfabenin yaygınlaştırılması için okuma-yazma seferberliği ilan edilmiştir, ki amaç bu yeni alfabeyle okur-yazarlığın artırılması ve *meşru kültürün* inşasıdır. Anderson’a göre, Latin alfabesine geçilmesinin temel nedeni “*Türkiye’nin milli bilincini, daha geniş bir İslami kimlik aleyhine yükseltmek*”¹³ olarak görülürken, Cumhuriyet ideolojisi modernleşmeci yönünü dil reformuyla pekiştirmiştir. Öyle ki:

“Cumhuriyet insanların fiziksel çevreleri kadar düşünce dünyalarını da etkileyen en büyük değişiklik alfabe ve dil reformudur. Arapça ve Farsça öğelerle süslü şehirli ve aydın dilinin karşısında sade Halk Türkçesi, bir dönem için alafranga-aturka karşıtlığının bir parçası olmuştur. Fakat ilerlemeci Türk aydınının pozitivist bir konumu benimsemesiyle milletleşme süreci Batılılaşmanın

¹² Anderson, s. 60.

¹³ Anderson, s.61.

bir parçası sayılacak; bu çerçevede de dilde özleşme hem ümmetten millete geçişin ayrılmaz bir parçası hem de okur-yazarlığı yaygınlaştırmanın bir aracı olarak görülecektir.”¹⁴

Dil reformunun yayıncılık alanındaki ilk etkilerinden biri ekonomik olmuştur. Yayıncılar açısından Latin harflerinin kabulü; eski alfabeye basılan kitapların ve yayınların elde kalması, yeni alfabeye hazırlıksız olunması gibi ekonomik sıkıntılar doğurmuştur. Latin harfleriyle yazılan ders kitaplarının eğitim dönemine yetişmemesi nedeniyle özel yayınevlerinden ders kitabı hazırlanması talep edilmiş veya var olan kitaplar arasında müfredata uygun olanlar seçilmiştir¹⁵. Her ne kadar dil reformu bir anda gerçekleşmiş olmasa da yayıncılar açısından kolay uyum sağlayabildikleri bir durum olmamıştır. Eski alfabeye basılan kitapların elden çıkarılamaması ve depolarda kalması ekonomik yük doğurmuştur yayıncılar açısından. Öyle ki, 1932 yılında bazı yayıncılar (Hilmi, Kanaat, Ahmet Halit Kitaphanesi) bir araya gelerek “*Türk Kitapçılığının Bugünkü Vaziyeti ve İstikbalı*” başlıklı bir rapor kaleme almışlardır. Raporda yayıncılar yaşadıkları ekonomik sıkıntıya dikkat çekerken, depoda kalan eski alfabeye yazılmış kitapların durumuna çözüm arayışı ihtiyacına vurgu yapmaktadırlar. Eski harflerle basılan kitaplar depoya çekilirken yeni alfabenin hazırlıkları eğitim dönemine yetiştirilemediğinden özellikle

okullarda ders kitapları eksiği ortaya çıkmıştır: “*yayınevleri, ellerindeki binlerce kitabı satma olanağını yitirmişlerdi. Eski harfli okul kitapları yasaklanmıştı. Çocuklar için hazırlanmış yardımcı kitaplar da kullanım dışı kalmıştı. Okurlar eski harfli kitaplara pek ilgi göstermez olmuşlardı*”¹⁶. Nitekim bu konuda devlet yayıncılık alanına gerek eğitim kitaplarındaki eksiğin giderilmesi ve ihtiyacın karşılanması gerek ekonomik olarak etkilenen yayıncılara destek olmak gibi müdahale biçimleriyle yönlendirici olmuştur.

Yayıncıların devletten destek beklentilerinin, sadece dil reformunun getirdiği ekonomik zorluklar karşısında olmadığı, belli dönemlerde tekrarlayan bir hal aldığı gözlemlenmektedir. Bu durumu örneklemesi açısından 1938 yılında Posta gazetesi yayıncılarla ve yazarlarla yaptığı “*Kitapçılar Muharrirlere Hücum Ediyorlar*” röportajı önemlidir. Gazete, bir süredir devam eden tartışmaları gündeme getirerek kitapların az okunmasında yayıncının payını

¹⁴ Seçil Deren, “Kültürel Batılılaşma”, **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce, Modernleşme ve Batıcılık**, Cilt 3, 5. Baskı İstanbul: İletişim Yayınları, 2009 s. 382-402.

¹⁵ Erdal Aslan, “Türkiye Cumhuriyeti’nin İlk Ders Kitapları”, **Eğitim ve Bilim**, 2010, Cilt 35 Sayı 158, s.215-231.

¹⁶ Alpay Kabacalı, **Cumhuriyet Öncesi ve Sonrası Matbaa ve Basın Sanayi**, İstanbul: Cem Ofset Matbaacılık, 1998, s. 174.

soruşturmuştur¹⁷. Kitapların satmamasının nedenlerini yayıncılar yazarların verdiği eserlerin niteliğine bağlarken; yazarlar ise yayıncıların telif konusunda cimri davranmalarından, kitaplarını yeterince tanıtmadıklarından ve vitrine koymadıklarından yakınır. Tuncay Birkan, bu dönemde Maarif Vekâleti'nin bastığı kitaplarla özel yayıncılarının mücadele edebilmesinin kitap fiyatlarının çok fahiş fiyatlara satılmamasından kaynaklandığını, bunun da SEKA (1936) kağıt fabrikasının varlığı sayesinde kağıdın yerelde üretilmesinin etkisine bağlar. Bunun yanı sıra yukarıda bahsedildiği gibi özel yayıncıların bastıkları kitapların Maarif Vekâletince satın alması önemli bir destektir. Diğer taraftan Cumhuriyet Halk Partisi (CHP), Halkevleri ve Halk Odaları'nın kütüphaneleri için yayınevlerinden düzenli alım yapmaktadır. Maarif Vekâleti'nin ve Parti'nin kitap satın alması için belli dönemlerde hem doğrudan yazarlar hem de yayıncılar taleplerde bulunmuşlardır. Örneğin 1949 yılında CHP Genel Sekreterliği'ne hitaben Ankara'da bulunan Kültür Basım Yayın Kooperatifi¹⁸ tarafından yazılan yayınladıkları kitaplardan alınmasına yönelik talepler bulunmaktadır. Yapılan yazışmalardan¹⁹ edinilen bilgiye göre kitaplar, Halkevleri'nin kitaplıklarına gönderilmek üzere CHP Genel Sekreterliği'nce satın alınmıştır²⁰. 1949 yılına ait Cumhurbaşkanlığı Arşivi kayıtlarına göre bu durum sadece Yayın Kooperatifi'ne özel bir durum değildir, hemen hemen tüm özel yayınevleri yeni yayınlarından ikişer adet CHP Genel Sekreterliği'ne numune olarak gönderip, Halkevleri'nin kütüphaneleri için belli miktarda (genellikle 500 adet) satın alınması yönünde talepte bulunmuşlardır. Dolayısıyla devletin Maarif Vekâleti aracılığıyla yürüttüğü ve çok daha ekonomik fiyattan satılan kitap yayıncılığının karşısında, özel yayıncılar bir ölçüde desteklenmiştir. Devlet, bir taraftan yayıncılık politikasını belirlerken diğer taraftan toplu satın alımlarla ekonomik sermaye döngüsünde de etkili bir aktör olarak yer almaktadır. Bu durum devleti yayıncılık alanındaki önemli oyuncularından biri haline getirmektedir.

Bakanlık tarafından yürütülen bir diğer satın alma biçimi ise eğitim amaçlı alınan kitaplardır. Okullarda okutulacak ders kitapları Cumhuriyet'in ilk on yılında piyasaya

¹⁷ Tuncay Birkan, **Dünya ile Devlet Arasında Türk Muharriri**, İstanbul: Metis Yayınları, 2019, s. 386.

¹⁸ Yayın Kooperatifi, alandaki ilk kooperatif girişimlerinden Mahmut Şevket Esendal, Ahmet Kutsi Tecer gibi yazarların girişimleriyle kendi üyesi olan yazarların kitaplarını basmak üzere kurulmuştur (1946) ancak uzun ömürlü olmamış ve 1952 yılında kapanmıştır.

¹⁹ Cumhurbaşkanlığı Arşivi, Halkevleri Kütüphanelerine Tavsiye Edilen Eserler ve Temsil Şubelerine Gönderilen Piyasalar Hakkında Yazışmalar, Yer: 890.489.1 5. Büro, Belge Tarihi: 12.07.1949.

²⁰ 500 adet "Kırdan Bayırdan" kitabı için %20 indirim oranı ile 800 lira, "Çocuklara Tabiat Hikayeleri" kitabı için yine 500 adet tanesi 50 kuruştan %20 indirim oranıyla 200 lira, "Bir Kadının Jurnalinden" kitabı için fiyatı 150 kuruştan 500 adet için 600 lira, tanesi 100 kuruştan Orman kitabından 200 adet için 160 lira ödenmiştir.

devredilmiştir, yani özel yayıncılardan satın alınması yoluna gidilmiştir. Müfredata kabul edilen kitapların yayıncılar incelendiğinde İslam, Suhulet, Tefeyyüz, Yeni Şark ve Kanaat gibi Osmanlı'dan gelen yayınevleri olduğunu görüyoruz²¹. Örneğin Suhulet yayınevi (Semih Lütfi Erciyas) aynı zamanda Necip Fazıl Kısakürek'in *Bir Adam Yaratmak* kitabını da yayınlayan yayınevidir (1938). Yayınevi, 1930-1940'lı yıllarda kültür yayıncılığının önde gelen kurumlarından biridir. Osmanlı Ermenilerinden olan Semih Lütfi Erciyas tarafından kurulan (1906) ve Cumhuriyet'in önemli ve uzun soluklu yayınevlerinden biri olan Suhulet Kitabevi, 1982 yılında kapanmıştır²². Mithat Cemal'in çevirdiği *La Dam O Kamelya* kitabı da 1930'lu yıllarda Suhulet Kitabevi tarafından basılmıştır. *Edebiyat Antolojisi* serisi (1940), Ahmet Haşim'in Şiirleri (1933), *Abdülhak Hamid Tarhan'ın Hayatı, Seçme Şiir ve Yazıları* (1941) yine Suhulet Kitabevi yayınları arasındadır. Bu dönemin öne çıkan bir diğer yayınevi ise Osmanlı Musevilerinden İlyas Behar (Elias Behar) tarafından kurulan Kanaat Kitabevi'dir (1898). Yayıncılık belirli sayıda özel girişimin varlığı ile çoğunlukla İstanbul ölçeğinde varlık göstermiştir. Ankara'da ise bu yıllarda çok sayıda olmasa da yayıncılar bulunmaktadır. Onlardan biri **Tarık Edip Kitabevi** (1928) hem kitapçı hem yayıncı olarak faaliyet gösterir, yayınları arasında Nusret Kemal Köymen'in kitaplarını basar. Bir diğer kitapçı ve yayıncı da **Akba**'dır (1932)Yusuf Ziya Ortaç'ın Meşhedi Ankara'da, Tarık Emin'in piyesini ve Sabahattin Ali'nin kitaplarını basar²³. Yukarıda sözünü ettiğimiz **Kültür Basım ve Yayın Kooperatifi** (1946) üyesi olan yazarlar tarafından kurulmuş alandaki ilk kooperatif girişimlerindendir.

Dil reformunun yayıncılık alanına getirdiği bir diğer önemli durum ise özel girişimlerle yeni yayınevlerinin kurulmasının önünü açmasıdır. Aşağıdaki Tablo 1 dönemin öne çıkan yayınevlerinin bir listesini sunmaktadır. On dokuzuncu yüzyılda kurulan Kanaat²⁴, İbrahim Hilmi, Maarif, İkbâl ve Tefeyyüz gibi eski yayıncıların arasına Cumhuriyet'in ilk yıllarında Ahmet Halit, Remzi, Vakıf, İnkılap, Semih Lütfi ve Resimli Ay gibi yeni yayınevleri katılmıştır²⁵.

²¹ Aslan,215-231.

²²

<http://earsiv.sehir.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/11498/6314/001509524006.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (5 Nisan 2020).

²³ Turan Tanyer, "Ankara Kitabevlerine Dair", **Ankara Araştırmaları Dergisi**, Haziran 2013, s.113-129.

²⁴ Rifat N. Bali, "Mazide Kalmış Üç Kitabevi; Kanaat Kütüphanesi, Kohen Hemşireler ve Tünel Kitabevi", http://www.rifatbali.com/images/stories/dokumanlar/mazide_kalmis_uc_kitabevi.pdf (10Aralık 2020)

²⁵ Arslan Kaynardağ, **Atatürkçü Kuşakların Yayıncısı**, İstanbul: Varlık, 884/Mayıs 1981, s.9.

Tablo 1
Cumhuriyet’in İlk Yıllarında Faaliyet Gösteren Yayınevleri

Yayınevi	Kuruluş Yılı	Kurucusu
Arakel Tozluyan	1875	Arakel Tozluyan
Maarif Kitaphanesi	1860*	Hacı Kasım Efendi
Artin Asaduryan	1889/90**	Artin Asaduryan
Matbaası		
Avrupa Kitapevi	1889/90	Arakel Biberciyan
Vatan Kütüphanesi	1868	Ohannes Ferit
Aleksan Kocabıyıkyan	1889	Aleksan Kocabıyıkyan
Avedis Samgoçyan	1889	Avedis Samgoçyan
Kaspar (ve Karabet)	1888	Karabet Keşişyan
Kütüphanesi		
Asır Kütüphanesi	1899	Krikor Kayserian
Karabet Keşişyan	1889	Karabet Keşişyan
Hilmi Kitabevi	1896	(Tüccarzade) İbrahim Hilmi Çığıracan
Tefeyyüz Kitabevi	1887	Karabet Keşişyan’dan devralınır
Kanaat Kitabevi	1897(1905)	Eliya Behar (İlyas Bayar)
İnkılap Kitabevi	1927	Garbis Fikri
Suhulet Kitabevi (Semih Lütfi Kitabevi olarak devam eder)	1906	Semih Lütfi
Halk Kütüphanesi	1918	Ahmet Halit Yaşaroğlu
Vakit	1934***	Mehmet Asım ve Ahmet Emin
Remzi Kitabevi	1927	Remzi Bengi
Arif Bolat	1930	
(Yeni) Şark Kitaphanesi	1928	Hüseyin Tutya
Nebioğlu	1940	Osman Nebioğlu
Alem Matbaası	1890	Ahmed İhsan
Kırk Anbar	1874	Ahmet Mithad

Kaynak: E. Nedret İşli (*Kitaphaneden Yayınevi’ne Babîâli Kataloğu*), Reşad Ekrem Koçu (*İstanbul Ansikolpedisi*), Rifat N. Bali (*Mazide Kalmış Üç Kitabevi; Kanaat Kütüphanesi, Kohen Hemşireler ve Tünel Kitapevi*) ve Johann Strauss’un (*İstanbul’da Kitap Yayını ve Basımevleri, Müteferrika Güz* 1993), Ezgi Yıldırım “19. Yüzyıl Sonu Osmanlı Toplumunda Tercüme Eserlerin Tanıtımı Üzerine Betimleyici Bir İnceleme: Kitapçı Arakel Katalogları” (Okan Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2019) çalışmaları üzerine tezin yazarı tarafından derlenmiştir.

*Hacı Kasım Efendi tarafından kurulan Maarif Kitaphanesi’nin ilk Türk yayıncısı olduğu bilinmektedir. Ancak E. Nedret İşli’nin notlarına göre Çağaloğlu’nun ilk yayıncısı Arakel Tozluyan’dır. Maarif Kitaphanesi ise Beyazıt’ta Hakkaklar Çarşısı’nda kurulmuştur.

**1889-1890 yılları arasında kurulduğu bilinmektedir. Emin Nedret İşli, *Kitaphaneden Yayınevi'ne Babiâli Kataloğu*, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2004.

***Kanaat Kitabevi'nin kuruluş tarihi hakkında farklı bilgiler (1897-1898-1905) bulunmakla birlikte Rifat N. Bali, sahibi İlyas Bayar'ın tesis tarihi olarak 1905 yılını kaydetmesini yayıncılığa başlama tarihi olarak yorumlamaktadır. Rifat N. Bali, *Mazide Kalmış Üç Kitabevi; Kanaat Kütüphanesi, Kohen Hemşireler ve Tünel Kitabevi*

****Mehmet Asım ve Ahmet Emin tarafından 1917 yılında kurulan Vakit gazetesinin yayınevi olan Vakit, 1934 yılında "Dün ve Yarın Tercüme Külliyyatı" başlığı altında 65 kitap yayınlamıştır.

Otuzlu yıllar yayıncılık açısından zorlu geçmiştir. Yukarıdaki paragrafta ele alındığı gibi devletten beklenen maddi destek özel yayınevlerinin kitap yayınlamaya devam edebilmelerinin bir koşulu olmuştur. Bunun yanı sıra yayıncılık alanında bürokratik düzenleme ve kanunların getirildiği bir dönemdir. 1934 yılında Basma Yazı ve Resimleri Derleme Kanunu'nun çıkarılması Matbuat Umum Müdürlüğü Teşkilat Vazife Kanunu'nun çıkarılmasıyla zorlandığını belirten Levent Cantek "*otuzlu yılların yayıncılarının işi epey zordu. Onlar da etliye sütlüye karışmamanın yolunu çocuk ve magazin dergiciliğinde buldular*"²⁶ tespitinde bulunarak Türkiye'de çizgi romanın doğuşuna bu yıllarda tanıklık edilmesini dönemin yayıncılık alanındaki çıkışlardan biri olduğunu vurgulamaktadır. Dönemi yansıtmaları bakımından 1930-1940 yılları arasında örneğin Ülkü Yayınevi'nin çizgi romanın benimsenmesinde rolünün önemli olduğuna dikkat çekerken dönemin önemli iki çocuk dergisinin Çocuk Sesi ve Afacan (1934) yayıncısı olduğunu belirtir.

Cumhuriyet döneminde yürütülen bu kültür politikasının temel misyonu aydınlar da vücut bulan bu kültürel yapıyı toplumun geneline yayma çabasıdır. Ahmet Çiğdem, modernleşmenin "*Cumhuriyet'in kurucu ideolojisi Kemalizmin, eğitimden beklediği misyon sadece doktrinasyon olamaz, aynı zamanda Cumhuriyet'e bağlı bir seçkinler ordusunun yaratılması da düşünülmelidir*"²⁷ derken bu habitusa²⁸ dikkat çeker. Cumhuriyet dönemi

²⁶ Levent Cantek, *Türkiye'de Çizgi Roman*, e-kitap, İstanbul: İletişim Yayınları, 2014, s.47.

²⁷ Ahmet Çiğdem, "Türk Batılılaşması'nı Açıklayıcı Bir Kavram: Türk Başkalığı' Batılılaşma, Modernite ve Modernizasyon", *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce Cilt 3-Modernleşme ve Batıcılık*, 5. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, 2009, s.68-82.

²⁸ Habitus kavramı Pierre Bourdieu sosyoloisinin anahtar kavramlarından biridir. Kişisel beğeni, seçim, tutum gibi yatkınlıklarımızı belirleyen 'habitus' toplumsallaşma sürecinde aile ve eğitim kurumu başta olmak üzere bulduğumuz sınıfsal ve toplumsal yapının bir tezahürü olarak şekillenmektedir. Kolektif veya bireysel davranışlarımızı (pratiklerimizi) şekillendiren habitustur (Bourdieu, 1980, s.91). Habitus kavramının ardında bir 'sınıflandırma' saklanmaktadır. Bourdieu'nün *Ayırım*'da tartışmaya açtığı beğeni kavramının sadece kişiselle sınırlı olmadığı, beğenilerin sınıfsal boyutu olduğu ve tesadüfen oluşmadığı fikridir. Çevre, aile, kültür, yaşam tarzı, toplumsal sınıf, eğitim tüm bunlar habitusun oluşmasına katkıda bulunan unsurlarken 'beğeni' zevk ve yatkınlıkların tam da ona ortam sağlayan tüm bu dinamiklerin etkisiyle kişiyi bir sınıflandırmaya tabi tuttuğunu göz ardı etmemek gerekir. "*Beğenilerin farklı pratikler bağlamındaki cisimleşmesi müşterek sınıf-eksenli kültürel kalıpların oluşmasına sebebiyet verir ki, bunun sonucu 'türdeş yaşam tarzları'dır. Her sınıf kendi habitusunu yaratır. Daha detaylı ifade edersek, sınıfsal konumun toplumsal faileri maddi zorluklardan kurtarma derecesi bir sınıfın habitusunu (kültürel faaliyetlerini) şekillendirir.*" Emrah Göker ve Güney Çeğin, habitusu "*benzer konumdakilerin kolektif bilinci*"

habitusun dönüştürülmesinde “*sadece okullar değil Tercüme Bürosu, Halkevleri, daha sonra Köy Enstitüleri, devlet radyosu*” gibi diğer kurumlar etkili olmuştur. Nitekim dil reformuyla birlikte bu reformların uygulayıcısı ve halka taşıyıcısı olarak bu kurumlar devreye girmiştir. Söz konusu kurumların başında yukarıda sözünü ettiğimiz Halkevleri ve Halkodaları, bunlara bağlı olan kütüphaneler ve kitaplıklar gelmektedir.

Pierre Bourdieu, ulus inşası (*yapay bir kültürün yapay bir şekilde inşası*) sürecindeki devletlerin bir “*başlangıç kültürü (la culture de départ)*” bularak bu inşaa sürecinde kullandıklarını belirtmektedir²⁹. Buna göre “modernleşme” yani gelenekselden tamamen kopuş ideolojisi yeni Cumhuriyet’in “*başlangıç kültürü*” olarak ele alınabilir. Nitekim modern toplumlarda kültürün ulus inşası sürecinde bir kurucu unsur olarak önemine vurgu yapan Ernest Gellner’e göre³⁰:

“...herhangi bir toplum için kültür, herkesin nefes alabildiği, konuşabildiği bir ortam olduğuna göre herkes için aynı kültür olmalıdır. Dahası bu artık büyük ya da yüksek bir kültür (okur-yazar, sürekli eğitim) olmalıdır; artık farklılaşmış, yerel bağlantılı okur yazar olmayan küçük bir kültür ya da gelenek olamaz”.

Bu bakımdan Cumhuriyet ile birlikte tüm gündelik yaşam pratiklerinden giyime, dilden okunacak kitaplara, müziğe kadar kültürel alanda *modern* Türkiye kurulma çabasıdır. Öte yandan, Şerif Mardin Türkiye’deki toplumsal yapılanmada inşa edilmeye çalışılan kültürün ve toplumsal kültürün, küçük ve büyük kültür olarak ayrımına ve kopukluğa dikkat çeker. Mardin’in vurguladığı küçük ve büyük kültür ayrımını besleyen çatışmanın kaynağında belirleyici olan kopukluğun, simgesel iktidarı elinde tutan aydınlarla küçük kültüre ait gelenekselden beslenen yapıdan ileri geldiği ve bunun ise “eğitim” ile eşitlenmeye çalışıldığı belirtmektedir. Bourdieu, kültürün sadece *toplumsal bütünleşmeye değil ulusal bütünleşmeye yönelik işlevleri olduğunu*³¹ belirtmektedir. Japonya örneğinden yola çıkarak yaptığı saptamada *devletin meşru kültür tanımını inşa etmek ve bu tanıma iki aygıt vasıtasıyla –okul ve ordu-sistemik bir biçimde dayatmak suretiyle* geliştiğine dikkat çekmektedir³². Eğitim yoluyla

tanımıyla habitusun toplumsallığını vurgulayarak bir davranış kalıbı oluşturma gücüne dikkat çekmektedir. Sınıflandırma kalıpları ve sınıflandırma sistemleri üzerindeki iktidara dikkate çekerken bunun bir mücadele unsuru olduğunu da belirtir Bourdieu ve bu sınıflandırmanın, sınıfların varlığına katkıda bulunduğunu belirtmektedir. Sınıflandırma, birinin diğeri üzerinde veya bir grubun, yapının, kurumun diğelerinden kendini ayırtma kategorileri içerdiğinden aynı zamanda bir tahakküm kurma biçimini de içermektedir. <https://drive.google.com/file/d/0B-u2iHB0oMAyNWlHYXhJV2VzMzA/view>

²⁹ Pierre Bourdieu, *Sur l’Etat Cours au College de France 1989-1992*, Paris; Editions du Seuil, 2012, s.270.

³⁰ Gellner, s.115-116.

³¹ Bourdieu, 2012, s.266.

³² Bourdieu, 2012 s.268.

inkılapların toplumsal kabulünü yaygınlaştırmak ve gündelik hayatı bu pratiklerle düzenlemek kültür politikasının önemli bir boyutudur. Latin harflerinin kabulü bir taraftan okurluğun kitleselleşmesini kolaylaştıran bir dönüşüm olarak önemlidir, diğer taraftan eski alfabeden yeni alfabeye geçişte kültürel birikimin tam olarak taşınamaması Cumhuriyet ile Osmanlı arasında Şerif Mardin'in de dikkat çektiği büyük ve küçük kültür ayrımını besleyen kültürel bir kırılma yaşanmasına neden olmuştur.

Pierre Bourdieu devletin, *büyük ölçüde eğitim sistemi vasıtasıyla (...) müşterek bilişsel yapıları telkin etmek, o yapıları üretmek ve yeniden üretmek iyice kabullenmeleri ve hatta bedenselleştirilmelerini sağlamak suretiyle sembolik düzenin yeniden üretimine katkı*³³ sunduğunu belirtir ki, Cumhuriyet'in ulus inşasında *sembolik düzenin üretimi* kilit önemdedir. Dil reformu müşterek bilişsel yapıların oluşmasına zemin hazırlarken bunun aracı başta okul kitapları ve kültür yayınları olmuştur. Tablo 1'de yer alan özel yayınevlerinin yanı sıra devlet bir oyuncu olarak bu dönemde hem doğrudan Maarif Vekaleti eliyle yayıncı olarak hem de eğitim kitaplarının teşviki ve ihtiyacın karşılanması sebebiyle dolaylı olarak alanın içinde yer almıştır. Yayıncılık bu dönemde her ne kadar özel girişimlerin çoğunlukta olduğu bir alan olsa da sembolik iktidar itibarıyla özel girişimlerin daha zayıf kaldığı, devletin yayın politikasını manipüle edici yönünün olduğunun vurgulanması gerekir. Ulus inşası sürecindeki bu ilk yıllarda devletin yayıncılık alanında yer alma biçimi üç prensip üzerinden yürümüştür:

1. Doğrudan kendisi yayıncılık yaparak: MEB (Maarif Vekâleti) yayınları
2. Özel yayınevlerinden kitap satın alarak: Okul ve yardımcı ders kitaplarını piyasadan satın alarak basılacak kitapların ve içeriklerin belirlenmesi,
3. Çeviri politikasıyla tercüme edilecek kitapların belirlenmesi: Tercüme Bürosu'nun kurulması ve çeviri politikasının oluşturulmasıdır.

Yukarıda sözü edilen son iki madde devletin yayıncılık alanını manipüle etme biçimini ve araçlarını göstermektedir. Doğrudan yayıncılık alanını etkileyen iki kurumsal araçtan ilki I. Türk Neşriyat Kongresi'nin düzenlenmesi ve diğeri, Kongre'de benimsenen ilkeler doğrultusunda kurulan Tercüme Bürosu'dur. Hasan Ali Yücel, On Yıllık Neşriyat Sergisi'nin açılış konuşmasında “...*Türk milletini güç istifade ettirmekte en tesirli âmillerden biri olmuş*

³³ Bourdieu 2012, s. 282-287.

*bulunan eski harfleri bırakıp rasyonel ve tatbiki daha kolay bir harf sistemi koymak ve medeni vasıfların ilki olan okur yazarlık davasını Türkler için kökünden halletmek*³⁴ ifadesine yer verirken, yayıncılığın en temel meselesine değinmektedir: okur-yazar bir nüfus ve bununla birlikte kitap/yayın üretimi. Cumhuriyet'in ilk on yıllık yayıncılık hayatı ile Osmanlı devletinin iki yüz yıllık yayın hayatını karşılaştıran İskit şöyle bir değerlendirmede bulunur:

“Her şeyi müspet olarak ve rakamla konuşan Cumhuriyet devri, eski devirlerin veremediği neşriyat hesabını da rakamla ve müspet olarak vermektedir. On sene zarfındaki (1929-1939) kitap neşriyatımızın umumi yekûnu şöyledir: 7465 resmi neşriyat, 8581 hususi neşriyat yekûn olarak 16.046'dır.”³⁵

1939 yılında Maarif vekili Hasan Âli Yücel girişiminde ilk yayıncılık kongresi ve “Harf İnkılabının On Yılı münasebetiyle” On Yıllık Neşriyat Sergisi düzenlenir³⁶. Neşriyat Kongresi, devletin alandaki mücadeleye girme biçimini göstermesi açısından anlamlıdır. Kongrede tartışılan ve karar bağlanan hususlarla devletin hem bir oyuncu hem bir yönlendirici olarak alandaki yayın politikasını belirlediğinin ifadesidir. Kongre, aynı zamanda neredeyse tamamının özel girişimlerden oluşan yayıncılık alanının ulus inşası projesi altında biçimlendirilmesinin de bir ifadesidir. Yücel'in girişimiyle dönemin başbakanı Recep Peker tarafından açılan kongreye tarafı olduğu düşünülen tüm özel, kamu sektöründen yayınevi, kitabevi, matbaa sahipleri, yazarlar, eleştirmenler davet edilmiştir. Yayıncılık alanına olan ilginin temelinde yatan ise başta ders kitapları meselesi olmak üzere kültür kitaplarının eksikliği ve bu konuda bir politika belirlenmesi ihtiyacıdır. İlkinin yapıldığı 1939'dan günümüze (2020) altı ulusal kongre düzenlenmiştir³⁷.

³⁴ Hasan Ali Yücel, *Milli Eğitimle İlgili Söylev ve Demeçler*, 2. Baskı, Ankara: TC Kültür Bakanlığı Türk Klasikleri 1998, s.3-4.

³⁵ Server İskit, *Türkiye’de Neşriyat Hareketleri Tarihine Bir Bakış*, Ankara: MEB Yayınları, 2000 s. 204.

³⁶ *Ulus Gazetesi*, 27 Nisan 1939, s. 173.

³⁷ İlk Neşriyat Kongresi 1939, ikincisi 1975, üçüncü kongre 1991, dördüncü kongre 1998, beşinci kongre 2009 6. Kongre ise 2018 yılında gerçekleştirilmiştir. <http://www.ulusalayayinkongresi.gov.tr/>

1.1.1.I. Türk Neşriyat Kongresi ve Alınan Kararlar

1939 yılında Harf inkılabının onuncu yılını kutlamak amacıyla ilki yapılan Maarif Şûrası ile birlikte 1-2 Mayıs 1939 tarihinde ilk Neşriyat Kongresi düzenlenmiştir. Kongre, Cumhuriyet'in kuruluş dönemi kültür politikası ve yayıncılık alanında devletin yer alma biçimini gözlemlemek açısından önem taşımaktadır. Neşriyat Kongresi'nin açılış konuşmasında Hasan Ali Yücel, yayıncılık alanında bir politika belirlemenin ihtiyacını şu sözlerle açıklamaktadır:

“Tarihimizin son asrına baktığımız zaman devletin kültür meselesinde nâzım müessesesi olan Maarif Nezaretlerinin basım ve yayım, eski tabirle te’lif ve tercüme işlerinde aldıkları eksik ve başarısız tedbirler, derhal gözümüzün önünde canlanır... Neşriyat işlerinde de tam demokrat bir ruh ve realist bir düşünce ile çalışmak ancak Cumhuriyet rejiminde kaabil olabilmektedir. Cumhuriyet tarihindedir ki bir taraftan bütün devlet organlarıyla kuvvetli bir neşriyat hareketine girilmiş diğer taraftan hususi basım ve yayım kurumlarının emeklerine imkan nisbetinde iştirak edilmiş ve çalışmaları böylece takviye olunmuştur.”³⁸

Yücel'in açılış konuşmasında belirttiği gibi özel girişimlerin yanı sıra devletin de yayın işine doğrudan girişeceği vurgulanmıştır. Kültür politikasının bir aracı olarak yayıncılığın yol haritasını çıkarmak ve ortak kültürel bellek oluşturmak Kongre'nin temel amaçları arasında sayılmıştır. Yücel:

“Garp kültür ve tefekkür camiasının seçkin bir uzvu olmak dileğinde ve azminde bulunan Cumhuriyetçi Türkiye, medeni dünyanın eski ve yeni fikir mahsüllerini kendi diline çevirmek ve bu âlemin duyuş ve düşünüşü ile benliğini kuvvetlendirmek mecburiyetindedir. Bu mecburiyet bizi geniş bir tercüme seferberliğine davet ediyor.”³⁹

Bu sözleri ile tercümenin önemine ve izleyecekleri yayıncılık politikasında tercümenin yerine vurgu yapmaktadır. Nitekim aynı konuşmada yapılacak olan çevirinin kaynağı da Dünya Klasikleri olarak belirtilmiştir. Çeviribilim araştırmacısı Şehnaz Tahir Gürçağlar'ın belirttiği gibi ulusal (edebiyat) kanonun oluşturulmasında çeviri özellikle bu dönemde önemli bir araç olmuştur. Bir taraftan yerli ulusal edebiyat ödüller, yarışmalar gibi onanma kriterleriyle teşvik

³⁸ Hasan Ali Yücel, **Milli Eğitimle İlgili Söylev ve Demeçler**, 2. Baskı, Ankara: TC Kültür Bakanlığı Türk Klasikleri 1998, s.4.

³⁹ Yücel, 1998, s.5.

edilmiş, diğer taraftan çeviri yoluyla dünya klasikleri ve felsefenin temel metinleri Türkçe'ye kazandırılarak bir *kültürel repertuar* oluşturma çabasına girilmiştir. Cumhuriyet'in ilk yıllarında kültürel sermayenin birikim modelini oluştururken, Even-Zohar'ın vurguladığı gibi kültürel repertuarın *ithal* edileceği belirtilmektedir. İlerleyen dönemlerde çeviri yayıncılık alanının kurucu unsurlarından biri olarak karşımıza çıkacaktır.

Neşriyat Kongresi'nde alınan kararlar arasında “*neşriyat işini programlaştırmak*” amacıyla komisyona sunulan maddelerde öncelikle ihtiyaç sunulan yayın planı şu şekilde sıralanmıştır:

1. “Lûgat ve ansiklopediler,
2. Yüksek mekteplerin tedrisat kitapları ve yüksek ihtisasa ait ilim, san'at ve teknik kitaplar ile monoğrafiler,
3. Halk için neşriyat,
4. Köy için neşriyat,
5. Çocuk ve gençlik encümeninin istediği neşriyat,
6. Tercümesi alâkalı encümenince istenen eserler (klasikler),
7. Eski harflerle basılı ve el yazması kitaplar”⁴⁰.

Başvuru ve bilgi aktarımı açısından lûgat ve ansiklopedi yayıncılığının önemi vurgulanmıştır. Eğitimin önemli destekleyici araçlarından olan ansiklopedi ve lûgat yayıncılığının teşvik edilmesi Kongre'de belirlenen maddelerin başında yer almaktadır. Öyle ki, ilerleyen yıllarda ansiklopedi yayıncılığı, yayıncılık alanında kültürel ve ekonomik sermayenin birikimi açısından önem arz edecektir. Birkaç kuşağın yetişmesinde temel başvuru kaynakları olacaktır. İkinci madde eğitim kitapları meselesidir, üniversiteler ve yüksek okulların kitap ihtiyacının karşılanmasına yönelik bilim, sanat ve teknik konularda yayınların teşvik edilmesi, tercümelerinin yapılması öncelik olarak belirlenmiştir. Okuma-yazma seferberliği ile desteklenen, eğitici yönü ağır basacak halk ve köy için ayrı neşriyatların hazırlanması da tartışılan konular arasındadır. Ayrı bir önem gerektiren diğer madde ise çocuk ve gençlik yayınlarıdır. Okumayı sevdirmeye yönelik çocukların yaşlarına uygun yayınların

⁴⁰ I. Türk Neşriyat Kongresi 1-5 Mayıs 1939, Ankara: **Raporlar Teklifler**, Müzakere Zabıtları, T.C. Maarif Vekilliği, 1939, s. 113.

hazırlanması önem arz etmektedir. Kongre kararlarındaki ilk altı madde öğrencilerin ve halkın eğitilmesine yönelik bir yayın planlamasını içerirken, son madde ise Osmanlıca ve el yazmalarının korunmasına yönelik maddedir. Tercüme Bürosu’nun açılması yönünde alınan kararlar özellikle dünya klasiklerinin çevirilerinin Türkçe’ye kazandırılması amaçlanmıştır. Ancak çevrilecek eserlerin seçiminde de “*edebi sevki inkişaf ettirecek ve ahlâkî seviyeyi yükseltecek mahiyette*” olması gerekliliğine vurgu yapılmıştır.

Yayıncıların ve tercümelerin maddi olarak desteklenmesi meselesi devletin yayıncılık politikasında özellikle vurgulanan unsurlardan biri olarak Hasan Ali Yücel’in Kongre açılış konuşmasında belirtilmiştir:

“...kıymetli eserleri vücuda getirenlerin bu durum karşısındaki yılgınlık ve kırılganlıklarını önlemek, muhtelif ilim ve ihtisas şubelerinde orijinal tetkik mahsülü telif eserlerin, doğrudan doğruya yazıldığı lisandan muvaffakiyetle yapılmış tercümelerin ve günün tekniğine göre güzel basılmış kitapların neşrini teşvik etmek maksadiyle telif tercüme ve neşir mükâfatları ihdası kabul edilmiştir. 1939 mali yılı bütçesine mütevazı da olsa bu maksat için başlangıçta kâfi sayılacak bir tahsisat konmuştur..kalem ve fikir adamlarımızın değerli eserleri ve naşirlerimizin güzel basılmış kitapları bu mükafatlarla taçlandırılacaktır. Cumhuriyet Hükümetimizin neşriyat işlerine vermiş olduğu büyük ehemmiyetin en canlı delillerinden biri de altı yıldan beri hususi neşriyata yapılmakta olan maddi yardımdır. Muhtelif vilayetlerin ve resmi dairelerle Cumhuriyet Halk Partisi’nin yapmakta olduğu yardım ve teşviklerden başka olarak Maarif Vekilliği yüz elli bin liraya yakın bir parayı bugüne kadar neşrolunan kitap ve mecmualardan muayyen birer miktarını satın almak suretiyle naşir ve tâbilere dağıtmış bulunmaktadır”⁴¹.

Bu bağlamda gerek Kongre’nin kararlarında gerek Yücel’in açılış konuşmasında, devletin yayıncılık alanında izleyeceği politikanın izleri ortaya çıkmaktadır. Daha önce belirttiğimiz gibi yayıncılık alanında devletin var olma ve bir ulus inşası projesi olarak alana girme şekli Neşriyat Kongresi ile çerçevelenmiştir. Özellikle Kongre kararlarından ortaya çıkan ana mesele bir kültürel repertuar oluşturulması ihtiyacı olduğu gözlemlenmektedir. Buna göre atılan adımlardan ilki, çeviri politikası oluşturulması ve Tercüme Bürosu’nun kurulması olurken, ikincisi Maarif Vekâleti’nin kitap yayınlayarak doğrudan alana girecek olmasıdır. Tercüme ve yayıncılık faaliyetin hem doğrudan maddi olarak desteklenmesi hem de bir takım yasal düzenlemelerle okuryazarlığın yükseltilmesi amaçlanmıştır.

⁴¹ Yücel,1998, s. 6.

1.1.2.Tercüme Bürosu

Cumhuriyet'in ilk yıllarında, çeviri faaliyetine ulus inşasının bir aracı olarak “Batılılaşma ve Çağdaşlaştırma projesinin bir parçası” gibi değerlendirilmekte ve çeviri “yeni bir Türk kimliğinin yaratılmasında” bir kültürel araç olarak görülmektedir⁴². Şehnaz Tahir Gürçağlar, gerek Tercüme Bürosu gerek çeviri politikasıyla yaratılan bu edebiyat kanonunda “geçmişe değil geleceğe odaklanıldığını ve bu durumun “Batılılaşma” projesinin bir parçası olarak değerlendirilmesi gerektiğini belirtir⁴³. Çeviribilim araştırmacısı Even-Zohar’a göre (ulusal) kültürel repertuarın oluşumu iki yoldan yürümektedir: icat edilerek veya ithal edilerek. Bir önceki bölümde görüldüğü üzere Türkiye’nin ilk yıllarını kapsayan ulus inşası sürecinin bir parçası olarak kültürel birikim edinme araçlarından baskın olanı, kültürel repertuarın “ithal” etme yolu ile sağlanma çabasıdır. Nitekim, Neşriyat Kongresi’nden çıkan ve hayata geçirilen en somut uygulama Tercüme Bürosu’nun kurulması olduğundan söz etmiştik. Böylelikle Dünya Klasikleri Türkçe’ye kazandırılarak bir repertuar oluşturulması hedeflenmiştir⁴⁴. Gürçağlar da Even-Zohar’ın yaklaşımını benimseyerek kültürel repertuarın ithal etme yöntemiyle geldiğini ve “... değişim ‘kültürel sermaye’nin gelişmesi yoluyla meydana gelecekti. Ama bu kültürel sermaye yerel olarak üretilmeyecek, yurtdışından özellikle Batı’dan ‘ithal’ edilecektir⁴⁵ şeklinde vurgulanmaktadır. Batı eksenli bir çeviri olduğu iddia edilmekle birlikte çevrilen eserlere baktığımızda Rusça’nın en çok çeviri yapılan dördüncü dil olduğu gözlemlenmektedir. Bunu yanı sıra Doğu Klasikleri de aynı repertuar içinde yer almaktadır. 1940-1966 yılları arasında 308 eserle en çok çevrilen dilin Fransızca ardından 113 eserle Almanca, 94 eserle Yunanca, 88 eserle Rusça ve 80 eserle İngilizce gelmektedir. Doğu-İslam Klasikleri’nden ise 66 eser çevrilmiştir⁴⁶. Dolayısıyla çeviride temel alınan kriter ağırlıklı Batı olsa dahi, çeviri faaliyetlerinin sadece Batıcılıkla ilişkilendirilmesi tek başına eksik bir tespit

⁴² Şehnaz Tahir Gürçağlar, **Türkiye’de Çevirinin Politikası ve Poetikası 1923-1960**, çev. Tansel Demirel, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları 2018, s. 5.

⁴³ Gürçağlar, s.31.

⁴⁴ Dünya Klasikleri’nin çevirisi sadece Tercüme Bürosu tarafından yürütülmemiştir, Osmanlı’nın son döneminden başlayan ancak çok daha az sayıda ve belirli bir sistematik üzerinden ilerlemeyen bir seyir izlemiştir. Tercüme Bürosu kurulmadan da evvel az sayıda özel yayınevi tercüme eserler basmaktadır. Edebiyat eserlerinin yanı sıra Marksist literatürün de çevirisi bu dönemde az sayıda da olsa yapılmaktadır. TKP’nin 1922-1925 yılları arasında *Aydınlık Külliyyatı* başlığı altında Şefik Hüsnü ve Mustafa Suphi’nin çevirileri, Ali Cevdet’in çevirisinin yanı sıra Dr. Hikmet Kıvılcımlı ve Fatma Nudiye Yalçı’nın *Marksizm Bibliyoteği* yayınları ve *Emekçi Kütüphane* serisi, Sabiha ve Zekeriya Sertel’in *Ecnebi Dillerde Neşriyat Evi* yayınları, Kerim Sadi’nin “*İnsaniyet Kütüphanesi*” çeviri faaliyetini yürüten yayınlar arasındadır.

⁴⁵ Gürçağlar, s. 61.

⁴⁶ Beki Haleva ve A. Zeynep Kıvanç, “Türkiye’de Çeviri Politikaları ve Yayınevleri Üzerine Dönemsel Bir Kesit İncelemesi”, **Turkish Studies**, Vol 10/8 Nisan 2015, s.1325-1344. http://www.turkishstudies.net/files/turkishstudies/905521944_64HalevaBeki-tde_S-1325-1344.pdf (3 Mayıs 2019)

olarak kalmaktadır. Az sayıda da olsa Doğu ve İslam klasiklerinin de çeviri faaliyetleri arasına alındığı bilinmektedir.

Kongrede, özel yayıncılığın teşvik edilmesi ve bu amaca hizmet etmek üzere bir tercüme bürosunun⁴⁷ kurulma iradesi ardından Adnan Adıvar başkanlığında oluşturulan Tercüme Heyeti, Kongre'nin raporunun değerlendirildiği ilk toplantısını 28 Şubat 1940'ta yapmış ve sonraki toplantılarda alınan kararla daimi bir büro kurulmasına karar verilmiştir. Nurullah Ataç'ın idaresinde kurulan Büro, Sabahattin Ali, Saffet Pala, Sabahattin Eyüboğlu, Bedrettin Tuncel, Enver Ziya Karal ve Nusret Hızır gibi dönemin yazar ve aydınlarından oluşmaktadır. Büro, 1966 yılında kapanana dek toplam 496 eserin Türkçe'ye çevrilmesini sağlamıştır⁴⁸. Büro'nun yayınları arasında 87 sayı ve toplamda 7722 sayfa çıkan *Tercüme* dergisi de bulunmaktadır⁴⁹. Nurullah Ataç'ın başkanlığı döneminde hayata geçirilen ve Milli Eğitim Bakanlığı tarafından basılan *Tercüme* dergisi alanında çıkan ilk yayın olması itibariyle önem arz etmektedir. Çevirmenler arasında dönemin aydınları bulunmaktadır: Orhan Burian, Saffet Korkut, Azra Erhat, İrfan Şahinbaş, Nurettin Sevin, Melahat Özgü, Lütfi Ay, Ziya İshan, Servet Lunel gibi. Büro ilk olarak Nurullah Ataç'ın ardından Sabahattin Eyüboğlu'nun başkanlığında yürümüştür.

Tercüme Bürosu, Cumhuriyet'in ilk yıllarında oluşturulmaya çalışılan kültür politikasının önemli bir kurumu olarak yayıncılık alanındaki aktörlerden biri olmuştur. Büro, kendi çeviri ve yayın planlamasını yaparken aynı zamanda özel yayınevlerinin çeviri politikalarında yönlendirici olmuştur. Özel yayınevleri, okula yardımcı kaynak kitaplar konusunda Büro'nun çeviri politikasını izler biçimde yayınlanacak eserleri belirlemişlerdir⁵⁰. Böylelikle, Tercüme Bürosu'nun varlığı ve özel yayınevlerinin yönlendirilmesiyle çeviri aracılığıyla bir “*edebiyat dizgesi*” oluşturulmaya çalışılmaktadır. Bir ulusal kültür yaratma yolunda en büyük adım ulusal edebiyat kanonu oluşturmaktır. Tercüme Bürosu bir yandan doğrudan çeviri planlamasını yapıp süreci yönetirken, diğer taraftan özel yayınevlerine verdiği hem maddi hem de teknik çeviri desteği ile yayıncılık alanını da manipüle etmiştir. Bir nevi

⁴⁷ Tercüme Bürosu 1939 yılında Ankara'da kurulmuştur. 1960 yılına kadar hizmet veren büro tarafından çevrilen eserler Milli Eğitim Bakanlığı'nın (MEB) yayınları arasından çıkmıştır. MEB tarafından yayınlanan kitaplar 5000-15000 arasında değişen adetlerde basılmıştır.

⁴⁸ <http://www.meb.gov.tr/meb/hasanali/egitimekatkilari/yayinlar.htm> (8 Mart 2019)

⁴⁹ Sezai Arusoğlu, “De l'Enjeu Textuel a l'objet Culturel et /Une Etude sur l'apport de la Traduction a la Restructuration Culturelle de la Turquie Moderne”, (Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi SBE, 2003), s. 65.

⁵⁰ Gürçağlar, s.131.

“hami” ve “yol gösterici” rolü üstlenmektedir⁵¹. Maddi destekler, editoryal ve çeviri destekleriyle hem yayınlanacak eserleri teşvik ediyor hem de bir miktar satın alarak özel yayınevlerine doğrudan maddi destek oluyordu⁵². Örneğin Tercüme Bürosu’nun çeviri planında olan veya Büro tarafından önerilen kitapların özel yayınevi tarafından çevrilmiş olması ve bunun Büro tarafından onaylanması şartıyla söz konusu yayınevinin kitabı Maarif Vekâleti tarafından satın alınabiliyordu. Nitekim, özel yayınevlerinin ekonomik olarak ayakta kalabilmesi ancak bu desteklerle mümkün olabilmiştir. Vekâletin yayınları, ekonomik olarak özel yayınevlerinin kitap fiyatlarından daha aşağıda fiyatlara, ucuza satılması ve Halkevleri, Kütüphaneler, Halk Okuma Odaları ve Köy Enstitüleri gibi kurumlarda kolaylıkla bulunması gibi nedenlerle yüksek baskı adetlerine ve erişilebilirliğe sahip olmuştur.

Tercüme Bürosu’nun belirlediği yayın planına göre çevrilen eserler hümanizma ekseninde seçilmiş klasiklerden ve felsefe kitaplarından oluşmuştur⁵³. Bu bağlamda Büro tarafından belirlenen çeviri programı ilerleyen yıllar için yayıncılık alanında kültürel sermayenin birikmesine önemli katkıda bulunacaktır. Aşağıda yer alan Tablo 2, yıllar içinde Büro tarafından çevrilen eser sayısını vermektedir. Buna göre Büro’nun faaliyete başladığı ilk yıllarda 10 ila 20 arasında eser çevrilirken beşinci faaliyet yılına ulaşıldığında eser sayısı 110’a, ertesi yıl ise 143’e çıkarak Büro, en verimli dönemine ulaşmıştır.

⁵¹ Gürçağlar, s.133.

⁵² Gürçağlar, s. 135.

⁵³ Platon, Socrates, Cicero, Vergilius, Catullus, Tacitus, Heredotos, Ovidius, Plinius, Lukianos, Thukydides, Horatius, Sappho, Theokritos, Homeros, Plutarkhos bunlardan bazılarıdır. Klasikler arasından Victor Hugo, Émile Zola, Lev Tolstoy, Friedrich Schiller, Goethe, William Shakespeare, Charles Dickens, Fyodor Dostoyevski, Molière, Çehov, Gustave Flaubert, Jean Jacques Rousseau’nun önemli metinleri çevrilmiştir.

Tablo 2
Yıllara Göre Tercüme Bürosu Tarafından Çevrilen Eser Sayısı

<i>Yıllar</i>	<i>Cilt Adet</i>
1940	10
1941	13
1942	27
1943	67
1944	97
1945	110
1946	143
1947	57
1948	46
1949	64
1950	42
1951	23
1952	31
1953	17
1954	24
1955	32
1956	21
1957	10
1958	14
1959	18
1960	9

Kaynak: Murat Katoğlu, “Cumhuriyet Türkiye’sinde Eğitim, Kültür, Sanat”, Türkiye Tarihi 4. Cilt 1908-1980, yay. haz. Sina Akşin, 4. Basım, İstanbul: Cem Yayınevi, 1995, s. 393-501.

Alpay Kabacalı, resmi veriler olmamakla birlikte 1940-1958 arası dönemde kitapların baskı adedinin 3000 civarında olduğunu, 1958-1964 yılları arasında 4000’e ve 1964-1969 yılları arasında ise ortalama 5000’e çıktığını belirtmektedir⁵⁴. Bu rakamlar bir taraftan yayıncılığın geliştiğini gösterirken diğer taraftan Cumhuriyet’in ilk yıllarında dil reformuyla oluşturulmaya çalışılan okuryazarlığın arttığına işaretir. 1935 yılında genel nüfusun (16 milyon 158 bin 018) sadece %20.4’ü okuma yazama biliyorken, bu oran 1945 yılında %30.2’ye yükselmiş, 1950

⁵⁴ Kabacalı’dan aktaran Gürçağlar s. 138.

yılına gelindiğinde ise %34.6 oranına ulaşmıştır⁵⁵. Bu bağlamda Kabacalı'nın verdiği baskı adetleri bugüne kıyasla (ortalama 1000 adet) ve okuryazar nüfusa oranla oldukça yüksektir.

Tek partili dönem (1923-1950) ulus inşası sürecinin bir parçası olarak devlet eliyle kültür kurumlarının oluşturulduğu, çeviri destek programı ve dil reformu gibi yapısal düzenlemelerle yayın politikasının biçimlendirildiği bir dönemdir. Yeni kurulan Cumhuriyet'in ortak kültürü ve ortak belleğinin oluşturulmasında dil ve yayıncılık temel araçlar olmuştur. Yayıncılık alanında özel yayınevleri olmakla birlikte, devletin bizzat kendisi yayıncılık alanının en güçlü oyuncusu konumundadır. Bölüm içinde ayrıntılı olarak değinildiği gibi devlet hem kendisi yayıncılık faaliyeti yaparak hem de alandaki yayın politikasını etkileyerek alanda baskın rol üstlenmiştir. Benedict Anderson'un vurguladığı gibi Cumhuriyet'in inşa edilmeye çalışılan ortak kültürel belleğinin oluşumunda “okur-yoldaşlık” dolayısıyla yayıncılığın etkin rol oynadığı görülmektedir.

Cumhuriyet'in ilk yıllarında gerek özel yayınevleri gerek devletin yürüttüğü yayıncılık, ulus inşası projesiyle uyumlu bir biçimde gelişme kaydetmiştir. Bu bakımdan yayıncılık alanında yayınevleri ve/veya siyasal iktidar arasında sembolik iktidar mücadelesinden ziyade bir ortaklaşma ve paylaşım söz konusudur. Yayıncılık politikası ulusal edebiyat kanonu oluşturma amacıyla çoğunlukla dünya klasiklerinden yapılan çevirilerle şekillenerek kültürel bir repertuar oluşturma çabasına tanıklık edilirken, yayıncılığın ulus inşası projesinin önemli araçlarından biri olarak biçimlendiği gözlemlenmektedir. Yayıncılık, her ne kadar özel girişimler tarafından Osmanlı'dan gelen birikim üzerine kurulmuş olsa da alanda bu dönemde baskın bir devlet/siyasal iktidar olduğu görülmektedir. 1950'ler ise değişen siyasal ve sosyo-ekonomik yapı yayıncılık alanına yeni oyuncuların girişini kolaylaştırmıştır. 1950-1960 yılları arasında “demokratikleşme” sürecinin etkisiyle yeni kurulan yayınevleri ile birlikte yayıncılık alanının daha çoğulcu bir görünüş aldığına ve çeşitlendiğine tanıklık edilmektedir.

⁵⁵ Necdet Sakaoğlu, *Osmanlı'dan Günümüze Eğitim Tarihi*, İstanbul:İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2003, s.254.

1.2. Sosyal ve Kültürel Sermaye Birikimi Olarak Yayıncılık Alanı

Türkiye'nin yakın tarihinde *demokratikleşme*⁵⁶ sürecinin nirengi noktası olarak 1950 yılında yapılan genel seçimlerle DP'nin iktidarı referans alınmaktadır. Tek parti iktidarının sona erdiren toplumsal muhalefetin DP ile vücut bulması bu süreci hazırlayan koşulları oluşturmuştur. Siyasal alanda ifade bulan bu *çoğullaşmanın*⁵⁷ gerek toplumsal alanda gerek kültürel alanda yansımaları olmuştur. Bu bölümün başlığının sermaye birikimi üzerinden kurulma nedenlerinin başında özel yayınevlerinin kurulması ve yayıncılık alanına girişleriyle birlikte yayıncılığın, çoğulculuğa başlayan ve böylelikle kültürel ve sosyal sermaye birikimine imkan veren bir yapıya kavuşması gelmektedir. Bu bakımdan 1950'ler, yayıncılık alanı için İkinci Dünya Savaşı sonrası iki kutuplu dünya ekseninde şekillenen bir dönem olarak oldukça dinamik bir ortam sergilemektedir.

Bu bölümde yayıncılık alanının “demokratikleşme” sürecinde gelişimi incelenirken, bu sürecin etkileri ışığında alanın yapısını ele alınacaktır. Öncelikle, dönemin siyasal ve toplumsal alanını incelenecek ardından bunun ekseninde yayıncılık alanı ele alınacaktır. Böylelikle, ikinci alt bölümde siyasal ve toplumsal yapıdaki dönüşümler üzerinden dönemin yayıncılık alanı ve alandaki çoğulculuğun etkisi incelenecektir.

1.2.1.1950'li Yıllarda Türkiye'de Siyasal ve Toplumsal Alan

1950'li yıllar, DP'nin kuruluşu ve 1946 yılında seçimlere katılmasının ardından iç siyasette çok partili sisteme geçilmesi olarak karşılanmakta ve “*demokratikleşme*” sürecinin başlangıcına işaret etmektedir⁵⁸. DP, 1950-1960 yılları arasında siyasal alanın en etkili oyuncusu olarak

⁵⁶ Erik Jan Zürcher **Modernleşen Türkiye'nin Tarihi**, çev. Yasemin Saner, 26. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, 2011s.303-319; Gökhan Atılğan “Tarımsal Kapitalizmin Sancağı Altında”. **Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Siyasal Hayat**. Gökhan Atılğan, E. Atilla Aytekin, Ebru Deniz Ozan vd., İstanbul: Yordam Kitap, 2015, s 387-514.

⁵⁷ Burada çoğullaşma, dönemin özelliği olarak öne çıkan çoğulculuğun bir ürünü olarak kullanılmıştır.

⁵⁸ CHP'den ayrılan Adnan Menderes, Mehmed Fuad Köprülü, Refik Koraltan ve Celal Bayar tarafından 7 Ocak 1946 yılında kurulan. Kuruluşunun hemen ardından 21 Temmuz 1946 yılında yapılan milletvekili genel seçimlerinde %13 oy

görülürken, toplumsal düzeyde çoğulculuğun sembolik olarak vücut bulmuş hali olarak algılanmıştır. Nitekim, gerek partinin kurucuları gerek il ve taşradaki örgütlenme kademelerinde yer alan kişiler, CHP'nin bürokrasi ağırlıklı yapısından farklılık arz etmektedir. Çoğunlukla daha önce siyasete ilgi duymayan veya siyasal örgütlenmede yer almayan yeni toplumsal sınıfların oluşturduğu DP, çiftçi, esnaf ve sanayicinin temsiline dayanmıştır⁵⁹. DP'nin iktidarda olduğu zaman dilimi “*tarım, ticaret ve topraktaki hâkim sınıfların bürokrasiyi dışlayarak iktidar bloğunu yeniden kurma girişi*”⁶⁰ olarak değerlendirilmektedir. Dönüşen sosyo-ekonomik yapının siyasal alandaki temsili söz konusu iktidar bloğunu oluşturan itici güç olmuştur.

Siyasal yaşamdaki bu dönüşümün temelinde ekonomik gelişim ve buna bağlı kültürel ve toplumsal ihtiyaçların da dönüşmesi yatmaktadır. Korkut Boratav, 1946-1953 yılları arasındaki ana ekonomik göstergenin hızlı bir büyümeye işaret ettiğini belirtmektedir⁶¹. Tarımsal gelişmenin bunda önemli bir payı olurken, diğer taraftan ABD yardımları ve dış krediler aracılığıyla ticaret açığının kapatılması etkili olmuştur⁶². Dolayısıyla, ekonomik ilerleme reel gelir düzeyinin yükselmesini sağlarken siyasal ve toplumsal muhalefetin yükselmesinin de itici gücü olmuştur. Üretim ilişkilerindeki hızlı dönüşüm beraberinde tarımda modernizasyon, iç göç olgusunu da gündeme getirmiştir. Kırsalda çalışma olanağı bulamayan tarım işçilerinin kente göç etmesi, iç göç olgusu, dönemin karakteristiğidir. 1950'lerin başında kent nüfusunun genel nüfusa oranı %25'lerde olurken, 1960'lara gelindiğinde bu rakam %32'ye ulaşmıştır. Nitekim değişen kent nüfusu yapısı siyasal ve kültürel tercihlerinde de farklılaşmaktadır. İç göç kentlerde gecekondulaşmaya yol açarken, kent yaşamını da hızla dönüştürmüştür. Kente yeni gelenler ve kentler arasındaki gerilim, gecekondulaşma, büyüyen işçi sınıfı toplumsal dönüşümü de tetiklemiştir. Sözü ettiğimiz toplumsal dönüşüm edebiyata ve yayıncılığa yeni yazarlar kazandırırken, yeni konu ve biçim arayışlarını getirmiştir. Böylelikle yayıncılık alanı çoğulculuşmanın gözlemlendiği bir yapıya dönüşmüştür. Bunda etkili olan dinamiklerden biri Cumhuriyet kurumları eliyle⁶³ okur-yazarlığın artmış olmasıdır. 1935 yılında %18,7 olan okur-

oranı ile Meclise girerek muhalafet partisi misyonu yüklenmesi, 1950 yılında yapılan seçimlerde ise CHP iktidarına son vererek tek başına (%55.2 oy oranı ile) iktidar olma yolunu açmıştır.

⁵⁹ Erik Jan Zürcher, 2011, s.323.

⁶⁰ Atılın, 2015, s. 387.

⁶¹ Korkut Boratav, **Türkiye İktisat Tarihi 1908-1985**, 4.Baskı, İstanbul: Gerçek Yayınları, 1993, s. 80.

⁶² Boratav, 1993, s.81.

⁶³ Cumhuriyet'in ilk yıllarında kurulan Halkevleri, Halk Odaları ardından 1940-1954 yılları arasında faaliyet gösteren Köy Enstitüleri ile eğitim seferberliğinin yayıncılık alanına en doğrudan katkısı okur-yazar nüfusun hızlı artışı olmuştur.

yazarlık oranı 1950’de %31,8’e, 1955 yılında %38,7’ye ve 1960 yılında ise %38,09’a çıkmıştır⁶⁴. Okur sayısındaki artış yayıncılık alanında sermaye birikiminin oluşmasını sağlayan en itici güçtür. Baskı adedi arttıkça ekonomik sermaye de artmakta ve yeni yayınevlerinin ortaya çıkışına da zemin hazırlamaktadır.

DP iktidarının ilk yılları için Korkut Boratav şu tespitte bulunur:

“1946-1953 yılları, (...) tüm sosyal grupların mutlak durumlarının ve yaşam koşullarının düzeldiği, reel gelirlerinin arttığı; buna karşılık ücretli-maaşlı grupların görece durumlarının gerilediği; genel olarak mülk gelirlerinin ve özellikle ticaret sermayesinin milli hasıladan paylarının arttığı; geniş köylü kitlelerinin ise fiyat hareketleri nedeniyle bozulan bölüşüm ilişkilerini, üretim dinamizmi içinde fazlasıyla telafi edebildikleri bir dönem olma özelliği gösterir.”⁶⁵.

Boratav’ın 1953’e kadar getirdiği bu ekonomik refah süreklilik göstermemiş, DP’nin yönetim biçimi de kendi iktidarı süresi içinde farklılaşmıştır. Zürcher, DP’nin iktidar döneminin 1950-1955 arasını görece özgürlük ortamının olduğunu ancak sonraki beş yıllık iktidarında ise özellikle aydınlara ve sola karşı baskıcı bir tutum izlediğini bunda da anti-komünizmin etkisi olduğunu belirtmektedir. Soğuk Savaş’ın bu açıdan yayıncılık alanına yansımalarından biri gelişen Amerika-Türkiye ilişkilerine istinaden Amerikan edebiyatının yükselmesi ve kitapçılarda ağırlıklı olarak antikomünist kitapların yer alması olarak görülmektedir⁶⁶. Kültürel diplomasi aracılığıyla Amerikan kültür ürünleri Türkiye’ye girmiş ve kitlesel kullanıma sunulmuştur. Amerikan moda, ev ve mutfak dergileri, Amerikan filmlerinin sinemalarda gösterimi, Amerikan edebiyatı ve çizgi romanları, Amerikan müziğinin yükselişi başlıca kültür ürünleri arasında görülmektedir⁶⁷. Amerika Birleşik Devletleri (ABD), bu dönemde Türkiye özelinde kültürel bir program kurgularken, odağına aydın ve sanatçılardan çok bürokratları, üniversite öğretim üyelerini ve teknisyenleri yerleştirdiği bilinmektedir⁶⁸. Bu dönemde yayıncılık ve Hollywood filmlerinin gösterilmesi gibi telif işleri doğrudan Konsoloslukların görevleri arasında yer alması Amerikan kültür diplomasisinin bir parçası olarak

⁶⁴ http://www.tuik.gov.tr/yillik/Ist_gostergeler.pdf (14 Mart 2020)

⁶⁵ Boratav, 1993, s.84.

⁶⁶ Atılgan, 2015, s. 504.

⁶⁷ Ayla Acar, “Soğuk Savaş Yıllarında Amerikan Kültürünün Türkiye’ye Girişinde Basının Rolü (1945-1960)”, (Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, SBE, 2008), s. 165-167.

⁶⁸ Cangül Örnek, *Türkiye’nin Soğuk Savaş Düşünce Hayatı Antikomünizm ve Amerikan Etkisi*, e- kitap, İstanbul: Can Yayınları, 2015, s.23 (4. Bölüm: 2. Başlık/39)

görülmektedir⁶⁹. Yazar Demirtaş Ceyhun, Amerikalı yazarların kitaplarındaki bu çeviri artışının sebebini Amerika'nın yürüttüğü kültür diplomasisine bağlamaktadır:

“Bern sözleşmesini imzaladığını, artık (bu) kitabı yayımlarsa tek kuruş telif ödemeyeceklerini söyleyerek, kimse yüz vermeyince bu kez kitapları Türkçe'ye çevirtip bu kez çeviri ücreti istemeyeceklerini belirterek olmadı ‘şayet bu kitabı basarsanız hem telif hem çeviri ücreti ödemeyeceksiniz, hem de Amerika hükümeti bu kitaptan bin adet satın alacak’ diyerek yayınevi yayınevi dolaşmaya başlayınca gerçekten de sözcüğün tam anlamıyla Amerika ile ilgili kitap yayınlanmamış yayınevi kalmamıştır daha ülkede 1953 yılında”.⁷⁰

Ceyhun, bu kitapların “Amerikan Halkından Türk Halkına Armağandır” ibaresiyle Türk Ordusunda da dağıtıldığını belirtirken; Ayla Acar, Cumhuriyet gazetesindeki habere dayandırdığı bilgiye göre Amerikan Haberler Servisi'nin 1025 adet kitabı Heybeliada Deniz Harp Okulu'na verdiği haberiyle Ceyhun'u doğrulamaktadır⁷¹. Bu bağlamda değerlendirildiğinde yayıncılık alanının, siyasal ve toplumsal alanla etkileşim içinde olduğu gözlemlenmektedir.

1.2.2.1950'li Yıllarda Türkiye'de Yayıncılık Alanı

Bu dönem yayıncılık alanında etkili olan iki dinamikten ilki, yeni kurulan yayınevleri olurken, diğeri kültürel sermaye birikiminin oluşmasını sağlayan dergicilik olarak öne çıkmaktadır. Bir önceki bölümde ele aldığımız gibi Dil reformuyla birlikte artan okur yazarlık, yayıncılıkta üretilen kitapların sayısını ve baskı adedini de arttırmış, yeni yayınevlerinin kurulmasına imkan vermiştir. Aşağıda yer alan Tablo 3, bu dönemde faaliyette olan yayınevlerinin listesini sunmaktadır.

⁶⁹Cangül Örnek, “1950'li Yıllarda ABD ile Buluşma: Anti-Komünizm, Modernleşmecilik ve Maneviyatçılık”, (Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi SBE, 2010) s. 55.

⁷⁰ Demirtaş Ceyhun, *Edebiyatımı Geri İstiyorum*, İstanbul: Sis Çanı, 2005, s. 47.

⁷¹ Acar, s. 166.

Tablo 3
1950-1960 Yılları Arasında Kurulan Yayınevleri

Yayınevi	Kuruluş Yılı
Varlık	1946
Yeditepe	1950
Altın Kitaplar	1957
Aka Yayınevi	1956
De Yayınevi	1959
Ataç	1950
Atlas	1952
Düşün	1957
Dost*	1947

Kaynak:

*Salim Şengil yönetiminde Seçilmiş Hikayeler (1947-1957) adıyla başlayan öykü dergisi daha sonra Dost adıyla yayıncılığa devam etmiştir.

Yayınevlerinin sayıca artışına yol açan durumlardan biri de İstanbul dışında gelişen kültür ortamı olmuştur. Cumhuriyet döneminde başkent olması ile birlikte Ankara'nın canlanan kültürel ortamının etkisiyle yeni yayınevleri kurulmuştur. Ankara'da yayın hayatına başlayan Berkalp Kitabevi (1943) yılında yabancı dilde kitap satışının yanı sıra yayıncılık faaliyetine başlar ve Ümit Yaşar Oğuzcan'ın kitapları ve çocuk kitapları basar. Tarhan Kitabevi (1951) önce kitabevi olarak faaliyet gösterir, ardından yayıncılık da yapar fakat yaklaşık on kitapla yayıncılık alanındaki faaliyeti daha sınırlı kalır⁷². Yayıncılık alanına bu dönemde giren diğer Ankaralı yayınevi ise Akay (1943) olur, faaliyette kaldığı 1968 yılına kadar yaklaşık 50 kitap yayınlamıştır. 1950'lerde yeni kurulan yayınevleri arasında Varlık Yayınları (1946), Yeditepe Yayınları (1950), Altın Kitaplar (1957), Arkın Kitabevi ve De Yayınevi (1959) bulunmaktadır.

Bir önceki dönemde ele alınan ulus inşası projesiyle birlikte biçimlenen yayıncılık alanında devletin ağırlığı doğrudan hissedilmiş olsa da DP iktidarı döneminde devletin yayıncılık alanından tamamen çekildiğini söylemek mümkün olmayacaktır. Devletin, DP iktidarı süresince yayıncılık alanında var olma biçimi hem doğrudan MEB yayınları ile hem de

⁷² Tanyer, s.122.

“çeviri” faaliyeti üzerinden ilerlerken diğer taraftan yayıncılık alanını doğrudan etkileyen yasal düzenlemelerin hayata geçirildiği dönemdir⁷³.

Tercüme Bürosu 1966 yılına kadar faaliyete devam etmiştir. Her ne kadar Hasan Ali Yücel’in görevden ayrılması sonrasında nitelik tartışmalarına sahne olsa da Tercüme Bürosu, çeviri planlamasına DP iktidar döneminde ve sonrasında da devam etmiştir. Hasan Ali Yücel’in bakanlıktan ayrılması sonrasında basılan kitapların adet ve seçimlerinde bir değişim olduğu gözlemlenmekle birlikte çeviri, kültürel repertuarın oluşturulmasında temel araç olmaya devam etmektedir. Ancak bu defa özel yayınevlerinin çeviri faaliyeti Tercüme Bürosu ve kamu yayıncılığına göre çok daha yüksektir. 1946 yılında MEB tarafından 129 çeviri kitap basılırken özel yayıncılar 92 kitap basmışlardır. 1958’e gelindiğinde ise MEB sadece 14 kitap çevirisi yaparken özel yayınevleri 250 kitap çevirip basmışlardır⁷⁴. Bu dönemde yeni kurulan yayınevleriyle birlikte yayıncılık alanında faaliyet gösterenlerin sayısı artmıştır. Özellikle ofset baskı ve renkli baskı imkanı veren *tifdruk* baskı çocuk ve sanat kitaplarının basılmasını kolaylaştırmış ve sayıca arttırmıştır.

Yayıncılık alanına katılan bu yeni oyuncuların-yayınevlerinin- yanı sıra yükselen İslamcı hareketle birlikte İslami yayıncılık gün yüzüne çıkmıştır. Bölümün girişinde yer aldığı gibi “demokratikleşmenin” yayıncılık alanındaki yansımalarından biri muhalif seslerin kendilerini ifade olanağı bulması olurken Tek Parti döneminde imkan verilmeyen dini gruplar yeniden ve güçlenerek ortaya çıkmışlardır. O dönemi “*mecburi suskunlukla*” geçiren İslamcı düşüncenin, 1940’ların sonuna doğru “*uyanmaya*” başladığı tespit edilmektedir⁷⁵. Bu on yıllık dönem (1950-1960) İslami yayıncılık açısından gerek ulaştığı okur sayısının sağladığı ekonomik sermaye, gerek simgesel ve kültürel sermaye bakımından bir *sermaye birikimi* sürecidir. Necip Fazıl Kısakürek’in çıkardığı Büyükdoğu başta olmak üzere Sebilülreşşat⁷⁶ (1948), Hareket (1939-1982), Doğan Güneş (1947-1948), Doğru Yol (1947-1949), Hakikat

⁷³ 1951 yılında Bern Telif Hakları Protokolü’nün (1886 tarihli Uluslararası Bern Telif Hakları Protokolü) imzalanmasının ardından çıkarılan Telif Hakları Yasası ile yayın tarihi üzerinden 10 yıl geçmiş kitapların telifsiz basılmasına imkan vermiştir böylelikle Bern protokolüne dahil olan ülkeler telifsiz yayın imkanı elde etmiştir.

⁷⁴ Turgay Kurultay, “Cumhuriyet Tarihinde Çevirinin Ağır Yüğü ve Hümanizma”, *Alman Dili Edebiyatı Dergisi*, İstanbul Üniversitesi, 1999, s.13-36.

⁷⁵ Tanıl Bora ve Kerem Ünüvar, “Ellili Yıllar Türkiye’sinde Siyasi Düşünce”, *Türkiye’nin 1950’li Yılları* Mete Kaan Kaynar (hızl.), İstanbul: İletişim Yayınları, 2015, s. 159-176.

⁷⁶ Sebilülreşşat dergisi Mehmet Akif Ersoy’un fikriyle Eşref Edip yönetiminde 1908 yılında çıkarılmaya başlanan en eski İslamcı dergilerden biridir ve 1925 yılına kadar yayın yapmıştır. Takrir-i Sükun yasasıyla birlikte kapatılan dergi yeniden yayına 1948’de başlamış ve 1966 yılına kadar yayını sürdürmüştür. Dergi üçüncü kez 2016 yılında faaliyete geçmiştir.

Yolu (1947-1949), Hakka Doğru (1947-1960), İslam Yolu (1948-1951), İslamın Nuru (1951-1953), Hür Adam (1950-1951)Serdengeçti (1947-1952/1956-1960 ve 1962), İslamiyet (1948-1960), Müslüman Çocuk (1951-1952), Selamet (1947-1949), İslam (1956-1976), Türk Düşüncesi dergisi, Allah Yolu dergisi (1952-1954), Taceddin Öney'in çıkardığı İslam Dünyası (Eylül-Nisan 1947) ve Raif Ogan'ın çıkardığı İslam Dünyası (1952-1954) dergileri İslam ideolojisinde yayın yapan ve DP döneminde çıkan dergilerdendir⁷⁷. Bu dergiler, yayıncılık alanında, sonraki yıllarda etkili olacak yayınevlerinin kurucu kadrolarının kültürel ve sosyal sermayelerini oluşturmaktadır. Örneğin modern İslamcı düşüncenin kurucu mecralarından biri olarak bilinen Sebiülreşşat dergisi, 1960 sonrası kurulan bazı yayınevlerinin kültürel sermaye birikimlerinde etkili olan bir dergidir⁷⁸. İlk bölümde ele alındığı gibi, Cumhuriyet'in kuruluş döneminde meşru zeminde İslami yayıncılık yapmak mümkün olmazken, DP'nin iktidarıyla birlikte ifade özgürlüğünden ziyade DP'nin sahiplendiği İslami kimliğin etkisiyle, İslami yayıncılık meşru zemine kavuşmuştur. Böylece yeni yayınevlerin kurulmasıyla, İslami yayıncılık, alanda görünür olma imkanı bulmuştur. Erik Jan Zürcher, DP'nin tarikatlar ve cemaatlerin varlığını kabul ettiğini hatta 1954 ve 1957 genel seçimlerinde Nur Cemaatinin açık desteğini alarak iktidara geldiklerini belirtmektedir⁷⁹. Dolayısıyla Cumhuriyet'in ilk yıllarında yasaklanan cemaatler, DP iktidarıyla bir ölçüde yasallaşmıştır. 1950'li yıllar özellikle Said-i Nursi'nin ve külliyyatının meşrulaştığı yıllar olurken Nur Talebeleri hareketi örgütlenmesinin hızlandığı dönem olurken aynı zamanda bu hareketin milliyetçi muhafazakâr camiada itibarının ve nüfuzunun geliştiği bir dönemdir⁸⁰. Nitekim bu çalışmanın ikinci bölümünde, 1980 sonrası yayıncılık alanındaki sembolik iktidar mücadelesi incelendiğinde yukarıda adı geçen dergilerin, bu dergilerin kurucuları ve yazar kadroları ile karşılaşılacaktır. Bu bağlamda 1950'lerde yayıncılık alanında dergiler aracılığıyla konumlanan oyuncular, günümüzde alandaki simgesel güç ilişkilerinin yürütücüsüdür. DP dönemindeki yayıncılık alanı doğrudan sembolik iktidar mücadelesinin görünür olduğu bir dönemden ziyade bir birikim dönemidir: sosyal sermayelerin biriktiği, kültürel sermayenin oluşmaya başladığı bir süreçtir.

⁷⁷ Ahmet Köroğlu, "Türkiye'de İslamcılık Düşüncesinin Seyrini Dergiler Üzerinden Okumak", s.5-42. Needet Subaşı "1960 Öncesi İslami Neşriyat Sin(diril)me: Tahayyül ve Tefekkür, s.43-72, Vahdettin Işık, Ahmet Köroğlu ve Yusuf Enes Sezgin (ed.), 1960-1980 Arası İslamcı Dergiler Toparlanma ve Çeşitlenme, İLEM Kitaplığı, Ankara: Nobel Kitap, 2016.

⁷⁸ Bora ve Ünüvar ,s.161.

⁷⁹ Erik Jan Zürcher, **Modernleşen Türkiye'nin Tarihi**, çev. Yasemin Saner, 26. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, 2011, s.340.

⁸⁰ Bora ve Ünüvar, 164.

Aslı Uçar, bu dönemin edebiyat dergilerine göz atan bir okurun dikkatini ilk çekecek şeyin yazınsal ortamın canlılığı olacaktır derken kastettiği, edebiyat dergilerinin, siyasal gündemin nabzını tutacak eleştirel tartışma ve polemiklerle dolu olmasıdır⁸¹. Bir edebi kamusal alanın oluşumunda rol oynayan edebiyat dergileri, edebiyat türlerinin tartışıldığı, iç siyasetin dolaylı ve/veya direkt olarak konu edinildiği, yazarların mekânsal olarak da bulunduğu platformlardır⁸². Toplumsal muhalefetin edebiyat aracılığıyla yürütülmesinin arkasında Tek Parti döneminin sona ermesi ve görece olarak “demokratikleşmenin” etkisi olarak gözlemlenebilir. Ortalama 500 ila 1500 arası tiraja ulaşan dergilerin tümünde ortak olan, güncel siyasetin ve edebiyat tartışmalarının “*dergiler arasında*” veya “*dergilerde*” köşelerinde yürütülmüş olmasıdır⁸³. Yazın alanında yeni biçim ve anlatım üslupları gelişirken, ele alınan konular buna paralel gelişme kaydetmiştir. Aslı Uçar şu tespitte bulunur:

“Varlık dergisinde başlayan köy edebiyatı tartışmaları, Hisar ve Mavi dergisi arasındaki ‘toplumsal gerçekçilik’ polemikleri, her iki dergi de Garip akımının eleştirilmesi, Pazar Postası’nda ve Yeditepe’de sürdürülen İkinci Yeni tartışmaları dönemin çok sesli ve çok yönlü edebiyat ortamına işaret ediyor. 1950’lerin ikinci yarısında ise tartışmaların İkinci Yeni’ye odaklılığını görüyoruz. Soğuk Savaş’ın da etkisiyle toplumcu yazın bu dönemdeki edebiyat dergilerinde ortak bir tartışma konusu olarak öne çıkıyor”.⁸⁴

1940 yılında toplam 334 dergi çıktığı saptanırken bu sayı 1950’de iki katına çıkarak 647’ye ulaşmış ve bu rakam içinde 77’sinin (1950) Edebiyat dergisi olduğu saptanmıştır⁸⁵. Arslan Kaynardağ Varlık dergisinin kuruluşunu (1933) anlattığı yazısında aynı zamanda dönemin kültür alanını şu şekilde anlatır:

“Dergicilik alanında Servet-i Fünun etkisini yitirmiş, Hayat ve Muhit dergileri kapanmıştır. Hüseyin Cahit Yalçın Fikir Hareketleri dergisini kişisel çabalarıyla sürdürmektedir. Az önce Kadro dergisi yayınlanmış, bu dergi ömrü kısa bile olsa Kemalizme yeni bir yorum getirdiğinden unutulmaz bir ad bırakmıştır. Yurdun her yanında Halkevleri açılmakta, bunlar çeşitli kültür etkinliklerinde bulunmakta, kendi çaplarında yayınlar yapabilmektedir. İsmail Hakkı Baltacıoğlu gibi eğitimci bir düşün adamı Yeni Adam’da iyi bir dergicilik örneği verirken,

⁸¹ Aslı Uçar, “Elli Yıllarda Edebiyat Ortamı: Toplumculuğun Modernizmle Dansı”, **Türkiye’nin 1950’li Yılları**, Mete Kaan Kaynar (hızl.), İstanbul: İletişim Yayınları, 2015, s.471-484.

⁸² Mavi, a, Yeni Ufuklar, Yeditepe, Varlık, Seçilmiş Hikayeler, Yenilik, Pazar Postası dönemin önemli edebiyat dergileridir.

⁸³ Aslı Uçar, **1950’ler Türkiye’sinde Edebiyat Dergileri**, İstanbul: Vakıfbank Kültür Yayınları, 2018, s.119.

⁸⁴ Uçar, 2018, s. 17.

⁸⁵ Uçar, 2018, s.177.

Halkevleri genel merkezi de Ankara’da Ülkü dergisini yayınlamaktadır. Az sonra başka bir Atatürkçü dergi olarak Yücel yayın alanına girecektir”⁸⁶.

Cumhuriyet döneminden başlayarak bu dönemi de kapsayacak şekilde edebiyat “*Türk toplumunun içinde bulunduğu koşulların bir sonucu olarak eğlence ve estetik vasıtası olmaktan çıktığını, sosyal ve kültürel değişim savaşının en tesirli silahlarından biri olduğunu söyleyebiliriz*”⁸⁷. Bu dönemde edebiyat aracılığıyla toplumsal ve siyasal dönüşüm ses bulmuştur; köy, köycülük, göç, bireyin varoluşsallığı, gecekondulaşma gibi olgular tartışma gündemi oluşturmuştur. 1950’lerde edebiyat, Avrupa’dan etkilenen yazar ve aydınların etkisiyle bireyi merkeze alan bir biçim ve içerik geliştirir⁸⁸. Konu itibariyle çeşitlenen üretim, yeni biçim arayışlarını tetiklerken 1950’lerin edebiyatını Cumhuriyet’in ilk yıllarına kıyasla konu ve biçim itibariyle daha “özgür” kılmıştır. Gregory Jusdanis “*ortak değerlerin üretilmesi ve milli simgelerle anlamların eklemlenmesi işine matbaanın yanı sıra film sanayisi, radyo ve televizyon da dahil olur*”⁸⁹ tespiti yaparken kültürün diğer alanlarının da ulus inşası sürecinde nasıl yer aldığını belirtir. Nitekim, 1950’lerde sanatın her alanında birlikte üretim ve tartışma zemini bulunduğu gözlemlenmektedir. 1950’li yıllarda entelektüellerin buluşma ve bir arada oldukları, kültürel alanı belirleyecek tartışmaları yürüttükleri mekanlar öne çıkar, ki bunların en bilineni Beyoğlu’ndaki Baylan Pastanesi’dir⁹⁰. Kültür alanındaki bu biraradalık üretimin de çoğulculaşmasına ön ayak olmuştur. Demir Özlü, bu kuşağı tarif ederken “*bir klan kalabalığında gençlerin buluştuğu, düşüncelerini tartıştığı, birbirini yeni yazınsal ilgilere çektiği yerler...Ankara, İstanbul gibi büyük kentlerde yaşanan yarı bohem hayatı vb.*”⁹¹ olarak betimler. Mimar, ressam, şair, tiyatro yazarı, oyuncu, sinemacı, senarist, öykücü gibi kültürel alanın farklı kollarından insanların birlikteliği tartışmaları da beslerken kültürel olarak birbirilerinden beslenmişler ve bu da üretime yansımıştır. Bu nedenle 1950’lerin edebiyat

⁸⁶ Arslan Kaynardağ, **Atatürkçü Kuşakların Yayıncısı, Varlık**, s. 884, Mayıs 1981, s.8-9.

⁸⁷ Mete Kaan Kaynar ve Zübeyir Barutçu, “**Yurt ve Dünya Dergisi Üzerine Bir İnceleme**”, Konya: Eğitim Kitabevi, 2015, s.19.

⁸⁸ Mustafa Kurt, “1950 Sonrası Türk Edebiyatında Varoluşçu Felsefeden Etkilenen Yazarların Romanlarında Yapı Tema ve Anlatma”, (**Yayınlanmamış Doktora Tezi**, Gazi Üniversitesi SBE, 2007) s.78.

⁸⁹ Gregory Jusdanis, **Gecikmiş Modernlik ve Estetik Kültür, Milli Edebiyatın İcat Edilişi**, çev. Tuncay Birkan, 3. Baskı, İstanbul: Metis Yayınları, 2018, s. 259.

⁹⁰ *Baylancılar* olarak bilinen entelektüeller arasında Ferit Edgü, Doğan Hızlan, Asaf Çiyiltepe, Attilâ İlhan, Yılmaz Gruda, Demir Özlü, Yüksel Arslan, Demirtaş Ceyhun, Fazıl Hüsnü Dağlarca, Ahmet Oktay, Leyla Erbil, Sevim Burak, Ülkü Tamer gibi kırka yakın kültür sanat insanı bulunmaktadır. *Baylancılar*’ın masasına kabul edilebilmek için belli şartlardan biri de kendi aralarında buldukları paroladır⁹⁰.

⁹¹ Demir Özlü ile Röportaj, “Bu Kuşak Batı Edebiyatlarını Çok Okudu”, 8.8.2019, Birgün Gazetesi, <https://www.birgun.net/haber/bu-kusak-bati-edebiyatlarini-cok-okudu-264363>

ortamı *çok seslidir*⁹². Jusdanis, edebiyatın kamusal normların, uzlaşımaların ve simgelerin *kolektif olarak içselleştirilmesini* sağlayan yönüne dikkat çekerken “*bireyleri ortak bir toplumsal deneyim içinde bir araya getirerek onları ortak kimliklerini keşfetmeye teşvik ediyordu*”⁹³ saptamasında bulunur. Jusdanis’in edebiyat, kitlesel olarak üretilip milliyetçiliğin hizmetine koşulan ilk sanattır tespiti özellikle dergiler çağı olarak bilinen ve edebiyatın ağırlığının tüm sanatlarda hissedildiği bir dönem 1960’ların de ulus inşası sürecinin etkisi altında şekillendiğini göstermektedir.

DP’nin iktidarı ile yürüyen bu on yıllık dönem yayıncılık açısından çoğulcullaşmanın öne çıktığı bir yapı gösterirken aynı zamanda yasaklamalar ve baskılar ile devletin önemli bir aktör olarak kendini alanda hissettirdiği bir dönemdir. Zürcher, 1954 genel seçimlerine kadar geçen ilk yıllarında DP’nin görece “demokratik” bir yönetim sergilerken 1954 sonrasında giderek “otoriter”leştiğini iddia etmektedir⁹⁴. Bu otoriterleşmenin etkileri basın üzerinde doğrudan hissedilse de kitap yasaklamalarının da olması itibarıyla yayıncılık alanını da etkilemiştir. Yasaklama gerekçelerinin başında “Komünizm Propagandası Yapan Yayınlar” gelmektedir ve 19 Ocak 1950’den 26 Nisan 1960 yılına kadar Bakanlar Kurulu Kararları ile 36 kitap yasaklanmıştır⁹⁵. Bir diğer yasaklı yayın kategorisi ise “Kürtçülük Propagandası Yapan Yayınlar”dır, bu kapsamda ise Suriye, Mısır ve Irak’ta basılan ve ülkeye sokulan kitaplar gelmektedir. Yasaklı kitap kategorileri: “Ermeni ve Rum Propagandası Yapan Yayınlar” “Türklüğe Hakaret”, “Hristiyanlık Propagandası, Rejime ve İnkılabı Muhalefet ve Dini Propaganda” maddeleridir. Tüm bu yasaklamalar arasında Komünizm Propagandası maddesi Cumhuriyet’in İlk Yılları ve Tek Parti dönemine kıyasla en çok yayın yasağının olduğu başlıktır. Komünizm Propagandası karşısındaki hassasiyetin ve yasaklamalardaki sayıca artışın bölümün başında değindiğimiz gibi DP’nin, ABD’ye yakın dış politikasının etkisi olduğu gözlemlenmektedir.

⁹² Aslı Uçar, 2015, 471.

⁹³ Jusdanis, s. 200.

⁹⁴ Zürcher, s. 335.

⁹⁵ Mustafa Yılmaz ve Yasemin Doğaner, “Demokrat Parti Döneminde Bakanlar Kurulu Kararı ile Yasaklanan Yayınlar” <http://www.ait.hacettepe.edu.tr/akademik/arsiv/demokrat.pdf> (19 Mart 2020)

Bölümün başında belirtildiği gibi 1950-1960 yılları arası dönem henüz yayıncılık alanında elle tutulur ve görünür bir sembolik iktidar mücadelesini ortaya çıkarmaz. Fakat yayıncılık alanına hizmet eden ve sonraki yıllarda bu iktidar mücadelesini besleyecek olan kültürel ve sosyal sermayenin birikmesini sağlayan bir dönem olarak öne çıkmaktadır. Bunun yanı sıra *demokratikleşme* sürecinin etkisiyle yayıncılık alanına yeni yayınevlerinin katıldığı, alanın çoğulculuğu bir dönem olarak da bir sonraki bölümde ele alınacak çok sesli yayıncılığın önünü açan ortamın şekillendiği bir dönem olması itibarıyla önemlidir.

1.3. Sembolik İktidar Mücadelesi Biçimi Olarak Yayıncılık Alanı

Türkiye'nin 1960-1980 yılları arasındaki yirmi yıllık iki darbe arası dönem; ülke içinde siyasetin gündelik yaşamın bir parçası haline geldiği, kitlesel öğrenci hareketleri ve büyük işçi grevleriyle toplumsal muhalafetin yükseldiği bir dönemi ifade etmektedir. Bu çalışmada yirmi yılı ele alırken “İki Darbe Arası Dönem” olarak nitelendirilmesinin sebebi, 27 Mayıs 1960'ta Askerin DP yönetimine müdahalesi ile başlayan 1971 Askeri Muhtırası ve 12 Eylül 1980 Askeri Darbesi ile kapanan bir dönem olmasından kaynaklanmaktadır. Toplumsal, kültürel, anayasal, siyasal ve ekonomik sonuçları bakımından iki darbe -1960 ve 1980- birbirinden tamamen ayrışır. 1960 Anayasası'nın örgütlenme ve ifade özgürlüğüne imkan tanınması bir tartışma kültürü zemini hazırlarken, entelektüel ve kültürel sermayenin birikiminin önünü açacak üretim ortamını sağlamıştır. Nitekim, bir önceki bölümde ele aldığımız gibi yayıncılık alanını şekillendiren “çoğulculuğa”nın görünür olması ve toplumsal muhalafetin “örgütlenmesi” dir. Her iki olgu da yayıncılık alanı için bu dönemin temel karakteristiğidir. Çoğulculuğa, her siyasal oluşumun ve muhalafet biçiminin kendini ifade edebildiği, görünür olabildiği durumdan ileri gelmektedir. Çoğulculuğu belirleyen unsurlardan biri tartışma zeminin yayıncılık alanı üzerinden (kimi zaman dergiler kimi zaman kitaplarla) yürümesidir. Bu dönemde edebiyat başlı başına bir muhalafet etme biçimi olarak gelişirken, dergiler üzerinden bu muhalafet canlı tutulmuştur. Murat Belge, dergilerin bu dönemdeki toplumsal işlevini vurgularken, 1960'ların sonlarında *Halkın Dostları* dergisindeki “devrimci şiir” atılımına dikkat çekmektedir⁹⁶. 1960'lı yılların önemli sağ dergilerinden biri olan Nuri Pakdil'in çıkardığı *Edebiyat dergisinin* de her ne kadar ağırlıklı edebiyat odağında ilerlemiş olsa da İslam düşüncesini sayfalarına taşıdığı,

⁹⁶ Murat Belge, *Şairaneden Şiirle: Türkiye'de Modern Şiir*, e-kitap, İstanbul:İletişim Yayınları, 2018, s.8.

ıkan kitapları tanıttığı ve teorik tartışma açıcı makalelerin çevirilerini yaptığı olmuştur⁹⁷. 1960’ların yayıncılık alanında özellikle çevirinin önemini vurgulayan Tanıl Bora, Sol’da olduğı kadar İslami düşüncenin gelişiminde de çevirinin oynadığı role dikkat çekerek “sıçraticı” ve “dönüştürücü” olduğunu belirtmektedir⁹⁸. İlk bölümde görüldüğü gibi Cumhuriyet’in ilk yıllarında kültürel repertuar oluşumuna hizmet eden eviri, bu defa *teorik birikim* oluşumuna katkı sunarak yine yayıncılığın merkezinde durmaktadır.

rgtlenme ise, gençlik hareketlerinden işçi hareketlerine, siyasal gruplardan yazar gruplarına kadar her toplumsal yapının öncelikli hedefleri arasında ne çıkmaktadır. Dolayısıyla söz konusu yirmi yıllık dönemin yayıncılık alanını incelerken bu iki karakteristiğın belirleyici olduğı ve alanda simgesel mücadelenin görünür olmaya başladığı bir yapı incelenecektir. Söz konusu mücadeleyi anlayabilmek adına öncelikle “İki Darbe Arası Dönemde Siyasal ve Toplumsal Alan” ele alınacaktır. Ardından bu yirmi yıllık dönemde söz konusu mücadelelerin yayıncılık alanına nasıl taşındığı incelenecektir. Bu bölümü ise üç alt bölümde ele alıyoruz. İlk, siyasal alanın yayıncılık alanına doğru genişlemesine tanıklık edilen sol siyaset ışığında gelişen yayıncılık olurken, ikinci alt bölümde sağ siyaset ışığında gelişen yayıncılık biçimin ortaya çıkışı ele alınacaktır. nc alt bölümde ise dergicilik deneyiminin oluşturduğı sermaye türlerine ve bunun yayıncılık alanına nasıl tahvil edildiğı araştırılacaktır.

1.3.1.İki Darbe Arası Dönemde Siyasal ve Toplumsal Alan

Türkiye’de Demokrat Parti iktidarının 27 Mayıs 1960 askeri darbesiyle sona erdirilmesi, peşi sıra düzenlenen Anayasa (1960 Anayasası olarak anılacak ve 1980’deki askeri darbeye kadar yürürlükte kalacaktır) toplumsal muhalefete zemin hazırlayacak örgütlenme özgürlüğünün önünü açmıştır. lke içinde toplumsal ve siyasal muhalefet gündelik yaşamı politize ettiğı gibi, kültürel alanı da aynı şekilde siyasallaştırmıştır. Öyle ki, 1960’lı yıllar i göç nedeniyle kent nüfusunun arttığı, sanayileşme hamlesinin yaşandığı ekonomide kalkınma

⁹⁷ Asım z, “1960’lı Yılların Gölgesinde Edebiyat Dergisi ve Düşünce Dünyası”, **Birikim Dergisi**, <https://www.birikimdergisi.com/guncel/9887/1960li-yillarin-golgesinde-edebiyat-dergisi-ve-dusunce-dunyasi> (15 Ocak 2020)

⁹⁸ Tanıl Bora “Devamlılık İçinde Değışim, Değışim içinde Devamlılık” Tanıl Bora ile söyleşi, **Notos yk**, s.63, Nisan-Mayıs 2017, s.101 (98-101).

politikalarının uygulamaya başlandığı yıllardır. Toplumsal muhalafeti örgütleyen kurumlar arasında 1967’de Türk-İş’ten ayrılarak kurulan DİSK (Devrimci İşçi Sendikaları Konfederasyonu) 1960 -1980 arası işçi mücadelesinde önemli bir aktör olarak yer alırken, sosyalist hareketin Türkiye İşçi Partisi (TİP) altında örgütlenerek ilk kez Meclis’e on dört milletvekili ile girmesi dönemin “çoğullaşma” karakteristiğini göstermesi bakımından önemlidir. Buna mukabil, sosyalist hareketlerin yükselişinin yanı sıra milliyetçi ve muhafazakâr yapılar, kendilerine olan toplumsal desteği artırmaktadır. DP iktidarında meşru zemine kavuşan ve siyasallaşan İslami düşünce de bu dönemde siyaset sahnesinin aktörlerinden biri olacaktır. Örneğin 1965 seçimlerinde Sağ siyaset yürüten Adalet Partisi’nin iktidar olması, ilk kez siyasal İslam’ın, Milli Nizam Partisi (1970) altında örgütlenmesi sözü edilen çoğullaşmayı yansıtmaları bakımından önemlidir ve ilerleyen bölümde yayıncılık alanına olan etkisini anlamak için de yol göstericidir. Siyasal alanın toplumsal alana doğru genişlemesinin önündeki en büyük itici güç gençlik, politize olan öğrenciler ve işçi hareketleri olmuştur. 1960’ların Türkiye’deki öncü dinamiklerinden biri gençlik hareketidir. 1960’ları değerlendirirken Zafer Toprak:

“Bunu tetikleyen gençlik hareketi. O zamana kadar sınıf bazında toplumsal sorunlara bakılırken, II. Dünya Savaşı’nın ardından bloklu bir dünya oluştuktan sonra, sınıf kavramı her türlü soruna cevap oluşturuyordu. Sınıf çatışması çok değişik düzeylerde, gelişmişlik az-gelişmişlik ve benzeri bütün durumlarda gündemdeydi. 1960’larda sınıf ötesinde bir sorunsal gündeme geliyor. Bir nesil sorunu gündeme geliyor. Bir gençlik var ve bu gençlik ‘yeni bir kültür’ ve ‘karşı kültür’ hareketi içinde baş kaldırıyor”⁹⁹. Üniversite, bir “karşı-kültür” odağı haline gelerek siyasal iktidara muhalif durmaktadır. 1968 yılı dünyada olduğu gibi Türkiye için de bir kırılma yaşandığına dikkat çeken Cem Eroğul, “O yıl: solcu gençlik savaştan bir niteliğe büründü: ilk üniversite işgali yaşandı; ilk öğrenci ölümü görüldü; Zonguldak ve İstanbul’daki işçiler büyük gösteriler düzenlediler; işçiler ilk kez fabrika işgal ettiler; sağcı gençleri örgütlemek üzere ‘Ülkü Ocakları’ kurulmaya başlandı; gösteri niteliğinde ilk toplu namaz kılındı”¹⁰⁰.

Özellikle sol siyasetle örgütlenen gençlik muhalafeti hiçbir dönemde olmadığı kadar ülke içinde kamuoyu oluşturma gücüne sahip olmuştur. Bu açıdan 1970’li yıllar “*solun belki de en hegemonik siyasal aktör sayılabileceği yegâne dönem*”¹⁰¹ olarak iddia edilmektedir. Bu

⁹⁹ Zafer Toprak, “20. Yüzyılda 1960’lar Gerçekten Çok Önemli Bir Kırılma Noktası”, **Mithat Alam Film Merkezi** Söyleşi, Panel ve Sunum Yılı 2006, s. 435-440.

¹⁰⁰ Cem Eroğul, “Tarihin ve Güncelin İşığında Sosyalist Strateji: ‘Türkiye ve Sosyalizm Sorunları’”, **Mühürler-Türkiye Sosyalist Hareketinden Eserler** Gökhan Atılğan (hızl.), Yordam Kitap, İstanbul: 2019, s.163.

¹⁰¹ Kerem Ünüvar “70’lerin 80’lerin Öncesi 60’ların Sonrası” **Toplum ve Bilim**, Sayı 127, 2013, s. 30-47.

dönem çıkan pek çok yayın, afiş ve dergi kapağının tasarımlarını yapan Yılmaz Aysan bu durumu şöyle özetliyor: “...soysal, sanatsal, ve kültürel alanda bir patlamanın yaşandığı bu yaratıcı dönemin bir ‘devrim’ olarak nitelenmek hiç de zor olmayacak”¹⁰². Bu yıllarda Türkiye, Doğu Avrupa ve Güney Afrika gibi ülkelerde kültürel üretimin niteliksel ve niceliksel artışını Eric J. Hobsbawm, koşulların getirdiği inanca bağlamaktadır “kendi halklarının onlara ihtiyacı olduğu duygusu”¹⁰³ ile sanatçı, yazar ve entelektüellerin “gerçek anlamda siyasetin ve özgür basının olmadığı” koşullarda bunu yerine getirenin kendileri olduğunu belirtmektedir. Nitekim Türkiye’deki entelektüel ve sanatçılar da benzer bir motivasyonla üretimde bulunmuş, bir misyon yüklenmişlerdir. Bu misyon bir yönüyle işçi grevlerinden, gecekondulaşmaya kadar pek çok konuda edebiyatın tanıklığına başvururken, diğer taraftan yazarların da politize olmalarını sağlamıştır¹⁰⁴. Ve yine bu misyon ile yayıncılığa başlayan yazarlar olmuştur. Nitekim, edebiyat eleştirmeni Fethi Naci, Gerçek yayınlarını kurar ve “100 Soruda” dizisiyle Türkiye’de ekonomiden siyaset bilimine uzanan bir yelpazede kuramsal bilgiye katkı sunacak olan soru cevap dizilerini hazırlar konunun uzmanı olduğunu düşündüğü akademisyenlere. Şükran Kurdakul (1958-1976/Ataç Yayınevi), Memet Fuat (1960-1980/De Yayınevi), Vedat Günyol (1959-1977/Çan Yayınları), Fazıl Hüsni Dağlarca (1959-1970/Kitap Kitabevi) da doğrudan ve aynı tarihlerde yayıncılık faaliyetine başlayan yazarlardır.

Yayıncılık alanında bu dönemde görünür olmaya başlayan sembolik iktidar mücadelesinin temelinde bu misyonun yattığını gözlemlenmektedir. Bu açıdan Hobsbawm’ın tespiti dönemin karakteristiğini anlamak bakımından önemlidir. Hobsbawm’ın vurguladığı gibi sanatçı toplumsal duyarlılıkla hareket ederek bir misyon yüklenerek üretimde bulunmaktadır. Misyon kaygısı ve motivasyonu ile hareket eden entelektüellerin, sanatçıların plastik sanatlardan edebiyata, tiyatrodan¹⁰⁵ sinemaya¹⁰⁶ kültürün tüm alanlarında simgesel bir

¹⁰² Yılmaz Aysan, **Afiş Çıkmak: 1963-1980 Sol’un Görsel Serüveni**, 2. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, s. 13.

¹⁰³ Eric Hobsbawm, **Kısa Yirminci Yüzyıl 1914-1991 Aşırıliklar Çağı**, (çev). Yavuz Alogan, İstanbul: Sarmal Yayınevi, 1996, s.578.

¹⁰⁴ Sennur Sezer, **68’in Edebiyatı, Edebiyatın 68’i**, İstanbul:Evrensel Basım Yayın, 2008, s. 61.

¹⁰⁵ Tiyatroda Epik Tiyatro’nun öncüsü Bertolt Brecht’in çeviri oyunları sahnelenirken Haldun Taner, Asaf Çiğiltepe, Vasıf Öngören gibi tiyatro insanları tarafından “kim için tiyatro?” tartışmaları öne çıkarken “*tiyatro ve devrim*” ilişkisi, tiyatronun rolü, “*halkın tiyatrosu*” gibi kavramlar sıkça tartışılan konulardır. Bu tartışma zemini yeni oyun metinlerinin yazılmasına ve sahnelenmesine öne ayak olmuştur. 1963’te Asaf Çiğiltepe -sonraki kuşaklar tarafından bir ekol/bir mihenk taşı olarak benimsenecek- Ankara Sanat Tiyatrosu (AST) kurar. AST, kendini “devrimci ilerici tiyatro” olarak tanımlayarak Ankara’da kurulur. 1966’da TÖS, 1968’de Devrim İçin Hareket Tiyatrosu, 1969’da Halk Tiyatrosu ve Dostlar Tiyatrosu kurulmaktadır. Kurucuları aynı zamanda Türkiye İşçi Partisi (TİP) başta olmak üzere sol siyasette aktif olarak ilgilenmektedir.

¹⁰⁶ Sinemada da benzer bir üretim ve örgütlenme hareketliliği görülmektedir. Dönemin aydınları tarafından kurulan Türk Sinematek Derneği, dünya sinemasının ve ekollerinin-Sovyet Sineması, Fransız Yeni Dalga, İtalyan Yeni Gerçekçiliği-Türkiye’deki izleyicilerle buluşmasına öne ayak olur. Sinematek (1965-1980) bir kuşağı kültürel olarak besleyen bir oluşum olarak çıkmaktadır.

mücadele yürüttüğünü gözlemliyoruz. Dönemin edebiyat alanı üzerinden bir değerlendirmede bulunan Çimen Günay Erkol, edebiyatın politik olarak araçsallaştırıldığını ve ülkenin “*önemli sorunlarının tartışıldığı bir zemin*” olarak öne çıktığını belirtirken, Doğan Hızlan bu dönemde “*siyasi ölçütler edebi ölçütlerin önüne geçmişti*”¹⁰⁷ tespiti de bu görüşü destekler niteliktedir. Bu mücadelenin görünür olduğu alanların başında yayıncılık gelmektedir.

1.3.2.İki Darbe Arası Dönemde Yayıncılık Alanı

Bu yirmi yıllık dönem (1960-1980) her anlamda (edebi ve fikrim üretim, yeni kurulan yayınevleri, çeviri eserler bakımından) yayıncılığın çeşitlendiği dönem olarak değerlendirilirken, siyasi ve edebi dergiler, politik ve yazınsal bir dünyanın ortak zemini olarak görülmektedir¹⁰⁸. Siyasal alanda bir kuşağın ‘*siyaseten kazanılması*’ olarak meseleye bakıldığından, sembolik iktidar mücadelesinin her alana nüfuz ettiğini gözlemlemek mümkündür. Pierre Bourdieu, herhangi bir *alandan* söz ediliyorsa sembolik olarak *iktidar* mücadelesinden söz edildiğini belirtir.¹⁰⁹ Ve sembolik iktidarı “*buyruk altında olan iktidarın dönüştürülmüş biçimi*” olarak açıklamaktadır. Dönüştürülmekten kastı ise, iktidarın görünümü değiştirilmiş ve farklı formlar altında meşrulaştırılmış olduğudur.¹¹⁰ Nitekim yayıncılık, bu dönemde farklı ideolojilerin çatıştığı ve her birinin kendine yer edinmeye çalıştığı bir görünüm arz etmektedir. Bu mücadelenin yayıncılık alanına yansısı belirgin biçimde siyasal eğilimlere bağlı yayınevlerinin alana girmesi olmuştur. Bölümün başında belirttiğimiz gibi “çoğullaşma” dönemin yayıncılık alanının da karakteristiklerinden biridir. Bu bağlamda sözünü ettiğimiz yirmi yıllık dönemde hem sol siyaset hem sağ siyaset eliyle gelişen bir yayıncılık ortaya çıkmıştır. Yayıncılık alanında kendi simgesel konumunu korumak, yer edinmek, literatür ve teorik birikim oluşturmak mücadeleyi besleyen dinamikler olarak karşımıza çıkmaktadır. Söz konusu yayınevlerinin literatür oluşturma çabasının (büyük ölçüde bilgi eksikliği ihtiyacından kaynaklanmıştır) en temel aracı çeviri olmuştur. Özellikle çeviri sayesinde bu

¹⁰⁷ Çimen Günay Erkol, “Yetmişli Yıllarda Edebiyat”, *Türkiye’nin 1970’li Yılları*, Mete Kaan Kaynar (hızl.) İstanbul: İletişim Yayınları, 2020, s. 800; Doğan Hızlan, *Edebiyat Daima*, İstanbul: Doğan Kitap, 2016, s. 318.

¹⁰⁸ Hakkı Başgüneş, *Yazarlar Çağı Türkiye’de 1960 ile 1980 Arasında Edebi Üretim ve Politika*, İstanbul:Yazılama Yayınları, 2015, s. 19.

¹⁰⁹ Pierre Bourdieu, “Sur le Pouvoir Symbolique”, *Annales* Yıl 32, Sayı 3, 1977:s.405-411.

¹¹⁰ Bourdieu, 1977 , s. 410.

yirmi yıllık zaman diliminde çok sayıda ürün ortaya konmuştur. Örneğin Karl Marx'ın Kapital'i ilk kez 1966-1967 yılında orijinal dili olan Almanca çevirisi Sol yayınları tarafından yapılmıştır.¹¹¹

Pierre Bourdieu, alanın yapısı gereği bir mücadele sahnesi olduğunu vurgularken alandaki konum alışların iki temel strateji üzerinden yürüdüğünü belirtmektedir. Ona göre bu iki strateji: *muhafaza stratejileri* ve *yıkım stratejileridir*.¹¹² Muhafaza stratejisi, kendi konumunu korumaya yönelikken yıkım stratejisi alana yeni girenlerin oyunu değiştirmek, dönüştürmek üzere geliştirdikleri stratejilerdir, bir yönüyle eski olanla yeni olan yani *avant-garde* arasında “oyunu kurmak” üzere yapılan mücadele söz konusudur.¹¹³ Sembolik iktidar mücadelesi, oyunu yeniden kurmak isteyen yeni oyuncularla oyunun kurallarını belirleyen eskilerin stratejileri arasında geçen bir mücadeledir. Gerek sağ gerek sol siyasetle ilintili gelişen yayıncılığın literatür oluşturma ihtiyacı, çeviriye ağırlık vermesi yayıncılık alanında konumlanma ve bu şekilde mücadelenin tarafı olmaya çalışmakla birlikte Bourdieu'nün vurguladığı gibi bir *yıkım stratejisiyle* oyunun kurallarını belirleme eğilimi taşımaktadır. Nitekim, bu stratejiler sembolik iktidar mücadelesinin yürütülme biçimleri olarak tezahür etmektedir. Elbette sadece yeni ile eski arasında değil, konumlar arasında da yürüyen bir mücadeledir. Yayınevlerinin alandaki konumlarını belirleyen güç, sahip oldukları sermayelerden kaynaklanmaktadır. Bu dönemde söz konusu yayınevlerinin mücadeleye girmesini sağlayan sermayeleri ekonomik olmaktan ziyade simgesel sermaye, kültürel ve sosyal sermayedir. Bu dört sermaye türüne de hizmet eden dönemin diğer karakteristiği olarak ele aldığımız “örgütlülük” olmuştur. yayınevinin bağlı olduğu örgüt, grup veya fraksiyon yayınevinde çalışacak çevirmen, editör gibi sosyal sermayeyi sağlarken aynı zamanda o yayınevinin simgesel sermayesini de oluşturmaya yardımcı olmaktadır. Örgütlülük aracılığıyla kurduğu ilişkiler ve üretimle kültürel sermayesi beslenebilmektedir. Siyasal alanının yayıncılığa doğru genişlemesi bu mücadelenin tetikleyicisi olmuştur.

¹¹¹ Kapital'in ilk çevirisi Dr. Hikmet Kıvılcımlı tarafından fasikül olarak (1927) de yapılıyor ancak Kıvılcımlı'nın tutuklu olduğu döneme rastlaması nedeniyle çeviri aksıyor. Mehmet Selik tarafından yapılan ve Sol/Onur yayınlarının bastığı çeviri ise Almanca orijinal dilinden yapılıyor. Diğer Marx çevirileri ise genellikle çevirinin çevirisi oluyor çoğunlukla İngilizce'den, Kapital'in tamamının (3 cilt) çevirisi ise Alaattin Bilgi tarafından 1975-1978 yılları arasında Sol/Onur yayınları tarafından yapılıyor.

¹¹² Anne Jourdain ve Sidonie Naulin, **Pierre Bourdieu'nün Kuramı ve Sosyolojik Kullanımları**, çev Öykü Elitez, İstanbul: İletişim Yayınları, 2016, s.126

¹¹³ Pierre Bourdieu ve Yvette Delsaut, “Le Couturier et Sa Griffe: Contribution a Une Théorie de la Magie” s.9 https://www.persee.fr/doc/AsPDF/arss_0335-5322_1975_num_1_1_2447.pdf (30 Mart 2019)

İki darbe arası dönemin yayıncılık alanı açısından bir diğer özelliği ise dergicilik deneyimi ve dergicilikten yayıncılığa aktarılan sermaye birikimi olmuştur. Dergicilik deneyimini “çoğullaşma”nın bir sonucu olarak geliştiğini gözlemliyoruz. Gerek siyasetle ilintili gelişen dergicilik gerek edebiyat ve kültür dergileri “çoğullaşma”nın beslediği tartışma kültürünün bir sonucudur. Söz konusu tartışma kültürü dergiler aracılığıyla kitap yayıncılığına taşınmıştır. Pierre Bourdieu’nün, güç ilişkilerinin *iletişim ilişkileri* olduğu yaklaşımı¹¹⁴ dergiciliğin bir nevi iletişim ilişkisi görevi gördüğü ve güç ilişkilerini oluşturduğunu da vurgulamaktadır. Dergicilik, yazma, çevirme ve yayınlama deneyimi kazandırırken diğer taraftan okur ayağı ile ekonomik sermaye oluşumuna da katkı sunmaktadır.¹¹⁵ Okumak, gündemi takip etmek adına bir ihtiyaç olurken aynı zamanda bir aidiyet belirtmektedir: kişinin okuduğu gazete, kitap ve dergi ile siyasal eğilimi paralel gitmektedir. Çünkü bu dönemde dergi (ve yayın) aynı zamanda bir siyaset yürütme biçimidir. Fraksiyonlar ve siyasal örgütlenmeler tartışma zeminini sokağın yanı sıra dergideki yazılara taşımıştır. Yayıncılık alanındaki simgesel mücadeleyi belirleyen bu üç olguyu: sol siyasetle ilintili yayıncılık, sağ siyasetle ilintili yayıncılık ve dergicilik deneyimi ile kitap yayıncılığa aktarılan sermaye birikimi olmak üzere üç alt başlık altında bir sonraki bölümde incelenecektir.

1.3.2.1.Sol Literatür Yayınlayan ve Sol Siyasetle İlişkili Yayıncılık

Yirmi yıllık bu dönemde yayıncılık alanında, siyasal alanla doğrudan ve dolaylı ilişkide bir yayıncılık türü gelişir. Organik olarak siyasal bir oluşumun yayını olan yayınevlerinin yanı sıra organik bir bağı olmaksızın sol siyasetle ilintili ve Marksist literatür yayınlayan yayınevlerinin de bu dönemde kurulduğu gözlemlenmektedir. Her iki yayıncılık türünde temel motivasyon literatür eksikliğinin giderilmesidir. Sol literatürün Türkçe’ye çevrilmesi elbette

¹¹⁴ Bourdieu, 2016, s. 201.

¹¹⁵ Herhangi bir siyasal oluşumla doğrudan bağlantısı olmayan fakat mizah üzerinden toplumsal bir muhalefet yürüten mizah yayını Gırgır dergisi (1975-1985) bu dönemde yüz binlerin üzerinde satış rakamına ulaşarak tarihe en çok satan mizah dergisi olarak geçmektedir. Derginin satış adedi; 1973 yılı sonunda 100 bin, 1976’da 200 bin, 1981’de 400 bindir. Gırgır’ın böylesi bir tiraja ulaşmasında mizah üzerinden yürüttüğü muhalefetin ve gündelik hayat içindeki toplumsal hoşnutsuzluğun dile getirilişi bulunmaktadır. Gökhan Demirkol, *Gırgır Bir Mizah Dergisinde Gündelik Hayatın Dönüşümü (1972-1989)*, İstanbul: İletişim Yayınları, 2018, s.7-53.

1960'larla birlikte başlamamıştır. Türkiye Komünist Partisi ile birlikte Marksist literatürün Türkçe'ye kazandırılması yönünde çabalar olduğu bilinmektedir¹¹⁶. TKP'nin 1922-1925 yılları arasında *Aydınlık Külliyyatı* başlığı altında Şefik Hüsnü ve Mustafa Suphi'nin çevirileri, Ali Cevdet'in çevirileri, bunun yanı sıra Dr. Hikmet Kıvılcımlı ve Fatma Nudiye Yalçı'nın *Marksizm Bibliyoteği* yayınları ve *Emekçi Kütüphane* serisi, Sabiha ve Zekeriya Sertel'in *Ecnebi Dillerde Neşriyat Evi* yayınları, Kerim Sadi'nin 1932-1935 yılları arasında çıkardığı *İnsaniyet Kütüphanesi* ve Haydar Rifat'ın *Dün ve Yarın Külliyyatı*¹¹⁷ çeviri faaliyetini yürüten yayınlar arasındadır. Ancak sistematik olarak sol literatürün çevirisi ve sol siyasetle doğrudan ilişkideki yayınevlerinin kurulması için 1960'ları beklemek gerekecektir.

Özellikle bilgi ihtiyacının tetiklediği bir literatür oluşturma çabasından söz etmiştik. Bu çabanın önemli aracı ise çeviri olmuştur. 1960'larla birlikte yayıncılık alanında Sol'un ağırlığının hissedilmesinin temel nedenlerinden biri ülke içinde yükselen sol siyasetle ilintilidir. Nail Satlıgan'a göre, 1950'lerdeki TKP ve sol nezdinde yapılan aydın tutuklamaları, onları cezaevinde çeviri yapmaya sevk etmiş ve 27 Mayıs'ın ardından tutukluluk halinin ortadan kalkmasıyla birlikte cezaevinde çevrilen eserler bir biri ardına basılmıştır¹¹⁸. Sol literatürün oluşmasında “çeviri” merkezi rol oynamıştır. Ünal, çevirinin oynadığı bu merkezi rolü Schaaffner'den yaptığı bir alıntıyla şu şekilde açıklamaktadır: “*toplumsal değişim dönemlerinde çeviri, periferiden sosyo-kültürel çoklu sistemlerin merkezine taşınır*”¹¹⁹. Dolayısıyla bir sol literatürün oluşmasında-Sağ için de benzer durum geçerlidir- “çeviri” anahtar rol oynamıştır. Bu durum sadece Türkiye'ye özgü bir durum değildir. Yayıncılığın bir propoganda biçimi olarak yürütülmesi ve siyasal hareketlerce desteklenmesi Soğuk Savaş dönemi siyasetinin bir parçasıdır. Örneğin, Yunanistan'da da Türkiye'de olduğu gibi Marksist Leninist (ML) yayınevlerinin kuruluşu 1960'lara denk gelmektedir ve çeviri ağırlıklı repertuar oluşturulmuştur. Ülke dışındaki sol hareketin yükselişi ülke içine sirayet etmiş ML kitabevleri, dergiler ve yayınevleri faaliyete başlamıştır¹²⁰. Yayıncılık bir propaganda faaliyeti olarak

¹¹⁶ İlk Marksist Türkçe yayın olarak bilinen *Kurtuluş* Almanya'da 1919-1920 arasında yayınlanır. Gökhan Atılğan (hzl.), *Mühürler-Türkiye Sosyalist Hareketinden Eserler*, Yordam Kitap, İstanbul, 2019, s.16.

¹¹⁷ Ünal, 2006, s. 22.

¹¹⁸ Nail Satlıgan ile Görüşmeden aktaran Erkal Ünal A Survey of the Translations into Turkish Non-Fiction Left Books Between 1960-1971”, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Boğaziçi Üniversitesi ATA, 2006) s. 27.

¹¹⁹ Schaaffner, Christina “Political Discourse Analysis From the Point of view of Translation Studies.” *Journal of Language and Politics* 3:1 (2004), s. 117-150.

¹²⁰ Hristos Mais, “The Marxist Leninist Publishing Field During the 60's-70's in Greece”, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Leiden University, 2009), s.12-13.

görülmekle birlikte, Çin ve SSCB (Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği) tarafından desteklenen çeviri programlarının bunda etkisi vardır. Sol siyasete bağlı olarak gelişen yayıncılık alanında özellikle Maoist hareketlerin-1960'larda Türkiye'deki ağırlığını göz önüne alacak olursak- Çin'in etkisi ağırlıklı olarak hissedilmektedir. Pekin'de 1952'de kurulan Foreign Language Press (FLP) küresel ölçekte Mao eserlerinin çevrilmesi ve yayınlanmasını desteklerken Parti'nin faaliyetleri, bildirileri ve çalışmalarının yanı sıra Çin'in ekonomi-politik ve kültürüne dair eserler yayınlamak üzere kurulmuş ve bugüne değin 160 ülkede 400 milyon baskı adedine ulaşmıştır¹²¹. Diğer taraftan Moskova Ecnebi Dillerde Neşriyat Evi, SSCB kaynaklı literatürün çevirisinde rol oynamıştır¹²². Yine bu dönemde SSCB organik bağı olan **Konuk yayınları** aynı amacı taşımaktadır. Mao'nun eserlerini yayınlayan **Teori** yayınevi, 1970'lerin sonuna doğru Troçkist eserler yayınlayan **Eleştiri** yayınevi, Masis Kürkçügil tarafından kurulan Troçkist **Köz** yayınları (daha sonra selefi Yazın Yayıncılık olacaktır) bunlar arasındadır.

Bu dönemde sol yayıncılar arasında ise aşağıdaki Tablo 4'te görüldüğü üzere şu yayınevleri geçmektedir¹²³: **Ağaoğlu, Anadolu, Ant, Ararat, Ataç, Bilim ve Sosyalizm, Çan, Dönem, Dördüncü, Düşün, E, Gerçek, Habora, Hür, İzlem, Köprü, May, Öncü, Payel, Proleter Devrimci, Sander, Ser, Sol, Sosyal, Sosyal Adalet, Toplum, Aşama, Bilim, Bilgi, De, Emek, Gözlem, Ekim, Günebakan, Kitle, Koral, Koza Komün, Maya, Odak, Taban, Yeni Dünya, Yar, Yol, Yön ve Yücel** bulunmaktadır¹²⁴.

¹²¹ <http://www.flp.com.cn/en/newsdetail.cfm?iCntno=341> (çevrimiçi 2.05.2019)

¹²² Erkal Ünal, "Sol Düşüncesinin Ortasında ve Kıyısında: Çeviri Kitaplar", Tanıl Bora ve Murat Gültekingil (ed.) **Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce 8. Cilt/Sol** içinde (418-431) 4. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, 2018, s.429.

¹²³ Ünal, 2006, s. 41.

¹²⁴ Ünal, 2018, 431.

Tablo 4
1960-1980 Yılları Sol ile İlintili Yayınları

1. Ağaoğlu	19. Emek	37. Öncü
2. Anadolu	20. Evren	38. Payel
3. Ant	21. Gerçek	39. Proleter Devrimci
4. Ararat	22. Gözlem	40. Sander
5. Aşama	23. Günebakan	41. Ser
6. Ataç	24. Habora	42. Sol
7. Bilgi	25. Hür	43. Sorun Yayınları
8. Bilim ve Sosyalizm	26. İzlem	44. Sosyal Adalet
9. Bilim	27. Kitle	45. Sosyal
10. Belge	28. Komün	46. Taban
11. Çan	29. Koral	47. Teori
12. De	30. Koza	48. Toplum
13. Dönem	31. Kurtuluş	49. Tufan
14. Dördüncü	32. Köprü	50. Yar
15. Düşün	33. Köz	51. Yeni Dünya
16. EE	34. May	52. Yol
17. Ekim	35. Maya	53. Yön
18. Eleştiri	36. Odak	54. Yücel

Kaynak: Tez yazarı tarafından şu kaynaklardan derlenmiştir:

Varlık Dergisi Yıllıkları 1960-1970 Yılları Arası

Erkal Ünal, A Survey of the Translations into Turkish non-fiction Left Books Between 1960-1971, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Boğaziçi Üniversitesi ATA 2006) s. 41.

Bu yirmi yıllık dönem de sol ile ilintili yayıncılık da kendi içinde farklılık gösterir. Erkal Ünal sol yayıncılığın 1960'lar ve 1970'ler arasında farklı ilerlediğine dikkat çekmektedir. Ünal'a göre 1960'larda basılan sol literatüre ait kitapların ayırt edici tarafı “*toplumsal hareketlerden örgütsel ve düşünsel anlamda nispeten bağımsız bir çizgi izlemiş olmasıdır*”¹²⁵. 1970'lerde ise durum çeviri açısından değişir, bu on yılın öne çıkan özelliği çok *hızlı zaman zaman özensiz ve hatta tahrifata uğramış* ve doğrudan bir siyasal hareketin/örgütün yayın faaliyeti içinde çevirilerin yapılmış olmasıdır. Bu yirmi yıllık dönemde çıkan çeviri kitaplar incelendiğinde bu hız ve yoğunluğu gözlemlemek mümkündür.

Varlık Dergisi Yıllıkları'na göre 1960'ların başında sol literatüre dair sayıca yılda bir veya iki çeviri kitap yayınlanırken, ikinci yarıdan sonra, özellikle 1966 yılında çok sayıda Marx ve Lenin çevirisi yapılmıştır.¹²⁶ 1970'lerin ikinci yarısından itibaren ise çeviri sayısı ikiye

¹²⁵ Ünal, 2018, s. 422.

¹²⁶ Atilla Tokatlı'nın çevirdiği Lenin'in Seçme Yazıları, Erdoğan Başar'ın çevirdiği Kapitalizmin En Yüksek Aşaması Emperyalizm kitabı, Selahattin Hilav, Murat Belge ve Mehmet Selik'in Marx çevirileri yayınlanmıştır. 1967'de Stalin'in kitapları çeviriler arasında yer alırken, Kropotkin'in Anarşizm'i, Gramsci'nin Aydınlar ve Toplum kitabı yayınlanmıştır. 1968'de Marx ve Lenin eserlerinin yanı sıra Che Guevara'nın Gerilla Günlüğü (çev. Metin Gönenç), Küba'da

katlamıştır. Varlık Yıllıkları'ndan edindiğimiz veriye göre 1975 yılında sol literatüre ait 88 kitap çevrildiği kayda geçmiştir, ki bu sayı 1965'te 12, 1968'de ise 50'dir.

Bu dönemde yayıncılık alanında yüksek kültürel ve simgesel sermaye ile konumlanan yayınevlerinden biri **May Yayınları** olmuştur. May yayınları, 1965 yılında gazeteci Mehmet Ali Yalçındağ tarafından kurulmuş ve 1980'li yılların başına kadar yayıncılığa devam etmiştir. Yayıncılar Kooperatifi girişiminde de yer alan Yalçındağ, hem alandaki örgütlenmenin öncülerinden olmuş hem de yayınladığı kitaplarla 1970'lerin sonuna değin yayıncılık alanında söz sahibi durumda olmuştur. Hasan İzzettin Dinamo'nun sekiz ciltlik eseri *Kutsal İsyan*, Kemal Sülker'in *Nazım'ın Hikmet Savunması* gibi önemli eserlerin yayıncısı olmuştur. 1965 yılında kurulan önemli yayınevlerinden biri de **Sol (Onur) Yayınlarıdır**. Muzaffer Erdost tarafından Ankara'da kurulan yayınevi, Sol literatürün temel eserlerini çevirip yayınlayarak teorik tartışmalar sunmuştur. Karl Marx, F.Engels, V.I. Lenin'in, Charles Darwin'in eserlerini Türkçe'ye kazandırmıştır. Yayınevinin sahibi bastıkları kitaplar nedeniyle uzun tutukluluk ve yargılamadan geçmiştir. Mao Zedung'un kitabı *Teori ve Pratik* kitabının baskısıyla ilk yargılamamanın ardından 1971 Muhtırası sonrası cezaevine girer 1974'te genel af'a çıkana kadar yayınevi kardeşi İlhan Erdost tarafından yönetilir. Sol yayınları, 1980 darbesinden sonra Sol/Onur yayınları adıyla yayıncılığa devam etmektedir. Kuruluş tarihine tam olarak ulaşamamakla birlikte 1970'lerin önemli Sol yayınevlerinden biri de **Evren Yayınları**'dır. Mahir Çayan'ın *Bütün Yazıları* (1976), *Uruguay Halk Hareketi Tupamoralı*, Mehmet Ali Moğultay'ın *Tüm Yazıları*, Nazım Hikmet'in *Şiirler*, Stalin'in *Sağ ve Sol Sapmaları* (1976), Marx ve Engels'in *Komünist Manifesto*, Lenin'in *Pazar Sorunu* (1978), Fidel Castro'nun *Ya Özgür Vatan Ya Ölüm* (1977), Che Guevara'nın *Gençlik Üzerine Yazılar* (1979) gibi kitapları Türkçe'ye kazandırmıştır. 1970'lerin sonunda Ayşe Nur Zarakolu ve eşi Ragıp Zarakolu tarafından **Belge Yayınları** (1977) kurulur. Ragıp Zarakolu Belge yayınlarının kurulmasında önceki yayınevi deneyimlerin etkisinden bahseder:

“Belge’yi Ant Yayınları’nın geleneğinin bir çeşit devamı olarak da kabul edebiliriz. Yine Belge’yi kurmadan önceki deneyim olarak 12 Mart’tan önce Ant yayın yapamaz hale geldiği için Yöntem Yayınları kurulmuştu. Yöntem Yayınları’na da katkıda bulundum. Bir de 12 Mart sonrası kurulmuş Gözlem Yayınları vardı. O da çok özgün bir yayıneviydi. Gözlem Yayınları’nın çok kültürlü

Sosyalizm ve İnsan (çev. Can Yücel) ve Savaş Anıları (çev. Seçkin Çağan) kitapları, Ho Chi Minh'in Milli Kurtuluş Savaşımız ve Mao'nun kitapları (Güneş Tezeren ve Ahmet Argın çeviriyle) yayınlanmıştır.

bir yapılanması vardı. Kurucusu yine bir kadındı. Abdullah gibi çok koşturan arkadaşlar da vardı ama ruhu Marianna'daydı. Marianna da Stefanos Yerasimos'un kız kardeşidir. Alt yapımızda böyle bir zemin vardı.”¹²⁷.

Zarakolu, yayıncılık alanındaki sosyal sermaye ve ilişkilerin önemine vurgu yaparken, ülkeye özgü yayıncılığın karakteristiğini de çizer, buna göre sosyal sermaye bazı yayınevlerinin kurulmasında ekonomik sermayeden öncelikli olabilmıştır. Kişiler arası ilişkiler ağı alana girilmesini kolaylaştıran faktör olurken aynı zamanda kurucu sermaye biçimi de olabilmektedir.

Sol siyasetle ilişkili önemli bir yayınevi de günümüzde de varlığını devam ettiren **Sorun Yayınları Kolektifi**'dir. Sorun yayınları bir kolektif olarak 1975 yılında “15-16 Haziran Hareketi'nin kadrolarınca” kurulur¹²⁸. Sırrı Öztürk tarafından (vefatına dek) yönetilen yayınevi yayın politikasını “devrimci ve Marksist siyasi ve kültürel bir çizgide” tarif etmektedir. Sol literatürün temel eserlerini basarak katkıda bulunan yayınevi kolektifi kurulduğu yıldan bugüne sol siyasetle bağını pratikte de kesmemiş bir yayınevidir. İşçi grevlerine, kitlesel eylemlere destek vererek sadece kuramsal yayınlar yapmakla kalmaz aynı zamanda iki aylık İşçi Birliği, İşçi-Kitle gazetesiyle sokaktaki mücadeleyi yayınlarına taşımaktadır.

Sol siyasetle ilintili olarak faaliyet gösteren yayınevleri sayıca çok daha fazla olmakla birlikte, alanda belli bir yer edinerek konumlanmaya çalışan yayınevleri yukarıda bahsi geçenlerdir. Söz konusu yayınevleri sol teori birikimi ve literatürün oluşmasına önemli katkılar sunarken böylelikle kültürel sermayelerini de beslemişlerdir. Alandaki mücadelenin diğer tarafında ise sağ siyasetle ilintili yürüyen yayıncılık bulunmaktadır.

1.3.2.2.Sağ Literatür Yayınlayan ve Sağ Siyasetle İlişkili Yayıncılık

İki darbe arası dönemin yayıncılık alanı açısından öne çıkan karakteristiğinin “çoğullaşma” olduğundan söz etmiştik. Sağ siyasetle ilintili yayıncılık, çoğullaşma anlamında kendi içinde muhafazakâr, milliyetçi ve İslamcı yayıncılığı da kapsamaktadır. 1960'lar sol için

¹²⁷ Ragıp Zarakolu Röportaj, “Yayıncılık Hayatımız Hep Türk Devleti'nin Sınırını Zorlayarak Gelişti” <http://www.agos.com.tr/tr/yazi/4466/yayincilik-hayatimiz-hep-turk-devletinin-sinirini-zorlayarak-gelisti> (2 Şubat 2019)

¹²⁸ <http://www.sorunyayinlari.net/Sorun-Yayinlari-Kolektifi> (12 Ocak 2018)

olduğu gibi İslamcı yayıncılık için de bir düşünsel “uyaniş” dönemidir ve çeviri bu uyanış temel aracı olmuştur.¹²⁹ Solda olduğu gibi literatür oluşturma kaygısı ve bilgilenme ihtiyacı çeviri ile beslenerek sağlanmıştır:

“1960 ihtilalinin sonuçları açısından bir “dışa açılma” yarattığını, İslami yayıncılığının yeşerdiği dergicilikle birlikte “Sosyal Adalet (Seyyid Kutub) kitabı çok ilgi gördü, bu sayede bir çok gencin İslam’a ilgi duymasına sebep oldu. Bu ilgi 64-65’ten sonra biraz daha hız kazandı.. Biz de 65’ten sonra Hilal dergisi ve yayınlarını yönetiyorduk. Dışa açılma çerçevesinde İslam dünyasından kitap, dergi, bültenler gelmeye başladı. Bunların değerlendirmesini yapmaya başladık, İngilizce, Fransızca, Arapça ve Farsça yayınları okuyup faydalı bulduklarımızı dergide makaleler halinde, seri yazılar halinde neşrettik, daha sonra da kitaplaştırdık.¹³⁰”

1950’lerde DP iktidarıyla görünür olmaya başlayan ve asıl 1960’lardan itibaren sistematik çeviri politikalarıyla beslenen siyasal İslam ve İslami literatür Pakistan, Mısır, Suriye ve Hindistan menşei teori ve tartışma metinlerinin çevirilerinin yapılmasıyla gelişmiştir. Pakistan’dan Ebu A’la Mevdudi’nin kitapları, Mısır’da siyasal İslami hareket Müslüman Kardeşler’in kurucusu Hassan El Benna’nın ve Seyyid Kutub’un kitapları bu dönemin en çok okunan ve tartışılan yazarları¹³¹ olurken İslam fikrinin ülke içinde yayılmasının önünü açmıştır. **Hilal yayınları** bu dönemin alandaki önemli oyuncularından biridir ve çeviri yoluyla önemli ölçüde Türkçe’de İslami literatürün oluşmasına katkı sunan yayınevlerinden biridir. Diğer taraftan İslamcı yayınevleri arasında ideolojik kitapların yanı sıra çok satanlar (best-seller) furyasının da başladığı ve sağ yayıncılık alanında *hidayet romanları*¹³² adı altında yeni bir türün ortaya çıktığı gözlemlenmektedir. Hekimoğlu İsmail’in *Minyeli Abdullah* romanı (1967), Şule

¹²⁹ Yayıncılık alanında yayıncılığın sağ ve sol siyasetlerle ilişkisi üzerine yapılmış bütüncül bir değerlendirme ne yazık ki sınırlıdır. Bu bağlamda dergiler özelinde yapılmış araştırmalar olmakla birlikte, kitap yayıncılığını kapsayacak şekilde değerlendirmesiyle Tanıl Bora’nın *Cereyanlar* adlı çalışması bu eksikliği karşılayan çalışmalardan biri olması itibarıyla konuyla ilgili birincil başvuru kaynağı olmaktadır. Tanıl Bora, **Cereyanlar**, Türkiye’de Siyasi İdeolojiler, 2. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, 2017, s.456.

¹³⁰ Nihat Armağan ve Türkiye’de İslami Neşriyat, <http://www.haksozhaber.net/nihat-armagan-ve-turkiyede-islami-nesriyat-54008h.htm>

¹³¹ Yücel Bulut, “Hem Yerli Hem Yabancı: Tercüme Bir Hareket Olarak İslamcılık(?), **Türk Düşüncesinde Yerlilik ve Millilik** Sempozyum Kitabı-Bildiriler, Prof. Dr. Yücel Acer vd. (ed.) Türkiye Yazarlar Birliği Yayınları: Ankara, 2018, s.107-141.

¹³² Hidayet romanları, İslami hayat tarzının popüler bir edebi metinle ve edebiyat aracılığıyla yaygınlaştırılmasını amaçlayan roman türüdür. Türkiye’de 1960’lı yıllarda yazılmaya başlayan hidayet romanları “İslami çevrelerde önemli bir iletişim aracı işlevi görür. Dolayısıyla İslami romanlar Türkiye’nin (ve dünyanın) farklı bölgelerinde yaşayan Müslümanları mekan ötesi bir çerçevede birbirine bağlayan aracı metinler olarak anlaşılabilir”; Kenan Çayır, **Türkiye’de İslamcılık ve İslami Edebiyat Toplu Hidayet Söyleminden Yeni Bireysel Müslümanlıklara**, 2. Baskı, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2015 s. 109. Çayır’a göre *hidayet romanları*, İslami hayat tarzını benimsetmek gibi işlevsel bir rolü vardır, *duygusal repertuar* oluştururlar ve bir amaca hizmet etmek üzere yazılırlar. Ancak bu tür romanlar konu ve anlatım olarak kendi içinde de yıllara göre farklılık göstermektedir. Çayır’a göre 1980’lerin hidayet romanlarıyla 1990’ların romanları birbirinden karakterleri ve konuları itibarıyla ayrılmaktadır. Ortak paydaları ise işlevsellikleridir.

Yüksel Şenler'in yazdığı *Huzur Sokağı* (1969) gibi romanlar on binlerce baskı adedine ulaşarak satış rekorları kırmış hatta uzun satar olarak tarif edilen günümüzde de okunmaya devam etmektedir. Bu durum hem belli bir okur kitlesi yakalanmasını sağlarken, aynı zamanda benzer türde romanların yazılmasına da öne ayak olarak yayınevinin ekonomik sermaye birikiminin oluşmasına katkıda bulunmaktadır.

Yayıncılık alanındaki mücadelenin bir diğer oyuncusu ise Milliyetçi hareketle organik bağı olan **Ötüken Neşriyat**'tır. 1964 yılında Yaprak Kitabevi olarak kurulan ve 1978'e kadar bu adla kitap yayıncılığını yürüten sonrasında, Ötüken Yayınları olarak yayıncılığa devam eden milliyetçi ve muhafazakar düşünce dünyasında eserler veren yayınevidir. Yayın ilkesini "*Türk-İslam çizgisinde*" eserler yayınlamak olarak belirtmektedir. Yayınevi yayın planının, "*Türk kültürüne katkıda bulunacak eserlerin seçilmesine dikkat edilmiştir. Ötüken Neşriyat A.Ş. 'nin yayınlarındaki temel gayesi Türk tarihine, Türk kültürüne, Türk edebî birikimlerine, Türk milletinin yaşayış ve dünya görüşünü ileriye taşıyacak türden her türlü ilim, fikir ve sanat eserlerine rağbeti artırmak, bu konuları ve bu konularda yazılmış eserleri tanıtmak, geliştirmek*" olarak açıklamaktadır. Yayınevi, Mehmet Niyazi Özdemir, Fehim Üçışık, Nevzat Kösoğlu, Mustafa Yıldırım ve Ahmet İyioldu tarafından kurulmuştur. Yayına başladıkları dönemi ve yayıncılığa girme nedenlerini şu şekilde açıklamaktadır:

"Ötüken Yayınevi, 1964 yılında kuruldu. Kuruluş şartlarına göz atarsak; o yıllarda askeri darbe yaşanmış, Adnan Menderes ve iki bakan idam edilmiş, Demokrat Partililer Türkiye'nin her yerinde çeşitli sıkıntılar yaşamışlardı. Darbenin etkilerinin üniversitede yaşandığı bir dönemdi. Ben de o dönemde öğrenciydim. İstanbul Üniversitesi İktisat ve Hukuk Fakülteleri aynı mekân paylaşıyor, insanlar birbirini cebinde taşıdığı cep kitabıyla ya da okuduğu gazeteyle tanıyordu. Milli Türk Talebe Birliği ve Türkiye Milli Talebe Federasyonu olmak üzere iki öğrenci organı vardı. Federasyonu, öğrenci cemiyetleri temsil ediyordu. Devrimci diye adlandırılan grup, federasyonun başındaydı.(...)Milliyetçi muhafazakâr gençlik olan bizler için mücadeleler başladı. Milli Türk Talebe Birliği seçimlerini Bursa'da kazandık. 1965- 1966 yıllarında bu hareketlilik duruldu ve bunun nedeni bizim hakimiyetimiz oldu.. "Vatan millet meseleleri ile birlikte oluşan arkadaşlıklar, yayınevini de bir araya getirmemizi sağladı. 'Vatan kurtarmanın en iyi yolu, kitap yayınlamaktır dediğinde biz bu yola çıktık"¹³³."

Yayınevinin kurucu ortaklarından biri olan Ahmet İyioldu'nun ifadesi yayıncılık alanında yürüttükleri sembolik mücadeleyi de somutlamaktadır. Yayıncılık alanında var olma

¹³³ Ahmet İyioldu Söyleşi, <http://www.kocav.org.tr/page/vatan-kurtarmak-icin-yola-cikan-nesriyat> (11 Şubat 2018).

nedenlerinin Hobsbawm’ın belirttiği gibi kendilerince bir *misyon* olarak görmeleri ve sola karşı bir arada durmak, *örgütlenmek* ve mücadeleyi de bu şekilde yürütmek olarak belirtmektedir Sağ yayınevleri başlığı altında, Sağ siyasetle ilintili, muhafazakar ve İslami yayıncılığı da içine alacak bir kapsamdan söz edilmektedir. Aşağıda yer alan Tablo 5 bu yirmi yıllık dönem arasında kurulan sağ siyasetle ilişkili yayınevlerinin listesini vermektedir.

Tablo 5
1960-1980 Yılları Arası Sağ ile İlintili Yayınevleri

1. Ötüken	12. Bedir	23. Çile
2. Büyükdöğü	13. Edebiyat Dergisi Yayınları	24. İtimat
3. Dergâh	14. Nida	25. Türk Neşriyat Yurdu
4. Sebil	15. Nizam	26. Serdengeçti
5. Arslan	16. Nur	27. Doğan Güneş
6. Çağaloğlu	17. Sinan	28. Ülkü
7. Çığır	18. Şamil	29. Damla
8. Diriliş	19. Süleymaniye Kütüphanesi	30. Gökalp Yayınları
9. Hilal	20. Milli Ülkü	31. Yağmur
10. İhya	21. Afşin	
11. Kader	22. Türkiye Yayınevi	

Kaynak: Tez yazarı tarafından şu kaynaklardan derlenmiştir:

Yücel Bulut, “İslamcılık, Tercüme Faaliyetleri ve Yerlilik”, **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce 6 İslamcılık** Cildi, 5. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, 2018, s.903-926.

Yücel Bulut, “Hem Yerli Hem Yabancı: Tercüme Bir Hareket Olarak İslamcılık(?)”, **Türk Düşüncesinde Yerlilik ve Millilik** Sempozyum Kitabı-Bildiriler, Prof. Dr. Yücel Acer vd. (ed.) Ankara: Türkiye Yazarlar Birliği Yayınları, 2018,s.107-141.

Necdet Subaşı “1960’tan Önce İslami Neşriyat: Sindirilme, Tahayyül ve Tefekkür” **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce 6 İslamcılık Cildi**, 5. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, 2018, s. 217-235.

Nihat Armağan ve Türkiye’de İslami Neşriyat,

<http://www.haksozhaber.net/nihat-armagan-ve-turkiyede-islami-nesriyat-54008h.htm>

(11 Şubat 2018)

Bölümün girişinde belirttiğimiz gibi sağ siyasetin kapsamına muhafazakar, milliyetçi, İslami yayın politikasını misyon edinmiş tüm yayınevleri gelmektedir. Sol’a karşı kendini konumlandıran sağ, yayıncılık alanında günümüzde etkili olan yayıncıların kuruluşuna dair fikir vermektedir.

1.3.2.3.Yayıncılığa Aktarılan Sermaye Birikimi ve Örneklerle Dergicilik Deneyimi

Dergicilik deneyimi, yayıncılık alanında sosyal ve kültürel sermayelerin oluşması açısından birikim süreçlerinden birini temsil etmektedir¹³⁴. Dergiler, kitap yayıncılığına deneyim ve sermaye aktarımına aracılık etmiştir. 1960-1980 yıllarının ayrışan tarafı ise bu defa dergiler, doğrudan veya dolaylı bir siyasal oluşumla ilintili ve çok çeşitlidir. Bir önceki bölümde söz ettiğimiz gibi, Türkiye’deki yayıncılık alanına özgü koşullardan biri yayıncılık alanındaki dergicilik deneyimidir. Önce dergicilikle başlayıp ardından sermaye birikimlerinin kitap yayıncılığına doğru genişletilmesiyle alandaki mücadeleye girilmesi söz konusudur. Bu bölüm içinde ele alınacak dergileri benzerlerinden ayıran temel farklardan birisi alandaki mücadeleyi dergiler üzerinden yürütmeleri olurken diğeri ise ilerleyen dönemlerde dergicilikten kazandıkları sosyal ve kültürel sermaye birikimini kitap yayıncılığına taşıyacak olmalarıdır.

Ana hatlarıyla “kültür dergileri”¹³⁵ olarak sınıflandırabileceğimiz dergi faaliyeti, dönem itibarıyla çoğunlukla iç siyasette gündem yaratan meseleleri tartışmak amacıyla doğmuştur. Diğer bir ifadeyle, örgütlü muhalefet mücadelesi yürüten sağ ve sol siyasetin gündelik siyasi pratiklerinin ötesinde bir entelektüel birikim elde etme araçlarından biri olmuştur. Dergicilik bir yanıyla siyasal gündemin yakından takibini sağlarken, diğer taraftan çevirilerle yayını olduğu politik grup için de kültürel sermayenin gelişmesine öne ayak olmuştur. Örneğin sol dergiler kültürün farklı alanlarını da kapsayacak şekilde konularını genişletirken, İslamcı dergiler kurucularının edebiyatçıları olması nedeniyle çoğunlukla edebiyat ile ilişkilendirilmektedir¹³⁶. Yüksel Taşkın’ın sağdaki milliyetçi-muhafazakar olarak tanımladığı entelijansiyanın çoğunlukla *kültür bilimleri* veya *edebiyat kökenli*¹³⁷ olduğunu belirtir. Öte

¹³⁴ 1960 Askeri darbe sonrasında hazırlanan 60 Anayasası olarak bilinen Anayasa’nın dernekleşme, sendikalaşma, basın-yayın gibi alanlara imkan tanıdığı, kısıtlılıkları kaldırdığı bir ortama zemin hazırlaması, aynı zamanda grevlerin ve kitlesel halk hareketlerinin yoğunluğu kültürel üretimin de çeşitli ve çok sayıda olduğu bir dönemin önünü açmıştır. Buna bağlı olarak yazın alanı da güncel siyasetteki dinamizmin yakalandığı alanlardan biri olarak canlı ve üretken olmuştur.

¹³⁵ Dönemin dergiciliği siyasetten tarihe, edebiyata kadar çok geniş yelpazede konu çeşitliliğine sahip olmakla birlikte bizi ilgilendirenler kültür alanına etki eden ve sonrasında kitap yayıncılığı ile yoluna devam edecek dergiler olması sebebiyle “kültür dergileri” başlığı altında kategorize edilmektedir.

¹³⁶ Ahmet Köroğlu “Türkiye’de İslamcılık Düşüncesinin Seyrinin Dergiler Üzerinden Okumak” ” 1960-1980 Arası İslamcı Dergiler Toparlanma ve Çeşitlenme editörler Vahdettin Işık, Ahmet Köroğlu, Yunus Enes Sezgin, Ankara: İLEM Kitaplığı Nobel Akademik Yayıncılık, 2016, s.17.

¹³⁷ Yüksel Taşkın, *Antikomünizmden Küreselleşme Karşılığında Milliyetçi Muhafazakar Entelijansiya*, İstanbul: İletişim Yayınları, 2007, s.127

yandan “1970’li yılların dergileri, edebiyat dernekler ve tüm oluşumlar döneme sinen politik/ideolojik ayrımları taşır ve derinleştirir”¹³⁸ şeklinde tespitte bulunan Güney Çimen Erkol, yayınların fikir/edebiyat dergisinin ötesine geçerek “politik olanaklar” yaratmanın sorgulandığı mecralar haline geldiğine dikkat çekmektedir. İslamcı yayıncılığın gelişmesini sağlayan dergiler aracılığıyla edinilen kültürel sermayenin yayıncılığa taşınması olmuştur¹³⁹. Öyle ki,

“...Büyük Doğu ve Necip Fazıl salt entelektüel sanatçı hazırlarıyla ortaya çıkmış bir çaba değil. Diriliş ve Sezai Karakoç da; Nuri Pakdil ve Edebiyat Dergisi de öyle değil. Örneğin Diriliş’in, Sezai bey’in son derece kuşatıcı bir uygarlık tasarımıyla son derece derin bir İslam düşüncesi sanatçılığının yanında Nuri Pakdil’in son derece siyasal, son derece keskin hatta tüm Türkiye’deki radikal söylemi de kuşatıp aşan bir devrimci paradigması vardır.”¹⁴⁰

Sözü edilen edebiyatçılar çıkardıkları dergiler çevresinde bir nevi edebi kamusal alan oluşturmuşlardır. Jürgen Habermas, 18. Yüzyıl Avrupası’nda kahvehanelerde başlayan tartışma ve eleştiri ortamının bir “edebi kamu” oluşturduğunu ve bir kamuoyu oluşturma gücüne sahip olacak yazılı basının – ki buna dergiciliği de ekleyebiliriz- öncülü olduğuna dikkat çeker. Dergicilik, bir tartışma ve çekim merkezi olması yönüyle edebi kamu oluşturma gücüne sahiptir.

Dönemin öne çıkan bir diğer özelliği ise dergi yayınlamanın kolaylığıdır. “Bizim zamanımızda üç beş arkadaşın bir araya gelip bir yayınevi kurması, bir araya gelip bir dergi kurması mümkündü ve hatta Türkiye’nin en önemli dergileri zaten böyle üç beş arkadaşın bir araya gelmesiyle kurulan dergilerdi”.¹⁴¹ Bir yönüyle bu dönemde sağ kesimde yayıncılığın gelişmesi sola karşı kültürel sermaye edinme yollarından biri olarak gelişme kaydettiği söylenebilir. Ömer Lekesiz bu durumu şu şekilde açıklamaktadır:

“70’li yıllar itibariyle gençlerin bir şeyler öğrenmek, hayatı sorgulamak, zamanı sorgulamak, Türkiye’deki sistemi sorgulamak yönünde, solun karşısında daha ideolojik bir çerçeveye oturduğu dönemde aradığı yayınlar da elbette öncelikle dini bilinç kazandıracak kitaplardı”¹⁴². Diğer bir ifadeyle sağ ve sol siyaset

¹³⁸ Çimen Güney Erkol, s.796.

¹³⁹ Asım Öz, “Kenetlenmenin İmkansızlığı 1960-1980 Dönemi İslamcı Dergiciliğin Macerası Üzerine Bir Değerlendirme” **1960-1980 Arası İslamcı Dergiler Toparlanma ve Çeşitlenme** editörler Vahdettin Işık, Ahmet Köroğlu, Yunus Enes Sezgin, , Ankara: İLEM Kitaplığı Nobel Akademik Yayıncılık, 2016,s.36.

¹⁴⁰ Serhat Aslaner (hızl.) “Yayınevleri ve Yayıncılık Üzerine Sohbetler” Kudret Emiroğlu ile Söyleşi, İstanbul: Bilim ve Sanat Vakfı – Türkiye Araştırmaları Merkezi Yayınları, 2012, s.9

¹⁴¹ Aslaner, s.70.

¹⁴² Ömer Lekesiz, **Babıâli Yayıncılığı ve İslami Neşriyat**, Dünya Bülteni Araştırma Masası, İstanbul:DÜBAM Yayınları, 2012.

arasındaki ideolojik mücadele yayıncılık alanında da kendini göstermektedir. “Zannediyordum ki, bir tür ideolojik yarışma da vardı. Yani onlar şunu yapıyorsa biz de bunu...örneğin diyelim ki sol ideolojik romanlara hız vermişse siz de tutup hidayet romanlarına hız veriyordunuz. Zaten hidayet romanları dediğimiz olgu böyle ortaya çıktı.”¹⁴³

Bu bağlamda Lekesiz, alanda yürütülen sembolik mücadelenin biçimini de açıklamaktadır; bir tarafın yayınladığı türe göre konum alıp yayın politikasını da bu konum alışı göre belirlemektedir. Sol dergiler açısından da baskın olan *misyon* algısıdır. Örneğin (Sosyalist) Birikim dergisi yayınlanma amacını açıkladığı başyazısında “*devrimci bir teori olmadan, devrimci bir hareket olmaz*” ilkesini vurgularken üstlendiği *misyonu* teori oluşturma amacı olarak belirtmektedir. Örneğin belli bir gazete veya derginin okuru olmak, bu dergi çevresinde örgütlenmek bir çeşit farklılaştırıcı sosyal sermaye türüdür. Kişiye aidiyetlik kazandırdığı gibi aynı zamanda kendine bağlı bir okur çevresi oluşturma anlamında yayınevine (ve dergiye) sosyal sermaye birikimi sağlamaktadır. Bu sosyal sermaye birikimi ile yayınevi bir çekim merkezi haline gelmektedir. Örneğin “*o dönem tek kanallı yıllar ve televizyon da çok yaygın değil. İletişim, kitabevi üzerinden sağlanıyor. Bu anlamda kitabevi çok fonksiyonel. Yani dernek, vakıf işlevi görüyor. Hatta diyelim ki Anadolu’dan birisi gelmiş üniversiteyi kazanmış, onun yurt, burs vb. ihtiyaçları da kitabevinin yönlendirmeleri üzerinden hallediliyordu. Dolayısıyla kitabevi, sosyal ve kültürel bir merkez oluyor*”¹⁴⁴. Gerek İstanbul ve Ankara gibi büyük kentlerde gerek Anadolu’da kitabevleri hem dağıtım işlevi görüyor hem de okurla karşılaşma mekânı olması itibarıyla sosyal sermayenin bulunduğu alanlar olarak merkezi rol oynuyordu. Pierre Bourdieu, sosyal sermayenin ayrıştırıcı yönünü analiz etmiştir. Ona göre arkadaş, aile veya belli bir kurum çevresinde gelişen bağlantılar kısa veya uzun dönemde kullanılan iletişim kaynağına işaret eder¹⁴⁵. Bu iletişim kaynağı belli bir süre içinde oluşmuş ve kurumsallaşmış bir yapıyı içerdiği gibi, aynı zamanda içine doğulmuş bir yapı veya tanışma ve tanıdıklık bağıyla da kurulabilir. Sosyal sermayede güven ve dayanışma ilkesi önemli kriterlerdir. Aile veya bir gruba, bir cemaate üye olma gibi bağlar sosyal sermayeyi oluşturan ve toplumsal sınıf farklılıklarını derinleştiren ilişkiler olabilmektedir. Dolayısıyla Bourdieu’de

¹⁴³ Lekesiz, s.13.

¹⁴⁴ Serhat Aslaner (hızl.) “Yayınevleri ve Yayıncılık Üzerine Sohbetler”, **Hasan Güneş ile Söyleşi**, Bilim ve Sanat Vakfı – Türkiye Araştırmaları Merkezi Yayınları, 2012, s.26-27, İstanbul

¹⁴⁵ Pierre Bourdieu, **Le Capital Social: Notes Provisoires**, Actes de la Recherche en Science Sociales, Année 1980, Vol 31, Sayı 1, s 2-3.

sosyal sermaye kişinin diğer sermayeleri (kültürel ve ekonomik) ile birlikte toplum içindeki konumunu ayrıcalıklı kılabilmektedir. Bu noktada kitabevleri ve dergi çevreleri sosyal sermayenin kurulduğu ve biriktiği önemli mekanlar olmaktadır.

1980 öncesinde Anadolu’da yaklaşık on bin kırtasiye ve kitabevi bulunduğu kaydedilmektedir¹⁴⁶. Çoğunlukla öğretmen kökenli ve aydın kişilerce açılan kırtasiyeler kitap dağıtımının önemli ayaklarından birini oluşturmuştur¹⁴⁷. Öyle ki, kırtasiye ve kitabevi sahipleri yılın belli zamanlarında İstanbul’daki yayıncıları dolaşarak kitapları seçmektedir. Aynı zamanda sosyal ilişkiyi de besleyen bir buluşma inşa etmiştir bu karşılaşmalar. Anadolu’ya ulaşmak hem yayıncılara ekonomik sermaye getirisi sağladığından rahatlatmakta hem ülke genelinde okuma alışkanlığının toplumsallaşmasına hizmet etmektedir. Yine dönemin özelliklerinden biri, yukarıda değinilen örgütlülüğün kitap okumaya etkisidir. 1960 ve 1970’lerin örgütlü mücadelesi ile mahalle, sendika, üniversiteler, sivil toplum kuruluşları ve dergicilik faaliyeti kitapların dağıtım ağına katkı sunan yapılar olmuştur¹⁴⁸. Sağ ve soldaki politik örgütlülük çıkan yayınların hızla alınmasını ve okunmasını sağlamıştır. Nitekim dönemin ortalama baskı sayısı asgari 3000 adettir. *“O zaman 3000 adet kitap basmak ayıp bir şeydi. Yani 3000-4000 tane kitap bastığınız zaman “çocuklar oyalanıyorlar” derlerdi. Yayınevi olmak için asgari 5000-10.000 adet basmak lazımdı. Beyaz Saray’dan günde iki kamyon kitap çıkar, bir yayınevi 250-300’den aşağı kitap göndermezdi.”*¹⁴⁹ Kendinden sonraki on yıllarla kıyaslandığında kitap ve dergi satış rakamları çok yüksektir.

Yayıncılık alanında dergicilik deneyimi başlı başına ayrı bir araştırmanın öznesi olabilecek kapsamda bir konudur. Bu çalışmanın sınırlılığı nedeniyle konuya sadece yayıncılık alanına taşınan dergicilik deneyiminden yaklaşılabacaktır. Aşağıdaki Şekil 1, yayıncılık alanına dergicilik ile girip sonrasında kültür alanında pozisyonunu güçlendirmek, sembolik iktidarını

¹⁴⁶ Kenan Kocatürk ile söyleşiden aktaran <http://www.bgst.org/dusunce-gundem/turkiyede-yayincilik-alaninda-donusumler#> (10 Şubat 2018)

¹⁴⁷ <http://www.dunyabizim.com/kitapfuarlari/19271/kitap-okumak-saglikli-bir-insan-icin-bir-ihhtiyactir.html> (15 Ocak 2018)

¹⁴⁸ Taylan Tosun, Abdullah Arı, Fatih Taş “Türkiye’de Yayıncılık Alanı’nda Dönüşümler” **BGST Yayınları**, 04.11.2007 (çevrimiçi), <http://www.bgst.org/dusunce-gundem/turkiyede-yayincilik-alaninda-donusumler#>

¹⁴⁹ Özkaya, Pınar Yayınları Kurucu Üye ile Söyleşi” **Yayınevleri ve Yayıncılık Üzerine Sohbetler**, Bilim ve Sanat Vakfı – Türkiye Araştırmaları Merkezi Yayınları: İstanbul, 2012 s. 39.

kaybetmemek ve mücadeleye devam etmek adına kitap yayıncılığına geçen dergileri göstermektedir.



Şekil 1: Dergicilikten Kitap Yayıncılığına Geçenler (1960-1980)

Kaynak: Tez yazarı tarafından oluşturulmuştur.

1960-1970 arasında alana giren yayınevlerinin yayıncılığa başlamasının temel nedenlerden biri “dergicilik” deneyimidir. Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde daha ayrıntılı ele alınacağı üzere bir kuşağın zihin dünyasının şekillenmesinde aşağıda incelenen dergiler/yayınlar belirleyici olmuştur. Günümüzde Yön ve Ant haricinde diğer dergiler, ikinci kuşağın yönetiminde yayıncılık alanındaki mücadeleye devam etmeleri incelemede dikkate alınan bir diğer kriterdir. Yön ve Ant dergilerinin bu bölüme dahil edilmesinin sebebi bu dergilerin, yayıncılık alanına - 1980 sonrası- yeni giren yayınevlerinin kurucu kadrolarında yer alacak isimleri yetiştiren birer okul görevi görmesidir. Örnek olarak incelenen dergiler/yayınlar 1980 Askeri Darbesi sonrasında değişen toplumsal ve siyasal koşullar içinde yayıncılık alanının yeniden kuruluşunda ve alandaki oyunun kurallarının belirlenmesinde etkili olmuşlardır. Nitekim, bu yirmi yıllık dönem (1960-1980) siyasetlerin dergiler üzerinden yürütüldüğü bir dönemdir. 1950’lerin edebiyat dergileri olarak anılmasının yanı sıra kültür-sanatı da içine alacak şekilde 1970’li yıllar politik dergiler kuşağıdır. Bu bölümde sadece sınırlı bir kısmını dergicilikten kitap

yayıncılığına devam eden ve 1980 sonrasında da yayıncılığa devam eden deneyimler örnek olarak incelenmiştir.

a. Yön Dergisi/Yön Yayınlar

Yön dergisi, sol siyasetin ve güncel siyasetin pratik ve teorik tartışma olanaklarını sunması bakımından köşe taşlarından biri olmuştur. 1961-1967 yılları arasında yayınlanan dergi “...herhangi bir dergiden çok daha başka şeylere aday gibi gözükmektedir. Bu dergiyi içinde ‘merkez sol’dan ‘radikal sol’a dek tüm solun yer adlığı bir ideolojik-politik fermantasyon ortamı olarak nitelemek yanlış olmaz”¹⁵⁰. Derginin yayın hayatına 1042 aydının imzasının olduğu bildiri ile başlar¹⁵¹. Sadece bir dergi olarak kalmaz aynı zamanda siyasal olarak Yön-Devrim Hareketi olarak nitelendirilecek bir cephenin de temsilcisi olur¹⁵². Derginin yayın yönetmeni Kemalizm ve sosyalizmi birlikte okuma çabası içinde bulunan ve sosyalist harekette geniş etki yaratan Türkiye’nin Düzeni kitabının yazarı Doğan Avcıoğlu’dur. Dergi, Türkiye’deki sol örgütlenme içindeki farklı eğilimleri bir araya getirmiş hatta “sol kadroların siyasal eğitimine katkıda bulunmanın güçlü bir örneğini vermiştir¹⁵³”. Yön dergisi kültürel ve sosyal sermayesini kitap yayıncılığına taşımıştır. Yayınevinin amacı “sosyalizmi kitaplar yoluyla da yaymak” şeklinde belirtilmiştir. İlhami Soysal, Hamdi Avcıoğlu ve Doğan Avcıoğlu yayınevinin kurucularıdır. Niyazi Berkes’in “İki Yüz Yıldır Neden Bocalıyoruz?” kitabı yayınevinin ilk kitabı olarak 1963 yılında basılır. Yayınevi aynı zamanda (üçüncü kitap olarak) Nazım Hikmet’in şiirlerini Türkiye’de yayınlayan ilk yayınevi olmuştur¹⁵⁴. Yön yayınları, sol siyasetle ilintili yayıncılığın önemli ayaklarından birini oluşturmakla birlikte, yayında olduğu dönem için yayıncılık alanında simgesel sermayesi yüksek bir konumda yer almaktadır.

¹⁵⁰Ergun Aydınoglu, *Türkiye Solu (1960-1980) Bir Amneziğin Anıları*, İstanbul: Versus Yayınları 2007, s. 79.

¹⁵¹ İmzacılar arasında sadece aydınlar yoktur. Ev kadınları, sporcular, öğrenciler, işçiler, öğretmenler, memurlar, iş adamları, askerler, sendikacılar, milletvekilleri, bakanlar gibi pek çok farklı çevrenin bildiride imzası yer almaktadır.

¹⁵² Atılğan, 2015, s. 572.

¹⁵³ Aydınoglu, s.73.

¹⁵⁴ Atılğan, 2019, s.285.

Dördüncü Bölüm’de incelendiği üzere TÜYAP kitap fuarlarının ilk yıllarında Yön yayınları katılımcı olarak yer alan önemli yayınevlerinden biridir.

b. Hareket Dergisi/Dergâh Yayınları

1939 yılında Nurettin Topçu tarafından kurulan Hareket dergisi, Mart 1982 yılına kadar toplam 187 sayı yayınlanmış, 1966 yılından itibaren ise ismi Fikir ve Sanatta Hareket olarak değişerek yayına devam etmiştir. Aynı yıl Ezel Erverdi tarafından kurulan Hareket yayınları kitap basımına başlamış, 1977’de ise Dergâh yayınlarını kurarak hem dergi hem kitap yayınlamaya devam etmiştir. Muhafazakâr entelijansiyanın önemli isimlerinden biri olan Nurettin Topçu “hareket” felsefesinden ilhamla kurduğu dergide dönemin muhafazakârlığın kuramsal birikimine katkılar sunacak yazılar, çeviriler yayınlanmış ve kendi kuşağının bir “ekol” olarak yön çizen dergilerinden biri olarak Hareket, entelektüel sermaye anlamında önce Hareket yayınları sonrasında Dergâh Yayınlarını da besleyen damar olmuştur. Öyle ki Ahmet Kabaklı, Hilmi Ziya Ülken, İsmail Kara, Cemil Meriç, Mehmet Kaplan, Beşir Ayvazoğlu, Ali Bulaç gibi muhafazakâr ve islami düşüncenin isimlerini merkezinde toplamış bir dergidir. Dergi, aynı birikimi yayınevine taşımıştır. Nurettin Topçu’nun tüm eserlerini yayınlayan yayınevi aynı zamanda Türkiye yayıncılık alanındaki “ekol” yayınevlerinden biri olma özelliği taşımaktadır. Hem çeviri hem Türkçe eserlerin basıldığı yayın çizgisinde İslam dünyası, felsefe, edebiyat ağırlıklı konulardır ve günümüzde de ikinci kuşağın yönetim görevini devralmasıyla yayıncılık faaliyetine aynı isimle devam etmektedir. Özellikle 1980 sonrası yayıncılık alanındaki sembolik iktidar mücadelesi incelendiğinde, Dergâh yayınları, Türkiye’deki muhafazakar ideolojinin üretimini besleyecek teorik kaynaklar sağlaması sebebiyle güçlü bir kültürel ve simgesel sermaye sahibidir. Günümüz yayıncılık alanında sembolik ve simgesel sermaye bakımından güçlü yayınevlerinden biri olan Dergâh yayınları, aynı zamanda sağ yayıncılık ile sınırlı kalmayan bir gelişim göstererek alanda konumlanmıştır. Dördüncü Bölüm’de inceleneceği gibi Dergâh yayınları ilk yıllarından itibaren kitap fuarlarının katılımcılarından biridir özellikle Anadolu’da düzenlenen TÜYAP kitap fuarlarının da öncü katılımcılarından olarak yayıncılık alanındaki mücadelenin güçlü oyuncularındandır.

c. Büyükdoğu Dergisi/Büyükdoğu Yayınları

Şair Necip Fazıl Kısakürek'in uhdesinde ve kendisi tarafından çıkan Büyükdoğu dergisi Türkiye'de Pan Türkçülük akımının önemli temsilcilerinden biri olmuştur. Türkiye bürokrasisinin zihin dünyası üzerinde etkisi olan Büyük Doğu (1943-1978) ilk sayısını 1 Eylül 1943 tarihinde yayınlamış bundan sonraki yıllarda kapatılma ve yeniden başlamalarla birlikte 1978 yılına kadar yayına devam etmiştir. Büyükdoğu dergisinin bu anlamda kitlesel gücü, Necip Fazıl Kısakürek'in siyasal perspektifinden ve *üstat* algısından kaynaklanmaktadır. Dergiden yayınevine geçiş ise 1973 yılında gerçekleşmiştir. Yayınevi, günümüzde ikinci kuşağın yönetimiyle birlikte Necip Fazıl Kısakürek'in tüm eserlerini yayınlayan yayınevi konumundadır. Özellikle AKP iktidarıyla birlikte Cumhurbaşkanlığı düzeyinde sahiplenilen Necip Fazıl Kısakürek düşüncelerine ve şiirlerine sıkça atıf yapılan biri olmaktadır. Büyükdoğu dergisi ve yayınları özellikle sağ yayıncılığın gelişiminde ve İslami yayıncılığa örnek oluşturacak birikimi sağlayan yayınevlerinden biri olarak alandaki konumunu korumaktadır. Yayınevi ikinci kuşağın yönetimi devralmasıyla yayıncılığa devam etmektedir. Mesleki örgütlenmelerin içinde yer alan yayınevi, uluslararası kitap fuarları organizasyonlarında ve aynı zamanda yayıncılık alanında aktif olan yayınevlerinden biridir.

d. Hilal Dergisi/Hilal Yayınları

Siyasal İslamcılığın temel metinlerini çeviren ilk dergilerden biri Saidi Nûrsi ile tanışıklıkları olan ve Nur Hareketi'nin önemli isimlerinden Salih Özcan tarafından çıkarılan Hilal Dergisi'dir (1958). Öyle ki, Hilal Dergisi, İslamcılığın kendi gelişimine göre farklı kuşaklara ayrıldığını savunan görüşe göre¹⁵⁵ Türkiye'de İslamcılığın ilk ve ikinci kuşağını temsil eden, sembolik değeri bu çevrede yüksek olan dergilerin ve yayınevlerinin başında gelmektedir. İslamcı külliyyatın oluşmasına temel metinleri çevirerek katkıda bulunan dergi, aynı zamanda geniş dağıtım ağıyla hem yurt içi hem yurtdışında yaşayan okurlara ulaşma imkanını bulmuştur. Derginin kurucusu olan Salih Özcan'ın Arapça bilgisi ve Arap dünyasıyla yakın ilişkileri derginin yayın politikasını belirlerken aynı zamanda Türkiye dışındaki İslami

¹⁵⁵ Ali Bulaç'tan aktaran Alperen Gençosmanoğlu, "Hilal Dergisi ve Hilal Yayınları: Yerli Bir Neşriyat Hareketi Olarak Çeviri Faaliyetleri", 1960-1980 Arası İslamcı Dergiler Toparlanma ve Çeşitlenme içinde, Ankara: İLEM Kitaplığı, Nobel Akademik Yayıncılık, 2016, s. 293-313.

dünyayla ilişkilendirilmesinin de önünü açmıştır¹⁵⁶. 1993 yılına kadar kesintilerle birlikte 367 sayı çıkan derginin ilk sayısının kapağında yer aldığı gibi kendini “dini-ahlaki-ilmi-edebi-siyasi aylık mecmua” olarak konumlandırır¹⁵⁷. Derginin ilk sayısında Said-i Nursi’nin yazısı dikkat çekerken Risalelerin çeşitli kısımları farklı sayılarda dergide yayınlanmıştır. İlk kez Latin harfleriyle Risaleleri yayınlayan da Hilal Yayınları olmuştur. Dergi ile yayınevi eş zamanlı yürümüştür. Hilal yayınları, Arap dünyasından yaptığı çeviriler ile yayıncılık alanında İslamcılığın teori dağarcığını oluşturan önemli oyunculardan biri olmuştur. Ülke içindeki İslami düşüncenin siyasal İslamla birlikte güç kazanmasında etkin oyunculardan biri olagelmıştır. Hilal yayınları, İslami yayıncılığın önünü açan ve yayıncılık alanında ilerleyen dönemlerde yeni yayınevlerinin kurulmasını sağlayacak kadroları yetiştiren bir yayınevi olmuştur.

e. ANT Dergisi/ANT Yayınları

Ant Dergisi, Fethi Naci, Yaşar Kemal ve Doğan Özgüden tarafından çıkarılan 1967’de önce haftalık, sonrasında 1971 yılına kadar aylık olarak devam eden dönemin en önemli sol dergilerindendir. Dergi, bünyesinde kültür sanat insanların çoğunu toparlamıştır. Abidin Dino, Mahmut Makal, İdris Küçükömer, Refik Erduran, Memet Fuat, Selahattin Hilav, Fakir Baykurt, Aziz Nesin, Onat Kutlar ve Kemal Sülker gibi isimler yazarları arasında yer almıştır. Doğan Özgüden’in kaleme aldığı başyazıda dergi çıkış nedenini şu şekilde açıklar “*ANT, sermayenin bilinçli müdahalesiyle, ilan pazarlıklarıyla, kredi hesaplarıyla bu harekete karşı çıkan, hiç değilse onu yozlaştırmak için ikili oynayan Babıâli basınında yer verilmeyen gerçeklerin dile getirildiği, zincirlenen kalemlerin özgürce konuştuğu bir forumdur. ANT sosyalizmin zaferini ancak halkın demokratik mücadelesinde görenlerin, antiemperyalist mücadeleyi sosyalist mücadele ile yürütmek kararında olanların dergisidir.*”¹⁵⁸. Dergi, 1971 yılındaki askeri cunta tarafından kapatılmıştır. İlk sayısında 20 bin tirajla başlamışsa da sonraki sayılarda ortalama 10 bin tirajla yoluna devam etmiştir. 1968 yılında aynı isimli-ANT-yayınevi ile birlikte yürümüştür. Sabiha Sertel, Zekeriya Sertel, İdris Küçükömer, Yaşar Kemal’in kitaplarının yanı sıra Che Guevera, Stokely Carmichael gibi isimlerin anılarını Türkçe’ye çevirmiştir. Yayınevinin kuruluş amacı ise “*hem derginin karşı karşıya olduğu mali sorunlara kaynak sağlamak hem de dergide yer verilmeyen konuları ve fikirleri kamuoyuyla paylaşmaya imkan*

¹⁵⁶ Gençosmanoğlu, s. 293-313.

¹⁵⁷ <http://idp.org.tr/dergiler/hilal> (5 Şubat 2019)

¹⁵⁸ Doğan Özgüden, “Niçin ANT?”, **ANT Dergisi** Sayı 1, 3 Ocak 1967, s. 3.

sağlamaktır”¹⁵⁹. Ragıp Zarakolu ANT’ı değerlendirirken “*zaten Ant Yayınları’ndan beri Latin Amerika deneyimlerine duygusal bir bağımız vardı. Çünkü Ant da Türkiye’de ilk defa Che Guevara yayınlamıştı. Hatta Ant, bir tabu kırıcı olarak 60’lı yıllarda ilk Kürt Tarihi’ni yayınlamıştı. Filistin Hareketi’yle ilgili ilk kitapları yayınlamıştı. Orası da tabu kırıcı bir yayıneviydi. Ant, aynı zamanda Türkiye’deki örtülmüş olan solun tarihini Kemalizmin tarihinden ayırma kaygısını da taşıyan bir yayıneviydi*”¹⁶⁰. ANT yayınları sol hareket içinde kaynak kitap niteliğinde İdris Küçükömer’in “Düzenin Yabancılaşması”, Kürt Tarihi üzerine “Şerefname” ve “Asya Tipi Üretim Tarzı” gibi kitaplar basarak önemli teorik tartışmalar açmış ve yayıncılık alanında sol siyasetle ilintili yayıncılığın önemli bir temsilcisi olmuştur. Alana kendi bünyesinde yetiştirdiği kadrolar ile sosyal sermaye anlamında bir okul işlevi görmüştür. Özellikle 1980 sonrası yayıncılık alanındaki oyunu yeniden kuran yayınevlerine baktığımızda ANT yayınlarından yetişen kadroların, İkinci Bölüm’de incelenen 1980 sonrası yayıncılık alanına yeni giren yayınevlerinin kurucu kadroları arasında olduğu görülmektedir. Bunlar arasında Ayşe ve Ragıp Zarakolu, Fahri Aral gibi isimler bulunmaktadır. Örneğin Ayşe ve Ragıp Zarakolu Belge yayınlarını kuracak, Fahri Aral ise May yayınlarının, İletişim Yayınlarının ve ilerleyen dönemlerde İstanbul Bilgi Üniversitesi yayınları gibi yayınevlerinin kuruluşlarında yer alarak ANT’tan getirdikleri özellikle sosyal ve kültürel sermaye birikimlerinin alanda yeni kurulan yayınevlerine taşıyacaklardır. Ant dergisi, 1980 sonrası yayıncılık alanına bu birikimlerin ve deneyimlerin taşınmasında rol oynayarak alanda bir okul işlevi görmüştür.

f. Birikim Dergisi/ Birikim Yayınları

Aylık Sosyalist Birikim Dergisi, 1975 yılında kendi ifadesiyle “*bugün bir toparlanma evresinde geçmişi yeniden gözden geçirmek eksikliklere ve yanlışlıklara parmak basmak için ciddi ve sistemli bir çalışmaya girmeliyiz. Birikim Yayınları bu çalışmaya katkıda bulunabilme amacıyla kurulmuştur*”¹⁶¹. Genel anlamda yayınevinin de kuruluş misyonunu açıklamaktadır

¹⁵⁹ Deniz Deren Önen, “ANT’ın Öyküsü”, <http://www.info-turk.be/ant-sosyo.pdf> (28 Temmuz 2017)

¹⁶⁰ Ragıp Zarakolu ile Röportaj <http://www.agos.com.tr/tr/yazi/4466/yayincilik-hayatimiz-hep-turk-devletinin-sinirini-zorlayarak-gelisti> (2 Şubat 2019)

¹⁶¹ “Birikim, Çıkarken”, <http://www.birikimdergisi.com/images/UserFiles/images/Spot/70/1/cikarken .pdf> Mart 1975 (12 Ocak 2018) s.1-4.

bu ilke. İlk sayılarının yazı kurulunda Murat Belge, Yavuz Çizmeci, Onat Kutlar, Ömer Laçiner, Can Yücel gibi isimler bulunmaktadır. Dergiyi diğer sol dergilerden ayıran en temel farkı Marksizm hakkında güncel teorik tartışmaları Türkçe'ye çevirerek kuramsal bilgi birikimine öncülük etmesi olmuştur. Birikim dergisini kuran kadrolar İletişim yayınları kolektifini kuran kadro olarak kitap yayınlamaya devam etmektedir. Halihazırda aynı yayın grubu tarafından çıkarılan dergi, yayın hayatına devam eden en uzun soluklu sosyalist yayın olma özelliğini taşımaktadır¹⁶². Bu anlamda Birikim dergisini yayıncılık alanında önemli kılan bugün alandaki kültürel sermaye bakımından güçlü konumda olan İletişim yayınlarının kurucu kadrosu olmasından ileri gelmektedir. Birikim dergisi Marksizmin farklı yorumlarını (Louis Althusser, Perry Anderson vb.) Türkçe'ye kazandırarak İletişim yayınlarının yayın çizgisini ve alandaki konumunu pekiştirmiştir. İkinci Bölüm'de daha detaylı ele alınacak İletişim yayınları, Birikim dergisinin ekonomik, kültürel ve sosyal sermayesi ile bir kolektif olarak kurulmuştur.

g. Düşünce Dergisi/Beyan Yayınları

Düşünce dergisi, 1976-1979 yılları arasında yayınlanmış olan yazı işleri müdürlüğünün Ali Bulaç tarafından yürütüldüğü, İslami yayıncılığının önemli temsilcilerinden biridir. 1979 yılında ise yazı işleri müdürlüğünü Ali Kemal Temizer üstlenmiştir. Dergi bünyesinden iki yayınevini çıkarmıştır, Beyan yayınları ve İnsan yayınları Temizer tarafından kurulan Beyan yayınları, simgesel sermayenin güçlü olduğu yayınevlerinden biri olarak günümüzde de varlığı devam ettirmektedir. Yayınevi, yayıncılık alanına yazar, editör veya yayınevi kurucu kadrolarını yetiştirmesi bakımından simgesel sermayesini güçlendirmiştir¹⁶³. Ali Kemal Temizer Türkiye'de bu dönem yayıncılığı değerlendirirken *"ilk yayınlar tamamen kişisel gayretle oluşmuş kurumlardı. Bir de ekol yayıncılığı vardır o dönemde. Bunlar dergiyle başlayıp sonra yayına dönen kurumlardı. Yani bunlar kişisel değil, grup yayıncılık"*¹⁶⁴ ifadesiyle dergiciliğin önemine dikkat çekmektedir. Temizer'in grup yayıncılık olarak tarif

¹⁶² Ekim-Kasım 2017 sayısı ile 343. sayıya ulaşmıştır

¹⁶³ Beyan Yayınları'nın editörlüğünü üstlenen Ali Bulaç, Fehmi Kuru, Zaman gazetesinin (1986-2016) kurucuları gibi isimlerin yetiştirmiş bir okul işlevi görmüştür.

¹⁶⁴ Ali Kemal Temizer, *"Babıâli Yayıncılığı ve İslami Neşriyat"*, 2012 Kasım Dünya Bülteni Araştırma Masası, DÜBAM Yayınları, s. 14.

ettiği durum sosyal sermaye birikimidir. Bir çevrenin, bir ekolün temsilcisi olarak bir grup/örgüt tarafından oluşan sosyal sermayeden söz etmektedir.

Düşünce dergisi kadrosu Beyan yayınlarının yanı sıra İnsan yayınlarını kurmuştur. 1984 yılında Ahmet Şişman tarafından kurulan yayınevinin editörlüğünü de Ali Bulaç üstlenmiştir¹⁶⁵. Dergi ve yayınevi çevresinde örgütlenen bu kadro tarafından 1986 yılında Zaman gazetesi kurulmuştur. Siyasal islamın kitleselleşmesi bakımından Zaman gazetesi ciddi bir kamuoyu oluşturmuştur. Düşünce dergisinin öne çıkan bir diğer özelliği ise İslamcı yayınlar arasında “*dergi etrafında örgütlenme*” biçimin başlatıcısı olarak görünmesidir.¹⁶⁶ Yayınevi ve dergi çevresindeki bu örgütlülük bir sosyal sermaye oluşmasına olanak tanımıştır.

İki askeri darbe ve bir askeri muhtıra ile geçen yirmi yıllık dönemde yayıncılık alanı simgesel iktidar mücadelesinin görünür olduğu dönemdir. Dönemin karakteristiği olan reel siyasetin yayıncılık alanına doğru genişlemesi hali, bu mücadeleyi ister istemez görünür kılmıştır. Hem sol siyaset ve buna bağlı olarak yayıncılığa giren oyuncular hem sağ siyasetle ilişkili yayıncılar açısından öncelikle konum literatür oluşturma çabası olurken, ekonomik sermaye birikimine katkı sağlayan okur tarafını kazanmaya çalışmaktadır. Bu çaba ideolojik bir konum edinmenin yanı sıra simgesel iktidarı da elinde tutabilmenin bir yoludur. Bu bölümde detaylı incelendiği gibi simgesel iktidar mücadelesinin yirmi yıllık dönemde (1960-1980) siyasal alanın yayıncılığa doğru genişlemesiyle birlikte önce dergiler, sonra kitaplar üzerinden ilerlediği görülmüştür. Yayıncılık alanındaki sembolik iktidar mücadelesinin doğrudan sağ ve sol yayıncılıkla ilişkili olarak ilerleyişi yine bu dönemin öne çıkan özelliklerinden olmuştur. Solda siyasal iktidara/devlete karşı kurulmaya çalışılan *karşı iktidar* bloğunun diğer tarafında, sola karşı kendini konumlandıran sağ yayıncılık yer almıştır. Kendi içindeki iktidar mücadelesinin yanı sıra, yayıncılık, toplumsal muhalefetin bir aracı olurken, özellikle dergicilik üzerinden önemli bir birikim alana taşındığı görülmüştür.

¹⁶⁵ Mehmet Erken, “Bir Yayıncılık Membayı Olarak Düşünce Dergisi”, Vahdettin Işık, Ahmet Köroğlu ve Yusuf Enes Sezgin (ed.), **1960-1980 Arası İslamcı Dergiler Toparlanma ve Çeşitlenme**, İLEM Kitaplığı, Ankara: Nobel Kitap, 2016. , İLEM Kitaplığı s.401-415.

¹⁶⁶ Erken, s.413

Çalışmanın bu ilk bölümünde Pierre Bourdieu'nün alan kavramından hareketle yayıncılık alanının yeni kurulan Cumhuriyet'in ulusun inşası sürecinde oynadığı 'kurucu' rol üzerinden durulurken, ortak kültürel belleğin oluşumunda yayıncılık alanına yüklenen misyon incelenmiştir. Bu bakımdan özel girişimlerin ağırlıkta olduğu alanda devlet, baskın ve yönlendirici bir 'oyuncu' olarak sembolik iktidar mücadelesinin ortaklarından biri konumundadır. Yayıncılık alanına yeni yayınevlerinin katılması için 1950'lilerin yılların çoğulculaşmaya imkan tanıyan toplumsal ve siyasal ortamı etkili olmuştur. Bu bakımdan yayıncılık alanında sosyal ve kültürel sermayelerin biriktiği gözlemlenmektedir. İki darbe arası dönemde ise siyasal alanın kültürel uzama doğru genişlemesiyle doğrudan sembolik mücadelenin alanda görünür olduğunu gözlemlemek mümkün olmaktadır. Bu dönem yayıncılık alanına atfedilen 'kuruluş' ifadesi sermaye türlerinin ve birikimlerinin bir ifadesidir. İkinci bölümde ise alana yeni giren oyuncularla birlikte yayıncılık alanının genişlemesi incelenecektir.

“Okur her an bir yazara dönüşmeye hazırdır. Uç noktada ayrılmış bir çalışma süreci içinde zorunlu olarak iyi kötü bir uzman konumuna gelen okur-bu uzmanlığı önemsiz bir noktaya ilişkin bulsa bile-yazanlar kitlesine girme olanağı kazanabilmektedir.”¹⁶⁷

İKİNCİ BÖLÜM

YAYINCILIK ALANININ GELİŞİMİ VE SEMBOLİK İKTİDAR MÜCADELESİNDEKİ YENİ OYUNCULAR

Bir önceki bölümde yayıncılık alanının Cumhuriyet döneminde oluşumunu, alanın siyasal iktidarla olan ilişkisini, alanda öne çıkan yayınevleri ve diğer oyuncuları, iç siyasette yaşanan kırılmaların yayıncılık alanındaki etkileri incelenmiştir. Bu bölümde ise; siyasal, toplumsal ve kültürel yaşamda bir kırılma yaratan 12 Eylül 1980 askeri darbesinden günümüze uzanan tarihsel perspektiften yayıncılık alanındaki dönüşüm ele alınacaktır. Askeri darbenin etkileri tüm toplumsal yaşamı sarstığı gibi, yayıncılık alanını doğrudan etkilemiştir. Bir önceki bölümde incelendiği gibi özellikle 1960-1980 yılları arasında siyasetin yayıncılık alanına doğru genişlediği gözlemlenmiştir. Doğrudan bir siyasal hareketin veya partinin propaganda amaçlı kurulan yayınevleri olduğu gibi, politik bir mücadele için gerekli teori eksikliğini gidermek amacıyla kurulan yayınevleri bu dönemde alana girmiştir. Dolayısıyla pratik siyaset, hem okur ayağını hem yayınevi kadrolarını (çevirmen, editör, satış ağı vb.) biçimlendiren bir dinamiktir. Darbenin de doğrudan siyasal oluşumları ve sermaye birikimlerine yönelik sonuçları, tüm yayıncılık alanını derinden etkilemiştir. Yayınevlerinin kapatılması, kadrolarının dağılması/dağıtılması (cezaevi veya yurtdışına kaçmak suretiyle) ve hatta okur ayağının tamamen kesilmesi (yasaklanan ve yakılan kitaplar) darbenin yayıncılık alanındaki doğrudan etkilerinden öne çıkanlardır. Tüm bu olgular nedeniyle 12 Eylül askeri darbesi, demokrasiyi kesintiye uğratması nedeniyle yayıncılık alanı açısından bir kırılma ve sonrası için de bir dönüşüm olarak ele alınmaktadır. Bu dönemde kapatılmayan ve yayıncılığa devam eden yayınevleri olmakla birlikte sayıca ve nitelik olarak baskın değillerdir. O nedenledir ki, darbeyi

¹⁶⁷ Walter Benjamin, **Pasajlar**, Ahmet Cemal (çev), 9. Baskı, İstanbul: YKY Yayınları, 2012, s.67.

takip eden yıllarda alana yeni yayınevleri girmiş ve yayıncılık alanının bugünkü yapısının temeli atılmıştır.

1980 yılından itibaren devamındaki kırk yılda, yayıncılık alanının dönüşümü ve alana yeni giren oyuncular incelenirken, yayıncılığın sektörleşmesini sağlayan koşullar ortaya çıkmaktadır. Günümüzde yayıncılık alanında belirleyici olan yayınevlerinin büyük çoğunluğunun 1980 sonrasında kurulmuş olduğundan hareketle, öncelikle 1980-2000 yıllarını kapsayan yirmi yıllık dönemde yayıncılık alanında belirleyici olan ortamı şekillendiren ekonomik ve toplumsal yaşam ele alınacak, ardından ikinci alt bölümde bu koşullar ekseninde biçimlenen yayıncılık alanı incelenecektir. Böylelikle, 1980 sonrasında alana yeni eklenen yayınevlerini ortaya çıkaran şartlar ve yayın politikalarını belirleyen dinamikleri gözlemlene imkanı doğmaktadır. Burada, 2000'den 2020 yılına kadar geçen süreçte sektörleşen yayıncılığın yapısal dönüşümü ele alınacaktır. Dolayısıyla bu bölümde kırk yıllık zaman aralığında yayıncılık alanında yaşanan dönüşüm incelenecektir.

2.1. 1980 Sonrası Yıllarda Türkiye’de Siyasal ve Toplumsal Alan

12 Eylül 1980 askeri darbesi, ülke içinde hem siyaseten hem toplumsal olarak kırılma dönemlerinden biridir. Demokratik yaşamı bütünüyle askıya alırken darbenin sonuçları, toplumun her kesimini etkileyen, toplumsal muhalefeti ve özgürlükleri askıya alan bir dönüşüm yaratmıştır¹⁶⁸. Bu müdahalenin kendisi bir sebep olmaktan ziyade koşullarının oluşturulduğu yapısal bir duruma işaret ederek *“kendisine içkin ekonomik ve siyasal kriz dinamiklerini zapturapt altına alarak yeni bir düzen tasavvuru altında istikrara kavuşturma arayışının ürünü olarak ortaya çıkar. Bu düzen arayışının ana hatlarını büyük ölçüde neoliberal sermaye*

¹⁶⁸ Türkiye’de 1980 Darbesi olarak alınan yaklaşık iki yıllık bir süreci kapsayan 12 Eylül 1980 tarihinde Türk Silahlı Kuvvetlerince emir-komuta zinciri içinde gerçekleşen bir örgütlenmeyle yönetime el konması hareketidir. Süleyman Demirel’in başbakan olduğu hükümet görevden el çektilir. Askeri darbe sonrasında 210 bin davada 230 bin kişi yargılanmış, 14 bin kişi yurttaşlıktan çıkarılmış, 23 bin 677 derneğin faaliyetleri durdurulmuş, 39 ton dergi ve gazete imha edilmiştir, Darbeyi izleyen yılın sonunda tutuklu sayısının 122 binin üzerinde olduğu, 400’e yakın kuşkulu ölümün 171’inin işkenceden kaynakladığı, 1 milyon 683 bin kişinin fişlendiği, 50 ölüm cezasının uygulandığı 15 bine yakın kamu görevlisinin işine son verildiği, 348 bin kişiye pasaport sınırlaması getirildiği kaydedilmektedir. Darbeyi takip eden süreçte, 1961 Anayasası lağvedilmiş ve 7 Kasım 1982’de halkoylamasıyla kabul edilen, toplumsal özgürlükleri kısıtlayan (basın, sendika, örgütlenme özgürlüğü gibi) temel hak ve özgürlükleri de ulusal güvenlik gibi gerekçelere dayandırılarak askıya alınabileceğine ilişkin maddelerin bulunduğu yeni Anayasa yürürlüğe girmiştir. Suavi Aydın, Yüksel Taşkın, **1960’tan Günümüze Türkiye Tarihi**, İstanbul: İletişim Yayınları, 2017, s.329-331; Erik Jan Zürcher, 2011, s. 405.

birikimine geçişin gereklilikleri oluşturdu”¹⁶⁹. Bu bağlamda darbe, ülke içinde yeni bir sürecin, neoliberalizmin kurumlarını tesis eden bir kolaylaştırıcı görev üstlenmiştir. Yeniden demokrasinin işler hale getirilmesi için 1983’teki genel seçimleri beklemek gerekecektir.

Bu sürecin Türkiye’deki mihenk taşı, 12 Eylül 1980 Askeri darbesi sonrasında küresel ekonomiyle eklemlenme çabası olarak 24 Ocak Kararlarıdır¹⁷⁰. Yakın tarihe 24 Ocak kararları olarak geçen bir dizi ekonomik düzenlemeleri kapsayan bu uygulama ile, neoliberal ekonomi politikaları hayata geçirilmiştir. Korkut Boratav, 1977-1980 yıllarını kapsayan ekonomik krizin 24 Ocak kararlarıyla uygulamaya geçen “*şok tedavisi*” ve askeri darbe ile son bulduğu ve darbe sonrasında yeni bir düzenleme biçimine geçildiğini belirtir. Boratav’a göre “*1981-1993 dönemini bir bütün olarak ele alırsak iktisat politikalarının “yapısal uyum” diye adlandırılan serbestleşme boyutunda bir süreklilik olduğu*”¹⁷¹ görülmektedir. Bu ekonomi-politiğin Türkiye’deki siyasal temsilcisi askeri darbe sonrasında gerçekleştirilen ilk genel seçimlerden (6 Kasım 1983) tek parti olarak çıkan başkanlığını Turgut Özal’ın yaptığı Anavatan Partisi olmuştur. Seçim, Anavatan Partisi’nin, darbe sonrasında düzenlenen ilk genel seçimlerde %45,14’lük oy oranı ile iktidara gelmesi ile sonuçlanır¹⁷². Turgut Özal ve temsil ettiği siyasal hareket, “*80’ler Türkiye tarihine kapitalizmin derinleşmesi ve giderek burjuva hegemonyasının gelişmesinde önemli bir atılım evresi*”¹⁷³ olarak tanımlanmaktadır. Özal’ın aracılığıyla gerçekleşen neoliberal dönüşümün tüm toplumsal yaşamı dönüştürürken yayıncılık alanında da etkili olmuştur.

Antonio Gramsci, devlet tekelindeki iktidarın zor kullanma yetkisini kullanmaktan çok toplumsal rızaya dayalı hegemonya kavramının altını çizerken kültürü de ayrı bir yere konumlandırır. Gramsci’ye göre, hegemonyanın oluşturulmasında ve sürdürülmesinde eğitim, organik aydınlar, medya gibi kanallar etkin kullanılmaktadır. Kültür araçlarıyla bu rızanın

¹⁶⁹ Cenk Saraçoğlu, “Tank Paletleriyle Neoliberalizm”, **Osmanlı’dan Günümüze Siyasal Hayat**, Gökhan Atılğan vd. (hızl.), İstanbul: Yordam Kitap, 2015, s.749

¹⁷⁰ 24 Ocak Kararları (24 Ocak 1980) olarak bilinen ekonomik düzenlemeler, Türk Lirası’nın %32,7 oranında değer kaybına işaret eden devalüasyonu da içeren ekonomik düzenlemelerdir. Bu kararların temel hedefi devletin, ekonomideki payını küçültecek neoliberal ekonomik modelin hayata geçirilmesinin önünü açan düzenlemeleri içermektedir.

¹⁷¹ Korkut Boratav, **Türkiye Tarihi**, 5. Cilt Bugünkü Türkiye, İstanbul: Cem Yayınları, 1995, s. 169.

¹⁷² 12 Eylül darbe sonrası hükümette ekonomiden sorumlu başbakan yardımcısı olan Turgut Özal, 24 Ocak 1980 ekonomik kararlarının hazırlayıcısı olarak bilinir ve kurduğu Anavatan Partisi 6 Kasım 1983 yılında yapılan Genel Seçim’de 400 milletvekilinin 212’sini kazanarak (%45,14 oy oranı) ve 1987’deki Genel Seçimlerde ise oyların %36,31’sini alarak tek başına iktidar olur.

¹⁷³ Alev Özkazanç “Türkiye’nin Neo-liberal Dönüşümü ve Liberal Düşünce” Haziran 2005, <http://politics.ankara.edu.tr/dergi/tartisma/2005/neo-liberal.pdf> (10 Mart 2019)

içselleştirilmesi mümkün olabilmektedir¹⁷⁴. 1980 darbesi sonrasında kültürel alanda yapılan tam da bu türden bir rıza oluşturulmasıdır. Nitekim darbe, doğrudan ve tepeden ekonomik, siyasal ve toplumsal yaşamda egemenlik/iktidar ilişkilerinin yeniden tesis etmiştir. Kültürel alanı besleyen ana damarlardan biri olan yayıncılığa (yayınevlerine, yayınlara, kurucu kadrolara ve çalışanlara) doğrudan siyasal iktidarın/devletin müdahalesi söz konusudur. Ancak öte yandan piyasanın kontrolünde bir sivilleşmenin gerçekleşmiş olması kültür alanına özel sektörün girişini sağlamıştır. Neoliberal ekonomi programlarını hayata geçirilmesiyle devlet, kamu harcamaları kısıtlanmış, ekonomide özel sektörün etkisinin genişletilmesine ağırlık verilmiştir. Piyasa ekonomisine geçilmiş olması devletin ekonomik rolünü dönüştürürken, kamu yatırımları da hızla piyasaya devredilerek özelleştirilmiştir. Böylelikle kültürel alan bu değişen ekonomi politikalarından doğrudan etkilenmiştir. ABD’de Ronald Reagan ve İngiltere’de Margaret Thatcher’dan örnek vererek neoliberalizmin kültür yaklaşımını inceleyen Wu:

“özel sektörden sanat alanına kaynak çekmek için yeterli teşviklerin sağlanması konusunda kararlılıkla çalıştılar. Bu çabaları en iyi şekilde örnekleyen olgular, iktidarlara boyunca devletin sanat politikasında özellikle vergi politikasında gerçekleştirdikleri değişiklikler ve devlet veya hükümet başkanları olmalarından kaynaklanan siyasi nüfuzlarını ve simgesel güçlerini kullanmalarındır”¹⁷⁵.

Neoliberal ekonomi politikalarıyla sponsorluk kurumu işletilerek özel sektörün kültür yatırımı yapması özendirilmeye çalışılmıştır. Vergilendirme politikalarıyla özel sektörün kültür hamiliği teşvik edilmiştir. Özel sektör açısından ise bu hamilik durumu “nüfuz sahibi” olmanın yoludur. Chin tao-Wu, özel sektörün sanat alanına müdahalesini “*modern devlette siyasi güç sahibi olma bağlamında görülmeli ve böyle kavranmalıdır. Siyasi güç sahibi olmanın ve bu gücü kullanmanın çeşitli yolları var; kültürel nüfuz sahibi olmak bu güce ulaşmanın kolay ve*

¹⁷⁴ Hegemonya, bir güç kullanma, üstünlük kurma durumudur. Antonio Gramsci’nin bu kavrama en değerli katkısı hegemonyanın zor (polis, asker gibi denetleyici kurumlar) ile değil büyük oranda ikna ve/veya inançla kurulmuş olmasıdır. Egemen sınıfın kendi ideolojisine diğer toplumsal sınıfları zor kullanmadan (okul, din kurumları, basın vb.) “hegemonya” kurarak inandırması hatta benimsetmesidir. Bir kamuoyu oluşturma gücüdür. Egemen sınıfın kendi ideolojisini yayma ve kabul ettirme becerisidir. Bu noktada devreye kültürel hegemonya girmektedir. Kültürel hegemonya; medya, sinema, sanat, tiyatro, yayıncılık gibi temel kültür araçlarıyla bir kamuoyu oluşturma ve bu kamuoyunu yönetme/denetleme/dönüştürme gücünü kapsamaktadır. Kültürel hegemonyanın kurulmasında etkili aktör ise devletten ziyade egemen ideolojinin yürütücülüğünü benimseyen “organik aydınlar”dır. Ancak Gramsci’de toplumsal sınıflar durağan değildir, hegemonya tek taraflı bir durum yaratmaz aksine bir süreklilik ihtiyacı vardır ve yeniden bu “rıza”nın oluşturulması gerekmektedir. Bu nedenle bir taraftıyla “mücadele” yi barındırır içinde. Bir taraf rıza almaya çalışırken diğer tarafın da buna “ikna” olup olmasının mücadelesidir. Antonio Gramsci, **Prison Notebooks (Vol I-II-III)** çev. Joseph A. Buttigieg and Antonio Callari New York: Columbia University Press, 2011, s.200 (Cilt II/4.Defer), s.52-53 (CiltII/3. Defer).

¹⁷⁵ Chin tao-Wu, **Kültürün Özelleştirilmesi 1980’ler Sonrasında Şirketlerin Sanata Müdahalesi**, Esin Soğancılar (çev.),İstanbul: İletişim Yayınları, 2005. s. 87.

hızlı yollarından biri”¹⁷⁶. Ülkenin günümüze kadar gelen başat kültürel etkinlikleri-İstanbul Film Festivali, İstanbul Kitap Fuarı, İstanbul Klasik Müzik ve İstanbul Bienali gibi- bu dönemde başlamıştır. Özel müzeciliğin gelişimi, önemli sergilerin ülkeye getirilmesi, özel kurumların sanatın hamiliğini üstlenmesi, dünyaca mega etkinliklerin ve büyük konserlerin düzenlenmesi, kültürel alanda sponsorluk mekanizmasının işlemeye başlaması, darbe sonrası dönemin ve neoliberal politikaların sonuçlarıdır. Dolayısıyla kültürel alan bir taraftan devletin eğitim ve kültür politikalarıyla¹⁷⁷ örgütlenirken, diğer taraftan büyük sermaye gruplarının kültürü bir “yatırım” aracı olarak keşfetmesiyle küresel ekonomiyle eklemlenen ve kısmen “özgürlükçü” bir politika ekseninde şekillenmiştir. Toplumsal yaşamda dini cemaatlerin ve siyasal islamın yükselişi ile askeri yapı arasında laiklik üzerinden yaşanan gerilimli ilişki, 1990’lı yılların öne çıkan gelişmeleridir¹⁷⁸. Tüm bu gelişmelerle birlikte toplumsal hayatta genişleme imkanı bulan siyasal islamın ve darbe sonrasında devlet bürokrasisi tarafından sahiplenilen Türk-İslam sentezinin doğrudan yayıncılık alanına etkisi, dini ve cemaat yayınevlerinin kurulmaları olmuştur ve ayrıntılı olarak bu bölüm içinde incelenmiştir.

Bu dönemin bir diğer belirleyeni olan ekonomide liberalizmin tesis edilmesi kaçınılmaz olarak uluslararası ağlara erişme imkanı da doğurmuştur. Nitekim, 2000’lerin başında küresel neoliberalizmle eklemlenmeye çalışan bir kültürel alan, ulus ötesi bağlantı ağlarıyla dışarıya açılan bir kültür alanı oluşturma imkanını mümkün kılmıştır. Kültürün bir endüstriye dönüşmesi ülke içinde medya, iletişim, reklamcılık, yayıncılık, sinema, plastik ve performatif sanatlar gibi yeni alt alanlara açılım sağlamıştır. Aynı zamanda teknolojik dönüşüm büyük bir hızla gündelik yaşamın ve üretimin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Nitekim yayıncılık alanı bu hızdan, gerek nicelik olarak daha çok kitabın üretilmesi gerekse baskı

¹⁷⁶ Wu., s. 36.

¹⁷⁷ Tanıl Bora 12 Eylül 1980 Askeri darbesi ile “Türk-İslam” sentezinin harfiyen benimsenen resmi bir doktrin olmadığını fakat devletin rıza üretimi ve itaat talebinde Sentez söylemiyle buluştuğunu belirtir. Bu buluşmanın 12 Mart 1971 Muhtırası ile adım atıldığı ve “*antikomünizm harcına dindarlığı*” kattığını vurgular. Bunun 1990’lardaki İslamcı yükselişin kaynakları arasında görülebileceğini belirtir. Tanıl Bora, **Cereyanlar Türkiye’de Siyasi İdeolojiler**, 2. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, 2017, s. 403. Buna göre Sentez söylemi, 1970’lerin sonunda Aydınlar Ocağı eliyle biçimlenen ideolojik yaklaşımdır. Sentez fikri, milliyetçilik ve İslam dininin birleşimi üzerine kurulmuştur. İbrahim Kafesoğlu’nun ideoloğunu yürüttüğü yaklaşıma göre İslam dini milliyetçiliğin önemli bir bileşeni olarak görmektedir. Yüksel Taşkın, “1970’lerin ortasından itibaren Kafesoğlu’nu kendi kuşağının etkin isimleriyle beraber, bilinçli bir stratejinin izleyicisi olarak görüyoruz: Türk-İslam sentezinin ‘resmi katlarca’ benimsenmesi ve özellikle eğitim ideolojisi olarak kabul görmesi mücadelesi” olarak açıklamaktadır. Yüksel Taşkın, **Antikomünizmden Küreselleşme Karşılığına Milliyetçi Muhafazakar Entelijansiya**, İstanbul: İletişim Yayınları, 2007, s.142. Din dersinin zorunlu hale getirilmesi, İmam Hatip okullarının yeniden açılması gibi uygulamalar Darbe sonrasında devlet Bürokrasisi’nin de benimsediği Sentez ideolojisinin ifadesidir: Erik Jan Zürcher, s. 415.

¹⁷⁸ Bu yıllarda Necmettin Erbakan ve kurucusu olduğu Refah Partisi ve Milli Görüş hareketi darbe ile önu açılan siyasal islamın toplumsal desteğinin bir ifadesi olarak doğmuştur, ancak iktidara geldikleri Refah-Yol hükümeti (28 Haziran 1996-30 Haziran 1997) dönemi askeri vesayetin -28 Şubat- müdahalesiyle karşılaşmıştır.

teknîğinin gelişmesiyle daha nitelikli kitapların üretilmesini sağlayarak yeni tür ve biçimlerin yazın alanına girerek yeni yazarların alana girmesine tanıklık etmiştir. Böylelikle, yeni yayınevlerinin kurulması ve yayıncılık alanının genişleyerek alanda kurumsallaşmanın (sektörleşmenin) görülmesi mümkün olmuştur. Ancak bu durum dayanışma temelli ilişkilene biçimini de dönüştürme eğilimindedir, alanda piyasa şartlarının ve rekabetin öne çıktığı bir ilişkilene görülmeye başlanmaktadır.

2.2. 1980 Sonrası Yıllarda Yayıncılık Alanı Yeniden Kuruluyor

Bir önceki bölümün -1980 Öncesi Yayıncılık- son alt başlığında yayıncılık alanının 1960-1980 arasında siyasal iktidara karşı muhalefet yürütme biçimi olarak ve kimi zaman doğrudan organik bir yayın aracı olarak pratik siyaset eliyle biçimlendiğini ele almıştık. Bir siyasal ideolojinin ve/veya partinin yayın organı olarak yayıncıların varlığı, bu dönemin öne çıkan karakteristiklerinden biridir.

Darbenin yayıncılık alanına müdahale etme biçimi yasaklama, kitap yakma, yasaklı yayın ilan etme ve tutuklamalarla kontrol altında tutarak kendini göstermiştir. Nitekim 1960-1980 arası yayıncılık alanında var olan pek çok yayınevi kapanmış, kapatılmıştır. Darbenin, yayıncılık alanındaki en sembolik uygulamalarından biri kitapların suç aleti sayılarak yakılması olmuştur. 927 yayın yasaklı sayılmış, yok edilmek üzere 40 ton yayın depolarda bekletilmiş, 39 bin ton dergi ve kitap da yakılmıştır. Yanı sıra kağıt fiyatları da %13 artmıştır¹⁷⁹. Yayıncılar açısından darbe *ilk kırılma dalgası* olarak değerlendirilmektedir¹⁸⁰. Bu kırılma zorunlu olarak yayıncılık alanında genişlemeyi tetiklemiştir. 1980 sonrasında yayıncılık alanının büyümesinin nedenlerinden biri örgütlü yollardan “*siyaset kanallarının tıkanması*”¹⁸¹ ve muhalif kesimlerin, akademisyenlerin, yazar ve entelektüellerin¹⁸² “*siyaset yapabilme*” biçimleri yayıncılık

¹⁷⁹ <http://t24.com.tr/haber/iste-12-eylul-darbesinin-kanli-bilancosu.296166> (15 Ocak 2018)

¹⁸⁰ Hil yayıncıları sahibi Hüseyin Sönmez ile görüşme “Türkiye’de Yayıncılık Alanı’nda Dönüşümler” Taylan Tosun, Fatih Arı, Fatih Taş (4.11.2007) <http://www.art-izan.org/artizan-arsivi/turkiyede-yayincilik-alaninda-donusumlar/>

¹⁸¹ Yonca Güneş Yücel ve Gözde Orhan, “Yayıncılık Dünyasının Feminizasyon Süreci: Kadın Çevirmenler Üzerine Bir İnceleme” *Kebikeç*, sayı 46, 2018, s.367-380 (10 Mart 2019) https://www.academia.edu/38046573/Yay%C4%B1nc%C4%B1l%C4%B1k_D%C3%BCnyas%C4%B1n%C4%B1n_Feminizasyonu_S%C3%BCreci_Kad%C4%B1n_%C3%87evirmenler_%C3%9Czerine_Bir_%C4%B0ncel_eme

¹⁸² 1983 yılında çıkarılan 1402 Sayılı Sıkıyönetim Kanunu ile üniversite hocaları tasfiye edilmiştir. Bu süreçte işsiz kalan akademisyenler yayıncılık, editörlük ve çevirmenlik gibi işlere yönelmiştir.

alanında karşılık bulmuştur. Çok sayıda yazar örgütü ve dernek kapatılırken, yazar yayıncı, şair ve çevirmenlerin bir kısmı da örgüt üyeliği suçlamalarıyla hapsedilmiş, yurttaşlıktan çıkarılmış ve bir kısmı da yurtdışına kaçmak durumunda kalmıştır. Ancak kimisinin tutuklanması ve ceza alması, kimisinin yurtdışına kaçması kültürel üretimi de mekânsal olarak gittikleri yerde yapmalarının önünü açmıştır. Nitekim cezaevi veya yurtdışı süreci kültür alanındaki insanlar için farklı bir üretime yol açmış ve bu dönemden çeviri yaparak veya yazarak çıkmışlardır. Bu bakımdan yayıncılık alanındaki kültürel sermaye birikimine önemli katkılar sunmuşlardır. Daha önce belirtildiği gibi Nail Satlıgan'ın 1950'lerdeki aydın tutuklamalarının onları çeviriye sevk ettiği tespitini burada yeniden hatırlamak mümkündür. Bu dönemde yaşanan cezaevi ve tutukluluk süreci benzer bir durum yaratmıştır. Çevirmene ve yayınevine bir taraftan önemli bir kültürel sermaye birikimi sağlamış, diğer taraftan da yeni yayınevlerinin kurulmasının önünü açmıştır. Agora Kitaplığı'nın kurucusu olan Osman Akinhay, dönemin ortamını yansıtmak bakımından iyi bir örnektir. 12 Eylül 1980 darbesi sonrasında tutuklanan Akinhay, hapishane sürecinde yirmi kitap çevirmiştir. Çevirileri, darbe sonrasında kurulmuş olan İletişim, Belge, Metis, Koral ve Pencere gibi yayınevlerinden basılmıştır¹⁸³. Tutukluluk sona erdiğinde ise önce editörlük ardından kendi yayınevi Agora Kitaplığı'nı kurmuştur. Dolayısıyla yine yayıncılık alanı içinde kalmıştır. Benzer şekilde özellikle akademideki öğretim görevlilerinin çevirmen olarak yayıncılık alanına girişleri de yine darbe koşullarının getirdiği bir durum olarak bu dönemin kendine özgü koşullarındandır. 1981 yılında YÖK'ün kurulması ve 1983 yılında akademisyenlerin üniversitelerden tasfiyesinin önünü açan 1402 Sayılı Sıkıyönetim Kanunu ile üniversitede akademisyenlerin yayıncılık alanında tutunmuş oldukları görülmektedir. Örneğin, İkinci Dalga olarak anılan kadın hareketinin önemli isimlerinden Şirin Tekeli, Necmiye Alpay gibi akademisyenlerin çeviri ve yazı aracılığıyla yayıncılık alanına girişlerine tanıklık edilmektedir¹⁸⁴. Nitekim, bu bölümde ayrıntılı ele alacağımız gibi üniversiteden uzaklaşan bu tip kadrolar kendilerine yayıncılık alanında yer bulmuşlardır. Bu bir taraftan yayınevinin editöryal kadrolarını oluşturarak sosyal sermayeye katkı sunarken, diğer taraftan telifli ansiklopedicilik, çeviri ve yazarlık gibi faaliyetlerle alandaki kültürel sermaye birikimini sağlamıştır. Üniversiteden uzaklaşan/uzaklaştırılan entelektüeller yayıncılık alanında gerek

¹⁸³ https://www.sabah.com.tr/pazar/2011/01/09/100_kitap_cevirdim_ama_ingilizce_konusamam (7 Nisan 2020)

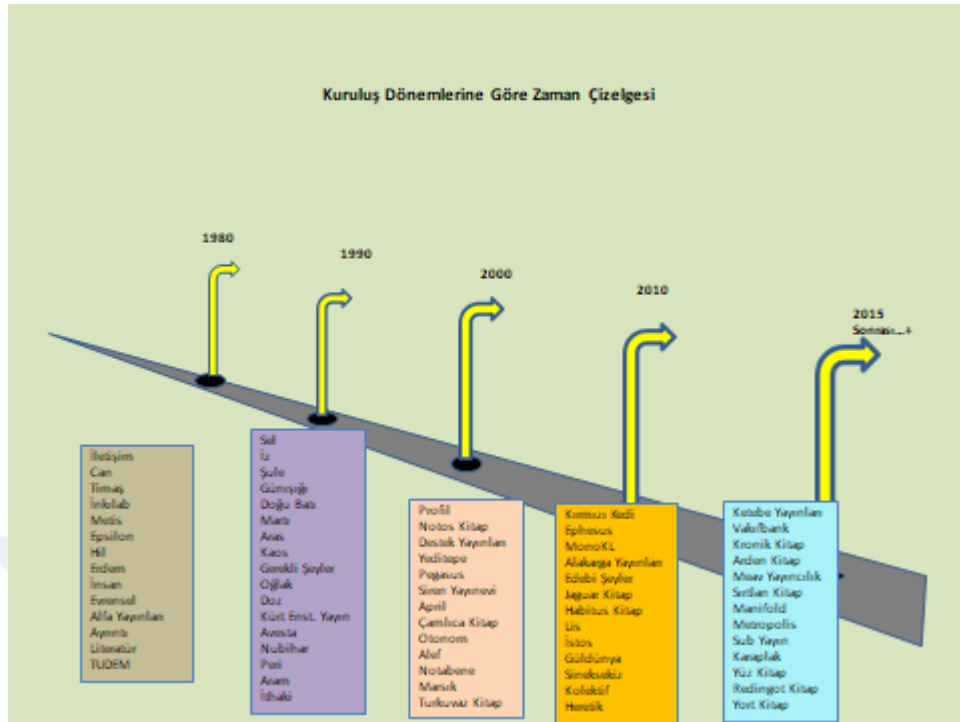
¹⁸⁴ Yücel ve Orhan, 369 ve 370.

sosyal sermaye bakımından gerek kültürel sermaye bakımından nitelikli bir birikim oluşmasına katkı sağlamıştır.

Kitabın bir suç olarak gösterilmesi kitabın itibarını sarsarken algılanma biçimini de olumsuz etkilemiştir. Nitekim 1980 sonrası doğan kuşakvvvcla birlikte değişen bir okur profili yeni edebi türler, farklı yayıncılık türlerinin yükselişi, popüler kitaplar ve *best-seller* türlere olan ilginin artması bu algının değişiminde belirleyici olmuştur. Bu bölümde tüm bu değişimin ışığında yayıncılık alanına yeni giren kimisi 1980 öncesinde de yayıncılık alanında bulunan kişilerce kurulmuş, kimisi tamamen darbe koşullarının bir sonucu olarak ortaya çıkan yayınevleri olmuştur. Darbe ile pratik siyasetten bir şekilde uzaklaştırılan insanlar kültür alanı içinde kendilerine yer bulmuşlardır. Diğer taraftan darbe öncesinde politize olmuş bir kuşak için yayıncılık, bir ifade biçimi olarak düşünsel faaliyete devam edebilmenin, bir diğer deyişle pratik siyaset dışında “mücadelenin” bir aracı olmuştur Bourdieu’nün kavramlarıyla ele alındığında pratik siyaset yerine *sembolik iktidar mücadelesi* yayıncılık alanına taşınmıştır. Bu durum Türkiye yayıncılığında karakteristik bir durum olarak öne çıkmaktadır. Özellikle bu bölümde ele aldığımız 1980 sonrası yayıncılığın bir tür *sembolik iktidar* mücadelesinin aracı olarak vücut bulması, Türkiye yayıncılığının kendine özgü durumlarından biridir. Türkiye yayıncılığına özgü bir diğer karakteristik ise yayıncılık alanının ilk bölümde incelendiği üzere iç siyasetle yakından ilişkili olmasıdır. Darbeye bir tepki olarak 1980 sonrasında yayınevleri kurulurken benzer durum 1990’larda da yaşanmıştır. 1990’lar yayıncılık alanı için yeniden dinamik bir dönemdir. Bu dönemde kültür yayıncılığı yapmak üzere kurulan yeni yayınevlerinin alana girişi gözlemlenmektedir. Alanda neoliberal ekonomi politüğın ve iç siyasetin etkisiyle bir çeşitlenmeye gidildiğini gözlemliyoruz. Örneğın Muhafazakar yayınevlerinden İz (1990), Ermeni kültür ve edebiyatına yönelik yayın yapmak üzere kurulan Aras yayınları (1993), çocuk ve gençlik yayıncılığının ekol temsilcilerinden biri haline gelen Günışığı Kitaplığı (1996), Oğlak yayınları (1993) yanı sıra Kürtçe yayıncılık yapmak üzere kurulan Deng (1989), Doz (1990), Kürt Enstitüsü Yayınları (1992), Avesta Yayınları (1995), Vate (1996), Nûbihar (1992), Perî (1997) ve Aram (1997). Yayıncılık yeniden toplumsal muhalafetin bir aracı ve mücadelenin bu alanda yürütölmeye çalışıldığı bir yol işlevi görmektedir. Alandaki bu çeşitliliğın sebeplerinin başında yayıncılığın kültürel iktidar mücadelesine imkan vermesi gelmektedir. Yayınevleri kendi kitaplarını yayınlayarak bir kültürel odak yaratmakta, muhalefet yürütebilmekte ve böylelikle iktidar mücadelesine ortak

olmaktadır. Türkiye'nin 1990'lı yıllarında iç siyasette öne çıkan başlıkları Kürt meselesi, laiklik ve derin devlet tartışmalarıyla geçen bir dönemdir. Aşağıdaki şekil 1 yayıncılık alanında halihazırda faaliyet gösteren ve yıllara göre yayınevlerinin kuruluş çizelgesini sunmaktadır. Bugün alanda önemli yayınevleri olarak bulunan yayınevlerinin çoğu 1980'li yıllarda kurulmuştur. Bunun yanı sıra 1990'lar yayıncılık alanında dinamizmin olduğu, farklı politik eğilimlerin yayıncılık alanında yer bulduğu bir iklim sunmaktadır. Yayıncılığın sektörleşmesiyle birlikte 2000'lerde yeni tip yayınevleri-butik yayınevleri¹⁸⁵- kurularak alana girmişlerdir. Bugün bağımsız ve küçük ölçekteki yayınevlerinin ise çoğunlukla 2010'dan sonra kurulduğunu gözlemliyoruz. Belli uzmanlık veya ilgi alanlarına göre yayıncılık yapmayı amaç edinen bu küçük/öncü yayınevlerinin kurucu kadroları yine yayıncılık alanından yetişmiş, üretim zincirinin farklı halkalarında (editoryal/yazarlık, satış, pazarlama) yer alarak yayıncılığı deneyimlemiş ve kendi yayınevlerini kurmayı seçmiş kişilerden oluşmaktadır.

¹⁸⁵ Küçük ölçekte, ekonomik sermayeleri bakımından bağımsız olan ve genellikle belli bir yayıncılık türünde uzmanlaşmayı (örneğin çocuk, tiyatro, müzik, ekoloji, telif edebiyat, yerli edebiyat ve/veya şiir vb.) seçmiş yayınevleri *butik* yayınevi olarak tanımlanmaktadır. Şekil 2'de yer aldığı gibi 2010'lardan sonra yayıncılık alanında bu türden yayınevleri görülmeye başlamıştır. Bağımsız yayınevi olarak da anılan yayınevlerinin bağımsızlıkları hem yayın politikası anlamında bir üst karar verici kurum veya kişi olmaması tamamen editoryal kadronun seçimlerinden oluşmasını belirtmekte hem de ekonomik sermaye bağlamında herhangi bir üst merci veya kurumdan finanse edilmediklerini göstermektedir. Ancak diğer taraftan bu şekilde bağımsız olup orta ölçekte bulunan yayınevleri de mevcuttur. Onlar da ekonomik olarak bağımsızdır ancak yayın politikası tamamen editoryal kadronun yönetiminde olmayabilir. Bazen bir yayın kurulu veya genel yayın yönetmeni gibi farklı karar alıcılar devreye girebilmektedir. O nedenle butik imlemesi bu tip küçük ve karar alma sürecinde hızlı ve bağımsız davranış gösterebilen ekonomik sermaye bağlamında daha sınırlı olan yayınevleri için daha net bir ifade olmaktadır. Fakat bu çalışmada Bourdieu'nün sınıflandırmasına bağlı olarak bu tip yayınevleri Küçük/Öncü yayınevleri olarak adlandırılacaktır.



Şekil 2. Kuruluş Dönemlerine Göre Zaman Çizelgesi

Kaynak: Kuruluş yıllarına göre tez yazarı tarafından düzenlenmiştir

Eric Hobsbawm, teknolojinin sanatı sadece herkes için ulaşılabilir olmasını sağlamakla kalmayıp aynı zamanda “*sanat ürününün algılanma biçimini*” de değiştirdiğini söyler¹⁸⁶. 1980 sonrasında edebiyatın hem konu hem biçim düzleminde “büyük bir arayışın”¹⁸⁷ içine girdiği belirtilmektedir. Bu arayış modernizmin biçim ve konu itibarıyla sorgulandığı, post-modernist eğilimlerin ortaya çıktığı bir süreçtir. Neredeyse darbeden on yıl sonra 12 Eylül hakkında romanlar yazılmaya, basılmaya başlanmıştır. Özellikle 1970’lerde edebiyatın toplumcu, gerçekçiliği öne çıkarken 1980 sonrasında bireyselliği öne çıkan ve sembolik bir biçime bürünmüştür edebiyat¹⁸⁸. Ömer Türkeş, yazarın 1980’li yıllarda toplumsal ve siyasi meselelerden elini eteğini çekmesine yol açtığını ve “*o güne kadar edebiyat dünyasına egemen*

¹⁸⁶ Eric Hobsbawm, a.g.e. s. 573, 1996, Sarmal Yayınevi, İstanbul.

¹⁸⁷ Yıldız Ecevit, “**Seksen Sonrasında Günümüze Edebiyat**”, s. 9-36, Ankara: Pasaj 2 Eylül-Aralık 2005,

¹⁸⁸ Baki Ayhan T. <http://www.sabitfikir.com/dosyalar/12-eylul-ve-edebiyat>

olan edebiyat-siyaset-ideoloji birlikteliği sona ermişti” der.¹⁸⁹ Bu dönem aynı zamanda pop-romanın da yükselişidir. Dönemin edebi yaratıcılık ortamında yeni kitle iletişim teknolojilerinin hakimiyeti, argo ve sokak dilinin edebiyata girmesi, Yıldız Ecevit’in deyiimiyle “*fast food tipi insan edebiyatı*”nın ortaya çıktığı bir ortam söz konusudur. Walter Benjamin’in 20. yüzyılın başı için tespit ettiği gibi sanat yapıtının teknik olarak çoğaltılabildiği yüzyılda, okur da biçim değiştirmiştir. Okur da artık yazardır. Okur profili dönüşmektedir, derin ve ağır bir edebiyat yerine okurken sıkılmamaya çalışan, derinlikli olmayan, eğlenceli zaman geçirmek isteyen bir okur biçimi ve dolayısıyla yeni yazın türleri yaygınlaşmıştır. Polisiye, gerilim, aşk bu dönemde yükselen roman türleridir¹⁹⁰. Hatta seksenli ve doksanlı yıllar bir “*anti-edebiyat*” çağı olarak da değerlendirilmektedir¹⁹¹. Edebi yaratım ortamındaki bu dönüşüm yayıncılık alanında oyunun kurallarının değişmesine yol açmıştır. Gelişen iletişim modelleri, kitabın kültürel bir üründen ziyade, değeri yazınsal derinliğinden çok piyasa değeri ile ölçülen ve pazarlanabilir bir meta olduğu fikri üzerinden şekillenmiştir. Reklam sektörünün gelişmesiyle bir kitabın “tanıtım”ı ve pazarlama faaliyeti önem kazanırken, bu tanıtımın baskı adedinde belirleyici olması, alana ekonomik sermayenin girişi ve değişen okur profiliyle birlikte bir önceki dönemden tamamen farklı bir yayıncılık türünün ve dolayısıyla yeni okurun ortaya çıkmasını sağlayacaktır. Bu noktada “*Eskiden sektör nerede dönüyordu? Çağaloğlu Yokuşu’nda dönüyordu. Şimdi nerede dönüyor? İstanbul’un her yerinde. Bir dağıtımçı Mahmutbey’de, bir dağıtımçı Zincirlikuyu’da*”¹⁹² tespiti değişen ilişkilerin ve piyasa şartlarının belirlediği yayıncılığı ifade etmektedir. Öte yandan piyasa şartlarının rekabeti dayatması, kağıdından kapak tasarımına kadar yayıncılığın da özenli, iyi çevirilerle kaliteli ve nitelikli olmasını zorlamaktadır. Nitekim bu denli teknik dönüşüm ve kurumsallaşma sektörleşmenin ana unsurlarını oluşturmaktadır. 1980 sonrasında kurulan yayınevi çeşitliliğini sağlayan unsur ile yine 1970’lerdeki yayıncıları alandan silen

¹⁸⁹ A. Ömer Türkeş “Sol’un Romanı”, **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce**, Cilt:8 Sol, 4. Baskı, İletişim Yayınları: İstanbul, 2018, s.1064.

¹⁹⁰ Polisiyeye olan ilgili her dönemde yüksektir, öyle ki 1950’lerde Türkiye’de okurun çok sevdiği Mike Hammer romanlarının orijinali dışında çok sevildiği için yayınevinin siparişi üzerine yerli yazarlar tarafından serileri yazılıp satıyor. “*Kanun Benim kitabı Mike Hammer’in öyküsü (çev Kemal Tahir) ile asıl satışı buluyorlar. Fransızcasından çeviriyor. 100 bin satıyor. Ve yarım sayfa gazete ilanı veriyorlar. Mike Hammer’in tirakisi olduk. 6 kitap yazıyor 4’ü Kemal Tahir çeviriyor. Kemal Tahir de 4 sahte MH yazıyor. Onlar da 100 bin satıyor. 6-7 Eylül olaylarında Kemal Tahir hapse atılır ve devam edemez. Hadise Yayınevi, 180 tane sahte Mike Hammer basıyor. 54-61 arası 354 tane sahte Mike Hammer romanı basılıyor. Michael Spilane bizzat 9 kitap yazmıştır*” Erol Üyepazarcı, “50 Kuşağı Yayıncılığı” 38. Uluslararası İstanbul Kitap Fuarı Söyleşileri/TÜYAP Kasım 2019.

¹⁹¹ Metin Celal, “Anti-Edebiyat Çağında Şiir Patlaması”, **E Aylık Kültür Edebiyat Dergisi**, 65/ Ağustos 2004, s.85-87.

¹⁹² Siyah Beyaz Yayınları yetkilisi Murat Kaplan’dan aktaran Emrah Yaralı, “Kültür Yayıncılığının Piyasalaşması” (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi SBE, 2009), s. 69.

unsur aynıdır: askeri darbe. Bir sonraki alt bölümde ise darbe sonrasında kurulan yayınevlerinden örnekler ayrıntılı olarak incelenecektir.

2.2.1. Yayıncılık Alanında Sembolik İktidar Mücadelesine Etki Eden Unsurlar

1980-2000 yılları arasında yayıncılık alanını incelerken bu yirmi yılın, kendinden önceki dönemlerden ayrılan birkaç unsur çıkmaktadır. Bunlar sırasıyla sermaye türleri, dağıtım kanalları ve teknolojik dönüşümdür. Bu alt bölümde ele alacağımız unsurlar sadece 1980 sonrasındaki yayıncılık alanına özgü değildir. Ancak neoliberal ekonomi politikalarına paralel sektörleşen bir alandan söz ederken sermaye birikimi, dağıtım, telif hakları ve teknolojik dönüşüm gibi kurucu unsurların, 1980 sonrasında yayınevlerinin kuruluşunda, gelişiminde ve bu dönemde yürütülen sembolik iktidar mücadelesinde belirleyici olduğu gözlemlenmektedir. Bugünkü yayıncılık alanını şekillendiren, yayınevlerinin konumlarını anlamamızı sağlayan başta sermaye türleri ve birikimleri olmak üzere satış ve pazarlama mekanizmasını yürüten dağıtım kanalı ve yayıncılığın bir sektör hale gelerek ekonomik olarak büyümesini sağlayan teknolojik dönüşümdür. Yayınevlerinin bu unsurlara erişimleri ve sahip oldukları sermaye birikimleri alandaki konumlanmalarını ve mücadelenin yapısını belirlemektedir.

2.2.1.1. Örnek Yayınevleri Üzerinden Sermaye Türleri ve Birikimi

Pierre Bourdieu'nün sermaye kavramının tanımını ve kullanımını geliştirerek dört tip sermaye türünün kavramsallaştırması önceki bölümlerde sunuldu. Bourdieu'nün sermaye türlerini yayıncılık alanına taşıyan güncel araştırmalarından biri John B. Thompson¹⁹³ tarafından yürütülmektedir ve Thompson, Bourdieu'nün geliştirdiği dört tip sermaye biçimini¹⁹⁴ (ekonomik, simgesel, sosyal ve kültürel) yayıncılık alanına uyarlayarak, sosyal sermaye türünden hareketle bir sermaye türü daha kavramsallaştırır, bunu “insani sermaye” olarak adlandırır. Ancak bu çalışmada, Bourdieu'nün ayrımı üzerinden insani sermaye türünü

¹⁹³ Pierre Bourdieu'nün kültürel sermayesini, John B. Thompson entelektüel sermaye kavramıyla karşılamaktadır. İçerik olarak aynı sermaye türünü kastetmektedir.

¹⁹⁴ Pierre Bourdieu, **Pratik Nedenler**, Hülya Tanrıöver (çev.), İstanbul: Hil Yayınları 2006, s. 43; Pierre Bourdieu, **Ayırım**, s. 128-134; Pierre Bourdieu, “Le Capital Social: Notes Provisoires”, **Actes de la Recherche en Science Sociales**, 1980, Cilt 31, s.3.

sosyal sermaye içine dahil edecek şekilde, yani dört tip sermaye türünün varlığı üzerinden yayıncılık alanı incelenecektir. Aşağıdaki Şekil 2 sermaye türlerinin dağılımını göstermektedir. Yayıncılık alanındaki bir takım *sınıflandırmaların* -büyük yayınevleri, küçük yayınevleri, bağımsız yayınevleri, holding yayınevleri, banka yayınevleri gibi- kaynağı, yayınevinin sahip olduğu bu dört tür sermaye biçiminden ileri gelmektedir. Diğer bir deyişle, bir yayınevinin *gücünü (sembolik iktidarı)* belirleyen ana unsur sahip olduğu sermaye birikimleridir. Thompson, Bourdieu'den hareketle *yayınevinin sahip olduğu (sembolik) iktidar bir sihir değildir, bu hareket edebilme ve şeyleri yaptırabilme kapasitesidir. Bu kapasite yayınevinin kaynaklarında (kaynaklarının çeşitliliği ve miktarında) kökleşmiştir. Bu kaynakları oluşturan ise sahip olduğu sermayelerdir*¹⁹⁵ şeklinde belirterek sermayelerin önemini vurgulamaktadır.



Şekil 3: Yayınevleri Sermaye Türleri

Kaynak: Pierre Bourdieu ve Thompson Sınıflandırmasına Göre Yayınevlerinin Sermaye Türleri

*John B. Thompson, **Merchants of Culture, The Publishing Business in Twenty-First Century**, (2. Baskı), e-kitap, Polity Press:Londra, 2012, s. 5.

** Pierre Bourdieu, **Pratik Nedenler**, Hülya Tanrıöver (çev.), İstanbul: Hil Yayınları 2006, s. 43; Pierre Bourdieu, **Ayırım**, s. 128-134; Pierre Bourdieu, *Le Capital Social: Notes Provisoires*, Actes de la Recherche en Science Sociales, 1980,Cilt 31, s.3.

Yayınevinin finansal gücünü, sahip olduğu maddi imkânları ifade eden ve istikrarlı üretim yapmasını sağlayan *ekonomik sermayedir*. Bir yayınevinin ekonomik sermayesi, ilk

¹⁹⁵ Thompson, s.6.

bakışta dışarıdan da görünebilen, anlaşılabilen bir sermaye türüdür. Ekonomik sermayenin karşılığı doğrudan yayınevinin cirosu ve maddi varlıklarıdır. Kitabı basmak ve yayıncılık zincirinde yer alan gerekli olan tüm finansal süreci açıklayan bu *ekonomik sermaye* kabaca yayınevinin sahip olduğu paradır. Yazara ve ajansa ödenecek telif ücreti, yayınevi çalışanlarının maaşı, ofisin giderleri, kitabı basmak üzere kağıtçı, matbaa ve ciltlemeye yapılan ödemeler, reklam harcamaları, basın lansmanları ve fuar giderleri gibi maliyet kalemlerinin tümü, yayınevinin ekonomik sermayesi ile karşılayabileceği işlerdir. Dolayısıyla bir yayınevinin varlığını devam ettiren en yaşamsal sermaye türüdür. Yayınevinin ekonomik sermayesi ne kadar büyük olursa üretimi o kadar artacaktır.

Sermaye türleri arasında insan ve ilişkiler boyutunu kapsayan genişlikteki sermaye türü *sosyal sermayedir*. Yayınevinde çalışanlar -editör, genel yayın yönetmeni, grafiker, dizgi, satış- tüm hepsi insani boyutu kapsayan *sosyal sermayeyi* oluşturmaktadır. Çalışanların nitelikleri yayınevinin diğer sermayelerini de yukarıya taşımaktadır. İyi bir editör, iyi bir tasarımcı-grafiker daha özenli kitaplar hazırlanması sağlanacaktır. Yayınevinin çalışanlarına yaptığı yatırımın karşılığı iyi kitaplar, piyasada ayrışan eserler olarak yer almasıdır. Örneğin bugün bir yazarın ölümünün ardından yetmiş yıl geçmiş olması telifini ortadan kaldırmakta, eseri kamusallaşmaktadır. Edebiyat Klasikleri pek çok kültür yayıncısı tarafından basılmıştır. Fakat bu işe çalışan konusunda yatırım yapan Can yayınları, İletişim yayınları gibi yayınevleri diğer yayınevlerinden daha çok satmaktadır. İyi çevirmenlerle ve editörlerle çalışarak o kitaplara yazdırdıkları sunuşlarla eseri daha özenli yayınlamaktadır. Yayınevi açısından üretimin yaratıcı kısmını gerçekleştiren insani boyutuyla sosyal sermayedir. Becerikli bir satışçı ve satış kadrosu, kitapların toptan ve perakende satışını arttıracığından bir yayınevi için önemlidir. Başarılı bir grafiker farklı kapak tasarımıyla kitapların diğer benzerlerinden ayrışmasını sağlayacaktır. Edebiyattan anlayan bir yayın yönetmeni bünyesine iyi yazarları toplayabilecektir. Sosyal sermayenin insani boyutu tüm bu üretim sürecinde yayınevinin temel yapı taşlarından birini oluşturmaktadır. Bir diğer önemli sosyal sermaye boyutu ise yukarıda söz ettiğimiz gibi ilişkilerdir. Yayınevinin sahip olduğu ilişkiler ağı-gazeteciler, matbaa, kültür-sanat insanları, ajans, çevirmenler, dernekler, örgütler ve üyelikler, okurlar- yayınevinin *sosyal sermayesidir*. Sosyal sermaye, gerek yayınevi çalışanlarını kapsayan insani boyutuyla gerek ilişkiler boyutuyla Türkiye'nin yayıncılık alanında neredeyse ekonomik sermaye kadar belirleyici olabilmektedir. Sosyal sermaye aracılığıyla kağıt sorunu çözebilir, uygun bir matbaa bulabilir hatta ekonomik sermaye olmaksızın kitap dahi basabilir. Yayınevinin alandaki varlığını devam

ettiren de çoğu zaman sosyal sermayesi olabilmektedir. Özellikle küçük ve bağımsız yayıncılar için sosyal sermayenin biçimlendiği ilişkiler ağı elzemdir. Yazarla bağlantısını da bu ağ üzerinden kurabilir, kitapla ilgili tanıtım yazılarını bu ilişkiler ağı üzerinden yazdırabilir ve ilişkiler ağı sayesinde kitabını pazarlayabilir. İlk bölümde görüldüğü üzere Türkiye’deki küçük ve bağımsız yayınevleri genellikle tek kişiden, yayınevinin kurucusundan oluşmaktadır. Dolayısıyla bu tip yayınevlerinin üretim yapmalarını sağlayan ve basın/tanıtım desteği sağlayan sahip oldukları sosyal sermayedir. Türkiye’nin yayıncılığına özgü durumlardan biridir, sosyal sermaye birikimi sayesinde iş yapabilme becerisidir.

Aynı zamanda bu tip yayınevlerini ayakta tutan en önemli dinamik, diğer sermaye türlerine de tahvil edilebilen bu sosyal sermaye birikimidir. 1980 sonrası yayıncılığın çeşitlenmesini sağlayan unsurlardan biri cezaevinden yapılan çeviriler olduğundan söz etmiştik, bunun yanı sıra cezaevinde kurulan dostluklar, bir sosyal sermaye birikimi olarak bu dönemin kazanımlarından biridir. Bu türden sosyal sermayenin yayıncılık alanına aktarılmasıyla yeni yayınevleri kurulmuş, kitap çevirileri yapılmış ve yayınlar üretilmiştir. Diğer taraftan bazı yayınevlerinin kuruluşunda da sosyal sermaye birikimi belirleyici olmuştur. Cezaevinden tanışır olmak, aynı siyasetten gelmek veya aynı örgütlü yapılarda bulunmak gibi durumlar bir araya gelerek yayınevlerinin kurucu kadrolarını meydana getirmiştir. Örneğin **Metis yayınları** sosyal sermaye ile kurulan bağımsız yayınevlerinden biridir. Darbe’nin yarattığı kültür alanındaki tahrifatin giderilmesi, darbe sonrası *apolitizme* karşı bir mücadele yöntemi ve aynı zamanda başlı başına bir kültür alanı yaratmanın imkânını doğurmuştur. Bu mücadele biçimi Metis gibi yayınevlerinin kuruluş saikidir. Darbenin hemen sonrasında kuruluşunu “*Üniversite yıllarında dönemin sosyal muhalefet hareketlerinin içinde yer almış Sol görüşlü 5-6 üniversiteli genç, kendi kişilikleri ile eğitimini aldıkları meslekleri arasında ilişki kuramayıp kültürel ve siyasi bir odak olarak Metis yayınevini kurdular*” şeklinde açıklar. Metis yayınları, 1987 yılına kadar edebiyat dışı sonrasında ise Türkçe ve çeviri edebiyat eserlerini de yayınlarına dahil ederek yayın çizgini genişletmiştir. Yayınevi, belli dönemlerde farklı kampanyalar yürüterek yayın çizgisinin “*muhalif*” bir yerde durduğunu her zaman vurgulamıştır. Örneğin 1982 yılında *Yaşasın Kitap* kampanyası ile:

“kitap bir suç aleti ilan edilmişti. Bu koşullarda asıl işimizin kitapları suç sayan zihniyetle mücadele etmek, kitapları ve kitap okumayı suç olmaktan çıkarmak olduğunu düşündük. "Yaşasın Devrim" diye sokaklara dökülmüş bir

kuşaktan geliyorduk ve birden içimizden çıkıveren "Yaşasın Kitap" lafı, ruh halimizi çok iyi anlatıyordu”¹⁹⁶.

1985-86 yılları arasında ise birkaç yayınevi ile birlikte “*Kitabı Geri Getirelim*” kampanyasını düzenler. Kampanya, hem kampanyaya iştirak eden yayıncılarla birlikte ortak ilan verilmesini sağlarken aynı zamanda katılımcı yayınevlerinin olduğu ortak bir yayın kataloğu oluşturulmuş ve 200 kitapçıya gönderilmesi sağlanmıştır.

Bunun yanı sıra yayıncılığın en önemli dayanışma örneklerinden biri yine bu yıllarda yaşanır ve Metis yayınları da bu hareketin bileşenlerindendir. Can yayınları tarafından basılan Henry Miller’ın Oğlak Dönencesi kitabının basımının yasaklanması karşısında gelişmiştir. Oğlak Dönencesi kitabının yasaklanmasına karşı matbaada basımı durdurulan kitap, 39 yayıncının dayanışması sonucunda yeniden basılır¹⁹⁷. Yayınevinin yürüttüğü kampanyalardan biri de “*Düşünce ve İfade Özgürlüğü Hemen Şimdi Herkes İçin*” kampanyasıdır. 22 yayınevi ortaklaşa kaleme aldıkları bildiride “*düşüncenin engellenmesi, toplumsal barışın önündeki bütün yolları tıkamaktadır. Bizler, Düşünce ve İfade Özgürlüğünü engelleyen, her türlü yasa ve uygulamanın derhal kaldırılmasını istiyoruz. Toplumumuzu, bizimle birlikte bu hak ve özgürlüklere sahip çıkmaya çağırıyoruz*” ifadesi yer almaktadır. Metis yayınları ilkesel olarak yayıncılığın önündeki yasaklara karşı muhalif durmuş bir yayınevi olarak her zaman mesleki dayanışma içinde olduğu tutumunu korumuştur.

Sosyal sermaye birikimi ile kurulan, alandaki önemli oyuncularından biri olan **İletişim yayınları**dır. İletişim Yayınları, yayıncılık alanında kolektif bir girişimin ilk örneklerindendir. Tek bir patronu olmaksızın yapısal olarak bir kolektif tarafından kurulmuş ve bugüne kadar aynı şekilde ilerlemeyi prensip edinmiş bir yayınevidir. Darbe sonrasında “*İletişim Yayınları projesini başlatanlar, 12 Eylül 1980 öncesinde de “Türkiye’nin düzeni” ile sorunu olmuş, radikal bir toplumsal dönüşüm için, özgürlükçü bir sosyalizm arayışı için bulundukları*

¹⁹⁶ <http://www.metiskitap.com/aboutmetis/campaign/> (4 Temmuz 2017)

¹⁹⁷ **Oğlak Dönencesi** kitabının Muzır Kurulu Raporu’nda ve Savcılık iddianamesinde yasaklama gerekçesi olarak belirtilen yerlerini çıkartıp, başına bu raporu ve savunmayla kararı eklemeyi kararlaştırdılar. Böylece kitabın bütünü, ekleriyle, "mahkeme serüveni"yle birlikte ve biraz "parçalanmış" halde, arkasında "Kitaptan Korkulmayan Bir Dünya İçin" ibaresiyle 39 yayınevi tarafından (Ada, Adam, Afa, Amaç, Ayrıntı, BDS, BFS, Birey ve Toplum, Boyut, Çaba, Çınar, De, Dost, El, Eleştiri, Gür, Habora, Hil, Hüryüz, İletişim, İnter, Kalem, Kaynak, Kavram, Kıyı, Kuzey, Metis, Nisan, Oda, Öykü, Pan, Savaş, Söylem, Teori, Toros, V, Yaprak, Yazın, Yön), 10.5.1988 tarihinde yeniden basıldı ve aynı gün, 1. Sulh Ceza Hakimliği’nin 1988/71 no.lu kararıyla toplatıldı. Yayıncıların toplatma kararına itirazları da 2. Asliye’nin 1988/24 D. İş kararıyla reddedildi. İstanbul Cumhuriyet Savcısı Aytaç Tolay, 1988/31 Hazırlık, 1989/133 Esas, 1989/57 İddia numarasıyla İstanbul 2. Asliye Ceza Mahkemesi’ne TCK 426/1 ve 427/son’dan dava açtı, ayrıca TCK 119’un da uygulanmasını istedi. 26.5.1989 tarihinde başlayan duruşmalar, henüz sanıklarının tümünün ifadesi alınmadan, 4. duruşmada beraatle sonuçlandı.

*ortamlarda faaliyet göstermiş, kafa yormuş, yazı yazmış, yayıncılık yapmış insanlardı”*¹⁹⁸. Her iki yayınevinin kuruluşunda güçlü olan kültürel ve sosyal sermaye olarak öne çıkmaktadır. Türkiye’de yayıncılık alanına 1980’li yılların başında damga vuran telifli “ansiklopedicilik” türünü önemli ayağını İletişim yayınları oluşturması itibariyle diğer yayınevlerinden farklılaşır. Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi ve Tanzimat’tan Cumhuriyet’e Türkiye Ansiklopedisi, Türkiye’de entelektüel birikimde bir açığı kapayacak nitelikte yayınlar olmuştur. İletişim yayınları, akademisyen, gazeteci, araştırmacı, sosyolog, tarihçi gibi toplumsal muhalefetin içinde aktif olarak yer almış entelektüelleri buluşturan bir platforma dönüşmüş, bir nevi “okul” görevi yürütmüştür.

Bir başka örnek ise, 1980’li yılların ortalarında kurulan gazete ve dergi gibi yayın organlarıyla birlikte **Evrensel yayınlarıdır**.¹⁹⁹ Yayınevinin kurulma sebepleri arasında toplumsal muhalafet etme biçimi yatmaktadır. 1988 yılında İstanbul’da kurulan yayınevi “*ülkedeki boğucu ve hantal havayı dağıtan 80 sonrası ilk hareketlerin doğrudan ürünü*” olarak görmektedir²⁰⁰. Evrensel yayınları yayın çizgisini “*“tarafsız” bir yayıncılık çizgisi değil, dünyada ve Türkiye’de olan bitenlere karşı tavrı olan yayıncılık çizgisi*” olarak belirtir ve muhalif kimliğini vurgulamaktadır.

Sosyal sermaye birikiminin kuruluşta belirleyici olduğu bir diğer yayınevi de **İnkılab Yayınlarıdır**. Darbe sonrasında yayıncılık alanında kendini İslamcı²⁰¹ bir yayınevi olarak konumlandıran **İnkılab yayınları’nın** Genel Yayın Yönetmeni Hasan Güneş alana giriş nedenini; “*80 sonrası biraz daha kendimizi düşünme, tefekkür dönemi oldu bizim için ve yayıncılığı biraz da bunun için istedik. Yani mecmuayla değil kitap yoluyla meramımızı anlatalım dedik*”²⁰² olarak açıklamaktadır. Diğer taraftan muhafazakâr kesim için yayıncılığın

¹⁹⁸ Neden İletişim Var? <http://www.iletisim.com.tr/neden-iletisim-var> (4 Temmuz 2017)

¹⁹⁹ Evrensel yayınları, 29 Ekim 2016 tarihinde yayınlanan KHK ile kapatılmasının ardından kurduğu Kor Kitap, Ginko ve Manos markalarıyla yayıncılığa devam etmektedir.

²⁰⁰ <http://www.evrenselbasim.com/hakkimizda.asp> (4 Temmuz 2017)

²⁰¹ Yayınevlerinin yayın politikalarına göre belli terimlerle anlatılması yayıncılık alanında çok sık rastlanan bir durumdur. İslamcı, islami veya dini yayıncı tanımlamaları bunlardan bazılarıdır. Bizim kullanacağımız tanımlama ise “İslamcı” olacaktır. Siyasal islama referans vermesi nedeniyle tercih ettiğimiz İslamcı sıfatı aynı zamanda alanda genel kabul görmüş adlandırmadır. Yanı sıra bu türde yayın politikası izleyen yayınevleri de kendilerini “İslamcı yayınevi” olarak addetmektedir. Bu isimlendirme aynı zamanda yayıncılık alanında (bu bölümde ayrıntılı ele alacağımız) “siyasallaşma” sorunsalına da bir yanıt vermektedir. Yayınevlerinin siyasal referansları nedeniyle sağ, muhafazakar, sol veya İslamcı olarak adlandırılmaktadır.

²⁰² Serhat Aslaner (hzl.) “**Yayınevleri ve Yayıncılık Üzerine Sohbetler**”, Bilim ve Sanat Vakfı – Türkiye Araştırmaları Merkezi Yayınları: İstanbul, 2012, s27.

yokluktan kaynaklanan bir ihtiyacın sonucu olduğu ve bunun yanı sıra kendini Sol’a karşı tarif ettiği konumun yine yayıncılık alanında kalarak üretim yapmak olduğunu vurgulamaktadır:

“zira solun bir çok kitapları, bir çok yazarları vardı Köy Enstitüsü kökenli. Cumhuriyet’in ilk döneminden itibaren kültür politikaları materyalist bir temel üzerine kurgulanmıştı, onların okuyacakları kitaplar vardı. Bu yüzden bizim insanımız bîzar oldu. İşte dini endişe sahibi insanlarımız “biz de bize hitap eden kitaplar yayınlamaya başlamalıyız” diye parasal yardımda bulundular veya kendisi şirketin ortağı olmaksızın “sen genç adamsın bu işleri bilirsin, al şu parayı kitap çıkar” dediler “²⁰³”.

Görüldüğü gibi özellikle darbe sonrasında kurulan yayınevleri için sosyal sermaye yayınevlerinin kurucu unsurunu oluşturabilmektedir. Sosyal sermaye birikimi hem yayınevi çalışanına referans olmakta hem de kültürel sermaye birikimin yayınevinde toplanabilmesinin imkanını oluşturmaktadır. Darbe öncesinde aynı siyasal örgütlenmeden, aynı cemaatten veya gruptan gelmek bu tip bir sosyal sermaye birikiminin yapıtaşıdır. Bu gibi durumlarda sosyal sermaye birikimi çoğu zaman ekonomik sermayeye tahvil edilebilmektedir. Bu ağ sayesinde yayınevi kitap çevirisinden matbaa işlerine, kitabın dağıtımından hakkında yazı yazdırarak kitabın tanıtımının yapılmasına kadar yayıncılık değeri zincirindeki pek çok halkayı işletebilmektedir. Bölümün girişinde de söz ettiğimiz gibi yayıncılık alanındaki kurucu birikimlerden biri olan sosyal sermaye birikimi özellikle Türkiye’ye özgü yayıncılığın gelişmesini sağlayan temel bir sermaye birikimidir. Arkadaşlık, aile, örgüt, cemaat, din gibi sosyal yapılar ve sosyal sermaye birikimi ile bir yayınevi kurulabilmekte ve kitap yayınlayarak satılabilmektedir. Başlangıçta ekonomik sermaye olmaksızın (veya çok az bir ekonomik sermaye ile) yayıncılık alanına girebilmenin imkanını yaratan sosyal sermayedir ve ülke yayıncılığına özgü bir durumdur. Darbe sonrasında özellikle bu “dayanışmacı” ilişkilendirme biçimi alana yeni yayınevlerinin (oyuncuların) girebilmesinin imkanını yaratmıştır.

Yayınevinin bünyesinde yer alan yazar kadrosu, yayınladıkları kitaplar *kültürel (entelektüel) sermayesini* oluşturmaktadır. Kataloğundaki kitap başlığı, türü ve yazarları bu entelektüel sermayenin en önemli göstergesidir. Bir başka açıdan kültürel sermaye, doğrudan ekonomik sermayeye dönecek olan unsurdur. Bu bakımdan yayınevinin bünyesindeki yazarlar ve eserler, yani yayınevinin kültürel sermayesi, doğrudan ekonomik sermaye sağlama

²⁰³ Cevat Özkaya, ,s.37.

potansiyeline sahiptir. Belli türde kitap yayınlamak örneğin bilim kurgu, polisiye, gerilim, şiir, çocuk, gençlik, yetişkin veya çoksatan/uzunsatan gibi kategorilerde kitap basmak yayınevinin kültürel sermayesi ile doğrudan ilintilidir.

Yayınevinin sahip olduğu itibar ise, *simgesel sermaye* ile karşılanmaktadır. Simgesel sermaye, alanda tanınırlık, bilinirlik ve kabul edilme durumlarını karşılayan sermaye türüdür. Aynı zamanda yayınevinin yayınladıklarına olan inanç ve okur sadakati de yayınevinin simgesel sermayesinden kaynaklanmaktadır. Öte yandan simgesel sermaye bir *sınıflandırma* barındırır: iyi kitap-kötü kitap, iyi yazar-kötü yazar vb. Dolayısıyla simgesel sermayenin iyi ve kötüyü/doğru ve yanlış *belirleme* gücü simgesel sermayenin sağladığı sınıflandırma gücünden ileri gelmektedir. Yayınevlerinin aynı zamanda kültür araçları olduğundan hareketle bir zevk, beğeni oluşturma misyonları da vardır. Simgesel sermaye yayınevini *marka* haline gelmesini sağlayan önemli sermaye türlerinden biridir. Yayınevinin simgesel sermayesi, alandaki iktidar mücadelesinde elini güçlendiren unsurlardan biridir. Okurlarının ne basarsa aldıkları, iyi edebiyat/iyi kitap *sınıflandırmasına* inandıkları, hatta yayınevi ile özdeşlik kurmalarını sağlayan ana unsurları, yayınevinin sahip olduğu simgesel sermaye belirleyebilmektedir. Bunda yayın politikası ve türü de etkilidir. Örneğin 1980 sonrasında kurulan yayınevlerinden biri olan **Can yayınlarının** logosu olan kırmızı kalp, iyi edebiyat algısı yarattığından okurları tarafından bir koleksiyon yapma dürtüsünü hareket geçirmektedir²⁰⁴. 1981 yılında yazar Erdal Öz tarafından kurulan yayınevi kırmızı kalp logosuyla bellekte yer etmiş ağırlıkla edebiyat yayınlayan bir yayınevidir. Türk edebiyatının 1950 kuşağı yazarlarından biri olarak anılan Erdal Öz, yazar kimliğiyle edebiyata eğilen bir yayıncılığı benimsemiştir. Öykü, roman, şiir, deneme ve çocuk kitapları gibi edebiyatın farklı türlerinde kitap yayınlayan yayınevi 2500 başlıkta eser yayınlanmıştır²⁰⁵. Türkçe edebiyatın yanı sıra dünya edebiyatının önemli yazarları, klasikleri Can yayınları tarafından Türkçe'ye kazandırılmıştır. Türkçe edebiyatın ilk öykü ve romanlarını yayınlayan yayınevi aynı zamanda çok sayıda yeni yazarın edebiyata kazandırılmasına öncülük etmiştir. Bünyesinde **Can Çocuk** yayınları, **Socrates** spor kültürü dergisi ve Öykü gazetesi dergisiyle yayınlarını çeşitlendirmiştir. Yayınevi 2019 yılında iki yeni alt marka kurmuştur. Bunlardan biri kurgu dışı kitaplar yayınlamayla amaç edinen **Mundi** ve

²⁰⁴ <https://oggito.com/icerikler/erdal-ozun-kirmizi-kalbi/63738> (7 Mayıs 2019)

²⁰⁵ <https://canyayinlari.com/hakkimizda/> (7 Mayıs 2020)

yayın politikasını inceleme-araştırma ve sosyal bilimler odaklı kurgulayan **Tellekt** markalarıdır.

Sembolik sermaye birikiminin baskın olduğu örneklerden bir diğeri ise **Timaş Yayınları**'dır. Diğer sağ veya İslamcı yayınevlerinden farklı bir çizgi izlemiştir. Darbeden iki yıl sonra 1982 yılında kurulan yayınevinin kurucuları arasında Hekimoğlu İsmail mahlası ile Zaman gazetesinde uzun yıllar köşe yazarlığı yapan, aynı zamanda çok satan Minyeli Abdullah romanının yazarı Ömer Okçu yer almaktadır. *Minyeli Abdullah* romanının yanı sıra muhafazakâr kesim tarafından çok okunan Şule Yüksel Şenler'in *Huzur Sokağı* da Timaş Yayınları tarafından basılmaktadır. Minyeli Abdullah ve Huzur Sokağı romanları hem dönem romanı olması itibariyle hem de roman kahramanlarının İslami yaşam tarzını sahiplenmesi sebebiyle yüz bin baskı adetlerini aşarak tarafından ilgiyle okunmuştur. *Hidayet romanları* ve diğer çok satan kitapların yayıncısı olması Timaş yayınlarını, yayıncılık alanında ayrı bir yere konumlandırır. Muhafazakar çizgide başlayan yayıncılık serüveni yıllar içinde herkesi kapsayan bir yayıncılık türüne doğru genişlemiştir. Bu bakımdan Timaş, 2000'lerden sonra kendisi gibi yayıncılık yürüten yayınevleri açısından bir ekol olarak değerlendirilebilir. Diğer taraftan her iki roman da ilk İslamcı "çok satan" romanlardan olması itibariyle kendinden sonra pek çok benzer konuda romanın yazılmasına ön ayak olmuştur. Yayınevi, kuruluş yıllarında daha çok İslami bir kimliğe vurgu yapan bir yayın politikası izlerken 2000'lerden sonra uluslararası standartları takip eden yayınevi toplam 26 ülkeye 900'ün üzerinde kitabın telifini satmıştır²⁰⁶. 2016 yılından itibaren yayıncılık politikasını değiştirerek muhafazakâr kimliğini korumakla birlikte İslami yayıncılıktan uzaklaşan bir yere kaymıştır.

Yayıncılık alanında sembolik iktidar mücadelesinin yürütücülerinden biri olarak 1980 sonrasında kurulan önemli yayınevlerinden biri de **Erdem Yayınları**'dır. Yayınevinin kurucusu Ebubekir Erdem yayınevinin kurulma amacını şu şekilde açıklar:

"Erdem yayınlarını kurmamın sebebi de şuydu: Kızım **Melike Günyüz** okumayı çok severdi. Ona Ayşegül serileri falan okuttuktan sonra baktık ki okunacak çocuk kitabı yok. Bir de şunu gördüm ki, çocuk kitaplarının tamamına yakını Batı'dan aktarma ve biz Batı kültürünün adeta gönüllü misyonerliğini yapıyoruz. O zaman biz Erdem Yayınları'nda 100 kitaplık bir program yaptık ve ilk

²⁰⁶ <http://www.timas.com.tr/timas-yayinlari/> (7 Mayıs 2020)

defa Türk-İslam klasiklerinden 30 tane çocuk kitabı için plan çıkardık ve bu kitapları yayınladık”²⁰⁷.

İslami yayıncılıkta kırılma yaratan tarihlerden biri de 1979 İran’daki İslami devrimin sonrasındır. Bunun Türkiye’deki siyasal islam açısından bir “moral” sağladığı düşünülmektedir²⁰⁸. Türkiye’deki iç siyasete paralel olarak-yükselen siyasal islam- kültür ve yayıncılık alanında da İslamcı yayınevlerinin, medyanın yükselişi ve beraberinde bunu izleyen okur kitlesinin de sayıca artışı sağlanmıştır. Türkiye’deki iç siyasete paralel olarak-yükselen siyasal İslam- kültür ve yayıncılık alanında da İslamcı yayınevlerinin, medyanın yükselişi ve beraberinde bunu izleyen okur kitlesinin de sayıca artışı sağlanmıştır. Dini kitapların sayısında 1978-1986 arası dönemde %226’lık bir artış olduğu kaydedilmektedir²⁰⁹. Örneğin 1983 yılında yayınlanan ve çeviri makalelerin ağırlıkta olduğu “İslam” dergisi 80 bin tiraja ulaşır²¹⁰.

1980’lerin sonuna doğru kurulan ve kültürel sermaye birikimi bakımından alandaki önemli yayınevlerinden biri konumunda olan **Ayrıntı yayınlarıdır**. Ayrıntı yayınları 1988 yılında ilk kitabı Ivan Illich’in *Şenlikli Toplum*’u yayınlarak kitap yayıncılığına başlamıştır. Aynı zamanda Mart Matbaacılık’ın da içinde bulunduğu bir grubun parçası olan Ayrıntı yayınları özellikle çevirilere ağırlık verdiği kuramsal kitaplar ile yayın çizgisini belirlemiştir. Yayınevi, siyaseten aynı hareketin içinden gelen “bir grup arkadaş” tarafından kurulurken yirminci yılında yayınevi kurucularından Ömer Faruk’un gruptan ayrılmasıyla yeni bir yapılanmaya gitmiştir²¹¹. Ayrıntı, darbe sonrasında kurulan bir yayınevi olarak muhalif kimliği vurgulayarak “dünyada da, ekolojik duyarlılığın arttığı, kadın hareketinin olgunlaştığı, Sovyet sisteminin dağıldığı, solun kendini sorguladığı arayış yıllarıydı. İşte böylesi bir dönemde kuruldu Ayrıntı Yayınları ve elbette o yılların duyarlılıklarına seslendi”²¹². Ayrıntı yayınları yola çıkarken dünyadaki “entelektüel verimlerin Türkiye’ye aktarılması”²¹³ amacıyla Marksizmin önemli isimlerini Türkçe’ye çevirirken dünya edebiyatının da modern klasiklerini

²⁰⁷ <http://www.erdem yayinlari.com/haber/57/yayincilik-en-buyuk-darbeyi-80-ihhtilalinde-yedi.html> (18 Temmuz 2017).

²⁰⁸ Doğan Duman, “Türkiye’de İslamcı Yayıncılık”, Çağdaş Türkiye Araştırmaları Dergisi, İzmir: DEÜ Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Enstitüsü, Cilt 2, Sayı 4-5, s. 77-94.

²⁰⁹ Duman, s.78.

²¹⁰ Bora, 2017, s. 462.

²¹¹ <http://www.radikal.com.tr/kultur/omer-faruk-20-yilinda-ayrinti-yayinlarindan-ayrildi-906399/> çevrimiçi (5 Temmuz 2017)

²¹² <https://www.ayrintiyayinlari.com.tr/ayrintiya-dair-cevrimiçi> (7 Temmuz 2017)

²¹³ <http://www.afilifilintalar.com/ayrinti-yayinlari-editoru-abdullah-yilmazla-soylesi-cevrimiçi> (7 Temmuz 2017)

yayınlanmıştır. Ayrıntı yayınları, nisan 2019 tarihinde on altı yayınevi tarafından oluşturulan yayıncılık kooperatifinin²¹⁴ kurucularındandır.

a. Dağıtım Kanalı

Dağıtım işi yayıncılığın temel kurucu unsurlarından biridir. Kitabın hazırlık süreci baskı öncesi ve baskı sonrası olarak ikiye ayrılır. Dağıtım unsuru da baskı sonrasındaki yayın zincirinin son halkasıdır. Kitabın baskı sonrasında okura ulaşmasını sağlayan araç dağıtımdır. Yayınevine ihtiyaç duyduğu ekonomik sermayeyi sağlayacak olan araçtır aynı zamanda. Dolayısıyla bir yayınevinin kuruluş aşamasında, dağıtım kanallarını da netleştirmiş ve bu ağı da kurmuş olması gerekmektedir. Sadece kitap dağıtımını yapan özel şirketler olduğu gibi yayınevi bizzat kendi dağıtım ağını da kendisi kurabilir. Bugün yayıncılık alanında hem kitap dağıtım şirketleri hem de yayınevlerinin kendi dağıtım ağları bulunmaktadır. Bir önceki bölümde ayrıntılı ele aldığımız gibi baskı adetlerini belirlemede dağıtım kanallarının gücü belirleyici olmaktadır. Örneğin 1960’larda siyasi örgütler aynı zamanda birer dağıtım kanalı vasıtası da görmektedir. Bunun yanı sıra yine o dönemde kırtasiye ağının bugüne kıyasla gelişmiş olması çok sayıda yayının Anadolu’nun pek çok noktasına ulaşmasına imkan vermektedir. Ancak 1980 askeri darbesiyle birlikte yayıncılık alanındaki kırılma çoğunluğu emekli öğretmen olan kırtasiyelerin de kapanmasına neden olmuş, açık kalanlar ise tamamen kırtasiyeye dönmüştür. Dolayısıyla Anadolu’da kırtasiyelerin kitap dağıtımından çekilmeleri yayıncılık alanını doğrudan etkilemiştir. Yayınevleri dağıtım sorunun önüne geçebilmek özellikle İstanbul dışındaki okura ulaşabilmek adına bir araya gelerek dağıtım şirketleri kurma yoluna gitmiştir.

Bu dönemde yeni kurulan yayınevleri ve yayıncılığa devam edenler dağıtım kanallarını geliştirebilmek adına abonelik sistemine geçmişlerdir. Aylık düzenli ödemeler karşılığında çıkan yayınların gönderimi bir ekonomik sermaye akışı sağlayarak küçük ve bağımsız yayıncıların ekonomik olarak ayakta kalmasını sağlamıştır. Bir diğer abonelik

²¹⁴ Yayıncılık kooperatifi 16 kurucu üye tarafından yayıncılığın sektörde yaşadığı üretim, dağıtım ve sergileme sorunlarına ortak çözüm bulmak amacıyla kurulmuş bir oluşumdur. Kurucu başkanı Ayrıntı yayınlarının yöneticisi İlbay Kahraman “Geçen yıl, doların fırlaması, kâğıt krizi, dolara bağlı telif ücretlerinin fırlaması ile birlikte yayın dünyası sıkıntılı bir döneme girdi. Biz, 2018 İzmir Kitap Fuarında birkaç yayıncı bir araya gelerek bu durumdan dayanışma içinde çıkabileceğimizi öngördük. Bu dayanışmanın modelini düşünmek ve tartışmaları başlatmak üzere ayrıldık. Daha sonraki günlerde bu modelin kooperatif olması üzerinde uzlaştık ve kooperatif kurma çalışmalarına başladık” şeklinde açıklamaktadır.” <https://www.birgun.net/haber/yayincilik-sektorunde-kooperatif-dayanismasi-261208> (6 Nisan 2020)

yöntemi ise yine bu dönemin yayıncılık alanındaki karakteristiklerinden biri olan Ansiklopedi yayıncılığı ve dağıtımdır.

Ansiklopedi yayıncılığının 1980 sonrasında gelişmesi, Darbe öncesinde var olan kültürel ve sosyal sermaye birikiminin beslemesiyle ortaya çıkmıştır. Seyfettin Gürsel, İletişim Yayınları'nın bastığı Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi'nin hazırlanışında “sol kesim”in ağırlığından söz ederken bu yayınlarla solun da kendisini “12 Eylül’le birlikte biliyorsunuz aslında kendi ideolojisini, geçmişini, tecrübesini sosyal pratiğini sorguladığı bir dönem oldu²¹⁵” diye tarif etmektedir. Ansiklopedi yayıncılığı ile birlikte “yakın tarihimizi, bir bakıma nesnel biçimde sorgulama olmuştur”. Seyfettin Gürsel’in dikkat çektiği bir diğer nokta ise yayıncılık alanında toplanan sosyal sermaye birikimidir. “12 Eylül bir sürü öğretim üyesini işsiz bıraktı...Bir yerde bu ansiklopedi de o dönemde bu öğretim üyesi yazarlara bir yerde ekmek kapısı oldu diyebilirim....Bir çok öğretim üyesi böylece boş işsizliklerini ansiklopedilere katkı yaparak o dönemi geçirdiler diyebilirim”. Ansiklopedi yayıncılığı aynı zamanda ekonomik sermaye birikimine olanak sağlamıştır. Bu dönemde bazı yayınevlerinin kitap çıkarmasını finanse eden hem sosyal sermaye hem ekonomik sermaye aracı olarak işlev görmüştür. İletişim Yayınları’ndan çıkan Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi’nin de ilk sayıda 70-80 bin satış rakamına ulaşmış olması kültürel ve sosyal sermayenin, ekonomik sermayeye dönüşebildiğinin somut bir örneğidir. Ansiklopedicilik özellikle 1980-1990 yılları arasında, bu yönüyle yayıncılık alanına ekonomik sermayenin girişini sağlayan önemli bir araç olmuştur.

1990’ların başında yayınevlerinin bir araya gelerek dağıtım sorununu çözme girişimleri olmuştur. Bunlardan biri Da-Da (dağıtımdan dağıtım) deneyimidir. Da-Da; Hil, Oğlak, 6:45, Afa, Kavram ve Cem yayınevlerinin kurduğu dağıtım şirketidir. Bir diğeri ise Papirüs, İletişim ve Ayrıntı yayınlarının kurduğu dağıtım şirketi PİA’dır. Ancak her iki dağıtım şirketi de uzun soluklu olmamıştır. Başarılı olamama nedenleri arasında başlangıçta koydukları prensiplere sadık kalınmaması olarak yorumlanır:

“kurulduktan kısa süre sonra DADA kendi ilkelerini çiğnemeye başlar. En belirgin ihlal, birçok yayınevinin dağıtımını sadece kendisinin yapmasından hareketle – tek dağıtım – kitapçılar üzerinde patronaj ilişkisi kurmasıdır. Zamanında ödeme yapamayan bazı kitapçılara verilmesi gereken hizmetler geciktirilir ya da

²¹⁵ Seyfettin Gürsel, s. 52.

makul bir süre tanımadan ödeme yapması için sıkıştırılır. Bu durum, DADA'nın bileşenleri arasında ilkesel düzeyde ayrımlar oluşmasına neden olur ve Hil ve Oğlak yayınevleri bu bileşimden çekilirler. Temelde DADA'nın dağılımındaki en büyük etken ise Kelepir kitapevleri sistemidir. İlk başlarda aslında doğru bir mantıkla kurulan bu kitapevleri, sistem doğru işletilemediği için son bulur. Bu sistemde hedef, yayıncının deposunda kalan görece eski kitapların okuyucuyla ucuz bir fiyata buluşturulmasıdır²¹⁶.

Yayınevlerinin dağıtım sorunu temel meselelerden biridir ve yeni girişimlerle yayınevleri bu sorunun üstesinden gelmeye çalışmaktadır. Alanda simgesel ve entelektüel sermayesi güçlü altı yayınevinin (İletişim, Literatür, İnkılap, Metis, Sistem ve Altın Kitaplar-Altın, İnkılap ve Sistem daha sonra oluşumdan ayrılır) bir araya gelerek 2006 yılında kurdukları Punto Kitap Hizmetleri, kurucusu olduğu yayınevlerinin tek dağıtımıcısı konumdadır ve özellikle ödemeler konusunda belli şartlar üzerinden çalışmaktadır. İlk yıllarında sadece kurucu üyelerinin kitaplarını dağıtan Punto daha sonra özellikle bağımsız ve küçük ölçekli yayınevlerini de kapsayacak şekilde ağını geliştirmiştir²¹⁷. Dağıtımıcısı olduğu yayınevleri sadece Punto ile çalıştıkları için satış/sipariş ve finansal döngüyü Punto sistemi üzerinden takip edebilir, aynı zamanda (çek, senet, nakit akışı) daha güvenli ve tek bir kanal üzerinden işletmektedir.

Dağıtım kanallarını besleyen bir kitabevi vitrini gibi görev yapan 1990'lardan itibaren bir başka mecra daha doğmuştur: gazetelerin kitap ekleri. Böylelikle basın ayağında hem tanıtım/reklam ağı kurulmuş olur hem de yayıncılık alanına dahil olan yazar, gazeteci, editör ağı genişlemiş olur. Gazetelerin kitap ekleri arasında en köklüsü Cumhuriyet kitap ekidir ve 1990 yılından itibaren haftalık olarak her Perşembe gazeteyle birlikte ücretsiz

²¹⁶ Taylan Tosun, Abdullah Arı, Fatih Taş, Taylan Tosun, Abdullah Arı, Fatih Taş "Türkiye'de Yayıncılık Alanı'nda Dönüşümler" BGST Yayınları, <http://www.bgst.org/dusunce-gundem/turkiyede-yayincilik-alaninda-donusumler#> (4 Kasım 2007).

²¹⁷ Punto'nun bünyesinde dağıtımıcısı olduğu yayınevleri: Ağaçkakan, Arden, Anahtar, Anadolu Kültür, Açık Radyo Kitapları, Agora Kitaplığı, AIDS ile Savaşım Derneği Yayınları, Alibri Yayınları, Asos, Akın Nalça, Altüst Dergisi, Aras Yayınları, Aylak Kitap, Amatör Denizcilik Federasyonu, Agos Yayınları, Aura Kitapları, Bahçeşehir Üniversitesi Yayınları, Barış İlhan Yayınevi, BGST Yayınları, Bozlu Art, Bilgi Üniversitesi, Dipnot Yayınları, Delta Yayınları, Dirimart Yayınları, Deniz Yayınları, De Da Dergisi, Dost Kitabevi, Epos Yayınları, Ekspres Dergisi, Ginko E Yayınları, Eczacıbaşı Vakfı Yayınları, Eczacıbaşı Holding, Edebi Şeyler, Ginko Bilim, Gezegen, Galata Kitapları, Gergedan Yayınları, Günce Yayınları, Ginko Çocuk, Hippo Çocuk, Habitus Kitap, Hrant Dink Vakfı Yayınları, IPS Yayınları, İnşa Yayınları, İletişim Yayınları, İnka Kitap, İKSV, İstos Yayıncılık, Kanat Yayınları, Komik Şeyler Yayınevi, Kor Kitap, Literatür, La Bella Yayınları, Mor Çatı Kadın Sığınağı, Manos Kitap, Mürekkep Yayınları, Milli Reasürans Sanat Galerisi, Metis Yayınları, Myra, Nika, OPM Ruffel, Özgür Yayınları, Palmira Yayınevi, Parantez Yayınları, Pusula Bilişim, Potkal, Satıracı Yayınları, Sub Press, Sor Kitap, Tekin Yayınevi, Versus Yayınları, Yitik Ülke Yayınları, Zorlu Center, Zoe Kitap. <https://www.puntokitap.com/yayinevleri> (çevrimiçi 7.04.2020)

yayınlanmaktadır. Kitap eki çıkarmak gazeteye ek okur sağlarken-otuz yıl Cumhuriyet kitap ekinin yayın yönetmenliğini üstlenen Turhan Günay ilk başlarda 15 bin ilerleyen zamanlarda ise ortalama 5 bin yeni okur gazeteye kazandırdığını belirtmiştir²¹⁸. Aynı zamanda yayınevlerinin verdikleri ilanlar gazeteye reklam geliri kazandırmaktadır. Kitap ekleri arasında haftalık çıkan ve yayıncılık alanına editörler yetişmesine de katkıda bulunan eklerden biri kesintisiz olarak 30 yıldır yayın hayatında olan Dünya gazetesi kitap ekidir. Her ayın ilk Cuma günü gazeteyle birlikte verilen ekin alana katkısı her yıl düzenli olarak verdiği yılın kitapları ödülleri²¹⁹. Kitap eklerinin varlığı kitap tanıtım ve eleştiri yazılarını gazete okurlarına ulaştırması bakımından yayıncılığın vitrini gibi görülmektedir. Yeni çıkanlar, çok satanlar, kitapla ilgili tanıtımlar, yayınevlerinin ilanları, fuar haberleri ve etkinliklerin yer aldığı ekler yılda ortalama iki bin kitabın tanıtılmasına katkı sağlamaktadır. Böylelikle reklam/pazarlama değer zincirindeki paydaşlardan biri haline gelerek yayıncı açısından reklam maliyetini önemli bir unsur olmasını sağlamıştır. Reklam ve tanıtım döngüsü 2000'lerden itibaren sektörleşmesinin de önemli parçalarından birini oluşturmaktadır.

a. Teknolojik Dönüşüm

1980'lerin ortalarından itibaren baskı teknolojilerinin değişmesi yayıncılık alanına doğrudan etki eden unsurlardan biridir. Tipo baskıdan ofset baskıya geçilmesi, sonrasında masaüstü yayıncılık-ilk kez 1989 yılında Cumhuriyet gazetesinde başladığı bilinir²²⁰- ve 2000'lerin başında da dijitale geçilmesi yayıncılığın sektörleşmesini sağlayan gelişmelerden olmuştur. Teknolojik gelişme yayıncılık yapmayı kolaylaştırırken aynı zamanda alana yeni yayınevlerinin girişini de kolaylaştırıcı unsur olmuştur. Nitekim yayınevi sayısı 1980'lerin başından 2000'li yıllara doğru artan bir seyir izlemiştir. Baskı öncesi hazırlıkların maliyetinin düşmesi teknolojik gelişim sayesinde olurken, dizgi, kapak ve tasarım gibi işler çok daha kaliteli, incelikli ve özenli yapılmaya başlanmıştır. Renkli kitapların, çizgi roman ve resimli

²¹⁸ Turhan Günay ile Röportaj, https://www.ntv.com.tr/turkiye/cumhuriyet-kitapin-1000-sayilik-seruveni.cumlUub6zUWtq1_snsVT6w (10 Şubat 2018)

²¹⁹ Bir diğeri ise 23 Mart 2001 tarihinde yayın hayatına başlayan Radikal gazetesinin kitap ekidir²¹⁹. Ek düzenli olarak 2014 yılında gazetenin dijitale geçmesine kadar her hafta Cuma günleri Radikal gazetesıyla birlikte ücretsiz dağıtılmıştır.

²²⁰ Işıl Çobanlı Erdönmez, "Türkiye'de Yayıncılık Politikalarının Dönüşümü Üzerine Bir Örnek: E Yayıncılık", https://www.academia.edu/35239045/T%C3%9CRK%C4%B0YEDE_YAYINCILIK_POL%C4%B0T%C4%B0KALARININ_D%C3%96N%C5%9E%C3%9CM%C3%9C_%C3%9CZER%C4%B0NE_B%C4%B0R_%C3%96RNEK_E-YAYINCILIK (3 Mart 2020)

çocuk kitaplarının da çeşitlenmesini sağlayan en belirleyici dinamik önce masaüstü, ardından dijital uygulamalar olmuştur. Böylelikle baskı öncesi maliyetler olabildiğince en aza indirilirken baskı imkânları da gelişmiştir. Ofset baskıya geçilmesi yayıncılığa hız sağlarken, dijitale geçilmiş olması da baskı adetinde tasarruf sağlamakta, baskı rengi ve kalitesinin çok daha yüksek olmasına imkân vermektedir.

1950’lerin tıfdruk baskıda öncelikle basılması gereken dokümanın filminin çekilmesi gerekiyordu. Tıfdruk baskı sonrasında kağıt kurutucudan geçirilir mürekkebi arındırılır, tıfdruk baskının mürekkebi tipo baskıya göre daha akışkandır. Ofset baskı ise temelde 4 ana renk (mavi-kırmızı-sarı-siyah) üzerine kuruludur. Ofset baskı da tıfdruk baskıda olduğu gibi tram denilen küçük noktaların kağıt üzerine aktarılmasına dayanır²²¹. Ofset baskı sisteminde baskı imkanı da film alınması esasına dayalıdır. Tasarım aşamasından sonra filmler montajlanır ve özel alüminyum plakalar üzerine aktarılır²²². Web ofset ise ofset baskının gelişmiş halidir. Bilgisayar üzerinden tüm tasarım ve montajın yapıp baskıya geçilmesidir.

Tüm bu kurucu unsurların-sermaye türleri ve birikimi, dağıtım ve teknoloji- 1980 sonrasında yayıncılık alanını biçimlendirdiğini ve 2000’ler sonrasında yayıncılığın sektörleşmesini sağlayan dinamikleri hazırladığını gözlemliyoruz. Yayıncılık alanına katılan yeni yayınevleriyle birlikte 1980 sonrasında alan yeniden kuruldu ve kurallar bu yeni yapıya göre yeniden belirlendi. Burada 1980’lerin başında alanın yeniden kuruluşunda öne çıkan dayanışma ilişkisinin 2000’lere doğru yerini profesyonel ilişkilerin aldığı, yine sektörleşmenin gereklerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.3. Yayıncılık Sektörleşirken Alana Giren Yeni Oyuncular

2000’li yıllardan günümüze²²³ kadar uzanan bu yirmi yıllık dönemin yayıncılık alanı açısından bir “sektörleşme” dönemi olarak ele alınmasının belli başlı nedenleri vardır. Bir önceki bölümde ayrıntılı ele alındığı gibi 1980 sonrasında neoliberal ekonomi politikalarının hayata geçirilmesi yayıncılık alanına yeni katılan yayınevleriyle birlikte alanın yapısını ve

²²¹ Nuri Sertaç Sırma, “Türk Basın İşletmelerinde Teknoloji Kullanımının Gelişimi ve Teknoloji Kullanımında Hürriyet ve Zaman Gazetelerinin Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi”, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi SBE, 2017), s.38-39.

²²² Sırma, 2017, s.42.

²²³ Tezin yazılması 2020 yılını kapsamı nedeniyle “günümüzde” ifadesi 2020 yılını karşılamaktadır. Dolayısıyla bu bölümde ve devamındaki alt bölümlerde 2000 yılından itibaren yirmi yıllık dönemi kapsayan süreç ele alınmıştır.

oyunun kurallarını değiştirmiş olmasıdır. 1960-1980 arası dönemde ağırlıklı bir amaç ve misyonla gerçekleştirilen yayıncılık, 2000’lerde *para kazanılan* bir iş haline gelmiştir. Özellikle 2000’lerin başında yayıncılık kültürün diğer alanlarında olduğu gibi artık ekonomik sermaye girişinin olduğu hatta ekonomik sermaye birikiminin yüksek olduğu alanlardan biri haline gelmiştir. Dolayısıyla, ilk neden olarak bankaların ve holdinglerin yayıncılığa başlamalarıyla birlikte alana ekonomik sermaye girişi söz konusudur.

Kültürün bir yaratıcı endüstri olarak değerlendirildiği 2000’ler sonrasında entelektüel üretim ekonomik değer kazanırken, yazarlıktan para kazanmak ve dolayısıyla yayıncılıktan para kazanmak da alanın önemli dinamiklerinden biri haline gelmiştir. Kültür araştırmacısı Chin tao-Wu kültürün, 1980 sonrasında neoliberalizmle birlikte, özel şirketlerin yatırım yaptığı bir alan olarak gelişme kaydettiğini belirtmektedir. Bu durum bir yandan, küresel anlamda kültürün algılanma biçimi ve içeriğini dönüştürürken, diğer yandan kültürün özerkleşmesinin, üretim ve dağıtım bakımından özgürleşmesinin önünü açmıştır. Benzer durum yayıncılık alanı için de geçerlidir. Holdinglerin yayıncılık alanına girişlerinin bu dönemde gözlemlenmesinin nedenleri, kültürün özel sektörün kültürü yatırım bağlamında keşfi ile açıklanabilir. Yayıncılık alanında da holdinglerin yanı sıra bankacılık sektörünün öncü kuruluşlarının ve büyük sermaye gruplarının yayıncılığa başlamasıyla alana ekonomik sermaye girişi, alanın yapısını da değiştirmiştir. Bağımsız ve küçük yayıncılar varlıklarını diğer sermayelerinin sayesinde devam ettirebilmiş ancak şartlar onlar açısında zorlaşmıştır.

Sektörleşmenin dinamiklerinden bir diğeri, alanda üretilen toplam kitap sayısındaki artıştır. 2000’lerin başında gözlemlenen eğitim yayıncılığın yükselişi, alanda yayınlanan kitap sayısını arttıran önemli bir olgudur. Özellikle üniversitelere giriş, lise giriş, kamu personeli seçme ve yerleştirme sınavlarının öneminin artması eğitim ve yardımcı kaynak yayıncılığını ayrı bir yayıncılık türü olarak büyütürken, önemli bir ekonomik sermaye kazanılmasına imkan sağlamıştır. Bunun yanı sıra 2002 yılında iktidara gelen AKP’nin örgün eğitim sisteminde okutulan kitapları bedelsiz dağıtmasıyla piyasadan ihale usulü ile satın alması yine eğitim yayıncılığını ekonomik olarak büyüten bir durum yaratmıştır. Bu nedenle dershanelerin ve yeni kurulan ders kitapları yayıncılarının alana girmelerinin önü açılmıştır²²⁴. Bu durum da

²²⁴ <https://www.dunya.com/kose-yazisi/dershanecilik-altin-yillarini-2002den-itibaren-yasadi/18279> (11 Ağustos 2019).

sektörleşmenin ikinci nedenlerindendir: alanda üretilen toplam kitap sayısında eğitim yayıncılığıyla birlikte artmış olması. Yayıncılık sektöründe üretilen tüm kitapların yarısı eğitim ve ders kitaplarıdır. Bu durum bize eğitim yayıncılığın alandaki ekonomik büyüklüğüne dair fikir vermektedir. Yine bu dönemin karakteristiği 1990'ların ortalarından itibaren ekonomik olarak güçlenmeye başlayan Anadolu sermayesi olarak adlandırılan İslami ekonomik sermayenin yayıncılık alanına girmesi olmuştur.

Üçüncü olarak 1980 sonrasında meşruluk zemini kazanan dini grup ve cemaatlerin medya ve yayıncılık alanına girişleri olmuştur. Önemli bir ekonomik ve sosyal sermaye birikiminin yayıncılık alanına taşınmasını sağlamıştır.

Son olarak, 2000'lerle birlikte uluslararası yayıncılık alanı ile eklemlenen bir yerel yayıncılık söz konusudur. Yukarıda değinilen ekonomik sermaye girişleri yayıncılık alanındaki ilişkileri dönüştürdüğü gibi küresel yayıncılık piyasasıyla eklemlenen bir alan doğurmuştur. Keza, yine 2000'lerin ortasından itibaren Türkçe edebiyata olan uluslararası ilginin artması, Orhan Pamuk'un Nobel Edebiyat Ödülü'nü alması ve Frankfurt Kitap Fuarı'nda Türkiye'nin onur konuğu ilan edilmesi ve bu durumu diğer önemli uluslararası kitap fuarlarının takip etmesi, küresel yayıncılık alanında Türkçe edebiyatın ve Türkiye yayıncılığın sembolik sermayesinin yükselmesini sağlamıştır.

Bu bölümde neoliberal ekonomi politikalarıyla birlikte yayıncılık alanının yapısal dönüşümünü nedenleriyle ele alınacaktır. Böylelikle amaçlanan bir sonraki bölümde incelenecek TÜYAP fuarcılığı ortaya çıkaran ve kitap fuarını meydana getiren olguları anlamaya çalışmak olacaktır. Alandaki sembolik iktidar mücadelesinin sadece ekonomik sermaye çatışmasından kaynaklanmadığını bunun yanı sıra diğer sermaye türlerinin de baskın olduğu bir mücadele yürüdüğüne örnek fuarlardaki değişim üzerinde ele alınacaktır. Öncelikle 2000'lerden bugüne toplumsal ve siyasal bağlamda dönüşümün izi sürülecektir. İkinci alt bölümde ise bu yirmi yıllık dönemde oyunun kurallarının nasıl değiştiğini Büyük Ekonomik Sermaye'nin Yayıncılığa Girişi başlığı altında ele alınacaktır. Bu başlıkta holding yayınevleri, farklı sektörlerden yayıncılığa geçen yayınevlerine, banka kuruluşlarına ait yayınevleri örneklerini incelenecektir. İkinci alt bölümde ise dini grup ve cemaatlerin yayıncılık alanına girişleri ayrı bir başlık altında incelenecektir. Yayıncılık alanını etkileyen bir diğer durum ise eğitim ve dersane yayıncılığı olduğundan, bu gelişme ayrı bir başlıkta ele alınacaktır. Tüm bu

incelemeler üçüncü ana bölümde TÜYAP'ı ve kitap fuarını ortaya çıkaran olguların ve sembolik iktidar mücadelesine giren yapıların anlaşılması hedeflenmektedir.

2.3.1. 2000'li Yıllarda Türkiye'de Toplumsal ve Siyasal Yaşam

2000'li yılların siyasal ve toplumsal yaşamına damga vuran gelişme, 2002 Genel Seçimleri'nde Adalet ve Kalkınma Partisi'nin (AKP)²²⁵ genel seçimlere girerek tek başına iktidara gelmesi olmuştur. Bu, toplumsal yaşamın bütününe etkileyen yaklaşık yirmi yıllık bir sürecin başlangıcıdır. AKP, ülkenin yakın dönem siyasetinde belirleyici olan ana akım siyasi partileri meclis dışında bırakarak tek başına iktidar olmuştur. Yeni kurulan bir siyasi parti olarak girdiği ilk seçimlerde AKP'yi iktidara taşıyan toplumsal sınıf *“Anadolu’da kök salan yeni burjuvazidir. Bu yeni Anadolu’lu iş adamı sınıfı dönemin başbakanı Turgut Özal’ın neoliberal ekonomik devriminin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştı. İkinci anahtar fail ise devlet kontrolü dışındaki yeni entelektüel sınıftır.”*²²⁶ Hakan Yavuz AKP iktidarına zemin hazırlayan siyasal ve ekonomik tablonun neoliberal ekonomi politikalarında aranmasına işaret ederken, aynı zamanda değişen entelektüel sınıfın da desteğine dikkat çekmektedir. Nitekim, AKP seçim sürecinde yeni ve demokratik anayasa ihtiyacına, ifade özgürlüğüne, Kürt meselesinin demokratik yollarla çözümü, anadilde eğitim hakkı ve 12 Eylül askeri darbesi sorumlularının yargılanması gibi çoğunlukla sol siyasetin dile getirdiği politikaları sahiplenmiştir. Dolayısıyla Yavuz’un belirttiği gibi özellikle ilk yıllarında belli bir entelektüel sınıfın siyasal desteğini almıştır.

AKP, bu söylemlerinin ve hem iç siyasette izlediği politikanın hem dış siyasetteki izlediği politikanın ana çerçevesini Avrupa Birliği'ne üyelik hedefinde konumlandırmıştır. Dolayısıyla AB kriterlerine uyum, iktidardaki ilk on yılının temel politikalarının şekillendiren amaç olmuştur.

²²⁵ AKP, 2001 yılında Refah Partisi'nden ayrılan Recep Tayyip Erdoğan ve Abdullah Gül tarafından kurulan ve kendini sağ muhafazakar siyasal eğilimde konumlandıran siyasal bir partidir. 3 Kasım 2002 Genel Seçimleri'nde %34.28 oy alarak tek başına iktidar olmuştur. Türkiye'nin bugüne kadar –on sekiz yıldır- kesintisiz-iktidarda kalarak demokratik seçimlerle gelerek en uzun süreli tek partisi olma özelliği kazanmıştır. İktidara geldiği 2002 yılından beri bir koalisyon hükümeti olmaksızın Meclis çoğunluğunu elinde bulundurmıştır. AKP, neoliberal ekonomi politikaların devam ettiricisi olmakla birlikte yirmi yıllık iktidar dönemlerinde siyasal kırılmalar yaşamıştır. Kurucu olan Recep Tayyip Erdoğan'ın devlet başkanı olarak yönetimi ve partideki genel başkanlığı bu tezin yazıldığı sırada devam etmektedir.

²²⁶ M. Hakan Yavuz, “Giriş: Türkiye’de İslami Hareketin Dönüşümünde Yeni Burjuvazi’nin Rolü”, **AK Parti - Toplumsal Değişimin Yeni Aktörleri**, Hakan Yavuz (ed.), Kitap Yayınevi: İstanbul, 2010, s.7.

Türkiye'nin 1980 sonrasında başlayan ekonomik dönüşümünü ve neoliberal politikaların devam ettiricisi konumunda olan AKP ilk beş yıllık (2002-2007) iktidar döneminde yıllık ortalama %6,92'lik büyüme göstermiştir²²⁷. Sonraki iktidar döneminde ise küresel ekonomik krizin (2008) etkisiyle "iç talep odaklı" büyüme hedeflenmiş ve özellikle inşaat sektörü kentsel dönüşüm politikalarıyla desteklenirken, İstanbul üçüncü havalimanı, üçüncü köprü ve oto yolların yapımıyla kamu büyük inşaat yatırımlarının üstlenicisi olarak inşaat sektörü ekonominin yürütücü "lokomotif" gücü olmuştur²²⁸. Görece ekonomik refahın yükselmesi, kültür alanına daha çok özel şirketin girişine sahne olurken ekonomik olarak zenginleşen yeni sınıfların-Anadolu burjuvazisi olarak geçen- kültür alanına girişlerini yine bu dönemde gözlemleyebiliriz. Hakan Yavuz'un vurguladığı gibi AKP döneminde ekonomik sermayesini güçlendiren Anadolu sermayesi bir ekonomik güç olarak TÜSİAD'ın karşısında örgütlenmiş ve MÜSİAD²²⁹ (Müstakil Sanayici ve İş Adamları Derneği) konumlanmıştır. Anadolu burjuvazisi olarak adlandırılan MÜSİAD üyeleri inşaat, mobilya, tekstil, tarım gibi Anadolu sermayedarlarının ağırlıkta olduğu bir iş insanları topluluğu olarak hem ekonomik sermaye birikimi hem simgesel sermaye birikimi ile AKP döneminde kamuoyu ve baskı gücüne sahip bir örgütlenme haline gelmiştir. AKP iktidarına olan siyasi desteklerini her dönemde vurgulamışlardır²³⁰. Bir sonraki bölümde detaylı ele alacağımız gibi ders kitapları ve dersane yayıncılığındaki artışın sermaye gruplarının önemli kısmını bu grup oluşturmaktadır.

AKP, kendini demokrat muhafazakar olarak tanımlayan bir siyasal partidir. Siyasal İslam geleneğinden beslenen ve Necmettin Erbakan'ın ideolojik çerçevesini çizdiği Milli Görüş geleneğinden gelen AKP'nin kurucu kadroları, zaman içinde İslami kimliği geride bıraktıkları daha çok neoliberal ekonomiyi benimseyen muhafazakar bir yapıyı sahiplendiklerini ifade edilmekle birlikte²³¹ yaklaşık on sekiz yıllık iktidar süreci göz önüne alındığında İslami kimlik partinin politikalarındaki baskın unsur olarak öne çıkmaktadır. Özellikle 2011 genel seçimlerinden sonra dindar bir nesil yetiştirmek amacı vurgulanırken²³² bu amacın gerçekleşme

²²⁷ Atılğan, 2015, s.878.

²²⁸ Atılğan, 2015, s. 882.

²²⁹ MÜSİAD, 1990 yılında İstanbul'da bir dernek olarak kurulmuştur. İstanbul dışındaki ilk ofisini 1991 yılında Kayseri'de açan dernek 1993 yılında da Almanya'da (Münih) ilk yurt dışı ofisini açar. 2007 yılında kurumsallaşan MÜSİAD bugün 11 binden fazla üye ve 60 bine yakın işletmeyi temsil etmektedir. <https://www.musiad.org.tr/icerik/musiadla-tanisin-2>

²³⁰ <https://www.musiad.org.tr/icerik/musiadla-tanisin-2> (8 Mayıs 2020)

²³¹ Recep Tayyip Erdoğan "milli görüş gömleğini çıkardık.."

²³² Dindar nesiller yetiştirmek fikri ilk olarak partinin genel başkanı ve dönemin cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan tarafından 2012 yılında dile getirilmiş: <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/dindar-bir-genclik-yetistirmek-istiyoruz->

araçlarının eğitim ve kültür alanından geçtiği belirtilmiştir. Dini cemaatlerin meşru bir zeminde temsil imkanı bulmaları ve yayıncılık alanında ekonomik ve simgesel konumlarını güçlendirmeleri de AKP iktidarı döneminin öne çıkan karakteristiğidir. Nitekim, özellikle seküler kesimin AKP'ye karşı olan muhalafeti artarken, kuruluş yıllarında desteğini aldıkları entelektüel kesimin de desteği çekilmeye başlanmıştır. İlk on yıllık iktidar dönemi ve sonrası arasında özellikle AB'ye uyum kriterleri ve üyelik doğrultusunda izlenen politikaların değişmesi iç siyasette daha otoriter eğilimli bir politikanın önünü açmıştır. Otoriter eğilimli politikanın izleri²³³, hem toplumsal yaşamda hem kültürel alan ve yayıncılık alanında gözlemlenmektedir.

Ülke içinde ekonomik büyümenin etkileri AKP'ye olan siyasal desteği arttırırken 2007 seçimlerinde %46.6 oy almış, 2011 seçimlerinde ise %49,83'e yükseltmiş oylarını, 2015²³⁴ seçimlerinde ise %49,9 olmuştur. 2018 yılında yapılan genel seçimlerde ise AKP %42,49'luk oy oranı ile tek parti olarak iktidarına devam etmiştir. Genel seçimlerde ortalama %40'luk oy oranı ile bir mutabakat yakalamışsa da toplumsal muhalefetin de yükseldiği dönemler olmuştur²³⁵.

Bu yirmi yıllık dönemde siyasal alandan yalıtılmış bir yayıncılık alanı gözlemlenemez. Nitekim, AKP'nin hem ekonomik sermayenin alana girişini sağlaması hem doğrudan devlet kurumları aracılığıyla yayıncılık yürütmesi ile simgesel varlığı yirmi yıllık dönemde baskın olarak görülebilmektedir. Bir sonraki bölümde sektörleşen yayıncılığı ele alırken alana giren ekonomik sermayeden ve sermaye sahiplerinin holding, banka veya farklı sektörlerde üretim yapan şirketlerden geldiklerini gözlemleyeceğiz. Oyuna katılan söz konusu yayınevlerinin sahip oldukları sermaye birikimleri oyunun kurallarında da değişime gidilmesini zorlamıştır. Dolayısıyla burada alanda halihazırda bulunanlar (ve alanın yenileri) arasında yürütülen

19819295 ve farklı dönemlerde de aynı düşünce yinelenmiştir: <http://www.diken.com.tr/erdogan-sozunden-vazgecmehedefimiz-dindar-nesil-yetistirmek/> (1 Haziran 2019)

²³³ Ümit Akçay, "Türkiye'de Neoliberal Popülizm, Otoriterleşme ve Kriz", **Toplum ve Bilim**, 147/2019, s.46-70, İsmet Akça ve Barış Alp Özden, "AKP ve Türkiye'de Neoliberal Otoriterizmin Sınıfsal Dinamikleri", **Başlangıç**, 2/Güz 2014; s.13-38.

²³⁴ 2015 yılı içinde iki genel seçim yapılmıştır. İlki 7 Haziran 2015'te düzenlenmiş AKP ve MHP arasında koalisyon görüşmeleri netice veremediğinden erken seçim tarihi olarak 1 Kasım 2015'te yeni seçim yapılmıştır.

²³⁵ AKP iktidar dönemi içinde en büyük kitlesel muhalafet hareketi Gezi Parkı olayları ardından yaşanan 27 Mayıs-15 Haziran 2013 tarihleri arasında yaşanan toplumsal hareket olmuştur. **İstanbul Büyükşehir Belediyesi'**ne tahsis edilmiş olan **Taksim Gezi Parkı'**na İstanbul 6. İdare Mahkemesi ve 2 Nolu Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu kararı olduğu halde **Topçu Kışlası'**nı **Taksim Yayalaştırma Projesi** çerçevesinde imar izni olmadan yeniden inşa etmesini engelleme eylemi olarak başlamıştır ve 15 Haziran'da polis müdahalesine kadar protestocular Park'ta yaşamışlardır. Güvenlik güçlerinin bastırdığı eylemler sonrasında AKP iktidarı bir dizi otoriter uygulamaya gitmiştir.

mücadele incelenecektir. Alana yeni girenler değişimden yana daha agresif politikalar izlerken-yazarlara yüksek telif ücretleri, kitapların satışı için kurdukları ağ, reklam satış bütçelerinin yüksekliği, teliflerin yüksekliği gibi, oyunun kurucuları, alanın eskileri daha korumacı bir politika izlemektedirler. Bourdieu, (oyunun) yeniliklere açık olmak kaydıyla sabit kuralları olduğunu ve oyuncuların oyunun kurallarını kabul etmek suretiyle bunlara açık bir şekilde rıza gösterdiklerini belirtir. Dolayısıyla aralarındaki mücadele statüko ile değişim arasında değişebilmektedir. Bourdieu’ye göre *“kurallar oyuncuların çoğunlukla farkında olmadıkları izah edemedikleri ama pratiğine hâkim oldukları zımni düzenliliklerdir. Oyunun kurallarının aksine, sabit de değildir, oyunun dışında da. Oyunun oynanışını belirleyen kısıtlar da bizzat o oyunun ürünüdür”*²³⁶. Bunun yanı sıra, bağımsız ve küçük ölçekte yayınevlerinin de alana katıldıklarını farklı sermaye birikimleri sayesinde varlık gösterebildikleri bir alandan söz edilmektedir. Bu anlamda alandaki mücadele eskiler ve yeniler mücadelesinin yanı sıra bağımsız ve küçük yayıncılarla büyük ekonomik sermayeye sahip yayıncılar arasında geçebilmektedir.

2.3.2. 2000’li Yıllarda Yayıncılık Alanı

Yayıncılık alanında 2000-2020 arasındaki dönem birkaç dinamik ile kendinden öncekilerden ayrışır. Öncelikle 2000’lerden sonra yayıncılık, para kazanılan bir sektör olmaya başlamasıyla önceki bölümde değindiğimiz gibi alana ekonomik sermayenin girdiği bir yirmi yılı temsil etmektedir. Bu nedendir ki yayıncılığın sektörleşmeye başlaması bu dönemle ilintilendirilmektedir. Rekabet ve piyasa şartları, yayıncılık alanını biçimlendirmektedir. Daha önceki bölümde değinildiği gibi bir fuarcılık şirketi olarak TÜYAP’ı ortaya çıkaran ve kitap fuarlarının başlaması 1980 sonrası dönemde söz konusu olmuştur. Yazar Feridun Andaç yayıncılığın Türkiye’de sektörleşmesinde üç olguya dikkat çeker bunlar: *“1980 sonrasında yayınevlerinin yayın çizgileri ve yayın politikalarının oluşması ve yayıncılığın sektör olarak benimsenmesiyle ortaya birtakım yeni meslekler ve uğraşlar çıktı. Bu dönem için birkaç önemli deneyimi aktarmam gerekiyor. Birincisi, YAZKO (Yazarlar Kooperatifi) deneyimi; ikincisi,*

²³⁶ Pierre Bourdieu, 2016a, s. 123.

Adam Yayınları'nın kurumsal bir yayınevi olarak yayın sektörüne getirdiği açılım; üçüncüsü de, TÜYAP Kitap Fuarı'dır"²³⁷ der. Yayıncılığın sektörleşmesi ile kitap fuarının büyümesi eş zamanlı işleyen bir süreçtir. Üçüncü bölümde bu konuyu ayrıntılı olarak ele alacağız ve ekonomik sermaye birikimi ile ilişkisini anlamaya çalışacağız.

Yazar Timour Muhidine'e göre²³⁸ 2000'lerin arefesinde Türkiye'deki yayıncılık alanı politik ve kültürel evrenle çevrelenmiştir. Ona göre küreselleşme (ve yerellik), "*Cumhuriyetçi mirasın devletin tüm aşamalarında*" yeniden tanımlanması, bir toplumun evrimi ile üretimin (sanatsal ve yazın) ideolojik seçimleri yansıtması gibi genel eğilimlerle çevrelenmiştir. Bu ortamı yansıtması bakımında Orhan Pamuk, Ahmet Altan, Alev Alatl gibi farklı politik eğilim ve yazın türlerinden beslenen yazarların kitaplarının yüz binleri geçen baskı adetleri önemlidir. Baskı adetlerindeki bu yükselmenin nedenleri arasında yayıncılık alanında birikmeye başlayan ekonomik sermaye gelirken, öte yandan farklı türlerin yaygınlaşmasıyla okur profilinin genişlemesi sayılabilir.

Bir sektörden söz edebilmenin koşullarından biri üretim-değer zincirinin oluşmuş olmasıdır. Aşağıdaki Şekil 3'te görüleceği üzere yayıncılığın değer zincirinde ise önce eseri üretecek/yazacak olan yazar (entelektüel sahip) bulunur ardından eser yayınevinin editörüne gider, editoryal düzenleme ve müdahaleden sonra biçimlendirme için tasarım ve üretim aşamasına geçilir. Üretim aşaması kitabın matbaa aşamasıdır. Matbaadaki baskı sonrasında ciltlenmeye geçilir. Matbaada basılan kitaplar depoya alınır sipariş süreci buradan yönetilir ve okurlara ulaşmak üzere dağıtımına çıkar. Kitap baskı aşamasına girdiğinde pazarlama süreci başlar. Basına kitabın ulaşması, medya ilişkileri yönetimi, halkla ilişkiler çalışmaları, reklam ve tanıtım tamamen pazarlama süreci içinde yürütülür. Bunun sonucunda ve dağıtım aracılığıyla kitap satılır. Aynı süreç yeni bir eser yeniden başlamış olur. John B. Thompson, değer (value) ve tedarik (supply) zincirinin birlikte yayıncılık zincirini oluşturduklarını belirtmektedir. Yayınevi alandaki sadece bir oyuncuyu temsil ederken söz konusu değer ve tedarik zincirinde farklı ajanların ve oyuncuların sürece katılarak alana dahil olduklarını gözlemleriz. Thompson'a göre tedarik (supply chain) zinciri ile değer zinciri bir arada

²³⁷ Keçi Edebiyat, dijital dergi, <https://keciEDEbiyat.com/yayincilik-bir-okul-editorluk-bir-yolculuk/> (11 Haziran 2019)

²³⁸ Timour Muhidine, "La Littérature Turque à l'aube du millénaire: 1999-2000", *Les Dossiers de l'IFEA*, İstanbul: Institut Français d'Etudes Anatolienne Georges Dumezil, 2000.

olduğunda ancak yayıncılık alanı tanımlanabilir²³⁹. Birbirinden farklı alandaki pek çok ajan tek bir şey için bir araya gelir: kitap. Genel hatlarıyla tedarik zincirinde eser (yazar tarafından üretilen) yayıncının eline ulaşır, matbaa sürecine girer, basılır ve okunmaya hazır hale gelir, ardından dağıtımçıya verilir ve kütüphanelere, perakende ve toptan satış yapanlar aracılığıyla nihai tüketiciye, yani okura ulaşır. Aşağıdaki Şekil4 yayıncılık değer zinciri ile tedarik zincirinin birlikte gösterildiği bir yapı sunmaktadır.



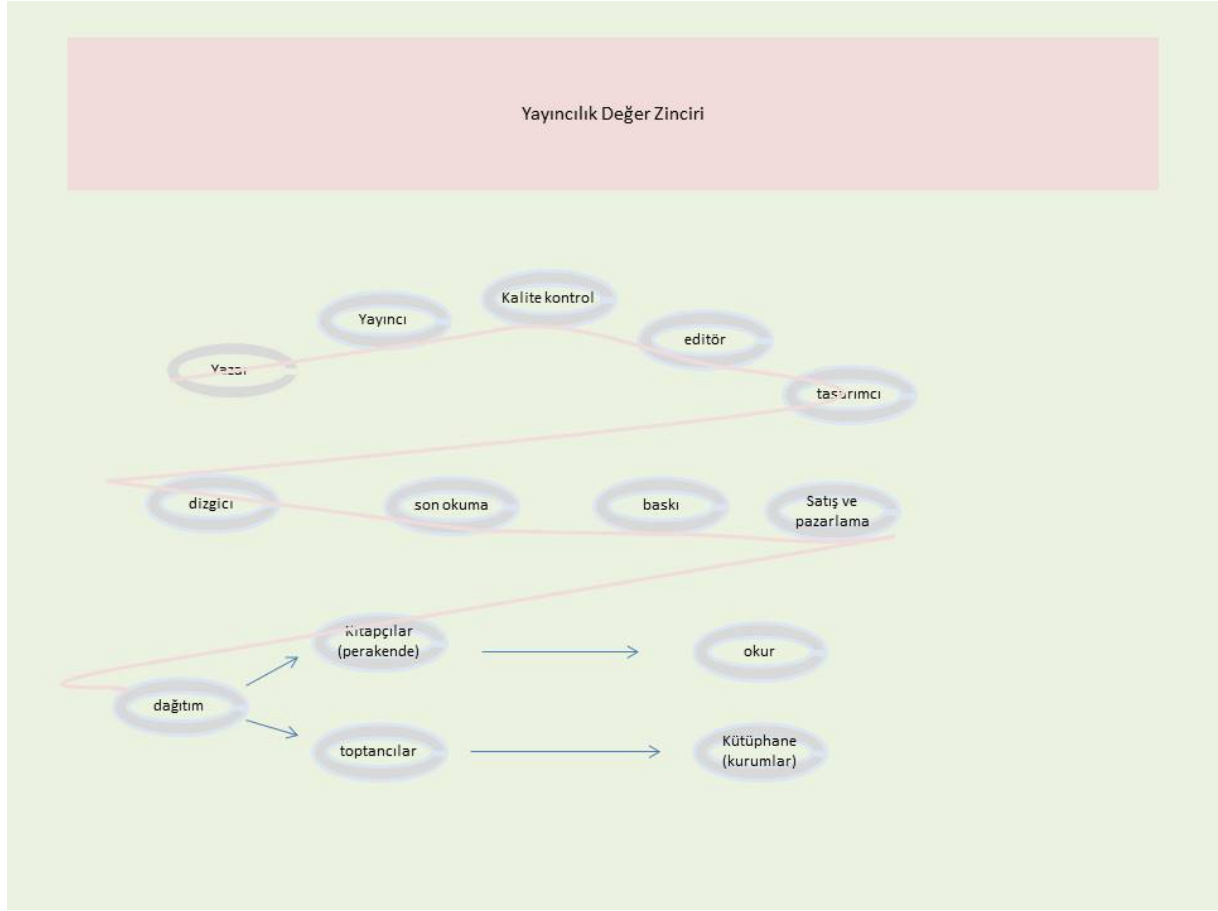
Şekil 4 Yayıncılık Değer ve Tedarik Zinciri

Kaynak: Giles Clark, Angus Philips, Inside Book Publishing, 5th Edition, Routledge: Londra, 2014, s.107.

Tedarik zinciri karmaşık bir yapı olmamakla birlikte yayıncılığın değer zinciri çoklu ajanın olduğu daha karmaşık bir yapıdır. Çünkü her bir halka süreçte *değer* yaratmış olur²⁴⁰. Thompson'un modellemesini yaptığı aşağıdaki Şekil 5'te yer alan değer zinciri yayıncılık zincirindeki diğer ajanları da görmemizi sağlar.

²³⁹ John B. Thompson, *Merchants of Culture, The Publishing Business in Twenty-First Century*, 2. Baskı, e-kitap, Polity Press: Londra, 2012, s. 15.

²⁴⁰ John B. Thompson, 2012, s.15.



Şekil 5Yayıncılık Değer Zinciri

Kaynak: John B. Thompson, *Merchants of Culture, The Publishing Business in Twenty-First Century*, (2. Baskı), e-kitap, Londra: Polity Press, 2012, s. 16.

Yazar (eser/içerik sahibi) yayıncıya (içerik yayınlayıcı) ulaşır yayıncı hem içeriği yayınlayan hem kalite kontrol ve metnin editörlüğünü üstlenen kurumdur. Eser, editöre ulaştığında editörün değer katkısıyla tasarımcı, dizgi/redaksiyon ve son okumaya gider buradaki her bir halka metne değer katarak ilerlemektedir. Tüm bu süreçler yayınevi (zaman zaman bazı halkalar freelance olarak yapılmakla birlikte) koordinasyonunda yürümektedir.

Değer zincirinde yer alan her bir süreç, büyük yayınevlerinde ayrı bir birim veya kişi tarafından yürütülürken orta ve küçük ölçekte yayınevleri açısından birkaç halka bir kişide toplanabilmektedir. Veya yayınevinde düzenli olarak çalışan personel sayısı birkaç kişiyle sınırlı olabilmektedir. Butik yayınevlerinde değer zincirinin depolama ve üretim (matbaa) dışındaki halkalarının tamamı çoğunlukla yayınevinin sahibi/kurucusu da dahil olmak üzere bir veya iki kişiden oluşabilmektedir. Alanda bu şekilde birkaç kişi ile çalışan yayınevlerinin sayısı

yoğundur. Genellikle depo ve satış işleri bir kişi toplanmakta, editoryal işler ve yönetim de kurucusunda toplanmaktadır. Bu nedenle yayıncılık alanı esnek çalışma modelinin sıkça görüldüğü bir iş modeline sahiptir. Editörlük halkası butik olarak olan küçük ölçekteki yayıncılıkta sıklıkla dışarıdan *freelance*²⁴¹ usulü yürütülebilmektedir. Veya tasarım halkasında yer alan grafik uygulama ve dizgi gibi işler çoğunlukla *freelance* olarak dışarıya verilen işlerdir. Bünyesinde grafiker ve dizgici gibi tasarıma dair değer halkasını bulunduran yayınevi sayısı tam bilinmemekle birlikte sadece ekonomik sermayesi büyük olan yayınevlerine özgü bir durumdur.

Türkiye Yayıncılar Birliği'nin 15 Şubat 2016-14 Mayıs 2017 tarihleri arasında yürüttüğü AB'ye Uyum Sürecinde Yayıncılıkta Mesleki Yeterlilikler Çevresinde Diyaloglar Projesi kapsamında yayıncılık alanında (değer üretim zinciri halkalarını kapsayacak şekilde) 5 ana bölümde toplam 105 meslek tanımlanmıştır. Bu ana bölümler Editorya, Tasarım, Pazarlama/Satış ve Kurumsal İletişim, Depo/Lojistik ve Sipariş olmak üzere ayrılmıştır. Yukarıdaki grafikte 5 ana bölüm yer almaktadır²⁴². Yazarla bağlantıyı kuran yayın yönetmeni ve editör olurken baskı sürecindeki operasyonu yayın koordinatörü yürütmektedir. Satış ekibi lojistik, dağıtım, sipariş yönetimi ve depolama birimlerini koordine ederken, tüm reklam, tanıtım, medya satın alma ve planlama kurumsal iletişim ve pazarlama biriminin görevleri içinde yer almaktadır. Bu beş ana başlıkta yer alan değer halkasındaki birimleri istihdam edebilmek tamamen yayınevinin sahip olduğu ekonomik sermaye birikimine bağlıdır.

Bourdieu, yayınevlerinin *sıradışı (extraordinaire)* bir iş yaptıklarını belirtir, ona göre bir yayıncı bir metne veya yazara *kamusal varlık* kazandırmaktadır²⁴³. Bourdieu'ye göre “*her yayınevinin editoryal alanda bir pozisyonu vardır ve bu pozisyon kıt kaynakların (ekonomik, sembolik teknik vs.) dağılımındaki pozisyona ve bu kaynakları müzakere etme gücüne bağlıdır.*”²⁴⁴ Yayınevlerinin ölçeğini belirleyen unsurlar sahip oldukları sermaye birikimleriyle

²⁴¹ Freelance, İngilizce kökenli bir kelimedir. Serbest çalışma anlamına gelmektedir. Metin yazarlığı, editörlük, çevirmenlik, dizgi gibi işler çoğunlukla freelance şekilde yürütülen işlerdir ve yayıncılık freelance çalışma biçiminin yaygın olduğu bir iş koludur.

²⁴² Sivil Toplum Diyalogu Mesleğimiz Yayıncılık Projesi, Meslek Tanımları ve Görevleri, İstanbul: Türkiye Yayıncılar Birliği, 2017.

²⁴³ Pierre Bourdieu, “Une Revolution Conservatrice dans l’édition”, *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, Vol 126-127, Mart 1999, s.3-28. https://www.persee.fr/doc/arss_0335-5322_1999_num_126_1_3278 30 Mart 2019)

²⁴⁴ Bourdieu, 1999, s.3.

açıklanmaktadır. Pierre Bourdieu, Fransa'daki yayıncılık alanındaki örnekler üzerinden üç tip belirler²⁴⁵:

1. Küçük/Öncü yayıncılar
2. Büyük yayıncılar
3. Geleneksel yayıncılar

Bourdieu'nün, Fransa yayıncılık alanı²⁴⁶ üzerinden kategorize ettiği yayıncılık tipleri, Türkiye'deki yayıncılık alanına uyarlanabilecek benzerlikler taşımaktadır. Ancak Türkiye'deki eksik bilgi sorunlarından biri yayıncıların yıllık kitap satış rakamları ve özellikle ciro bilgilerini paylaşmıyor olmalarıdır. Yayınevlerinin ciroları kendi himayelerindedir ve kamuoyu ve/veya meslek örgütlerince bilinmemektedir. Dolayısıyla büyüklüklerine bakarken ele alınan kriterler aşağıdaki Tablo 6'da belirtildiği gibi: bastıkları kitap adetleri (ISBN verileri üzerinden), çalışan sayısı ve satış rakamları gibi sayısal verilerdir.

Tablo 6
Yayınevi Sınıflandırma Kriterleri

	Küçük/Öncü Yayınevleri	Geleneksel Yayınevleri	Büyük Yayınevleri
Yıllık Kitap Yayın Sıklığı	12-24	40-50	80-100
Çalışan Sayısı	1-5	10-20	20 ve +
Toplam Yayınladıkları Başlık Sayısı*	500	500-3000	3000+

Kaynak: ISBN Verileri ve TYB Verilerinden Derlenmiştir.

*Büyük yayınevlerinin en temel göstergesi sahip oldukları ekonomik sermayedir. Ancak ciroya ait bilgi eksikliği bulunduğundan toplam başlık sayısı, yani kuruluşlarından itibaren yayınladıkları tekil kitap sayıları baz alınmıştır. Bazı büyük yayınevleri (3000 üstü) rakama sahip olmasa da ekonomik sermayeleri nedeniyle bu sınıflandırma içine dahil edilmiştir.

Küçük/Öncü olarak sınıflandırılan yayınevleri ise alanda genellikle butik yayınevleri olarak adlandırılmaktadır. Küçük yayıncıları ekonomik olarak ayakta tutan bir veya birkaç kitabının *uzun satar* (longseller) olmasıdır. Fransa'daki Minuit yayınevinin örnek veren Bourdieu, yılda yaklaşık 20 kitap çıkaran ve ortalama 500 adet satış rakamına ulaşan ve en fazla

²⁴⁵ Pierre Bourdieu, 2016b, .s.232.

²⁴⁶ Halil İbrahim Gürcan Türkiye'deki yayınevlerini çalışan sayısı üzerinden küçük, orta ve büyük ölçekli olmak üzere üçe ayırır. Buna göre birkaç kişinin çalıştığı yayınevlerini küçük, 10-15 kişinin çalıştıklarını orta ve 20 ila üstü çalışanı ola yayınevlerini ise büyük ölçekte değerlendirir. Gürcan'a göre büyük yayınevleri yılda 100 kitap, küçük yayınevleri yılda bir iki kitap yayınlamaktadır. Halil İbrahim Gürcan, **Kitap Yayıncılığı**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1997, s. 23.

on çalışanı olan yayınevi profilini bu gruba dahil etmektedir. Buna göre Türkiye’de tek kişiden oluşan yayınevleri olduğunu dikkate alırsak on çalışanlı bir yayınevi daha çok geleneksel yayınevi sınıflandırmasına girmektedir.

Türkiye’deki yayıncılık alanında *küçük veya öncü (butik)* olarak adlandırılan yayınevleri genellikle bir ila beş çalışanı sabit olan (kadrolu) yayınevleridir. Dolayısıyla Bourdieu’nün sınıflandırmasında yer alan yayınevi çalışan sayıları Türkiye’deki yayıncılık alanı için yüksek kalabilmektedir. *Küçük/Öncü yayıncı* örneklerine baktığımızda Yazın, Pencere, Mitos-Boyut, Kolektif Kitap, Pan, Aras, Marsık, Lîs, İstos, Habitus, Alef, Siren, Raskol’un Baltası, Norgunk, MonoKL, Otonom, Jaguar, Karaplak, Encore, Corpus, Heretik, Yüz Kitap, 160. Kilometre, Kaos, Sıfırdan, Payel, Şule gibi yayınevleri bulunmaktadır. Bu yayınevlerinin ortak özelliği genellikle 2000’li yıllarda kurulmuş olmalarıdır. Türkiye’de küçük/öncü yayıncılar bazen tek bir türde ve tek bir alanda uzmanlaşabilmektedir. Örneğin sadece müzik kitapları yayınlayan Pan yayıncılık bunlardan biridir. Veya Mitos-Boyut sadece tiyatro metinleri ve oyunlar basmaktadır. MonoKL ise LGBT literatürüne katkı sunacak yayınlar çıkarırken, Otonom ve Kaos ise yayıncılık alanının Anarşist yayıncılık yapan (sadece Anarşizm kuram, araştırma ve edebiyatı üzerine uzmanlaşmış) tek yayınevleridir. Aras yirmi beş yıldır Ermenice ve Türkçe iki dilli yayıncılık yaparak Ermeni edebiyatı, kültürü ve tarihini yaşatma amacıyla faaliyet yürütmektedir. Keza Lîs Kürtçe, İstos ise Rumca üzerinden yayıncılığı iki dilli yürüten yayınevleridir. Dolayısıyla bir uzmanlık veya tek bir alanda yayıncılık yürütmek söz konusu yayınevlerine ekonomik olarak ayakta kalabilme gücü sağlarken, güçlü bir *simgesel sermaye* oluşumunu da beraberinde getirmektedir. Küçük/öncü yayınevleri tamamen kendi yayın politikalarını özgürce oluşturmakta ve yayıncılık yürütmektedir. Bu tip yayınevlerinin yayın politikasını belirleyen temel itici güç de kurucularının edebiyat zevkleri veya yayıncılık eğilimleri olmaktadır. Kendi sevdikleri kitapları yayınlamak arzusu baskın olduğundan okurlarıyla bunu paylaşmayı tercih etmektedirler ve yayınevlerini kurmadan önce farklı yayınevlerinde deneyim kazanmış, kendilerini alanda baskı olan yayın ve okur türünün karşısında konumlandırmaları yayıncılığa başlamalarının temel itici gücüdür²⁴⁷. Sahip oldukları edebiyat zevkleri ve benimsedikleri yayıncılık eğilimleri onlara yayınlama özgürlüğü tanıyan temel mefhumdur. Bu nedenle yayıncılık alanında özerk bir

²⁴⁷Merve Şen, “2000 Sonrası Türkçe Yayıncılıkta Yeni Dalgalar: Pratikler, İmkanlar ve Sınırlar”, **Monograf Dergi**, Sayı 11, 2019, 176-199.

konumda bulunmaktadırlar. Ekonomik krizlerden diğer yayıncılara göre daha güçlü çıkabilmektedirler çünkü kriz hali kurulma aşamasından itibaren yüz yüze oldukları bir durum olduğundan mücadele yöntemleri de farklılaşabilmektedir. Ayakta kalabilme stratejileri çok daha güçlüdür. Genellikle bir veya birkaç kişiden oluşan çalışan kadrosu, sadece tek bir iş kolunda uzmanlaşmış olmadığından ve birkaç işi aynı anda yürütebilme pratiğine sahip olduğundan küçülme/daralma dönemlerinde de aynı şekilde çalışmaktadırlar. Baskı adetleri ve satış rakamları konjontürel okura göre planlanmadığından, kriz ortamında ortalama okura bağlı bir yayıncılık yürütmemektedir. Farklı satış/pazarlama kanalları üzerinden kendi ekosistemlerini yaratabilmektedir. Bu ekosistem içinde doğrudan etkinlikler düzenlemek, okur gruplarıyla daha sıcak ilişkiler kurmak, abonelik sistemi oluşturmak gibi kendi okurlarını yaratabilme kapasitesini geliştirmek yer almaktadır. Ancak temelde ekonomik olarak bu tip yayınevlerini zorlayan nokta dövizdeki değişimler olmaktadır. Çoğunluğu telif kitaplar üzerine kurdukları yayın politikalarında dolar/euro yükselişinden doğrudan etkilenmektedir. Küçük/öncü yayınevleri için telif kitaplara ağırlıklı yayın politikasının Türkiye’deki yayıncılık alanına özgü durumlardan biri olduğunu söyleyebiliriz. Pierre Bourdieu’nün 1996 yılında kültür yayıncılarını kapsayan araştırmasına göre Fransa’daki küçük yayınevlerinin İngilizce’den eser tercümesi hemen hiç yapmadıkları tamamen (biri dışında) kendi ana dillerinden eser bastıklarını vurgulamaktadır²⁴⁸. Türkiye’deki küçük yayınevleri sadece İngilizce, Fransızca veya Almanca gibi küresel yayıncılıkta baskın olan dillerden değil Katalanca, İsveççe, Romence, Bulgarca gibi kısmen daha küçük dillerden de çeviriler yapabilmektedir²⁴⁹. Bir bakıma ekonomik sermaye birikiminin azlığı küçük/öncü yayınevleri için avantajlı bir durum sunabilmektedir, böylelikle farklı olan, daha az bilinen dillerin edebiyatlarına açık oluyorlar. Yayıncılık alanında küçük/öncü yayınevlerine düşen “avangart” olmak rolüdür. Yeni yazarları keşfetmek ve yayıncılık alanına sunmak gibi bir rol üstlenirler. Bu rol onların büyük yayıncılar tarafından takip edilmesini sağlar. Bu anlamda yayıncılık alanında diğer yayınevlerini etkileme gücüne erişmektedir. Yerli yazarların ağırlığından ziyade telif kitapların ağırlığı gözlemlendiğinden kurdukları finansal denge dövizde yaşanan ufak bir değişiklik ile sarsılabilmektedir. Diğer taraftan, tüm yayınevlerini etkileyen kağıt meselesi de yine dövizle bağlı bir maliyet olduğundan küçük/öncü yayınevlerini de sarsmaktadır. Yayıncılık alanını *iyi kitaplarla* ve aynı zamanda

²⁴⁸ Bourdieu, 1999, s.3-4.

²⁴⁹ Burada Yabancı Temsilciliklerin teşvikleriyle ülkelerin çeviri fonları ve destekleri zaman zaman belirleyici olabilmektedir. Telif ajanslarının yönlendirmeleri de bazı yayınevlerinin farklı ülke edebiyatlarına yönelmelerinde belirleyici olabilmektedir.

kaliteli okuru besleyen damarlardan biri olması sebebiyle küçük/öncü yayınevleri simgesel sermayelerinin yüksekliğiyle önemli bir konumdadır. Ancak yayıncılık alanı içinde oldukları sürece tamamen bir bağımsızlıktan söz etmek mümkün değildir, Bourdieu bir eserin/metnin yayınlanmasına karar veren “*pek çok fail bulunmaktadır. Ve bu failleri belirleyen yayıncılık alanının yapısıdır*”²⁵⁰ derken küçük/öncü yayınevlerinin de bu durumdan bağımsız kalamadıklarını ifade etmektedir.

Bourdieu’nün sınıflandırmasında ikinci sırada büyük yayıncılar yer almaktadır. Ona göre *büyük yayıncı* olarak alınan kıstas yayınevlerinin sermaye birikimlerinin (kültürel, ekonomik, simgesel ve sosyal) yüksekliğidir. Bu sınıflandırmada öne çıkan ekonomik sermaye gücüdür. Bu kapsamında Yapı Kredi Yayınları, İş Bankası Kültür Yayınları, İthaki, Remzi Kitabevi, Semerkand Yayın Grubu, TUDEM, İnkılap, Timaş Yayın Grubu, Can Yayınları, Doğan Kitap ve Alfa Yayın Grubu gibi yayınevleri sayılabilir. Söz konusu yayınevlerinden banka sermayesi ile kurulmuş olan Yapı Kredi ve İş Kültür Yayınları dışındakiler birden çok alt markaya sahip ve bu markalar aracılığıyla farklı türlerde yayıncılık yapma esneklikleri olan yayın grupları olma özellikleriyle ortaklaşmaktadır. Bir yayınevi ekonomik olarak büyüdüğünde yeni bir alt marka oluşturması Türkiye’deki yayıncılık alanında sık rastlanan bir durumdur ve Dördüncü Bölüm’de ayrıntılı incelenecektir. Bir yayınevi “*yeterli düzeye ulaşan sembolik sermayesini kullanma aşamasına giren bir kuruluş; iki farklı ekonomik anlayışa birlikte yer verir: bunlardan birisi üretim ve araştırmaya yöneliktir, ötekisi de fonların kullanımını ve tutulmuş yapıtların dağıtımını amaçlar.*”²⁵¹. Alfa yayın grubu-bir sonraki bölümde ayrıntılı incelenecektir- bunun öncülerinden biridir, bünyesinde hemen her tür yayıncılığı yürütme imkanı verecek sayıda alt markalar kurmuştur böylelikle alanda farklı konumları kapsayacak bir yer edinmiştir. Büyük yayınevlerini alanda konumlarını güçlendiren unsurlar: ödüllü kitap/yazar sayıları, yıllık yayınlanan kitap/başlık adetleri, kuruluş yılı, telif eser yayınlama kapasiteleri, çok satanlardaki yerleri gibi faktörlerdir. Büyük yayınevlerini alanda baskın yapan ekonomik ve sembolik sermaye birikimlerinin yanı sıra, çok satanlar listesinde yer alan kitap/yayın sayılarıdır. Alandaki baskın konumları büyük yayınevlerine iktidar sağlamakta, alanı yönlendirme gücünü ellerinde tutmaktadırlar. Edebiyat ödülllerinde,

²⁵⁰ Bourdieu, “1999, s.3.

²⁵¹ Bourdieu, 2016b, s.234.

danışma kurullarında, medyada, satış ve pazarlama kanallarını kullanmada, kitap fuarlarında diğer yayınevlerine kıyasla her zaman daha çok görünür olmaktadırlar.

Sınıflandırmanın üçüncü maddesinde ise geleneksel yayıncılar yer almaktadır. Türkiye’deki yayıncılık alanında *geleneksel yayıncı* profilinin daha geniş yer tuttuğunu görüyoruz. Geleneksel yayıncılar, ekonomik sermayelerinin tamamen yayıncılık faaliyetinden geldiği, yılda ortalama 40-60 kitap yayınlayan ve ortalama 10-20 arasında çalışanın olduğu yayınevleridir. Ancak bu yayınevlerinin cirolarına dair bir verimiz olmamakla birlikte bazı kitaplarının uzun satanlar veya çok satanlar arasında bulunması sebebiyle yıllık ciroları büyük yayınevleri ölçeğine çıkabilmektedir. Bunların arasında İletişim, Metis, Ayrıntı, Profil, Literatür, Dergâh, Ötüken, Agora, Dipnot, Notabene , Günışığı Kitaplığı, Sel gibi farklı yayın politikasına sahip yayınevlerini sayabiliriz. Örneğin İletişim yayınlarının Yakup Kadri Karaosmanoğlu ve Oğuz Atay gibi uzun dönemde sürekli satan kitaplarının baskı adediyle, İnceleme/Araştırma dizisi başlığı altında yayınladıkları kitapların baskı adetleri birbirinden farklıdır. Geleneksel yayıncılar, yayınladıkları kitaplarıyla alanın önemli oyuncularından biridir, çalışanına önem veren özellikle editöryal kadroları entelektüel birikime sahiptir. Kendi türünde uzman yetişmesini sağladıklarından yayıncılık mesleğine ve yayıncılık alanına doğrudan katkı sunmaktadırlar. Yayınevlerinin kurucu kadroları yayınevi bünyesinde çalışmaktadır ve genellikle kişi(ler) veya bir kolektif tarafından kurulmuş yayınevleridir. Türkiye’de 1980 sonrasında kurulan yayınevlerinin büyük çoğunluğu geleneksel yayıncılardır bu nedenle belli bir yılı kapsayacak deneyime sahiptirler. Bourdieu, bu ölçekteki yayınevlerini yayıncılık alanında *merkezde* konumlamaktadır. Buna göre “*yayınevlerinin yayın politikasındaki değişimler alanda işgal ettikleri konumlarında da değişim olduğuna işaret eder. Bu değişimler dominant bir konuma doğru olabilir. Aynı zamanda bu değişimler sembolik sermayeyi daha “ticari yazarlar” yönünde kılabilir.*”²⁵² Bu durumu örneklemek için **İthaki** yayınları incelenebilir. 1997 yılında kurulan politik olarak Mehmed Uzun, Yılmaz Güney, Kemal Tahir gibi isimlerin yanı sıra inceleme/araştırma, bilim kurgu ve fantastik edebiyat yayınlayan yayınevi 2013 yılında yayın kadrosunda değişikliklere gitmiş ve yeni alt markalar oluşturarak (İthaki Çocuk, Yabancı, Müptela ve Ganj yayınları) ve çok satanlar ve wattpad gibi yeni tür ve ticari yönü de olan kitaplara ağırlık vermiştir. Burada Bourdieu’nün yayın kriterleri konusundaki uyarısı anlamlıdır, buna göre yayınlanacak metne karar verme aşamasında

²⁵² Bourdieu, 1999, s.4.

bağımsız olduğu düşünölen seçimin aslında bir *yanılsama* (illüzyon) olduğunu, alan tarafından koyulan *sınırlılıkları gizlediğini* ve bu kararın “*alanın diacritique mantığı (ayırıcı) ile yönetilen bir seçimin ürünü*”²⁵³ olduğunu belirtmektedir. Geleneksel yayıncıların bu merkezi konumları simgesel sermaye sağladığından, alandaki oyunun kurallarını belirlemede de üstünlüğe sahip olmaktadır. Dolayısıyla geleneksel yayıncıların dahil olmadığı bir mücadele söz konusu değildir. Aşağıdaki tablo yayıncılık alanındaki sınıflandırmayı örnekleyecek bir model sunmaktadır. Burada sınıflandırma kriterlerinden hareketle çalışan sayısı, toplam kitap başlık sayıları ve yıllık kitap yayın başlıkları dikkate alınmıştır. Yayıncılık alanındaki ciro büyüklükleriyle ilgili bilgi eksikliği bulunduğundan değerlendirmede bu kriter alınmamıştır.

Tablo7
Sınıflandırma Kriterlerine Göre Yayınevi Örnekleri

Öncü/Küçük Yayınevleri	Geleneksel Yayınevleri	Büyük Yayınevleri
Kaos & Otonom	İletişim Yayınları	Doğan Kitap
Pan Yayıncılık	Metis Yayınları	Yapı Kredi Yayınları
Mitos Boyut	Dergâh Yayınları	Alfa Yayın Grubu
Alef	Ayrıntı Yayınları	İş Kültür
Bağlam Yayınları	Oğlak Yayınları	İnkılap Yayınları
Heretik	Ötüken Yayınları	Semerkand Yayın Grubu
Yazın	Sel Yayınları	Can Yayınları
Siren	Yordam Kitap	Kırmızı Kedi Yayınları
MonoKL	Günışığı Kitaplığı	Timaş Yayın Grubu
Aras/Lîs/İstos	İnsan Kitap	İthaki Yayınları
Parantez Yayınları	İz Yayıncılık	Epsilon Yayınevi
Marsık	Kor Kitap (Evrensel)	Remzi
Şule	Literatür	Destek Yayınları

Kaynak: Bourdieu’nün sınıflandırması referans alınarak çalışan sayısı ve ISBN verilerine göre kitap adetleri göz önüne alınarak tezin yazarı tarafından oluşturulmuştur.

Geleneksel yayınevleri, küçük ve büyük yayınevleri arasında bir konumda, merkezde yer almaktadır. Bourdieu’nün kastettiği farklı formları yayıncılık alanına tahvil edildiğinde, bunun sermayeler aracılığıyla somutlaştığı görülür. Nitekim tabloda yer alan yayınevlerinin

²⁵³ Bourdieu, 1999, s.4-5.

büyükliklerine göre ayrışmasında belirleyici olan unsur sermaye türleri olmaktadır. Her ne kadar Bourdieu'nün yayınevleri özelinde sınıflandırma kriteri ekonomik sermaye üzerinden şekillense de Türkiye'deki yayıncılık alanında yürütülen mücadelede diğer sermaye türleri de belirleyici olabilmektedir.

Türkiye'de yayıncılık verileri için temel alınan gösterge ISBN (International Standart Book Number)²⁵⁴ numaralarıdır. ISBN sayısına göre o yıl içinde üretilen kitapların türlere göre dağılımını, kaç adet basıldığını ve toplam üretilen kitap sayısını görebilmek mümkün olmaktadır. Bunun dışında üretilenler kayıt altına alınmamaktadır. Dünya yayıncılığında 1970 yılında başlayan bu uygulamaya Türkiye 1995 yılından itibaren dahil olmuştur. Böylelikle telif haklarının korunması amacıyla ISBN sistemi ile korsan yayıncılığın önüne geçilmesi hedeflenmiştir. ISBN, yayıncılık alanına uluslararası standart getirerek küreselde üretilen yayınların rakamlara erişebilme imkanı sunmaktadır. Aynı zamanda ISBN alan kitaplar için büyük ve önemli kütüphanelerin kataloglarında yer alabilme imkanını doğurmuştur. Yayın türü, toplam baskı sayısı gibi rakamlar bu ISBN verileriyle elde edilirken pazarın genel büyüklüğüne dair de fikir vermektedir. Türkiye'de ISBN numaraları Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı ISBN ajansı üzerinden verilmektedir ve yayıncıların her kitap için ayrı başvurusu üzerine alınabilmektedir.

ISBN verilerine göre 2010 yılında 34.865 başlıkta kitap üretilirken, 2018 yılı sonunda bu rakam 67.135'e yükselmiştir. Ülke içinde üretilen kitapların 61.607'si özel sektör tarafından yayınlanan kitaplardır²⁵⁵. Bu rakama MEB'in ücretsiz dağıttığı ders kitapları dahil değildir. Yayıncılık alanındaki önemli göstergelerden birisi sektörün genelindeki cirosal olarak ekonomik büyüklüktür. 2011 yılında yayıncılık sektörünün cirosal büyüklüğü 2 milyar 146 milyon\$ değerindeyken 2016 yılında 2 milyar 126 milyon\$, 2017 yılında ise sınav sistemindeki değişikliklerle kriz yaşayan Eğitim yayıncılığının durumu nedeniyle ciro 1 milyar 591 milyon\$a düşmüştür.

²⁵⁴ ISBN (International Standart Book Number), kitap numaralanın uluslararası bir yöntemle düzenlenip standartize edilmesidir. ISBN numarası 4 grup ve 10 haneden oluşur. İlk grup yayının yapıldığı ülkenin numarası, ikincisi yayıncıyı, üçüncüsü materyale ait sıra bilgisini, dördüncü ise ISBN'nin doğruluğunu denetimini sağlayan tek haneli rakamdır. <https://www.yayfed.org/website/content/92> (4 Nisan 2020)

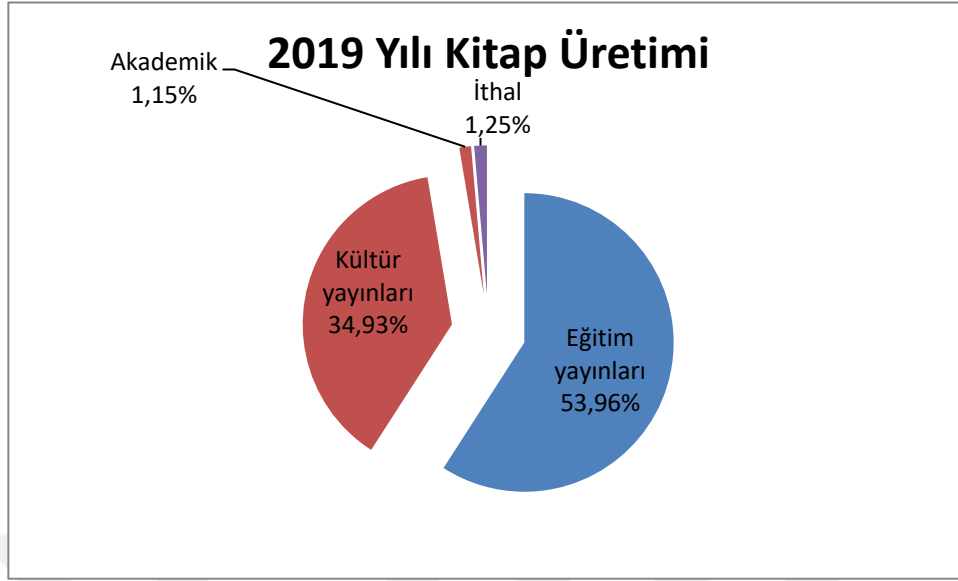
²⁵⁵ www.tuik.gov.tr (4 Nisan 2020)

Yayıncılık alanında üretilen kitaplar yayın türlerine dört ana başlığa ayrılır:

- 1) Eğitim yayınları:
 - a. Ders kitapları
 - b. Yardımcı ders kitapları
 - c. Sınava hazırlık kitapları
- 2) Kültür yayınları:
 - a. Yetişkin kurgu (edebiyat)
 - b. Yetişkin kurgu dışı (inceleme/araştırma)
 - c. İnanç
 - d. Çocuk ve gençlik
- 3) Akademik yayınlar
- 4) İthal yayınlar:
 - a. İngilizce dil öğrenim (ELT)
 - b. Diğer ithal kitaplar (akademik-kütüphane alımları vs.)

Aşağıda yer alan Grafik 1, 2019 yılında Türkiye yayıncılık alanında üretilen toplam kitap başlıklarının oransal dağılımını vermektedir²⁵⁶. Buna göre ağırlık Eğitim (%53,96) yayınlarındadır. Ardından çocuk-gençlik, edebiyat ve inceleme-araştırma türlerini de kapsayan kültür yayınları (%34,93) gelmektedir. Üniversite yayıncılığının yer aldığı akademik başlığı ise %1,15 ile en düşük üretim oranına sahiptir. İthal kitaplar ise onun biraz üzerinde (%1,25) yer almaktadır.

²⁵⁶ Bu oran içinde basılı kitaplar, sesli kitaplar, e-kitap ve CD gibi materyaller de dahildir. Ancak oranı oldukça düşüktür. 2018 yılında toplam 61. 265 başlıkta basılı kitap, 5177 başlıkta e-kitap, 28 adet başlıkta sesli kitap ve 391 adet başlıkta ise CD/DVD için ISBN alınmıştır (ISBN verileri için bkz. www.tuik.gov.tr (çevrimiçi 04.04.2020)). Dolayısıyla e-kitabın tüm başlıklara oranı yaklaşık %7'dir. Dolayısıyla e-kitap henüz Türkiye yayıncılık alanında dönüşümünü tamamlamamıştır. Teknolojik yatırım gerektiren bir iş kolu olduğundan ekonomik sermayesinden e-kitaba yatırım yapan yayıncı sayısı da üretim de sınırlıdır. Başlıca e-kitap yayını olan yayınevleri Can, İletişim, YKY, Remzi, Destek, Doğan Kitap, Yordam Kitap, Aras, Turkuvaz, Altın Kitaplar .e-kitap akıllı telefonlardan okunabildiği gibi aynı zamanda sadece e-kitap okuma cihazları üzerinden de okunabilir. Satıldığı mecralar Kobo (cihazı da bulunuyor), Google play, ıdefiks, amazon (cihazı bulunuyor) gibi mecralar üzerinden satış yapılmaktadır.



Grafik 1: 2019 Yılı Kitap Üretimi (%)

Kaynak: TYB 2019 Yılı Türkiye Kitap Pazarı Raporu'ndan Hazırlanmıştır.

<http://turkyaybir.org.tr/2019-yilinin-11-aylik-toplam-kitap-uretim-verileri/#.XpTTh8gzblU>

Eğitim kitapları başlığı altında üretilen kitaplar yıllara göre değişse de yaklaşık olarak toplam üretilen kitapların yarısını kapsamaktadır. Aşağıdaki tablo 8’de yayıncılık alanında yayın türlerine göre dağılımı incelediğimizde, yetişkin araştırma-inceleme kitaplarının tüm sektöre oranı %18,74 olurken, kurgu yetişkin kitaplar sektörün %6,45’ini kapsamaktadır. Son yıllarda artan çocuk ve gençlik yayınlarının oranı %9,74, Eğitim yayınları tüm kitap üretiminin yarıdan biraz fazlasını kapsamaktadır ve oranı%53, 96’dır. Üniversite yayıncılığını içeren Akademik kitaplar ise oldukça düşüktür ve %1,15’tir. İnanç yayınlarında ise 2018 yılına göre küçülme vardır ve tüm kitapların %8, 71’ini kapsamaktadır.

Tablo 8
Kitap Üretim Sayıları 2018-2019 (Adet)

Yıllara Göre Üretilen Kitap Sayısı		
	2018	2019
Yetişkin: Araştırma/İnceleme	74.484.289	79.387.610
Yetişkin: Kurgu	24.719.651	27.303.062
Çocuk Gençlik	41.273.395	41.271.110
Eğitim	215.370.387	228.559.913
Akademik	4.461.008	4.890.495
İnanç	44.431.096	36.899.907
TOPLAM	410.641.305	423.602.828

Kaynak: TYB 2019 Yılı Türkiye Kitap Pazarı Raporu

Kültür yayınlarında 2018 yılına kıyasla 2019 yılında %5,33 oranında bir büyüme gerçekleştiğinde görüyoruz. Dağılımına baktığımızda ise özellikle edebiyat alanında üretim arttığını gözlemliyoruz-yetişkin kurgu bir önceki yıla göre 2019 yılında %10,45 oranında büyüme göstermiştir.

Yayıncılık alanında 2000’lerden itibaren istikrarlı yükselişin gerçekleşmesi yazara bağlı yayıncılık türünün de yükselmesini sağlamıştır. Bu durum aynı zamanda bir “yazar piyasası” oluşmasını da etkilemiştir. Baskı sayısını yüksek tutarak yazara ödenen telifin yanı sıra “transfer” bedelleri alanın değişen kurallarından biri olmuştur. Çok satanlar olarak bilinen söz konusu yazarlar yayınevlerinden transfer edilmeye başlanmıştır. Son beş yıldır çok satan kitaplar listesinde büyük değişimler olmamıştır, dünya klasiklerinin ve Türkçe’nin klasiklerinin uzunsatanlar (*longseller*) olarak listede yer aldığı görülmektedir.

Tablo 9
Son Beş Yılın Çok Satan Kitapların Yayınevleri

	2015	2016	2017	2018	2019
1.	Sel	Kolektif	Doğan	İş Kültür	Kronik
2.	Can	YKY	Kolektif	Kapı	Butik
3.	Alfa	Sel	İş Kültür	YKY	YKY
4.	YKY	Can	İş Kültür	Everest	İş Kültür
5.	İş Kültür	YKY	Doğan	Doğan	YKY
6.	YKY	Can	İş Kültür	Kronik	YKY
7.	Timaş	Doğan	Destek	YKY	Sel
8.	Can	İş Kültür	İş Kültür	Everest	Doğan
9.	İthaki	YKY	Can	Altın	Can
10	Pan	Can	YKY	Koridor	Pegasus

Kaynak: e-ticaret siteleri idifiks, kitap yurdu ve D&R web sitelerinden derlenmiştir.²⁵⁷

Tablo 9’a göre her sene listeye küçük/öncü yayınevlerinden biri girmekle birlikte genellikle İş Kültür, Doğan, Can, Alfa (Everest ve Kapı) ve YKY arasında dağılmaktadır. Yazara bağlı yayıncılık türünü yansıtmaması bakımından şu yazarlar örnek olarak verilebilir: Ahmet Altan, Elif Şafak, Orhan Pamuk, Ayşe Kulin, İlber Ortaylı, Canan Tan, Üstün Dökmen, Soner Yalçın, Ahmet Ümit 2000’li yıllarda yayıncılık alanında çok satan kitapların yazarlarıdır. Baskı adetlerinin 100 bin ve üstünde olduğu sözü edilen yazarlar yayınevine de kendilerinde de önemli ekonomik sermaye birikimi sağlamışlardır. Örneğin 2016 yılında Forbes dergisinin haberine göre kitap baskı adetlerinin yüz bini geçmesi (2016) bazı yazarlar ve kitaplar için aşağıdaki Tablo 10’da görüldüğü üzere büyük ciroların elde edilmesini sağlarken yayıncısına da ekonomik sermaye gücü kazandırmıştır.

²⁵⁷<https://www.edebiyathaber.net/iste-2015-yilinin-en-cok-satan-10-kitabi/> (11 Kasım 2018)
<https://www.cnnturk.com/kultur-sanat/kitap/2016nin-en-cok-satan-kitaplari?page=10> (11 Kasım 2018)
<https://www.edebiyathaber.net/2017-yilinin-en-cok-satan-10-kitabi/> (11 Kasım 2018)
<https://www.cnnturk.com/kultur-sanat/kitap/2018in-en-cok-satan-kitaplari?page=10> (3 Mart 2019)
<https://www.milliyet.com.tr/2019-yilinda-en-cok-okunan-kitaplar-molatik-13845/> (3 Mart 2019)

Tablo 10
2016 Yılı Çok Kazanan Yazarlar Listesi

<i>Yazar Adı</i>	<i>Yayınevi</i>	<i>Yazarın 2016 Kazancı TL</i>	<i>Baskı Adedi</i>	<i>Kitabın Ciro</i>
Elif Şafak	Doğan Kitap	1.8 milyon	311 bin	9.031.000
Orhan Pamuk	Yapı Kredi Yay	1.4 milyon	374 bin	5.439.000
Kahraman Tazeoğlu	Destek Yayınları	1.3 milyon	465 bin	8.750.000
Sinan Yağmur	Alfa Yayın Grubu	1.2 milyon	485 bin	7.960.000
Ahmet Ümit	Alfa Yayın Grubu	1.1 milyon	314 bin	5.477.200
Ayşe Kulin	Alfa Yayın Grubu	928 bin	212 bin	4.639.600
Ahmet Batman	Destek Yayınları	835 bin	316 bin	5.688.000
İlber Ortaylı	Timaş Yayınları	756 bin	240 bin	5.040.000
Soner Yalçın	Kırmızı Kedi	607,5	165 bin	4.050.000
Azra Kohen	Destek Yayınları	572,4 bin	109 bin	3.816.000

Kaynak: Forbes Dergisi Mayıs Ayı Verileri (2016²⁵⁸)

Her ne kadar yayınevlerinin ekonomik sermayeleri hakkında satış cirolarına²⁵⁹ dair resmi rakamlara ulaşılmasa da çok satan yazarlar ve kitaplar bir fikir vermektedir. Yukarıdaki tablo en çok kazanan (2016 yılı) 10 yazarın bilgisini içermekle birlikte Doğan Kitap, Destek ve Alfa Yayın Grubu sektörün çok satanlarını elinde tuttuğu kaydedilmektedir. Yayıncılık alanındaki en çok satış adedi ise Yılmaz Özdil'in 2018 yılında Kırmızı Kedi yayınlarından çıkardığı Atatürk kitabı olmuştur. Kitap, 1 milyon 150 bin adet satış rakamına ulaşmıştır²⁶⁰ bu sayı 2005 yılında çıkan Turgut Özakman'ın 1milyon 100 binlik rakamını geçmiştir.

Yayıncılık alanında çok dilli yayıncılık örneklerinin çoğalması da yine 2000'lerden sonraki dönemde ortaya çıkmıştır. Bu açıdan atılan ve yayıncılığa da yansıyan önemli adımlar biri Kürtçe'nin dil olarak varlığının meşruluğu olmuştur. Kültür Bakanlığı ilk kez Kürtçe edebiyatın klasiklerinden sayılan Mem û Zin'i yayınlamıştır (2010). Devlet televizyonu TRT

²⁵⁸ Forbes Dergisi Mayıs Sayısı, 2016.

²⁵⁹ Yayınevleri satış cirolarına ait veriler konusunda bilgi eksikliği vardır, yayınevleri ekonomik sermayelerine dair bilgiyi üyesi oldukları yayıncı birlikleri ve/veya kamuoyu ile paylaşmamaktadır. Dolayısıyla bilgi kaynağımız yayınevlerinin cirolarından ziyade çıkardıkları kitap sayısı üzerinden ölçülmektedir.

²⁶⁰ <https://www.sozcu.com.tr/2018/ekonomi/mustafa-kemal-turkiye-yayincilik-tarihine-gecti-2837532/> (3Mart 2019)

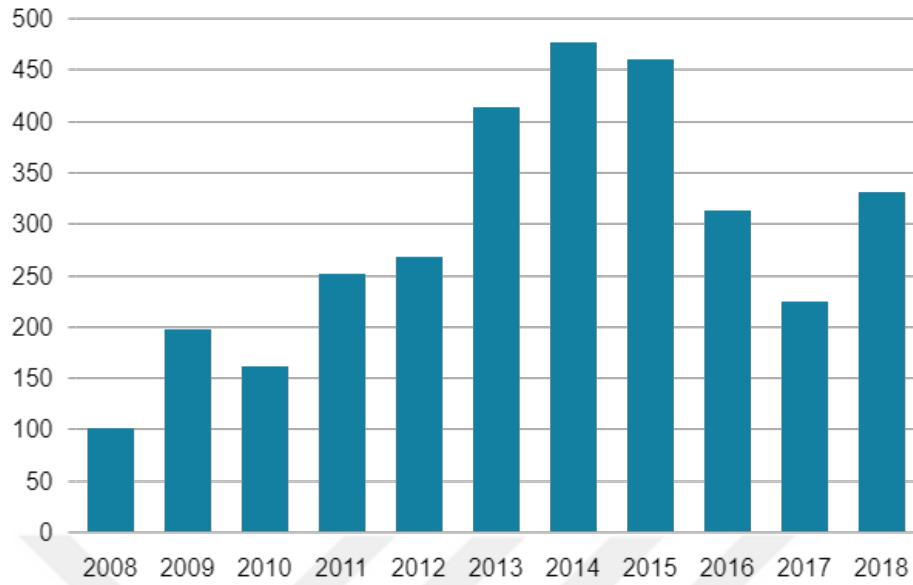
tarafından Kürtçe yayın yapan TRT 6 yayın hayatına yine bu dönemde (2009) başlamış olması Kürtçe'nin devlet nezdinde meşru bir zemine çekilmesini sağlamıştır. Doğrudan bu durumla ilintilendirilemeyecek olsa da bir bakıma Kürtçe dilinin varlığının meşruluk zeminine kavuşmasıyla Kürtçe eser yayınlayan yayınevlerinin sayıca çoğalmaları bu dönemde gerçekleşmiştir²⁶¹. Türkiye'de Kürtçe yayıncılığın 19. Yüzyıla dayanan bir tarihsel geçmişe sahip olduğunu kaydedilmektedir. Ancak Cumhuriyet'in ilk yıllarında (1923-1965) sadece iki dini kitap dışında yayın yapılmadığı kaydedilmektedir²⁶². 1970'lerin ortalarında yeniden kitap yayıncılığı başlasa da yayınlanan kitap sayısı çok sınırlıdır. Kürtçe yayıncılığın kurumsallaşması ancak 2000'lerde mümkün olmaktadır. 2000'den sonra kurulmuş 40 yayınevi kaydedilmekle birlikte istikrarlı yayın yapan yayınevleri: Komal, Deng, Doz, Kürt Enstitüsü Yayınları, Avesta Yayınları, Vate, Nûbihar, Perî, Lîs ve Aram düzenli olarak kitap çıkarmaktadır. Bugün düzenli kitap yayınlayan yayınevi sayısı tam olarak bilinmemekle birlikte düzenli yayın faaliyetini sürdüren 10 yayınevi bulunduğu kaydedilmektedir. Pirtukakurdî, 2014 yılında kurulan, yurt içi ve yurt dışına sadece Kürtçe kitap satan bir e-ticaret sitesidir²⁶³. Barış sürecinin etkisiyle özellikle aşağıdaki grafikte de görüleceği üzere, 2013-2015 yılları arasında Kürtçe kitap satışının en yüksek dönemi olduğuna dikkat çekilmektedir²⁶⁴. Sitenin kurulmasıyla birlikte Kürtçe kitapların üretiminde bir artış olduğu söylenebilir. 2016 yılında aşağıdaki Grafik 2'de görüldüğü üzere 313 Kürtçe kitap, 2017 yılında 250'nin altına düşerken bu sayı yeniden 2018 yılında 330'a çıkmıştır.

²⁶¹ Kürtçe kitaplar yeni kurulan Kürt yayınevlerinden basıldığı kadar Doğan Kitap, BGST, Agora, Belge, İletişim, Yordam, İthaki, Metis, Timaş, Ayrıntı gibi kültür yayıncıları tarafından da basılmıştır.

²⁶² Ferid Demirel, Kürtçe Yayıncılığın Tarihçesi, http://www.kurdilit.net/?page_id=1959&lang=tr (3Mart 2019)

²⁶³ <https://www.pirtukakurdi.com/> (11 Kasım 2019)

²⁶⁴ <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-48122755> (11 Kasım 2019)



Grafik 2. Yıllara Göre Kürtçe Kitap Adedi (2008-2018)

Kaynak: TÜİK Verilerine dayanarak aktaran BBC Türkçe

<https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-48122755>

Bu bölümde 2000’lerden itibaren günümüze uzanan (2020) yirmi yıllık dönemde yapısal dönüşüm geçiren yayıncılık alanının bu dönüşümünde etkisi olan dinamikleri inceleyeceğiz. Öncelikle bankalar ve holdinglerin kitap yayıncılığına başlamasıyla alana giren ekonomik sermaye birikimini ele alınacaktır. İkinci olarak bu dönemde kurumsallaşmasını tamamlayan ve alandaki mücadelenin bir parçası haline gelen dini grup ve cemaatlere bağlı yayınevlerini örnekler üzerinden incelenecektir. Yirmi yıllık dönemde alandaki kitap üretimini arttıran en önemli oluşum ders kitapları ve eğitim yayıncılığını ise üçüncü alt bölümde ele alınacaktır. Küreselleşme ile birlikte iletişim teknolojilerindeki yeniliklerin yayıncılık alanına etkilerini yeni bir biçim ve içerik yaratan dijital platformlar ve sosyal medya incelenecektir. Son olarak, yapısal dönüşümün tamamlayıcı unsuru olan uluslararası yayıncılık alanı ile eklemlenme süreci ele alınacaktır.

2.3.2.1. Ekonomik Sermayenin Alana Girişi: Büyük Sermaye Grupları, Bankalar ve Büyük Ölçekli Yayınevleri

1980’lerin ortalarında gazetelerin büyümesi, özel televizyon kanalları ve radyoların kurulmasıyla birlikte medya alanında holdingleşmeleri; enerji, inşaat gibi sektörlerin yanı sıra yayıncılık alanına girişleri de söz konusudur. Bu dönem yayıncılık alanında kitap üretiminin ve satışının katlayarak artışa geçtiği bir dönem olduğunu görüyoruz. Aşağıdaki Tablo 11 (2007-2019 yılları arasında) ISBN sayıları üzerinden satılan kitap adetlerini vermektedir:

Tablo 11
Yıllara göre satılan kitap bandrolü sayısı, 2007-2019

Yıl	
2007	145 413 080
2008	163 356 314
2009	170 331 457
2010	214 414 289
2011	289 193 982
2012	293 257 824
2013	330 020 463
2014	344 405 399
2015	384 054 363
2016	404 129 293
2017	407 739 008
2018	410 641 305
2019	423 602 828

Kaynak: TÜİK, Uluslararası Standart Kitap Numarası (ISBN) İstatistikleri, 2007-2019

Telif Hakları Genel Müdürlüğü

Bu tabloya göre 2010 yılında 214 bin 414 olan kitap sayısı neredeyse on yılda iki katına çıkarak 423 bin 602’ye ulaşmıştır. Bu artışın altında yatan itici güç yayıncılık alanına giren ekonomik sermaye birikimi olmuştur. 2000’lerin başında medya kuruluşları, banka ve holdingler

olmuştur. Bunların başında Hürriyet gazetesini Sedat Simavi ailesinden satın alan Aydın Doğan'a satılması gelmektedir. AD yayıncılık olarak yayına başlayan yayınevi, ardından **Doğan Kitap** adını alarak kurumsallaşmasını tamamladı. Böylelikle, yayıncılık alanında ilk kez bir holding bünyesinde büyük bir ekonomik sermaye Doğan Kitap ile 1999 yılında yayıncılığa girmiş oldu. Nitekim, Doğan Kitap önce yetişmiş editör kadrolarını bünyesinde toplamış, ardından çok satanlar üzerine kurulu bir yayıncılık türü ile birlikte kültür yayıncılığı yürütmüştür. Bu aynı zamanda yazarların baskı adetlerinin yüksekliği ile yüksek rakamlarda satış cirosu elde etmeyi ve ekonomik sermaye bağlamında daha küçük ölçekte yayıncılardan yazar ve kitap transferleri yapılmasını mümkün kılmıştır. Nitekim yazarların transfer edilmeleri yayıncılık alanındaki geleneksel ilişki türünü de değiştiren bir olgudur. Sosyal sermayeleri üzerinden birbiriyle ilişkilenen Çağaloğlu yayıncılığından birbiriinin yazarını transfer etmek üzere rakamı yukarıya çeken agresif ilişki biçimi ve profesyonellik üzerinden ilişkilenen bir yapı ortaya çıkmıştır. Hürriyet gazetesinin sahip olduğu kamuoyu gücüyle kitapların tanıtımı ve reklamı yapılarak çok sayıda okura ulaşmasını kolaylaştırmıştır. Doğan Kitap, 2007 yılında İskandinavya'nın en büyük yayıncılık grubu olan ve Doğan Holding bünyesinde bulunan Egmont ile birleşerek, Doğan Egmont markası altında çocuk kitapları yayınlamaya başlamıştır. Özellikle Disney, Nicklodeon, Mattel, Scholastic, Turner, Harper Collins gibi yayınevlerinin temsilcisi olması çocuk yayıncılığında alandaki güçlü yayınevlerinden biri konumuna gelmesini sağlamıştır. 2010 yılından sonra Doğan Kitap da alt markalaşmaya gitmiştir. Doğan Kitap'a bağlı alt markalar: kişisel gelişim kitapları yayınlayan Doğan Novus, iş dünyası ve iş insanlarının kitaplarını yayınladıkları CEO+, 2011 yılında kurulan gençlik edebiyatı ve çok satanları bastıkları 16-25 yaş arası gençlere yönelik yayın çıkaran Dex Kitap ile farklı türde ve okur profilini kapsayacak şekilde alt markalaşmaya gitmiştir.

Bu dönemde yayıncılığı besleyen diğer medya grubu ise Sabah gazetesidir. 2005 yılında-24. İstanbul Kitap Fuarı'nın bir süre öncesinde kurulan ve ilk kez fuarda okurlarına kitaplarını sunan yayınevi- Merkez Kitap²⁶⁵ adıyla yayıncılığa başlamıştır. Bu dönemde Ciner grubuna bağlı bir yayınevidir. Sabah gazetesinin Çalık gruba satışının ardından **Turkuvaz Kitap**²⁶⁶ adıyla bir süre yayıncılığa devam etmiş ve 2014 yılında kapanmış ardından bağlı

²⁶⁵ <http://arsiv.sabah.com.tr/2005/10/06/gun104.html> (11 Mart 2020)

²⁶⁶ Bu dönemde Turkuvaz Kitap, kurulduğu 2006'dan 2010 yılına kadar simgesel ve entelektüel sermayesi birikimine doğrudan katkıda bulunan İlknur Özdemir tarafından yönetilmiştir. Özdemir yayınevinden ayrıldıktan sonra Kırmızı Kedi yayınlarının başına geçmiş ve 2017 yılına kadar Kırmızı Kedi yayınevini yönetmiştir.

olduğu medya grubunun, Kalyoncu grup tarafından satın alınmasından sonra yeniden yayın çıkarmaya başlamıştır. Bağlı olduğu grubun 2018 yılında Doğan Holding'e bağlı kitabevi zincirleri D&R'ları satın alarak kitapçılığa girmesiyle birlikte telifi sona eren Türk edebiyatı kitaplarının yanı sıra dünya klasikleri ve İskender Pala, Alev Alatlı, Ahmet Kekeç'in aralarında bulunduğu yazarların kitaplarını basmaktadır.

Bankaların yayıncılık alanında kurumsallaşmaları 1980 sonrasındaki gelişmelerdendir. Her ne kadar 1945 yılında Vedat Nedim Tör ve Şevket Rado tarafından Doğan Kardeş dergisi ile yayın hayatına başlamış olsa da Yapı Kredi yayınlarının düzenli kitap yayınlaması ve kurumsallaşması 1990'ların başında mümkün olmuştur. 1992 yılında Turhan Ilgaz'ın yönetiminde bugün bildiğimiz **YKY** markası altında kitap yayıncılığına başlamıştır. Koç Holding grubunun 2005 yılında Yapı ve Kredi bankasını satın alması üzerine YKY'nin yönetimi Koç ailesine geçmiştir. Türkçe edebiyatın önemli yazarlarını bünyesinde toplayan simgesel ve kültürel sermayesi oldukça yüksek önemli yayınevlerinden biri haline gelmiştir YKY. Bir banka sermayesi ile kurulmuş olması baskı maliyetlerini düşürürken çok sayıda okura ulaşmasını imkan verecek daha ucuza kitap satışının da önünü açmıştır. Bunun yanı sıra kendi kitabevi ağını önce İstanbul ve sonra Ankara, Bursa, İzmir ve Mersin gibi diğer kentlere de taşıyarak dağıtım kanallarını kurmuştur. Son yirmi yılda Türkçe'nin önemli ve çok satan yazarlarını büyük rakamlara transfer etmiş olması da yayıncılık alanındaki ekonomik sermaye döngüsünü de yukarıya çeken bir durum yaratmasına neden olmuştur. YKY'nin bugüne kadar 5000'in üzerinde kitabı bulunurken baskı adedi 2017 yılında 5 milyonun üzerine çıkmıştır²⁶⁷.

Bir diğer önemli banka yayınevi ise **İş Kültür** yayınlarıdır. 1956 yılında Hasan Ali Yücel tarafından kurulmuştur. İş Bankası'na bağlı kurulan İş Kültür yayınlarının alandaki en büyük etkisi Banka desteği ile ekonomik sermaye birikimidir. Bu sayede renkli çocuk kitaplarını çok daha ucuza mal ederken, diğer kitap maliyetleri de yüksek adette baskı sayıları nedeniyle düşük kalmaktadır. YKY'e kıyasla daha çok kitabevine sahip olan İş Kültür yayınları Anadolu'da açtığı kitabevleriyle çok sayıda okura ulaşmaktadır. Kitabevleri İstanbul dışında, Ankara, Antalya, Mersin, Diyarbakır, Konya, Trabzon, İzmir, Kayseri, Manisa, Eskişehir ve Samsun'da bulunmaktadır. Bünyesindeki editör, grafiker, satış ve pazarlama personeli ile

²⁶⁷<http://sanat.ykykultur.com.tr/basin-odasi/haberler-duyurular/yapi-kredi-yayinlari-5000-kitabini-bir-etkinlikle-kutladi> (12 Mart 2020)

sosyal sermaye bakımından da güçlü bir konumda yer almaktadır. Ekonomik krizlerden diğer yayıncılara nazaran daha az etkilenen YKY ve İş Kültür örneğin 2008 yılındaki ekonomik krizden etkilenmenin ötesinde krizde cirolarını katlayarak çıkmışlardır²⁶⁸.

Banka yayıncılığının bir diğer örneği ise 2018 yılında kurulan **Vakıfbank Kültür** yayınlarıdır. Vakıfbank yayınları da kurulduğunu okurlarına 37. Uluslararası İstanbul Kitap Fuarı'na katılarak duyurdu. Kültür yayıncılığı yapma amacıyla yola çıkan yayınevi bünyesinde insan ve toplum, edebiyat, felsefe, iktidar, kesişmeler ve sanat başlığı altında 35 kitap bulunmaktadır. Kapak ve kurumsal kimlik tasarımlarını Bülent Erkmen yapmaktadır. Bu dönemde bankaların yayıncılık alanına girişlerini örnekleyebilecek bir diğer oluşum da 2019 yılında yayın hayatına başlayan **Albaraka Kültür Sanat Yayıncılık**'tır. Faizsiz bankacılık yürüten Albaraka Türk Katılım bankasına ait yayınevinin yönetimine Kültür Bakanlığı'na bağlı Viyana Yunus Emre Kültür Merkezi kültür danışmanlığını yürüten Ahmet Faruk Çağlar²⁶⁹ getirilmiştir. Hat sanatı üzerine düzenlediği yarışmalarla kültür alanında sanat galerisi ve koleksiyonuyla yatırım yapan Albaraka'nın dergi ve prestij kitapları yayınevi olarak kurumsallaşmadan önce de mevcuttur²⁷⁰.

Kuruluşundan itibaren sadece yayıncılık alanında faaliyet göstererek büyüyen yayın gruplarının başında **Alfa Basım Yayın** gelmektedir. Alfa yayın grubu 1990 yılında kurulmuştur, grubun ilk işi ise kitap dağıtımcılığı ve matbaadır. Dağıtımcılıktan kazandığı ekonomik sermayeyi kitap yayıncılığına yatıran Grup bünyesinde altı alt marka bulunmaktadır²⁷¹. Yaklaşık 9 bin kitabı bulunan yayınevi bünyesinde 100 çalışan²⁷² ile en çok çalışan istihdam eden yayınevidir. Alt markalarında çok satanlar ve eğitim kitapları Alfa markasında, çocuk kitapları Büyülü Fener'de, entelektüel ve sanat kitapları Everest'te, tasavvuf ve İslami düşünce Kapı yayınlarında, çok satan gençlik yayıncılığı Mona'da ve fantastik ve romantik kurgu ile çok satanları bünyesinde topladığı Artemis yayınları ile yayıncılık alanındaki her tür başlıkta

²⁶⁸ Bahadır Özgür, <https://www.finansgundem.com/haber/banka-yayinevlerinin-rekabet-oykusu/263744> (23 Haziran 2019)

²⁶⁹ <https://www.yeniakit.com.tr/haber/albaraka-yayincilik-dunyasina-katildi-941782.html> (23 Haziran 2019)

²⁷⁰ <https://www.albaraka.com.tr/kultur-sanat.aspx> (6 Mayıs 2020)

²⁷¹ Alfa yayın grubu bir dönem Şanlıurfa AKP Milletvekilliği yapan M. Faruk Bayrak tarafından kurulmuştur. 1990'da Alfa Basım Yayın Dağıtım ve 1992 yılında Melisa Matbaacılık'ı kurmuştur. 2000 yılında Everest yayınları, 2003 yılında Artemis 2004 yılında Kapı, Büyülü Fener, 2015 yılında Mona Kitap ve bulunmaktadır.

²⁷² <https://www.artfulliving.com.tr/edebiyat/cok-satanlarin-anatomisi-7-alfa-yayin-grubu-i-7444> (6 Mayıs 2020)

yayın çıkarmaktadır. Alandaki mücadeleye baktığımızda alt markalar kurarak her marka altından farklı türde yayıncılık yapmak bir strateji yürütme biçimi olarak gözlemlenebilir.

Yayıncılık alanındaki en eski yayınevlerinden olan **Remzi ve İnkılap Kitabevi** de sadece yayıncılık alanında kalarak sermayelerini güçlendirmiş ve alandaki konumlarını korumuşlardır. Agresif bir yayıncılık izlemeyen bu iki yayınevi alt markalaşma yoluna da gitmeyi tercih etmemiş bunun yerine kitabeveleri kurarak okurla temasını devam ettirmiştir²⁷³. Remzi Kitabevi'nin İstanbul'da beş mağazası (Akmerkez, Kanyon AVM, Zorlu AVM, Rumeli Caddesi, Suadiye) ve İzmir'de iki (Agora ve Konak Pier AVM), Ankara'da bir adet (Armada AVM) bulunmaktadır²⁷⁴. İnkılap Kitabevinin ise İstanbul'da sekiz (Historia AV, Pelican Mall, Perla Vista AVM, City Center AVM, Ataşehir, Acarkent ve Cağaloğlu, İzmir'de de iki (Çiğli Kipa ve Balçova Kipa) kitabevi bulunmaktadır²⁷⁵. Alanda 1954'ten beri yayıncılık faaliyeti ile devam eden **Altın Kitaplar** da Remzi ve İnkılap gibi alt markalaşmaya gitmeyen yayınevlerinden biridir. Ancak eğitim objelerini bastığı Akademi Çocuk ve iki kitap markası olan Editura ve Libros altından da yayın yapmaktadır.

Bir önceki bölümde değinildiği gibi çok satan yazarların yayıncılarından **Kırmızı Kedi yayınları** kurulduğu 2008 yılından beri ekonomik ve kültürel sermaye birikimi güçlendirirken kitabevi ve dağıtım ağıyla da ulaştığı okur sayısını arttırarak yayıncılık alanında kısa zamanda konumunu güçlendirmiş yayıncılardandır. İstanbul'da Anadolu ve Avrupa yakasında toplam 10 kitabevi, Ankara'da Çankaya'da, İzmir'de 6 (Alsancak, Karşıyaka, Gaziemir, Konak, Mavişehir, Balçova), Antalya'da, Adana'da ve 2 adet Konya'da olmak üzere toplam 21 kitabevi bulunmaktadır. Kırmızı Kedi yayınları kurulduğu yıllarda bünyesine Yılmaz Özdil²⁷⁶, ve Uğur Dünder gibi gazetecileri almış ve uzun süre çok satanlar listesinde kalacak kitaplar yayınlamıştır. 1983 yılında Rıfat Ilgaz tarafından kurulan köklü yayınevlerinden Çınar

²⁷³ İnkılap Kitabevi çocuk kitaplarını Mandolin alt markasında çıkarmaktadır ve PUNTO kitap dağıtım şirketinin kurucu yayınevlerinden biridir. Bunun yanı sıra kendisine ait bir de matbaası bulunmaktadır.

²⁷⁴ <https://www.remzi.com.tr/magazalarimiz/akmerkez> (çevrimiçi 07.04.2020)

²⁷⁵ <https://www.inkilap.com/inkilap-kitabevi-magazalari> (çevrimiçi 07.04.2020)

²⁷⁶ Yılmaz Özdil, 2019 yılında yayınevinden ayrılmış SİA yayınevine geçmiştir. Kırmızı Kedi yayınları Soner Yalçın, Barış Terkoğlu Murat Ağirel gibi gazetecilerin yanı sıra Şükrü Erbaş Haydar Ergülen gibi şairlerle Türkçe edebiyat ve Virginia Woolf, Jose Saramago gibi dünya edebiyatının önemli isimlerini de basmaktadır. Yaklaşık 1000 adet kitabı (2020 yılı) bulunmaktadır.

yayınları 2016 yılında Kırmızı Kedi yayınları tarafından satın alınmıştır²⁷⁷. Kırmızı Kedi Çocuk ile birlikte Çınar yayınları da alt markalarından biri olmuştur.

Ortamı yansıtmak için verilebilecek örneklerden biri de farklı bir ticari faaliyetten kazanılan ekonomik sermayenin yayıncılığa aktarılmasıyla kısa zamanda alandaki büyük oyunculardan biri haline gelebilmektedir. Kendini bir medya grubu olarak adlandıran **Destek yayınları**, 2006 yılında kurulmuştur. Karakarga, Beyaz Baykuş, Genç Destek gibi yayınevi markalarının yanı sıra bünyesinde Prodüksiyon şirketi de bulunmaktadır. Çok satanlar listelerinde genellikle bir veya iki kitabı bulunan yayınevi, popüler edebiyat, inanç ve kişisel gelişim ağırlıklıdır.

2.3.2.2. Cemaat ve Dini Tarikatların Yayıncılık Alanına Girişleri

Türkiye’de 1980’li yıllar, siyasal islamın gerek bürokrasi içinde gerek sivil yaşamda kurumsallaşmaya başladığı dönemdir²⁷⁸. 12 Eylül 1980 askeri darbesi sonrasında Turgut Özal’ın başbakanlığı sürecinde devlet nezdinde meşrulaşan dini cemaatler ve tarikatların hem siyasal alana girmelerinin önü açılmış, hem sermaye gruplarıyla eklemlenerek diğer alanlarda olduğu gibi kültürel alanda da görünür olmaya başlamıştır. Bürokraside kurumsallaşan Türk-İslam sentezinin, dini ve cemaat yayınlarının önünü açan kolaylaştırıcı bir faktör olduğunu gözlemliyoruz. Yine bu dönemde İmam Hatip okullarının²⁷⁹ sayıca artması ve 2002 sonrasında yaygınlaşmasıyla dini grupların ve cemaatlerin görünürlüğü artmıştır. Medya, önemli yatırım ve propaganda araçlarından biri olmuştur ve özel televizyon kanallarının kurulmasıyla birlikte birbiri ardına dini sermaye gruplarının medyaya yatırımı söz konusudur. Bir diğer ifadeyle bu durum, 2002’den itibaren tarihsel blokun el değiştirmesi ve AKP iktidarının “kurulmakta olan tarihsel blok”²⁸⁰ ile ifade edilmektedir. Medya ile birlikte yayıncılık alanı da cemaatlerin ve

²⁷⁷ <https://t24.com.tr/haber/rifat-ilgazin-cinar-yayinlari-artik-kirmizi-kedi-catisi-altinda,360611> (18 Temmuz 2019)

²⁷⁸ Ruşen Çakır, 25. Yılında Türkiye’de İslami Oluşumlar, <https://www.youtube.com/watch?v=x3L-4yYw4Ho> (12 Mart 2020).

²⁷⁹ İmam Hatip okullarının ülke genelinde açılması DP’nin iktidarında 1951 yılında imam hatip kurslarını okullara dönüştürmesiyle başlamıştır. İmam Hatip Okulları üzerine çalışan İren Özgür, 1951-1973 arası oluşum ve büyüme dönemi, 1973-1997 dönüştürme ve gelişme dönemi, 1993-2002 zayıflama ve gerileme dönemi, 2002’den günümüze ise canlanma ve yenilenme dönemi olarak değerlendirmektedir. 1951 yılında 7 olan İmam Hatip okullarının sayısı 1970 yılında 72’ye, 1983’te 374’ ve 2019 yılında ise 5.138’e çıkmıştır. İren Özgür, İmam Hatip Okulları İnanç, Siyaset ve Eğitim, çev. Hazal Yalın ve Egemen Özkan, İstanbul: Kitap Yayınevi, 1, 2015, s.47.

<http://dogm.meb.gov.tr/bilgisistemi/harita/> (8 Nisan 2020)

²⁸⁰ Vahdet Mesut Ayan, **AKP Devrinde Medya Alemi**, İstanbul: Yordam Kitap, 2019, s. 18.

dini tarikatların faaliyete girdikleri alan olmuştur. Cemaatler için bu alana girmelerinin nedeni üyelerinin ihtiyaç duydukları bilgi ve yönlendirmenin kitap ve dergi aracılığıyla kendilerine ulaşmasıdır. İletişimi sürekli kılmanın da aracı olurken aynı zamanda bu durum çocuk yayıncılığına girişlerinin sebebini de açıklamaktadır. Tüm cemaat yayıncılarının mutlaka çocuk (ve bir kısmının genç) yayınları bulunmaktadır. Yeni kuşaklarla kitap aracılığıyla bağ kurulması ve o bağın devam ettirilmesi önemli ve cemaatin varlığı için yaşamsaldır.

Türkiye’deki cemaatler arasında en etkili ve güçlü grupların başında Nur cemaati gelmektedir. Hakan Yavuz’a göre Nur cemaati, dinamizmini medya ağlarından, eğitim, iş dünyası ve yayıncılık alanında kurumsallaşmasından sağlamaktadır. Özellikle yayıncılık ve baskı işlerinde kurumsallaşmalarının nedenleri arasında Yavuz, Nur hareketinin doğasında *metin temelli* (text based) olmasının yattığını belirtmektedir.²⁸¹ Yavuz’un bu tespiti, Nur külliyatının dayandığı Risale-i Nur metinlerinin cemaatin üyelerine ulaştırılması amacının baskın olmasından kaynaklanmaktadır. Nitekim, 1990’ların başında başlayan ve 2000’lerde yeni gruplarla genişleyen Nur cemaatinin yayıncılık alanına girişinin ideolojinin kamusallaştırılmasının yanı sıra, doğasında *metin temelli* bir hareket olmasında aramak mümkündür.

Cemaatlerin yayıncılık alanına girişleri Menderes Hükümeti döneminde İslami hareketlerin görünür olmaya başlamasına uzanmaktadır. İlk Bölüm’de incelendiği gibi o dönem dergicilikten yayıncılığa aktarılan bir sermaye birikimi söz konusu olurken, 2000’lerde doğrudan kitap yayıncılığı ve medya grubu sermayedarlığı söz konusudur. Ekonomik sermayenin yanı sıra cemaatlerin diğer yayınevlerinden ayrılan tarafı sadık bir okur kitlesine sahip olmaları ve sosyal sermayeleridir. Dolayısıyla diğer yayıncılar gibi yayıncıların mücadele etmesi gereken piyasa şartlarına karşı sadık okurları yani cemaat üyeleri, koruyucu faktör olmaktadır. Bir diğer avantajlı durum ise dağıtım meselesidir. Yayıncılık değer zincirindeki dağıtım halkası, cemaat üyelerinin kendi aralarındaki organik haberleşme ağları ve bir araya gelme platformları olduğundan dağıtım da yine piyasa şartlarından diğer yayıncılara nazaran daha az etkilenmektedir. Dolayısıyla, ödeme ağını kurmakta da cemaat ilişkileri destekleyici olmaktadır. Piyasa şartlarında bir yayıncının bastığı kitabın ödemesini alabilmesi en erken altı ay içinde mümkün olabilmektedir. Kitap dağıtımçı kanalıyla okura ulaşır ancak aradaki kitapçı

²⁸¹ M. Hakan Yavuz, **Islamic Political Identity in Turkey**, Londra: Oxford University Press, 2003, s. 151.

ve dağıtımıcı okurdan aldıkları nakit parayı ancak altı ay sonunda yayıncıya ödemektedir. Cemaate bağlı yayınevlerinin avantajı, abonelik sisteminde olduğu gibi parasal döngünün daha kısa vadelerde ve daha güvenilir bir mekanizma içinde işlemesi ve kendilerine ulaşmasıdır. Ancak cemaatlerin yayınevlerinin görünür olma ve okurlarıyla buluşma platformları sadece kapalı devre bir sistemden oluşmamaktadır. Web sitesi, kitabeveleri ve özellikle kitap fuarları ve festivalleriyle organik olarak okuru olmayan kesime de ulaşabilmektedir. Bu tip organizasyonlar yayınevinin dışarıyla bağlantısını kuran etkinlikler olması sebebiyle önemlidir. Bu bölümde, ortamı yansıtmaları bakımından önemli olduğu düşünülen örnek yayınevleri ele alınacaktır.

Yakın siyasi tarihte bürokrasideki örgütlenmesi ve eğitim aracılığıyla kurduğu uluslararası bağ ile yayıncılık alanını en çok etkileyen dini grupların/örgütlenmelerin başında “Fettullah Gülen Cemaati”²⁸² gelmektedir. 1980’li yılların ortalarında başlayan kurumsallaşmalarının yayınevi ayağı ise **Kaynak Kültür Grubu** altında örgütlenmiştir. Kendi bünyesinde 29 marka ile yayıncılık alanına güçlü ekonomik sermaye ile giren grup kurduğu dağıtım ağı ile kapatıldığı²⁸³ 2016 yılına kadar alanda ekonomik sermayenin ağırlıklı kısmını elinde tutmuştur. Yayınevinin yanı sıra Nil ve Tuna mağazalarının birleşmesiyle 1999 yılında NT kitabevi altında faaliyete başlamıştır. Kurulduğu sene 1999’da 38 mağazası olan NT 2016 yılında TMSF’ye devredildiğinde 180’e yakın mağazaya ulaşarak ülke geneline yayılmış en büyük kitabevi zinciri konumuna gelmiştir. NT zinciri, yayıncılık alanındaki en büyük tedarik ve dağıtım ağını kurmuştur. NT mağazalarında sergilenen ve satışı yapılabilen belli başlı yayınevleri olmuştur, bunlar kendi yayın grubu başta olmak üzere diğer Nur cemaatine bağlı yayınevlerinin ve muhafazakar çizgideki yayınevlerinin kitaplarıdır. Kitabevi, bir çeşit sansür uygulayarak sol ve muhalif hiçbir yayınevinin kitabına NT mağazalarında yer vermemiştir. Kurulan bu ağ sayesinde Anadolu’nun hemen her noktasına cemaatin kitapları ulaştırılmıştır. Türkiye genelinde kendi dağıtım ağlarını kurarak yayıncılığın en temel meselesi olan öncelikli

²⁸² Bu yapı 15 Temmuz 2016 tarihli darbe girişimine kadar kamuoyunda Cemaat olarak adlandırılmaktadır. Bu sebeple bu ifade ile kullanılmıştır. Darbe girişiminin ardından çıkarılan KHK ile terör örgütü olarak nitelendirilmektedir.

²⁸³ 27 Temmuz 2016 tarihli Resmi Gazete’de yayınlanan Kanun Hükmünde Kararname ile söz konusu yayınevleri kapatılmıştır. Buna göre sözü edilen yayınevleri: Altınburç Yayınları, Burak Basın Yayın Dağıtım, Define Yayınları, Dolunay Eğitim Yayın Dağıtım, Giresun Basın Yayın Dağıtım, Gonca Yayınları, Gülyurdu Yayınları, GYV Yayınları, Işık Akademi, Işık Özel Eğitim Yayınları, Işık Yayınları, İklim Basın Yayın Pazarlama, Kaydırak Yayınları, Kaynak Yayınları, Kervan Basın Yayıncılık, Kuşak Yayınları, Muştı Yayınları, Nil Yayınları, Rehber Yayınları, Sürat Basın Yayın Reklamcılık Eğitim Araçları, Sütun Yayınları, Şahdamar Yayınları, Ufuk Basın Yayın Haber Ajans Pazarlama, Ufuk Yayınları, Waşanxaneya Nil, Yay Basın Dağıtım, Yeni Akademi Yayınları ve Yitik Hazine Yayınları, Zambak Basın Yayın Eğitim Turizm.

<http://t24.com.tr/haber/kapatilan-29-yayinevinin-kitaplari-hurdaya-donusturulecek,353567> (12 Mart 2020)

<http://www.karar.com/guncel-haberler/meb-yasakli-yayinlar-listesi-257583#> (12 Mart 2020)

dağıtım sorununu baştan çözmüş, bunun yanı sıra yurtdışında eğitim kurumları, yurt içinde dershaneler aracılığıyla sahip oldukları ekonomik sermayeyi yayıncılık alanına aktarmıştır. Yayıncılıktaki uzmanlıklarının dersane yayıncılığı üzerinden Eğitim yayıncılığı olması kısa zaman içinde simgesel sermaye birikimini de sağlamıştır. Yayınevi ağı olarak bir model de oluşturan grup bağlı olduğu televizyon ve gazete ayağı ile okur profilini sadece kendine bağlı üyelerinden değil ülke geneline yayılmasını sağlamıştır. Bu aynı zamanda bir örgütlenme modeli içerdiğinden ülke dışında da okullar, eğitim kurumları vasıtasıyla yayıncılıktaki faaliyetini Türkçe'nin dışındaki dillere de yaymıştır. Yayın grubunun kapatılma gerekçesinin bir darbe girişimi neticesinde olması, yayıncılık alanında yürüttüğü sembolik iktidar mücadelesine somut bir örnek teşkil etmektedir.

Önemli cemaat yayınevlerinden biri **Nesil yayın** grubudur. 1968 yılında bizzat “*Nur Talebeleri*” tarafından²⁸⁴ kurulan yayınevinin üç binin üzerinde kitabı bulunmaktadır. Nesil yayınları öncesinde Mihrab yayınları olarak (1968) kurulmuş ardından bir yıl sonra Yeni Asya olarak ad değiştirmiştir.²⁸⁵ Yeni Asya'nın 12 Eylül 1980 askeri darbesi ile kapatılmasının ardından Yeni Nesil markası adı altında yayıncılığa devam etmiş fakat bu grubun içinden de hem Nesil markası yayınevi ve medya grubu olarak çıkmış hem de Yeni Asya yeniden kendi adıyla kurularak gazetecilik ve yayıncılığa devam etmiştir. 2007 yılında kurulan Nesil çocuk, Genç Nesil, Okul Öncesi Nesil, 2001 yılında Said-i Nursi'nin eseri Risale-i Nur Külliyyatı'nı basmak üzere kurulan *Söz Basım Yayın* ve 2017 yılında özellikle 7-10 yaş arasına Bücürük alt markaları arasındadır. Nesil yayın grubu 1993 yılında yayına başlayan Moral FM'i de bünyesine katmıştır.

Yayıncılık alanında gerek ekonomik sermayesi gerek sosyal sermaye birikimi bakımında güçlü konumdaki dini cemaate bağlı yayınevlerinden biri **Semerkind** grubudur. Adını Semerkand şehrinden alan yayın grubunun Menzil tarikatına bağlı bir yayın grubu olduğu bilinmektedir²⁸⁶. 1999 yılında Semerkand dergisinin yayını ile başlayan yayıncılık faaliyetine 2000 yılında Semerkand Çocuk ve Semerkand yayınevi ile devam etmiştir²⁸⁷. Aynı zamanda

²⁸⁴ Yavuz Bahadıroğlu, Akit Gazetesi, <https://www.yeniakit.com.tr/yazarlar/yavuz-bahadiroglu/nesil-yayin-grubunu-takdimimdir-7095.html> (23 Haziran 2019)

²⁸⁵ Devran Koray Öçal, “The Development and the Transformation of the Islamic Publishing Field: The Cases of Nesil an Timaş”, (Yayınlanmamış Yüksek Lisan Tezi, İTÜ SBE, 2013) s.87.

²⁸⁶ Gizem Yakışır ve Vejdi Bilgin, “Dini Gruplar Medya ve Propaganda: Türkiye'deki Dört Dini Grup Üzerine Göstergebilimsel Bir Çözümleme”, Uludağ Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi Dergisi, 28/2 (Aralık 2019), s. 337-369

²⁸⁷ <https://www.dunyabizim.com/mercek-alti/semerkand-bugune-nasil-geldi-h4582.html> (8 Mayıs 2020)

bir medya kuruluğu olan (dergi, radyo, televizyon) yayınevi bünyesinde Semerkand Aile, Mostar, Haşimi, Akide Şekeri, Eşik, Semerkand Çocuk, Mavi Uçurtma, Nizamiye Akademi, Hacegan, Şadırvan, Genç Okur ve Sey-Tac yayınları bulunmaktadır. Yayın grubunun toplam cirosu bilinmemekle birlikte, yayıncılık alanında en yüksek ciroya sahip yayınevlerinden biri olduğu öngörülmektedir²⁸⁸.

Yayıncılık alanında ekonomik ve toplumsal sermayesi güçlü olan diğeri dini grupların yayınevleri ise Erkam yayınları, Yeni Asya Neşriyat ve Çamlıca Basım Yayın Grubudur. 1980 yılında kurulan **Erkam yayınları** Erenköy cemaatine²⁸⁹ bağılı olduğu bilinmektedir ve Altınoluk dergisini çıkarmaktadır²⁹⁰. Yayınevinin kuruluşu, tarikat şeyhinin Mahmud Sami Ramazanoğlu'nun Osmanlıca ile yazılmış kitaplarını Türkçe alfabeye bastırıp daha çok insana ulaşma amacı taşımasıyla başlamıştır²⁹¹. Alanda örgütlenen bir diğeri önemli cemaat yayınevlerinden biri de **Yeni Asya Neşriyat**'tır²⁹². Yeni Asya, Nur cemaatine bağılı tarikatlardan biridir ve ilk faaliyeti Yeni Asya gazetesi olan grup, daha sonra yayınevi ayağını kurarak Risale-i Nur külliyyatını basmaktadır.

Cemaat yayıncılarından güçlü ekonomik sermaye birikimine sahip olan yayınevlerinden biri **Çamlıca Basım Yayın Grubu**'dur. Yedikıta dergisi ile İnsan ve Hayat dergisi çıkaran grup, Süleymancılık²⁹³ adıyla bilinen ve Türkiye'deki yaygın üye ağına sahip bir cemaatin yayın ayağı olarak bilinmektedir. Alt markaları arasında çocuk yayıncılığı ayağı olan Çamlıca çocuk ve Fazilet yayınları bulunmaktadır. Yayın grubunun adı Cemaatin lideri olan Süleyman Hilmi Tunahan'ın Çamlıca'da açtığı Kur'an Kursu'ndan geldiğı bilinmektedir²⁹⁴. Yayınevi 2005 yılında faaliyete başlarken, dergi 2008'de yayınlanmaya başlamıştır. Özellikle yurt dışında Almanya ve ABD'deki camiler etrafında kurdukları güçlü

²⁸⁸ Kenan Kocatürk ile görüşme (10 Ocak 2019).

²⁸⁹ Erenköy cemaati, Nakşibendilik geleneğinden kökeni Kelami Dergahı'na dayandığı bilinen tarikat, Cumhuriyet döneminde kapatılınca şeyhi Erbilli Mehmet Esat'ın Erbil'den İstanbul'a taşınır ve Erenköy'e yerleşmesi nedeniyle bu isimle anılmaktadır. Osman Nuri Topbaş'ın yürüttüğü tarikat Aziz Mahmud Hudayi Vakfı ve Muradiye Vakfı'nın da kendisine bağılı kurumlardır.

²⁹⁰ Yakışır ve Bilgin, 2019.

²⁹¹ <https://www.islamveihsan.com/erkam-yayinevi-nasil-kuruldu.html> (6 Mayıs 2020)

²⁹² Yeni Asya Mehmet Kutlular tarafından kurulmuş ve yayıncılığa önce gazete ile başlamıştır. Siyasal alandaki varlığını daima hissettiren grup siyasal tercihlerini paylaşmaktan ve görünür olmaktan imtina etmemiştir.

²⁹³ Süleymancılık cemaatinin kökeni Nakşibendiliğe dayandığı bilinmektedir. Özellikle Almanya ve ABD'de örgütlendiğı bilinmekle birlikte üye sayısı bakımından güçlü cemaatlardendir.

²⁹⁴ Yakışır ve Bilgin, 2019.

üye ağına sahip bir cemaat olmaları hem derginin hem yayınevinin güçlü bir okur ağı kurmasını sağlamıştır.

2.3.2.3. Eğitim ve Dershane Kurumlarının Alana Girişleri

Türkiye’de dershanelerin yaygınlaşmaları her ne kadar Turgut Özal hükümeti ile birlikte 1980’lerin ortasından itibaren gözlemlense de, sınav sisteminin genişletilmesi ve çeşitlenmesi AKP iktidarı döneminde gerçekleşmiştir²⁹⁵. Nitekim, 1984 yılında 174 dershane varken bugünkü sayının 4000’in üzerinde olduğu bilinmektedir²⁹⁶. AKP’nin 2012 yılında zorunlu eğitimin 12 yıla (4+4+4) çıkarılması ile birlikte ilk sekiz yılın sonunda LGS, ardından liseden üniversite eğitimine devam edebilmek için de YGS (Yüksek Öğrenime Geçiş Sınavı) sınavı konmuştur. Nitekim sınavlara hazırlık için destekleyici kaynak kitapların yayınlanması, dershanelerin kendi eğitim kitaplarını yayınlamalarıyla birlikte merkezi sınavlara hazırlık yayınlarının alana girişiyle birlikte yayıncılık alanını genişlemesi, alanda toplam kitap üretimini artışı ve böylelikle ekonomik sermaye girişi söz konusu olmuştur.

2019 yılı verilerine göre ders kitapları ve yardımcı ders kitapları basmak üzere faaliyet gösteren Ankara’da 144 yayınevi, İzmir’de 10 yayınevi ve İstanbul’da 201 yayınevi bulunmaktadır²⁹⁷. Eğitim yayıncılığı bünyesinde üç ayrı örgütlenmeye sahiptir. Bunların arasında Eğitim Yayıncıları ve Tedarikçileri Derneği (EYTED) 147 üyesi bulunmaktadır ve 2016 yılında kurulmuştur. Eğitim Yayıncıları Meslek Birliği 116 üyeye sahiptir ve Türk Eğitim Yayıncıları Derneği ise 89 üyeye sahiptir. Eğitim Yayıncıları Meslek Birliği aynı zamanda 2011 yılında kurulan Yayımcı Meslek Birlikleri Federasyonu üyesidir.

AKP döneminde yayıncılık alanını doğrudan etkileyen politikaların başında yukarıda değinildiği gibi sınav sistemindeki yaygınlaşmanın yanı sıra örgün eğitim sisteminde okutulan

²⁹⁵ Türkiye’de dershaneleşimin bugün bildiğimiz anlamda kurumsallaşmalarının ve bugünkü yasal statülerinin 1965 yılında çıkan 625 sayılı yasayla başladığı bilinmektedir. Tartışmalarla birlikte 1983 yılında kapatılmaları ancak Özal hükümeti döneminde 11 Temmuz 1984 tarihli 3035 sayılı yasayla kapatılma hükmü iptal edilmiştir. 1985 yılında Özel Dershaneleşim Birliği Derneği (öz-de-bir) kurulmuştur. <http://www.ozdebir.org.tr/tarihcemiz> (11Şubat 2019)
Dershaneler faaliyetlerine devam etmiş, 2002-2014 yılları arasında ise sayıları ikiye katlamıştır.

²⁹⁶ <http://www.ozdebir.org.tr/ozel-dershanelerin-tarihcesi>

²⁹⁷ İTO, ATO ve İZTO verilerine göre NACE verileri bazında kayıtlı yayınevi sayısı için: <https://ito.org.tr/tr/meslek-komiteleri/nace-kodu/basim-yayin?page=1> (11Şubat 2019)

ders kitaplarının öğrencilere ücretsiz dağıtılması uygulamasıdır. Devletin (MEB) belirlediği müfredat üzerine hazırlanan okul kitabı uygulamasıyla sadece bu işi yapmak üzere yeni yayınevlerinin kurulmasının önü açılmıştır. Taşeron usulüyle basılan okul kitapları, devlet tarafından satın alınarak okullara ücretsiz dağıtılmaktadır. Bu bağlamda ihaleye girebilmek adına kurulan yeni yayınevleri veya faaliyette olan yayınevlerine verilmesi yayıncılık alanına giren ekonomik sermayenin kaynaklarından biridir. İlk kez 2003 yılında başlanan ücretsiz ders kitabı dağıtım uygulaması ile 2003-2015 yılları arasında 2 milyar 536 milyon 957 bin 457 liralık ödeme yapılmıştır²⁹⁸. 2019 yılına kadar öğrencilere 3 milyarın üzerinde kitap dağıtıldığı kaydedilmektedir. Ancak kitapların temininde bir kısmını kendi matbaasında önemli bir kısmını ise dışarıya ihale ettiği bilinmektedir²⁹⁹.

Türkiye Yayıncılar Birliği'nin verilerine göre üretilen kitap adedi bazında Eğitim Kitapları'nın tüm yayıncılık alanı içindeki payı %53,96'dır (2019 yıl sonu ISBN verileri)³⁰⁰. Bu oransal büyüklük, yayıncılık alanında Eğitim yayıncılığı türünün gücüne dair fikir vermektedir. Dördüncü Bölüm'de ayrıntılı ele alınacağı gibi Eğitim yayıncılığındaki bu değişim kitap fuarlarında sergi salonları üzerinden izlenebileceği varsayılmaktadır. Öte yandan, bu çalışmanın kapsamı dışında kalan eğitim yayıncılığının yayıncılık alanındaki mücadeledeki konumu ayrı bir araştırmanın konusu olabilecek önemdedir.

2.3.2.4. Dijital Platformlar ve Sosyal Medya ile Genişleyen Yayıncılık Alanı

Zygmunt Bauman, küreselleşme sonrası dönemi akışkan modern dünya olarak tarif etmektedir. Akışkan olan zaman, ilişkiler, etkileşimler ve internetle birlikte gündelik hayatımıza giren dijital platformlardır. Hızı ve sınırsızlığı betimleyen bu akışkanlıkta iletişim de biçim ve içerik değiştirirken toplumsal yapıyı da beraberinde dönüştürmektedir.

Sosyal medya gündelik hayatta internet ve akıllı cep telefonlarının yaygınlaşmasıyla birlikte kitleselleşmiştir. 2000'lerin ortalarından itibaren geleneksel medyanın rolünü üstlenmeye başlayan sosyal medya, görsel, yazılı ve işitsel iletişimi biçim ve içerik olarak da

²⁹⁸ <https://www.hurriyet.com.tr/egitim/uccretsiz-ders-kitabina-13-yilda-yaklasik-4-milyar-lira-40057449> (23 Kasım 2019)

²⁹⁹ <https://www.birgun.net/haber/ders-kitaplari-sirketleri-ihya-etti-270892> (23 Kasım 2019).

³⁰⁰ <http://turkyaybir.org.tr/2019-yilinin-11-aylik-toplam-kitap-uretim-verileri/#.XnfVFYgzbIV> (10 Mart 2020)

değiştirmiştir. Bu iletişimin diğer ucunda bulunan birey/okur artık sadece geleneksel medyada olduğu gibi alıcı değil, sosyal medya ile birlikte konuşan, yorum yapan, eleştiren ve etkileme gücünü de elinde tutan aktif bir konuma gelmiştir. İletişim bundan böyle hem karşılıklı hem de çok taraflıdır. Okurun bu aktif hali yayıncılık alanını da etkilemiştir. Yayıncılar için sosyal medya öncelikle okurlar iletişim kurabilmenin bir yolu olurken, aynı zamanda yeni çıkan kitapların tanıtım ve reklamlarını da yapılabildiği bir mecradır. Sosyal medya mecraları³⁰¹, bir reklam ve tanıtım mecrası olarak kullanılmasının yanı sıra yeni okur tipini de belirleyen bir faktördür. Yayınevleri, sosyal medya mecralarını birer tanıtım aracı olarak konumlandırırken okurla iletişim için de önemli bir araç olduğunu düşünmektedirler³⁰².

Sosyal medyanın etkisiyle yayınevleri yayın politikaları ve kendilerini de yeniden ele aldıklarını, buradan gelen tepkilerin bir geri dönüş olarak algıladıklarını belirtmektedir³⁰³. Gazete, televizyon ve radyonun olduğu geleneksel medyadan en temel farkı sosyal medyanın herkes için ulaşılabilir olması ve iletişimin tek yönlü olmamasıdır. Okur dilediği zaman dilediği şekilde sosyal medya mecraları üzerinden yayınevine ve yazara ulaşabilmektedir. Bir eşitlik durumu yaratan sosyal medya aynı zamanda kitap ve yazarla arasındaki sınırları da kaldırmaktadır. Böylelikle iletişimin değişen biçimiyle okur da yeniden tanımlanmaktadır. Okur da artık sadece etkilenen değil yorumlarıyla yazarı da etkileyen bir konuma gelmiştir. Böylelikle yayınevine de yazara da ulaşabilmekte, eleştirilerini ve övgülerini kendi sosyal medya hesapları üzerinden başkalarıyla da paylaşabilmektedir. Dolayısıyla, her okur aynı zamanda kendisi de bir medya haline gelmiştir. Nitekim sosyal medya ile küçük veya büyük etkileme ve yönlendirme gücüne sahip olmuştur. Herkesin kendi medyasına sahip olması yazarlığın da biçimini dönüştürmüştür. Büyük ve derinlikli edebiyat yerini gündelik dilin ve hatta onun da ötesinde twitterda olduğu gibi 140 kelime ile ifade edilen ve daha çok *aforizmalardan* oluşan yeni bir biçime bırakmıştır. Bu durum Türkiye'ye özgü olmamakla birlikte Türkiye'de özellikle genç nüfus arasında hızlı biçimde kendi okurunu bulmuştur. Dolayısıyla, büyük yazarların yerini yazmak isteyen herkesin yazabildiği, bir tür eşitlik sağlayan yeni yazarlar almaya başlamıştır. Yayıncılık alanında okuru değiştiren sosyal medya,

³⁰¹ Sosyal medya kavramı 2006 yılında Mark Zuckerberg tarafından Harvard öğrencileri arasındaki bir arkadaşlık uygulaması olan facebook ile başlayan ardından youtube, twitter, instagram gibi farklı içerik, fotoğraf ve video paylaşımlarının olduğu kendi topluluk ağını kuran dijital ağların genel ismidir. Türkiye'de 2008 yılında başlayan yaygınlaşması ise 2010'ların başında olan özellikle 2013 Mayıs-Haziran aylarında Gezi protestoları ile kitleselleşen bir kullanıma sahip olmuştur.

³⁰² <https://t24.com.tr/k24/yazi/yayinevleri-sorusturma,1430>

³⁰³ <https://www.ntv.com.tr/turkiye/yayinevleri-sosyal-medyada-ne-yapiyor.bgnVAE4M8kquyLtyhY88aA>

aynı zamanda yazarı da dönüştürmüştür. Sosyal medyada okur, takipçi sayısı ile ölçülmektedir ki bu durum *sosyal medya fenomenlerinin* ortaya çıkmasını sağlamıştır. Yayınevleri, takipçi sayılarından faydalanmak için bir *sosyal medya fenomenine* kitap yazdırabilmektedir. Dolayısıyla sosyal medya yayınevleri için aynı zamanda yeni yazarları keşfetmelerinin bir aracı olmuştur. İnternet üzerinden yazar ve okur platformlarının gelişmesi yeni yazarların ortaya çıkışının önünü açmıştır. Bu yazar/okur platformlarının en çok takipçiye ulaşanı wattpad'dir³⁰⁴. Türkiye'den 13-16 yaş grubu okurların ağırlıkta olduğu bu yeni tür wattpad yazarları olarak adlandırılmaktadır. Bu yaş grubunda yazılan kitapların çoğunun konusu benzerdir: aşk, entrika, arkadaşlık, iyilik ve kötülük gibi kavramlar üzerine kuruludur. Türkiye, wattpadi en çok kullanan ülkeler arasında ikinci sıradadır³⁰⁵. Bir çeşit sosyal medya fenomenliği ve yazarlık aynı çatı altında birleştirilmiştir. Çoğunlukla kitaplaşan kurguların hikayelerinin konusu aşktır.

Wattpad gibi dijital platformları kısa zamanda keşfeden yayıncılar olmuştur. Tamamen wattpad kitaplarını ve yazarlarını yayınlayan bunun için kurulan yayınevleri alana girmiştir. Bu tip yayınevlerine verilecek örneklerden birisi 2010 yılında kurulan **Ephesus yayınlarıdır**. Yayınladıkları kitapların tamamı yeni kuşak olarak bilinen genç yazarlardan ve wattpad türü kitaplardan oluşmaktadır. On binlerce baskı adedine ulaşan kitaplar basmasıyla kısa zamanda ekonomik sermaye birikimi yapan yayıncılardan biri haline gelmiştir. Var olan yayınevleri de bu türe yönelerek kitap basmışlar ve genç kuşak okurları bu tür yazarlarla yakalama imkanı bulmuşlardır. Bunlar arasında **Pegasus** yayınları, Epsilon ve Doğan Kitap gibi yayınevleri gelmektedir. Yayıncılığı etkileyen bir diğer durum ise büyük yayınevlerinin

³⁰⁴ Kanada menşeli şirket kendini "sosyal hikaye anlatma platformu" olarak tanımlıyor. Hem mobil uygulamalar hem de web sitesi üzerinden çalışmaktadır: www.wattpad.com. Üye sayısı 90 milyondur (03.01.2021 itibarıyla). Siteye üyelik bedelsizdir. Topluluğun kurallarına uyan ve dileyen herkes hikayelerini paylaşabilir, okuyabilir. Hikayeler genellikle bölüm bölüm yayınlanıyor ve okurların sürekli takipte kalması sağlanıyor. Yazar dilerse kitabının tamamını da yayınlatabilir. Yazarlar, kitaplarının kapaklarını platforma kendileri yüklüyorlar. Site sadece okur ve yazarı birleştiren bir dijital platform değil aynı zamanda küresel bir topluluk. Çok yüksek erişim ve takipçi sayıları nedeniyle okurlar birbirleriyle sosyalleşebiliyorlar. Edebiyat kendi içinde türlere ve yaş gruplarına ayrılıyor. LGBT+ ve queer edebiyat öne çıkan türler arasında. Aynı zamanda bir hayran grubunun da oluşmasını sağlayan bu platform birbirini tanımayan fakat aynı topluluğun üyesi olan gruplar yaratmaktadır. Çeşitli sosyal etkinliklerde bu gruplar fiziki olarak bir araya gelebilmektedir. Farklı sektörleri de aynı anda besleyen bir içerik üreticisidir aynı zamanda. Dizi ve film yapımcıları yeni hikayeler keşfedebilirken, yazarlar da aynı şekilde yerel piyasadan çıkarak hatta hiç yerel piyasaya dahil olmadan doğrudan küresel ulaşabilme imkanına kavuşmaktadır. Dolayısıyla bu tip dijital platformlar, kitabı sadece içerik olarak değil form olarak da dönüştüren bir yapı sunmaktadır. Aynı zamanda bir topluluk yaratabilme gücüne de sahiptirler.

³⁰⁵ Wattpad, 2015 yılında 34. Uluslararası İstanbul Kitap Fuarı'na İstanbul Kitap Fuarına stant alarak ve wifi ağına sponsor olarak katılmıştır. Takipçi ve yazar sayısındaki yükseklik nedeniyle katılımcı olarak fuarda yer alan wattpad açısında Türkiye pazarındaki okurlarıyla karşılaşmak önemli bulunmuş ve şirketin kurucu CEO'su Allen Lau fuara gelerek etkinliklere katılmış okurları ve yazarlarıyla tanışmıştır. <https://company.wattpad.com/blog/2015/09/07/wattpad-to-attend-istanbul-international-book-fair-to-celebrate-growing-turkish-community> (3 Mart 2019)

tamamen bu gruptaki yazar ve okurların beklentilerini karşılamak üzere alt markalar kurma yoluna gitmeleridir. Bunun önemli örnekleri ise İthaki ve Alfa gibi yayınevleri olmuştur.

Türkiye’de ortalama 2-4 milyon üzerinde okuma rakamına ulaşan ve kitabı basılan yazarlar arasında örneğin Alya Öztanyel ilk kitabını 16 yaşında 384 sayfalık bir roman- “*Karanlık Lise*”- yazmıştır. On binlerce baskı adedine ulaşan kitabın imza günlerinde yazar, imzada bekleyen *topluluğuna* gitar çalmakta birlikte şarkı söyleyerek sadece kitap imzalamaktan çok bunu bir etkinlik haline dönüştürmektedirler³⁰⁶.

Wattpad’in en çok okunan kitaplarının yazarı Öznur Yıldırım³⁰⁷ ise *Yabancı* kitabıyla 130 milyon 88 bin 508 okumaya sahip olan tüm wattpad genelindeki en çok okuma elde eden yazarlardan biri olmuştur. Pegaus yayınları 2016 yılında yazarla anlaşma yaparak ilk cildin 600 sayfalık kitabından sonra kitabın ikinci cildinde ön siparişinden çok satanlara girmiştir³⁰⁸. Deniz Özkurt, Ayşenur Demir, Büşra Yılmaz, Koray Yersüren, Miraç Çağrı Aktaş, Emre Gül gibi örnekler verilebilir. Bu yazarların ortak özelliği 2000 ve sonrası doğumlu olmalarıdır.

Yazar İbrahim Yıldırım bu durumu şöyle açıklıyor³⁰⁹:

“Hiç kuşkusuz böyle adlandırılan bu çocukları, anne-baba ve dedelerinden ayıran en önemli özellik; değişimlerin, kırılmaların günbegün yaşandığı kaotik, karamsar ve ürkütücü bir zamana tanıklık etmeleri; ister İstanbul’da, ister İzmit’te, ister Batman’da yaşasınlar dünyanın dört bir yeriyle bağlantı kurabilmeleri....”

Wattpad’in kendisi de bunun farkında olup yazarlara hem bir topluluk oluşturma imkanı sunmakta hem de yıl içinde en çok okunan wattpad yazarlarını bir araya getirdiği konferanslarla onlara profesyonel dünyaya açılmalarını sağlayacak koçluk, mentorluk gibi hizmetler ve sektör uzmanlarıyla bir araya getirecek iş bağlantıları sunmaktadır³¹⁰.

³⁰⁶ Tez yazarının 14-22 Mart 2015 tarihlerinde düzenlenen Bursa 13. Kitap Fuarı’nda Alya Öztanyel’in imza günü etkinliğinden kişisel gözlemi.

³⁰⁷ https://www.wattpad.com/user/oz_yildirim (3 Mart 2019)

³⁰⁸ <https://www2.karar.com/hayat-haberleri/wattpaddeki-oykusu-milyonlarca-kez-okunan-oznur-yildirim-internet-edebiyati-yendi-643088> (3 Mart 2019)

³⁰⁹ <https://t24.com.tr/k24/yazi/wattpad-yazarlari-ve-okurlari,1388> (3 Mart 2019)

³¹⁰ www.wattpad.com (3 Mart 2019)

Wattpad türü yazar ve yayıncıların derinlikli bir edebiyat ürünü yayınlamak yerine söz konusu olan genç okurları yakalamak dertleri ve onların okurluğu ile ekonomik sermaye birikimi sağlamak başlıca hedeflerdendir. Burada yayıncılık alanını etkileyen temel mesele ise alandaki sermaye birikiminin yıkıcı etkileri olabilmekte, yeni tür bir edebiyat ve okur ilişkisi kurma biçimidir. Bu haliyle yayıncı yazar ve yayıncı okur ilişkisini de dönüştüren bir durum yaratmaktadır. Bunun somut örneklerini bir sonraki bölümde kitap fuarları üzerinden alandaki iktidar mücadelesini de nasıl dönüştürdüğünü gözlemleyeceğiz. Yeni kurulan yayınevlerinin kısa zamanda büyük metrekarelerde stant alanları olarak görünür olmaları sahip oldukları bu ekonomik sermaye birikimi ile doğrudan ilgilidir. Öte yandan, kültürün algılanma ve “tüketilme” biçimlerinin neoliberal politikalarla dönüşümü, okuru da dönüştürerek yayınevleri tarafından “nitelikli okur” ve doğrudan telaffuz edilmese de “müşteri” gibi bir ayrıma gidilmesine yol açmaktadır. Edebiyatın bu yeni biçimleri yeni yayınevlerinin alana girişlerini sağlarken, yayınevleri kupa, bez çanta, poster, kartpostal, figür, obje, oyuncak, tişört ve tekstil ürünleri gibi farklı promosyonlar ürünlerini kitabın yanı sıra üretir olmuştur.

1980 sonrası yayıncılık alanının incelendiği bu bölümde, yayıncılık alanının yapısal dönüşümüne de tanıklık edilmektedir. İletişim teknolojilerinin ve küresel neoliberal ekonomi politikaların biçimlendirdiği yayıncılık alanı, yeni yayınevlerinin alana girişleriyle farklı sermaye birikimlerinin aracılığıyla kendi konumlarını koruma ve dönüştürme mücadelesine sahne olmaktadır. Büyük, küçük, bağımsız veya butik farklı sınıflandırma türlerine giren yayıncılar için okura ulaşmak temel mücadele biçimi olurken, yayıncılık alanındaki oyunun kurallarını belirlemek, devletle olan ilişkilerini yönetmek, buna dahil olmak veya bilinçli olarak bunun dışında kalabilmek de söz konusu mücadelenin parçalarıdır.

2.3.2.5. Uluslararası Yayıncılık Alanı ile Eklemlenme

2000’li yılların Türkiye’deki yayıncılık alanını tarif eden önemli dinamiklerden biri uluslararası yayıncılık alanı eklemlenme çabası içinde olunmasıdır. Bu çabanın ifadesi telif alışverişinde Türkçe’nin dil olarak önem kazanması, uluslararası kitap fuarlarına katılım, söz konusu fuarlarda onur konukluğu ve ülke temsili gibi etkinliklerle ülke yayıncılığının,

uluslararası yayıncılık alanında öne çıkmasıdır. Piyasa koşullarının neoliberal ekonomi ile uyumlu ilerlediği durumda dahi uluslararası yayıncılık alanı ile eklemlenebilmek belli şartlar gerektirmektedir. Bu şartlar arasında; ilk olarak telif hakları ve söz konusu yasanın düzenlenmesi için bürokrasinin zorlanması, ikinci olarak Türkçe'nin kitapların telif satışının devlet sübvansiyon ve fonlarıyla desteklenmesini sağlayacak kurumların hayata geçirilmesi, üçüncüsü uluslararası yayıncılığın temel şartlarından biri olan ifade ve yayınlanma özgürlüğüne sahip olmak ve son olarak, uluslararası kitap fuarlarında yayıncılığın yanı sıra ülke kültürünün de temsil edilmesi önem kazanmaktadır. Böylelikle, 2000'lerden itibaren Türkiye'deki yayıncılık alanı içe kapalı yapıdan, uluslararası yayıncılık alanıyla eklemlenen bir yapıya doğru geçmektedir. Bu ortamı yansıtmaları bakımından Uluslararası Yayıncılar Birliği (IPA) raporlarında dünya yayıncılık piyasasının durumu ve burada Türkiye'nin sıralaması örnek oluşturmaktadır.

2016 yılı IPA verilerine göre Türkiye'de yayıncılık alanında 8000'i doğrudan toplam 12.000 çalışana sahip bir sektör olarak bilinmektedir³¹¹. İTO'nun 2019 yılı verilerine göre kitap yayıncılığında faaliyet gösteren yayınevi sayısı İstanbul'da toplam 1514'tür (kayıtlı yayınevi 1231, çocuk kitapları yayınlayan yayınevi sayısı 217 ve ders kitaplarıyla yardımcı kitap yayınlayan yayınevi sayısı 82'dir)³¹². Türkiye yayıncılığı, 1 milyar 860 milyon € değerindeki pazar hacmi ile dünya yayıncılık büyüklüğü sıralamasında 11. sırada yer almaktadır³¹³. Avrupa ölçeğinde yayıncılık pazarının büyüklüğü Avrupa Birliği üyeleri ve Avrupa Ekonomik Alanı'nı dahil edildiğinde 22 milyar € (2014 yılı verilerine göre) olarak kaydedilmektedir³¹⁴. 2014 yılında küresel ölçekte bir çalışma yayınlayan Rüdiger Wischenbart'ın IPA tarafından yayınlanan araştırmasına göre³¹⁵, ilk sırayı ABD almaktadır 24 milyar € geliri ile; ardından Çin, Almanya, Japonya, Birleşik Krallık ve Fransa gelmektedir. Türkiye ise gelişme potansiyeli olan bir pazar olarak değerlendirilmekle birlikte 2011 yılındaki ilk 11 içindeki yerini koruyamamıştır. Aşağıdaki Tablo 12, dünya yayıncılığının ekonomik büyüklüğü hakkında fikir

³¹¹The Global Publishing Industry in 2016, A Pilot Survey by WIPO and IPA https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_ipa_pilotsurvey_2016.pdf

³¹²<https://ito.org.tr/meslek-komiteleri/nace-kodu/basim-yayin?page=1> Sınıflandırmada NACE kodları 58.11.01-03 ve 04 dikkate alınmıştır. Bu koda (58.11.03) broşür, risale, ansiklopedi vb. dahildir.

³¹³<http://basin.kulturturizm.gov.tr/TR,177058/yayincilik-sektorunde-dunyada-11-siradayiz.html> (11 Kasım 2019)

³¹⁴https://www.internationalpublishers.org/images/reports/Annual_Report_2016/IPA_Annual_Report_2015-2016_interactive.pdf (11 Kasım 2019)

³¹⁵The Global Publishing Industry in 2016, A Pilot Survey by WIPO and IPA https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_ipa_pilotsurvey_2016.pdf (12 Mart 2018)

vermektedir. 2018 yılında da sıralamadaki ilk 3 değişmemiştir. Buna göre küresel yayıncılığın net gelir bakımından sektörün en büyüğü 23 milyon \$ ile ABD, hemen arkasından 6 milyon \$ ile Almanya ve 5 milyon 438 bin \$ ile Birleşik Krallık gelmektedir. 2018 yılında IPA ve WIPO'nun ortak yayınladıkları rapora göre³¹⁶ (Tablo 12) eğitim ve ticari kitaplarla birlikte toplam yayıncılık sektörü içindeki sıralamada ise Türkiye (eğitim kitaplarının sayıca ve gelir olarak sektörü domine etmesi nedeniyle) 8. sırada yer almaktadır.

Tablo 12
Dünya Yayıncılık Sektörü Büyüklüğü (2018)

Sıra	Ülke	Net Gelir (Milyon \$)
1	ABD	23,338.4
2	Almanya	6,066.6
3	İngiltere	5,438.1
4	Kore	4,962.7
5	Fransa	2,981.6
6	İtalya	2,493.8
7	Brezilya	1,401.1
8	Türkiye	1,255.0
9	Kanada	1,035.7
10	Belçika	727.8

Kaynak: The Global Publishing Industry in 2018, IPA & WIPO Report

IPA'nın WIPO ile birlikte yayınladıkları rapora göre (Tablo 12) aralarında Eğitim kitaplarının tüm yayıncılık sektöründeki gelirin yarısından fazlasını kapsadığı ülkeler Güney Afrika %68,7, Kore %65,2, Brezilya % 62,4 ve Türkiye %50,5 bulunuyor.

Yayıncılık alanında yaşanan yapısal dönüşümün kurucularından biri yayıncılık alanındaki örgütlenmeler olurken masanın diğer tarafında devlet kurumları yer almaktadır. Alanda iki önemli örgüt bulunmaktadır: Türkiye Yayıncılar Birliği (TYB)³¹⁷ ve Basın Yayın Birliği (Bas-Yay). Bu iki birliğin de bağlı olduğu Yayıncılar Meslek Birlikleri Federasyonu

³¹⁶ https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1064_2019.pdf (10 Ekim 2020)

³¹⁷ Türkiye Yayıncılar Birliği'nin Başkanlığını Literatür yayınlarının sahibi Kenan Kocatürk yapmaktadır. Basın Yayın Birliği'nin ise Büyükdöğü yayınlarının yöneticisi Emrah Kısakürek yürütmektedir (05 Nisan 2020).

bulunmaktadır. Uluslararası Yayıncılar Birliği (IPA) üyesi olan ve onların nezdinde tanınırlığa sahip olanı ise TYB'dir. 1985 yılında kurulan TYB'nin halihazırda 350 üyesi bulunmaktadır. IPA'nın resmi olarak tanıdığı ve IPA komisyonlarında da görev alan TYB aynı zamanda 2003 yılından beri TÜYAP'la işbirliği yaparak kitap fuarlarının destekleyicisi konumundadır. İfade ve yayınlama özgürlüğü, korsan yayıncılıkla mücadele ve yayıncılığın uluslararası yayıncılık alanında temsili meseleleri öncelikli konuları arasında yer alan TYB, ülke yayıncılığının uluslararası bağlantılar kurmasında güçlü ağırlara ve alandaki konumunu güçlendiren simgesel sermaye birikimine sahiptir.

Bas-Yay, ise yayıncılık alanındaki diğer örgütlenmedir. 1991 yılında kurulan Bas-Yay³¹⁸, bünyesinde ağırlıklı sağ ve muhafazakar yayıncıların üye olduğu bir birliktir. Bas-Yay, CNR fuarcılıkla işbirliğine giderek CNR Kitap Fuarı'nı düzenlemiş ardından Mersin'de fuar organize etmiştir. CNR ile anlaşmasını devam ettirmeyerek 2019 yılında İBB işbirliğiyle Avrasya Kitap Fuarı'nı düzenlemiş fakat Mart 2019'da yerel seçimler sonrasında İBB yönetiminin değişmesiyle Avrasya Kitap Festivali devam etmemiştir. Bas-Yay ortak mücadele konularında TYB ile birlikte hareket ederken, üyelerinin bir kısmı aynı zamanda TYB üyesidir. Özellikle Türkiye'nin onur konuğu olduğu ülkelerdeki programın organizasyonunda aktif rol oynarken üyelerinin fuarlara katılımlarında ve ülke temsilinde İTO ile ortak hareket etmektedir. Zaman zaman bu tip organizasyonların iş yükünü ve ekonomik yükü üstlenmesi için İTO'yu harekete geçirebilmektedir. Bas-Yay aynı zamanda siyasal iktidara yakın bir yerde konumlandırırmaktadır kendisini. 2016 yılından beri İstanbul Kalkınma Ajansı ile birlikte İstanbul'da uluslararası yayıncılar buluşması (İstanbul Fellowship) gerçekleştirerek uluslararası ağını güçlendirmektedir. Bas-Yay, TYB gibi korsan yayıncılıkla mücadele, vergi uygulamaları, sektörün sorunları konusunda çalışma yürütmektedir.

Yayıncı örgütleri, kitap fuarları düzenlemenin yanı sıra mesleki işbirlikleri yürütmekte, sektörlerini ilgilendiren yasal düzenlemeler noktasında bürokrasiyi zorlayan önlem ve desteklerin alınması sağlanmaktadır. Bu bağlamda Türkçe eserlerin yurt dışına telif³¹⁹

³¹⁸ <https://www.basyaybir.org/hakkimizda/0/2022> (8 Mayıs 2020)

³¹⁹ FSEK (Fikir ve Sanat Eserleri) Kanunu: İlk bölümde II. Dünya Savaşı sonrası – 1 Ocak 1952 yılında-Türkiye'nin imzalayarak taraf olduğu Edebiyat ve Sanat Eserlerinin Korunmasına İlişkin Bern (1886) Sözleşmesi'nden söz etmiştik. Sözleşmede, edebiyat ve sanat eserleri tanımlanmış, eser sahibinin mali ve manevi hakları ile bu hakların kullanım süre ve koşulları belirlenmiştir. Sözleşmeye ilişkin maddelerin yürütülmesi amacıyla Bern Birliği kurulmuş ve idari işleri yürütmek üzere de Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO) kurulmuştur³¹⁹. Bern sözleşmesi ile uyumlu olarak 5 Aralık 1951 tarihinde Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu (FSEK) yürürlüğe girmiştir. FSEK, değişen maddeler olmakla birlikte halihazırda korumaktadır.

satışlarının önünü açan TEDA projesi (Türk Kültür, Sanat ve Edebiyat Eserlerinin Türkçe Dışındaki Dillerde Yayınlanmasına Destek Projesi) ve uluslararası kitap fuarlarında onur konukluğu uygulaması uluslararası yayıncılık alanıyla eklemlenmenin kolaylaştırıcı unsurları olmuştur.

2.3.2.5.1.TEDA Projesi

AKP iktidarı döneminde yayıncılığın kültür politikasının önemli araçlardan biri haline geldiğini gözlemliyoruz. Kamu politikaları nezdinde Telif Hakları ve TEDA ile ilgili kararların alınması Yayıncılık Kongrelerinde alınan kararların sonucunda hayata geçirilmiştir. İlki, 1939³²⁰ yılında düzenlenen ve Birinci Bölüm’de ele alınan Ulusal Yayıncılık Kongresi’nin beşincisini 2009 yılında düzenleyebilmiştir³²¹. Beşinci Kongrenin ilk girişimlerinden biri TEDA projesini hayata geçirmek olmuştur. Proje, 2005 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı yürütücülüğünde başlanmış ve amacı “*Türk yazarlarının eserlerinin uluslararası kitap pazarlarında görünürlüğünü desteklemek*” olarak belirlenmiştir³²². Sadece yurtdışında bulunan yayınevlerinin başvurabileceği projede eserin iki sene içinde yayınlanması ve en az 1000 adet baskı adedi gibi koşullar bulunmaktadır.

Bern sözleşmesinin telif haklarında Türkiye’nin de içinde bulunduğu ülkelere muafiyet getiren uygulaması sayesinde yayıncılık alanındaki ekonomik ve kültürel sermaye birikimine katkı sağlamıştır . Çok sayıda telif eser herhangi bir bedel ödenmeksizin veya çeviri bedelinin orijinal yayın dilinin yurtdışı temsilcilikleri aracılığıyla karşılanmış olması sayesinde basılmıştır. Nitekim yayıncılığın ekonomik sermaye birikimi yapmasını sağlayan önemli unsurlardan biri telifsiz veya destekli basılan çeviriler sayesinde gerçekleşmiştir. Kültür üretiminin yasalarca güvenceye alınması yayıncılık alanının temel meselelerinden biridir. Yayıncılık kongresinde mesleğin önündeki engeller, yasal mevzuat ve düzenlemeler, yayıncılığın geliştirilmesine yönelik öneriler ele alınırken ulusal kongrenin istikrarlı bir aralıkta düzenlenmiyor oluşu devlet ve meslek örgütleri arasındaki kopukluğun bir göstergesi olarak da okunabilir. Kongrelerin ortaklaştığı konulardan biri Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu ve korsan yayıncılıkla mücadele olarak öne çıkmaktadır. Bu doğrultuda V. Ulusal Yayın Kongresi’nde ve meslek birliklerinin önerileriyle³¹⁹ 5846 sayılı FSEK kapsamında değişiklik yapılması gündeme alınmış ve 5 Mayıs 2017 yılında yasa tasarısı haline getirilmiş ve kamuoyuna sunulmuştur. Yasa tasarısı AB Müktesebatı ve Türkiye’nin taraf olduğu diğer uluslararası sözleşmelerle uyumlu hale getirme ihtiyacının yanı sıra hak ihlalleriyle mücadele ve yeni teknolojilerle uyumlu bir yenileştirme ihtiyacından doğmuştur³¹⁹. Tasarı, korsan yayıncılıkla mücadele konusunda yasal dayanağı güçlendirecek maddeleri de barındırmaktadır. Dolayısıyla yasallaşması durumunda yayıncılık alanında telif haklarının korunması ve korsan yayıncılıkla mücadelede kültür üretimini güvenceye alacak şekilde hem devletin hem özel sektörün elini güçlendirmesi beklenmektedir. Yaratıcı sektörlerle dahil edilen kültür alanında oyunun kuralları yasal düzenlemeler vasıtasıyla güçlendirilmektedir. Dolayısıyla yayıncılığın kırılgan yapısının güçlendirilmesi söz konusudur.

³²⁰ I. Türk Neşriyat Kongresi (1-2 Mayıs 1939) II. Türk Yayın Kongresi (24-27 Ocak 1975), III. Yayın Kongresi ve Telif Hakları Kurultayı (11-13 Haziran 1991), IV. Ulusal Yayın Kongresi (16-19 Aralık 1998), V. Ulusal Yayın Kongresi (4-5 Aralık 2009) Ankara ve 6. Ulusal Yayın Kongresi (10-11 Mayıs 2018) Afyokarahisar.

³²¹ <http://www.ulusal yayinkongresi.gov.tr/TR,110726/tarihce.html> (13 Kasım 2019)

³²² <http://www.tedaproject.gov.tr/TR,52444/teda-nedir.html> (13 Kasım 2019)

TEDA kapsamında, Tablo 13'te yer aldığı üzere faaliyete geçtiği 2005 yılında 14 ülkeden toplam 39 esere destek verilmiş ve 253 bin 373 TL bedelinde ödeme yapılmıştır. 2019 yılı sonuna gelindiğinde on beş yıl içinde toplam 2918 esere 26 milyon 392 bin TL destek verildiği görülmektedir.

Tablo 13
Yıllara Göre TEDA'nın Desteklediği Eser Sayısı ve Miktarı

Yıl	Adet	Ödenen (TL)
2005	39	253.373,64
2006	61	394.331,90
2007	199	731.372,71
2008	182	1.004.821,02
2009	136	875.764,54
2010	179	938.176,21
2011	180	1.201.227,85
2012	339	1.897.165,51
2013	229	1.760.465,91
2014	211	2.152.444,45
2015	246	2.286.655,00
2016	311	3.356.469,01
2017	193	2.648.585,00
2018	191	4.289.500,00
2019	222	2.602.303,00
TOPLAM	2918	26.392.655,75

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü TEDA Verileri³²³

Aşağıdaki Tablo 14'te yer alan sayılara göre destek verilen diller arasında ilk sırayı Bulgarca (315 eser) ardından Arapça (283), Almanca (280), Arnavutça (275) ve Farsça (157) almaktadır³²⁴. Sıralamayı İngilizce, Azerice, Makedonca, Boşnakça, İtalyanca ve Fransızca izlemektedir.

³²³ <http://kdk.gov.tr/haber/turk-edebiyati-kultur-ve-turizm-bakanliginin-destegiyle-dunyaya-aciliyor/357>

Kasım 2019)

³²⁴ <http://www.tedaproject.gov.tr/TR,52444/teda-nedir.html> (13 Kasım 2019)

Tablo 14
Yıllara Göre TEDA'nın Desteklediği Diller ve Yayın Sayısı

Diller	Yayın Sayısı
Bulgarca	315
Arapça	283
Almanca	280
Arnavutça	275
Farsça	157
İngilizce	146
Azerice	140
Makedonca	130
Boşnakça	124
İtalyanca	74
Fransızca	73
Macarca	70
Sırpça	64
Yunanca	60
Rusça	58

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü TEDA Verileri

Dolayısıyla yukarıdaki Tablo 14, TEDA'ya başvuruların yayıncılık alanındaki sembolik sermayesi yüksek ve belirleyici konumda olan dillerden (İngilizce, Fransızca, İtalyanca, Almanca vb.) ziyade organik ve kültürel bağı bulunan Balkan coğrafyası ve Arap coğrafyasının etkili olduğunu göstermektedir. Öyle ki, uluslararası yayıncılık alanıyla eklemlenme çoğunlukla telif satın alınan ülkelere telif satışı yapmaktan ziyade daha az telif alınan ülkelere telif satmak biçiminde gelişmektedir. Burada Balkan ülkelerinin öne çıkmasında kültürel yakınlıktan ziyade yazar ajanlarının kitapların çevrilmesi konusunda yürüttükleri çalışmaların ve bireysel ilişkileri kapsayan sosyal sermayelerin etkili olduğu gözlemlenmektedir³²⁵.

TEDA projesi küresel yayıncılık alanında Türkçe'den telif satışını desteklemiştir. TEDA'nın varlığı dolaylı olarak İstanbul Kitap Fuarı'na olan uluslararası katılımı da

³²⁵ Araştırmacının uluslararası kitap fuarlarındaki kişisel gözlemlerine dayanmaktadır. Bu konuda en çok çalışan ajansların başında Kalem Ajans (2005) gelmektedir. 2015 yılı sonu itibarıyla 1500 sözleşme yapan ajans, yazarların yurtdışı haklarının temsilcisidir. TEDA'yı en çok kullanan ajanslardır.

etkilemektedir. 2010 yılından itibaren Kültür Bakanlığı'nın TEDA desteği verdiği uluslararası yayıncılardan her yıl belli sayıda yayıncı TÜYAP tarafından düzenlenen İstanbul Kitap Fuarı'na davet edilmektedir. TEDA'nın uluslararası yayıncılık alanına ulaşma kanallarının başında uluslararası kitap fuarları gelmektedir. Kültür Bakanlığı Frankfurt Kitap Fuarı başta olmak üzere Londra, Bologna, Pekin, Moskova, Tahran, Leipzig, Paris gibi kitap fuarlarında stant alarak katılmakta, TEDA'nın tanıtımını gerçekleştirmektedir. Bu konuda katıldığı fuarlarda telif görüşmelerini yapmak üzere çeşitli ajansların konaklama ve yol gibi temel maliyetlerini karşılayarak davet etmektedir³²⁶. Bu kapsamda gerçekleştirilen en büyük katılım 15-19 Ekim 2008 yılında düzenlenen 60. Frankfurt Kitap Fuarı'nda onur ülke Türkiye sunumu olmuştur³²⁷.

2.3.2.5.2.Uluslararası Kitap Fuarları ve Onur Konukluğunda Ülke Temsili

Türkiye'nin uluslararası ölçekte bir kitap fuarına ilk katılımı Cumhuriyet döneminde gerçekleşmiştir. İlk bölümde incelenen ulus inşası projesinin kültür ayağında yayıncılık faaliyeti önemli bir yer tutmaktadır. Bu bağlamda yayıncılık faaliyetlerini tanıtma ve özellikle Latin alfabesine geçişle birlikte oluşturulan milli kültürün yayıncılık alanındaki yansımalarını göstermek adına 1937'de Atina'da düzenlenen "Kitap Sergisi" ile ilk uluslararası kitap sergisi deneyimi gerçekleşmiştir³²⁸. Serginin amacı, dil devriminin ilk on yılında kendini modern bir devlet olarak ifade etmenin yollarından biri olarak yayıncılıktaki gelişmeyi göstermek olduğu Birinci Bölüm'de incelenmişti.

Hasan Âli Yücel'in Maarif Vekilliğinde düzenlenen Birinci Neşriyat Kongresi'nde (1939) On Yıllık Neşriyat Sergisi açılır. Serginin amacı on yılını dolduran yeni alfabenin kutlanması ve yeni dilden yazılan eser sayısına vurgu yapmaktır. Kamuoyu nezdinde on yıl gibi kısa zamanda kültür alanında kat edilen yolun gösterilmesidir aynı zamanda. Kongre sonrasında İstanbul Üniversitesi tarafından hazırlanan raporda "okumayı yaymak ve neşriyatı tanıtmak

³²⁶ Fazilet Özlük, "Türkiye'de Telif Ajansları ve Yayıncılık Sektörüne Katkıları", (Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, TC Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü, 2010) s.58-65.

³²⁷ Sektördeki telif ajansların hemen hemen tamamı davet edilmiştir: Akçalı Telif Hakları Ajansı, Anatolia Telif Hakları Ajansı, Aslı Karasu Telif Hakları Ajansı, Bengü Telif Ajansı, İstanbul Telif Ofisi, Kalem Ajans, Macron Telif Hakları ve Çeviri Ajansı, Nisan Telif Ajansı, Nurcihan Kesim Telif Hakları Ajansı, ONK Ajans ve ZNN Yazar Ajansı katılmışlardır.

³²⁸ Akçura, **Gökhan Akçura**, Türkiye'de Fuarlık ve Sergicilik Tarihi, s. 20, İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları-TÜYAP, 2009, s. 151.

amacıyla” propaganda faaliyetleri arasında gazete ve mecmualar, radyo, sinema, sergi ve konferanslardan faydalanılmalıdır diye belirtilir³²⁹.

Türkiye’nin bir sergiden bağımsız olarak profesyonel anlamda uluslararası kitap fuarlarına katılımı Frankfurt Kitap Fuarı ile başlar, 1972 yılında UNESCO’nun Dünya Kitap Yılı ilan etmesiyle Editörler Birliği’nin kararıyla gerçekleşmiştir. Kısa tarihçesine ilişkin doğrudan tarihsel bir kaynağa ulaşamamakla birlikte TC Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan edinilen bilgide 1989’dan günümüze düzenli bir katılımın söz konusu olduğunu anlıyoruz³³⁰. Frankfurt Kitap Fuarı’na düzenli olarak ülke katılımının yapıldığı ilk 1997 yılında Basım Yayın Birliği’nin ülke yayıncılığını temsil ettiği, Tablo 9 verilerine göre ilerleyen yıllarda ise Türkiye Yayıncılar Birliği, TÜYAP arasında değiştiğini görüyoruz. Uluslararası kitap fuarlarına katılım meselesi ülke temsili olduğundan önem arz etmekle birlikte yıllar içinde bu temsilin hangi kurum tarafından yapılacağı tartışmalarla gündeme gelmiştir.

Tablo 15
Yıllara Göre Frankfurt Kitap Fuarı’nda Türkiye Katılımını Organize Eden Kurumlar

- 1997 Basım Yayın Birliği
- 1999-2000 Türkiye Yayıncılar Birliği
- 2001-2002 TÜYAP
- 2003-2005 Türkiye Yayıncılar Birliği
- 2006 Basım Yayın Birliği
- 2007 Türkiye Yayıncılar Birliği
- 2008-2015 Ulusal Organizasyon Komitesi

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü

Bazı yıllarda Türkiye Yayıncılar Birliği’nin ayrı stant alarak katıldığı olmuştur³³¹. Bu durum tartışmalara neden olmakla birlikte “ülke temsili” konusunu gündeme getirmiştir. Örneğin, 2006 yılında dönemin İzmir CHP milletvekili, ülke yayıncılığının “dini yayınlarla

³²⁹ Akçura, s. 153.

³³⁰ <http://www.kultur.gov.tr/TR,28417/uluslararasi-kitap-fuarlari.html>

³³¹ 2006 yılında düzenlenen fuarda temsil meselesi krizi yaşandığında Türkiye Yayıncılar Birliği kurum olarak ayrı bir stant almış ve ayrı etkinlik düzenlemiştir.

temsil edilmesinden ötürü” Türkiye Büyük Millet Meclisi’ne Kültür Bakanı Atilla Koç adına soru önergesi sunmuştur³³². Türkiye’nin uluslararası yayıncılık alanı ile eklemlenmesinde önemli bir milat 2008 yılında 60. Frankfurt Kitap Fuarı’nda onur konuğu olmasıdır. Frankfurt Kitap Fuarı’ndaki³³³ onur konukluğu projesi AKP’nin ilk iktidar dönemine dayanmaktadır. Atilla Koç’un bakanlığı döneminde başlayan süreç Ertuğrul Günay’ın Kültür Bakanlığı’nda sonuçlanmıştır. Söz konusu ülke temsili olduğundan yayıncılık alanında örgütlenmiş iki kurumdan (Basın Yayın Birliği ve Türkiye Yayıncılar Birliği) eşit oranda temsil sağlanarak bir yürütme ekibi oluşturulmuştur. Bu yürütme ekibi “Ulusal Komite” altında kurulmuştur³³⁴. Buna göre koordinatörlüğünü Kültür Bakanlığı’ndan bir bürokratin yaptığı ve bir de sivil toplumdan bir başkanın yönetimiyle konunun ilgililerinden oluşan bir yapı düzenlenmiştir. Tüm fuarlar

³³² <http://www2.tbmm.gov.tr/d22/7/7-14464c.pdf> (13 Haziran 2019)

³³³ Frankfurt Kitap Fuarı’nın tarihi, matbaanın tarihine kadar dayanmaktadır. Frankfurt Kitap Fuarı, 1569 yılında Almanya başta olmak üzere İsviçre, Fransa, İtalya ve Hollanda’dan yüzün üzerinde kitap yayıncısı ve matbaaya ev sahipliği yapan bir fuardı³³³. Bu dönemde fuarın en büyük özelliği kitap satışının doğrudan yapılmasıdır. Örneğin 1534 yılında Cenovalı yayıncı Christoph Froschauer dünyanın ilk atlaslarından birini 2000 kopya ile fuara getirdiğini not eder³³³. 17. yüzyıl sonunda Frankfurt’ta, aydınlanma dönemi boyunca ise Leipzig’da (1630) ilk kitap fuarları düzenlenmektedir. Uluslararası yayıncılık sektörünün en önemli fuarı olarak addedilen Frankfurt Kitap Fuarı, bugünkü haliyle II. Dünya Savaşı ertesinde, 1949 yılında başlamakta ve günümüze kadar kesintisiz süregelmektedir. Uluslararası kitap fuarlarındaki onur konuğu ülke uygulaması ilk 1976 yılında Frankfurt Kitap Fuarı tarafından başlatılıyor. Uygulama, 1988 yılına kadar iki yılda bir gerçekleştirilirken bu tarihten sonra kesintisiz olarak her yıl devam ettirilmiştir. Frankfurt Kitap Fuarı organizatörlerine göre onur ülke etkinliklerinin başlatılmasında iki türlü amaç gözetilmektedir. Bir taraftan bir ülke dilini ve edebiyatını ön plana çıkarırken diğer taraftan fuara kamuoyunun ilgisini çekmek, bunu yaparken aynı zamanda basın dikkatine mazhar olmak ve fuarın ulusal ve küresel etkisini büyümektir. Bu amaç, son kertede fuarın marka değerini arttıracak bir pazarlama stratejisi ve uzun vadede sektörde yaşanacak tıkanmalara karşı bir büyüme vizyonuna işaret etmektedir. Onur konuğu ülkenin kitap sektörünü odak alan etkinlik aynı zamanda ülke kültürünün uluslararası sahneye çıkması için de bir platform sunmaktadır. Bir taraftan ülke neden olmakta ve ülkenin yayıncılığına fuar süresince uluslararası kamuoyunun dikkatini çekmektedir. Diğer taraftan onur ülke sunumu ile düzenlenen söyleşi, panel, atölyeler, sergiler, performans ve konserlerle ülke kültürünü küresel platforma taşımaktadır. Böylelikle kültürel değişim ve kaynaşma hedeflenmektedir. Elbette turizm ve yarattığı katma değer de cabası.

³³⁴ 2008 yılındaki Frankfurt Kitap Fuarı’nın organizasyonu için oluşturulan Ulusal Yürütme Komitesi 6 alt komiteye ayrılmaktadır: Türkiye Yayıncılık Komitesi (Basın Yayın Birliği’nden Münir Üstün moderatörlüğünde), Yazarlar Komitesi (Türkiye Yazarlar Sendikası’ndan Enver Ercan moderatörlüğünde), Müzik ve Gösteriler Komitesi (İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı’ndan Görgün Taner moderatörlüğünde), Görsel Sanatlar Komitesi, Sinema Komitesi, Konferanslar ve Sempozyumlar Komitesi (editör, yazar Tanıl Bora moderatörlüğünde). Türkiye’nin katılımını ifade etmek üzere imaj olarak benimsenecek slogan ve logo belirlenmiştir. Dönemin politik iklimine uygun olarak tüm dengeleri gözetken, farklı dildeki yayıncılığı da renk olarak algılayan bir perspektif geliştirilmiştir. Buna paralel olarak onur ülke sloganı Tüm Renkleriyle Türkiye (Turkey in All its Colours) olarak belirlenmiştir. Logo, Bülent Erkmen tarafından çalışılmıştır. Turkuvez renkteki bu logo“ labirent gibi görünen ama labirent olmayan, kapalı gibi görünen ama kapalı olmayan Türkiye’nin kültürel mirasına göndermeler yapan Turkey yazısından oluşmaktadır³³⁴. Düzenlenen tüm etkinlikler bu slogan çerçevesinde planlanmıştır. Amaç bir kültürel misyonla “tanıtma” faaliyetinin ötesinde işinin uzmanı kişilerin moderatörlüğünde kapsayıcı bir kültürel sunum gerçekleştirmektir. Dolayısıyla toplamına baktığımızda slogan ve bunu destekleyen logo uyumlu ve tutarlı bir yaklaşımın sonucu olarak ortaya çıkmış ve bu anlamda düşünülen programı ifade edebilmiştir. Türkiye’nin sonraki yıllarda politik iklimi değişmiş ancak logonun ve sloganın aynen kullanımına devam edilmiştir. Türkiye Ulusal Stantı toplamda sergi alanı da dahil hepsi bir arada bulunmamakla birlikte 4060 metrekareye yayılmıştır. Beşinci Holde³³⁴ yer alan ana ulusal stant bünyesinde davet edilen yayıncıların alanları ile birlikte bir danışma, diğer kitapların sergilendiği bir alan ve etkinlik alanından oluşmaktadır. İBB ve İTO’nun da ayrı ayrı stantları hemen ulusal stantın yanındadır. Bir diğer ulusal stant ise 3. Holde Çocuk ve Gençlik Yayınları olarak ayrıca yer almaktadır. Burada bir de çocuk kitapları kapakları ve illüstrasyonları sergisi düzenlenmiştir. Türkiye Ajanslar bölümünde de Telif Ajanslarının masaları ile temsil edilmiştir. Agora alanında antik kitaplar bölümünde sahafların katılımı sağlanırken, Onur Konuğu ülkeye tahsis edilen Forum alanında ise Türkiye’nin yazarları ve Türkiye’den seçme kitaplar sergisi düzenlenmiştir. Forum alanı sadece Onur Konuğu ülkenin inisiyatifinde olan fuar yönetimi tarafından bedelsiz tahsis edilen bir vitrin gibi tasarlanmıştır. Yayıncılık alanını da içeren kültürel bir sunum yapması beklenmektedir onur konuğu ülkeden.

arasında Frankfurt Kitap Fuarı uluslararası yayıncılık alanıyla eklemlenme sürecinin fitilini yakması ve fuarın simgesel sermayesinin yüksekliği bakımından diğer kitap fuarlarından ayrılmaktadır. Türkiye'nin yaklaşık iki yılı kapsayan hazırlık süreci de göz önüne alındığında fuara katılım ülke temsili konusu olduğundan *ulus markalama* (nation branding) perspektifinden yaklaşmıştır. Simon Anholt'un literatüre kazandırdığı *ulus markalama*, marka ve pazarlama tekniklerinin bir ulusun imajını tanıtmada kullanılması için uygulanması olarak tanımlanmaktadır³³⁵. 1995'te ilk kez kavramı kullanan Anholt'a göre bir ülkenin imajını belirleyen ve marka stratejisine hizmet eden altı boyut vardır bunlar: Turizm, ithalat, ülke yönetimi, yatırım ve göç, kültür ve tarihsel miras ve insanlar. Bu altı boyut bir ülkenin imajına doğrudan etki etmektedir. Simon Anholt, ülkeleri şirketler gibi ele alır. Bu açıdan bir şirketin imajı nasıl yönetiliyorsa, Anholt'a göre ülkelerin de aynı şekilde imaj yönetimi olmalıdır³³⁶. Uluslararası kitap fuarlarında onur ülke sunumlarının neredeyse tamamında Türkiye yayıncılığında çok ülke temsili *ulus markalama* stratejisi üzerinden yürütülmeye çalışılmıştır. Bir bakıma ülke, sektörün önüne geçmektedir.

Türkiye'nin sunumunu ifade etmek ve tüm görsel ve yazılı materyallerde kullanılmak üzere bir slogan ve logo belirlenmiştir. Dönemin politik iklimine uygun olarak tüm dengeleri gözetken, farklı dildeki yayıncılığı *renk* olarak algılayan bir perspektif geliştirilerek ülke sloganı *Tüm Renkleriyle Türkiye* (Turkey in All its Colours) olarak belirlenmiştir. Logo, kitap kapakları tasarımları da yapan grafik sanatçısı Bülent Erkmen tarafından çalışılmıştır Turkuvaz renkteki bu logo“ labirent gibi görünen ama labirent olmayan, kapalı gibi görünen ama kapalı olmayan Türkiye'nin kültürel mirasına göndermeler yapan *Turkey* yazısından oluşmaktadır³³⁷. Düzenlenen tüm etkinlikler bu slogan çerçevesinde planlanmıştır. Amaç bir kültürel misyonla “tanıtma” faaliyetinin ötesinde işinin uzmanı kişilerin moderatörlüğünde kapsayıcı bir kültürel sunum gerçekleştirmektir. Dolayısıyla geneli incelendiğinde slogan ve bunu destekleyen logo-aşağıdaki Şekil 6- uyumlu ve tutarlı bir yaklaşımın sonucu olarak ortaya çıktığı³³⁸ ve bu

³³⁵ Simon Anholt, www.exchangediplomacy.com (14 Haziran 2019)

³³⁶ http://www.superbrands.com/turkeysb/trcopy/files/Anholt_3939.pdf (14 Haziran 2019)

³³⁷ 2008 yılında Frankfurt için yapılan bu logonun kullanımı sonraki kitap fuarlarında da aynı şekilde kullanılmıştır, uluslararası kitap fuarlarında ulusal katılımın simgesi haline gelmiştir, halen kullanım devam etmektedir.

³³⁸ 60. Frankfurt Kitap Fuarı'na Türkiye'nin tüm renkleri sloganı altında farklı konumlarda ve yayın politikalarına sahip yayınevi çeşitliliğini sağlayacak şekilde bir davet yapılmıştır. Bakanlık tarafından 100 yayınevi davet edilmiştir bunların arasında Kürtçe yayıncılık yapan Lis, Ermenice yayıncılık yürüten Aras ve Yiddişçe ve Yahudi kültürü üzerine yayıncılık yürüten Gözlem yayınevi yer almıştır. Dolayısıyla dönemin iç siyasetiyle olduğu kadar dış siyasetiyle de uyumlu bir planlama yapıldığını gözlemliyoruz.

bağlamda programla uyumlu olduğu anlaşılmaktadır. Türkiye'nin sonraki yıllarda politik iklimi değişmiş ancak logonun ve sloganın aynen kullanımına devam edilmiştir.



Şekil 6: Türkiye Onur Konuğu Sunumu Logosu (2008) Frankfurt

Kaynak: TC Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü

Anholt'un yaklaşımından hareketle Türkiye'nin logosu ve sloganında iki temel sav üzerinden hareket edilmektedir. İlki pazarlamanın alanına giriyorken diğeri kültürü kapsamaktadır, diğeri bir deyişle kültürün bir meta olarak pazarlanmasından söz edilmektedir. Örneğin İspanya'yı uluslararası siyasette ulusal markalaşmasının bir sonucu olarak ortaya çıkan Marca Espana³³⁹ (2012) İspanyanın sanat ve kültürü üzerinden bir marka olarak şekillenmektedir. Amacı uluslararası siyasette ülke imajını tazeleyerek ülkenin sembolik ve ekonomik sermayesine katkıda bulunmaktır³⁴⁰. Markalaşmayı belirleyen etmen aslında ayırt edici olanı (otantik olanı) öne çıkarma amacıdır³⁴¹. Pazarlama ve kültür birarada düşünülmektedir. Nitekim, kültürün metalaşarak pazarlanabilir bir ürün olarak sunulması söz konusudur. İthal edilecek bir meta olarak ele alınması ve küresel ekonomide *satılabilirliğinin* bir yöntemi olarak pazarlama modelleri devreye girmektedir. Bu bağlamda, Frankfurt Kitap Fuarı gibi küresel yayıncılığın vitrinine Türkiye yayıncılığının çıkarılması, AKP'nin neoliberal ekonomi politikaları ile uyumlu bir kültür politikası ekseninde geliştirilmiştir. Aslında burada yayıncılık alanı üzerinden bir marka değeri oluşturulmaya çalışılmaktadır. Etkinlikler ve öne

³³⁹ <http://marcaespana.es/en> (14 Haziran 2019)

³⁴⁰ Joaquim Rius Ulldemolins ve Mariano Martín Zamorano, "Spain's Nation Branding Project Marca España and its Cultural Policy: The Economic and Political Instrumentalization of a Homogeneous and Simplified Cultural Image", *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 21:1, (2015), s. 20-40

³⁴¹ Joaquim Rius Ulldemolins ve Mariano Martín Zamorano, s.20-40.

Çıkarılan yazarların seçimi benzer bir otantizm algısı üzerinden şekillenmektedir: İstanbul, Sufizm, Mevlana, doğu ve batının geçiş noktası gibi başlıklar altında toplamak mümkündür.

Onur konuğu etkinlikleri şunları kapsamaktadır: bir programla ülke sunumu hazırlanması, yayınevlerinin Bakanlık tarafından masraflarının karşılanarak davet edilmesi, yurt dışında Türkçe edebiyat eserlerinin basımının teşviki için eviri destek fonunun oluşturulması ana başlıklardandır. TEDA projesi uluslararası kitap fuarlarında Kültür Bakanlığı bünyesindeki kolektif standın içinde yer alarak ve sunumlar yaparak kendini tanıtma faaliyeti yürütmektedir. Türkiye, Frankfurt'un ardından küresel yayıncılık alanında önemli olan başka ülke fuarlarında da onur konuğu olmuřtur³⁴². Aşağıda yer alan Tablo 16, 2008'den itibaren yıllara göre Türkiye'nin onur konuğu olarak yer aldığı kitap fuarlarını vermektedir.

³⁴² 2010'da Birleşik Arap Emirlikleri-Doha Kitap Fuarı 2013 yılında Londra Kitap Fuarı'nda Odak lke, 2014'te ise Budapeşte Kitap Fuarı ve Pekin Kitap Fuarı, 2015 yılında ise Madrid (Liber) Kitap Fuarı'nda onur konukluğu ile devam etmiřtir³⁴². Tüm fuarların onur ülke etkinliklerinin organizasyonu ve katılımı Kültür ve Turizm Bakanlığı himayesinde yine organizasyon komitesince yürütülmüştür.

Tablo 16
Yıllara Göre Türkiye'nin Onur Konukluğu

Göre Konukluğu	Yıllara Onur
<i>Yıl</i>	<i>Fuar</i>
2008	60. Frankfurt Kitap Fuarı
2009	Cenevre Kitap Fuarı
2010	Paris Kitap Fuarı (Türk Mevsimi) Doha Kitap Fuarı
2011	-
2012	-
2013	Londra Kitap Fuarı
2014	Pekin Kitap Fuarı Budapeşte Kitap Fuarı
2015	Doha Kitap Fuarı
2016	Saraybosna Kitap Fuarı Sofya Kitap Fuarı
2017	Seul Kitap Fuarı
2018	-
2019	-
2020 ³⁴³	Tiflis Kitap Fuarı Tahran Kitap Fuarı

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü

Buna göre 2011, 2012, 2018 ve 2019 yıllarında herhangi bir onur konukluğu görülmemektedir. 2008 yılında Frankfurt Kitap Fuarı için oluşturulan Ulusal Komite değişen üyeleriyle birlikte onur konukluğu organizasyonlarındaki çalışmasına devam etmektedir. Bülent Erkmen'in 2008 yılında Frankfurt katılımı için tasarladığı logo kullanımına da aynı şekilde devam etmekle birlikte 2008'de Frankfurt'ta gösterilen kapsayıcılık ve farklı dillerdeki yayıncılığın renk olarak görüldüğü çeşitlilik diğer onur konukluğu temsillerinde görülmemiştir. Örneğin, Londra'da düzenlenen (2012) ve Türkiye'nin odak ülke olacağı 2013 yılına hazırlık amacıyla gerçekleşen katılıma davet edilen yayınevleri ise Boyut, Büyükdöğü, Carpediem, Çağrı, Damla, Doğan Kitap, Erdem, Evrensel, Günışığı, Işık, İletişim, İnsan, İstanbul Bilgi

³⁴³ 2020 yılında küresel çapta etkili olan COVID-19'a bağlı pandemi nedeniyle Mart ayı itibarıyla yıl sonuna kadar fiziksel olarak kitap fuarları düzenlenememiş, dolayısıyla planlanan onur konukluğu sunumları gerçekleşmemiştir.

Üniversitesi, Kaknüs, Mavi Ağaç, Metis, Nesil ve Timaş yayınları³⁴⁴ olmuştur. Öte yandan, yayıncılık alanındaki dil çeşitliliğini yansıtan Aras veya Lîs gibi yayınevleri, 2014 yılında Türkiye'nin onur konuğu olduğu Pekin ve Budapeşte kitap fuarlarına katılan davetli yayınevleri arasında bulunmamaktadır.

Son olarak, uluslararası kitap fuarlarında Türkiye'nin önüne çıkan konulardan biri ifade ve yayınlama özgürlüğüdür. Örneğin, Fransa'nın onur konuğu olduğu ve Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron ve Almanya Başbakanı Angela Merkel'in katıldığı, 2017 yılında düzenlenen Frankfurt Kitap Fuarı açılış törenlerindeki ana konuşmaların odağında Türkiye'deki yazarların tutukluluğu olmuştur. Ana konuşmalar her ne kadar Fransa'nın onur konukluğu olsa da öne çıkan Türkiye'deki cezaevindeki yazarlar olmuştur. O dönemde tutuklu bulunan Aslı Erdoğan³⁴⁵, Necmiye Alpay³⁴⁶, Can Dündar, Turhan Günay³⁴⁷, Ahmet Şık gibi gazeteci ve yazarların devam eden yargılanmaları törenin açılış konuşmalarına ve fuardaki uluslararası panellere taşınan başlıklardandı³⁴⁸. Bu durum, siyasal iktidardan/devletten bağımsız ve aşkın kurulan ağların varlığı ile açıklanabilir. Yerel yayıncılık alanının yaşadığı bir sorun sivil ağların varlığı ve gücü ile küresel alana taşınabilmektedir. Nitekim, bu durum ülke yayıncılığının küresel yayıncılık alanıyla eklemlenmesinin önemli bir örneğini sunmaktadır. Benzer konu ve kampanyayı Almanya, İstanbul Kitap Fuarı'ndaki sunumuna da panellerle taşımıştır³⁴⁹. 2008 ve izleyen yıllarda onu takip eden Türkiye markasının uluslararası yayıncılık alanında yaşadığı itibar kaybı, dış siyasette AB ile ilişkilerdeki kırılganlıktan ve Türkiye'nin iç siyasetindeki gerilimden bağımsız değildir³⁵⁰. Bu çalışmanın son bölümünde inceleneceği gibi,

³⁴⁴ Basın Yayın Birliği Faaliyet Raporu: https://www.basyaybir.org/SFolder/PDF/FaaliyetRaporu_2011_2014.pdf (10 Ekim 2020)

³⁴⁵ Aslı Erdoğan'a 2018 yılında Almanya Osnabrück Belediyesi tarafından, takdim konuşmasını Alman Kitap Basın ve Yayıncılar Derneği Başkanı Alexander Skipis'in yaptığı Barış Ödülü verilmiştir. https://tr.sputniknews.com/tags/person_Alexander_Skipis/

³⁴⁶ <https://www.bbc.com/turkce/37938575> (7 Nisan 2020)

³⁴⁷ <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-37882863> (7 Nisan 2020)

³⁴⁸ Tez yazarının katıldığı törenden kişisel gözlemlerdir.

³⁴⁹ <https://www.t24.com.tr/haber/alman-yayincilardan-turk-yazarlara-destek,371547> (5 Mayıs 2019)

³⁵⁰ Yayıncılık alanındaki sınırlılıkları belirleyen temel meselelerden birisi düşünce ve ifade özgürlüğü olmuştur. Birinci Bölümde incelediğimiz Cumhuriyet'in ilk yıllarından itibaren devlet ve yayıncılar arasında gerilimli ilişki süregelmiştir. Bu dönemde yani Cumhuriyet'in ilk yıllarında Ermeni ve Rum Propagandası Yapan Yayınlar, Türklüğe Hakaret, Komünizm Propagandası Yapan Yayınlar ana sansür ve yargılama başlıklarından olmuştur. 1980'lerden itibaren ise TCK'nın 142. maddesi³⁵⁰ temel yargılama gerekçelerinden biri haline gelmiştir. 1991 yılında 142.madde kaldırılmış fakat bu defa da Terörle Mücadele Yasası yayıncıların yargılama sebebi haline gelmiştir³⁵⁰. Küçükleri muzır neşriyattan korumak da bir diğer başlık olarak yayıncıların yargılanma gerekçelerinden biri olmuştur. 2000'lerin ortalarından itibaren ise 301. Madde ile Türklüğü Aşağılamak, Cumhurbaşkanına Hakaret ve Terör Propagandası gerekçeleri kapsamında yargılamalar gerçekleşmiştir. Bu ortamı yansıtmak için şu örnek verilebilir: 2002-2008 yılları arasında çoğunluğu gazeteci, yazar, yayıncı ve akademisyen olmak üzere 301. Madde kapsamında 745 kişi mahkum olmuş, 1481 dava açılmış ve 6745 kişi yargılanmıştır.

<https://www.amerikaninsesi.com/a/a-17-2008-04-30-voa14-88110427/864594.html>

benzer durum TÜYAP kitap fuarlarındaki uluslararası salon ve onur ülke sunumlarında da geçerlidir. 2010 yılından itibaren her sene bir ülkenin onur konuğu olduğu TÜYAP kitap fuarlarında 2018 ve 2019 yıllarında onur konuğu olmaması konjonktürel durumu yansıtmaması bakımından önemli bir örnektir.

Bu bölümde, yayıncılık alanında yayınevleri arasında mücadelenin filizlendiği yer olduğu düşünülen 1980 sonrasında kurulan yayınevleri ve alanın değişen yapısını temel dinamikleriyle incelenmiştir. 12 Eylül 1980 Askeri darbesinin yayıncılık alanı açısından bir kilometre taşı olmasının nedenlerini anlama çabası aynı zamanda alanın kurallarını da değiştiren yeniden yazan, günümüzde yürüyen mücadelenin önemli oyuncularını olan yayınevlerinin pek çoğunun kurulduğu dönem olması gibi sebeplerle, kendinden önceki dönemlerden ayrılmaktadır. Nitekim yayıncılığın sektörleşmesinin de miladı yine bu dönemde aranırken önemli dinamiklerden biri uluslararası yayıncılık alanıyla eklemlenmeleridir. İnternet ve sosyal medya gündelik hayatın bir parçası olarak yaygınlaşması ve teknolojinin kitleselleşmesi yeni okur ve biçimler doğururken bir önce yüzyıl başında Walter Benjamin'in belirttiği ve bu bölümün başında alıntılanı olduğu üzere, yazarı da dönüştürmektedir. Tüm bunların ışığında sembolik iktidar mücadelesi de “yeni okur”a ulaşma hedefindedir. 2000’lerden itibaren okur profili genişlerken bu genişleme sektörü ve beraberinde alanı da büyütmiştir. Yayıncılık, çok sayıda *failin* yayın sürecine dahil olduğu ve karmaşık ilişkiler ağına sahip bir alandır. Özellikle 2000’lerden itibaren dijital süreçlerinin de alana dahil olmaları, bu ağı daha grift hale getirmiştir. Artık sadece yazar ve/veya telif ajansları, ödüller, medya ile şekillenen bir beğeni/satın alma davranışı değil yazarı etkileyen, yönlendirme gücüne sahip olan akışkan bir yapı vardır. Yazardan beklenen sadece yazması değil, görünür olması, *sosyalleşmesi* ve hatta performans sergilemesidir³⁵¹. Yayınevinin de yazardan beklentisi bu yönde değişmektedir. Kendi kitabının tanıtımını yapmak, görünür kılmak yazarın performansına bağlanmaktadır. Dolayısıyla kitap yazmak aynı zamanda pazarlama yapmayı da beraberinde getirmektedir.

Türkiye Yayıncılar Birliği kurulduğu 1995 yılından beri düzenli olarak komite başkanlığını Belge yayınlarının kurucusu Ragıp Zarakolu’nun komisyon başkanlığını yürüttüğü Düşünce ve İfade Özgürlüğü Ödülleri vermekte ve her sene o yılın hak ihlallerini içeren bir rapor yayınlamaktadır. Bu raporlara göre ilk kez basılmamış kitabın kopyasına el konması da AKP hükümetleri döneminde gerçekleşmiştir. Gazeteci Ahmet Şık’ın Fethullah Gülen cemaatini anlattığı kitabına yazım aşamasında henüz dosya halindeyken el konulmuş Ahmet Şık da tutuklanmıştır. Bunun üzerinde dosyanın bir kopyası 125 yazarın imzasıyla 16 Kasım 2011 yılında “Kitap 001” adı ile yayınlamış ve İstanbul Kitap Fuarı’nda 21 yayıncının standında satışa sunulmuştur. <https://haber.sol.org.tr/devlet-ve-siyaset/ahmet-sikin-kitabi-tuyapta-haberi-48396> (4 Nisan 2020)

³⁵¹ Özellikle çocuk kitabı yazarlarından okullarda davetli oldukları etkinliklerde daha performatif etkinlikler hazırlamaları beklenmektedir. Sıfırdan yayınlarıyla yapılan kişisel görüşmeden.

2000’lerin ortasında geleneksel türlerin yanı sıra yeni yazma ve okuma biçimleri gelişmektedir. Yeni biçimler geliştikçe yayınevlerinin satış ve pazarlama kanalları da buna göre farklılaşmakta, daha dinamik hale gelmektedir. Dolayısıyla var olmak yayınevleri açısından “görünürlülük” yaşamsal bir önem kazanmaktadır.

Yayınevlerinin görünür olabildikleri, okurla temas imkanı bulabildikleri en kitlesel platform, bir yönüyle geleneksel ve bir yönüyle yeni olan kitap fuarlarıdır. Bu veriler ışığında, üçüncü bölümde kitap fuarını ortaya çıkaran koşullar ve fuarın yayıncılık alanındaki konumu incelenecektir. Böylelikle, çalışmanın ilk iki bölümünde çizilen yayıncılık alanı ve tüm karakteristiği ile yıllar içinde ekonomik, siyasal ve toplumsal değişimlere bağlı olarak alanın geçirdiği dönüşümü, kitap fuarları üzerinden izlemek imkanı doğacaktır.

Pierre Bourdieu, alanların mantığında mücadelenin içkin olduğu tespiti, İkinci Bölüm’de incelenen 1980 sonrasında yeniden kurulmaya çalışılan yayıncılık alanının kendine özgü dinamikleri ve yapısı içinde ortaya çıktığı görülmektedir. Sermaye türlerinin ayrıştırıcı rolü birer araç haline dönüşerek sembolik iktidar mücadelesinin seyrini çizmektedir. Bununla birlikte yeni oyuncuların bu mücadeleye eklenme biçimleri ve alandaki konumları ‘oyun’ stratejilerini belirlemektedir. Yeni bir alt marka kurarak ekonomik sermaye elde etmek üzere veya kültürel sermayelerini birer kurucu sermaye olarak kullanarak yeni kurulan yayınevleriyle mücadelede statükoyu koruyan ve değiştirmeye aday durumunda olmak arasındaki tercihleri, alandaki konumlarını belirlemektedir.

“Dünya fuarları, adına mal denen fetişin hac yerleridir”³⁵²

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SEMBOOLİK İKTİDAR MÜCADELESİNİN SAHNESİ OLARAK TÜYAP ve İSTANBUL KİTAP FUARI

Bu bölümde Türkiye’de yayıncılığının 1980 sonrası dönüşümüyle birlikte yayıncılık alanındaki sembolik iktidar paylaşımının örnekleneceği bir sahne konumundaki İstanbul kitap fuarları ele alınacaktır. İstanbul’da 1982 yılından itibaren kesintisiz olarak TÜYAP Fuarçılık tarafından düzenlenen İstanbul Kitap Fuarı,³⁵³ yayıncılık alanında istikrarlı biçimde faaliyet gösteren ve düzenli yayın çıkaran yayıncıların büyük çoğunluğunun katılım gösterdiği³⁵⁴, yayınevlerinin kiraladıkları fiziki mekânda kitap satışı yaptıkları, yazarlarına imza etkinlikleri ve söyleşiler gerçekleştirdikleri dokuz günlük bir etkinliktir. TÜYAP, 1980 sonrası yayıncılığın gelişimi ve dönüşümünü gözlemlemek açısından başlı başına bir saha konumunda olması bu çalışmanın varsayımlarından biridir.

Yayıncılık alanının önemli oyuncuları, ki bunlar 1980 sonrasında yayıncılık alanında oyunu yeniden kuran ve bir önceki bölümde ayrıntılı ele alınan belli başlı yayınevleridir, TÜYAP’a katılmaktadır. Bu bölümde önce, fuarcılık olgusu ele alınacak ardından TÜYAP’tan önce düzenlenen kitap fuarları incelenecek ve sivil bir kültür alanı olarak ortaya çıkan TÜYAP’ın düzenlediği ilk kitap fuarı, katılımcı yayınevleri, fuarda düzenlenen etkinlikler ve fuarın sonuçları bakımından ele alınacaktır. Üçüncü alt bölümde ise fuarın, yıllar içinde fiziki

³⁵² Walter Benjamin, **Pasajlar**, Ahmet Cemal(çev), 9. Baskı, İstanbul: YKY Yayınları, 2012, s.94.

³⁵³ Kitap fuarları ziyaretçi profili bazında iki kategoride değerlendirilir. Bunlardan ilki, tamamen genel ziyaretçiye açık olan perakende satışın yapıldığı fuarlar olurken diğeri tamamen sektörün profesyonellerine açık, genel ziyaretçiye kapalı ve perakende satışın olmadığı, telif alış-verişinin yapıldığı fuarlardır. TÜYAP tarafından düzenlenen İstanbul Kitap Fuarı, ilk türden, ziyaretçi fuarıdır. Ancak 2010 yılından itibaren uluslararası salonun devreye girmesiyle bünyesine profesyonel günleri katmıştır.

³⁵⁴ Net sayı bilinmemekle birlikte Türkiye Yayıncılar Birliği’nin verilerine göre kayıtlı 1730 yayıncı görülmektedir. Ancak bu sayı arasından düzenli kitap yayınlayan 1000 civarında yayıncı olduğu bilinmektedir. Dolayısıyla İstanbul Kitap Fuarı’nın-STK’lar hariç- ortalama katılımcı sayısının 800 yayınevi olması sebebiyle faal yayıncıların yaklaşık %80’inin fuara katılım gösterdiğini tespit edebiliriz.

büyümesiyle birlikte merkezden periferiye doğru taşınmasının okur ve mekân bağlamında ne ifade ettiği ele alınacaktır. Bu bağlamda TÜYAP'ın alandaki yayıncılar arasındaki sembolik iktidar mücadelesinin gözlemlendiği TÜYAP'ı yayıncılık alanına konumlandıran rolü tartışılacaktır. Nitekim, İstanbul kitap fuarlarını etkinlik olarak farklılaştıran ve yayıncılık alanında etkin kılan üstlendiği bu sembolik roldür.

3.1. Fuarçılık Olgusu

İstanbul Kitap Fuarı-2017 Uluslararası Yayıncılar Birliği (IPA) verilerine göre-Avrupa'da düzenlenen kitap fuarları arasında en çok ziyaretçiyi ağırlayan kitap fuarı olurken, küresel ölçekte ise Hindistan'da düzenlenen Yeni Delhi Kitap Fuarı'nın (886.000) ardından en çok okura ulaşan kitap fuarları arasında beşinci sıradadır³⁵⁵. Bu rakamı anlamlı okuyabilmek için önce fuarcılık literatüründe ziyaretçi yoğun bir fuarın nereye tekabül ettiğinin incelenmesi gerekmektedir. Fuarlar, eski dünya ticaretinin en karakteristik özelliğidir³⁵⁶. Kelime kökeni *feriae*'den geldiği için kutlama ve festivallere dayanmaktadır. Fuarlar geleneği Çin'de 12. yüzyıla kadar gitmektedir. Çin'in yanı sıra Mısır, Eski Hindistan, Arabistan gibi uluslararası ticaretin döndüğü coğrafyalar uluslararası fuarların öncülerindendir. Avrupa'da ise özellikle 15. yüzyılda önemli iki çekim merkezi Lyon ve Cenova dünya fuarlarının baş aktörleri olmuştur. Almanya'nın fuar alanındaki öncülüğü ise 16 yüzyılda başlamaktadır ve ta ki Rusya'nın 19. yüzyılda liderliği ele geçirmesine kadar bu durum devam etmiştir³⁵⁷. Fuarlar, modernizmin (on dokuzuncu yüzyılın) sanayi gelişmişliğine referans veren teknolojilerin sergilenmesi amacıyla geliştirilen bir pazar ve aynı zamanda kamuya açık oldukları için modern panayırlardır. Panayır kavramı, kelimenin kökeni itibariyle pazarı imlemektedir ve Yunanca'dan gelmektedir. Çok sayıda aziz anlamında *pan aghios*'tan gelen Panayır, kökeni itibariyle Pazarı (günü) içermektedir ve ticari mekânı tasvir eden devlete ait bir mülktür³⁵⁸. Ticaretin yapıldığı, arz ve talebin bir arada olduğu bir ekonomik faaliyet mekânıdır. Panayır,

³⁵⁵ IPA World Book Fair Report https://www.internationalpublishers.org/images/industry-news/2017/IPA_Global_Book_Fair_Report_2017.pdf (10 Mart 2019)

³⁵⁶ Andre Alix, "The Geography of Fairs: Illustrated by Old World Examples", Geographical Review, Vol 12, Sayı 4, s.532-569.

³⁵⁷ Alix, 538.

³⁵⁸ Kenan Mortan ve Önder Küçükerman, *Çarşı Pazar, Ticaret ve Kapalı Çarşı*, İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları, 2007, s. 138.

yılda bir kez kurulur ve 19. Yüzyıldan itibaren panayırların sayısı artar, bunun nedeni endüstrileşmeyle birlikte artan üretimin satışını genişletmek ve ticaret hacmini büyütmektir. Bu bakımdan fuarlar, “*alıcı ve satıcıların bizzat karşılaşmalarına hizmet etmektedir*”³⁵⁹. Özellikle uluslararası fuarların önemi, belli bir tarih aralığı ve mekanda, düzenlediği sektöre ilişkin tüm dinamikleri bir araya getirmesinde yatmaktadır. Fuarlar, arz ve talebi buluşturan bir platform olarak dünya ticaretinin yüz yüze karşılaşmalarına olanak yaratır, yeni iş hacmi yaratılmasına katkı sunar. Dolayısıyla bu anlamda ticaretin bilinen en eski usullerinden biri olarak varlığı bugün de devam etmektedir.

1931 yılında hazırladığı *Panayırlar ve Sergiler* hakkındaki incelemesinde Muhlis Etem, ülkelerin itibarı ve yeni ticari olanaklar yaratması açısından uluslararası fuarlara katılmanın “*zaruretime*” dikkat çekmektedir³⁶⁰. Türkiye’nin uluslararası sergilere katılımı, 19. yüzyılın ilk yarısına denk gelen dönemde gerçekleşir. Bu dönemde uluslararası fuarlara (sergilere) katılımdaki amaç “*bilim, sanayi, teknoloji ve tarım alanındaki yenilikleri tanıtmak*”tır. Bunun yanı sıra Gökhan Akçura’ya göre pazar ve hammadde sağlamak da amaçlar arasındadır. Bu kapsamda ilk uluslararası sergi 1851 Londra’da Hyde Park’ta düzenlenen “*The Great Exhibition of the Works of All Nations*” sergisidir. Bunu 1855 Paris ve 1862 Londra beynelmilel sergileri takip eder. Bu araştırmanın konusu açısından özellikle 1867’de Paris’te düzenlenen sergi “*katılan ülkelerin yerel özelliklerini taşıyan ülke pavyonları*”nın sunumunda gerçekleştirilmesi açısından dikkat çekicidir³⁶¹. Osmanlı pavyonu cami, Boğaziçi köşkü ve bir hamamdan oluşmuştur. Sunumda cami dinsel alanı, köşk özel alanı (ev yaşamını), çeşme ise kamusal alanı simgelediği için başarılı bulunmuştur³⁶². Modernleşme ile birlikte kentler arasında düzenlenen panayırlar önce *dünya fuarlarına* daha sonra uzmanlaşmayla birlikte günümüzde *sektör fuarlarına* evrilmektedir.

Dünya fuarlarını düzenleyen normlar ve kanunlar 1928 yılında hazırlanmış ve 1931 yılında Paris’te otuz bir ülkenin katılımıyla düzenlenen konferansta yazılı hale getirilmiştir. Fuarların yer, tarih, organizasyon şartlarını belirlemek ve kontrol etmek amacıyla Uluslararası Fuarlar Bürosu (Bureau International des Exposition-BIE) kurulmuş ve fuar düzenlemek belirli

³⁵⁹ Muhlis Etem, “**Sergi ve Panayır**” *Sergi ve Panayırcılığın İktisadiyatta Ehemmiyeti ve Panayır ve Sergi Bürolarının İdare ve İşletmesi*, s. 15, İstanbul: İstanbul Ticaret ve Sanayi Odası Neşriyatı, 1931.

³⁶⁰ Muhlis Etem, a.g.e. s. 28.

³⁶¹ Akçura, s.33.

³⁶² Akçura, s.35.

kurallara ve belirli teknik şartlara bağlanmıştır. BIE, dünya fuarlarını üçe ayırarak sınıflamaktadır³⁶³:

1. Beş yılda bir düzenlenen Dünya fuarcılığı (World Expo),
2. İki Dünya Sergisi arasında düzenlenen Özel fuarlar (Special Expo)
3. Botanik fuarları

Literatürde kabul edilen bir diğer ayırım ise fuarların içeriğine göre belirlenmektedir³⁶⁴:

1. Genel Fuarlar
2. İhtisas Fuarları:
 - Büyük ihtisas
 - Küçük ihtisas
 - Endüstriye Göre İhtisaslaşmış
 - Pazar Bölümüne Göre İhtisaslaşmış (Tüketici/Entegre/Solo)
3. Coğrafi Bölümlendirme: Bölgesel Fuarlar
 - Ulusal Fuarlar
 - Uluslararası Fuarlar

Gerek dünya fuarları, gerek diğer fuarlar olsun amaç, yüz yüze iletişim kurmak, eğer ihtisas fuarıysa iş bağlantıları kurabilmek veya var olan bağlantıları devam ettirmek, yeni teknolojileri sunmak, ürün satmak, katılımcının (ülke veya firmanın) prestijini göstermek gibi ortak amaçlar taşımaktadır. Fuarda katılımcılar, kendilerini tanıtmak üzere ürünlerini, mimarilerini, teknolojilerini ve kültürlerini sergileme imkânı bulmaktadır.

19. Yüzyıl Dünya fuarları *“katılan ülkeler için, dünyayı yeninin en yenisiyle hayrete düşürmek ve şaşırtmak için hala bir meydan okuma teşkil eder”*³⁶⁵. Yüzyıl fuarları günümüzde düzenlenen fuarların yapısını anlamak için önemlidir, keza bölümlendirme, yerleşim, amaç ve kapsam son iki yüzyılda pek değişmemiştir. Bir katılımcının (ülke, firma vb.) ekonomik sermayesinin büyüklüğü diğer katılımcılardan ayırıştırır ve fuar alanındaki yerleşiminin ana salonda ve/veya merkezi konumda olup olmadığı önemlidir. Örneğin 1873 yılında düzenlenen Viyana Dünya Sergisi ana salonunda, hemen girişin sağında ve solunda ev sahibi ülke Avusturya-Macaristan yer alırken sırasıyla sağında Belçika, İngiltere, İtalya, Danimarka,

³⁶³ <http://www.bie-paris.org/site/en/> (10 Mart 2019)

³⁶⁴ Aytaç Işıklı ve Mümin Balkan (hızl.), **Türk Fuarçılık Tarihi**, İstanbul:İstanbul Fuar Merkezi Yayınları, 2007, s.23.

³⁶⁵ Erik Mattie, **World Fairs**, Princeton: Princeton Architectural Press: 1998, s. 8.

Fransa, Osmanlı İmparatorluğu, Rusya, İsviçre ve Amerika Birleşik Devletleri olarak devam eder. Dolayısıyla buradaki konumlandırmadan dönemin öne çıkan büyük devletlerini ve siyasi güçlerini okuyabilmek mümkün olabilmektedir. Ana salonda olmak, büyük katılımcıların yanında yer almak, çevresindeki komşularının itibarı gibi dinamikler simgesel sermayenin kuruluşu bakımından günümüz fuarlarında da geçerlidir.

Günümüzde Maurice Roche, bu denli uluslararası fuarları ve olimpiyatları modern dünyanın büyük şovları ve törenleri olarak “*mega etkinlikler*” başlığı altında değerlendirmektedir³⁶⁶. Fuarlar, modern uluslararası kültürde etkileyici ve önemli itici güçler olarak bilinirken, aynı zamanda bu tip mega etkinliklerde sunulan ülke temsilcileri de ülke panoramalarını yansıtmaları bakımından “*küresel yoğunlaşma*” yaratmaktadır³⁶⁷. Yoğunlaşmalar ise uzamdaki akışkan ağlar üzerinden gerçekleşmektedir. Manuel Castell’in yeni toplum olarak değerlendirdiği küresel yapı kapitalist üretim biçiminin yeniden yapılanmasıyla şekillenmiştir³⁶⁸. Bu yeniden yapılanma “*enformasyonizm*” sayesinde sözü edilen akışlar uzamında gerçekleşir. Akışların uzamı, “*toplumun ekonomik, siyasi ve sembolik yapılarındaki toplumsal aktörlerin sahip olduğu birbirinden fiziksel olarak ayrı konumlar arasındaki amaçlı, tekrarlanan ve programlanabilir teati ve etkileşim dizileri*” dir³⁶⁹. Küreselleşme ile birlikte internet ve teknolojinin gündelik hayatın bir parçası olması ve küresel ekonominin “*akışkan ağlar uzamı*” fuarları önemli karşılaşma mekanları haline getirmektedir. Kişilerin ve kurumların temas ettiği, yüz yüze bu ağları sağlamlaştırdığı anlar fuarlarda gerçekleşmektedir. Bu yönüyle fuarlar, ekonomik kazanım motivasyonunun yanı sıra ve belki daha önemlisi sosyal sermayenin edinildiği, biriktirildiği geçici mekanlardır. Kitap fuarları özelinde ise bu tür etkinlikler “*alan yapılandırıcı etkinlikler (field configuring events /FCE)*”³⁷⁰ olarak adlandırılmaktadır. Joseph Lampel ve Alan D. Meyer festivaller, fuarlar ve kongreler gibi benzer etkinlikleri “*alan yapılandırıcı etkinlikler*” çerçevesinde değerlendirmektedir. Bu tip etkinlikler belli dönemlerde, bir mekanda, ilgili olduğu alanın tüm paydaşlarını bir araya getirme gücüne sahip

³⁶⁶ Maurice Roche, “**Mega Events and Modernity: Olympics and Expos in the Growth of Global Culture**”, s. 1-5, Routledge, Londra, 2000.

³⁶⁷ Roche, a.g.e., s. 6.

³⁶⁸ Manuel Castell, **Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür**, I. Cilt, çev. , Ebru Kılıç, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2006, s. 546

³⁶⁹ Manuel Castell, a.g.e., 548.

³⁷⁰ Alan D. Meyer, Vibha Gaba ve Kenneth A. Colwell “Organizing Far From Equilibrium : Non Linear Change in Organizational Fields” **Organization Science** 16: 2005, s.456-473; Joseph Lampel ve Alan D. Meyer, “Field Configuring Events As Structuring Mechanisms: How Conferences, Ceremonies and Trade Shows Constitute New Technologies, Industries and Markets”, **Journal of Management Studies** 45:6 Eylül 2008, s.1025-1035.

olan sosyal organizasyonlardır³⁷¹. Farklı organizasyon yapılarından insanları yılda bir veya belli dönemlerde bir araya getiren, sosyal ağlar kuran, bilginin ve teknolojinin gösterildiği, paylaşıldığı ve iş yapma imkanları doğuran etkinliklerdir. Bu tip etkinliklerin diğer büyük çaptaki etkinliklerden ayrılan yönü ilişkide oldukları “alanı” biçimlendirme (yapılandırma) güçleridir. Lampel ve Meyer’e göre FCE olarak kısaltılan *alan yapılandıran etkinlikler (AYE)* belli özellikleri şu şekilde sıralanmıştır:

1. AYE’ler belli bir mekanda fakat çeşitli kurum, organizasyon ve coğrafyadan çok sayıda oyuncunun bir araya gelmesini sağlar
2. AYE’lerin süresi belirlidir. Birkaç saatten başlayarak birkaç güne kadar çıkabilir.
3. AYE’ler yüz yüze ve sosyal iletişim kurma imkanı verir.
4. AYE’ler törensel/seremonik ve dramaturjik etkinliklere sahiptir.
5. AYE’ler bilgi değişimi ve ortak anlam oluşmasına fırsat sunar
6. AYE’ler farklı amaçlarla başka yerlerde kullanılabilecek sosyal ve itibarlı kaynaklar üretir

İstanbul Kitap Fuarı yukarıdaki sınıflandırmaya göre, ziyaretçiye açık bir fuar olması ve perakende kitap satışının yapılması nedeniyle “*tüketici (genel) fuarı*”dır. İstanbul Kitap Fuarı, bu bağlamda girişte değinilen ziyaretçi rakamlarıyla Avrupa’daki kitap fuarları arasında yarım milyonun üzerinde ziyaretçi sayısı ile en büyük “*tüketici fuarı*” olarak yer almaktadır. Tüm bu sınıflandırmaların yanı sıra kitap fuarı, aynı zamanda yayıncılık alanı için AYE’lerden biridir. Yayıncılık alanını etkileme, biçimlendirme ve yapılandırma gücüne sahiptir. Bu bağlamda bölüm içinde TÜYAP’ın kamusalılığı ve bir kültür aracı olarak algılanmasının ardında yatan temel unsur AYE’lerden biri olma özelliği taşımasıdır. Yayınevlerinin yılları içinde alana giren alandan ayrılan ve alanda konum değiştiren yapıları, birbirleriyle yürüttükleri sembolik mücadele TÜYAP özelinde gözlemlenmesini sağlayan unsur burada yatmaktadır.

³⁷¹ Joseph Lampel ve Alan D. Meyer, 2008, s.1027.

3.2. İstanbul Kitap Fuarı'nın Ortaya Çıkışı ve İlk Yılları

İstanbul kitap fuarları 1979 yılında özel bir şirket olarak kurulan ve fuarcılık alanında faaliyet gösteren TÜYAP Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş.³⁷² tarafından düzenlenmektedir. Bu bölümde, bir kitap fuarı düzenleme fikrinin ortaya çıkışı ve ardından TÜYAP'ı bir kültür aracısına dönüştüren koşullar incelenecektir.

Ülke içinde TÜYAP Fuarcılık tarafından düzenlenen ilk İstanbul Kitap Fuarı (1982) öncesinde, belli zamanlarda kitap fuarları/sergileri yapılmıştır. İlk serginin, 1929 yılında Türk Ocakları tarafından “*Türk Matbaacılığı'nın 200. Yıldönümü*” sebebiyle gerçekleştirildiği bilinmektedir. Cumhuriyet döneminde bugünkü anlamda ilk kitap sergi ve fuarı ise, Cumhuriyet'in ilk Basma Yazı ve Resimleri Derleme Müdürlüğü'nün kurucu müdürü olan Selim Nüzhet Gerçek³⁷³ tarafından düzenlendiği bilinmektedir. Gerçek, tarafından hazırlanan 1931'de Galatasaray Lisesi'nde, 1932'de ise Halkevleri adına Beyazıt Meydanı'nda açılan *kitap panayırı* bu anlamda ilk kitap fuarı örneklerindendir. Beyazıt Meydanı'nda açılan kitap panayırında 1800 eser sergilenmiş, panayır dört gün sürmüş ve yayınevleri yayınlarını %10 oranında indirimli satmışlardır³⁷⁴. Buradan, fuarlarda kitapların indirimli satışının yeni bir durum olmadığı anlaşıyor.

Uluslararası anlamda ilk kitap fuarı deneyimi ise, 1937'de Atina'da düzenlenen Türk Kitapları Sergisi olduğu ve ulusal yayıncılığın sergilenmesi amacı taşıdığından ilk bölümde söz edilmişti. Bu kitap sergisini, resim sergisi takip etmiş ve sergiler Atina'ya, ardından Belgrad'a taşınmıştır. Yurtdışında açılan bu sergiler, ilk bölümde ele alındığı gibi, ulus inşası sürecinde kültür alanının devlet eliyle şekillendirilmesinin bir aracı olarak, ulusal yayıncılığın sembolik gücünün sergilenişinin birer örneğidir.

1939 yılında Maarif vekili Hasan Âli Yücel girişiminde ilk yayıncılık kongresi ve “Harf İnkılabının On Yılı münasebetiyle” On Yıllık Neşriyat Sergisi düzenlendiği İlk Bölüm'de

³⁷² Açılımı TÜYAP Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş. 1979 yılında ilk kurulduğunda faaliyet alanı yapı şirketi olduğundan bu adı almış sonrasında da değiştirmemiştir.

³⁷³ Selim Nüzhet Gerçek(1891-1945) araştırmacı- yazardır. Basma Yazı ve Resimleri Derleme Müdürlüğü'nün kurucu müdürüdür.

³⁷⁴ Akçura, s.32.

konu edilmişti³⁷⁵. Fakat bir fuardan ziyade, dil reformunun ardından yayınlanan eserlerin sergilenmesine yönelik bir etkinliktir. 1960'larda ise Editörler Birliği'nin girişimiyle aralarında a dergisi yazarları Kemal Özer, Doğan Hızlan, Ülkü Tamer ve Adnan Özyalçın gibi 1950 kuşağı yazarlarından oluşan bir grup, Harbiye'deki Sergi Salonu'nda kitap sergisi açmışlardır fakat bu etkinlik de süreklilik arz etmemiştir³⁷⁶. Bir diğeri 1979 yılında Türk Kütüphaneciler Derneği İstanbul Şubesi tarafından Atatürk Kitaplığı'nda açılan Uluslararası Çocuk Kitapları Fuarı'dır. Fuarda yirmi üç ülke temsili sağlanırken beş bin kitap sergilenmiş ve fuar otuz bin kişi tarafından ziyaret edilmiştir. Bunun yanı sıra 16-25 Ekim 1987 tarihleri arasında Kültür Bakanlığı tarafından 1. Milli Kitap Fuarı düzenlenmiş ve fuara yetmiş yayınevi katılmıştır.

Özel bir fuarcılık şirketi tarafından düzenlenen profesyonel anlamda ilk kitap fuarı ise TÜYAP'ın 13-20 Kasım 1982 tarihleri arasında Etap Otel'i'nin (bugün Taksim Meydanı'na bakan The Marmara Otel'i'nin yerindedir) balo salonunda düzenlediği İstanbul Kitap Fuarı'dır. Fuarın açılma kararının dokuz büyük ilde 2074 kişiyle yapılan anket sonucuna göre verildiğini belirten şirketin kurucu genel müdürü Bülent Ünal, kitap konulu bir sergiye ilgi duyanlarının oranının %8 gibi bir rakam oluşturması yanında, ülkede on üç milyon okuma yazma bilmeyen insan oluşunun bu sergiyi bir gereksinme haline getirdiğini söylerken:

“İnsanımıza okuma yazmayı öğretip kitabı sevdirebilmemiz ilk hedefimiz olmalıdır. Batı ile kıyaslandığında bu konuda çok geride olduğumuzu üzülerek görüyoruz. Kitap okumayı seven, yazana saygı gösteren bir ulus olarak kazanacağımız çok farklı değerler vardır. Bu nedenle yazara, yayıncıya sahip çıkmamız gerekmektedir. Bu amaç ile açılan kitap fuarında yeni yayınları yeni yayıncıyı tanıtırken yayıncılar arasındaki ilişki, birlik ve dostluğu da geliştireceğiz”³⁷⁷.

Kitap fuarı yapma fikri somutlaşınca birkaç kez dönemin büyük yayınevleriyle görüşülmüş, fakat toplumsal ve siyasal koşullardan dolayı, bir fuara katılma fikrine yayınevlerini ikna edememişlerdir.

³⁷⁵ 27 Nisan 1939 tarihli Ulus Gazetesi'nden, s. 173.

³⁷⁶ Ülkü Tamer, “Kitap Sergisi'nden Kitap Fuarı'na” <https://www.sabah.com.tr/yazarlar/tamer/2006/10/30/kitap-sergisi-nden-kitap-fuari-na> (9 Kasım 2018)

³⁷⁷ “Okumayı Sevenlerin Fuarı Açıldı”, *Günaydın Gazetesi*, 13 Kasım 1982.

Kitap bir ürün olarak “*bipolar*” özelliktedir³⁷⁸. Bipolar olmasını sağlayan hem bir ekonomik ürün olması hem de kültürel bir araç özelliği taşımasıdır. Bir ekonomik ürün gibi dağıtım, satış, ithalat ve ihracatı yapılmakla birlikte aynı zamanda ekonomik bir üründen ayrılarak fikir yayan bir kültürel araç konumundadır. Bülent Ünal da kitap fuarının ekonomik sermaye getirisinin ötesinde, doğrudan yayıncılık alanında yaratacağı sosyal ve kültürel sermaye oluşumuna katkısından dolayı kitap fuarı fikrinde ısrarcı olmuş ve yirmi sekiz yayınevini fuara katılım konusunda ikna etmişlerdir.

İlk kitap fuarının incelenmesinin nedeni, sonraki yıllarda fuarın yükleneceği simgesel sermaye kuruluşunun bu ilk fuarın ardından gelişmiş olduğu düşüncesidir. 1980 askeri darbesi kültürel ve sosyo-ekonomik yaşamda önemli kırılmalar yarattığından³⁷⁹ ve darbe sonrasında 24 Ocak Kararları³⁸⁰ olarak bilinen yapısal düzenlemelerle neoliberal ekonomi politikaların hayata geçirilmesinin toplumsal dönüşümün de habercisi olduğundan söz etmiştik. Hızlı bir biçimde maddi yapı (teknoloji, iletişim, alt yapı vb.) değişirken kültürel yapı aynı hızda dönüşmemektedir. Bu dönüşümün yol açtığı toplumsal gerilim *kültürel boşluk*³⁸¹ ile açıklanabilir. William Ogburn’ün ilk 1915’te ortaya attığı kavram yeni bir yüzyıla geçerken toplumunun kültürel değişimini anlamaya çalışırken kullandığı kavramdır. *Kültürel boşluk* kavramı, siyasal, ekonomik veya maddi (teknolojik) yapıdaki değişimin aynı hızla kültürel ve toplumsal yapıda değişime yol açmamasından kaynaklı bu farkın yarattığı *boşluğu* imlemektedir³⁸². Devlet, bu boşluğu kültürel hegemonya aracılığıyla doldurmaya çalışırken, sivil oluşumlar da kültür alanında alternatif kurumlar aracılığıyla gidermeye çalışmaktadır. Nitekim, darbe sonrası koşullarda kültür alanı hem sivil toplum eliyle, hem de devlet politikasıyla yeniden tesis edilmiştir.

³⁷⁸ Britta Wacks, *Les Maisons d’éditions Allemandes et le Marché Français du Livre*, Paris: Cahiers du CIRAC, 1991, s.5.

³⁷⁹ Aydın Çubukçu, “12 Eylül ve Kültür”, *Praksis* Dergi, 4. Sayı, Güz, 2001, s. 267-275.

³⁸⁰ Korkut Boratav, *Türkiye İktisat Tarihi 1908-1985*, 4. Baskı, İstanbul: Gerçek Yayınevi, 1993, s. 121-122.

³⁸¹ William F. Ogburn’ün Amerikan toplumsal hayatını incelediği çalışmalarından geliştirdiği *cultural lag* kavramının Türkçe’de yaygın kullanımı “kültürel boşluk” olarak geçiyor fakat çeviriler arasında “kültürel gecikme” kavramı da kullanıldığını gördük. Kavramın Türkçesi’nde *boşluk* u kullanmayı tercih etmemizin nedeni Ogburn’ün tanımını maddi ve manevi kültürler arasında eş anlı yürümelerinden kaynaklı bir farkın olmasıdır. Bu farkı da İngilizce’de *lag* ile karşılayan Ogburn sadece gecikmeyi değil o gecikmeden kaynaklanan boşluğu tarif etmektedir. Dolayısıyla biz de boşluk kavramının daha kapsayıcı olduğunu düşündüğümüz için Türkçesi’nde bu kavramı kullanmayı tercih ettik.

³⁸² William F. Ogburn, *The Social Change With Respect to Culture and Original Nature*, Chicago: Universtiy of Chicago Press, 1964, s.25.

TÜYAP, devletten bağımsız özel bir kurum tarafından düzenlenen bir fuar olması sebebiyle fuarda sadece kitap satışının yapılmadığı bununla birlikte etkinlik programı, yayınevlerinin katılımı, konuşmacıların ve yazarların seçimi gibi konularda yayınevleriyle birlikte hareket eden özerk bir kurum olmuştur. Bu özerklik fuarın kültürel boyutunu besleyen yaşamsal bir dinamik sağlarken, böylelikle fuara katılan yayınevi tür ve çeşitliliği korunmuş ve TÜYAP, her tür politik ve kültürel görüşe sahip yazara etkinliklerde kendini ifade etme olanağı sağlayacak kamusal alan imkanı sunmuştur. Nitekim bu durum, yayıncılar açısından zaman için de kitap fuarlarını kültürel bir aracı konumuna da taşıyarak gerek okur gerek yayınevi nezdinde TÜYAP'ı *özgürlük mekanı* olarak algılanmasını sağlamıştır. Bu bağlamda ilk kitap fuarını değerlendirirken önce fuara katılan yayınevleri bakımından-yayın politikalarıyla yayıncılık alanının neresinde durdukları ve hangi yazarlarla fuara katıldıkları- daha sonra fuarda düzenlenen etkinlikleri ve ilk fuarında okurun ilgisi bakımından sonuçları ele alınacaktır. Her üç başlık fuarın ilerleyen yıllarda simgesel sermayesini³⁸³ oluşturan temel öğelerdir.

3.2.1.Katılımcı Yayınevleri Bakımından İlk Kitap Fuarı

İlk kitap fuarına, yayıncılık alanında bulunan yayınevlerinin çoğunluğunun katılımı sağlanamamış, fuar sadece yirmi sekiz yayınevinin katılımıyla açılmıştır. Toplam 320 metrekarelik bir alanda gerçekleşen ve dokuz gün süren fuarda en büyük metrekarelik standı sahip olan yayınevleri 21 metrekare ile Adam Yayınları, 18'er metrekare ile E-Da, Karacan Yayınları ve Gelişim Yayınları ve Lebib Yalkın yayınları olmuştur. İlk yerleşim planından yayınevlerinin ekonomik sermayelerini okumak mümkün değildir, zira metrekareler birbirine yakındır ve standarttır. Toplam sergileme alanı neredeyse katılan tüm yayınevlerine eşit biçimde bölünmüştür. Yayınevleri henüz ilk fuarda ne kadar okura ulaşacaklarına dair bir bilgiye sahip olmadığından fuar deneyimi henüz oluşmamıştır. Bu nedenle kaç adet kitap satılacak, ne kadarlık bir sergi/stant alanına ihtiyaç var gibi soruların cevabı fuar deneyimiyle

³⁸³ Pierre Bourdieu, toplumsal sınıf ve egemen ilişkileri açıklarken sadece ekonomik temelli bakışın yeterli olmadığını bunun yanı sıra alanlar içinde farklı tür sermayeler aracılığıyla sistemin yeniden üretildiğini belirtir. Bu noktada Bourdieu dört tip sermaye türü sahipliğinden söz eder. Buna göre ekonomik sermaye, kültürel sermaye, sosyal sermaye ve simgesel sermaye bulunmaktadır. Simgesel sermaye, diğer sermaye türlerini kısmen içinde barındıran sermaye türüdür. Bireyin veya bir kurumun sahip olduğu simgesel sermaye saygınlık, itibar, ün, unvan gibi ayrıcalık yaratan bir sermaye türüdür.

ilerleyen yıllarda kazanılacaktır. Dolayısıyla, ilk fuarın metrekaresi belirlenirken yayıncının talebinden ziyade, fuar yönetiminin yönlendirmesi etkili olmuştur.

Fuara ilk yılında katılan yayınevlerinin önemi, katılımcı yayınevlerinin yayıncılık alanındaki konumlardan ileri gelmektedir. Fuarın katılımcılarından Adam yayıncılık, Varlık yayınları, Cem yayınları, Yapı Kredi ve E yayınları dönem itibarıyla yayıncılık alanında kültürel sermayeleri bakımından güçlü konumda yer almaktadır. Bu nedenle ilk kez düzenlenen bir kitap fuarı oluşumuna katılmaları, TÜYAP'a kurum olarak güven sağlayan bir meşruluk kazandırmıştır.

1981 yılında Nazar Büyüm tarafından kurulan *Adam yayıncılık* dönemin önemli edebiyatçıları bünyesinde toplamış bir yayınevidir (fuarın açıldığı 1982 yılında yayınevinin bastığı kitap sayısı 120'dir). Yaşar Kemal, Aziz Nesin, Nazım Hikmet, Melih Cevdet Anday, Memet Fuat, Oktay Rifat ve Server Tanilli yayınevinin yazarları arasındadır. Dönemin yayıncılık alanında öne çıkan özelliklerinden biri Ansiklopedi yayıncılığıdır ve Adam yayınları; Yurt Ansiklopedisi ve Türk ve Dünya Büyükleri Ansiklopedisi, Medica Genel Kültür Ansiklopedisi gibi temel başvuru kaynaklarının yayıncısıdır. Adam yayıncılık, yayıncılık alanındaki etkin olan yayınevlerinden biri olarak uzun yıllar kitap fuarlarının da katılımcısı olmuştur.

1968 yılında gazeteci yazar Cengiz Tuncer ve Aydın Emeç tarafından kurulan fuarın katılımcılarından *E yayınları*, özellikle çeviri kitapları ile dünya edebiyatının modern eserlerini Türkçe'ye kazandırmış yayınevlerinden biri olarak fuara katılmıştır. E yayınları halihazırda faaliyetine devam etmekte ve fuara katılmaktadır.

Oğuz Akkan tarafından 1964 yılında kurulan *Cem yayınevi* Orhan Kemal, Sabahattin Eyüboğlu, Tahir Alangu, Behçet Necatigil, Tahsin Saraç, Doğan Avcıoğlu, Abdi İpekçi gibi yazar, gazeteci ve aydınların kitaplarını basmıştır. İlk kitapları ise Nobel Edebiyat serisi ile Nobel ödüllü yazarların eserleri olmuştur. Şiir antolojileri, çocuk edebiyatı klasikleri ve ansiklopedi yayınları da Cem yayınevinin bastığı türler arasındadır. Yayınevi, aynı zamanda 1980 sonrasında kurulan en büyük kitap dağıtımçılarından biri olan Cem-May dağıtımın da kurucularındandır. Bir önceki bölümde ayrıntılı ele aldığımız gibi dağıtım konusu yayıncılık alanındaki en temel konulardan biridir. Dağıtım, hem yayıncılık zincirinin okura ulaşmada kilit

rol oynayan halkasıdır hem de farklı, bağımsız, alternatif yayıncılığın önünü ayakta kalmasını sağlayan en temel yayın halkasıdır. Bu konuda Belge yayınlarının kurucusu Ragıp Zarakolu, bu dağıtımın tarihi (Cem-May'ın), bir anlamda sol kültürün kitleselleşmesinin tarihidir³⁸⁴ diyerek Cem-May'ın sol-muhafız yayıncılar açısından önemine vurgu yapmaktadır. **May yayınları** ise, kurucusu Mehmet Ali Yalçın tarafından Nobel edebiyat dizisi ile yayıncılığa başlayarak 1960'lı yılların en önemli yayıncılarından biri haline gelmiştir. Odağı edebiyat yayıncılığı olan May yayınları, kurucusunun ölümünden sonra (1981) kapanmak durumunda kalır, dağıtım şirketi Cem-May ortaklığındaki hissesi de el değiştirir.

Dönemin büyük yayınevlerinden biri olan ve fuara katılanlar arasında *Varlık* yayınları gelmektedir. 1950-1960 yılları arasında Türk edebiyatını besleyen ve yeni yazarların ilk eserlerinin yer aldığı Varlık dergisi ve Varlık yayınları fuarın öne çıkan yayıncısıdır ve o yılki katılımcıları arasında yayıncılık alanının edebiyat yayınlayan yayınevi olarak en güçlü simgesel sermayeye sahip yayınevlerinden biri konumundadır.

Kitap fuarının ilk yılındaki katılımcıları arasında İslami yayıncılık politikasına sahip tek katılımcısı *Yeni Asya Neşriyat*'tır. 1970 yılında Mehmet Kutlular tarafından kurulan Yeni Asya gazetesine bağlı Said-i Nursi'nin eserlerinin yayıncısı olan Yeni Asya Neşriyat, ilk yılından itibaren fuarın katılımcılarından olduğu anlaşılmaktadır. Yayınevi, kitap fuarı katılımcılarını tanıtan fuar kataloğunda yayınevi iletişim bilgilerinin yanında hakkında bölümüne yayın politikasıyla ilgili bir bilgi vermemiş sadece bilgi olarak “1970 yılında kurulmuştur” ibaresini eklemiştir. Yayınevinin yayın politikasına dair ayrıntılı bilgi ilerleyen yıllarda gerçekleşen kitap fuarlarının kataloglarında yer almıştır. Bunun nedeni, profesyonel anlamda bir katalog doldurma deneyiminin olmaması olarak açıklanabileceği gibi yayınevinin yayın politikasını fuarın resmi kataloğu³⁸⁵ aracılığıyla kamuoyuyla paylaşmak istememesi de olabilir.

Fuara gazetelere bağlı yayınevleri de katılmışlardır. *Çağdaş yayınları* daha sonra Cumhuriyet Kitap Kulübü ve Cumhuriyet Kitapları adını alacak olan Cumhuriyet gazetesine

³⁸⁴ Ragıp Zarakolu, “12 Eylül’e Karşı Bir Direniş Odağı: CemMay Dağıtım”, **Evrensel Gazetesi**, <https://www.evrensel.net/yazi/80277/12-eylule-karsi-bir-direnis-odagi-cemmay-dagitim> 15 Kasım 2017.

³⁸⁵ Fuar katalogları ilk yıllarında basına, yazarlara ve fuara katılan kurumlara bedelsiz olarak dağıtılmakta fuarları mevzuat bakımından denetleyen kurum olan TOBB’a fuar sonrası raporla birlikte ulaştırılmaktadır.

bağlı yayınevidir. Diğer gazeteye bağlı yayıncılar ise *Milliyet* ve *Hürriyet*'tir. Milliyet yayınları AD yayınlarına dönüşecek ardından *Doğan Kitapçılık* ve *Doğan Egmont* olarak yoluna devam edecektir. Günümüzde varlığını devam ettiremeyen Baskan, Gelişim ve Karacan yayınları da dönemin ansiklopedi ve sözlük yayıncılığında öne çıkan yayınevlerindendir. Doğan Kardeş Yayınlarını yayınlayan *Yapı ve Kredi* Bankası yayınları, fuarın ilk yıldan itibaren katılımcılarından biri olmuştur. Ansiklopedi yayıncılığın öncü kuruluşlarından olan *Arkın Kitabevi*, ilk yılından itibaren fuarın katılımcılarından olmuştur. Arkın Bilgiler Demeti, Cumhuriyet Ansiklopedisi, Modern Büyük Atlas, Ansiklopedik Sinema Sözlüğü, Gökkuşığı Coğrafya Ansiklopedisi, Bilimler Ansiklopedisi ve Arkın Aile Ansiklopedisi gibi özellikle orta sınıf eğitilmiş ailelerin evinde bir veya bir kaçının bulunduğu yayınlar yayınlayan yayınevidir. Aşağıda yer alan Tablo 17'de ilk fuar katılımcılarının kiraladıkları stant metrekaresi yer almaktadır. Burada yayınevlerinin fuara birbirine yakın metrekaresinde katıldıkları görülmektedir. Aynı zamandan büyük veya küçük metrekaresi ayrımı baskın bir fark yaratmamaktadır. Daha ziyade sınırlı fiziki alanın paylaşılması söz konusudur.

Tablo17
İstanbul Kitap Fuarı'na Katılan Yayınevleri Listesi (1982)

Yayınevi Adı	Yayın Türü
Milliyet	Kültür
Bilge	Kültür
Cem /May	Kültür
Adam Yayıncılık	Kültür
Baskan Yayınları	Kültür
Gelişim	Kültür
Haşet	Kültür
Anda Dağıtım	Kültür
Hürriyet	Kültür
Arkın Kitabevi	Kültür
Varlık Yayınları	Kültür
Karacan Yayınları	Kültür
Grolier	Kültür
Amerikan Neşriyat	Kültür
Red House Yayınları	Eğitim
Çağdaş	Kültür
Yeni Asya	Kültür
Yapı Kredi	Kültür
Lebib Yalkın	Eğitim
E-Da Yayınları	Kültür
Osmanlı Yayınları	Kültür
E Yayınları	Kültür

Kaynak: TÜYAP Arşivi

Fuarın yapıldığı salonun merkezinde Baskan, Anda, Hürriyet ve Haşet yayınları ilk adayı paylaşmaktadır. Hemen karşısında ise E-da, Karacan, Grolier, Osmanlı, Arkın Kitabevi ve Varlık yayınları bulunmaktadır (Bkz. Resim 1). Bunların karşısında duvar kenarında ise Çağdaş, Yapı Kredi, Yeni Asya, Red-House ve Amerikan Neşriyat aynı hat üzerindedir. Salonun girişinde sağdaki hat duvar kenarında ise Milliyet, Bilge, Cem-May ve Adam yayıncılık yer almaktadır. Yerleşimin bu şekilde planlanması bilinçli bir yerleşimden ziyade,

3.2.2. Etkinlikler Bakımından İlk Kitap Fuarı

Bir önceki bölümde yayınevleri bakımından TÜYAP'ın bir kültürel aracı konumuna gelmesini sağlayan unsurların başında fuara katılım kararlarıyla birlikte aldıkları yerleri ve etkinlikler bağlamında kendilerini ifade edebilmeleri konusundaki özgürlüklerine değinilmişti. Bu açıdan fuarda düzenlenen etkinlikler simgesel sermayenin kuruluşunda öne çıkan unsurdur. Fuar yönetimi, yayınevlerinin yazarlarına herhangi bir müdahalede bulunmaksızın etkinlik yapabilme olanağı sağlamaktadır. Etkinlik düzenlemek isteyen yayınevinden herhangi bir başvuru bedeli talep edilmemekte veya başvuru için herhangi bir yasal ön şart bulunmaktadır. Benzer durum etkinliğe katılacak ziyaretçi için de geçerlidir, etkinliğe katılım için bir şart veya bedel aranmamaktadır. Dolayısıyla fuara katılan yayınevi kendini ifade edecek etkinlikler düzenleyerek fuarı hem kamuya mal etmekte, hem de diğer etkinliklerle birlikte kamusal alana dönüştüren fuar programında yer almaktadır.

İlk kitap fuarında imza ve söyleşi yapan yazarlar Uğur Mumcu, Arslan Başer Kafaoğlu, Tarık Buğra, Oktay Akbal, Attilâ İlhan, Bekir Yıldız ve Aziz Nesin olmuştur. Yazarların büyük çoğunluğunun sol siyasetle ilintili veya muhalif yazarlar olmaları, ilerleyen yıllarda fuarın kültürel alanının da sol ile ilintilendirilmesine yol açacaktır. Söz konusu yazarlar, 5 Mayıs 1984'te Türkiye Büyük Millet Meclisi'ne (TBMM) sunulan 1300 aydın tarafından imzalanan ve kamuoyunda *Aydınlar Dilekçesi* olarak bilinen demokrasinin tüm kurumlarıyla yeniden tesisini talep eden bildirinin imzacısıdır³⁸⁶. Nitekim bölümün girişinde de söz ettiğimiz gibi, ilerleyen yıllarda kitap fuarını sadece kitap satışının yapıldığı ticari bir faaliyet olmaktan çıkaracak ve bir kültür aracısı haline dönüştürecek dinamik, bu algı etrafında şekillenecektir. Söyleşi, panel, şiir dinletilerinden oluşan fuarın etkinlik programı ilk yılından itibaren

386 Aydınlar Dilekçesi'nin imzacılarından 56 aydının haklarında bildirge nedeniyle dava açılmıştır. Dava açılanlar arasında: Aziz Nesin, Hasan Gürsel, İlhan Tekeli, Uğur Mumcu, Erbil Tuşalp, Haluk Gerger, Bahri Savcı, Yalçın Küçük, Mahmut Öngören, Mete Tunçay, Şerafettin Turan, Yakup Kepenek, Murat Belge, Halit Çelenk, Mehmet Emin Değer, Korkut Boratav, Mustafa Ekmekçi, Tahsin Saraç, Nurkut İnan, İnci Aral, Güler Tanyolaç, Güngör Aydın, Haldun Özen, Haki Bülent Tanık, Güngör Dilmen, Gencay Gürsoy, Vedat Türkali, Özay Erkılıç, Salih Şencan, Kemal Demirel, Veedi Sayar, Tullui Sönmez, Onat Kutlar, İlhan Selçuk, Ümit Erdoğan, Berna Moran, Minu İnkaya, Veli Lök, Emre Kapkın, Cahit Tanör, Yılmaz Tokman, Şinasi Acar, Ali Oralp Basım, Ruşen Hakkı Özpençe, Hayri Tütüncüler, Güngör Türkeli, Atif Yılmaz, Başar Sabuncu, Orhan Ş. Balcıoğlu, Erdal Öz, Turgut Kazan, Talat Mete, Ercan Ülker, Ahmet Kocabıyık, Ali Cumhuri Ertekin, Yılmaz Polat, Gürsoy Dinç, Cemal Nedret Erdem, Muhittin Yavuz Aksu.

<http://bianet.org/biamag/bianet/19444-aydinlar-dilekcesi-tam-metni> (17 Haziran 2019)
<https://140journos.com/ortak-haf%C4%B1zada-bug%C3%BCn-15-may%C4%B1s-1984teki-ayd%C4%B1nlar-dilek%C3%A7esi-d31fb487c3c5> (17 Haziran 2019)

yayınevlerinin kültürel sermayelerini gösterebildikleri ve programda yer alarak görünürlüklerini arttırdıkları, bundan dolayı da simgesel sermayelerini yükselttikleri önemli bir unsur olmuştur. İlk kitap fuarının etkinlik programında Aydınlar Dilekçesi imzacılarından olan yazarların ağırlığının görülmesi fuarın sol bir kimlik taşıdığı algısı daha da belirginleşmiştir³⁸⁷.

İlk yıl fuara katılan yazarların tamamı yerli yazarlardır, ertesi yıl düzenlenen II. Kitap Fuarı'na ise yurt dışından yazar davet edilmiştir. Fransız yazar Roger Garaudy, imza gününe ve basın toplantısına katılmıştır³⁸⁸ ve toplantıya dinleyici olarak bin kişinin katıldığı kaydedilmiştir³⁸⁹. Garaudy'nin fuarın yurt dışındandan gelen ilk konuğu olmasından çok dikkat çekici tarafı bir Avrupalı yazar olarak din değiştirmesidir. Davetli olan Nikos Vrettakos ve Cengiz Aytmatov'un ise gazete haberlerinden fuara gelemediğini görüyoruz³⁹⁰. Davetli olarak bu yazarların seçilme nedenleri ise yazınsal bir kriterden ziyade yayınevleri ve fuar yönetimi arasındaki kişisel ilişkilerden kaynaklandığını gözlemliyoruz. İkinci kitap fuarından itibaren fuarın yönetimini kendisi de yazar olan Demirtaş Ceyhun³⁹¹ yürütecektir. TÜYAP öncesinde de yazarlık kimliği ve kitabevi yöneticiliğiyle yayıncılık alanının içinde olan Ceyhun'un yurt dışından yazar davetlerinde sahip olduğu sosyal sermaye birikimleri ve kişisel ilişkileri etkili olmuştur.

TÜYAP ilk yılında kurduğu özerkliğini ilerleyen yıllarda da korumuştur. İşbirliği yaptığı devlet kurumları olmakla birlikte bu işbirlikleri içeriğe yönelik olmamıştır. Fuarların içerikleri-katılımcı yayınevlerinin yerlerinin ve katılımlarının belirlenmesi, etkinlik programının oluşturulması, onur yazarı ve tema seçimine karar verilmesi vb.- tamamen TÜYAP'ın yönetiminde belirlenmiştir. Dolayısıyla bu durum ilerleyen yıllarda da kitap fuarlarının kamusal alan olarak kalmasına olanak vermiştir.

³⁸⁷ Mehmet Akif Memmi, **Bir Siyasal Alan Olarak Yayıncılık**, İstanbul: SETA Vakfı Yayınları. https://setav.org/assets/uploads/2017/03/Analiz_192_web1.pdf 2017:192, (5 Mayıs 2019).

³⁸⁸ **Hürriyet**, 23 Kasım 1983.

³⁸⁹ **Cumhuriyet**, 23 Kasım 1983, s. 11.

³⁹⁰ **Tercüman**, 26 Kasım 198, s. 7. Nikos Vrettakos ve Cengiz Aytmatov'un ülkelerinden *siyasi sebeplerle* çıkış izni alamadıkları için fuara katılamadıkları yazmaktadır.

³⁹¹ Demirtaş Ceyhun (1934-2009) hikaye ve roman yazarı olan Ceyhun, Türkiye Yazarlar Sendikası'nın kuruluşunda ve yönetiminde de yer almıştır. TÜYAP'ta on yıl (1983-1993) kitap fuarının koordinatörlüğünü yürüttükten sonra kurduğu Sis Çanı yayınevinde yöneticilik ve Aydınlık gazetesinde de yazılar yazmıştır. Ceyhun'un ardından 1994-2020 yılları arasında kitap fuarı yönetimini Deniz Kavukçuoğlu yürütmüştür.

İlk fuarın ziyaretçi sayısının dokuz günde toplam 62 bin kişi ile beklenenin üstünde gerçekleşmesi, insanların fuarı gezebilmek için kapıda kuyrukta beklemesi³⁹² ve yazarlara yoğun ilgi büyük bir heyecan yaratmıştır. Bir tüketici fuarı olarak, kitap fuarını ilk yılında başarılı olarak addedilmesinin öncelikli kriteri ziyaretçi sayısının yüksekliği ve yayınevlerinin kitaplarını satabilmiş olmalarıdır. Dolayısıyla, okurun kitaba ulaşması ve yayıncının tüm yayınlarını sergileyebilmesi açısından darbe sonrası koşullarda TÜYAP önemli bir boşluğu doldurmuştur. Bu açıdan TÜYAP, hem katılımcı yayınevleri açısından özerklik bağlamında hem de ziyaretçi okurlar açısından sivil bir kültürel alan bağlamında değer yaratmıştır. Nitekim, katılan yayınevleri %20 ila %30 oranında indirimler uygulamış ve fuar ziyaretçilerinin %70'i fuardan 1-3 kitap satın alarak ayrılmışlardır³⁹³. Bu oran fuara gelen ziyaretçinin sadece fuarı dolaşmak, gezmek için gelmediğini kitap satın alan *okur* olduğuna, yani doğru kitleye ulaşıldığına dair bilgi vermektedir.

Fuara katılan yayınevlerinin %93'ü kitap satışı yapmış yani fuara katılan neredeyse her yayınevi en az 1 kitap mutlaka satmıştır. Yayıncıların %35'i ise toptan satış yaptıklarını belirtmişlerdir³⁹⁴. Bu oran fuarı, sadece perakende satışı değil toptan satışlarla: kurumlar-kütüphaneler, dağıtımıcılar vb. ziyaret ettiğini ve kitap satın aldıklarını göstermektedir. Bir önceki bölümde belirtildiği gibi TÜYAP ilk yılından itibaren yayıncılık zincirinin halkalarını da bir araya getirmektedir. Fuarın bu anlamda başarılı geçmesi sonraki yıl düzenlenen fuara katılımcıları cesaretlendirmiştir ve yayınevi sayısının da ziyaretçi sayısının da artmasını sağlamıştır. Ertesi yıl düzenlenen ikinci kitap fuarında ziyaretçi sayısının 3,5 katına çıkarak 200 binlere ulaşması, ilk fuarın yarattığı etkinin sonucudur. Kitap fuarı, sonuçları itibarıyla daha ilk yılından kitabın hem kültürel hem ekonomik sermaye birikiminin mümkün olabileceğini göstermiştir.

İlk kitap fuarının ziyaretçi profiline bakıldığında ise genç bir okur profilinin fuarı takip ettiği anlaşılmaktadır. Ziyaretçilerin %72'si otuz yaşının altında okurlardan oluşmaktadır. %80'i lise ve üniversite mezunudur. Dolayısıyla fuarın ziyaretçisi olan okur aynı zamanda

³⁹² Kitap fuarının ilk yıllarından itibaren giriş bedeli olmakla birlikte öğrenci, öğretmen, emekli ve engellilere girişler ücretsizdir. İlk kitap fuarının giriş bedelinin 150 TL'dir. Fuarlarda giriş bedeli uygulaması sonraki yıllarda da devam etmiştir, bu konuda fuar yönetiminin ısrarlı davranmasının nedeni fuarın özel bir etkinlik olduğu ve bunun sembolik bir bedelinin olmasının "değer" yarattığına dair olan inançtır.

³⁹³ TÜYAP Arşivi. TÜYAP I. Kitap Fuarı Katılımcı ve Ziyaretçi Anket Raporu.

³⁹⁴ TÜYAP Arşivi. TÜYAP I. Kitap Fuarı Katılımcı ve Ziyaretçi Anket Raporu.

eğitimli kesimden gelmektedir. Bu demografik veriler sonraki yıllarda fuara gitme alışkanlığı doğuracağından fuara *kuşaklararası* özellik sağlayacaktır. 1980’li yıllarda üniversite öğrencisiyken kitap fuarını ziyaret etme alışkanlığı edinen öğrenciler kendi çocukları olduğunda, onları da fuar deneyimiyle tanıştıracaklardır. Bu anlamda bir geleneğin oluşması sağlanmıştır: kuşaktan kuşağa kitap fuarı ziyareti. Bu gelenek fuarın genç ve eğitimli bir okur kitlesine ulaşması sonraki yıllarda fuarın kamusal bir alana dönüşmesini sağlayacak önemli dinamiklerden biridir. Özellikle üniversite öğrencileri çeşitli eylem ve kampanyalarla fuarın bu yönünü ilk keşfedenler olmuşlardır. TÜYAP da bu potansiyelin farkına vararak sivil toplum kuruluşları (STK) ve sivil oluşumlara³⁹⁵ bünyesinde yer açarak yayınları aracılığıyla seslerini duyurmalarına imkan tanımıştır.

3.3. TÜYAP Kitap Fuarı’nın Okur ve Mekân Bağlamında Yapısal Gelişimi

Kitap-lık Dergisi, İstanbul Kitap Fuarı’nın otuzuncu yılı (2011) için hazırladığı özel sayısında, kitap fuarının tarihsel dönüşümünü fuarı dönemlere ayırarak incelemektedir. Derginin yaptığı ayrıma göre “1980’ler kitabın “*aklanma*” dönemi, 1990’lar “*okur bayramı*” dönemi, 2000’ler ise “*kitap endüstrisi*” dönemi olarak kategorileştirilmiştir³⁹⁶. Bu yorum, kitap fuarının dönüşümüyle birlikte yayıncılık alanının dönüşümü ve beraberinde mücadelenin seyrini göstermesi bakımından önemlidir.

TÜYAP kitap fuarları 1982-1986 yılları arasında Etap Marmara Otel’i’nin Balo Salonu, 1987-2001 yılları arasında Tepebaşındaki TÜYAP olarak bilinen Sergi Sarayı’nda, 2002’den günümüze (2019) ise Beylikdüzü’ndeki Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi’nde düzenlenmiştir. Yukarıdaki tanımlamada dikkate çekildiği gibi Tepebaşı yılları “okur bayramı” olarak

³⁹⁵ STK’lar, ilk yıllardan itibaren herhangi bir katılım bedeli ödemeksizin kitap fuarlarında yer edinmişlerdir. Önceliğin edebiyat ve yazar örgütlerine (PEN, TYS, Edebiyatçılar Derneği vb.) tanındığı STK’lar arasında yayını olan insan hakları, kadın örgütleri, hayvan hakları, kültür ve sanat platformları gibi oluşumlar gelmektedir. Özellikle fuarın Beylikdüzü’ndeki merkeze taşınmasıyla birlikte bir sergileme salonunun çoğunluğu STK’lara ayrılmaktadır. Yıllara göre katılım değişmekle birlikte ortalama her yıl 50 ila 70 STK kendine yer bulabilmektedir.

³⁹⁶ Kitap-lık Dergisi, “Editörden”, Sayı 154, (Kasım 2011), s.1.

görülmektedir. Kitap fuarlarının Beylikdüzü’ndeki profesyonel bir fuar merkezine taşınma fikri ise “kitap endüstrisi”nin gelişimine paraleldir.

3.3.1. Kitap Fuarının Mekânsal Gelişimi-Neoliberalizmin Kent Politikaları

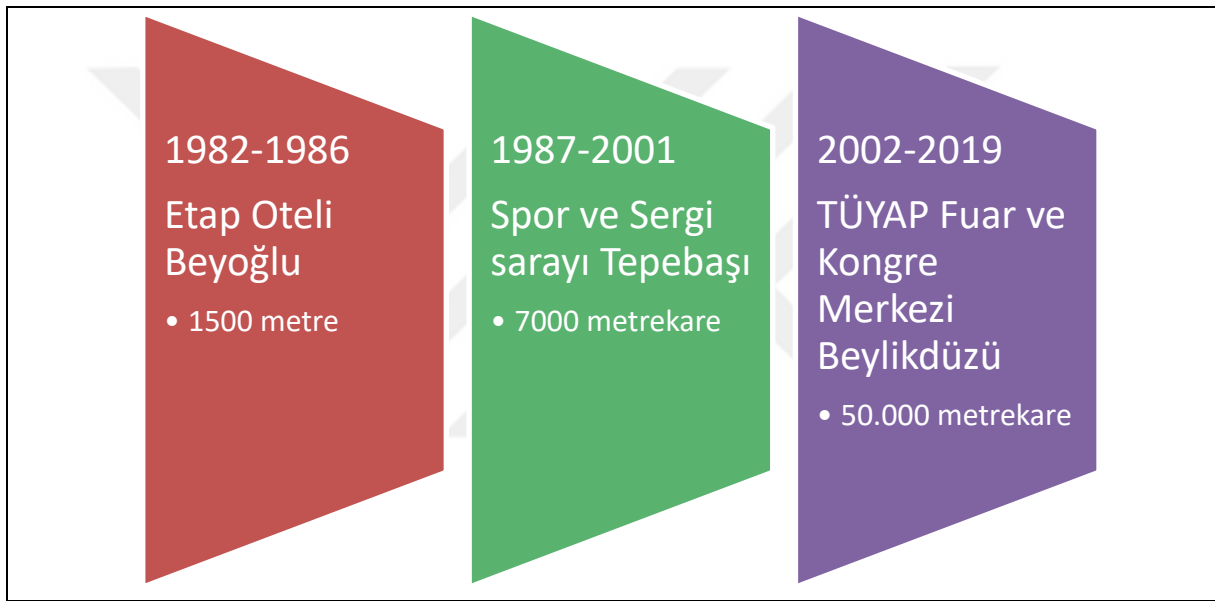
1980’li yıllar Türkiye’de neoliberal ekonomi politikalarının hayata geçtiği yıllardır. Piyasa ekonomisine geçişle İstanbul’un küresel kentler arasına sokulma hedefi farklı iktidar yönetimlerini kapsayacak şekilde uzun soluklu bir projenin parçası olmuştur³⁹⁷. Küresel kentlerin özelliği, uluslararası sermaye hareketlerini çekecek şekilde hizmet sektörünün, emlak piyasasının gelişmesi ve *kültürün* büyük yatırım projelerinin içine dahil edilmesi sonucunu doğurmuştur. Kongreler, konferanslar, festivaller, büyük sergiler ve fuarlar kültürün dahil edilme biçimleridir. Dolayısıyla TÜYAP’ın 1982’den günümüze geline nokta üç ayrı mekânda yer edinmesi İstanbul’un bir küresel kent olarak olarak neoliberal politikalar eliyle dönüşümünün bir parçası olmasından bağımsız değildir.

İstanbul Kitap Fuarı, 1982-1986 yılları arasında Taksim’de meydana bakan Etap Otelinde düzenlenmiştir. Fakat kısa sürede katılımcı yayınevi sayısının artışıyla birlikte fiziki mekân dar geldiği için 1987 yılında Tepebaşı’na –sonraki yıllarda TÜYAP olarak hafızalarda yer edecek- Spor ve Sergi Sarayı’na taşınmıştır. Yayıncılardan gelen katılım talepleri ve ziyaretçilerin yoğun ilgisiyle kitap fuarı, 1992 yılında bulunduğu mekânda alt katı da hizmete açarak var olan mekânı içinde fiziki olarak metrekaresi bazında büyüyebileceği son noktaya ulaşmıştır. 2002 yılına gelindiğinde ise TÜYAP’ın kendi fuar merkezinin tamamlanmasının ardından Beylikdüzü’ne taşınmıştır. Dolayısıyla mekânsal değişimin öncelikli nedeni fuarın fiziki olarak büyümesidir. Yayınevi sayısındaki artış, fuara katılmak isteyen yayınevlerine yer bulunamaması, ziyaretçi sayısının yüz binlerin üzerine çıkması gibi koşullar fuarın fiziki

³⁹⁷ Binnur Öktem, “Neoliberal Küreselleşmenin Kentlerde İnşası: AKP’nin Küresel Kent Söylemi ve İstanbul’un Kentsel Dönüşümü Projeleri”, **Planlama Dergisi**, Sayı:36, 2006/2, s. 53-64.

büyümesini zorunlu kılmıştır. Elbette bu durum yayıncılığın sektörleşmesinin de bir göstergesidir.

TÜYAP'ın 1982-1986 yılları arasında Etap Oteli'ndeki mekânında da farklı büyüklükler karşımıza çıkmaktadır. İlk sene-Grafik 3'te görüldüğü gibi 320 metrekarelik bir alanda başlayan kitap fuarı, ikinci yıl fuayenin de sergileme alanına katılmasıyla birlikte 1500 metrekareye kadar çıkmıştır.



Grafik 3: Yıllara Göre Fuar Mekanları ve Fiziki Büyüklükleri (kitap fuarı için kullanılan sergileme salonlarının brüt metrekarelerini belirtmektedir)

Kaynak: TÜYAP Arşivi

Kitap fuarı 1987 yılında, on beş yıl kesintisiz ikametgâhı olacak olan Spor ve Sergi Sarayı'na taşınır. Basının ve ziyaretçilerinin TÜYAP olarak hafızalarında yer alacak bu yer Tepebaşında bugünkü Odakule'nin karşısında günümüzde TRT'nin yer aldığı binadır³⁹⁸. İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin (İBB) mal sahibi olduğu ve TÜYAP'ın kiraladığı bu

³⁹⁸ Tepebaşı TÜYAP olarak geçen mekan 1890'da yapılan Tepabaşı Dram Tiyatrosu'nun bulunduğu yerdir. Mülkiyeti İBB'ye ait olan mekan TÜYAP'ın buradan taşınmasının ardından İnan ve Suna Kıraç Vakfı'na müze projesi için verilmesi öngörülmüştü. Bu alanın projesini çıkaran Vakıf, dünyaca ünlü mimar Frank Gehry ile müzeyi projelendirmiştir. Fakat İBB ve Vakıf arasındaki anlaşmazlık nedeniyle proje hayata geçirilememiştir. İBB, Ümraniye'deki TRT'ye ait park alanı ile yine TRT'nin Büyükçamlıca'daki rekreasyon alanı karşılığında takas edilmiştir (2018). <https://www.haberturk.com/unlu-tarihi-mekan-trt-nin-olacak-2177020#> (3 Mart 2019)

bölgenin-Tepebaşı- kitap fuarları sayesinde *mekânın markalaşmasına*³⁹⁹ örnek oluşturacak şekilde ilerleyen yıllarda adı TÜYAP olarak anılacaktır. Bu mekânda kitap fuarlarının sembolik değeri artmış, TÜYAP her yıl takip edilmesi gereken, kentin kültür-sanat üçgeninde⁴⁰⁰ yer alan bir etkinlik haline gelerek AYE'lerden biri olmuştur. TÜYAP'ın kurumsal tarihinde Tepebaşı'ndaki kitap fuarı yıllarının ayrı bir önemi vardır. TÜYAP'ın bir sonraki bölümde ele alınacağı üzere kamusal bir alan olarak algılanmasına ve kentin kültür-sanat üçgeninde konumlanarak bir kültür aracısı haline dönüşmesini sağlayan etmenlerden biri de bu mekânsal aidiyettir. On beş yıl süren Tepebaşı'ndaki varlık, mekânsal aidiyeti perçinlerken, fuarın kültürel, ekonomik ve sosyal sermayesiyle birlikte simgesel sermayesini de arttırmıştır. Nitekim bu yıllar kitabın da simgesel sermayesinin yükseldiği yıllardır. 1990'lı yıllar boyunca yayıncılık alanına yeni yayınevleri katılmış ve fuarda yer edinmek istemişlerdir. Bir taraftan fiziki büyümek ihtiyacı bir taraftan Tepebaşındaki ev sahibi kurumun TÜYAP'la sözleşmesini feshetmesi nedeniyle⁴⁰¹ fuar için yeni bir fiziki mekân ihtiyacı doğmuştur ve 21. İstanbul Kitap Fuarı, TÜYAP'ın kendine ait Beylikdüzü'ndeki Fuar ve Kongre Merkezi'ne taşınmıştır.

TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi'nin yer aldığı Beylikdüzü, 2000'li yıllarda site ve toplu konut (TOKİ) tipi yerleşimin geliştiği, hızlı iç göç (kır kent/kent-kent) alan bir ilçe olarak öne çıkmaktadır. Arazi dağılımının %47'sinin konuta ayrıldığı Beylikdüzü'nün 2007 yılında 112 bin olan nüfusu, 2018'e gelindiğinde 331 bin 525 kişiye ulaşarak yaklaşık üç kat artış kaydetmiştir⁴⁰². Kooperatif, TOKİ ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin toplu konut yapıları, Beylikdüzü'nün bu iç göçte tercih edilme nedenleri arasındadır⁴⁰³. Bu durum 1980'li ve 1990'lı yıllarda küreselleşme ve neoliberal ekonomi politikalarının-1980 Askeri darbesi sonrasında hayata geçirilen 24 Ocak kararları ve beraberinde küresel ekonomi ile bütünleşme

³⁹⁹ Sonya Hanna ve Jennifer Rowley, "An Analysis of Terminology Use in Place Branding", **Place Branding and Public Diplomacy**, Şubat 2008, Cilt 4, Sayı 1, s.61-75.

⁴⁰⁰ İstanbul'un kültür altyapısının odağı olabilecek kültür üçgeni Fatih ve Beyoğlu ilçelerinin tamamı ile Beşiktaş, Şişli, Üsküdar ve Kadıköy ilçelerinin E5 karayolu güneyinde kalan merkez bölgelerini kapsayan kısımlarından oluşan sembolik coğrafi mekânı tasvir etmektedir. Y. Evren-Z. Enlik ve İ. Dinçer'den aktaran Asu Aksoy ve Zeynep Enlil, **İstanbul Kültür Ekonomisi Envanteri İstanbul 2010**, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2011, s.150.

⁴⁰¹ Deniz Kavukçuoğlu (hızl.), **Bir Yolculuk Öyküsü İstanbul Kitap Fuarı'nın 25 Yılı**, İstanbul: TÜYAP Yayınları, 2006, s.48.

⁴⁰² <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr> (10 Mayıs 2019)

⁴⁰³ Kaan Kapan, "Beylikdüzü'nde Şehirselleşimi", (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2014), s.32.

stratejisi- odağında biçimlenmektedir⁴⁰⁴. 2000'lere gelindiğinde ülke ekonomisinin bel kemiğinin inşaat ekonomisi üzerine kurulması TOKİ ve özel inşaat şirketlerinin yaptığı sitelere doğru tercih edilen *yeni liberal kentleşme* politikaları ile Beylikdüzü, yoğun biçimde nüfus artışına sahip olmuştur. Binlerce metrekairelik bir fuar merkezi inşaatı için de elverişli yer Beylikdüzü olmuştur. TÜYAP'ın Beylikdüzü'ndeki yatırımı 1990'lı yılların ortalarında başlamıştır. Kentin bu yeni bölgesinin inşaat sektörü açısından artan öneminin nedenleri arasında E5 Karayolu ile ulaşımın tek hat üzerinde olması, modern altyapısı de dahası 1999 depremi sonrasında ucuzlayan toprak ve emlak piyasası sayılabilir. 1. Dereceden deprem kuşağı içinde yer almasına karşın depreme dayanıklı yeni konutlarla 2000'lerden sonra hızla yeni yatırımları çekmiştir. Nitekim TÜYAP da benzer sebeplerle konum olarak Beylikdüzü'nü seçmiştir.

Kitap fuarının, 2002 yılında TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi'ne Beylikdüzü'ne taşınması hem altyapı ve teknik imkanlarıyla profesyonel bir fuar merkezine kavuşmasına hem de bu taşınmanın sekiz yıl ardından (2010) uluslararası nitelik kazanmasına imkan vermiştir. Diğer taraftan yayıncılar açısından bu mekânsal değişimi, *sektörleşen* yayıncılığın ekonomik sermaye büyüklüğü olarak okumak mümkündür. Bir önceki bölümde görüldüğü üzere 2000'li yıllar yayıncılık alanında sektörleşme ve küresel yayıncılık piyasasıyla eklemlenmenin olduğu dönemdir. Yayıncılığın *piyasalaştığı* ⁴⁰⁵ekonomik rekabetin arttığı ve uluslararası kitap pazarına açılarak Türkçe'den telif satışlarının desteklendiği dönem olduğunda bir önceki bölümde söz edilmiştir⁴⁰⁶. Yayıncılığın gelişimine paralel olarak kitap fuarı da gelişmiş, hem niceliksel hem niteliksel bağlamda büyüme kaydetmiştir. Yayıncılık alanındaki bu ekonomik büyümenin sonuçlarından biri, yeni yayınevlerinin kitap fuarına katılma, var olan yayınevlerinin bir kısmının da stantlarını büyütme olarak yansımıştır.

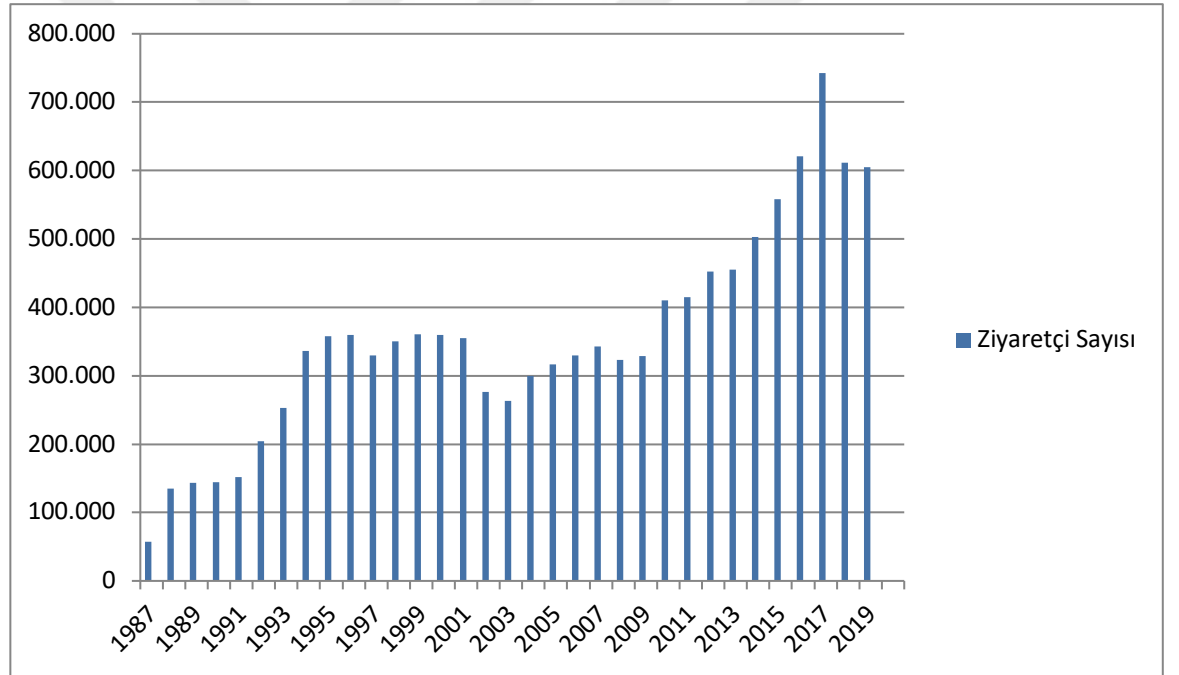
⁴⁰⁴ Safiye Altıntaş, "1980'li ve 1990'lı Yılların Panoramasından İstanbul: Kentsel Mekanda "Ayrı"calık ve "Güven"lik, **Birikim Dergisi**, 31 Ekim 2014. <https://www.birikimdergisi.com/guncel-yazilar/1123/1980-li-ve-1990-li-yilların-mekansal-panoramasından-istanbul-kentsel-mekanda-ayrı-calık-ve-güven-lik#.XOAEW44zbIU> (10Aralık 2020)

⁴⁰⁵ Yaralı, s. 48.

⁴⁰⁶ TEDA (Türk Kültür, Sanat ve Edebiyat Eserlerinin Türkçe Dışındaki Dillerde Yayınlanmasına Destek Projesi) 2005 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı yürütücülüğünde başlanmış ve amacı "Türk yazarlarının eserlerinin uluslararası kitap pazarlarında görünürlüğünü desteklemek" olarak belirlenmiştir⁴⁰⁶. Sadece yurtdışında bulunan yayınevlerinin başvurabileceği projede eserin iki sene içinde yayınlanması ve en az 1000 adet baskı adedi gibi koşullar bulunmaktadır.

3.3.2. Sayılarla Kitap Fuarının Okur Gelişimi

Kitap fuarlarının ziyaretçi sayıları mekânsal değişime bağlı olarak her yıl niceliksel bir artış yakalayarak büyüme eğilimindedir. İlk beş fuarın düzenlendiği Etap Marmara Otelinde ortalama 100 bin okura ulaşırken, fiziki alanın Tepebaşı'ndaki Spor ve Sergi Sarayı'na taşınmasıyla birlikte fuarın ziyaretçi sayısı, 300 binlere ulaşmıştır. Fuarın Grafik 4'te görüldüğü üzere yarım milyonun üzerinde okura ulaşması ise Beylikdüzü'ndeki fuar merkezine taşınmayla gerçekleşmiştir.



Grafik 4: Yıllara Göre Kitap Fuarı Ziyaretçi Sayıları (1987-2019)

Kaynak: TÜYAP Arşivi

TÜYAP kitap fuarlarının ulaştığı yarım milyonun üzerindeki ziyaretçi/okur sayısı yayıncılar için fuarı vazgeçilmez kılan en temel unsurdur. Fuarın bu vazgeçilmez unsuru olan okur ayağını anlamlı okuyabilmek için İkinci Bölüm'de ayrıntılı incelendiği gibi yayıncılık

değer zincirindeki *dağıtım* halkasını yeniden hatırlamak gerekmektedir. Yayıncılık değer zincirinde kitapla okuru buluşturan halka satıştır, dağıtımdır. 1980 darbesinin doğrudan yayıncılık alanına etkisinden söz edilmişti. Kitabın yasaklı unsurlar arasına alınması, tonlarca kitabın imha edilmesi bunun yanı sıra kitabevlerinin kapanması başlıca etkiler arasındadır. Özellikle Anadolu’da *muhalif insanların işlettiği kitabevi sahiplerinin*⁴⁰⁷ darbe sonrasında tutuklanması veya gözaltına alınması sonrasında kapanması veya el değiştirmesi, kitabın okura ulaşmasının zorlaştığına değinilmişti. 1980 sonrasında kitabevlerinin bu nedenlerle kapanması sonucu kitap baskı ve satış adetleri düşmüş, yayınevleri kitaplarını okura ulaştıramaz olmuştur. Nitekim, böyle bir ortamda TÜYAP kitap fuarlarının ortaya çıkışı ve her yıl artan sayıda okur ziyareti, yayınevleri için okura ulaşma fırsatı sunmuştur. Keza 2000’lerden sonra İstanbul’un yanı sıra TÜYAP, Anadolu’da da kitap fuarları düzenlemeye başlamıştır⁴⁰⁸. TOBB’un 2019 yılı verilerine göre yıl içinde –TOBB’a kayıtlı- yirmi beş kitap fuarı düzenlenmektedir ülke genelinde ve bu fuarların sekizi TÜYAP’a bağlı fuarcılık şirketleri tarafından gerçekleştirilmiştir⁴⁰⁹. TÜYAP’ın düzenlediği kitap fuarlarının tüm kitap fuarlarına oranı %32’dir. Ancak TOBB’a bağlı olmayan fakat kendini “fuar” olarak tanımlayan ve il ve ilçe belediyeleri tarafından düzenlenen onlarca kitap sergisi/panayırı bulunmaktadır. Bu rakamın resmi bir veri olmamakla birlikte yetmiş civarında olduğu bilinmektedir. Van’dan Sındırgı’ya, Edremit’e, Bartın’a kadar hemen her il/ilçe bir kitap sergisi düzenlemektedir. Yayıncılar açısından kitap fuarları özellikle Anadolu’da kitap satan kırtasiyelerin ve bağımsız kitabevlerinin sayısının azalması, var olan kitap zincir mağazalarının da tekel oluşturması ve yayınevleri açısından dağıtım şartlarının zorlayıcılığı nedeniyle önemli bir dağıtım mecrası ve okura ulaşma fırsatı haline gelmiştir.

Bunun yanı sıra fuarların bir diğer etkisi de yayıncılara sağladığı ekonomik sermaye girişi olmaktadır. İkinci Bölüm’de ele alınan yayıncılık para akışının yaklaşık altı aylık dönemlerde geri dönüşünün olduğu bir iş koludur. Bir yayınevinin dağıtım kanalıyla piyasaya sürdüğü kitabın satışından elde edilen gelirin, yayınevine ulaşması yaklaşık bu altı aylık döngü içinde gerçekleşmektedir. Yayınevi önce herhangi ödeme almaksızın kitabını dağıtımçıya ulaştırır, dağıtımçı da ilgili kitabevlerinde yer almasını sağlar, kitabevi vitrine çıkarır ve kitabın

⁴⁰⁷ Taylan Tosun, Abdullah Arı, Fatih Taş “Türkiye’de Yayıncılık Alanı’nda Dönüşümler” BGST, <http://www.bgst.org/keab/cs20071102yayincilik.asp> (4.11.2007 yayın tarihi)

⁴⁰⁸ Anadolu’da TÜYAP tarafından düzenlenen fuarlar arasında en eskisi İzmir’dir (1995) ardından Bursa (2002), Adana (2007), Diyarbakır (2010), Samsun (2015), Erzurum (2017), Eskişehir (2018) düzenli devam eden kitap fuarlardır.

⁴⁰⁹ TOBB Fuarlar Takvimi <https://www.tobb.org.tr/Sayfalar/AnaSayfa.php> (11.08.2019)

satılmasını bekler. Kitap okura ulaştığında önce kitabevi parasını alır, ardından dağıtımçıya ödeme yapar, dağıtımçı da nihai olarak yayınevine ödemesini yapar. Tüm bu süreç –yani satılan kitabın parasının yayınevine ulaşması-ortalama altı ayı kapsar. Kitap fuarlarında ise nakit satış yapılmakta ve yayıncının kasasına doğrudan *sıcak para* girişi sağlanmaktadır. Bu bağlamda yayıncılar açısından kitap fuarındaki dokuz günlük kazanç yaşamsaldır. Okur bağlamında yayıncılar açısından bir diğer unsur kitap fuarlarında yer alarak okurun gözünde simgesel sermayelerine katkı sağlamaktır. Yayınevi okurla karşılaşarak yeni yayınlarını sunar ve yazarlarıyla ördüğü marka gücünün reklam ve tanıtımını yapmaktadır.

Pierre Bourdieu, okula giden eğitimli kesimin artmasıyla birlikte-ki bunu ekonomik ilerlemeye bağlar-okur kitlesinin de artışına vurgu yapar. Bu artışla birlikte “*yaşamını kaleminden ya da kültür alanında etkinlik gösteren şirketlerin-yayınevi...-kendilerine sundukları küçük uğraşlardan kazanan yazarların sayılarının artması....böylece pazarın genişlemesi*”⁴¹⁰ olarak ele alır. Nitekim yayıncılık alanında üretilen başlık sayısının 2000’lerden itibaren artışı yazarlarında niceliksel artışını beraberinde getirmiştir. Dolayısıyla *okurun* ikili işlevi vardır. Hem okuduğu ve/veya satın aldığı kitaplarla ekonomik sermaye girişi sağlamak hem de yayınevine daha çok başlıkta kitapta üretimi gerçekleştiğinden yeni yazarların alana girmesine olanak vermektedir. Bu yönüyle okurlar, TÜYAP’ın sosyal sermayesini oluşturan unsurlardandır. Dolayısıyla, fuarda daha fazla yer alarak görünür olma çabası, daha çok etkinlik düzenleyerek programda yer alarak fuarın sosyal sermayesinden faydalanmak yayıncılar açısından bir güç mücadelesi biçimidir.

3.4. Bir Kültür Aracısı Haline Dönüşen TÜYAP Kitap Fuarları

TÜYAP Kitap Fuarları zaman içinde ticari bir faaliyet yürütülen fiziki mekandan çok daha fazlasını içeren ve bulunduğu alanı yapılandıran konuma yerleşmiştir. Yıllar içinde fuarın simgesel sermaye yüklenmesine neden olan, bir kültür aracısı olarak rol alması ve kamuoyu gücüne sahip bir kamusal alana doğru dönüşmesidir. Aynı zamanda yayıncılar açısından TÜYAP ekonomik kazanımın yanı sıra kültür aracısı ve kamusal alan haline gelmesinden ötürü

⁴¹⁰ Pierre Bourdieu, **Sanatın Kuralları**, Necmettin Kamil Selvi (çev.),2. Baskı, İstanbul:2016, s.208.

sosyal ve simgesel sermayeye ulaşabilecekleri bir mekandır. TÜYAP'ın kamusal alan kavramını ve kültür aracı haline gelmesinin araştırmamız açısından önemi, bunlar aracılığıyla yüklendiği *sermayelerdir*. Bu bölümde TÜYAP'ın bir kültür aracı haline gelmesini sağlayan savları ele alacağız.

Jürgen Habermas, kamusal alan kavramıyla “*kamuoyuna benzer bir şeyin oluşturulabildiği bir alanı kastederiz*” der⁴¹¹. Günümüzde gazeteler, dergiler ve televizyon kamusal alanın iletişim araçlarıdır. Avrupa’da 18. yüzyıl başında kafeterya ve salonların burjuvalar ve dönemin entelektüeller tarafından fikri tartışmaların yürütüldüğü “*edebi kamusal alan*” haline dönüşmesine 1960’ların siyasal ortamında yeniden doğuşuna dikkat çekmektedir. Liana Giorgi ise Habermas’ın *edebi kamusal alanına* günümüzden katkı yaparak edebiyat festivallerinin (ve okura açık etkinliklerle beslenen kitap fuarlarının) benzer bir kamusal alan yarattığına dikkat çekmektedir⁴¹². Etkinlik sırasında yazarların yazarlarla; yazarların, okurlarla, yayıncılarla, gazetecilerle, sanatçılarla bir araya geldiği edebiyat, yayıncılık, sinema, sanat gibi kültürün alt alanlarında olduğu kadar siyaset de konuştukları, tartıştıkları buluşmalar meydana gelmektedir ve bir *network/ağ* kurulmaktadır. Giorgi’ye göre “*edebiyat salonları, 18. yüzyıl burjuvazisi bir kent fenomeni idi. Benzer sav, metropol etkinlikleri olan günümüz kitap fuarları ve edebiyat festivalleri için de ileri sürülebilir*”⁴¹³ Kitap okumanın, basmanın suçla eş tutulmasına karşılık, kitap fuarı düzenleyerek tamamen kitaplardan, yazarlardan, yayıncılardan müteşekkil bir fiziki alan oluşturmak, o alanın kendiliğinden bir kültürel/edebi kamusal alan haline dönüşmesine yol açarken, sembolik olarak bir *özgürlük mekanı* haline gelmesini sağlamıştır.

Kitap fuarı kısa sürede *toplumsal eylemler*, baskılara karşı *direnış* ve *protesto* gösteriler ile okur nezdinde kamusal alan kazanmıştır. Her yıl kasım ayında düzenlenen kitap fuarını bu anlamda ilk kullananlar üniversite öğrencileri olmuştur. 6 Kasım YÖK’ün kuruluşunun protestosu 1990’lı yıllarda Tepebaşı’ndaki fuar girişinin önünde yapılırken bir gün fuar yönetiminin de izniyle içeriye alınır:

⁴¹¹ Jürgen Habermas, “Kamusal Alan” Meral Özbek (ed.) **Kamusal Alan** içinde (95-102), İstanbul: Hil Yayıncılık, 3. Baskı, s. 95, 2015.

⁴¹² Liana Giorgi, “Between Tradition, Vision and Imagination: The Public Sphere of Literature Festivals”, https://papers.ssrn.com/sol3/cf_dev/AbsByAuth.cfm?per_id=1614615 (3 Mayıs 2019)

⁴¹³ Giorgi, agm, s.10.

“Tepebaşı yıllarında fuar, görece ayakaltında olduğundan özellikle öğrencilerin uğrak ve buluşma yeri idi. Öğrenciler, her yılın 6 Kasım’ında YÖK’ün kuruluş gününde mutlaka dışardaki alanda “eylem” yaparlar ve “eylem” her seferinde öğrencilerle polis arasında kovalamacaya dönüşürdü. Çocuklar kaçıp fuara sığınır, bizlere de polisi tatlı dille yatıştırmak düşerdi. Bir keresinde öğrenciler de gemiyi azıya almışlar “İçerde bildiri okuyacağız! diye tutturmuşlardı. Epey kalabalıktılar. Yeridir, değildir diye bir süre tartışmıştık giderek sesleri yükselen, diklenen öğrencilerle. Ne de olsa biz de “eskilerdeniz”” nasıl davranılacağını aşağı yukarı biliriz. Baktım gençler kendilerine hep karşı çıkıldığından bizden de aynı davranışı, bizim de yükseltmemizi bekliyorlar. İçlerinden lider konumunda olanına “Tamam” dedim “bildirinizi okuyun, yalnız böyle ortada olmaz, mikrofondan okuyun ki herkes duysun!” Şaşırdı, “Nasıl yani” dedi “Bayağı” dedim, “mikrofona geçip okuyacaksın bildirini”. Daha önce bir göz atmıştım kağıda, her aklı başında insanın altına imzasını koyacağı taleplerdendi. Delikanlı, “Abi, senin tok bir sesin var, sen okur musun?” dedi. Niye olmasın, okudum, bir de alkış koptu; onlar da sivil polisler de, bizler de rahat bir soluk aldık.⁴¹⁴”.

TÜYAP, her sene istinasız belli gösterilere ve protestolara sahne olmaktadır. 1985 yılında düzenlenen 4. İKF’nin en dikkat çeken stantlarından biri Türkiye’nin ilk feminist yayınevi olarak kurulan Kadın Çevresi’nin aynalı standı olmuştur. 1984 yılında kurulan Kadın Çevresi Yayınları henüz bir kitapları olmamasına karşın kurulur kurulmaz 1985 yılında ilk kez kitap fuarına katılırlar ve ses getirecek bir eylemle kendilerini duyururlar. Stantlarına koydukları aynalarla kadınların ve fuarı ziyaret edenlerin erkeklerin *kendilerine bakmalarını* isterler⁴¹⁵. Fuarın bu özgürlük mekanı olarak algılanışı yıllar içinde pekişecektir.

Örneğin 35.UİKF’de (2016) yazar Aslı Erdoğan ve Necmiye Alpay’ın tutuklanmasına karşılık “Barış İçin Yazarlar”⁴¹⁶ platformu fuarda her gün stant açarak katılımcı yazarlarla destek imzası ve fuar içinde bir de protesto yürüyüşü gerçekleştirmiştir. Özellikle o yıl fuarın onur konuğu Almanya’nın yayınlama ve ifade özgürlüğüne vurgu yapmak üzere temasını “Sözcüklerin Etkisi/Worte Bewegen” olarak belirlemiş olması kamuoyu desteğinin bir göstergesi olmuştur. Aynı yıl, fuarın STK’lar arasındaki katılımcılarından İdil Kültür Merkezi, Grup Yorum müzisyenlerine yönelik tutuklamaları protesto etmek için stantlarında basın açıklaması yapmışlardır. 2017 yılının TÜYAP Kitap Fuarı’nda ise o dönem tutuklu bulunan

⁴¹⁴ Kavukçuoğlu, s.36.

⁴¹⁵ Filmmor Kadın Kooperatifi (Yapımcı), Melek Özman (Yönetmen), *İsyan-ı Nisvan* [Belgesel], İstanbul: Filmmor Kadın Kooperatifi, 2008.

⁴¹⁶ <http://www.diken.com.tr/istanbul-kitap-fuarinda-tutuklu-yazarlara-destek-icin-imza-gunleri-duzenlenecek/> (12 Şubat 2019)

dönemin HDP eş genel başkanı Selahattin Demirtaş'ın ilk öykü kitabı Seher için yine yazarların katılımıyla destek imzası düzenlenmiştir⁴¹⁷. 2011 yılında gazeteci Ahmet Şık'ın “İmam'ın Ordusu” adıyla basılacak olan kitaba matbaa aşamasında el konması üzerine, yayıncısı tarafından “000 Kitap” adıyla 125 yazarın imzasıyla fuarda 20 yayınevi tarafından satışa çıkarılmıştır⁴¹⁸. TÜYAP kitap fuarlarını Habermas'ın vurguladığı gibi bir kamusal alan haline dönüştüren “*kamuoyuna benzer bir şeyin oluşturulabildiği bir alan*” olarak algılanmasından ileri gelmektedir. Bu bakımdan ikili rol üstlenen TÜYAP, bir mekan olarak ele alındığı bir kamusal alan görünümündeyken, bir fail olarak yayıncılık alanındaki kültür araçlarından biridir.

TÜYAP Kitap Fuarı, kamusallığın yanı sıra yıllar içinde bulunduğu konum ve kapsamı itibarıyla yayıncılık alanında Pierre Bourdieu'nün *kültür araçları* olarak tarif ettiği bir konuma gelmiştir. Bourdieu'nün ilk kez 1979 yılında yayınlanan eseri Ayrım-Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi⁴¹⁹ kitabında kullandığı bir kavramdır *kültür araçları*. Bourdieu, kültürel ürünlerin tüketimi konusunda oluşan beğeni ve değer yargılarının *kültür araçları* eliyle oluşturulduğu ve manipüle edilebildiğini vurgular. Bourdieu kültürel araçlarının; *kültür, sanat, eğitim veya bu alanda (kültürel alan) söz sahibi olan grup ve kişilerin kültürel sınırların çizilmesinde rol oynadıklarını* belirtmektedir. Araçlar, bir grup *beğeni yaratıcısı* (taste maker) olduklarından, bulundukları alan içinde kamuoyunu etkileme ve hatta yönlendirme gücüne sahiptirler.

“Üreticiler (auctores) ve meşru yeniden üreticiler (lectores) arasındaki çifte rekabetle karşı karşıya kalan ve onlara karşı, üzerlerinde büyük dağıtım araçlarının hâkimiyetinin sağladığı özgün iktidara sahip olmasalar herhangi bir şansa sahip olmayacak olan yeni kültür araçları, (ki bunların en tipik olanları radyo veya televizyon kültür programları sorumluları, “kaliteli” dergi ve gazete eleştirmenleri ve tüm gazeteci-yazarlar veya yazar-gazetecilerdir) meşru kültür ile büyük kitlelere yönelik prodüksiyonlar arasında bir dizi ara tür (“kısa bildiri”, “deneme”, “tanıklık”vs) icat etmişlerdir: İmkansız ve böylelikle de ele geçirilemez olan meşru kültürü ortaya koyma rolünü kendilerine tahsis ederek –ki bu onları lectores ile yakınlaştırır- statüye bağlı bir otoriteye ve sıklıkla da meşru

⁴¹⁷ <https://www.gazeteduvar.com.tr/kitap/2017/10/26/selahattin-demirtasin-kitabi-seheri-yazarlar-imzalayacak/> (12 Şubat 2019)

⁴¹⁸ <https://www.evrensel.net/haber/17606/ahmet-sikin-yasak-kitabi-fuarda> (9 Kasım 2018)

⁴¹⁹ Fransa'da, 1963'te ve 1967-68 yılları arasında 1217 kişilik bir örneklemin veri analizleri sonucunda farklı sınıfların kültürel beğenileri ve kültürel tüketim yatkınları arasındaki hiyerarşi ve ayrışmayı ele aldığı araştırmadır. Yayınlandıktan sonra özellikle “habitus, kültürel sermaye ve alan” kavramları sosyal bilimlerin sıkça kullanacağı anahtar kavramlar olmuştur.

vülgerleştiricilerin özgün yetkinliğine sahip olmaksızın, kendilerini Kant'ın dediği gibi “deha maymunları” haline getirmek auctor'un karizmatik auctoritas'ının (otoritesinin) ve yüksek özgürlüğün(...) ikamesi olan şeyi aramak zorundadırlar ve tüm bunlar, içsel değerinden yoksun “değerli kılma” rolünün ayrılmaz çelişkisini yaşamının huzursuzluğunda gerçekleşir”⁴²⁰.

Bourdieu, yukarıdaki alıntıda da belirttiği gibi kültür aracısını *küçük burjuvanın* beğenisini etkileyen kişiler olarak betimler. Aracılar, sınıfsal konum olarak entelektüel ile burjuva arasında değerlendirilebilir. Beğeni yargısının manipülasyonunda etkilidirler. Öyle ki “*Taste-maker'ların(...) kendilerine kültürel otoritenin tüm kurumsal işaretleri ile donanmış bir biçimde sundukları “kalite teminatlarını” kabul etmesini bile küçük burjuva seyirciler bunu böyle kabullenirler.*”⁴²¹ şeklinde belirtir.

Bourdieu'nün kavramı ortaya atmasının üzerinden geçen yaklaşık 40 yılda küreselleşme birlikte değişen üretim ve tüketim kalıpları, kültürel alanda daha *akışkan*⁴²² birbirine *ağlarla* bağlı bir kültürel yapı kurmuştur. Kültürün *yaratıcı* endüstri olarak ele alındığı günümüzde küreselleşme ile birlikte kitle iletişim teknolojilerinin gelişmesi kültürün dönüşümünü de beraberinde getirmiştir. Üretimin ve tüketimin birbirine bağlı geliştiği bu yapıda kültür araçları da değişmiştir. Bourdieu'nün televizyon yapımcısı, eleştirmen, halkla ilişkiler uzmanları olarak tanımladığı kültür araçları, kültür endüstrisinin bütününe yayılmıştır. Sadece kişiler değil kurumlar da birer kültür aracısı gibi hareket edebilmektedir. Kültür endüstrisinin içinde tüketimin üretimi şekillendirdiği bir yapı vardır ve bu yapı içinde *yeni kültür araçları* aynı zamanda üretimi de belirleyebilen bir yönlendiren konumundadır. Yeni kültür aracısını tanımlamak üzere Jennifer Smith Maguire, yeni kültür aracısı kavramına tanımlayıcı özellikleri açısından beş yeni boyut ekleyerek Bourdieu'ye şu katkıyı yapar⁴²³:

1. Yeni ekonomi ve yeni sınıf ilişkileri
2. Yeni meslekler
3. Beğeni yaratıcıları
4. Uzmanlık ve meşruluk

⁴²⁰ Pierre Bourdieu, **Ayrım Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi**, Derya Fırat ve Günce Berkut (çev.), 2. Baskı, Ankara: Heretik Yayınları, 2017, s.471.

⁴²¹ Bourdieu, 2017, s. 472.

⁴²² Zygmunt Bauman, **Culture In a Liquid Modern World**, Cambridge:2011, Polity Press, s.12.

⁴²³ Jennifer Smith Maguire ve Julian Matthews, **The Cultural Intermediaries Reader**, Londra: 2014, s.17.

5. Kültürel sermaye ve tasarruf

Kültür araçları neoliberal ekonomik modelde yeni sınıf ilişkileri ortaya çıkmıştır. Kültür endüstrisinin yaratıcı endüstriler altında toplandığı bir yapıda modadan mimariye, reklamcılıktan tasarıma, yayıncılık alanına, medyadan sosyal medyaya blogger, youtuber, vlogger gibi çok sayıda yeni, geçişken ve etki alanı çok daha geniş meslekler ortaya çıkarmıştır. Dolayısıyla beğeni yaratıcıları, eğilim/trend kurucular (taste maker/trend setter) gibi farklı isimler almaktadır. Maguire, yeni kültür araçlarının meşruluğa sahip uzmanlıklarının olduğunu vurgularken kültürel sermayeyi ve bu sermaye üzerindeki tasarruflarını da özellikler arasına almıştır. Yeni *kültürel araçlar* sadece beğeni yaratıcıları değil (taste maker) onlar *uzman beğeni yaratıcıları* ve aynı zamanda meşru otoriteler. TÜYAP, bu bağlamda doğrudan manipülasyon gücüne sahip değildir ve beğeni oluşturmak gibi bir pozisyonda bulunmamaktadır. Ancak bir kurum olarak kültür endüstrisi içinde yönlendirme gücüne sahip bir oyuncu olması, onun bir kültür aracı olarak ele almamızı sağlamaktadır. Fuarda, dokuz gün boyunca yayıncılık alanının hemen hemen tüm oyuncularını bir arada tutması, kitap yayın sezonunu açması, bünyesinde düzenlenen etkinliklerle bir izlek sunması, kamuoyu yaratma gücü, seçilen onu yazarı ve tema ile yayıncılık alanını yönlendirebilmesi ve yarım milyondan fazla okura ulaşması bakımından bir *kültür aracıdır*. Bu bağlamda, TÜYAP'ı kültür aracı olarak ele almamızı sağlayan savlar:

1. Yayın takvimi
2. Onur yazarı, fuarın teması ve etkinlik programı
3. Kamuoyu gücü (geleneksel ve sosyal medya)

Yayınevleri, TÜYAP'ın düzenlediği ayı yayın takvimlerine alarak yayınlanacak kitapların baskılarını fuara yetiştirilecek şekilde planlamaktadır. Bu yeni çıkacak kitapların baskısı olabildiği gibi baskısı tükenen kitapların yeniden basılması da olabilmektedir. Sonbahar sezonu yayınevleri açısından genellikle ölü geçen yaza sezonunun ardından canlanma sezonudur. Okulların ve üniversitelerin açılmasının yanı sıra İstanbul Kitap Fuarı da bu takvimde belirleyici olan önemli bir etkidir. Yayıncılık alanında yayın takviminin yoğunlaştığı dönemin kasım ayındaki TÜYAP ile birlikte gerçekleştiğini gözlemleyebiliriz. Yıllık ISBN sayılarına baktığımızda da Eylül-Kasım aylarının en çok ISBN alınan dolayısıyla kitap üretimin en yüksek olduğu dönem olduğunu tespit edebiliriz. Kitap fuarı yayınevine

bünyesindeki her tür yayını sergileme olanağı sunduğundan bir *vitrin*dir. Tıpkı televizyon ekranlarında yayın sezonu olarak belirlenen dönemlere benzer şekilde yayıncılık açısından sezonun açılışı da TÜYAP zamanıdır. Yayınevleri yeni kitaplarını kasım ayındaki fuara yetiştirecek şekilde yayın takvimlerini oluşturmakta, fuardan aldıkları geri dönüşlerle bir sonraki yılın fuar takvimini de belirlemektedirler⁴²⁴.

TÜYAP'ı kültür aracısı haline getiren bir diğer unsur da onur yazarı ve tema uygulamasıdır. Fuar; onur yazarları ve temaları ile yayıncılık alanını yönlendirme gücüne sahiptir. Fuarın teması, bazı yıllarda fuar tarihlerine yetiştirilmesi planlanan kitap konularını dahi belirlemektedir. Örneğin, 1968'in 40. yılına atfen 2008 yılında düzenlenen TÜYAP'ta, ana tema "40 Yıl Önce 40 Yıl Sonra " olarak belirlenmiş, o sene fuarda 68 Hareketine dair pek çok başlıkta kitap yer almıştır. 2010 yılında ise tema İstanbul Kültür Başkenti'ne ithafen "İstanbul'u Yazmak" olarak belirlenmiş ve bu başlık altında kitaplar fuarda yerini almıştır.

Fuarın onur yazarlarının seçimleri de yayıncılık alanındaki "gündem"lerden biri olagelmıştır. TÜYAP'ın kamuoyu gücüne atıf yapacak şekilde onur yazarları seçimiyle (bkz. Tablo 18) bir *beğeni* ve *kabul* oluşturduğuna dair eleştiriler gelmiştir. Onur yazarı seçiminde örneğin İskender Pala⁴²⁵ gibi muhafazakar kesimden bir seçim yapılmadığına dair eleştiriler son on yıldır farklı zamanlarda tartışılan konulardan biridir⁴²⁶. Bu eleştirilerin kaynağında TÜYAP'ın kültürel alanı yönlendiren, manipüle eden konumda bir kültür aracısı olduğunun ön kabulü yatmaktadır. Diğer taraftan sadece onur yazarı seçimi değil farklı açıdan da TÜYAP konu olabilmektedir. Fuarın içeriği ve gelişimi yayıncılar arasında sıkça tartışılan konulardandır hatta TYB yönetim kurulu seçimlerinin ana gündemlerden de birini (fiyatlar, yerleşim planı vb.) oluşturmaktadır. Bu bakımdan TÜYAP, yayıncılık alanında bir fail gibi konumlanmakta ve hangi eğilimde olursa olsun yayınevlerinin yakından takip ettiği, gündemlerine taşıdığı bir konu haline gelebilmektedir.

⁴²⁴ <https://www.cnnturk.com/kultur-sanat/kitap/yayincilarin-gozunden-istanbul-kitap-fuari> (15 Haziran 2019)

⁴²⁵ İskender Pala "TÜYAP'ın Onur Yazarlığı Sol'un Tekelinde mi?" **Zaman Gazetesi**, 9 Kasım 2009.

⁴²⁶ Mehmet Akif Memmi, "Türkiye Bir Siyasal Alan Olarak Yayıncılık", Şubat 2017, SETA Yayınları www.setav.org (5 Mayıs 2019)

<http://www.gercek hayat.com.tr/kultur/okur-tuyapa-mahkum-degil/> (5 Kasım 2019)

<http://www.haber7.com/kultur/haber/451615-tuyapta-neden-onur-yazari-hep-solcu> (5 Kasım 2019)

Tablo 18
Yıllara Göre İstanbul Kitap Fuarları Onur Yazarları

<u>İstanbul Kitap Fuarları Onur Yazarları</u>
1987 Fazıl Hüsni Dağlarca
1988 Nadir Nadi
1989 Turhan Selçuk
1990 Aziz Nesin
1991 Melih Cevdet Anday
1992 Yaşar Kemal
1993 Rıfat Ilgaz
1994 Adalet Ağaoğlu
1995 İlhan Selçuk
1996 Peride Celal.
1997 Vedat Günyol
1998 Fethi Naci
1999 Server Tanilli
2000 Şükran Kurdakul
2001 Semih Balcıoğlu
2002 İlhan Berk
2003 Tahsin Yücel
2004 Gülten Akın
2005 Vüs'at O. Bener
2006 Doğan Hızlan
2007 Metin And
2008 Füzûzan
2009 Cevat Çapan
2010 Doğan Kuban
2011 Ferit Edgü
2012 Gülten Dayıoğlu
2013 Taner Timur
2014 Atilla Dorsay
2015 Tan Oral
2016 İoanna Kuçuradi

2017 Ayla Kutlu

2018 Selim İleri

2019 Adnan Özyalçın

Kaynak: TÜYAP Arşivi

Bölümün girişinde belirtildiği gibi TÜYAP’ın kültür aracısı rolünü vurgulayan ikinci sav ise fuar boyunca düzenlenen etkinliklerdir. Kitap satışıyla birlikte imza günleri ve söyleşilerin, atölye ve panellerin eklenmesiyle bir yönüyle edebiyat festivali olarak ele alınabilir. Örneğin ABD’de düzenlenen Miami Uluslararası Kitap Fuarı, Los Angeles Kitap Festivali gibi kitap fuarları, edebiyat etkinliklerine kitabı da katacak biçimde genişlemekte, etkinlikleri canlı yayınlar ve sosyal medya aracılığıyla kamuya ulaştırmaktadır⁴²⁷. Edebiyat festivalleri ve TÜYAP’ın benzeri kitap fuarları, kültürel üretimin tüketicisiyle karşılaştığı “*belli bir süre içinde gerçekleşen, etkinlikler, anma veya törenlerle birlikte edebiyat kültürü içinde kalan ve okuma kültürüyle angaje olmuş biçimde hareket eden etkinlik veya etkinlikler bütünü*” oluşturmaktadır ⁴²⁸. Kitap fuarı süresince yaklaşık 300 farklı başlıkta etkinlikler gerçekleştirilmektedir. Genellikle fuarda bir günde ortalama 50 etkinlik düzenlenmektedir. Bir kısmı TÜYAP tarafından, bazıları işbirliği yaptığı kurumlar tarafından-Türkiye Yayıncılar Birliği- bir kısmı da yayınevleri tarafından düzenlenmektedir. Etkinlikler; söyleşi, panel, atölyeler, çocuk etkinlikleri, şiir-dinleti ve profesyonel buluşmalardan oluşmaktadır. Etkinlik mekânları fuar alanı içinde yer alan konferans salonlarında ve bazı atölyeler için yapılmış açık alanlarda yer almaktadır. Etkinliklere giriş için herhangi bir ücret ödenmemektedir. Özel bir not düşülmemişse etkinliklerin tamamı fuar ziyaretçilerine açıktır. Çocuklara yönelik etkinliklerde zaman zaman yaş grubu aralığı belirlenebilmektedir. Programın oluşturulma süreci ve işleyişi aşağıdaki Tablo 19’da verilmiştir.

⁴²⁷ Millicent Weber, *New Directions in Book History Literary Festivals and Contemporary Book Festivals*, Cham:Palgrave Macmillan, 2018,s.6.

⁴²⁸ Weber, s. 7.

Tablo 19
Etkinlik Programı Hazırlık Süreci

<u>Etkinlik Programının Oluşturulması Süreci</u> Etkinlik programının tamamı TÜYAP tarafından hazırlanıp çizelgeye dökülmektedir. Etkinlikler düzenleyici kurumlar bakımından ikiye ayrılıyor: katılımcıların organize ettiği etkinlikler ve TÜYAP'ın organize ettiği etkinlikler. Kasım ayında düzenlenen fuar için haziran ayı başında tüm katılımcılara (bir önceki yıl İstanbul Kitap Fuarı'na katılmış olan tüm katılımcılar) etkinlik başvuru formu gönderiliyor ve çağrıda bulunuluyor. Fuarda program düzenlemek isteyen katılımcılar TÜYAP'ın belirlediği son başvuru tarihine göre (ağustos ayı ortası) taleplerini ulaştırıyorlar. TÜYAP tüm başvuruları alıp, salonların büyüklüklerine, etkinliklerin içeriklerine göre kendi düzenleyeceği etkinlikleri de organize ederek genel programı oluşturup yayınevlerine bildiriyor. Yayınevlerine, program basına verilmeden önce son düzeltme ve değişiklikler için bir süre tanınıyor ve yayınevlerinden onayı alınmış program son hali verilerek fuardan bir ay önce (ekim ayı başında) kamuoyuna açıklanıyor. Etkinlik programı oluşturulurken TÜYAP tarafından göz önüne alınan temel kriterler: • Etkinlik talep eden yayınevlerine eşit şekilde salon imkanı sunmaya özen gösteriliyor. • Arka arkaya bir yayınevi öne çıkacak şekilde bir planlama yapılmıyor. • Hemen her başvuru (popüler veya değil) dikkatle değerlendirilip programda yer veriliyor. • Program yapılırken gözetilen en temel kriter evrensel insan haklarına saygı ölçütüdür. • Özellikle çok sesliliğe dikkat edilecek şekilde program yapılmaya özen gösterilmektedir.

Kaynak: TÜYAP Kurumsal İletişim Arşivi

2018 yılında düzenlenen 37.UİKF etkinlik programındaki dağılıma baktığımızda:

- Tema & Onur Yazarı etkinlikleri: **10 oturum/başlık**
- Edebiyat etkinlikleri: **161 oturum/başlık**

- Çocuk ve gençlik etkinlikleri: **51 oturum/başlık**
- Profesyonel (yayıncılara yönelik) etkinlikler: **5 oturum/başlık**
- Politik içerikli etkinlikler: **42 oturum/başlık**

Düzenlenen etkinliklerin ağırlığının edebiyat etkinliklerinde olduğu fark edilmektedir. Fuarın Beylikdüzü’ndeki fuar merkezine taşınmasıyla birlikte çocuk ve gençlik etkinlikleri her geçen sene niceliksel olarak büyümektedir. Politik etkinlikler başlığı altına alınan güncel siyaset, ekonomi-politik, tarih, uluslararası ilişkiler ve dış politika konularında düzenlenen etkinlikler genel programda ağırlığı olan bir diğer etkinlik türüdür. Tema etkinlikleri ise, 1989 yılından beri her sene onur yazarı ile birlikte belirlenen temaları kapsamaktadır. Aşağıdaki Tablo 20’de yer aldığı üzere ağırlıklı olarak bu temalar edebiyat alanında yoğunlaşsa da belli yıllarda politik içerikleri kapsamıştır. Örneğin 1997 yılında “İfade ve Yayınlama Özgürlüğü” olarak belirlenirken 2000 yılında “Küreselleşme” 2008 yılında 68 hareketinin 40. Yılına ithafla “1968-40 Yıl Önce 40 Yıl Sonra” veya 2014 yılında “Sinemamızın 100 Yılı” gibi kültürün daha geniş alanına yayılacak şekilde kapsamını genişletmiştir.

Tablo 20
Yıllara Göre TÜYAP İstanbul Kitap Fuarları Temaları

1989 “Barış ve Kitap” 8. İSTANBUL KİTAP FUARI
1990 “Şiir ve İnsan”9. İSTANBUL KİTAP FUARI
1991 “Türkçe” 10 İSTANBUL KİTAP FUARI
1992 “İstanbul” 11. İSTANBUL KİTAP FUARI
1993 “Çocuk ve Gençlik Edebiyatı” 12. İSTANBUL KİTAP FUARI
1994 “Tiyatro” 13. İSTANBUL KİTAP FUARI
1995 “Sinemanın 100. Yılı ve Sinema Edebiyatı” 14. İSTANBUL KİTAP FUARI
1996 “Aşk ve Aşk Edebiyatı”15. İSTANBUL KİTAP FUARI
1997 “İfade ve Yayınlama Özgürlüğü” 16.İSTANBUL KİTAP FUARI
1998 “Felsefe ve Edebiyat” 17.İSTANBUL KİTAP FUARI
1999 “Yeni Biz Yılın Eşiğinde Aydınlanma” 18.İSTANBUL KİTAP FUARI
2000 “Küreselleşme” 19.İSTANBUL KİTAP FUARI
2001”Karikatür ve Gülmece Edebiyatı” 20.İSTANBUL KİTAP FUARI
2002 “Buluşmalar” 21.İSTANBUL KİTAP FUARI
2003 “Kent Kültürü ve İstanbul” 22.İSTANBUL KİTAP FUARI
2004 “ Kültür, Sanat ve Edebiyatta Komşuluk” 23.İSTANBUL KİTAP FUARI
2005 “Türkiye’deki Avrupa, Avrupa’daki Türkiye” 24.İSTANBUL KİTAP FUARI
2006 “Bir Yolculuk Öyküsü- İstanbul Kitap Fuarı’nın 25 Yılı” 25. İSTANBUL KİTAP FUARI
2007 “Akdeniz’de Edebiyat; Edebiyat’ta Akdeniz” 26. İSTANBUL KİTAP FUARI
2008 “1968-40 Yıl Önce 40 Yıl Sonra” 27. İSTANBUL KİTAP FUARI
2009 “Kültürlerarası Diyalogda Çeviri” 28. İSTANBUL KİTAP FUARI
2010 “ İstanbul’u Yazmak” 29. İSTANBUL KİTAP FUARI
2011 “ Umut: Düş mü? Gerçek mi?” 30.ULUSLARARASI İSTANBUL KİTAP FUARI
2012 “Çocukluğum Yurdumdur-Çocuk ve Gençlik Edebiyatı” 31. ULUSLARARASI İSTANBUL KİTAP FUARI
2013 “ Tarih: Geçmişteki Gelecek” 32. ULUSLAR ARASI İSTANBUL KİTAP FUARI
2014 “Sinemamızın 100 Yılı” 33. ULUSLAR ARASI İSTANBUL KİTAP FUARI
2015 “Hayata Gülümseyerek Bakmak” 34. ULUSLARARASI İSTANBUL KİTAP FUARI
2016 “Felsefe ve İnsan” 35. ULUSLARARASI İSTANBUL KİTAP FUARI
2017 “İyi ki Varsın Edebiyat” 36.ULUSLARARASI İSTANBUL KİTAP FUARI
2018 “Hayatı Edebiyatla Kuşatmak” 37. ULUSLARARASI İSTANBUL KİTAP FUARI
2019 “Edebiyatımızda 50 Kuşağı” 38. ULUSLARARASI İSTANBUL KİTAP FUARI

Kaynak: TÜYAP Arşivi

Yukarıdaki Tablo 20’de yer alan temalar edebiyat alanında olabildiği gibi, felsefe, siyaset bilimi, tiyatro, sinema gibi kültür, siyaset ve sosyal bilimleri de kapsayacak şekilde geniş tutulmaktadır. Nitekim bu alan ve konu çeşitliği TÜYAP’ın kültür aracısı olarak rolünü güçlendiren bir araç sunmaktadır. Etkinliklerin başlıkları da bu çeşitliliğe göre ayrılmaktadır: politik içerikli paneller, tema ve onur yazarı kapsamında düzenlenen söyleşiler, edebiyat etkinlikleri gibi. İstanbul kentinde yıl içinde bir kurumun veya sivil bir inisiyatifin düzenlediği etkinliklere baktığımızda bir defada bu kadar sayıda ve farklı tür/başlıklarda etkinlik düzenlenmemektedir. Örneğin on yedi kültür merkeziyle (konser salonları ve kültür merkezleri) kentin en önemli kültür düzenleyici kurumlarından biri olan İstanbul Büyükşehir Belediyesi, her ay farklı mekânlarda üç yüz etkinlik düzenlediğini kaydetmektedir⁴²⁹. Kaldı ki, İBB başta olmak üzere ve ilçe belediyelerinin kültürel alanda yaptığı bu yatırımlar oldukça yenidir. Toplam kültür merkezlerinin %81’inin 2000 yılından sonra açıldığı kaydedildiği⁴³⁰ düşünüldüğünde, TÜYAP’ın 1982 yılından beri devam ettirdiği etkinlikler ayağı onun kültür aracısı olarak kültürel alanda önemli bir yere konumlandırırmaktadır. Kitap fuarında dokuz gün süresince, etkinlikler ve imza günleriyle bir edebiyat festivali gibi konumlanması ve Beylikdüzü gibi kentin periferisinde kalan fiziki bir alanı, merkez haline getirmesi kültür aracısı olmasından ileri gelmektedir.

Son olarak, kitap fuarını bir kültür aracısı konuma getiren araçların biri medyada yer alma biçimidir. Geleneksel medyanın yanı sıra sosyal medyayı da kapsayacak biçimde hakkında çıkan yazı, haber, röportajlar, videolar ve on bir ulusal gazetenin fuara özele çıkardıkları yayınlar ile gerçekleşmektedir. Fuar özelinde “kitap eki”⁴³¹ yayınlama sadece kentin, İstanbul’un fuarı olmaktan çıkarıp ülkenin kültür ajandasını belirleyen bir etkinlik haline dönüşmesinin de etkisinden kaynaklanmaktadır⁴³². Fuarda çıkacak yeni yayınlar, fuarın etkinlik programı, fuarın onur yazarı, teması ve uluslararası konuk ülkesi gibi başlıklar kültür-

⁴²⁹ <https://kultursanat.ibb.istanbul/> (5 Mayıs 2019)

⁴³⁰ Ayça İnce, “Kültür Politikalarında Eş Biçimlilik İstanbul İlçe Belediyeleri ve Kültür Merkezleri Örneği”, (Yayınlanmamış Doktora Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, 2021) s. 4.

⁴³¹ Fuarda özel kitap eki çıkaran gazeteler: Milliyet, Vatan, Hürriyet, Cumhuriyet, Yeni Şafak, Sabah, Posta, Agos, Evrensel, Birgün.

⁴³² Kitap eki çıkaran gazetelerin başında Cumhuriyet gazetesi gelmektedir. 1990 yılından bugüne (2019) her hafta düzenli olarak çıkan ek, kitap fuarının tüm etkinlik takvimini yayınlamakta fuara çıkan kitaplar, yeni baskılar, onur yazarı ile özel röportaj gibi fuarın açılışından önceki Perşembe-her perşembeleri gazete ile ücretsiz dağıtılır-fuar özel sayısı hazırlar. Hürriyet gazetesi de önceleri sadece fuara özel çıkarken ve hatta fuar giriş davetiyesini hediye ederken, 2017 yılından itibaren düzenli bir eke dönüşmüştür. Düzenli ek çıkaran Birgün gazetesi ilk sayısında fuar dolayısıyla yayımlandıktan sonra bunu düzenli bir ek haline dönüştürmüştür.

sanat ajandasını da belirlemektedir. Bu bağlamda yayınevleri açısından etkinlik düzenlemek ve imza günleri yapmak aynı zamanda kitap eklerinde yer almanın bir yoludur. Yayınevine görünürlük sağlayan bu durum, yayınevinin simgesel sermayesini de beslemektedir. Yayınevi, fuar dışı zamanlarda ilan vermediği ve ulaşamadığı gazetenin okur kitlesine böylelikle ulaşma imkanı bulmaktadır. Bu bakımdan fuarda etkinlik düzenlemenin yayınevi açısından okurla buluşmanın yanı sıra, fuarın tanıtım araçları aracılığıyla basında yer alarak simgesel sermayesini destekleyici etki yaratmaktadır.

Üçüncü Bölüm’de ele alınan TÜYAP’ı bir fuarcılık şirketinden simgesel olarak yayıncılık alanında farklı bir yere konumlandıran AYE’lerden biri olmasıdır. Son birkaç yıldır TÜYAP tarafından ziyaretçilere yönelik yapılan anketlerde yer alan sorulardan biri “*TÜYAP sizin için ne ifade ediyor?*” sorusudur. Ziyaretçilerin üçte biri “*kültür etkinliği*” olarak gördüğünü belirtmektedir. Sadece yayınevi nazarında değil okurun gözünde de kitap fuarının etkinlik programı ve yazar buluşmalarıyla bir kültür etkinliğine dönüştüğünü gözlemliyoruz. Dolayısıyla, yayıncılar açısından İstanbul Kitap Fuarı, her yıl kasım ayında dokuz gün boyunca katıldıkları ve bunun dışında kalmak istemedikleri bir takvimdir. TÜYAP alan yapılandıran bir etkinlik olarak yıllar içinde yayıncılık sezonunu belirleyen bir konuma gelmiştir. Yayınlanacak kitapların fuara yetiştirilmesi, kitap fuarının zaman içinde yüklendiği alandaki kültür aracısı rolünden kaynaklanmaktadır. Yeni kurulan yayınevinin kendini yayıncılık alanına tanıttığı *sahne* yine kitap fuarı olmaktadır. Yayıncılık alanıyla ilişkilenen tüm failerin bir şekilde dahil oldukları dokuz günlük etkinlik aynı zamanda bu bölümde ele aldığımız gibi kamusal alana çıkışın bir başka ifadesidir.

Fuarda oluşan kamusal alanda yayınevlerinin tüm yıl yayıncılık alanında yürüttükleri mücadele görünür olmaktadır. Bu bakımdan, farklı yıllar içinde hem yayıncılık alanının dönüşümünü vermesi açısından hem de TÜYAP’ın değişimini gözlemlemek bakımından belli örnek dönemler seçilmiştir. Seçilen dönemler ışığında sermayeler bakımından yayınevlerinin durumu karşılaştırılacaktır. Bu bakımdan yıllar içinde fuarın değişimi yayıncılık alanındaki değişimin izini sürmemizi sağlarken, yayınevlerinin sermaye birikimleriyle yürüttükleri gözleme imkanı sunmaktadır. Bu bölümde incelenen bu veriler ışığında, bir sonraki bölümde alan yapılandıran etkinliklerden biri olan İstanbul Kitap Fuarı’nın belli dönemlerinde yayıncılık alanındaki sembolik mücadelenin izi sürülecektir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TÜYAP KİTAP FUARI ÖRNEKLERİ ÜZERİNDEN ALANDAKİ SEMBOLİK İKTİDAR MÜCADELESİ

TÜYAP kitap fuarları bir önceki bölümde görüldüğü üzere yayıncılık alanında istikrarlı faaliyet gösteren farklı büyüklükteki yayıncıların neredeyse tamamını kapsayan konumdadır. Yayıncıların fuardaki metrekaresiyle, yerleşim planındaki yerleri, yazarları ve düzenledikleri etkinlikleriyle cisimleşen sermayeleri, alanda konum alışlarının bir göstergesidir. Bu Dördüncü Bölüm’de bir sahne olarak TÜYAP kitap fuarlarında yayıncılık alanındaki sembolik iktidar paylaşımı incelenecektir. Çalışmanın ilk iki bölümünde yayıncılık alanının nasıl işlediği, alanın dinamikleri ve belli kırılma dönemlerinde nasıl dönüştüğü ele alındı. Bu son bölümde ise, TÜYAP’ın seçilen örnek fuarları üzerinden yayınevlerinin yayıncılık alanındaki konumları, alanda yürüttükleri mücadele ve sermaye birikimleri üzerinden iktidar mücadelesi incelenecektir. Bu açıdan kitap fuarları yayıncılık alanının mikro ölçeğini sunmaktadır. Bu bölüm içinde semptomlarını bulacağımız üzere yayınevlerinin fuara katılım biçimleri (metrekareler, etkinlikler, sosyal buluşmalar vb.) aynı zamanda sermayelerini ve dolayısıyla yayıncılık alanındaki durumlarını yansıtmaktadır. Nitekim bazı yayınevleri büyük, bazıları küçük ve bağımsız olarak sınıflandırılırken kastedilen sahip oldukları sermaye türleri ve dağılımlarıdır. İkinci Bölüm’de incelendiği üzere fuarda ilk bakışta, büyük yayınevlerinin ağırlıkları gözlemlenmektedir. Ancak, küçük metrekarede fuara katılan yayınevleri düzenlediği etkinliklerle programda yer alma biçimiyle kültürel sermayelerini gösterirken, mücadeleye böylelikle ortak olmaktadır. Küçük/öncü yayınevlerinin yayın politikaları (ki çoğunlukla yayınevinin kurucularının kişisel beğeni ve tercihlerinden ileri gelmektedir) yayın politikalarını belirlemede kendilerine özgürlük sağlamaktadır. Genel okuru hedeflemedikleri için, diğer yayınevlerine göre daha özellikli kitaplar, örneğin belli alanlarda uzmanlaşan kitaplar basabilmektedir. Bu özgürlük aynı zamanda simgesel sermayelerine katkı sunmaktadır. Bu bölümde, katılımcı yayınevlerinin fuarda ilk bakışta okunabilen ekonomik sermayelerinin yanı sıra, diğer sermaye türleri ve birikimleri ile birlikte alandaki konum alışları incelenecektir. Fuara dışarıdan bakan biri, metrekaresinden yayıncılık alanında güçlü konumda olan yayınevlerini saptadığını düşünebilir, oysa bunun için metrekaresine bakmak, yayınevinin büyüklüğüyle ilgili fikir vermekle birlikte, değerlendirme için tek başına yeterli

değildir. Yayınevleri arasında iktidar mücadelesini (güçlü, etkili, zayıf vs.) gözlemleyebilmek için diğer sermaye türlerini dikkate almak gerektiği bu çalışmanın varsayımlarındandır.

Yayınevlerinin alandaki konumları sahip oldukları sermayeleri aracılığıyla belirlenmektedir. Örneğin, kültürel sermayesi güçlü olan geleneksel yayıncılardan biri olan İletişim, Metis, Ayrıntı gibi yayınevlerinin ekonomik sermayeleri aynı oranda güçlü olmayabilir. Ancak yayıncılık alanında konumlarıyla iktidar kurabilmekte, alandaki belli kuralları belirlerken, değiştirirken söz sahibi olabilmektedir. Benzer durum tersinden de geçerlidir. Ekonomik sermayesi güçlü olan yeni kurulmuş bir yayınevi, kültürel sermayesindeki yetersizliği yazar transfer ederek ikame edebilmekte böylelikle kültürel sermaye devşirmektedir. Bu yolla alanda doğrudan iktidar mücadelesine girebilmektedir. Bir başka örnek, sosyal ve ekonomik sermayeye sahip fakat kültürel sermayesi daha düşük, yeni kurulmuş bir yayınevi TÜYAP'ta temsil edilerek alanda yeni bir oyuncu olarak kendini görünür kılabilir. Örneğin 2018 yılı sonunda kurulan Vakıfbank'a ait Vakıfbank yayınları, faaliyete geçtiğini TÜYAP'ta stant alarak duyurmuştur, ki fuara katıldığında sadece satışa çıkan beş yayını bulunmaktadır. Bu durum TÜYAP'ın AYE'lerden biri olarak yayıncılık alanındaki simgesel konumundan ileri gelmektedir. Benzer durum Sabah gazetesine bağlı Turkuvaz Kitap için de geçerlidir. Kuruluşunu TÜYAP'a katılarak duyurmuş, fuarda yayıncılık alanındaki tüm diğer oyunculara kendini tanıtmıştır. Fuara katılarak simgesel sermayelerini okur ve yayıncılık alanındaki diğer faillere (ajans, yazar, yayınevi, eleştirmen, kütüphaneci, gazeteci vb.) gösterebilmektedir. Nitekim TÜYAP, fuarın açık olduğu dokuz gün boyunca yayıncılık alanının neredeyse tüm ağılarıyla (yazar, çevirmen, okur, ajans, editör, dağıtımçı, satıcı, grafiker, dizgici, gazeteci) Beylikdüzü'ne taşıyarak, yayıncılık alanının mikro ölçekte kurgusunu yaratmaktadır. Dolayısıyla, alana yeni giren bir oyuncu için bu ağlarla ilişkilenme ve kendini tanıtmak için TÜYAP, bir imkan yaratmaktadır.

Yayıncılık alanına yeni girenlerin ilk hedefleri TÜYAP kitap fuarına katılmak, mümkünse iyi bir konumda yer almak, etkinlik programında öne çıkmak gibi araçlarla Bourdieu'nün altını çizdiği gibi dinamik bir strateji geliştirme eğilimindedir. Fuara yeni katılanlar oyunun yenileri olurken "eskilerin" diğer bir deyişle deneyimli olanların varlığı, tüm alanın görünmez kurallarını da belirlemektedir⁴³³. Bu bağlamda TÜYAP'ta *yerleşim* önemli bir

⁴³³ Pierre Bourdieu, **Choses Dites**, Paris: Les Editions de Minuit, 1987, s. 176-177.

mücadele konusudur. Pierre Bourdieu, uzamda bölgeler arasında kurulan hiyerarşiden bahseder. Ona göre: *“Mimari uzamlar; doğrudan bedene sessizce telkinlerde bulunurlar ve bulundukları mesafe sayesinde, yani çok uzakta, saygı uyandıran bir mesafe bulundurarak bedende saygı ve hürmet uyandırır. Görünmez olduklarından ötürü bu uzamlar (...) iktidarın sembolik düzeninin şüphesiz en önemli parçaları ve sembolik iktidarın tamamen gerçek sonuçlarıdır”*⁴³⁴. Yayınlarının fuardaki konumları uzamda kurulan hiyerarşinin bir ifadesidir. Ana salonda olmak, ada stant (dört tarafı açık sergileme imkanı sunar) olarak yer almak ve ana ve geçiş koridorlarının üzerinde yer almak gibi kriterler bu hiyerarşiyi somutlamaktadır. Buradaki mücadele ise *“uzamın, daha doğrusu şekleşmiş toplumsal uzamın-mekan ve yerleri ile bunların getirdiği kâr (farklı alanlarda) mücadele unsurudur. Mekanın bulunduğu yer üzerinden iki şekilde kâr elde etmek mümkündür: nadir bulunan ve talep edilen fail ve mallara (...) yakınlıktan elde edilen gelir ile konum veya sıranın getirdiği kâr (mesela itibarlı bir adreste oturmak)”*⁴³⁵. Yayınlarının fuar yerlerine dair gösterdikleri mücadele aslında bu mekan üzerinde kurulan iktidarı gösterir. Ve her iktidar biçiminde olduğu gibi bu mücadelenin araçları da sahip oldukları sermaye türleridir. Bourdieu’nün ifadesiyle *“bu mücadelede başarı (farklı türlerde) sahip olunan sermayeye bağlıdır”*⁴³⁶. Çünkü *“sermaye sayesinde, bir yandan istenmeyen kişi veya eşyaları belirli bir mesafede tutmak, diğer yandan da arzu edilen kişi veya eşyalara (buarada bu kişi ve eşyalar sermayeyi artırdıkları için de arzulanabilir) erişebilmek mümkündür”*⁴³⁷. Dolayısıyla yayınlarının sahip oldukları sermaye türleri ve sermaye birikimleri kurdukları mücadele biçimini de belirleme gücünü onlara sağlamaktadır. Ana yerleşim salonlarında yer almak bunun bir yolu olurken diğer yolu iyi gün ve saatlerdeki etkinlik programına girebilmektir. Böylelikle, daha çok okura ulaşmak mümkün olurken yazarları nezdinde de simgesel sermayelerini arttırmaktadırlar.

Kitap fuarlarına katılmak yayıncılar açısından nakit akışı sağladığından ekonomik sermayelerini doğrudan artıran bir unsurdur. Ancak sadece bununla sınırla değildir. Bazı küçük ve bağımsız yayınları ekonomik sermayelerine olan katkı az olmasına rağmen hatta zaman zaman ekonomik açıdan zarar etmelerine rağmen fuarda yer edinmeyi önemli bulmaktadır. Fuarın bu önemi, fuarın simgesel sermayesinden kaynaklanmaktadır. Fuarda olmak bir

⁴³⁴ Pierre Bourdieu vd., **Dünyanın Sefaleti**, çev. Levent Ünsaldı, Aslı Sümer, Hatice Esra Mescioğlu, Özlem İlyas, Laçın Tutarlar, Baran Öztürk, Zeynep Baykal, Özlem Akkaya, Ankara: Heretik Yayınları, 2015, s. 228.

⁴³⁵ Bourdieu, 2015, s.228.

⁴³⁶ Bourdieu, 2015, s.229.

⁴³⁷ Bourdieu, 2015, s.229.

prestijdir, yayıncılık alanında var olduğunun bir göstergesidir. Diğer bir deyişle, yayıncılık alanında “oyun”da olduğunun bir ifadesidir. Dolayısıyla fuara katılım kararı ekonomik olduğu kadar, fuarda yer almaktan kaynaklanan simgesel sermayeden de ileri gelmektedir.

Yayıncılar kendi yayın politikalarıyla var olan kültürel alana müdahalede bulunurlar, bunun yayıncılık alanındaki tezahürü sembolik bir iktidar mücadelesidir. Günümüzde kültürel sermaye bakımından güçlü yayınevlerinin kurucu kadroları siyasal muhalefet hareketinin içinden gelmektedir, dolayısıyla yayın politikaları bu anlamda bir mücadele biçimidir. Yayınlanan kitapların seçimi belli bir ideolojik çerçeve içinde gerçekleşir. Örneğin 1980 sonrasında İletişim yayınları “bilgi”ye erişme olanağı sağlamak açısından telifli Ansiklopediler ile başlamıştır, ki bu dönem akademisyen, yazar, editör ve çevirmeni bir çatı altında toplamak çabasının da bir ürünü olduğundan tezin ikinci bölümünde söz etmiştik. Dönemin bir diğer önemli muhalif yayınevi Ayrıntı’nın ilk kitabı da modern sanayi toplumu eleştirisi olan İvan Illich’in *Şenlikli Toplum* kitabıyla kendini tanıtmaya veya 1980’li yılların sonunda feminist hareketin yükselişine paralel kadın kitaplığı başlığı altında feminizmin önemli metinlerinin basılması da alandaki mücadelenin başka bir ifadesidir.

Bu bölümde, kitap fuarlarının tamamı yerine çalışmayı derinleştirebilmek için seçtiğimiz dört dönem üzerinden yayınevlerinin katılımları ele alınacaktır. Söz konusu dört fuar dönemi içinde, yayınevlerinin fuara katılımları, fuarda düzenledikleri etkinlikler ve fuardaki konumlanışlarının değişimleri incelenecektir.

On yıllık aralarla belirlenen fuar dönemleri şu şekildedir:

1. 1986 yılında düzenlenen 5. İstanbul Kitap Fuarı
2. 1996 yılında düzenlenen 15. İstanbul Kitap Fuarı
3. 2006 yılında düzenlenen 25. İstanbul Kitap Fuarı
4. 2016 yılında düzenlenen 35. Uluslararası İstanbul Kitap Fuarı

Bu dönemselleştirmeyi belirleyen iki temel savın ilki; kitap fuarının mekânsal değişimini gözlemleyebilmek ikincisi de yayıncılık alanındaki yapısal dönüşümün izini sürebilmektir. Bu nedenle on yıllık dönemler, fuarın niceliksel büyüklüğüne tanıklık ederken

aynı zamanda yayıncılık alanının değişimini gözlemleme imkanı sunmaktadır. Örneğin, ilk olarak ele alacağımız 5. İstanbul Kitap Fuarı (1986), 1980’li yıllarda yayıncılık alanına giren ve bugün önemli konumda olan yayınevlerinin kurulmaları ve fuara katılma açısından -bazıları 1982’de, bazıları 1984 ve 1985’te kurulduğundan-ortaklaşma için en uygun dönemdir. Bu yıl aynı zamanda fuarın ilk yeri olan Etap Otel’ni de kapsamaktadır. İkinci inceleme örneği olarak 1996 yılında düzenlenen 15. İstanbul Kitap Fuarı’nı ele aldık. 1990’lı yıllar, bir önceki bölümde görüldüğü gibi fuarın simgesel sermayesinin yükseldiği dönemdir ve aynı zamanda yayıncılık alanına yeni oyuncuların da girmeye başladığı yıllardır. Özellikle 1990’lı yıllar İslami sermayenin yayıncılığa girişi ve dağıtım ağı kurarak ekonomik sermayelerinin güçlenmesi olduğu İkinci Bölüm’de incelenmişti⁴³⁸. 15.İstanbul Kitap Fuarı,1996 yılı, aynı zamanda fuarın mekân olarak Tepebaşı yıllarıdır. 25. İstanbul Kitap Fuarı’nı, 2006 yılı, ele alma nedeni, 2000’lerden sonra küresel yayıncılık pazarı ile eklemlenmenin ve sektörleşmenin başladığı döneme rastlamış olmasıdır. Bir diğer gelişme ise Türkiye’nin, uluslararası Frankfurt Kitap Fuarı’nda 2008 yılında onur konuğu olacağı 2006 yılında ilan edilmiştir. Özellikle 2006-2010 yılları arasında uluslararası yayıncılık alanındaki önemli kitap fuarlarında Türkiye’nin onur konuklukları (Frankfurt, Paris, Londra) gibi etkinliklerle yükselen simgesel sermaye, Türkiye’deki yayıncılık alanının küresel yayıncılık alanıyla eklemlenmesinin önünü açmıştır. Dolayısıyla, kitap fuarının 25. Yılı yukarıda sözünü ettiğimiz dönemi yansıması bakımından örnek olarak seçilmiştir. Son olarak kitap fuarının otuz beşinci yılına denk gelen 2016 yılının seçilme nedeni ise kitap fuarının uluslararası ibareyi (2010) alarak açılmış olması ve uluslararası katılımcılarla yayınevlerinin ilişkilenebilmesi, yayıncılık alanında bağımsız/küçük yayınevlerinin sayıca artmaları ve fuarda iki yeni salonun eğitim yayıncılarına ayrılmasıyla alanda büyüyen üretimi gözlemleme olanağı sunmasıdır.

35.İKF’de, Tablo 21’de ayrıntılı olarak görülebileceği üzere fuar, metrekare bazında bir önceki döneme (2006) kıyasla %49 oranında büyüme göstermiştir. Bu büyüme yayıncılık alanındaki büyümenin bir ifadesidir. Yayıncılık alanı 2006’dan 2016 yılına benzer oranda büyüme eğilimi göstermiştir. Her iki dönem alanda üretilen kitap sayısı bakımından karşılaştırıldığında 2006 yılında ISBN alınan kitap başlık sayısı 25.811’dir⁴³⁹, 2016 yılında ise

⁴³⁸ Taylan Tosun, Abdullah Arı, Fatih Taş “Türkiye’de Yayıncılık Alanı’nda Dönüşümler” BGST, internette <http://www.bgst.org/keab/cs20071102yayincilik.asp> (4.11.2007 yayın tarihi)

⁴³⁹ Mustafa Sönmez, **Medya, Kültür, Para ve İstanbul**, İstanbul :Yordam Kitap, 2010,s.133.

bu sayı 54.446'ya⁴⁴⁰ çıkmıştır. On yılda kitap başlığındaki artış %110,9'dur. Alanda üretilen kitap başlığındaki bu artışın en temel sebeplerinden biri eğitim ve kaynak kitaplar türündeki büyümedir. Bunun yanı sıra alana 2010'lardan sonra dahil olan bağımsız/küçük yayınevlerinin bu büyümede payı olabilmektedir.

Tablo 21
Yıllara Göre Sayılarla Kitap Fuarları

Yıl	Fuar Adı	Metrekare (net)	Yer	Katılımcı Sayısı	Ziyaretçi Sayısı
1986	5. İKF	1500 m2	Etap Marmara	65	38.000
1996	15.İKF	3000 m2	TÜYAP Sergi Sarayı/Tepebaşı	247	360.000
2006	25. İKF	8900 m2	TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi /Beylikdüzü	500	330.000
2016	35. UİKF	13.337 m2	TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi /Beylikdüzü	800	621.000

Kaynak: TÜYAP Arşivi

Kitap fuarlarının gerçekleştiği alanlar niceliksel olarak metrekarelerle ölçülmektedir. Bir yayınevinin fuar süresince kiraladığı fiziki alana “stant alanı” denmektedir. Stant alanı fuar süresince tamamen katılımcı yayınevinin kullanımına aittir. TÜYAP tarafından iki şekilde alan kiralaması yapılmaktadır. İlki, katılımcının talebine bağlı olarak boş alan olarak verilebilir, bu durumda yayınevi dışarıdan alacağı stand kurulum firmasıyla kendi standını kendisi yaptırmayı

⁴⁴⁰ <http://turkyaybir.org.tr/2016-turkiye-kitap-pazari-raporu/#.XqRylGgzblU>

üstlenir. Diğeri ise, standart stant denilen paket içine TÜYAP tarafından yapılan modüler stant sistemi alınır ve yayınevine hazır paketle sunulur. Bu durumda TÜYAP'ın modüler ve standart stant malzemeleriyle pakete⁴⁴¹ dahil olacak şekilde kurulum yapılır ve hazır olarak katılımcıya fuardan bir veya iki gün önce teslim edilir. TÜYAP, boş alanı ve paket satışı ayrı fiyatlandırmıştır. İstanbul Kitap Fuarı'nda yayınevleri için yayınevinin imajını yansıtmayı bakımında tercihleri çoğunlukla boş alan alıp, bir mimarlık firmasıyla-bu konuda TÜYAP'ın bir yaptırımı yoktur, yayınevi TÜYAP tarafından belirlenen İSG şartlarını sağlayan her firma ile çalışabilmektedir-anlaşarak standını yayınevinin kurumsal kimliğini temsil edecek şekilde yaptırabilmektedir.

Fuarda kiraladıkları metrekaireler yayınevlerinin ekonomik sermayesine işaret ederken, yayın politikaları, düzenledikleri etkinlikler ve yazarları kültürel ve sosyal sermayeye işaret etmektedir. Yayınevlerinin kitap fuarında yer alma biçimleri alandaki konumlarının bir yansımasıdır.

Bu bölümde yukarıda belirtildiği gibi dört dönem ışığında yayınevlerinin fuara katılımları, sermayeleri bağlamında incelenecektir. Öncelikle ekonomik sermayelerinin bir göstergesi olarak fuarda aldıkları metrekaireleri ve yerleşim planındaki konumlandırmalarını ele alınacak, ardından etkinlik programı ve yazarların katılımları bağlamında kültürel ve simgesel sermaye savaşımı incelenecektir. Bölümün sonunda örnek alınan dört fuar yılında yayıncılık alanındaki değişim ve kültürel, ekonomik ve sosyal sermaye türleri üzerinden sembolik iktidar paylaşımı incelenecektir. Aynı sermaye türleri üzerinden incelemek fuarlardaki değişimleri gözlemlene imkanı sunarken, sistematik bir akış içinde karşılaştırma yapılmasına imkan tanımaktadır.

4.1.Sermayeler Bağlamında Beşinci İstanbul Kitap Fuarı

İstanbul Kitap Fuarı (5.İKF) beşinci kez, 1-9 Kasım 1986 tarihleri arasında Etap Marmara Otel'i'nin alt katında düzenlenmiştir. Fuar, ilk dört yılında yüz bine yakın ziyaretçiye ulaşmış ve yayınevlerinin katılmak istediği bir kültür etkinliğine dönüşmüştür. Demirtaş Ceyhun,

⁴⁴¹ Standart stant olarak bilinen bu modüler sistemde yüksekliği 238cm genişliği 95 cm olan beyaz modüler paneller ve birbiri içine geçecek şekilde monte edilir. Masa, sandalye ve aydınlatmadan oluşan standart paket TÜYAP tarafından monte edilir ve hazır biçimde yayınevine teslim edilir. Bazı yayınevleri bu paketten satın alıp paneller üzerine kendi görsellerini asarak kurumsal kimliklerini görsel olarak giydirmekte ve diğer standart paket alan yayınevlerinden kendilerini ayırtmaktadır.

Cumhuriyet Kitap eki için kaleme aldığı yazıda fuarın beşinci yılına ulaşmasını çok önemli bulunduğunu kaydederken İzmir Enternasyonal Fuarı'nda Türkiye Yazarlar Sendikası'nın 1977-1980 arasında düzenlediği kitap pavyonunun dört yıl sürebildiğini ve ilk kez bir kitap etkinliğinin sürdürülebilir olduğuna dikkat çekmektedir⁴⁴².

5.İKF, TÜYAP'ın Tepebaşı'ndaki fuar merkezine taşınmadan önceki Etap Marmara'daki son yılıdır. Fuar altıncı yılından itibaren on beş yıl kalacağı Tepebaşı'ndaki İstanbul Sergi Sarayı'na taşınacaktır.

4.1.1.Ekonomik Sermaye Bağlamında Beşinci İstanbul Kitap Fuarı

Yayıncılar açısından ekonomik sermayenin fuar alanındaki fiziki karşılığı, metrekaare üzerinden ölçülmektedir. Standının büyüklüğü, bulunduğu salon ve yerleşim planındaki yeri bu söz konusu ölçümün parametrelerini oluşturmaktadır. Beşinci yılında kitap fuarı, iki salona yayılarak 1500 metrekaareye ulaşmıştır. Metrekaredeki bu büyüklük fuarın fiziki olarak burada ulaşabileceği en son metrekaaredir.

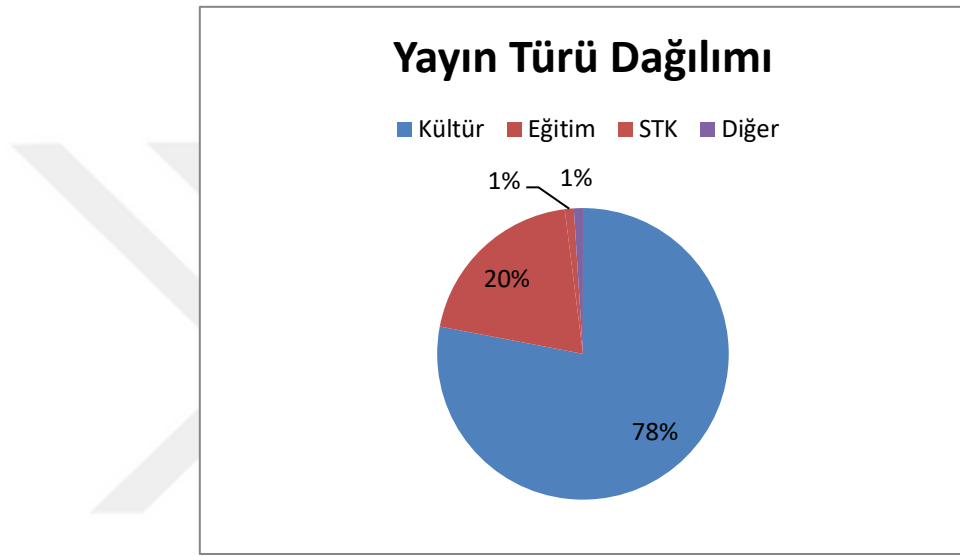
5.İKF'ye 65 yayınevi katılmıştır. 1980 sonrası kurulan yayıncılık alanının öne çıkan yayınevlerinin önemli kısmının fuara katıldıklarını gözlemliyoruz⁴⁴³. Katılımcıların dağılımları incelendiğinde katılım bazında ağırlığın kültür yayıncılarında olmakla birlikte, eğitim alanında yayıncılık yürüten yayınevlerinin oransal olarak diğer yıllara nazaran yüksek olduğu görülmektedir. Tüm katılımcılar arasında 13 yayınevi eğitim, okula yardımcı ders kitabı ve sadece sözlük üzerine özelleşmiş eğitim yayıncılarıdır⁴⁴⁴. Bu bağlamda değerlendirdiğimizde

⁴⁴² Demirtaş Ceyhun, "TÜYAP Kitap Fuarı 5 Yaşında", *Cumhuriyet Kitap Eki*, s.20,1986.

⁴⁴³5. İstanbul Kitap Fuarı Kataloğunda yer alan ve katılan yayınevleri: ABC Kitabevi, Ada Yayınları, Afa Yayıncılık, Akaşa, Altın Kitaplar, Anadolu Yayıncılık, Arıtaş, Arkın Kitabevi, Atlas Tıp Kitapçılık, Baskan Yayınları, Bilgi Yayınevi, The British Council, Broy Yayınları, Can Yayınları, Cem Yayınevi, Çağdaş Yayıncılık, Çınar Yayınları, De Basın Yayın, Dilko, Diyanet İşleri, Eğitim Yayınları, Felek Yayıncılık, Fil Yayınevi, Fono, Galeri Nev, Gelişim, Görsel Yayınları, Grolier International, Haşet Kitabevi, Hil Yayınları, İletişim Yayınları, İnkılap Kitabevi, Kalem Basın Yayın, Karacan Yayınları, Kardeş Eğitim Hizmetleri, Kelebek Yayınevi, Kitab-ı Mukaddes Şirketi, Kültür Yayınları İş- Türk, Liman Yayınevi, Metis Yayınları, Milliyet Yayın, Net Turistik, Nobel Tıp, Oda Yayınları, Onur Yayınları, Özgür Yayın Dağıtım, Pan Yayıncılık, Payel Yayınları Redhouse Yayınevi, Remzi Kitabevi, Say Kitap, Sorun Yayınları, Sözler Neşriyat, Süreç Yayıncılık, Taş Kitapçılık, Tekin Yayınevi, Toros Yayınları, Varlık Yayınları, Yapı Kredi, Yeni Asya, Yön Yayıncılık.

⁴⁴⁴ Eğitim yayıncıları: Atlas, Arıtaş, Dilko, Eğitim, Fil Yayınevi, Fono, Nobel, Haşet, Redhouse, ABC Kitabevi, Kardeş ve Grolier'dir.

Grafik 5'te yer aldığı gibi, fuar katılımcılarının %20'si eğitim yayıncıları olarak kaydedilmektedir. Eğitim yayıncılığındaki oransal büyüklüğün nedenlerinden biri, bu dönem ansiklopedi yayıncılığının gelişmiş olmasıyla açıklanabilir. Özellikle abonelik sistemiyle yürüyen ansiklopedi yayıncılığı temel başvuru kaynağı olarak bu dönemin öne çıkan yayın türüdür ve önemli oranda sermaye birikimini de beraberinde getirmiştir.



Grafik 5: 5. İstanbul Kitap Fuarı Yayın Türü Dağılımı/Metrekare Bazında (1986)

Kaynak: TÜYAP Arşivi

*Diğer: Akademik ve ithal kitap yayıncıları

Yayın türleri incelendiğinde fuarın katılımcıları arasında yayın politikası bağlamında dini yayıncılık olarak ele alınabilecek üç yayınevi bulunmaktadır. Bunlar, Hristiyanlık öğreti kitapları ve İncil yayınlayan **Kitab-ı Mukaddes**, Nur cemaatinin ve Said-i Nursi'nin kitaplarını yayınlayan **Yeni Asya Neşriyat** ve **Sözler** yayınevleridir. Her üç yayınevi de hemen her yıl istikrarlı biçimde kitap fuarlarında katılım göstermişlerdir.

Kendini doğrudan “sol ve/veya muhalif”⁴⁴⁵ olarak tanımlayan yayınevleri ise İletişim, Metis, Cem, Hil, Afa, Can, Kalem, Onur yayınları, Sorun, Payel, Süreç ve Yön yayıncılıktır. Bir önceki bölümde belirttiğimiz gibi 1980 sonrası kurulan yayıncılık alanının önemli

⁴⁴⁵ Bu sınıflandırmada yayınevlerinin 5.İKF'ye girdikleri katalog bilgileri referans alınmıştır. Yayınevi, yayın politikası ve/veya kurum kimliği olarak politik bir eğilim belirtmemişse dikkate alınmamıştır.

oyuncuları bu fuarda yer almaktadır, ki bunlar bir siyaset yürütme biçimi olarak yayıncılığı seçmiş kişilerce kurulmuştur. Bir önceki kuşağın (1960-1970) yayıncılarından farklı olarak bir siyasal örgüt veya hareketin organik yayını değildir, aksine özgür bir siyaset yapma biçimi olarak yayıncılığa yönelmişlerdir. Yayıncılığa yönelmeleri bir diğer deyişle, kültürel alanda *karşı iktidar* kurma şeklidir. Örneğin Metis yayınları 1980 darbesinin yayıncılık alanında yarattığı tahribatı şu şekilde tanımlar:

“1980’den önce yayıncılar, o günlerin Türkiye’si’nin olanakları içinde de olsa, beklentisi belli bir okura, kurulu ve işleyen iletim mekanizmaları aracılığıyla seslenme olanağına sahiptiler. Oysa 12 Eylül darbesi, toplumun başka alanlarında olduğu gibi, kitapçılıkta da büyük bir tahribat yapmıştı. 1980 sonrasında yayıncılığa başlayanların karşısında çok hazin bir tablo vardı. Ne hazır bir okurdan söz edilebilirdi, ne de işleyen bir dağıtımçı/kitapçı kanalından. Okur ürkütülmüş, sindirilmiş ya da sadece ilgisini yitirerek bezmiş durumdaydı. Televizyon ve basında kitabın tekrar tekrar suç unsuru olarak vurgulanması, hakim ideolojinin artık "kendi başının çaresine bakma zamanı olduğunu" vazedip durması, genel bir durgunluğa yol açmıştı. Aynı şekilde sindirilmiş olan ve kendilerini tehdit altında hisseden kitapçılar da kırtasiye/oyuncakçı'ya dönüşüyorlardı. Bu durumda yayıncıları bekleyen, bir meslek dalı olarak varlıklarını koruma/sürdürme olanağını yaratmak, okur/dağıtımçı/kitapçı üçgeninin her birine ayrı ayrı seslenerek sektörün canlanmasını sağlamaya çalışmaktı.”⁴⁴⁶

Darbe sonrasında sivil bir kültürel alan yaratma mücadelesinin bir aracı yayıncılık yapmaktır, ki bu durum sol ve/veya muhalif yayıncılar için olduğu kadar İslami ve sağ-muhafazakar yayıncılar için de geçerlidir. Darbe yönetiminde cumhurbaşkanı olan Kenan Evren’in kişiliğinde cisimleşen Türk-İslam sentezi⁴⁴⁷ 1980 sonrası devlet ideolojisi olarak kurumsallaşırken sonraki dönemde liberal ekonomi politikalarıyla önü açılan İslami sermaye yayıncılık alanında da varlık göstermeye başlamıştır⁴⁴⁸.

Kendini sol ve muhalif olarak tanımlayan 1980-1990 arası dönemde faal olan fakat yayıncılık hayatına devam edemeyen *Yön*, *Süreç* ve *Afa* yayınları fuarların ilerleyen yıllarında da katılım gösterememiştir. 5.İKF, günümüzde yayıncılık alanındaki simgesel sermayesi yüksek bazı yayınevleri bakımında ilk yayınlarını çıkardıkları ve kitaplarını ilk kez

⁴⁴⁶ <https://www.metiskitap.com/about>

⁴⁴⁷ Zürcher 2011. s. 415; Taşkın ve Aydın 2017, s. 363.

⁴⁴⁸ Bir önceki bölümde ayrıntılı ele aldığımız gibi 1980-1990 yılları arasında kurulan İslami sermayeleri yayınevleri arasında Timaş yayınları, Semerkand yayınları, Erdem yayınları, İz Yayıncılık, İnsan Yayınları, Pınar yayınları, Kaynak Kültür Grubu yayınları gelmektedir.

sergiledikleri bir fuar olmuştur. Bunlar arasında ikinci bölümde incelediğimiz Can yayınları, (1981) İletişim yayınları (1982), Metis yayınları (1982), Hil Yayınları (1982), Yaşar Kemal'in kitaplarını yayınlayan Toros Yayınları (1983) bulunmaktadır. Metis ve Hil yayınları ortak stant olarak fuara katılmışlardır.

İletişim yayınları, -her ne kadar (Sosyalist) Birikim dergisi ve Yeni Gündem gazetesinin getirdiği kültürel ve sosyal sermaye birikimiyle yayıncılık alanının içinde olan bir kurumun devamı niteliğinde olsa da, 1982 yılında Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi'ni yayınlayarak kurulmuş bir yayınevidir. Dolayısıyla fuara katılım gösterdiklerinde henüz kitap baskıları az sayıdadır, fuarda daha ziyade dergileri ve ansiklopedileri ile yer almışlardır. *Metis* yayınları, kuruluşunun ardından 30 kitabıyla 5. İKF'de yer almıştır. Bu fuara kadar henüz edebiyat alanında yayından çok sosyal bilimler alanında yayın yapan yayınevi, fuarın kataloğunda verdiği “*yavru karga dizimizle ilk kez ilkokul ve öncesi döneme hitap eden yayınlarımıza başlıyoruz*” diye duyurarak çocuk edebiyatında da faaliyet göstereceği bilgisini vermiştir.

1981 yılında kurulan *Can* yayınları kendini “sol” bir yayınevi olarak tanımlamaz, tamamen edebiyat alanında faaliyet göstermektedir. Kurucusu Erdal Öz'ün “muhalif” ve sol ile ilinti kimliği yayınevinin yayın politikasında etkili olmakla birlikte temel misyonunu edebiyat yayınlamak olarak açıklamaktadır⁴⁴⁹. Dönemin kültürel sermayesi ise ayıran önemli yayınevlerinden biri de Hil yayınlarıdır, 1982 yılında kurulmuştur ve 5.İKF'ye 30 kitabıyla katılmıştır.

5.İKF'de ilk kitaplarıyla yer alan yayınevlerinden bir diğeri yazar Alpay Kabacalı ve Yaşar Kemal'in oğlu Raşit Gökçeli tarafından kurulan Toros yayınlarıdır. Yaşar Kemal'in kitaplarının yayıncısı olan Toros yayınları Yaşar Kemal'in imza törenleriyle fuarın ilgi çeken stantlarından biri olmuştur.

Yerleşim planı incelendiğinde yayınevlerinin henüz ekonomik sermaye birikimlerinin cılız olduğunu gözlemlemek mümkündür. Zira çoğunlukla yeni kurulmuş yayınevlerinden oluşmaktadır. Bunun yanı sıra 3000 metrekareye ulaşan fuar alanının var olan fiziki koşullarda hacmen en büyük alana ulaşmış olması, yayınevlerinin katılım metrekarelerini büyütmemiş

⁴⁴⁹ <https://canyayinlari.com/hakkimizda> (10 Mayıs 2019)

fakat çeşitliliği sağlamıştır. Yayınevleri 9-12 veya 18 metrekarelik standart stant malzemelerinden oluşan paketlerden almışlardır. Dolayısıyla yayınevlerinin kurumsal kimliklerini gösteren özel stantlardan henüz söz etmek için erkendir. Metrekare dağılımları da birbirine yakındır. Ekonomik sermaye birikimiyle sıyrılıp önce çıkabilme imkanı da fuarın fiziki sınırlılığı nedeniyle kısıtlıdır. Yerleşim planı üzerinden metrekarelerini baz alarak değerlendireceğimiz ekonomik sermaye farklılıklarını gözlemlemek için 5.İKF henüz erken bir fuardır.

5. İKF’de, ilerleyen yıllarda TÜYAP’ın ayrışan özelliklerinden biri olacak, katılım çeşitliliği açısından bir denge gözetilmiş olmasıdır. Dini yayıncılığın temsilcileri de sol-muhalif yayıncılık misyonunda olan yayınevlerinin de temsil edilmeleri mümkün olmuştur. Fuarın beşincisinin gerçekleştiği 1987 yılında henüz Türkiye Yayıncılar Birliği yeni kurulmuştur (1985) ve TÜYAP ile bir işbirliği başlamamıştır. Dolayısıyla TÜYAP yayınevlerinin katılımı ve fuarın organizasyonu tamamen kendisi yürütmektedir.

4.1.2. Kültürel, Simgesel ve Sosyal Sermaye Bağlamında Beşinci İstanbul Kitap Fuarı

Yayıncılık alanında 1985-1986 yılları hareketli bir dönemdir. Darbe sonrasında 1980-1986 yılları arasında kurulan yayınevi sayısı tam bilinmemekle birlikte bizim ulaşabildiğimiz rakam yaklaşık 90’dır⁴⁵⁰ ve bu yayınevlerinin 65’i fuara katılmaktadır. Yayın zincirindeki en temel halka olan dağıtım kanallarının da Darbe’den dolayı çökmüş olması, dağıtım halkasının yeniden kurulmasını gerektirmiştir. Bu anlamda kitap fuarı, okura ulaşmada kilit önemdedir. Bunun yanı sıra 1985-1986 yılları arasında kendini sol-muhalif olarak tanımlayan 16 yayınevi⁴⁵¹ bir araya gelerek “Kitabı Geri Getirelim” kampanyasıyla ortak katalog oluşturmuş ve bunu Anadolu’da iki yüz kitapçı/kırtasiyeye göndererek yayınlarını okurlara ulaştırma çabasına girmiştir. Bu kampanya dönemin yayıncılık alanını ve kitap fuarını tahayyül etmemiz açısından ortamı somutlaştıran bir örnektir. Yayıncılık alanındaki dayanışmacı ilişki biçiminin

⁴⁵⁰ Tezin ikinci bölümünde listelenmiştir.

⁴⁵¹ Akıntıya Karşı, 4 Eylül, Hil, İmge, İnsan, Kadın Çevresi, Kaynak, Metis, Nisan, Öncü, Sokak, Sorun, Sungur, Toros, Yazın ve Yol yayınları bu kampanyaya katılmışlardır.

göstergesi olan bu tip ortaklaşmalar, yayınevlerinin birlikte hareket etmelerini sağlayabilmektedir.

Fuarın etkinlik programı incelendiğinde söyleşiler yerine ağırlıklı olarak imza etkinliklerinin yer aldığı görülmektedir. Bu bağlamda sistematik bir etkinlik programı (söyleşi, panel, atölyeler vb.) henüz oluşmamıştır. Yayınevlerinin etkinlikleri imza günleriyle sınırlıdır. Bu bağlamda, sistematik bir etkinlik programı oluşmadığından yayınevleri tarafından 5.İKF’de kültürel veya simgesel sermaye birikiminin izinin sürülebileceği bir ortam henüz ortaya çıkmamıştır.

4.2.Sermayeler Bağlamında On Beşinci İstanbul Kitap Fuarı

İstanbul Kitap Fuarı, on beş yıl içinde, simgesel sermayesinin yükselterek, yayıncılık alanındaki faillerden biri haline gelmiş ve Üçüncü Bölümde detaylı incelediğimiz gibi bir kültür aracısına dönüşmüştür. 1980 sonrasında kurulan yayınevleri açısından geçen on beş yıl, alanda hem üretim hem nitelik bakımından önemli mesafe alındığı bir zaman aralığıdır. Pek çoğunun yayın politikası oturmuş ve okur profili buna göre şekillenmiştir. 1990’lı yıllarda dini grupların ve cemaatlerin yayıncılık alanına girişlerini incelemiştik, bu bağlamda 15. İKF yayınevi çeşitliliğini gözlemlemek imkanı sunmaktadır. Bunun yanı sıra, fuarın niceliksel büyüklüğünü yayıncılık alanına 1990’larda katılan yeni yayınevleriyle açıklamak mümkün olurken, bu dönemde yükselen kadın hareketi, Kürt hareketi ve bunların yayıncılık alanına etkileri fuarda gözlemlenmektedir.

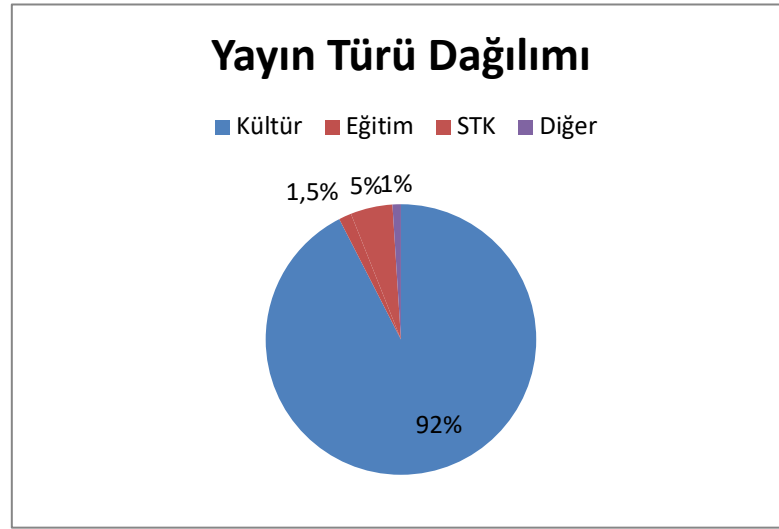
Kitap fuarlarının ülkenin iç siyasetinden bağımsız bir etkinlik olarak kalmadığından söz etmiştik. Fuarı, kamusal bir alan haline getiren, zaman içinde kitabın özgürlükle simgeleştiği, farklı seslerin kendini ifade edebildiği ve zaman zaman öğrenci eylemlerinden politik protestolara kadar farklı içerikteki eylem biçimlerinin bu kamusalılığı beslediğinden bir önceki bölümde söz edilmişti. Dolayısıyla, 15. İKF’yi incelerken ülke içinde yükselen muhalefet ve politik atmosferin etkisi gözlemlenebilmektedir. Sistematik bir izlek sunabilmek adına öncelikle fuarın niceliksel büyüklüğünden yayınevlerinin ekonomik sermayelerine ardından yazarlar ve etkinliklerle kültürel, sosyal ve simgesel sermayeleri ele alınacaktır.

4.2.1. Ekonomik Sermaye Bağlamında On Beşinci İstanbul Kitap Fuarı

15. İstanbul Kitap Fuarı (İKF), 1-10 Kasım 1996 tarihleri arasında Tepebaşı'ndaki İstanbul Sergi Sarayı'nda gerçekleştirilmiştir. 1987 yılında fuarın Tepebaşı'na taşınmasının üzerinden dokuz yıl geçmiştir ve artan talep nedeniyle 1992 yılından itibaren alt kat yerleşime açılmıştır. Böylelikle, 15. İKF toplam 3000 m²'lik bir alanda düzenlenebilmiş ve 247 yayınevi ve sivil toplum kuruluşunun katılımıyla gerçekleşmiştir. Fuar, metrekare bazında on yıl içinde (5.İKF'den sonra) iki katına çıkmıştır. 5. İKF'ye 65 yayınevi katılırken yayınevi sayısı on yıl içinde dört katına çıkmıştır. Bu durum bize zamanda on yıl içinde yayıncılık alanının genişlediğini ve yeni kurulan yayınevlerinin bu büyümede etkisi olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla fuarın ilk yıllarına denk gelen alandaki cılızlığın yerini dinamik ve büyüme eğiliminde olan bir yapıya bıraktığı izlenebilir.

Öncelikle, on beşinci yılında fuar katılımcılarının türlere göre dağılımı incelendiğinde, eğitim yayıncılarının henüz metrekare ve katılımcı sayısı olarak payının düşük olduğu anlaşılabacaktır⁴⁵². Eğitim yayıncılarının sayısı toplam 7 yayınevi ve aldıkları toplam metrekare 54 m²'dir. Aşağıdaki Grafik 6'da görüleceği üzere eğitim yayıncılarının tüm katılımcılara metrekare olarak oranı ise sadece %1,5'tur.

⁴⁵² 15. İKF'ye katılan tüm yayınevlerinin listesi EK1'de sunulmuştur.



Grafik 6: 15. İstanbul Kitap Fuarı Yayın Türü Dağılımı/Metrekare Bazında (1996)

Kaynak: TÜYAP Arşivi

*Diğer: Akademik ve ithal kitap yayıncıları

Kitap fuarındaki eğitim yayıncılarının metrekare bazında toplam yayıncılara oranının düşüklüğü alandaki güçleriyle de doğru orantılıdır. Henüz eğitim yayıncılarını güçlendiren İslami sermayenin-dershaneler aracılığıyla- olmadığı bir dönemdir. Ekonomik sermayenin eğitim yayıncılığına yönelmesi 2000’lerden itibaren ivme kazanan bir durum olduğunu İkinci Bölümde ele almıştık. Dolayısıyla yayıncılık alanında üretim ve ekonomik sermaye ağırlıklı olarak kültür yayıncılığında olduğunu 15. İKF’de gözlemleyebiliyoruz. Bu bakımdan, 15. İKF, kültür yayıncılarının ağırlıkta olduğu bir görünümdeydir.

15.İKF’de toplam 247 katılımcı yayınevinden kendini “sol ve/veya muhalif” olarak tanımlayan yayınevlerinin genele oranı %6 iken kendini “sağ ve/veya muhafazakar” olarak tanımlayan yayınevlerinin oranı toplam metrekareye oranı %3’tür⁴⁵³. Bunun nedenlerinin başında yeni kurulan ve kurulmakta olan İslami yayıncıların henüz fuar katılımcısı olmadıkları gelirken diğer bir faktör ise ekonomik sermayenin yeni yeni birikmeye başlaması nedeniyle fuarda alınan metrekarelerin küçüklüğü sayılabilir. Dolayısıyla henüz yayıncılık alanında yeni oyuncuların bir mücadeleye girme konusunda daha çekingen davrandıkları bir dönemdir. Tıpkı

⁴⁵³ Kategorizasyonda 15.İKF kataloğunda yer alan yayınevleri tanıtım metinleri dikkate alınmıştır. Yayınevi, yayın politikası için herhangi bir eğilim belirtmemişse dikkate alınmamıştır. Sınıflandırmanın sağ ve sol olarak yapılmasının nedeni yayınevlerinin yayın politikaları ve kurum kimliklerini konumlandıkları politik eğilimden kaynaklanmaktadır.

TÜYAP'ta olduğu gibi yayıncılık alanında sol ve muhalif yayınevlerinin sembolik güçleri daha etkindir. Özellikle yayın politikasını “sağ ve/veya muhafazakar” olarak benimsemiş Ötüken Neşriyat, İz, İnsan, Yeni Asya Neşriyat, Çağrı gibi yayınevleri fuarda 9-12 metrekafe aralığında değişen metrekafelele yer almışlardır. 15.İKF'de 9-12 metrekafelelik stantlar yaygındır. Fuar yerleşim planındaki yerleri ise daha çok duvar kenarı veya salonun periferisinde kalan bölgelerdir.

4.2.2. Kültürel, Simgesel ve Sosyal Sermaye Bağlamında On Beşinci İstanbul Kitap Fuarı

15. İstanbul Kitap Fuarı'nda iki katın sergileme alanı olarak kullanılmasıyla alt kata inen merdivenin altında sivil toplum kuruluşlarına (STK) yer vermeye başlanmıştır. STK'lar fuarın önemli dinamiklerinden biri olmasının yanı sıra, fuarı kamusal alana dönüştüren oyunculardandır. Çevre ve ekoloji, hayvan hakları, insan hakları, eğitim ve kültürel gruplardan oluşan STK'lar fuarda kendini ifade edebilme imkanı bulabilmektedir. Çünkü belli metrekafelede katılım hakkı sağlanmaktadır ve bunun karşılığında fuar yönetimi tarafından bir bedel istenmemektedir. Dönemin fuardaki ortamını yansıtmaları bakımından örneklerden birisi STK'lar arasında yer alan Feministlerdir. O dönemde (1996) bir dernek bünyesinde örgütlenmemiş olan Boğaziçi Üniversitesi öğrencilerinden oluşan bir grup kadın, namus cinayetlerine dikkat çekmek üzere duvar afişleriyle merdiven altında yer almışlar⁴⁵⁴. Katılan sivil toplum kuruluşları arasında İstanbul Üniversitesi'ne bağlı Kadın Sorunları Araştırma Merkezi, Kadın Eserleri Vakfı Kütüphanesi ve Pazartesi dergisinin bulunması feminist hareketin 1990'lı yıllardaki canlılığına dikkat çekmektedir. Feminist hareketin farklı eylem biçimleriyle fuarda yer alması, yukarıda değinildiği gibi TÜYAP kitap fuarlarının çok sesli yapısına ve *özgürlük mekanı* olarak üstlendiği sembolik değere işaretler.

Fuarı, kamusal alana dönüştüren eylemlerin peş peşe geldiği 15.İKF'de 250 öğrencinin katılımıyla YÖK'ün kuruluş günü (6 Kasım) protestosu fuarda gerçekleşen protestolardan biridir⁴⁵⁵. Bir diğer öne çıkan eylem ise 1990'lı yılların hak mücadelelerinden biri olan ve sözcülüğünü Eşber Yağmurdereli'nin başını çektiği “Ölüm Sussun Hayat Konuşsun/Barişa 1

⁴⁵⁴ Kadınca Dergisi, Aralık 1996.

⁴⁵⁵ Şahide Yazıcıoğlu, “TÜYAP'ta Aşk Vardı” KİM Dergisi, Aralık 1996.

Milyon İmza” kampanyası olmuştur. Fuar süresince açılan stantta 20 bin imza toplanmıştır⁴⁵⁶. Türkiye Yayıncılar Birliği’nin 1995 yılında Ayşe Zarakolu’na verilen ilk ödülün ardından her yıl verdiği “Yayınlama Özgürlüğü Ödülü” törenine 15. İstanbul Kitap Fuarı ev sahipliği yapmıştır. Törende Yaşar Kemal’e ve o dönem yayıncısı olan Erdal Öz’e verilmiştir plaket.

Kuruluşunun ardından geçen on yılda Metis yayınları, 1995 yılında “düşünce ve ifade özgürlüğü! Hemen Şimdi! bildirisini yayınlamıştır. 22 yayınevini altına imza attığı bildiri:

“Ülkemizde bugün düşünen, yazan, hatta yayınlayan hapiste. Son olarak da Özgür Ülke gazetesi bombalandı. Bu, toplumumuzda düşünce özgürlüğüne olan tahammülsüzlüğün boyutlarını göstermiştir. 20. yüzyılda, konuşan, yazan aydınlarının sürülmesine, hapse atılmasına, hatta öldürülmesine seyirci kalan yegâne "demokratik hukuk devleti" Türkiye'dir. Düşüncenin engellenmesi, toplumsal barışın önündeki bütün yolları tıkamaktadır. Bizler, Düşünce ve İfade Özgürlüğünü engelleyen, her türlü yasa ve uygulamanın derhal kaldırılmasını istiyoruz. Toplumumuzu, bizimle birlikte bu hak ve özgürlüklere sahip çıkmaya çağırıyoruz.”

Bildiriye imzalayan yayınevleri: Afa, Alan, Ayrıntı, BDS, Belge, Boyut, Can, Cep, E- Anahtar, Hil, İletişim, İmge, Kavram, Kıyı, Metis, Öteki, Pan, Papirüs, Sarmal, Say, Ümit ve Varlık Yayınevleri.

Kitap fuarının açıldığı dönem 1995-1996 yıllarının yayıncılık alanında devlet baskısının hissedildiği yayıncıların yargılandığı bir dönem olduğunu gözlemlenmektedir. Kitap fuarının açılışını bir önceki yılın onur yazarı olan İlhan Selçuk yaparken konuşmasında “*kitap okuyanların gözaltına alındığı bir dönemde böylesine yüreklilik gösterenleri saygıyla anıyorum*”⁴⁵⁷ diyerek fuarın bir kültürel alan yarattığına dikkat çekmiştir.

Fuar süresince farklı başlıkta 67 kültür etkinliği düzenlenirken 173 konuşmacı bu etkinliklerde yer almışlardır⁴⁵⁸. Fuarın on beşinci yılında, uluslararası yayıncılık alanıyla ilişki kurulmasının ifadesi olarak yurt dışından konuk yazarlar ağırlandı. Fransa’dan Hubert Reeves ve Venus-Khoury Ghata, Almanya’dan Thomas Brussig ve Winfried Wolf fuarda söyleşi ve imza etkinliklerinde yer alarak okurlarıyla buluşmuştur. 15. İstanbul Kitap Fuarı’nın

⁴⁵⁶ **Demokrasi** gazetesi, 11 Kasım 1996 .

⁴⁵⁷ **Hürriyet** gazetesi, 2 Kasım 1996.

⁴⁵⁸ TÜYAP Arşivi.

onur yazarı Peride Celal olarak belirlenmiş, teması ise “Aşk Edebiyatı” olmuştur. Bu bağlamda etkinlik programını incelendiğinde:

- Tema & Onur Yazarı etkinlikleri: **5**oturum/başlık
- Edebiyat etkinlikleri: **39** oturum/başlık
- Çocuk ve gençlik etkinlikleri: **2** oturum/başlık
- Profesyonel (yayıncılara yönelik) etkinlikler: **3**oturum/başlık
- Politik içerikli etkinlikler: **7**oturum/başlık
- Diğer (felsefe, sanat, bilim): **5** oturum/başlık

Oransal dağılım incelendiğinde toplam 67 etkinliğin yarısından fazlası (%58'i) edebiyat etkinliklerine ayrıldığı görülmektedir.. Programda edebiyat etkinliklerinin ağırlığı, kültür yayıncılığının fuardaki ağırlığının bir yansımasıdır. Politik içerikli etkinlikler genel programın %10'unu oluşturmakta, çocuk ve gençlik etkinlikleri ise sadece %2,9'unu karşılamaktadır. İlerleyen yıllarda çocuk ve gençlik yayıncılığının gelişmesine bağlı olarak bu oran da yükselecektir. Yayıncılara yönelik profesyonel etkinlikler ise %4,4 oranındadır. Ancak etkinliklerin içeriğine bakıldığında yayıncılık alanını ilgilendiren temel meselelerin tartışıldığı paneller olduğu anlaşılmaktadır. İlki, “Yayıncılığın Sorunları ve Korsan Baskılar” panelidir ve Uğur Mumcu Araştırmacı Gazetecilik Vakfı (UMAG) tarafından düzenlenmiştir. Konuşmacıları ise Çınar yayınlarının kurucusu Aydın Ilgaz, Can yayınlarının kurucusu Erdal Öz ve UMAG yöneticisi Ceyhan Mumcu'dur. Diğer panel İletişim yayınları tarafından düzenlenen “Kitap-Yayın, Satış ve Dağıtımda Otomasyon” konuşmacıları İletişim yayınlarının kurucularından biri olan Tuğrul Paşaoğlu ve diğer konuşmacı Bora Şahinoğlu'dur. Son panel ise dönemin önemli dağıtım şirketlerinden biri olan PİA dağıtım tarafından düzenlenen “Kitabın Dağıtım Sorunu” üzerinedir. Konuşmacıları Mehmet Ali Uçar, Mustafa Aksoy, Haluk Arıç ve yöneteni de Tuğrul Paşaoğlu'dur. Yayıncılık alanının temel meselelerinin yine yayıncıların kendileri tarafından fuarda tartışılması aynı zamanda hem fuarın yayıncılık alanındaki işlevine dikkat çekmekte hem de alanın tüm faillerini bir araya getirdiği bir durum yaratmaktadır. Yayıncılık alanı bu dönemde kendi içine dönük bir yapı göstermektedir. Gerek yayıncılar bağlamında gerek fuarın yapısı itibariyle henüz uluslararası olmamakla birlikte yukarıda değinildiği gibi yurt dışından yazar davetleri uluslararası yayıncılık alanıyla ilişkilerin

başladığına işaretler. Yayıncılık alanının dağıtım sorunu ve korsan yayıncılıkla mücadele önemli dinamiklerdir.

15.İKF’de etkinlikleri düzenleyen yayınevlerine baktığımızda etkinlik programında ilk dikkatimizi çeken unsur, programdaki yayınevleri arasında kendini “sağ ve/veya muhafazakar” konumlandıran bir yayınevinin bulunmamasıdır. Programda yer alan yayınevleri ve STK’lar şu şekildedir: İnsancıl, Mor Çatı, Sel, Alman Kültür Merkezi, Fransız Kültür Merkezi, Çocuk Vakfı, TYS, Ümit Yayıncılık, Sistem, Scala, Saray Medikal, PEN, Altın, Sorun, Sistem, UMAG, Metis, Dünya, Oğlak, SODEV, Bilgi, İletişim, Yazın, Edebiyatçılar Derneği, Çınar, Adam Öykü ve Evrensel Basım Yayın olarak yer almaktadır. En çok etkinlik düzenleyen katılımcıların dağılımına bakıldığında ise:

1. Edebiyatçılar Derneği: 10 başlık
2. TÜYAP: 5 başlık
3. Bilgi: 3 başlık
4. İletişim-Yazın-SODEV-Metis-Sorun-Can-TYS-Belge: 2 başlık

Bu dağılımda ekonomik sermayeleri okumak pek mümkün değildir, aksine en çok kültürel ve simgesel sermaye bakımından dönemin etkin örgütlerinden biri olan Edebiyatçılar Derneği çıkmaktadır. Kitap fuarının kurulduğu ilk yıllarda etkin olan Türkiye Yazarlar Sendikası ve PEN’in, alanın oyuncularından olduğunu programdaki etkinliklerden gözlemlenebilir. Bu anlamda TÜYAP bir AYE olarak, alandaki kültür aracısı rolüne uygun etkinlikler düzenlemektedir. İlerleyen yıllarda da TÜYAP’ın programdaki ağırlığı devam edecek, her yıl mutlaka birkaç etkinlik düzenler konumunda olacaktır. İletişim yayınları, Yazın, Belge ve Metis yayınlarının programda öne çıkan etkinliklerle yer almaları, yayınevlerinin kültürel sermaye birikimlerinden kaynaklanmaktadır. Her üç yayınevi de büyük metrekarelerde fuara katılmamalarına karşın programda ağırlıkları gözlemlenen yayınevleridir. Bu durum aynı zamanda yayıncılık alanındaki konumlanmalarından ve simgesel sermaye birikimlerinden ileri gelmektedir.

Pierre Bourdieu, ödül törenlerinin yayıncılık alanındaki simgesel sermayeyi oluşturması bakımından önemli bulunduğuna işaret etmektedir. Bununla birlikte ödüller alanda “*kabul*

edilme” ve “*onama*”⁴⁵⁹ kriterleri taşımaktadır. Bu bağlamda bakıldığında fuarda altı ödül töreni gerçekleştirildiğini görülmektedir. Yayıncılık alanı açısından önem taşıyan ve yayınevlerinin simgesel sermaye birikimlerine katkıda bulunan bu törenlerden bir kısmının TÜYAP’ta düzenleniyor olması, fuarın kültür aracısı rolüne de hizmet etmektedir. Bunlardan sadece ikisi- Dünya Kitap ödül töreni ve İstanbul Sanat Fuarı eleştirmen ödül töreni- sürdürülebilir olmuştur. Altın kitaplar, Aziz Nesin Gülmece, Çınar Yayınları Barış Ödülü, Gençlik Kitabevi Öykü Yarışması ödülleri 15.İKF’de törenleri yapılan ödüllerdir.

Son olarak, 15. İKF kendinden önceki fuarlarda olduğu gibi hafta içi günlerin de etkinlikler yapmak için değerli olduğu günler olarak öne çıkmasıdır. Örneğin yurtdışından gelen yazarlardan Hubert Reeves’in söyleşisi 7 Kasım 1996 Perşembe günü saat 15.00’a programlanmıştır. Yazın yayıncılığın düzenlediği etkinliğin konuşmacısı Winfred Wolf da 1 Kasım 1996 Cuma günü saat 16.00’a planlanmıştır. Dolayısıyla hafta sonu ve belirli saat aralıklarının simgesel değeri Tepebaşındaki fuar merkezinde çok öne çıkan unsurlardan biri değildir. Sadece iki konferans salonuna sahip olan fuar merkezinde hafta içi günler de hafta sonu kadar değerlidir. Tüm bu veriler ışığında, 15. İKF’de yayıncılık alanında yeni yayınevlerinin alana girişleriyle birlikte genişleme ve çeşitlenmenin olduğu anlaşılmakla birlikte, agresif yapıda bir mücadelenin olmadığı görülmektedir. Dayanışma alanda güçlü olan ilişkilene biçimidir.

4.3. Sermayeler Bağlamında Yirmi Beşinci İstanbul Kitap Fuarı

25. İstanbul Kitap Fuarı, Beylikdüzü’ndeki TÜYAP’ın kendisine ait olan fuar merkezine taşınmasından (2002) üç yıl sonra gerçekleştirilmiştir. Kitap fuarı, 2002 yılından itibaren Türkiye Yayıncılar Birliği ile işbirliği yapmaya başlamıştır. Dolayısıyla, 25. İstanbul Kitap Fuarı TÜYAP ve TYB işbirliğinde hazırlanmış, ilerleyen yıllarda bu işbirliği devam etmiştir.

Kitap fuarının 25. yılını diğer yıllardan ayırtıran önemli faktör, fuarın son adresine, Beylikdüzü’ndeki kendi fuar merkezine -2002 yılında- taşınmış olmasıdır. Böylelikle, bundan sonraki yıllar için yayıncıların nostaljik bir unsur haline getirdikleri Tepebaşı yılları anlatımı

⁴⁵⁹ Bourdieu, 2016b, s.107

doğarken, bu durum fuarın değiştiği şeklinde yorumlanmıştır. Ancak değişen yayıncılık alanının kendisidir, kitap fuarı ise bu değişimi görünür kılmıştır. 3000'er metrekarelik salonlar, ferah konferans salonları, otopark ve geniş yemek olanaklarıyla modern bir fuar merkezine geçen kitap fuarı taşınmanın gerçekleştiği üç yıl içinde de hızlı bir büyüme geçirmiştir. Bu değişimi üç boyutta ele almak mümkündür:

1. Yayıncılık alanındaki değişim/dönüşüm görünür olmuştur: sermaye birikimleri görülebilmektedir.
2. Demografik yapı değişmiştir: yeni bir okur profiliyle karşılaşmıştır.
3. Alana yeni faillerin girişi gözlemlenmektedir: eleştirmenler, yazar ajanları, gazetelerin kitap ekleri vb.

Beylikdüzü'ndeki fuar merkezine taşınmayla birlikte yayınevlerinin stantları, kurumsal kimliklerini yansıtan, alandaki konumları hakkında fikir veren bir temsiliyet kazanmıştır. Fuarı gezen bir ziyaretçi, yayınevlerinin aldıkları metrekareler üzerinden alanın -ekonomik sermaye bağlamında- büyük olanları hakkında fikir sahibi olabilir. Diğer taraftan kataloglarında temsil ettikleri yazarlar, yani kültürel ve sosyal sermayeleri stantlarındaki imza günlerinden, stant ziyaretçilerinden, düzenledikleri etkinliklerden görünebilir olmuştur. Daha öncesinde Tepebaşı fiziki olarak bu olanakta bir sergileme imkanı sunmamaktadır. Dolayısıyla, ekonomik sermayesi çok olan bir yayınevinin Beylikdüzü'ndeki kadar büyük metrekareler alması fuar alanının yetersizliğinden dolayı istese de mümkün olamamaktadır. Ancak Beylikdüzü bu imkanı yayınevine tanımaktadır.

Kitap fuarının Tepebaşı'ndan taşınması mekânsal olarak kentin kültür sanat üçgeninden çıkması anlamına gelmektedir. Bu taşınma aynı zamanda Beylikdüzü gibi bu üçgene fiziki olarak uzak bir "*periferi*"ye yerleşmesi anlamına gelmektedir. Dolayısıyla fuarı ziyaret eden demografik yapının buna bağlı olarak zaman içinde değiştiğine değinilmiştir. Bir taraftan Bakırköy'den Büyükçekmece'ye kadar olan kentin Avrupa kıtasındaki uç noktasında yaşayan okur grubu ilk kez kitap fuarını deneyimlerken, diğer taraftan yıllardır fuarı takip eden ve kültür sanat üçgenine yakın yerlerde konumlanan okur profili zaman içinde fuardan giderek uzaklaşmıştır. Buna karşılık Tepebaşı'ndaki fuar alanına daha önce hiç gitmeyen periferideki

yeni okurlar kitap fuarlarına gelmeye başlamıştır⁴⁶⁰. 25.İKF’de ziyaretçilerin fuara geliş sebepleri %77,8 oranında kitap almak ve yeni kitaplar görmektir. Fuar ziyaretçilerin %88’i düzenli kitap okurlarıdır ve ayda en az 2 ila 3 kitap okumaktadır. En çok okudukları yazarlar sıralamaları çok satanlardan farklı değildir: Orhan Pamuk, Yaşar Kemal, Nazım Hikmet, Ahmet Ümit, Atılâ İlhan, Ayşe Kulin, Can Dündar, Turgut Özakman ve Ahmet Altan ilk sıradadır. En son okudukları kitaplar sorulduğunda ise gelen yanıt o yılın çok satanlarının iz düşümü olarak görülebilir⁴⁶¹. Buna göre, aşağıdaki liste 25.İKF’yi ziyaret eden okurlar tarafından dönemin en çok okunan kitaplar, yazarlar ve yayınevleri hakkında fikir vermektedir :

- Şu Çılgın Türkler: Turgut Özakman/Bilgi Yayınevi
- Latife: İpek Çalışlar/Everest Yayınları
- Mutluluk: Zülfü Livaneli/Remzi Kitabevi
- Tarihimizle Yüzleşmek: İlber Ortaylı/Timaş Yayınları
- Baba ve Piç: Elif Şafak/Metis Yayınları
- Da Vinci Şifresi: Dan Brown/Altın Kitaplar
- Efendi: Soner Yalçın/Doğan Kitap
- Bay Pipo: Soner Yalçın/Doğan Kitap
- İhanet Noktası: Dan Brown/Altın Kitaplar
- İnce Memed: Yaşar Kemal/YKY

Fuarlar kitap temin etmenin önemli bir yoludur. Fuar ziyaretçilerinin %22’si kitaplarını fuardan aldıklarını belirtmişlerdir. Ziyaretçilerin %85’i fuardan kitap satın alarak ayrılmaktadır ve satın aldıkları kitap sayısı 3 ila 5 adet arasında değişmektedir. Kitap alışverişini internet yapılmasının oranı %8,5’tur. İlerleyen dönemlerde bu oran internet satışına doğru kayacak fuarların, kültür yönü satışa nazaran öne çıkmaya başlayacaktır. Fuar ziyaretçisinin eğitim durumu da yüksektir %61,5’u üniversite mezunudur. Gelen okurlarda alışkanlıkla Anadolu yakasından katılım yüksektir %18’dir uzaklığa rağmen. Beylikdüzü’nden fuara katılanlar-ki bu durum TÜYAP’ın taşınmasıyla doğrudan ilintilidir-%15’tir. Kadıköy ikinci sırada %10 ve Büyükçekmece üçüncü sıradadır %8 ile. Çok daha yakın olan Büyükçekmece’nin henüz fuarı ziyaret etme alışkanlığının oluşmadığını, diğer yandan yıllardır fuara gelme alışkanlığı olan Kadıköy’ün de henüz bu alışkanlığından vazgeçmediği

⁴⁶⁰ 2007 yılında İstanbul’un 3. Bölgesinde yaşayan yaklaşık nüfus 3 milyon 528 bin kişidir. Kitap fuarlarının ziyaretçi profilini ağırlıklı oluşturan bölge ilçeleri (Bakırköy, Bahçelievler, Avcılar, Küçükçekmece, Bağcılar, Başakşehir, Esenyurt, Beylikdüzü, Büyükçekmece) bu bölgede yer almaktadır.

⁴⁶¹ 25. İKF Ziyaretçi Anket Sonuçları. TÜYAP Arşivi.

gözlemlenmektedir. Aşağıdaki Tablo 22’de belirtildiği gibi genel sıralama Tepebaşı’ndan gelen ziyaretçi alışkanlığının devam etme eğiliminde olduğunu göstermektedir:

Tablo 22
25. İKF Ziyaretçilerin İlçelere Göre Dağılım Oranları (%)

S.NO	İLÇELER	%
1	Beylikdüzü	15,2
2	Kadıköy	10,8
3	Büyüçekmece	8,1
4	Avcılar	7,0
5	Bakırköy	6,8
6	Üsküdar	5,6
7	Küçükçekmece	5,2
8	Fatih	4,5
9	Beşiktaş	3,8
10	Şişli	3,6

Kaynak: TÜYAP Ziyaretçi Anketi/25. İstanbul Kitap Fuarı

Son olarak, yayıncılık alanındaki bu genişleme ve büyüme ile birlikte alana yeni giren failler olmaktadır. Bunların da tamamını Beylikdüzü’nde fuar süresince görmek mümkündür. Yeni bir meslek türü olarak 1990’ların sonunda gelişmeye başlayan yazar ajanlığı, telif ajansı temsilcileri, kitap tanıtımları yapan yeni yazar ve gazeteciler, eleştirmenler ve alanda verilmeye başlanan ödül törenleri, bunların seçici kurulları gibi yeni faillerin yayıncılık alanına girişlerini fuarda gözlemlemek mümkündür.

4.3.1. Ekonomik Sermaye Bağlamında Yirmi Beşinci İstanbul Kitap Fuarı

2002 yılında Beylikdüzü’ndeki TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi’ne taşınan kitap fuarı, o yıl tek salonda yani 3 nolu holde düzenlenmiştir. 2003 yılında 2 numaralı holün de

açılmasıyla ve 4 nolu holün sivil toplum kuruluşlarının katılımına ayrılmasıyla ilk fiziki büyüme sağlanmış ve aynı şekilde 25. İstanbul Kitap Fuarı'na gelindiğinde toplam üç salon kullanıma açılmıştır: 2. 3. ve 4. salonlar. Beylikdüzü'ne taşınma ile birlikte fiziki alan Tepebaşı'ndaki yere kıyasla büyümüştür. Bu fiziksel mekanın planlaması ise merkezde *ada-4* taraftan cephesi olan stantlar, veya bir adanın bölünmesiyle çıkan *yarım ada-* kenarlarda ise *duvar kenarı* olarak tanımlanan tek veya iki cepheli stant yerleri biçiminde yapılmıştır. İlerleyen yıllarda da benzer planlamalar üzerinden yeni holler açılmıştır ve bunların planları da benzer şekilde adalar ve duvar kenarları olarak bölünmüştür.

TÜYAP tarafından yürütülen yerleşim planında belirleyici olan üç kriter bulunmaktadır:

1. Yayınevinin fuara katılım sıklığı
2. Yayınevinin talebi
3. Yayınevinin yayın politikası ve yayın türü

Özellikle ilk kriter, yani yayınevinin fuara katılım sıklığı, fuara sadakati ifade eden bir anlama geldiğinden TÜYAP tarafından belirleyici bir kriterdir. Yeni bir hol açıldığında veya Anadolu'da ilk kez düzenlenecek bir kitap fuarında ilk defa yapılan yerleşim planında, bu kriter ayırt edici olabilmektedir. Diğer kriter yani yayınevinin talebi, katılım için TÜYAP'a nakdi bir bedel ödediğinden ve alınacak metrekareyi belirlediğinden, yerleşim planındaki konumunda belirleyicidir. Yerleşim planının merkezinde yer alan adalar ekonomik sermaye bakımından diğer yayınevlerine kıyasla, daha güçlü olan yayınevlerini ifade etmektedir. Örneğin 25. İstanbul Kitap Fuarı'nın metrekare birim fiyatı 220 TL'den satılmıştır⁴⁶². Katılan yayınevinin ödeyeceği bedel, bu birim fiyatının alacağı metrekare ile çarpılması ile hesaplanmaktadır. Merkezde yer alan adaların büyüklükleri ortalama 50 metrekare olduğunu düşünürsek ödeyeceği bedel-vergiler hariç ve indirimsiz- 2006 yılı için yaklaşık 11.000 TL⁴⁶³ tutmaktadır. Dolayısıyla TÜYAP'ın Beylikdüzü'ne taşınmasıyla birlikte fiziki olarak sahip olduğu metrekare büyüklüğü katılımcı yayınevlerinin de ekonomik sermayeleri ölçüsünde metrekare olarak büyümesine olanak sağlamıştır. Büyüyen fiziki alanlar yayınevinin kurumsal kimliğini

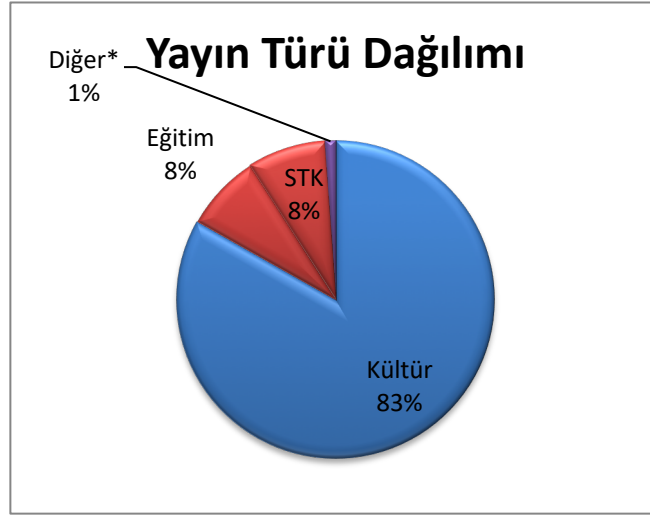
⁴⁶² Bu üst bedeldir. Türkiye Yayıncılar Birliği üyelerine özel %5 indirim ve Bursa, İzmir gibi şehirlerdeki her bir fuara katılım üzerinden ayrı indirimler uygulanmaktadır.

⁴⁶³ Metrekare birim fiyatı yaklaşık 100\$ üzerinden hesaplanabilir. 2006 yılında 50 metrekare için değeri 5000 \$ olarak düşünülebilir.

yansıtacak özel stantlar ile alanlarını dekore etmelerine olanak vermiştir. Kurumsal kimlik *markalaşmanın* bir yansıması olarak fuar stantlarında göze çarpmaktadır. Fuardaki yerleri öne çıkarken, *görünür olmak* Tepebaşı'ndaki fuara kıyasla öncelikli hedefler arasına girmiştir. Görünürlük de sembolik mücadelenin bir başka boyutudur. Yayınevi kurumsal kimliğini yansıttığı görsel imajı ile -logo, stant tasarımı, sloganı- yayıncılık alanındaki konumuna göre fuarda da görünür olmaktadır. Örneğin Türk Solu dergisini çıkaran ve aynı zamanda kitap yayıncılığı da yapan İleri yayıncılık standında görevliler sadece beyaz gömlek kırmızı fular ve siyah etek/pantolondan oluşan takımlar giymektedir. Stant tasarımı ise Mustafa Kemal, Deniz Gezmiş ve Che Guevara'nın görselleriyle kırmızı-beyaz renklerde tasarlanmıştır. Yayınevi, Türk bayrağının renklerini kullanırken ulusalcı kimliğine, aynı zamanda Mustafa Kemal'in görselleriyle Kemalist olduğuna ve Deniz Gezmiş ile Che Guevara'yı da aynı karede birleştirdiğinden devrimci olduğuna dair bir kimliklenmeyi sahiplenmektedir. Bunun okur açısından etkisi ise kendini Kemalist olarak tanımlayan bir okuru çekebilme potansiyeli olurken aynı zamanda kendini devrimci ve sosyalist olarak tarif eden ortalama okuru da Deniz Gezmiş ve Che Guevara görselleriyle yakalamak olabilmektedir.

Salonların ve yayın türlerinin dağılımları incelendiğinde ise kültür yayıncıları, akademik yayıncılar eğitim yayıncıları ve STK'lar bulunmaktadır. Eğitim yayıncıları toplam 650 metrekarelik bir yer dağılımı ile tüm fuarın %7,8'ine denk gelmektedir⁴⁶⁴. Aşağıdaki Grafik 7'de belirtildiği gibi henüz eğitim yayıncılığının ekonomik olarak yavaş büyüme göstermektedir. Kültür yayıncıların oranı ise %83'tür, dolayısıyla kitap fuarının ana taşıyıcısı da Tepebaşı yıllarında olduğu gibi kültür yayıncılarından.

⁴⁶⁴ 25. İstanbul Kitap Fuarı metrekare/yerleşim Planı, TÜYAP Arşivi



Grafik 7: 25. İstanbul Kitap Fuarı Yayın Türü Dağılımı /Metrekare Bazında (2006)

Kaynak: TÜYAP Arşivi

*Diğer: Akademik ve ithal kitap yayıncıları

25. İKF’ye katılan yayınevleri arasında yayın politikasını “sol ve/veya muhalif”⁴⁶⁵ olarak tarif eden yayınevlerinin metrekarelerinin toplam metrekareye oranı %11’dir. Kendini “sağ ve/veya muhafazakar”⁴⁶⁶ olarak tanımlayan yayınevlerinin metrekarelerinin genel katılımcıya oranı ise %13’tür. Yayın çizgisini sol/sağ veya herhangi bir politik angajman ile tanımlamayan yayınevleri bu karşılaştırmaya dahil edilmemiştir. Metrekarelerdeki %2’lik fark, metrekare bazında “sağ ve/veya muhafazakar” yayın çizgisine sahip yayınevlerinin ekonomik sermayelerinin güçlendiğine dair bir gösterge olarak okunabileceği gibi, aynı zamanda diğer sermayelerinin de (kùltürel ve sosyal sermaye) artma eğiliminde olduğuna bir işaret olarak okunabilir. 15. İKF’de örneğin kendini “sağ ve/veya muhafazakar” olarak tanımlayan yayınevlerinin oranı %3 iken aradan geçen on yılda %10 oranında artış gösterdiğini gözlemleyebiliriz. Bu oransal artışın nedeni, fuar katologlarında yayınevlerinin kendilerinin doldurdukları tanıtımlarında yayın politikalarını ve/veya kurum kimliklerini belirtme oranlarındaki artış olarak görülmekle birlikte, 2005 yılına gelindiğinde alandaki sağ ve/veya muhafazakar yayınevlerinin sayıca artışının ve ekonomik büyüklüklerinin etkisi olduğudur⁴⁶⁷.

⁴⁶⁵ Yayınevlerinin fuar kataloğunda yer alan tanıtım yazıları ve kendi web sitelerinden edinilen bilgiler ışığında yayın politikası ve buna bağlı yayın çizgisinin Kemalist, Muhalif, Marksist gibi tanımlamalarla yapan yayınevlerinin fuara katılım metrekareleri üzerinden hesaplama yapılmıştır.

⁴⁶⁶ İslami yayıncılık yapan ve belli dini cemaatlere bağlı yayınevleri de “sağ/muhafazakar” başlığı altında değerlendirilmiştir.

⁴⁶⁷ 25. İKF’ye katılan tüm yayınevlerinin listesi EK2’de sunulmuştur.

İkinci bölümde ayrıntılı incelediğimiz gibi, 2000'lerden sonra yayıncılık alanına giren ekonomik sermayenin bir bölümü yayın politikası olarak İslami cemaat veya dini grupların yanı sıra muhafazakar ve/veya sağ çizgideki yayınevleridir. Nitekim bu durum, fuardaki on yıllık değişimin sebebini açıklayan bir sav olarak durmaktadır. Metrekarelerine bakarak ekonomik sermayeleri bakımında 25. İKF'nin en büyük 10 yayınevi aşağıdaki Tablo 23'te belirtildiği gibi:



Tablo 23
Metrekare Bazında 25. ÜİKF’ndaki En Büyük Yayınevleri

Yayınevi	Metrekare	Salon/Stant
1. Doğan Grubu (Doğan Kitap ve Egmont):	256 m ²	2S404/3S404/3S203
2. Kaynak Kültür ve Zambak Grubu:	210 m ²	2S504/2S412/2S204
3. Milliyet/Hürriyet/Radikal:	104 m ²	2S409
4. Boyut:	96 m ²	2S302/3S302
5. Can Yayınları (Can ve Can çocuk):	84 m ²	3S405/3S608
6. Alfa yayın grubu (Alfa/Artemis/Kapı/Büyülü Fener):	84 m ²	3S508/3S307B
7. Timaş Yayınları:	84 m ²	3S204
8. İş Kültür:	70 m ²	3S408
9. Uğur Yayınları:	70 m ²	2S408
10. Chivi Yazıları yayınları:	68 m ²	2S301
11. İBB:	63 m ²	2S101/2S102
12. Bahar ve Tübitak:	60 m ²	2S508 & 2S303
13. YKY:	58 m ²	2S304
14. Dünya:	59 m ²	3S501
15. Hayat:	54 m ²	2S205

Kaynak: TÜYAP Arşivi

Bu listeye göre Doğan Holding’e bağlı Doğan Kitap ve Egmont fuarın en çok metrekareye sahip yayınevidir. Doğan Kitap’ın 2006 yılında yayıncılık pazarındaki payı %30’dur ve yılda ortalama 80 bin adet kitap sattığı bilinmektedir⁴⁶⁸. Bu bağlamda alandaki büyüklüğüne paralel olarak fuar alanındaki ekonomik sermayesi en büyük yayınevlerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Doğan Kitap yerleşim planında iki salonda da yeri olan bu fuardaki nadir yayınevlerinden biridir. Doğan Kitap’tan sonra ikinci sırayı Gülen cemaatine bağlı yayın gruplarından oluşan Kaynak Kültür ve Zambak/Sürat AŞ almaktadır. Bu grubun da aynı salonda-2.salon- üç ayrı standı bulunmaktadır. 2000’lerden sonra yayıncılık alanında büyüyen sermaye gruplarından biri olarak Kaynak Kültür’ün fuara ve yayıncılık alanına yeni girmiş bir oyuncu olarak kısa zamanda geldiği konumu örneklemesi bakımından önemlidir. Üçüncü sırada ise yine Doğan Holdinge bağlı gazeteler öne çıkmaktadır. Milliyet, Radikal ve Hürriyet gazeteleri yayınevi olarak değil gazetelerini temsil ederek katılım göstermişlerdir. Sırasıyla Can, Alfa ve Timaş ise birbirine yakın metrekarelerde fuara katılım göstermektedir. 25. İKF’de henüz İş Kültür ve YKY gibi bankaların yayınevlerinin alanda konum alışları göze

⁴⁶⁸Doğan Şirketler Grubu 2006 Yılı Faaliyet Raporu, s.42. <https://www.doganholding.com.tr/media/1466/2006.pdf>

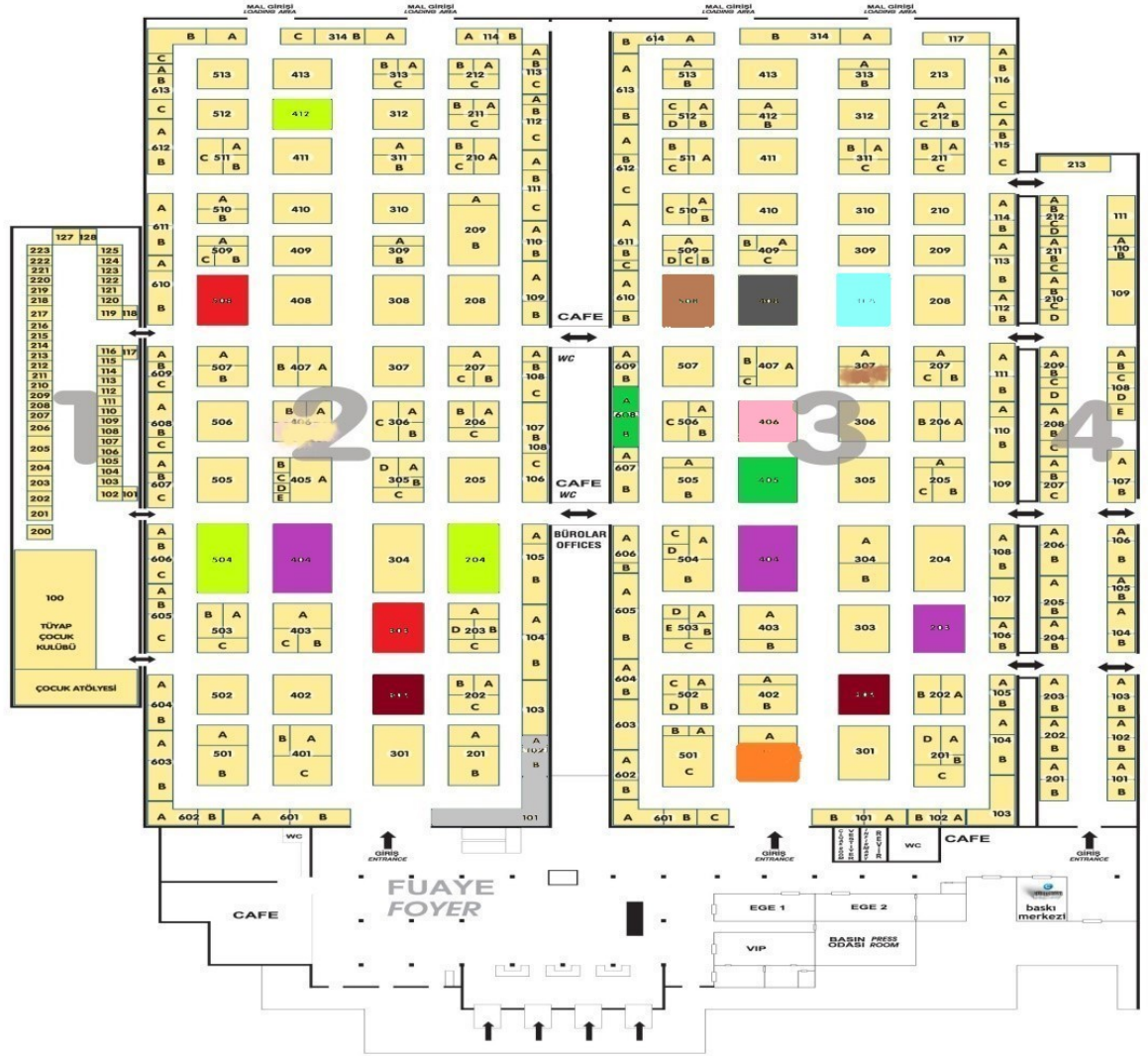
çarpmamakla birlikte-her ikisinin de birer standı bulunmaktadır- en çok metrekare dağılımında ilk 15 içinde yer almaktadır. Listede göze çarpan bir diğer unsur ise on yıl sonrasında (35.UİKF) varlığını devam ettiremeyen yayınevlerinin oluşudur. Dönemi yansıtmaması bakımından Chiviyazıları⁴⁶⁹ yayınevi önemli bir örnektir. Fuarda büyük sayılabilecek bir metrekare olarak- 68 m²- katılan yayınevi kısa bir süre sonra ekonomik sıkıntılar nedeniyle fuara katılamaz olmuştur. Bir diğer örnek ise bu yıllarda genel yayın yönetmenliğini kendisi de yazar olan Feridun Andaç'ın yürüttüğü Dünya Kitap büyük metrekarede-59 m²- katılan, Dünya gazetesinin yayınevi olarak kurulmuş fakat kısa sürede kapanmak durumunda kalmıştır. 25. İKF'ye gözlemlediğimizde yayıncılık alanına hızlı giriş yapan bir anda önemli yazarları transfer ederek kültürel sermayesini arttırmaya çalışan fakat bunun sürdürülebilir olmadığı yayınevlerini gözlemliyoruz. Örneğin Kırmızı (Opus) yayınları kurulmasının ardından kısa süre sonra fuara, büyükçe sayılabilecek bir metrekare ve fuarda görünür konumda bir yer edinerek katılmıştır. Yayınevi, bünyesine Ülkü Tamer, Refik Durbaş gibi modern Türkçe edebiyatın yaşayan önemli isimlerini katmıştır. Yayınevi, ekonomik sermaye birikimi ve kurucularından Fahri Özdemir'in yayıncılık alanında önceden getirdiği sosyal sermaye birikimini, kültürel sermaye birikimine dönüştürmesinin bir örneğini sunmaktadır. Yayınevi, 2000'lerin ortalarında kurulmuş ve Beylikdüzü'ndeki fuarın yeni salonlarının açılmasıyla yerleşim planında ada konumunda bir yer edinebilmiştir. Ancak yayınevin fuardaki varlığı uzun soluklu olmamış, bir süre sonra hem yayıncılık alanından çekilmiş hem fuarlara katılım sağlayamamıştır. Benzer örnekler yayıncılık alanında farklı sermaye türlerinin birbirine tahvil edilmesine örnek teşkil etmekle birlikte örneğine rastlanır bir durumdur. Kısa sürede çok sayıda kitap basıp, çok sayıda yazar transfer edip fakat bunu sürdürememek. Bir diğer örneği de Güncel yayıncılıktır. Kırmızı yayınlarına kıyasla yayıncılık alanında daha eski olan Güncel, özellikle dönemin popüler gazetecilerin kitaplarını basarak ismini duyurmuş etkinlik programında da öne çıkmış ancak ekonomik olarak bunu sürdürülebilir kılamamıştır. Her iki yayınevinin yayıncılık alanından çekilmeleri ve fuara katılımında süreklilik gösterememe nedenleri ekonomik gerekçelerdir.

Fuarın 2 numaralı salonun yerleşim planındaki ana koridor olarak tarif edilen ana hat üzerindeki yayıncıların adalarına bakıldığında girişte Chivi yazıları yayınları, onun karşı adasında Aya Kitap ve Alkım aynı adada, sonraki adada Boyut yayın grubu (Resim 2'de bordo

⁴⁶⁹ Chiviyazıları yayınevi, 1996 yılında kurulmuş ve kendini "muhalif" olarak tanımlayan yayın politikasında inceleme-araştırma ve aykırı edebiyat olmak üzere alternatif türlere yer veren özellikle 2000'lerin başında yakaladığı okur kitlesiyle kısa sürede kültürel sermaye birikimini oluşturmuş bir yayınevidir.

ile işaretlenen) karşısında Seçkin yayınları ayrı birer ada olarak konumlanırken, üçüncü adada ise Tübitak yayınları (Resim 2’de kırmızı ile işaretlenen) bulunmaktadır. Tübitak yayınlarının arkasındaki adada ise Timaş Yayın grubunun alt markaları bir adayı paylaşmaktadır. Dördüncü ada sırasında ise orta alanda Yapı Kredi ve Doğan Kitapçılık (Resim 2’de mor işaretlenen) yer alırken arka adalarının birinde Zaman gazetesinin de içinde bulunduğu Kaynak Kültür Grubu ve Zambak yayınları (Resim 2’de limon rengi ile işaretlenen) yer almaktadır. Beşinci adalar ise Varlık, Sel ve Laika yayıncılık bir adayı paylaşırken karşı adalarında Virgül, Aram, Kaos ve Otonom tarafından paylaşılmaktadır. Dördüncü ve beşinci adaların bulunduğu alan diğer salonlara geçişin de olduğu salonun orta noktasıdır.





Resim 2. 25. İstanbul Kitap Fuarı Genel Yerleşim Planı*

Kaynak: TÜYAP Arşivi

*Planda yayınevlerinin stantları aşağıdaki gibi renklendirilmiştir.

Alfa	Doğan Kitap	Kaynak Kültür
İletişim	Can	Tübitak
Boyut	Timaş	İthaki
YKY	Epsilon	İş Kültür

3 numaralı salonun yerleşimi incelendiğinde ise holün girişinde sağdaki adada Cumhuriyet Kitapları (Cumhuriyet Gazetesinin organik yayınevi) yer alırken karşı adasında

Ayrıntı ve İletişim aynı adayı paylaşmaktadır. İkinci Adada Boyut yayın grubu, karşısında ise Adam Yayıncılık bulunmaktadır. Dördüncü adalarda ise ana koridora bakan iki adada Bilgi yayınevi bir ada ve İnkılap ile Tekin ise bir ada olarak bulunurken arka adalarında Doğan Egmont adadır. İnkılap yayınlarının arkasındaki adayı ise Taschen, Okyanus, Dünya, Kök yayıncılık ve Gözlem paylaşmaktadır. Geçiş noktasında ve orta alandaki dördüncü adalar ise Doğan Kitap adası ve Remzi ile İmge'nin adaları bulunmaktadır. Arka adalarında ise Timaş Yayınları bir ada ve Literatür, Gerçek Sanat, Kaynak ve Özkaynak yayınları ise diğer bir adayı paylaşmaktadır. Merkezin karşı tarafından yer alan beşinci adalar ise Altın Kitaplar ve Can Yayınları (Resim 2'de yeşil ile işaretlenen) merkezde birer ada olmak üzere hemen arkalarında, Mavi Bulut, Dost ve Cem yayınları bir adayı paylaşmakta, diğer tarafta ise Yorum Sanat ve Taschen bir adayı paylaşmaktadır. Tüm bu yerleşim planındaki konum alışlar dönemin yayıncılık alanı hakkında bilgi vermektedir. Nitekim, dönemin güçlenen yayınevlerini (örneğin Kaynak Kültür Grubu) aldıkları birkaç farklı yerle birlikte katılımları üzerinden gözlemlenebilir ve alandan çekilen/zayıflayan veya alandaki konumunu kaybeden yayınevleri (örneğin Kırmızı yayınları, Güncel yayıncılık) mücadeleden çekilmenin bir göstergesi olarak yorumlanabilir.

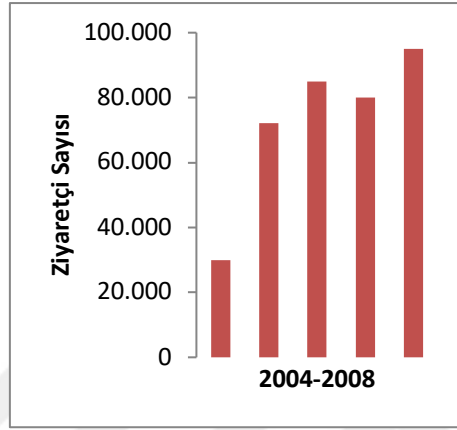
4.3.2. Kültürel, Sosyal ve Simgesel Sermayeler Bağlamında Yirmi Beşinci İstanbul Kitap Fuarı

Kitap fuarının Tepebaşı'ndan taşınması mekânsal olarak kentin kültür sanat üçgeninden çıkmasıyla birlikte okur profilinin de buna bağlı olarak zaman içinde değiştiğinden söz etmiştik. Bir taraftan Bakırköy'den Büyükçekmece'ye kadar olan kentin Avrupa kıtasındaki uç noktasında yaşayan okur grubu, ilk kez kitap fuarını deneyimlerken diğer taraftan yıllardır fuarı takip eden ve kültür sanat üçgenine yakın yerlerde konumlanan okur kitlesi zaman içinde fuardan giderek uzaklaşmıştır. Buna karşılık Tepebaşı'ndaki fuar alanına daha önce hiç gitmeyen periferideki okurlar kitap fuarlarına gelmeye başlamıştır⁴⁷⁰.

Okur profilindeki bir önemli değişim ise okul gruplarının fuar ziyaretlerini programlarına almaları olmuştur. Tepebaşı'nda fiziki mekanın yetersizliği nedeniyle daha küçük grupların ziyaret ettiği kitap fuarı, Beylikdüzü'ne taşınmayla birlikte fuarın ziyaretçi

⁴⁷⁰ 2007 yılında İstanbul'un 3. Bölgesinde yaşayan yaklaşık nüfus 3 milyon 528 bin kişidir. Kitap fuarlarının ziyaretçi profilini ağırlıklı oluşturan bölge ilçeleri (Bakırköy, Bahçelievler, Avcılar, Küçükçekmece, Bağcılar, Başakşehir, Esenyurt, Beylikdüzü, Büyükçekmece) bu bölgede yer almaktadır.

ayağında önemli ağırlığa sahip olmuştur. İlerleyen yıllarda niceliksel olarak ziyaretçi sayısının beşte birini oluşturacak okul gruplarının ziyareti, gelişen yayıncılık türleri için de yaşamsal önemde olmuştur. Aşağıdaki Grafik 8’de görüleceği üzere, 2004 yılında fuarı ziyaret eden öğrenci sayısı 30 bin olurken, 2006 yılında 25. İKF’yi 85 bin öğrenci ziyaret etmiştir.



Grafik 8. Öğrenci sayıları (2004-2008)

Kaynak: TÜYAP Arşivi

Okul gruplarının önemi, hem yeni kuşak okurların yayıncılık alanıyla buluşmasını sağlamasından hem de çocuk/gençlik ve eğitim yayıncılığının gelişimini de göstermesinden kaynaklanmaktadır. Yayınevleri tarafında ise hem satış yaparak ekonomik sermayelerine katkı sağlamaktadır hem de öğretmenler ve okullarla kurulan ilişki ağları fuar sonrasında da devam edecek bağlantıları kurmalarını sağlaması bakımından sosyal sermayelerini beslemektedir. Üstelik bu sosyal sermaye, yıl içinde toplu kitap alımları, yazarlara okullarda etkinlikler ve imza günleri düzenlemek gibi doğrudan ekonomik sermayeye dönüşebilecek bir birikimdir. Yayınevleri, okul gruplarıyla gelen öğrencilere ve öğretmenlere doğrudan satış yapmakla kalmaz sosyal ilişkiler kurarak okur ağlarını da geliştirmektedir. Yayınevleri açısından okul gruplarının fuar ziyaretleri satışın yanında bir *pazarlama* faaliyetidir.

Diğer taraftan kendini nitelikli okur olarak gören ziyaretçi grubu açısından, okul gruplarıyla gelen öğrenciler fuarda kaotik bir ortam oluşmasına sebebiyet vermektedir. Yayınevi stantlarını rahatça gezip kitapları inceleyememekten şikayetçi olmakta hatta fuara gelmemeyi tercih etmektedirler. Kültür yayıncıları tarafından-özellikle çocuk/gençlik kitabı basmayan küçük/bağımsız yayınevleri- bu konuda hemen her yıl fuar yönetimine şikayetlerini

dile getirmektedir⁴⁷¹. Bu bağlamda bir grup için bir sermaye birikimi unsuru olarak görülebilen bir olgu-öğrenci grupları-başka bir grup için tam da aynı sermayenin (sosyal sermaye) kaçmasına neden olan bir unsur haline dönüşebilmektedir. Sermayelerin birikim şekillerinin farklı olabileceği gibi, yayınevlerinin sermayeyi yorumlama biçimleri de değişebilmektedir. Okul ve öğretmenle gelişen sosyal sermaye birikimi şekli, diğer bir yayınevi için okuruyla geliştireceği sosyal sermaye birikimine engel oluşturabilmektedir. Özellikle okul grupları bu bağlamda çocuk ve gençlik yayını olan yayınevlerinin sermayelerine (ekonomik ve sosyal) doğrudan katkı sağlayan bir imkan yaratmaktadır.

25. İKF’de, Beylikdüzü’ne taşınmış olmanın getirdiği fiziki olarak konferans salonlarının artışı (kitap fuarı kapsamında farklı ziyaretçi kapasitesine sahip 8 salon kullanılmaktadır) etkinliklerin sayısının da artmasına neden olmuştur. Hemen her yayınevine kendi yayıncılık çizgisini ifade edebileceği etkinlikler programa alınmıştır. 25. İKF’nin teması, fuarın yirmi beş yılına adanarak “Bir Yolculuk Öyküsü-İstanbul Kitap Fuarı’nın 25 Yılı” olarak belirlenmiş ve onur yazarı⁴⁷² ise Doğan Hızlan seçilmiştir. Fuarda toplam 225 etkinlik düzenlenmiştir ve bu etkinliklerin dağılımı aşağıdaki gibidir:

- Tema & Onur Yazarı etkinlikleri: 12 **oturum/başlık**
- Edebiyat etkinlikleri: 102 **oturum/başlık**
- Çocuk ve gençlik etkinlikleri: 35 **oturum/başlık**
- Profesyonel (yayıncılara yönelik) etkinlikler: 3 **oturum/başlık**
- Politik içerikli etkinlikler: 41 **oturum/başlık**
- Diğer (felsefe, sanat, bilim): 32 **oturum/başlık**

Bu dağılım incelendiğinde bir önceki fuardan (15.İKF) farklı bir tablo çıkmamaktadır karşımıza. Etkinliklerin dağılımında ağırlık edebiyat başlıklarından oluşmaktadır. Etkinliklerin kapsamı ise söyleşi, panel, şiir dinletisi, kitap sunumu, çocuklarla atölyeler ve kitap okuma

⁴⁷¹ Tez yazarının kitap fuarı organizasyonunda geçen on beş yıl içinde oluşan kişisel gözlemidir.

⁴⁷² Kitap fuarı onur yazarları her sene danışma kurulu tarafından belirlenmektedir. Danışma Kurulu (2005 yılında) başkanlığı Doğan Hızlan, Füsun Akatlı, Semih Gümüş, Deniz Kavukçuoğlu, TYB’yi temsilen Metin Celal (genel sekreter), Cevat Çapan, Jale Parla yer almaktadır.

olarak ayrılmaktadır. Çocuk etkinlikleri Tepebaşı'ndaki fuarda düzenlenmeye başlamış olsa da "Çocuk Etkinlikleri" başlığı altında düzenlenmesi Beylikdüzü'ndeki fuar merkezine geçildikten sonra planlı bir şekilde gelişmiştir. Burada fuar yönetiminin, okul gruplarıyla fuarı ziyaret eden çocukları ayrı birer okur olarak görmesinin ve içerik geliştirme ihtiyacının yanı sıra, çocuk ve gençlik kitaplarının gelişmesinin payı vardır. Çocuk ve gençlik yayıncıları veya yayınevlerinin bu türde alt marka kurarak çocuk kitapları basmaya başlaması çocuk yayıncılığının gelişmesini sağlamıştır. Çocuk ve Gençlik yayınları, yayıncılık alanının oluştuğu ilk zamanlardan itibaren varlık göstermiştir. Özellikle Cumhuriyet'in yıllarında konuya ulus inşası perspektifinden yaklaşılarak çok sayıda edebiyat eserinin basıldığı, basılmasının devlet tarafından teşvik edildiği ve bir eğitim aracı olarak yaklaşıldığından tezin ilk bölümünde söz etmiştik. Bu bağlamda Tepebaşı'nda İstanbul Kitap Fuarı'ndan bağımsız olarak Çocuk Kitapları Fuarı⁴⁷³ düzenlenmiş ancak sürdürülebilir olmamıştır. Okulların fuar ziyaretleriyle birlikte kitlesel olarak çocuk ve genç okura ulaşan yayıncılar açısından kitaplarını ve yazarlarını tanıtmanın bir aracı fuarda düzenledikleri okuma, söyleşi ve atölye gibi etkinlikler olmaktadır. Yukarıdaki ayırmada gördüğümüz gibi 25. İKF'de çocuk etkinlikleri başlığında 35 etkinlik düzenlenmesi de bunun bir ifadesidir.

25. İKF'de dikkat çeken bir diğer etkinlik başlığı ise ödül törenleridir. Tepebaşı'ndan farklı olarak daha çok sayıda ödül töreni düzenlendiğini görüyoruz. Yayınevleri alandaki konumlarını güçlendirmek, simgesel sermayelerini beslemek üzere bir ödüle sponsor olabilir veya kendi isimlerine bir ödül düzenleyebilmektedir. Burada Bourdieu'nün yayıncılık alanı için vurguladığı alana kabul edilme/onanma kriterlerinden biri olarak ödüllendirme sistemi vurgusu önemlidir. Buna göre 25. İKF'de toplam 7 ödül töreni gerçekleştirilmiştir: Milliyet gazetesi Haldun Taner Ödülü, Cevdet Kudret Edebiyat Ödülleri, Everest İlk Roman Ödül Töreni, TUDEM Yayınları Roman Yazma Ödülleri, Dünya Kitap Eki Ödülleri, Çocuk ve Gençlik Yayınları Derneği Ödülleri, Sulhi Dölek Öykü Ödülü. Ödül törenlerinin TÜYAP'ta düzenleniyor olmasının sebeplerinden biri, yayıncılık alanının aktörlerini bir araya getirmesidir. Daha önce değinildiği gibi yayıncılık alanındaki tüm oyuncular ve failler dokuz gün boyunca fuarda yer almaktadır. Eleştirmen, gazeteci, yazar, yayıncı ve okur aynı sosyal ağ içinde bir araya gelmektedir. Dolayısıyla töreni düzenleyenler açısından törenin meşruluğu ve simgesel sermayesini güçlendirmesi bakımından bu sosyal ağ önemli bir araçtır. Bu durum aynı zamanda

⁴⁷³ <https://www.hurriyet.com.tr/cocuk-kitaplari-fuarina-gidin-39019321> (23 Temmuz 2019)

TÜYAP'ın da simgesel sermayesine hizmet etmektedir. Alanda saygınlık oluşturan ödül törenlerinin verildiği yer ve zaman olarak yayıncılık alanındaki konumunu güçlendirmektedir. Bu aynı zamanda Üçüncü Bölümde ele alındığı gibi TÜYAP kültür aracısı olma rolüne de hizmet etmektedir.

Öte yandan kültürel sermayenin öne çıktığı etkinliklerin yayınevlerine göre dağılımlarına göre en çok etkinlik düzenleyen ilk on yayınevi şu şekildedir:

1. Alfa yayın grubu: 9 başlık
2. Altın Kitaplar: 6 başlık
3. Doğan Kitap: 5 başlık
4. Epsilon Yayınevi: 5 başlık
5. Timaş Yayınları: 4 başlık
6. TUDEM: 4 başlık
7. Cumhuriyet: 3 başlık
8. Remzi: 3 başlık
9. Sorun Yayınları Kolektifi: 3 başlık
10. Can-YKY-İthaki-Güncel-Evrensel-Belge-Nesil: 2 başlık

Yazarları ve etkinlik programındaki ağırlıkları bakımından Tablo 24'te ayrıntılı görüldüğü üzere Alfa yayın grubu (Everest ve Kapı yayınlarıyla birlikte) 9 söyleşi gerçekleştirmektedir. İkinci sırada Altın Kitaplar yayınevi gelmektedir. Üçüncü sırada ise Doğan Kitap'ın düzenlediği 5 başlık gelmektedir. Başlıkların dağılımlarını incelediğimizde ise o yıl fuara çıkan kitapların yazarlarının öne çıktığını görüyoruz. En çok etkinlik düzenleyen Alfa yayın grubu Everest markasını daha çok öne çıkarmaktadır.

Tablo 24
Alfa Yayınları 25.İKF Etkinlik Programı

Alfa Yayınları:
<u>28.10.2006 Cumartesi/15.15-16.15</u> <u>EVEREST YAYINLARI İLK ROMAN ÖDÜL TÖRENİ</u> <u>Düzenleyen: Everest Yayınları</u>
<u>3.11.2006 Cuma/16:30-17:30</u> <u>Söyleşi: “İthaka’sı Olmayan Odiesus”</u> <u>Konuşmacı: Aslı Erdoğan</u> <u>Düzenleyen: Everest Yayınları</u>
<u>3.11.2006 Cuma/12:45-13:45</u> <u>Söyleşi: “Nece Konuşuyoruz?”</u> <u>Konuşmacı: Feyza Hepçilingirler</u> <u>Düzenleyen: Alfa Yayınları</u>
<u>4.11.2006 Cumartesi/16:45-17:45</u> <u>Söyleşi: “Edebiyatta 30 Yıl”</u> <u>Konuşmacı: Pınar Kür</u> <u>Düzenleyen: Everest Yayınları</u>
<u>4.11.2006 Cumartesi/18:15-19:15</u> <u>Söyleşi: “Gördüğümüz Dünyanın Arkasındaki Dünya”</u> <u>Konuşmacı: Erkin Koray</u> <u>Düzenleyen: Everest Yayınları</u>
<u>5.11.2006 Pazar /13:00-14:30</u> <u>Söyleşi: “Tarihi Roman Yazarlığı”</u> <u>Konuşmacı: İskender Pala, Selim İleri</u> <u>Düzenleyen: Kapı Yayınları</u>
<u>5.11.2006 Pazar/ 13:15-14:30</u> <u>Söyleşi: “Popüler Kültür Ve Biz”</u> <u>Konuşmacılar: Altay Öktem, Gökhan Akçura, Naim Dilmener</u> <u>Düzenleyen: Everest Yayınları</u>
<u>5.11.2006 Pazar/ 13:00-14:00</u> <u>Söyleşi: “Kadın Ve Erkeğin Aşkta Varoluş Yolculuğu”</u> <u>Konuşmacı: Meltem Arıkan</u> <u>Düzenleyen: Everest Yayınları</u>
<u>5.11.2006 Pazar/ 13:00-14:00</u> <u>Söyleşi</u> <u>Konuşmacı: Reha Muhtar</u> <u>Düzenleyen: Alfa</u>

Kaynak: TÜYAP Arşivi

Bu etkinliklerin programda yer alma biçimleri de kendi içinde ayrılmaktadır. Fuarın simgesel olarak daha değerli olan zamanları hafta sonu ve özellikle öğleden sonra saatleridir. Bu değerli zamanların hangi yayınevinin etkinliğine ayrıldığı ise birkaç kritere göre

belirlenmektedir, bunlar: kitabının ne kadar sattığı ile ilintili olarak yazarın popülarlığı (ünü), katılımcı sayısı⁴⁷⁴ ve yayınevinin alandaki bilinirliğini belirleyen simgesel sermayesi gibi kriterlerdir. Bu bağlamda, TÜYAP tarafından dikkate alınan öncelikli kriter yayınevinin ekonomik sermayesinin büyüklüğü olmamaktadır. Yayıncılık alanında farklı konumlarda olan, özellikle küçük yayınevlerinin fuar programında zaman zaman ekonomik sermayesi çok daha büyük yayınevlerine göre daha ağırlıkta olmasının sebebi, organizasyonu yürüten TÜYAP'ın dikkate aldığı dengeden kaynaklanmaktadır. Bu bakımdan hafta sonu öğleden sonra 14.00-17.00 saat aralığının prestijli olduğunu söyleyebiliriz. Yukarıdaki tablodan anlaşıldığı üzere Alfa grubuna ait etkinliklerin biri hariç tümü, sözü edilen prestijli gün ve saat aralığında programlanmıştır. Grubun etkinliklerinin tamamı edebiyat başlığı altında düzenlenmiştir. Benzer durum Doğan Kitap için de geçerlidir. Doğan Hızlan üzerine bir söyleşi, Doğan Hızlan'ın konuşmacılarından biri olduğu Medya üzerine bir söyleşi, fuara yeni kitapları çıkan; Nuriye Akman, Ahmet Ümit ve İpek Çalışlar üzerine de birer söyleşi almıştır programına. Burada öne çıkan unsur yayınevleri açısından basın ve kitabevleri kanalıyla ulaşamadıkları ve/veya sınırlı kaldıkları okur erişimini böylelikle sağlamaktadır.

Bu saat aralığını değerli kılan unsur ise daha çok okura ulaşmak anlamına gelmesidir. Hafta sonu ve bu saat aralığındaki dağılıma baktığımızda; TYS, Doğan Kitap, Edebiyatçılar Derneği, Remzi, YKY, Can, Alfa grubu, Altın, Agora Kitaplığı, İmge ve Sorun yayınları kolektifi görülmektedir. Yukarıdaki sıralamaya baktığımızda dikkat çekici olan küçük bir metrekareyle (9 m²) katılmasına karşın sıralamada ilk 10'da yer almasıdır. Aynı durum Belge yayınları (18 m²) ve Evrensel yayınları(18 m²) için de geçerlidir. Etkinlik düzenlemek yayınevlerinin fuarda aldıkları metrekarelere bağlı bir durum değildir. Kültürel sermayesi ile alanda küçük bir yayınevi diğer büyük ve geleneksel ölçekte yayınevleriyle eşit ağırlıkta olabilmektedir. Burada olduğu gibi onlardan ayrılarak daha görünür olabilmektedir.

Kitap fuarında simgesel sermaye bakımından gözlemlenen bir diğer ayırım ise ise onur yazarının hangi yayınevi tarafından basıldığıdır. Burada yine bir sermaye türünün diğer bir sermaye türüne tahvil edilişi gözlemlenmektedir. Şöyle ki, 25.İKF'de onur yazarı Doğan

⁴⁷⁴ Etkinlik başvuru ve planlama süreci 205. Sayfa, Tablo24'te ayrıntılı olarak açıklanmıştır. Etkinliğin gün ve saat seçimi büyük oranda TÜYAP inisiyatifinden belirlenmektedir. Ancak burada yazarın programı belirleyici olmakla birlikte yayınevinin talepleri de göz önüne alınarak TÜYAP tarafından belirlenmektedir. TÜYAP, etkinliğe katılacak dinleyici sayısına dair bir öngörude bulunarak salon seçimi yapmaktadır. Salon planındaki öncelik ise büyük oranda yazarın ajandasına (imza, vb.) veya yayınevinin simgesel sermayesine göre belirlenmektedir.

Hızlan'ın kitaplarını Yapı Kredi Yayınları ve Doğan Kitap basmaktadır. O yılki fuarda tüm görsel ve yazılı medya onur yazarını öne çıkardığından (röportajlar, canlı yayınlar ve kitap tanıtımları gibi) bu simgesel sermaye aynı zamanda yazarın kitaplarının satışını arttırdığından ekonomik sermayeye dönüşmektedir.

Sermayeler (kültürel, sosyal ve simgesel) bakımından yayıncılık alanında yayınevlerinin konumlanmalarının bir benzeri kitap fuarında gözlemlenebilir. Ekonomik sermayesinin yüksek olduğu yayınevleri ada biçiminde ana koridor üzerinde ve salonun geçişlerine yakın yerlerde konumlanması, bize yayıncılık alanında ekonomik sermayesinden kaynaklı gücünün bir ifadesidir. Ancak yine yayıncılık alanında kültürel ve simgesel sermayesi yüksek olup da ekonomik sermayesi aynı oranda büyük olmayan yayınevlerinin de gücünü göstermektedir.²⁵ İKF'de olduğu gibi yerleşim planındaki metrekare dağılımı ile etkinlik programındaki dağılım birbirine paralel gitmeyebilmektedir. Aradaki bu farklılığın kaynağı, alandaki güç pratiğinde tek değişkenin ekonomik sermaye olmadığını, sosyal, kültürel ve simgesel sermayenin de fark yaratabilecek güce sahip olabildiğini göstermektedir.

4.4. Sermayeler Bağlamında Otuz Beşinci İstanbul Kitap Fuarı

İkinci Bölüm'de incelendiği gibi 2000'lerden günümüze (2020) küresel kitap pazarıyla eklemlenen bir yayıncılık alanı oluştuğu görülmektedir. Yeni baskı teknolojiler ve internet ile birlikte yayıncılığın teknik imkanları gelişirken, yazma biçimi de buna bağlı olarak değişerek okur profilini de dönüştürmüştür. Okur profili ele alındığında demografik yapının 25.İKF'den bu yana on yıl içinde dönüştüğü anlaşılabacaktır. Bu bakımdan 35. UİKF'ye gelindiğinde fuar ziyaretçilerinin bilgi edinme (fuardan haberdar olma, kitaplar hakkında bilgilenme, yazarların yeni kitapları vb.) ve okurluk deneyimleri değişmiştir. Geçen on yılda sosyal medya insanların bilgi edinme kanallarından biri olmuştur. Fuar sırasında TÜYAP tarafından yapılan ziyaretçi anketi sonuçlarına göre fuar ziyaretçileri düzenli kitap okurlarından oluşmaktadır, düzenli okuyanların oranı %84'tür. Fuarı geleneksel medya yerine sosyal medyadan duyanlar, takip edenlerin oranı %27'ye çıkmıştır. Daha önce hiç gelmemiş bir okur kesimi fuarı ziyaret etmektedir, bu bağlamda fuarı ilk kez ziyaret edenlerin oranı %31'dir. Fuarı ziyaret etme amaçları ise %50'sinin kitap satın almaktır. Fuardan en az 4 ila 6 adet kitap satın alarak

ayrılanların oranı ise %38 oranında. Dolayısıyla fuarın önemli işlevi kitap satışı olarak devam etmektedir. Fuar ziyaretçisinin %25'i mutlaka etkinlikleri takip ediyor. Bu etkinlikler %66 oranında imzalardan oluyor, dolayısıyla söyleşilerin oranı 35.İKF'de sadece %16'da kalıyor.

Dijital platformların (blog, web sitesi, web tabanlı platformlar, sosyal medya kanalları) genç kuşak okurları yakaladıkları yeni yazma ve yayınlama deneyimlerinin gelişimi bir önceki bölümde incelenmişti. Bunun yayıncılık alanına yansımaları, yayınevlerinin bu kuşaktaki okurlara ulaşmak için alt markalar kurmasını ve yeni oyuncuların alana girmesini şeklinde olduğundan ikinci bölümde yayıncılığın sektörleşmesini sağlayan unsurlardan biri olduğundan bahsedilmişti. Bu yeni oyuncular, yeni yayınevleri, piyasa ile ilişkili olarak çoğunlukla reklamcılık kökenli veya kitap dağıtımcılığından gelen kişilerce kurulmuştur. 2010'lardan itibaren yayıncılık alanında ekonomik sermayenin artışına, yeni oyuncuların alana girişlerine tanık olurken bunun fuara yansımaları "büyüme" odaklı olmuştur. Nitekim bu bölümde uluslararası niteliğe kavuşan kitap fuarı yayıncılık alanında olduğu gibi küresel ile eklemlenen bir bağlamda incelenecektir.

4.4.1 Ekonomik Sermaye Bağlamında Otuz Beşinci Uluslararası İstanbul Kitap Fuarı

35. Uluslararası İstanbul Kitap Fuarı (UİKF), hem fuarın fiziki alanda büyümesine hem de yayıncılık alanının yirmi beşinci yıldan otuz beşinci yıla, aradan geçen on yılda ekonomik ve kültürel sermaye bağlamında büyüdüğüne şahitlik etmektedir. Kitap fuarı toplam brüt 40.000 metrekare, net ise 13.337 metrekareye ulaşmıştır ve uluslararası niteliktedir. Bu durumun fuara yansımaları sergileme salonlarındaki artış (toplam 7 sergileme holü) ve tematik olarak ayrılması olmuştur:

- Kültür Yayıncıları: 2.3. ve 10. Hol
- Eğitim ve Kaynak Kitapları/Sınava Hazırlık Yayınları: 5. ve 6. Hol
- Uluslararası Salon: 1. Hol
- Sivil Toplum Kuruluşları ve Sahaflar: 4. Hol

Bu tablo, yayıncılık alanında 2000’lerde başlayan dönüşümün kitap fuarına yansımadır. Yayıncılığa giren ekonomik sermaye artışının doğrudan göstergesidir. Bu artış yayıncılığın kendi içindeki sermaye birikiminin yanı sıra, farklı sektörlerden (reklamcılık, iletişim, medya, eğitim) yayıncılığa giren ekonomik sermayeden kaynaklanmaktadır. Özellikle eğitim sektöründen yayıncılığa giren ekonomik sermaye önemlidir. Dershane ve özel okulların kendi kitaplarını basmak üzere yayıncılığa başlamaları ve yine eğitim yoluyla Anadolu’yu da kapsayacak şekilde kurumsallaşmış yapıları, dağıtım sorununun çözülmüş olmasını ve baskı adetlerinin çoğalarak kısa zamanda yüksek miktarda ekonomik sermaye birikimine olanak sağlamıştır⁴⁷⁵. Diğer bir sermaye girişi ise 2002 yılında iktidara gelen AKP hükümetleri yönetiminde 2003 yılından itibaren Milli Eğitim Bakanlığı tarafından öğrencilere ders kitaplarının ücretsiz dağıtımı olduğuna değinilmişti. MEB “Ücretsiz Ders Kitapları Temini Projesi” kapsamında dağıtılan kitapları ihale yoluyla özel yayıncılardan almıştır, 2003-2016 yılları arasında MEB’in ders kitapları alımı için harcadığı rakam toplam 3 milyar 700 milyon 208 bin 905 lira olmuştur⁴⁷⁶. Türkiye’de kitap piyasasının en büyük cirosu ve başlık sayısı olarak üretimi Eğitim yayıncıları tarafından yapılmaktadır. 35. UİKF’nin düzenlendiği 2016 yılında TYB’nin kitap pazarı raporuna göre Eğitim yayıncılarının toplam kitap pazarındaki oranı %51.44’tür⁴⁷⁷. Bu durum yıllar içinde artış göstermiştir, yayıncılık alanında üretilen toplam kitapların yarısından çoğunu Eğitim Kitapları⁴⁷⁸ oluşturmuştur. Nitekim eğitim yayıncılığındaki bu ekonomik sermaye gücü, kitap fuarında yeni salonların açılmasını kaçınılmaz kılmıştır. Gerek yerleşim planı gerek katılımcı listeden hareketle öncelikle 2009 yılında Eğitim yayıncılarının niceliksel artışı ve bu türde yayın yapan yayınevlerinin fuara katılım talepleri doğrultusunda ilk kez iki yeni salon açılmıştır. 2016 yılında ise salonlar tam kapasite ile faaliyete girmiştir. Dolayısıyla aradan geçen 10 yılda eğitim yayıncıları (sınavlara

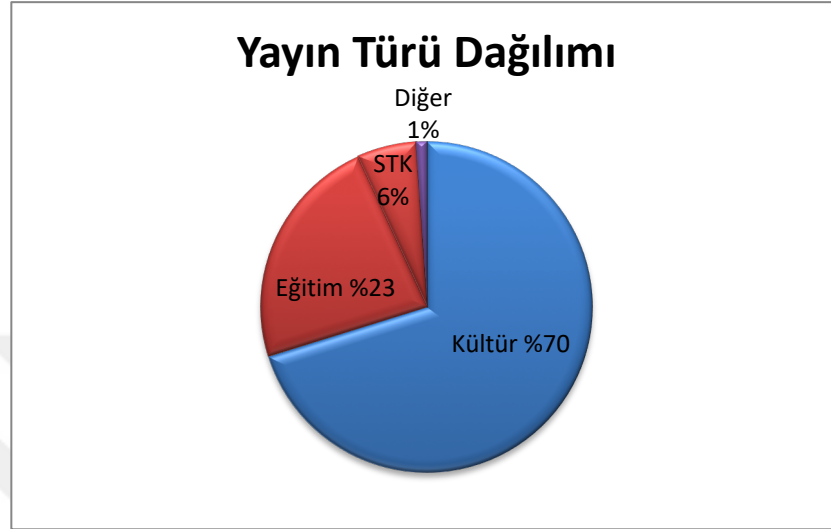
⁴⁷⁵ Fettullah Gülen yapısına bağlı yayıncılık alanındaki Kaynak Kültür Grubu’nun asıl sermayesi dershane ve eğitim kurumlarından sağlanmıştır, bunlar arasında Güven-der, Anafen, Fem, Zambak grubu Anadolu’ya yayılmış geniş bir kurumsallaşma ağına sahipti. Okul öncesini de kapsayacak şekilde eğitimin tüm kademelerinde ve farklı yaş aralıklarına yönelik yayınlar çıkarmıştır. 26 Temmuz 2016 tarihinde KHK ile kapatıldığında bünyesinde 29 yayınevi bulunmaktaydı. Yine aynı yıl MEB tarafından yayınlanan genelgede ücretsiz ders kitapları kapsamında bu kurumlardan edinilen 42 yayınevi ve dağıtımının okullara temin ettiği kitapların dağıtımı yasaklanmıştır.

⁴⁷⁶ <http://www.hurriyet.com.tr/egitim/uccretsiz-ders-kitabina-13-yilda-yaklasik-4-milyar-lira-40057449> (30 Mart 2019)

⁴⁷⁷ <http://turkyaybir.org.tr/2016-turkiye-kitap-pazari-raporu/#.XNNE6OgzblU> (3 Mayıs 2019)

⁴⁷⁸ Örneğin 2018 yılında 215 milyon 370 bin 387 adetlik üretimle bir önceki yıla göre üretilen kitap sayısı %2,80 oranında artmış ve toplam kitap üretimindeki payı %52,45’e yükselmiştir

hazırlık test kitapları, yardımcı ve kaynak kitaplar) ekonomik sermaye bağlamında büyüdüğü için yayıncılık alanına yeni giren bu oyuncular fuarda görünür olmak talebiyle yeni salonların açılmasını sağlamıştır.



Grafik 9: 35. İstanbul Kitap Fuarı Yayın Türü Dağılımı /Metrekare Bazında (2016)

Kaynak: TÜYAP Arşivi

*Diğer: Akademik ve ithal kitap yayıncıları

Eğitim yayıncılarının yukarıdaki Grafik 9’da görüldüğü üzere 35. UİKF’de net metrekare olarak 2.785 m²’ye çıkması (2006 yılında 568 m²) ve iki hole yayılmasıyla tüm katılımcılara oranı %23’e yükselmiştir. Bir önceki alt bölümde incelediğimiz 25. İKF’nda eğitim yayıncılarının oranı %7,45’ten on yıl içinde %23’e yükselmesi, yukarıda sözünü ettiğimiz AKP döneminde yürütülen eğitim politikasının bir parçası olarak yayıncılık alanına giren ekonomik sermaye ve üretilen kitap adedindeki artışla, yayıncılık alanını Eğitim yayıncılarının domine etmesinden kaynaklanmaktadır. Kültür yayıncıları aradan geçen on yılda (2006-2016) metrekare olarak %91’den %76’ya düşerek gerileme kaydetmiştir. Kendini sol ve muhalif olarak tarif eden yayıncılar ağırlıklı kültür yayıncılığında kalmışlardır, aralarından eğitim yayıncılığına geçen olmamıştır. Dolayısıyla Eğitim yayıncılığındaki eğilimi tespit edebilmek için bölümün başında sözünü ettiğimiz gibi 2000’lerden itibaren özel eğitim ve dershaneciliğe giren ekonomik sermaye gruplarına bakmak gerekmektedir. Bu bakımdan eğitim yayıncılığının kendi arasındaki bu mücadele ayrı bir araştırmanın konusu olabilecek önemdedir.

Yayın politikasını ve /veya kendini “sol ve/veya muhalif” olarak tanımlayan yayınevlerinin katılımında -toplam 1.096 m2 metrekare- genele oranı %9’a düşmüştür. Buna mukabil “sağ ve/veya muhafazakar” yayınevlerinin metrekare oranı ise 1517 m2 ile %12,5 olarak kalmıştır. 2006 yılına kıyasla “sol ve/veya muhalif” yayıncıların metrekare olarak katılımı gerilerken “sağ ve/veya muhafazakar” yayınevleri metrekare olarak oranlarını korumuştur.

35. Uluslararası İstanbul Kitap Fuarı’nda yayıncıların metrekare dağılımı bakımından Tablo 25’te görüldüğü üzere en çok metrekareyi alan en büyük beş yayınevi sırasıyla Doğan Kitap, Timaş, Can, Alfa, ve İthaki’dir⁴⁷⁹. Bu tabloda şaşırtıcı olan, genel kanının aksine ilk beşe giren kültür yayıncıları arasında bir banka sermayesine bağlı yayınevi bulunmamasıdır ve ilk 5’teki yayıncıların öz (ekonomik) sermayelerinin tamamen yayıncılıktan gelmesidir. Aralarındaki tek istisna Doğan Kitap’tır, 2016 yılında Doğan Medya grubuna bağlı bir yayın grubudur, diğer bir deyişle yayıncılık alanında *holding yayınevi*⁴⁸⁰ olarak tanımlanmaktadır. Önce Milliyet, sonrasında AD-Aydın Doğan’ın baş harfleri- yayınları olarak fuarın ilk yılından itibaren kesintisiz fuara katılan ve ilk 5’e giren tek yayınevidir.

⁴⁷⁹ 35. UİKF’ye katılan tüm yayınevlerinin listesi EK3’te sunulmuştur.

⁴⁸⁰ Doğan Medya Grubu’na bağlı Hürriyet Gazetecilik, Doğan Gazetecilik, Doğan Televizyon, Doğan Haber Ajansı, Doğan Dağıtım Satış Pazarlama, Doğan İnternet Yayıncılık, Doğan Medya International ve Mozaik İletişim AŞ Nisan 2018 tarihinde Demirören Holdinge satılmıştır. Doğan Kitap’ın bağlı bulunduğu Doğan Egmont Yayıncılık ise satılan kurumlar arasında değildir, Aydın Doğan’a ait olan Doğan Holding ve İskandinavya menşeli Egmont Holding ortaklığındadır.

<https://www.ntv.com.tr/ekonomi/dogan-holdingten-resmi-satis-aciklamasi-demirorene-varlik-satisi,WBYD927-3UeAgXgYvDoyiA> (06.06.2019)

<https://www.dogankitap.com.tr/hakkimizda> (06 Haziran 2019)

<https://www.doganegmont.com.tr/de/hakkimizda> (06 Haziran 2019)

Tablo 25
Metrekare Bazında 35. ÜİKF'deki En Büyük Yayınevleri

Yayınevi	Metrekare	Yer (Salon & Stant No)
Doğan Kitap: 264 m ₂		3S203/3S102/3S404/2S404
Timaş Yayınları: 210 m ₂		2S204/2S409/3S204/
Can Yayınları: 195 m ₂		3S405/2S504/2S502
Alfa Yayınları: 186 m ₂		3S313/3S410/3S307/3S508
İthaki Yayınları: 166 m ₂		2S308/3S406/10S206
Nesil: 138 m ₂		2S206/3S208/3S602
Pegasus: 128 m ₂		2S104/10S205/3S511
İletişim: 126 m ₂		3S401/2S301
İş Kültür: 124 m ₂		2S208/3S408
İnkılap: 118 m ₂		2S302/3S403
Martı: 110 m ₂		10S207/2S311/2S314
Epsilon: 110 m ₂		3S308/2S310/10S103
Yapı Kredi: 110 m ₂		2S304/2S305
TUDEM: 106 m ₂		2S401/3S407/6S501/
Altın: 105 m ₂		3S305/2S306/3S103/3S510

Kaynak: TÜYAP Arşivi-35. ÜİKF Katılımcı Listesi Verilerinden Düzenlenmiştir.

Tablo 25, yayınevlerinin fuarda aldıkları toplam metrekareleri gösterirken aynı zamanda tablonun sağ sütununda hangi salonlarda yer aldığı belirtilmektedir. Örneğin ilk sırada yer alan Doğan Kitap, üçüncü salon 203 (3S203) numarada, üçüncü salon 102 (3S102), üçüncü salon 404 numarada (3S404) ve ikinci salon 404 (2S404) numara ayrı ayrı yer almaktadır. Bu bakımdan Tablo'da en çok metrekareyi alan ilk beşe giren yayınevleri arasında kendini sol ve/veya muhalif olarak tanımlayan bir yayınevi bulunmamaktadır. Fakat **İthaki** yayınları bu anlamda Can yayınları gibi kurucuları itibarıyla sol siyasetten gelmekle birlikte yayın politikası olarak böyle bir kimliği benimsememektedir. Bilim kurgu edebiyatının kült kitaplarının yanı sıra Kürtçe edebiyatın önemli ismi Mehmed Uzun'un da yayıncısıdır. Aynı zamanda Kemal Tahir'in ve Yılmaz Güney'in de kitaplarını basarak edebiyat yayıncılığı yapmaktadır. İthaki

yayınları 2013'te Yabancı yayınlarını, 2014 yılında ise daha önce sözünü ettiğimiz yeni nesil edebiyat yayınlayan ve çok satanlardan oluşan Müptela yayınları markalarını kurmuştur.

İkinci Bölüm'de ayrıntılı ele alındığı gibi, tabloda ikinci sırada yer alan **Timaş** yayınları, 1980 öncesinde milliyetçi muhafazakar çizgide siyaset yapan ve Nur cemaatine bağlı kişilerce kurulmuştur. Yıllar içinde ana kurucu kadro değişmese de bazı ortaklıklar sona erdirilmiştir. **Timaş yayınlarının** ilk fuar yıllarında örneğin 17. İKF (1998) kısmen fuarın periferisinde kalan bir yayınevi konumundadır. Fakat 25. İKF'ye geldiğimizde yayınevi toplam beş markası (Sufi-Timaş-Carpediem-Timaş Çocuk-Leyla Mecnun) için 78 metrekare ile 2. Holün üçüncü arka adasında yer almaktadır. 35. UİKF'da ise toplam 210 metrekarelik stant alanı alarak, tüm fuarın en büyük metrekareye sahip ikinci yayınevi konumuna gelmiştir. On yıl içinde fuardaki büyüklüğü üç katına çıkmıştır. Yayınevi ekonomik sermayesindeki artışla fuardaki metrekare bazında periferiden merkeze doğru konumlanmıştır.

Tablonun dördüncü sırasında yer alan **Alfa yayınları**, bağımsız bir yayın grubu olarak farklı türde yayıncılığın önemini ilk keşfeden yayınevlerinden biridir. Bünyesinde hemen her tür yayıncılığı barındıracak markalar kurmuştur. Sol ve muhalif metinler ve nitelikli edebiyat yayınlayan *Everest yayınları*, çok satanları çıkardıkları *Artemis Yayınları*, Tasavvuf kitaplarını yayınlayan *Kapı Yayınları*, Eğitim ve araştırma kitapları yayınlayan *Alfa yayınları* ve çocuk kitaplarından oluşan *Büyülü Fener* yayınları Alfa grubunun alt markalarıdır. Böylelikle farklı yayın türleriyle Alfa yayın grubu, yayıncılık alanında her türden yayının alıcısına hitap eden bir yayınevi olarak güçlü bir yerde konumlanmaktadır. Alfa'nın bir diğer başarısı ise kendi dağıtım kanalını kurmuş olmasıdır. Kendi kitaplarını dağıtmanın yanı sıra kitap piyasasındaki en büyük kitap dağıtım ağlarından biridir aynı zamanda.

35. UİKF'nda iki olgu karşımıza çıkıyor. İlki; yayınevlerinin farklı türde kitap basabilmeleri için var olan yayınevine bağlı "alt markalar" kurmaları, ikincisi ise kitap fuarının büyüyen fiziki alanı içinde görünür olabilmek için açılan her yeni salonda yer almalarıdır. Yayınevleri bu şekilde hem ekonomik sermayelerini arttırmak hem fuarda görünür olma çabasıyla simgesel sermayelerine katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.

Yayınevlerinin "alt markalar" kurmaları yayıncılık alanında yürüttükleri bir mücadele biçimidir. Var olan yayınevi kimlikleri farklı türde –örneğin best-seller/çok satanlar basmak-

yayın yapmaya el vermediğinden veya simgesel sermayelerini olumsuz etkileyeceğini düşündükleri için yayın politikasını değiştiremediklerinden bu yola başvurmaktadırlar. Örneğin İthaki yayınları kendi ana markası altında *saygın* edebiyat basmaktadır fakat yayıncılık alanındaki yeni nesil edebiyatı da yakalamak istediği için var olan İthaki markasının simgesel sermayesini düşürmeden, yeni bir yayınevi kurarak tamamen istediği farklı türde yayıncılık yapabilmektedir. Böylece alandaki mücadeleye, alana yeni oyuncular sürerek devam etmektedir. Bu mücadelenin bir ucunda da okur bulunmaktadır. Bir yayınevi farklı markalarıyla o okuru yakalama çabasına girmektedir. Okur; araştırma/inceleme, *saygın* edebiyat, *best-seller*, çocuk edebiyatı gibi ne ararsa tek bir yayınevi çatısı altında bulabilecek, ilgisi farklı yayınlara kaymayacaktır. Böylece yeni markalarıyla yayınevi, bir taraftan yayıncılık alanında ne okunacağını belirlerken diğer taraftan ekonomik sermayesini arttırma imkanı bulmaktadır. Benzer durum tersinden de geçerlidir. Bir yayınevi ağırlıklı *best-seller* basması ile tanınırken simgesel sermayesini arttırmak adına, kendini alanda daha *saygın* bir yere koyacak *saygın edebiyat* basmak üzere alt markalar kurabilmektedir. Örneğin Epsilon yayınevi 2013 yılında kurduğu Kafka markasıyla *saygın edebiyat* eserleri basabileceği bir marka oluşturmuştur. Tüm bu çabalar kitap fuarına aynı yayınevine ait birden çok stant alanının tahsis edilmesi sonucunu doğurmuştur. Yayıncılık alanındaki büyümeye paralel olarak kitap fuarındaki fiziki büyümenin sonuçlarından biri de birden çok holün sergilemeye açılması olurken, aynı yayınevine (ve o yayınevinin farklı markalarına ait) birden çok stant açılması yayınevlerinin toplam metrekaresini arttırmıştır. Örneğin 35. UİKF'nin (bkz. Resim 3) yerleşim planı incelendiğinde Salon 2'nin merkez ortasında peş peşe iki adanın Yapı Kredi Yayınları'nın olduğu görülmektedir (sarı ile işaretli). Can yayınlarının da aynı şekilde iki adası karşılıklı YKY'nin tam karşısında ve bir adası da Salon III'ün merkezinde yer almaktadır (yeşil ile işaretli). İletişim yayınlarının her iki salonun da (II ve III) girişlerinde iki ayrı yeri bulunmaktadır (turuncu ile işaretlendirilmiş). Timaş yayınları da her iki salonda da aynı konumda (mavi ile işaretlenmiş) yer almıştır. İthaki yayınlarının da hem Salon III'te (pembe işaretli) hem de diğer markaları için Salon II'de yerleri bulunmaktadır. Doğan Kitap'ın ise her iki salonda birkaç yeri bulunmaktadır (mor ile işaretlenmiştir).



Resim 3: 35. Uluslararası İKF Genel Yerleşim Planı*

Kaynak: TÜYAP Arşivi

*Planda yayınevlerinin stantları aşağıdaki gibi renklendirilmiştir.

Alfa	Doğan Kitap	Kaynak Kültür
İletişim	Can	Tübitak
Boyut	Timaş	İthaki
YKY	Epsilon	İş Kültür

TÜYAP'ta hollerle simgeleşen *büyüklik* yayıncılık alanındaki büyüklüğün bir simülasyonu gibidir. Kitap fuarında ilk beşe giren bu büyük yayınevlerinin ortaklaştığı noktalar:

- *Birden çok markalarının olması ve Çocuk ve/veya gençlik edebiyatı yayınlarının olması*
- *Çok satanlar (kurgu ve kurgu dışı) yayınlarının olması*
- *Kendi dağıtım kanallarının olması*

Nitekim, bu üç ortak nokta yayıncıların alandaki sembolik iktidar mücadelesinin de araçlarını oluşturmaktadır. Bir yayınevinin sağlıklı işleyen bir dağıtım kanalı yoksa mücadele yürütmesi mümkün değildir. Bunun yanı sıra birden çok alt markasının bulunması farklı türlerde yayın yapma esnekliği kazandırdığından yayınevinin sermayelerine katkıda bulunmakta ve alanda önemli bir oyuncu mertebesine çıkarmaktadır. Bir yayınevinin bir veya birden çok uzun satan (long seller) veya *best-seller* yayının olması o yayınevine ekonomik sermaye girişi sağlayacağından yaşamsal önemdedir.

4.4.2 Kültürel, Sosyal ve Simgesel Sermayeler Bağlamında 35. Uluslararası İstanbul Kitap Fuarı

Bölümün başında 2000'lerden itibaren ekonomik sermaye girişiyle birlikte yayıncılık alanındaki yapısal dönüşümüne değinilmişti. Bir taraftan internet ve sosyal medyanın hem okuru hem yazarı dönüştüren gücü, diğer taraftan yeni ekonomik sermaye girişleriyle birlikte yeni oyuncuların dahil olduğu daha çoğulcu bir yapıya dönüştüğüne İkinci Bölüm'de değinilmişti. Alanda bir iktidar mücadelesi yürütebilmek için yayınevinin eğer ekonomik sermayesi yeterli değilse, bu durumu farklı sermaye türlerinde yapacağı birikimle desteklemesi gerekmektedir. Nitekim, 35. UİKF katılımcı yayınevleri arasında ekonomik sermaye birikimi iyi bir konumlandırmaya imkan vermeyen yayınevleri okura kültürel sermayeleri aracılığıyla ulaşmaya çalışmaktadır. Dokuz gün süresince 35 UİKF, 621 bin okurun ziyaretine ev sahipliği yapmıştır. Bu sayının anlamlı tarafı toplam ziyaretçilerinin %31'inin yeni ziyaretçi olmasıdır, yani ilk kez fuara gelen okurlardan oluşmasıdır. Katılımcı yayınevleri bakımından bu sayının bu bölümün başında incelediğimiz gibi en yaşamsal tarafı okura ulaşmaktır. Gerek ekonomik sermayelerine sıcak para katkısı sunması gerek yazarını ve yeni çıkan kitabını okura aracısız tanıtabilmesi adına daha önce fuara hiç gelmemiş bir okur kitlesine ulaşılması önemlidir. Diğer taraftan fuarın öğrenci yoğun profili -okul gruplarıyla gelen 135 bin 251 öğrenci sayısının toplam ziyaretçinin %21'ini oluşturması-farklı yaş gruplarına ve farklı türlerde yayın yapan yayınevlerinin ürün yelpazesini çocuk ve gençliği kapsayacak şekilde genişletmesine neden

olmaktadır. Hem genç okur profilinin yüksekliği hem de ilk kez fuara çekilen okur profiliyle fuarın sosyal sermayesi büyüme eğilimindedir.

35. UİKF'nin okur profiliyle birlikte gelişen sosyal sermayesinin yanı sıra “uluslararası fuar” ibaresini almaya hak kazanması da simgesel sermayesini arttıran etki yaratmıştır. 2010 yılında açılan uluslararası salon ile yayıncıların katılımından oluşan profesyonel günler organize edilmeye başlanmış ve bir ülke edebiyatı ve yayıncılığı onur konuğu ilan edilmiştir. İçerik açısından kitap fuarını uluslararası yayıncılık alanına taşıma hedefinde olan bu uygulama ile fuarın profesyonel (B2B/Business to Business) yönü güçlendirilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda 35. UİKF’de uluslararası salonda (1. Salon) onur konuğu Almanya olurken, katılan ülkeler Romanya, İran İslam Cumhuriyeti, Abu Dhabi, Makedonya, Macaristan, Azerbaycan ve Kore’dir. Almanya’nın onur konukluğunun teması ise “Worte Bewegen/Sözcüklerin Etkisi” ile ifade özgürlüğüne adanmıştır. Daha önce belirtildiği gibi bu dönem yayıncılığın küresel yayıncılık alanıyla eklemlenmesinin bir göstergesi de kitap fuarının katılımcıları bakımında kazandığı *uluslararası fuar*⁴⁸¹ unvanıdır. Fuarın uluslararası olması doğrudan fuarın simgesel sermayesine katkı yapan bir unsur olup, fuarın uluslararası olma unvanı aynı zamanda uluslararası yayıncılık alanı ile eklemlenmenin bir göstergesidir. Almanya’nın onur konuğu olarak yer alması ve etkinliklerinin temasını “Sözcüklerin Gücü” olarak ifade ve yayınlama özgürlüğüne adanmış olması da, fuarın kamusal alan olarak gücünden yararlanarak kamuoyu oluşturma bir ifadesidir. Nitekim, fuarın düzenlediği yıl Türkiye’de olağanüstü hal ilan edilmiş ve yayıncılık alanında doğrudan yansıması da Kanun Hükmünde Kararname (KHK) ile kapatılan yayınevleri olmuştur⁴⁸². Almanya’nın böyle bir tema seçmesinin etkinlikler ayağında ifadesi o dönem tutuklu bulunan yazar Aslı Erdoğan’a destek

⁴⁸¹ Uluslararası Fuar unvanına sahip olabilmek için Uluslararası Fuarlar Komitesi (UFI) belli kriterler belirlemiştir. Türkiye’de bu kriterlerin takipçisi hem UFI hem de Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği’dir (TOBB). Buna göre bir fuarın uluslararası nitelik kazanması için uluslararası katılımcıların tüm katılımcılara oranının %15 olması veya metrekaresi oranında %10’u yakalaması veya yabancı ziyaretçilerinin oranının tüm ziyaretçi oranının %2,5 olması, son beş yılda içinde o fuarın en az iki kez düzenlenmiş olması gibi kriterleri sağlaması gerekmektedir. Her yıl denetleme tabi olan bu uygulama ile TÜYAP İstanbul Kitap Fuarları 2010 yılından itibaren uluslararası fuar niteliğine haizdir.

TOBB Yurt içinde Fuar Düzenlenmesine Dair Usul ve Esaslar,

www.tobb.org.tr (14 Haziran 2019)

⁴⁸² 26 Temmuz 2016 ve 30 Ekim 2016 tarihli iki ayrı KHK ile toplam 30 yayınevi terör örgütü üyeliği gerekçesiyle kapatılmıştır. Kapatılanların 29’u Fethullah Gülen Cemaati’ne bağlı yayın yapan Kaynak Kültür Grubu olurken biri de Evrensel gazetesine bağlı olan Evrensel Yayınları’dır.

<https://m.bianet.org/bianet/medya/187174-khk-lar-ile-30-yayinevi-kapatildi> (14 Haziran 2019)

olabilmektedir⁴⁸³. Kitap fuarının teması ise onur yazarından dolayı felsefeye adanmıştır. Bu çerçevede etkinliklerin dağılımına baktığımızda:

- Tema & Onur Yazarı etkinlikleri: **27 oturum/başlık**
- Edebiyat etkinlikleri: **170 oturum/başlık**
- Çocuk ve gençlik etkinlikleri: **63 oturum/başlık**
- Profesyonel (yayıncılara yönelik) etkinlikler: **8 oturum/başlık**
- Politik içerikli etkinlikler: **23 oturum/başlık**

35. UİKF'nin temasının Felsefe'ye adanmış olması ve onur yazarının da edebiyat dışından bir isim Prof. Dr. Ioanna Kuçuradi olarak belirlenmesi okurlar tarafından ilgiyle karşılanmıştır, öyle ki ilk kez tema çerçevesinde düzenlenen etkinlik sayısı 27'ye çıkmıştır. Fuar süresince düzenlenen 291 etkinliğe, 18 bin 351 ziyaretçi dinleyici olarak katılmıştır. Bu dinleyici sayısı fuarın bir kültürel alan haline dönüşmesinin göstergesi olarak okunabilir. İlk beşe giren yayınevlerinin fuarın etkinlik programında yer alma oranlarına baktığımızda ise *Timaş yayınlarının* toplam 10 etkinlik (3'ü çocuk etkinliği), *Alfa yayın grubunun* toplam 9 (Everest yayınlarının 5 ve Kapı yayınlarının 3) etkinliği bulunmaktadır. *Can* yayınlarının toplam 5 etkinliği (3'ü Can Çocuk'un), *Doğan Kitap*'ın 4 etkinliği bulunmaktadır. *İthaki* yayınlarının ise programda etkinliği yoktur. Bunun yanı sıra simgesel ve kültürel sermayesi yüksek olan fakat ilk beşe giren yayınevleri kadar ekonomik sermayeye sahip olmayan ve Bourdieu'nün ayrımına göre geleneksel yayınevi ölçeğinde değerlendirdiğimiz *Metis yayınları* ise 3 etkinlikle programda yer almaktadır. Metis'in etkinlik programında yer alması kültürel sermayesini ifade etme biçimini yansıtmaktadır. Benzer durum yine geleneksel ölçekte değerlendirilen *İletişim yayınları* için de geçerlidir. *İletişim yayınları*, edebi, politik ve sosyal bilimlere içeren başlıklarda 5 etkinlik düzenlemektedir. Geleneksel yayınevleri bünyesindeki yazarları ve seçtikleri konu başlıkları ile fuarda diğer yayınevlerinden ayrışma yolunu seçmişlerdir. Bir yönüyle halihazırdaki okurlarını etkinliklerle beslemek istemekte bir yönüyle de yeni okuru, yine bu başlıklar ve yazarlarla, yani kültürel sermayeleriyle çekebilmeyi düşünmektedir. Bu bir mücadele yürütme şeklidir. Yayınevinin yazar, çevirmen, editör, okur ve diğer yayıncılarla kurduğu ilişkilene biçimi de aynı mücadelenin parçasıdır. Yayınevinin

⁴⁸³ 68. Frankfurt Kitap Fuarı'nın açılışında Aslı Erdoğan'ın fuar yönetimine yazdığı mektup okunmuş ve Alman Yayıncılar Birliği'nin başlattığı "İfade Özgürlüğü" kampanyasının bir ayağı 35. UİKF'de onur konuğu olarak katılan Almanya'nın ülke sunumunda sloganı *Sözcüklerin Etkisi* olarak belirlenmiştir.

sosyal sermaye birikimin bir ifadesi olan bu ilişkilene biçimi yayıncılık alanındaki diğer yayınevlerini de etkileyebilmektedir. Her ne kadar fuarın ilk yıllarında görülen yayınevleri arasındaki dayanışmacı ve ihtiyaç temelli ilişki yerini profesyonel ilişkilere bırakmış olsa da fuarda kurulan ilişkilerin özellikle geleneksel ve küçük yayınevleri arasında ilişki temelli olduğunu gözlemek mümkündür. Birbirinin standını ziyaret etmek, okudukları kitapları okurlara tavsiye etmek, komşu yayınevine yönlendirmek, zaman zaman stantlarına göz kulak olmak veya erken açmak gibi yardımlaşmaya dayalı ilişkiler fuar sırasında gözlemlenmektedir.

Etkinlikler bağlamında bir karşılaştırma yapıldığında en çok etkinlik başlığı ile programda yer alan ilk beş yayınevi:

- 1.Timaş Yayınları
- 2.Alfa Yayın Grubu
- 3.Can Yayınları & İletişim Yayınları
- 4.Doğan Kitap
- 5.Metis Yayınları

Bir önceki bölümde aldıkları metrekarelerden hareketle ekonomik sermayeleri karşılaştırılan yayınevlerinin, etkinlikler üzerinden kültürel ve simgesel sermayelerinin sıralamasında ilk iki sırada bir değişime rastlanmamaktadır. Ancak bu sıralamada Metis yayınları ve İletişim yayınlarının ilk beşe girmesi söz konusu yayınevlerinin kültürel ve simgesel sermayeleri ile açıklanabilir. Etkinlik programında yer almak kitap fuarı aracılığıyla geleneksel ve sosyal medyada görünürlük sağlarken, fuarda kamuoyuyla paylaşılan her türlü basılı dokümanda etkinliklere yer verilmesi, etkinliği düzenleyen yayınevinin simgesel sermayesine de katkı sunmaktadır Söz konusu yayınevlerinin yayıncılık alanındaki güçlü konumları ekonomik sermayelerinden ziyade bu iki sermaye türünden (kültürel ve simgesel) ileri gelmektedir. Bu bağlamda fuarda etkinliklerde yer alarak alandaki varlıklarını pekiştirmekte ve mücadeleye dahil olmaktadır. Benzer durum örneğin Timaş yayınları için de geçerlidir. Fuara katıldığı ilk yıllarda (17. İKF) herhangi bir etkinliği olmazken 35. UİKF’de en çok etkinlikle programda ağırlığı olan yayın grubu olarak öne çıkmaktadır.

Tüm bu sermayeler (kültürel, sosyal ve simgesel) ışığında değerlendirildiğinde gerek etkinlik programında gerek fuarın yerleşim planında bir biçimde merkezi konumda yer almak

yayınevlerinin simgesel iktidar mücadelesine katılma biçimlerini ve araçlarını meydana getirmektedir.

4.5. Sembolik İktidar Mücadelesinin Örnek Alınan Fuarlar Üzerinden İzlenmesi

Bu bölümde, dört ayrı dönem üzerinden ve onar yıllık aralıklarla, TÜYAP'ın düzenlediği kitap fuarları üzerinden yayıncılık alanı incelenmiştir. Birinci ve İkinci Bölümler'de yayıncılık alanının dinamiklerini ve yıllar içinde dönüşen yapısını ele alırken, kitap fuarlarının söz konusu dönüşümü ve yayınevlerinin kendi aralarındaki mücadeleyi gözlemlemek için bir saha sunduğu belirtilmişti. TÜYAP'ın ilk yılından itibaren gerek yayıncılık alanı içindeki konumundan gerek okur (ziyaretçi) gözünde algılanma biçiminin ticari bir fuar şirketinden farklı bir yere konumlandığından üçüncü bölümde değinilmişti. Yıllar içinde kitap fuarlarının, yayıncılık alanını yapılandıran bir etkinlik haline gelişi yine aynı bölüm içinde incelenerek, okur nezdinde yayıncılık alanındaki çeşitliliği yansıtacak şekilde bir *özgürlükler mekanı* haline dönüşmesi incelenmişti.

Fuar, dokuz günlük sürede yayıncılık alanının tüm oyuncularını içerdği bir yapı sunmaktadır. Bu bağlamda kitap fuarı, neredeyse yayıncılık alanındaki tüm paydaşları, yayıncılığın tüm bileşenlerini fiziki anlamda bir araya getiren, yılda bir kez gerçekleşen bir döngü konumundadır. Bugün yayıncılık alanını ilgilendiren konular (yayıncılığın piyasalaştığı, sektörleştiği fakat bir taraftan da yeni bağımsız ve küçük yayıncılarla farklı açılımların geldiği, geçmişe kıyasla uluslararası yayıncılıkla ilişkilenenin daha sık görüldüğü vb.) bunların vücut bulduğu yer olduğu gözlemlenmiştir. Bu bağlamda, farklı dönemler ışığında incelenen kitap fuarlarında yayıncılığın izdüşümünü görmek mümkün olabilmektedir.

Bir yayınevinin fuarda yer alma biçimi, alanda yürüttüğü mücadelenin biçimini sunmaktadır. Dolayısıyla fuardaki görünürlüğü aynı zamanda yayıncılık alanındaki görünürlüğünü etkileyeceğinden önem kazanmaktadır. Kitap fuarı ise, söz konusu görünürlük bağlamında yayınevlerine farklı araçlar sunmaktadır: etkinlik programı, imza günleri, basın bültenleri, tören, davet ve buluşmalar, sosyal medya duyuruları ve fiziki metrekareler bu

görünürlüğün araçlarını oluşturmaktadır. Yayınevlerinin sahip oldukları sermaye birikim ve türlerine göre, kitap fuarlarında bu araçları kullanma imkanlarının değiştiği görülmüştür. Bourdieu'nün dörtlü sermaye sınıflandırması (ekonomik, kültürel, sosyal, simgesel) hatırlanacak olursa dördüncü bölümde incelenen örnek kitap fuarlarında tüm sermaye türlerinin dağılımını somut olarak izlemek mümkündür. Dolayısıyla sermaye türlerinin dağılımına ve söz konusu araçları kullanmalarına bağlı olarak fuardaki görünürlükleri farklılaşmaktadır. Ekonomik sermayesi yeterli olmadığı için büyük metrekafe olarak fuarın ana salonlarında konumlanamayan bir yayınevi, fuarın diğer araçlarını kullanarak ve diğer sermaye birikimlerini öne çıkararak farklılaşabilmektedir. Dolayısıyla fuardaki bu durum, ekonomik sermayenin tek başına alandaki iktidar paylaşımında belirleyici olmadığı somut örneğini gözlemleme imkanı tanımaktadır.

Fuarın ilk yıllarında, 1980'li yılların ortamı ile nispeten cılız olan yayıncılık alanının izlerini görmek mümkündür. 5. İKF (1986) incelendiğinde, alana yeni giren yayınevlerinin birkaç kitapla kendilerini okur ve hatta yayıncılık alanına tanıttıkları bir durum ortaya çıkmaktadır. Bu bakımdan 5.İKF'de yayınevlerinin aldığı metrekafe düşüktür, stantları henüz standarttır ve kendi kurumsal kimliklerine göre farklılaşmamış olması değinilen cılızlığın fuardaki yansımalarıdır. Hatta bazı yayınevlerinin henüz alanda yeni oldukları için fuara ortak katıldıkları, aynı standı paylaştıkları görülmektedir. Bu açıdan 1986 yılında (5.İKF) yayıncılık alanı darbe sonrasının izlerini yeni sarmakta, alan yeni yeni canlanmaya başlamaktadır. Fuarın bugünkü heyecanını kuran amatör ruh bu yıllarda kök salmıştır. Fuardaki metrekafe henüz ekonomik sermayelerin yeni yeni kurulduğuna işaret eder. Bununla beraber yayınevlerinin sahip oldukları simgesel ve kültürel sermayelerini gözlemlemek için 5.İKF erkendir. Fuarda, henüz sistemli bir etkinlik programı ortaya çıkmamıştır, çoğunlukla yazarlar yayınevlerinin stantlarından ziyade ortak stantlarda, PEN, TYS ve Edebiyatçılar Derneği gibi edebiyat ve yazar örgütlerinin stantlarında okurlarıyla söyleşip kitaplarını imzalamaktadırlar. Alanda bir mücadelenin aksine bu yıllarda dayanışma temelli bir ilişkilene biçiminin ağırlıkta olduğu gözlemlenmektedir. Yayıncılık alanındaki dayanışma örnekleri; ortak bildiri yayınlamak ortak kitap basmak, ortak katalog oluşturmak ve ortak stantla fuara katılmak şeklinde kitap fuarına taşınmaktadır. 5.İKF'de aynı standı paylaşmak gibi bir ortaklaşma, yayıncılık alanındaki sözü edilen ihtiyaç ve dayanışma temelli ilişkinin de önemli bir göstergesidir. Bu bakımdan, ilk yıllar fuarın genelinde sosyal sermayenin biriktiği bir döneme işaret etmektedir. Etkinlikler

üzerinden yürütülen bir mücadeleden ziyade, sosyal sermaye birikiminin öne çıktığı bir yapı karşımızdadır. Bu bağlamda 5.İKF’de, tezin ikinci bölümünde ele alındığı gibi 1980’lerin yeniden kurulan yayıncılık alanının bir yansıması görülmektedir.

15.KF’ye (1996) gelindiğinde ise aradan geçen on yılda yayınevlerinin yayın politikalarının netleşmeye başladığı, kurumsal kimliklerinin ortaya çıkmaya ve okur nezdinde simgesel sermaye birikimlerinin oluşmaya başladığı görülmektedir. Diğer taraftan yayıncılık alanına 1990’lı yıllarda yeni giren yayınevleriyle birlikte alan gelişmeye başlamıştır. Bunun fuardaki göstergesi katılımcı sayısındaki artış ve yayınevlerinin fuarın katılımcı kataloğunda yer alan kendilerini/yayınlarını tanıtıcı metinlerde görülmektedir. Yanı sıra, 15.İKF alandaki genişlemeye bağlı olarak niceliksel olarak metrekaresinde büyümüştür. İkinci bölümünde incelendiği gibi neoliberal ekonomi politikalarıyla yayıncılığın piyasalaşmasının göstergelerinden en önemlisi kitap işinden para kazanılmaya başlanmış olmasıdır. Burada genişleyen okur ağı, baskı adetlerindeki artış, kitap yayınlamanın teknik kolaylığı gibi imkanlar belirleyici olmakla birlikte, yaratıcı endüstrilerden biri olarak yayıncılık piyasa şartlarında şekillenmeye başlaması etkilidir. Bu durum ekonomik sermayenin birikmesini sağlarken aynı zamanda özel şirketlerin, holding ve medyanın yayıncılık alanına girişlerinin önünü açmıştır. Yayıncılık alanındaki bu sayısal büyüklüğün sebebi, alana giren yeni yayınevlerinden kaynaklanırken, bu büyüme aynı zamanda fuarın da büyüklüğünde itici güç olmuştur. Bu bağlamda 1990’ların ikinci yarısı yayıncılık alanındaki ilişki kurma biçiminin de dönüşmeye başladığını göstermektedir. 5. İKF’de görülen ihtiyaç ve dayanışma temelli ilişkilendirme yerini rekabete bırakmaya hazırlanmaktadır. TÜYAP’a katılmak, yayıncılık alanında varlık göstermenin bir ifadesi haline gelerek, yayınevlerinin simgesel sermayelerini artıran bir unsur olmaya başlamıştır. Kitap fuarının simgesel sermayesini güçlendiren bu olguyu besleyen unsurların başında, kentin kültür sanat üçgeninde, Tepebaşı’nda konumlanması gelmektedir.

2000’li yıllara gelindiğinde ise yayıncılık alanında ekonomik sermayenin biriktiği, alana İslami ve dini sermaye gruplarının, holdinglerin ve bankaların girmesiyle birlikte üretimin arttığı ikinci bölümde incelenmişti. Yayıncılık alanı, 1996 yılındaki 15.İKF’den sonra aradan geçen on yılda (2006) ekonomik sermayenin girişiyle niceliksel olarak büyümüş ve yıl içinde yayınlanan kitap sayısı artmıştır. Bu niceliksel büyüme yayın türlerinin de çeşitlenmesi ve genişlemesiyle birlikte ilerlemiştir. 2000’li yıllarda yayıncılığın sektörleşmesine değinilmiş

ve bunda etkili olan unsurlar ele alınmıştı. Yayıncılık alanındaki bu yapısal değişim 25.İKF’de gözlemlenebilmektedir. Artık Tepebaşı’ndaki İstanbul Sergi Sarayı fiziki olarak yayıncıların büyüklüğüne cevap veremez olmuştur. Kitap fuarı, 2002 yılında Beylikdüzü’ne taşınmıştır. Bu taşınma fuarın hem kentin kültür sanat üçgeninden koparak periferiye yerleşmesi, hem ziyaretçi olan okur profilinin neredeyse tamamen değişmesiyle sonuçlanmıştır. Bu bağlamda okur, kitap fuarı nezdinde yayıncılar arasındaki sembolik iktidar mücadelesinin merkezine yerleşmiştir.

Kitap fuarının 2002 yılında taşınmasıyla birlikte, katılımcı yayınevleri ekonomik sermayesinin el verdiği ölçüde fuarda dilediği büyüklükte metrekareye sahip olarak fiziki anlamda büyüebilmektedir. Fuar merkezinin fiziki koşulları bu büyümeye olanak tanımaktadır. Diğer taraftan Tepebaşı’nda kurumsal kimliğini fiziki imkanların yetersizliği nedeniyle çok ifade edemeyen yayınevi, bu yeni merkezde tamamen ekonomik sermayesine bağlı olarak yayınevi kurumsal kimliğini yansıtan imajını kendi standının mimarisiyle kurabilmekte, okurlarına taşıyabilmektedir. Öyle ki, 25. İKF’de az sayıda da olsa büyük ölçekte yayınevlerinin stantları içinde yazarlarını ağırlayabilecekleri, kendilerine özel yerleri göze çarpmaktadır. Okurları, yazarları, yayıncılık alanındaki diğer oyuncularla (basın ilişkileri, editör, çevirmen, matbaa, illüstratör vb.) sosyal sermayelerini güçlendirebilecekleri ağırlama yerlerini kendi stantları içinde oluşturabilmektedir. Bu bakımdan 15.İKF’den ayrılmaktadır. 15.İKF’de fuar merkezinin sergileme salonu içindeki bar ve kafeterya yazarların, yayınevlerinin sosyalleştiği ve ilişkilerin beslendiği ortak mekanlar olurken, 25.İKF’de imkanı olan büyük ölçekte yayınevleri kendi özel mekanlarını oluşturmaya başlamışlardır. Böylelikle ortak mekanların varlığı azalmaya başladığı görülmektedir. Dolayısıyla, 15. İKF’de yayınevlerinin katılımları ve metrekareleri üzerinden büyüklükleri veya alandaki konumları arasında ayırt edici büyük farklar olmamasına rağmen 25. İKF’de bu fark belirginleşmektedir. Diğer yandan, ikinci bölümde incelendiği gibi yayıncılık alanına giren İslami sermaye ve sayıca artan cemaat ve dini gruplara bağlı yayınevleri de fuardaki katılımlarını artırmaktadır. Kendini sağ/muhafazakar olarak tanımlayan yayınevleri oransal olarak 15.İKF ile 25.İKF arasında geçen on yılda %3’ten %13’e doğru bir büyüme göstermiştir. Diğer yandan Beylikdüzü’ne taşınmak ziyaretçi profilinin demografik yapısı da değiştirmiştir. Daha önce Tepebaşı yıllarında fuara gitmeyen yeni bir ziyaretçi nüfusu (Bakırköy, Avcılar, Küçükçekmece, Büyükçekmece’de ikamet edenler) Beylikdüzü’ndeki fuara gelmeye başlamıştır. Beylikdüzü ve ilerleyen yıllarda Büyükçekmece, Avcılar gibi daha önce fuara fiziki olarak uzak kalan yeni

okur, fuarın kemik ziyaretçisini oluşturmaya başlamıştır. Yüz binlerin üzerine çıkan sayıda ziyaretçiye ulaşmak anlamına gelmektedir. Dolayısıyla yayıncılar açısından bu yeni okura ulaşmak azalan kitabeve ve dağıtım sorununu bertaraf edebilmenin bir yolu olmuş, bunun yanı sıra doğrudan okurdan tahsil edebildikleri *sıcak para* girişine yol açmıştır. Dağıtım kanalları üzerinden en erken ödeme vadesinin altı ay olduğu göz önüne alındığında fuardaki sıcak paranın yaşamsallığı anlaşılmaktadır. Bu bakımdan okura doğrudan ulaşmak, aynı zamanda paraya da doğrudan ulaşmak demektir. Dolayısıyla yüz binlerce okurun sirkülasyonu fuarları vazgeçilmez kılan unsurların başında gelmektedir. Öte yandan, yayınevleri için mücadelenin yeni biçimlerinden biri bu yeni okura ulaşabilmek olmuştur. Gerek yazarlarıyla kültürel sermayelerini öne çıkararak gerek görkemli stantlarıyla ekonomik sermayelerini göstererek diğer yayınevlerinden farklılaşmanın, okur nezdinde görünür olmanın mücadelesini vermeye başlamıştır.

2010’lu yıllara doğru dijital imkan ve tekniklerin gelişimi, yeni anlatım ve biçim teknikleri sağlarken yazarı ve okuru da dönüştürmüştür. Okur, kitabın son kullanıcısı ve tek taraflı iletişimin bir parçası olmaktan çıkmış, neredeyse üretim sürecine dahil olan bir etkiye kavuşmuştur. Bu açıdan, okura ulaşmanın yolları çeşitlenirken okur sadakatini tutmak gerek yazar gerek yayınevi açısından zorlu bir çaba gerektirmektedir. Yayınevi açısından okur “kazanılması” gereken bir *alıcıya* dönüşmüştür. Bu bağlamda 35. UİKF’ye gelindiğinde yayıncılık alanındaki temel sorunlardan birisi dijitalin dönüştürmeye başladığı okuru yakalayabilmek olmuştur. Bu durum kaçınılmaz olarak okuru mücadelenin tam ortasına yerleştirmektedir. Okur artık bir “müşteri” ve sosyal mecralar üzerinden “takipçi” konumundadır, ürün de kitap biçimindedir. Okurun müşteriye dönüşmesi aynı zamanda bir farklı sınıflandırma da yaratmıştır: nitelikli okur. Kitapla ve yayınevi ile arasındaki bağı daha farklı kuran, bilinçli okur “nitelikli okur” olarak genel okurdan (müşteriden) ayrılmaktadır. Fuar stantlarında (Can yayınları, Epsilon yayınları, Kafa dergisi, OT, Masa dergisi, Uykusuz gibi yeni ve/veya köklü pek çok yayınevi) son yıllarda kitabın yanı sıra farklı ürünlerin (kupa, çanta, kırtasiye malzemeleri, tişört vb.) satışına rastlanması değişen okur profilinin bir göstergesidir. Okura, sadece kitapla değil, yanındaki diğer promosyonlarla hatta çoğu zaman kitabı satmayıp sadece bu promosyon malzemelerin satışıyla yakalamaya çalışan etkili bir pazarlama faaliyeti yürütülmektedir. Bu bakımdan, kitap fuarlarındaki temel mesele okuru yakalamak, kazanmak ve yayınevi açısından kendini alanda görünür kılmak mücadele haline gelmektedir.

Yayıncılık alanının 2000'lerde başlayan ekonomik sermaye girişiyle birlikte genişlediğinden bölüm içinde söz edilmişti. 35.UİKF'deki yayınevi katılımı 25. İKF'ye oranla on yıl içinde %60 artmış olması yayıncılık alanındaki bu genişlemenin ve alana yeni katılan yayınevleriyle çeşitlenmenin göstergesidir. Alandaki yayınevlerinin çeşitliliğine, eğitim yayıncılığının büyümesine İkinci Bölüm'de değinilmişti. 35.UİKF, Eğitim yayıncılığına iki salon ayrılmasıyla birlikte, yayıncılarının kendi içindeki özellikle ekonomik sermaye temelli mücadeleyi görünür kılmıştır. Eğitim yayıncılığının fuardaki oransal ağırlıklarının on yıl içinde %7,45'ten %23'e yükselmesi, aynı zamanda yayıncılık alanındaki genişlemenin yansımasıdır. İkinci bölümde ayrıntılı incelendiği gibi son on yılda eğitim yayıncılığı, üretilen tüm kitapların yarısından fazlasını (%53) oluşturur hale gelmiştir. Dolayısıyla, bu genişleme eğitim yayıncılığının, kitap fuarında iki ayrı salonda tematik olarak sergilemeye ayrılmasını açıklamaktadır. Böylelikle diğer yayın türlerinde tematik bir ayrıma gidilmemesine karşın, eğitim yayıncılarının fuarın metrekaresi bazında %23'ünü kapsamaları ayrı iki salonun *Eğitim ve Kaynak Kitaplarla Sınava Hazırlık Salonu* olarak ayrışmasını sağlamıştır. Diğer taraftan kültür yayıncıları açısından yeni salonların açılmış olması hem ekonomik büyümenin işareti hem de yayın türü çeşitliliğinin ifadesidir. 25.İKF'de büyük olan yayınevlerinin her salonda yer alması henüz görülen bir durum değildir. İstisna olarak 25. İKF'de, Doğan yayın grubunun hem ikinci hem üçüncü salonlarda yeri vardır. Onun dışında diğer yayınevleri tek bir salonda konumlanmışlardır. 35. UİKF'ye gelindiğinde ise yayınevleri sergilemeye açılan yeni salonlarda, doğrudan ekonomik sermaye büyüklüklerini stant yeri olarak ve var olan stantlarını büyüterek, tamamen mimari destek aldıkları özel stantlara geçerek göstermektedir. Bir diğer öne çıkan unsur ise, yine ekonomik sermaye birikimlerine bağlı olarak yayınevlerinin alt markalar oluşturmaya gitmesidir. Yayınevleri kurdukları alt markalarla halihazırda yürüttükleri yayın politikasını değiştirmeden bu yeni markalar aracılığıyla farklı yayın politikaları yürütebildiklerine tezin ikinci bölümünde değinilmişti. Kimisi popüler, çok satan kitaplara yönelerek bunu yaparken, kimisi de kültürel sermayesine hizmet edecek popüleriteden uzak kitaplar yayınlamaya başlamıştır. Böylelikle bir yayın grubu her türden okurun beğenisine hitap edebilecek kitap çeşitliliğini sağlamak ve okuru yakalamak istemektedir.

Nitekim, 35. UİKF'ye gelindiğinde ziyaretçi sayısı yarım milyonun üzerine ulaşmıştır. Yine yirmi beşinci fuardan itibaren aradan geçen on yılda ziyaretçi sayısı %88 artmıştır. Dolayısıyla bu okur sayısı yayınevlerinin yüz yüze okura ulaşabilmelerinde başka bir

alternatiflerinin olmadığı bir durumdur. Dolayısıyla, yayınevi açısından fuarda gerek yerleşim planındaki gerek etkinlik programındaki konumlanışı aralarında mücadelenin önemli bir boyutu haline gelmiştir. Böylelikle yayınevleri alt markalarla kendilerini yayıncılık alanında birden fazla yerde konumlandırarak alandaki mücadelesini de genişletmeyi amaçlamaktadır. En çok metrekareye sahip yayınevi sıralamasında yer alan yayınevlerinin tamamının birden fazla salonda yeri olduğu görülebilir. 25.İKF'den bu yana on yılda değişen en önemli dinamiklerden biri, her salonda konumlanma eğilimidir. Örneğin İletişim yayınları hem 2.salon hem 3.salon girişinde yer almıştır. İş Bankası Kültür yayınları aynı şekilde 2. ve 3. salonda konumlanmıştır. 35.UİKF'de yeni sergilemeye açılan 10. Salon ile birlikte özellikle alt markalarını kuran yayınevleri burada yer alarak metrekarelerini büyütmüşlerdir. Bunların arasında Epsilon, İthaki, Martı, Altın Kitaplar ve Pegasus yayınları bulunmaktadır. Bu tip yayınevleri tıpkı alt markalarıyla yayıncılık alanındaki konumlanmalarını farklılaştırır gibi, fuarda da benzer stratejiyi izleyerek yayınevinin ana markası altında konumlanmak yerine yeni alt markalarını farklı yerlerde konumlandırarak fuarın geneline yayılmak, farklı sergileme salonlarında yer alma stratejisiyle hareket etmektedir. Böylelikle ana markasıyla yakalayamadığı okuru, farklı yayın türlerine sahip alt markalarla ve diğer salonlarda yakalayabilmektedir.

35.UİKF'de en büyük metrekareyle katılan ilk 10 yayınevi sıralaması on yıl öncesiyile (25.İKF) karşılaştırıldığında yayıncılık alanındaki mücadeleye dair önemli veriler edinilmektedir. On yıl önceki fuarda, en çok metrekareye sahip yayınevleri arasında ikinci sırada yer alan Kaynak grubu, kapatılmasının ardından bünyesindeki 29 yayıneviyle birlikte alandan ve fuardan çekilmiştir. Öte yandan, söz konusu grubun sıralamadaki yerine ise metrekare bazında Timaş yayınlarının yükseldiği görülmektedir. Timaş yayınlarının, 2006 ile 2016 yılları arasında geçen on yıllık zaman diliminde, alt markalarıyla birlikte yayıncılık alanındaki konumu güçlendirdiğine tanıklık edilmektedir. Bu durumun kitap fuarındaki yansıması aldığı metrekare ve yerleşim planı üzerinden görülmektedir. Öte yandan, bir önceki bölümde incelendiği üzere Doğan Kitap, yayıncılık alanındaki büyüklüğünün bir yansıması olarak listede ikinci sırada yer almaktadır. Diğer taraftan, kurucusu Erdal Öz'ün vefatıyla yönetim değişikliğine giden Can yayınları ekonomik sermaye birikimini arttırarak fuardaki metrekaresini büyütmüş ve üçüncü sıraya yükselmiştir. 25.İKF'de ilk 10'da yer alan Boyut, Chiviyazıları, Uğur gibi yayınevlerinin 35. UİKF'deki en çok metrekareye sahip ilk on yayınevi sıralamasında yer almamaktadır, onların yerine ise Nesil yayınları, Pegasus, İthaki, İletişim ve

İnkılap yayınlarının geldiği görülmektedir. Nesil yayınları dini yayın yapan bir medya grubu olarak 2000'lerden sonra sermaye birikimini yükseltmiş fuar yerleşiminde de konumunu değiştirmiştir. İthaki yayınları ise alt markalarla farklı tür yayıncılığa girerek ekonomik sermaye birikimi sağladığı, gerek yayıncılık alanındaki gerek fuar yerleşim planındaki konumunu güçlendirdiği görülmektedir. Sıralamaya yeni giren yayınevi ise Pegasus olmuştur. Çok satan kitaplar üzerinden yürüttüğü yayıncılık politikasına wattpad yazarlarını da ekleyerek yeni kuşak okurlara hitap eden yayınevi, konum olarak güçlenmektedir. İletişim yayınlarının yayın politikasına modern Türkçe edebiyata ağırlık vererek çeşitlendirmesi kültürel sermayesini güçlendiren bir faktör olmuş ve bu durum yeni kuşak yazarların yayınevine katılımlarıyla ekonomik sermaye birikimlerine de katkı sağlamıştır. Yayınevlerinin metrekarelerini arttırarak fuar yerleşiminde büyümeleri ekonomik sermaye birikimleriyle doğrudan ilintili bir durum olmanın yanı sıra kataloglarındaki kitap sayısının artışıyla da yani kültürel sermaye birikimleriyle de ilintilidir.

Birden çok sergileme salonunda yer alma tercihlerden birini alt markalaşma oluştururken diğer faktör ise artan yayın çeşitliliğini sergileme ihtiyacıdır. Bazı yayınevleri var olan yerlerinde sabit kalarak büyüme imkanı bulamadıkları için açılan her yeni sergileme salonunda kendilerine yer bulmaya çalışmaktadır. İkinci Bölüm'de ele alındığı gibi 1980 sonrasında kurulan ve yaklaşık kırk yıllık geçmişi olan Alfa, İletişim, Doğan Kitap, Can, Timaş gibi yayınevleri ortalama üç bin ve daha üstü sayıda kitaba ulaşmıştır. Kataloglarında yer alan her yayını sergileyebilmek istemekte bu nedenle sergileme imkanlarını yeni yerler üzerinden genişletmeye gitmektedir.

Ekonomik sermaye birikimi olmayan küçük ölçekte yayınevlerinden bazılarının 35.UİKF'ye katılmadığı görülmekle birlikte, fuarın farklı katılım modelleriyle küçük yayıncıları desteklemesi tartışılan konulardan biri haline gelmiştir. Ancak bu yayınevleri, 5.İKF'de gördüğümüz gibi bir standı paylaşmak veya ortak katılım modeli geliştirmek gibi bir birlikteliğe gitmemiştir. Bourdieu'nün geleneksel olarak tarif ettiği ve İkinci Bölümde ayrıntılı incelendiği gibi (bkz. Tablo 7) küçük ve büyük yayınevleri arasında bir konumda kalan orta ölçekteki geleneksel yayınevleri, kültürel sermayelerini göstererek fuarda farklılaşmanın imkanını aramaktadır. Yazarları, düzenledikleri etkinlikleriyle programdaki ağırlıklarını korumak ve mücadeleyi devam ettirmektedirler. Bourdieu'nün sınıflandırmasında olduğu gibi

geleneksel yayıncılar, alanda merkezi konumdaki yayınevleridir ve alandaki kuralları belirlemede, değiştirmede bu merkezi konumlarını korumaktadır. Benzer durum fuarda da geçerlidir. Kataloglarında yer alan yazarların imza günleriyle, farklı başlıktaki etkinliklerde konuşmacı olmalarıyla etkinlik programının da merkezinde durmaya özen göstermektedirler.

Yayınevleri açısından sosyal sermayenin gücü kitap fuarlarına katılım konusunda ayırt edici olabilmektedir. Alana yayınevi olarak yeni giren bir yayıncının geçmişten taşıyarak getirdiği sosyal sermaye birikimi alanda yeni olmasına rağmen fuar alanında yer edinebilmesini sağlayabilmektedir. Yıllar içinde kitap fuarlarında benzer örnekleri görmek mümkündür. Etkinlik programı için benzer durumla karşılaşılabilir. Fuar programında genellikle adil bir dağılım sağlamak adına fuar yönetimi tarafından başvurular her yayınevine bir etkinlik yapma imkanı tanıyacak şekilde belirlenmektedir. Fakat yazarları bakımından simgesel ve kültürel sermayesi ile öne çıkan bir yayınevi çok daha fazla etkinlik programa koyabilmektedir. Söz konusu yayınevinin alanda yürüttüğü mücadeleyi kitap fuarlarında bu haliyle gözlemlemek mümkün olabilmektedir. Bu mücadelenin önemli ayağını oluşturan kültürel sermaye altında değerlendirilen yazarların/entelektüellerin dönüşümünü yeni bir entelektüel sınıfın ortaya çıkışını görmek mümkündür. Nitekim, kitap fuarlarında 25. İKF'den itibaren çalışmanın İkinci Bölümü'nde yer alan Hakan Yavuz'un tespiti gibi AKP'nin iktidara taşınmasında etkili olan *yeni entelektüel sınıf* gerek etkinlik programında konuşmacı olarak gerek yayınevlerinin stantlarında kitaplarıyla yer aldığı gözlemlenmektedir. Bu durum yayıncılık alanındaki kültürel sermayenin dönüşümünü (veya el değiştirmesini) göstermesi bakımından önemlidir. Bunun yanı sıra yayıncılık alanındaki sermaye türleri birbirine tahvil edilebilir durumdadır. Örneğin ödüllü bir yazarın kitabının doğrudan satışa etkisi kültürel sermayenin ekonomik sermayeye tahvil edilmesinin biçimlerinden biridir. İlişkiler ağı ve sosyal sermaye birikimi ile fuara katılım sağlayan yayınevi, bu katılımı ile simgesel sermayesini güçlendirebilmektedir. Fuarda düzenlenen sosyal buluşmalar, ödül törenleri, açılış ve kokteyller gibi davetlere katılım göstermek mücadelenin biçimlerinden biridir. Burada Pierre Bourdieu'nün edebiyat ve yayıncılık alanındaki ödüllere ilişkin "onanma kriterleri" saptamasını izlemek mümkündür. Ödüller ve törenlerle birlikte alanda onanma/kabul görme simgesel sermayeye katkı sağlayan unsur olurken, aynı zamanda alanın zımnî kurallarını da belirlemeye hizmet eder. Bu tip sosyalleşmelerin mutlaka "*davetlilerinden*" biri olmak simgeseldir ve doğrudan yayınevinin simgesel sermayesini beslemektedir. Nitekim bu tip onanmalar, ödüller aynı zamanda bir tür

sınıflandırma içermektedir: iyi yayınevi, ödüllü kitap, ödüllü yazar vb., böylelikle söz konusu yayınevinin iktidarını da beslemek gibi bir işlev üstlenir. Edebiyat jürilerinin ödülleri aracılığıyla kurdukları bu sınıflandırma yetkileri yayınevleri arasındaki sembolik iktidar mücadelesine zımni olarak hizmet etmektedir. Burada kurulan ilişkiler ağı hem yayıncılık alanında etkin hem de daha geniş ölçekte kültür alanında etkilidir. Dolayısıyla bir tür sermaye yatırımı olarak da değerlendirilebilir. Genellikle benzer törenlerde aynı davetlilerin yer almasının sebeplerinden biri buradaki *görünürlülüktür*. Yayıncılık alanındaki önemli ödül törenlerinin ve sosyal buluşmaların önemli bir kısmı kitap fuarlarında gerçekleşmektedir. Bu bakımdan fuarda düzenlenen bu buluşmalara davetli olmak, ilişkilerin devamlılığını sağlamak bakımından işlevseldir. Diğer taraftan ilişkilerin ve sosyal ağların sürdürülebilirliğini sağlamak yine bu buluşmalara katılmakla mümkündür. Fuarda kurulan ağlar yıl içinde farklı mecralarda devam ettirilmekte ve yine her sene düzenli olarak fuarda tazelenmektedir. Yayıncılık alanında mücadele yürütme biçimlerinden biri olan kitap fuarında düzenlenen bu tip sosyal buluşmalara katılım sağlamak sosyal ve simgesel sermayeleri beslemek yayıncılık alanının kendi ekosistemi bakımından yaşamsaldır. Kitap fuarlarının ilk yıllarından itibaren bu ekosistemin unsurlarını gözlemlemek mümkündür. 35. UİKF, ödül törenleri, yemek, sosyal buluşmalar ve profesyonel buluşmaları “uluslararası” ibaresiyle çok boyutlu hale getirmiştir.

Bu bağlamda 35.İKF, yayıncılık alanındaki uluslararası alanla ilişkilendirme biçimini gözlemleme imkanı sunmaktadır. 2010 yılından itibaren bir onur konuğu ülke ile açılan İKF, fuarın ilk dört gününde bir salonu tamamen uluslararası katılıma ayırmıştır. 2000’li yılların ortalarından itibaren ülke yayıncılığının uluslararası yayıncılık alanında gerek ödüller gerek kitap fuarlarındaki temsilatörlerle dikkat çektiğine değinilmişti. Dolayısıyla, uluslararası yayıncılık alanındaki oyuncular Türkiye’deki yayıncılık alanıyla eklemlenmeye başlamış, telif alışverişi karşılıklı olarak gelişmiştir. Bu bağlamda, 35.UİKF’de onur ülke⁴⁸⁴ yayıncıları ile profesyonel

⁴⁸⁴ 2016 yılında düzenlenen 35. UİKF’nin onur konuğunun Almanya olması yaklaşık iki yıllık görüşmelerin ve planlamanın sonucunda gerçekleşmiştir. Özellikle 15 Temmuz 2016 yılında darbe girişimi sonrasında katılım kararını yeniden değerlendiren Almanya ile Frankfurt şehrinde Frankfurt Kitap Fuarı, Türkiye Yayıncılar Birliği, konuyla ilgili Alman Dış İşleri bakanlığından yetkililer ve TÜYAP’tan tez yazarının katılımıyla Almanya’nın onur konukluğu ve katılım konusu yeniden ele alınmış ve olumlu karar çıkmasıyla birlikte sonrasında Frankfurt Kitap Fuarı yürütücülüğünde Almanya onur konukluğu programını açıklamıştır. Türkiye’nin iç siyasetinde yaşanan ve önemli sonuçlar doğuran böyle bir dönemde özellikle kültür alanındaki bu girişimin Türkiye’de okurlar ve yayıncılık alanındaki paydaşlar tarafından bir dayanışma ifadesi olarak algılanmıştır. Keza Almanya tarafından da aynı gerekçeyle konuya yaklaşılmıştır. Fuarın açılışının Almanya Kültür Bakanı ve Türkiye’deki mevkidaşı tarafından yapılmış olması fuarın uluslararası yönünü desteklemesi bakımından önemlidir. Almanya tarafından düzenlenen etkinliklere ve onur ülke programına ilgi yoğun olmuştur.

buluşmalar, sosyal buluşmalar, seminer ve telif alışverişi imkanlarını sağlayacak etkinlikler düzenlenmiştir. Aynı zamanda ülke içinde konular (yayınlama ve ifade özgürlüğü, korsan yayıncılıkla mücadele gibi) uluslararası yayıncılık alanıyla eklemlenerek işbirliklerine, dayanışma ve deneyim paylaşımına ortam sunmaktadır. Dolayısıyla, fuar alandaki sektörleşmenin de besleyici unsurlarından biri haline gelmektedir. Ancak son iki yıldır -2018 ve 2019 yıllarında- İstanbul kitap fuarlarında onur konuğu ülke olarak bir katılım yoktur. AB'ye uyum süreciyle birlikte hızlanan kültür diplomasisinin önceki dönem onur konukluklarında olumlu etkisi olduğu, ancak son iki senedir bir ülke temsilinin olmamasında bu defa ilişkilerin askıya alınmasının olumsuz etkisinin fuara yansıdığı gözlenebilmektedir. Fuar yönetimi uluslararası salondaki bu eksikliği, fuarda sadece alandaki yayınevlerinin katılımına açık olan profesyonel buluşmalarla ve Kültür Bakanlığı'nın davetiyle gelen telif ajansı toplantılarıyla desteklemektedir.

Kitap fuarı tüm bu zamansal aralıkların ışığında, yapısal olarak ve hacmen değişirken, bu değişim yayıncılık alanındaki değişimin bir izdüşümünü sunmaktadır. Sermayeleri aracılığıyla büyüyen yayınevleri, yayıncılık alanında yıllar içindeki konumunu ve gücünü kaybederek mücadeleden uzaklaşan yayınevleri veya sembolik iktidar paylaşımında oyunu değiştiren yayınevlerini fuar katılımları üzerinden izlemek mümkün olmaktadır. Üçüncü Bölüm'de değinildiği gibi TÜYAP yayıncılık alanını yapılandıran dahası dönüştüren bir etkinlik konumundadır. Kitap fuarına katılmak hem bir sermaye birikimine katkı sunarken hem de aynı zamanda farklı sermaye türlerini ortaya çıkaran, bu sermaye birikimlerinin metrekaireler, stantlar, yazarlar ve etkinlik programları aracılığıyla sergilenmesine imkan veren bir yapı sunmaktadır. Bu bağlamda TÜYAP, bu bölümün başlığına taşındığı gibi yayıncılık alanındaki sembolik iktidar paylaşımının izlenebileceği bir "sahne" görevi görmektedir. Dokuz gün süresince alandaki paydaşların, oyuncuların alana dahil olan yeni faillerin bir araya geldiği, dahası aralarındaki mücadelenin stantları, yazarları, kitapları, etkinlikleri ve kurumsal kimlikleriyle vücut bulduğu bir sahne olmaktadır. Kitap fuarları kurduğu bu sahne ile hem yayıncılık alanında etkili kültür aracısı rolünü hem okurlar ve yayınevlerinin nazarındaki kamusallığını beslerken aynı zamanda yayıncılık alanını da yapılandırmaktadır.

Bu çalışmanın temel varsayımlarından biri olan yayıncılık alanının mikro ölçekteki kitap fuarlarında cisimleştiği iddiası, tüm oyuncuların bir arada olduğu sembolik iktidar

mücadelesinin gerek fuar salonlarındaki yerleşimleri, aldıkları metrekaireler, etkinlik programında yer alma biçimleri, gerek sosyal buluşmalar ve ödüllere gösterdikleri katılımlar gibi pek çok dinamik üzerinden sınamak mümkün olabilmektedir. Böylelikle mücadelenin tek boyutlu olmadığı çok taraflı ve çok yapıli ilerlediğı tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra kitap fuarlarında, mücadelenin sadece ekonomik sermaye aracılığıyla yürütülmediğı ve sosyal, kültürel ve simgesel sermayeye sahip olmaksızın ne yayınevlerinin birbirileri arasında ne de yayınevlerinin siyasal iktidarla arasında yürüyen sembolik mücadelenin sürdürülebilir olmadığı gözlemlenmiştir.



SONUÇ

Kitap yayıncılığı, kültürel üretim araçlarından biri olarak söze, düşünceye, bilgiye kamusalılık kazandırmak gibi bir işleve sahiptir. Yayıncılığın, Pierre Bourdieu'nün tespitiyle kültürün diğer alanlarında olduğu gibi kendi içinde sembolik bir iktidar mücadelesi barındırması, bu çalışmanın yola çıkış noktasını belirlediği giriş bölümünde belirtilmişti. Buradan hareket ederek, sosyal bilimlerin önemli sorunsallarından biri olan iktidar/egemenlik konusuna kültürel uzamdan, yayıncılık alanı üzerinden odaklanmak bu çalışmanın analitik çerçevesini belirlemiştir. Pierre Bourdieu'nün alan kavramı üzerinden yayıncılığı incelemek, iktidar ilişkisinin çok boyutlu ve çok taraflı yapısını analiz edebilme imkanı sunmuştur. Giriş bölümünde açıklanan ve bölümler arasında izi sürülen varsayıma göre, kitap fuarları yayıncılık alanının mikro ölçekte hemen hemen tüm oyuncularını bir arada gözlemleme imkanı sunarak alandaki mücadeleyi görünür kılmaktadır. Çalışmanın diğer varsayımı ise, iddia edilen sembolik iktidar mücadelesinin sadece ekonomik sermaye üzerinden yürütülmediği bununla birlikte kültürel, simgesel ve sosyal sermaye türlerinin farklı biçimlerde ağırlıklarının olduğuudur. Her iki varsayımın temel dayanaklarından biri kitap fuarlarının alan yapılandıran etkinliklerden biri olması ve diğeri, sermaye türlerinin kitap fuarlarında (ve yayıncılık alanında) birer mücadele aracına dönüşebildiğidir. Böylelikle, büyük resimde işaret edilen egemenlik/iktidar sorunsalını, yayıncılık alanından mikro iktidar boyutundan incelemek niyeti bu çalışmada karşılığı aranan temel konudur.

Bu bağlamda, Cumhuriyet'in ilk yıllarında Benedict Anderson'un vurguladığı ortak dil oluşumuna ve bu sayede kurulan *okur yoldaşlık* ile ulusal bir cemaat hayalinin ortaklaşmasına hizmet eden yayıncılığın, eğitim/kültür politikasının adeta bir parçası gibi işleyişine tanıklık edilirken, devletin yayıncılık alanında etkin rol üstlendiği gözlemlenmiştir. Nitekim, ulus inşası sürecinin bir parçası olarak ele alınan yayıncılık alanının yapısı tartışılmış ve bu süreçte kültür uzamının bütününde, kurumlarıyla birlikte ulusal bir "*kültürel repertuar*" kurulurken, çeviri odağında gelişen kitap yayıncılığının kurucu rolü saptanmıştır. Bu bağlamda yayıncılık alanında devlet, sembolik iktidar mücadelesini yürüten bir fail olmaktan ziyade alanın kurallarını belirleyen etkin bir yönlendirici konumundadır. Yayıncılık alanının her ne kadar özel girişimler tarafından kurulan bir yapısı olsa da, tamamen özerk olmadığı sonucuna varılmış, siyasal iktidarın (Tek Parti yönetimi altında) baskın bir oyuncu olarak alandaki gücü

tespit edilmekle birlikte, tamamen *piyasa* inisiyatifinde işleyen bir yayıncılık alanı olduğunu gözlemlemek mümkün olmamıştır. Yayıncılık alanına yeni oyuncuların girişiyle birlikte alandaki ‘çoğulculuşma’nın öne çıkması, alanın genişlemesi, devletin bir oyuncu olarak farklı araçlarla (yasaklamalar, çeviri destekleri, ödüller ve teşvikler gibi) alanda bulunması ve yönlendirici olması, siyasal iktidarların yayıncılık alanında var olma ve mücadeleye katılma biçimleri olarak ortaya çıkmaktadır. Yayıncılık alanında (ve kitap fuarlarında) gözlemlenen *sınıflandırmanın* (sağ, sol, İslami gibi) belirginleşmeye başlaması, sembolik iktidar mücadelesinin seyrini de belirlemektedir. Bu bakımdan kitap fuarlarında yayıncıların birbirleriyle yürüttükleri mücadelenin çok boyutlu yapısı dikkat çekerken, alandaki mevcut sınıflandırmanın fuarın fiziki mekanına yansımaları fuarın katılımcılarının aldıkları metrekareler, yerleşim planındaki konumları gibi ölçütlerle görünür kılınmaktadır.

Öte yandan, Bourdieu’nün alandaki sembolik iktidar mücadelesinin birer aracı haline dönüştüğünü vurguladığı sermaye türlerinin, yıllar içinde birikme ve alana aktarılma biçimleri de fuarların seyri ile paralel ilerlediği gözlemlenmiştir. Gerek yayınevi kadrolarının kurulmasında *sosyal sermaye* türü olarak, gerekse dergicilikle kazanılan *kültürel ve ekonomik sermaye* biçiminde kitap yayıncılığına aktarımına tanıklık edilmiştir. İç siyasetin etkin olabildiği dönemlerde siyasal alanın yayıncılığa doğru genişlemesi mümkün olurken, bu dönemde yayıncılık *karşı iktidar* kurma çabasının bir ifadesi haline gelebilmektedir. Böyle dönemlerde yayıncılığın, hem meşru bir zemin üzerinden ideolojik mücadele yürütme olanağı sunduğu, hem de bu çalışmanın sorunsalıyla ilintili olarak bir iktidar/egemenlik mücadelesine dönüşme pratiğini kendi içinde barındırdığı gözlemlenmektedir. Diğer taraftan, neoliberal ekonomi politikalarıyla dönüşen toplumsal ve kültürel yapının etkilerinin yayıncılık alanındaki yansımalarının, alanı büyütmek yönünde olduğu ve piyasaya kurallarıyla biçimlenen bir yapının kurulduğu tespit edilmiştir. Bu durum yayıncılık alanında kalıcı olabilmenin şartlarını zorlaştırırken aynı zamanda çok sayıda ve farklı ölçekte yayınevinin alana katılmasını da sağlamıştır. Örneğin Bourdieu’nün küçük ölçekli olarak tanımladığı bağımsız (butik) yayınevleri, ekonomik sermayesi bakımından küçük olmasına rağmen kimi zaman farklı türde veya yeni yazarların kitaplarını yayınlarak alanda öncü konumda yer alabildiği ve bu şekilde mücadeleye ortak olabildiği gözlemlenmiştir. Öte yandan kitap fuarlarında incelendiği gibi banka, reklamcılık gibi ekonomik sermaye gruplarının yayıncılığa girişleri söz konusudur. Bu bağlamda kültür üretimi, içerik ve yapı itibarıyla değişirken, kültür üreticileri de el

değiştirmektedir. Yayıncılık ise, alana yeni katılan sermaye gruplarının varlığı ile birlikte bir yönüyle üretim çeşitliliğine sahne olurken diğer yönüyle, alandaki dayanışma temelli ilişki biçimlerinin yerini rekabete dayalı bir yapıya bırakışına tanıklık etmektedir. Bunun yanı sıra okur ve yazarın dönüşümünü sağlayan dijital imkanlar ve sosyal medyanın gelişiminin, yayıncılığa yeni bir boyut kazandırdığı görülmüştür. Dijitalin ve sosyal medyanın bir iletişim mecrası olarak yayıncılık alanında kullanılması aynı zamanda okuru da yayınevini de dönüştüren bir etki yaratmıştır. Öyle ki okur, yazarla kitap piyasaya çıkmadan etkileşimde bulunmakta, kitabın yazılma sürecini etkileyebilmektedir. Yazardan okura dönük tek taraflı iletişim yerini “karşılıklı” iletişime bırakırken, yayınevi sosyal medya mecraları üzerinden yayın politikasını okurun talepleri doğrultusunda belirleyebildiği görülmektedir. Dolayısıyla okur da yayıncılık alanındaki mücadelenin bir boyutunu oluşturmaktadır. Kitap fuarlarının yarım milyon ziyaretçiye ulaşması, okurun alandaki gücünü ve yayınevlerinin okura ulaşabilme çabaları bu mücadelenin önemli boyutudur.

Kitap fuarlarında gözlemlendiği gibi uluslararası yayıncılık alanı ile eklemlenebilme imkanı siyasal iktidarların ötesinde ilişkiler kurulmasını sağlarken, farklı bir mücadele biçimi olarak belirmektedir. Yayınevlerinin söz konusu uluslararası bağlantılar sayesinde küresel yayıncılık alanıyla devletin gücü olmaksızın ilişkilenebildiği ve ülke temsili altında olmasa da kendi ağları sayesinde doğrudan kendini temsil edebilme gücüne kavuştukları ve var olan sermayelerini (ekonomik olabildiği gibi daha çok sosyal sermayenin genişlemesi veya simgesel sermayelerinin dayanışma modelleriyle gelişmesi şeklinde) gözlemlenmektedir.

Bu çalışma, yayıncılık alanının kendine özgü durumlar, ilişki biçimleri ve döngünün olduğu bir yapı olduğunu göstermiştir. Alandaki mücadele, ikili bir yapı (devlet/siyasal iktidar ve yayınevi) üzerinden değil aksine alandaki her bir yayınevinin ayrı ayrı dahil olduğu çoklu bir yapı üzerinden işlemektedir. Alan, yıllar içinde genişlemiş yeni yayınevlerinin girişiyle ve toplumsal, ekonomik ve siyasal gelişmelerle ilişki içinde ilerlemiştir. Siyasal iktidarlar ise farklı biçimlerde mücadeleye dahil olmuşlardır. Cumhuriyet’in ilk yıllarında doğrudan ulus inşası sürecinin bir parçası olarak mücadelenin ortaklaştığı görülürken, belli dönemlerde ise sağ/sol mücadelesi üzerinden siyasal alanın yayıncılığa doğru genişlediğine tanıklık edilmiştir. Son yıllarda ise yayıncılık alanı, kültürel iktidar tartışmalarının bir boyutunu oluşturacak şekilde çok boyutlu iktidar/egemenlik tartışmalarının unsuru olarak değişmekte ve dönüşmektedir.

Çalışmanın girişinde vurgulandığı gibi yayınlandığı andan itibaren kamusal özellik kazanan kitap, bir kültür ürünüdür ve dünyayı değiştirebilme gücüne sahiptir. Kitap fuarları ise bu çalışmada alan yapılandıran etkinliklerden biri olarak mikro ölçekte bu alanı ve çok boyutlu ilişkiler ağını sunan bir ‘laboratuvar’ konumundadır. Yayınevi açısından “görünürlüğün” önem kazandığı, ekonomik sermayesi yüksek olanların birden fazla yer alarak yayıncılık alanındaki konumuna istinaden fuardaki konumunu güçlendirdiği, yayınevlerinin simgesel sermaye birikimlerini öne çıkararak kendilerini ayrıştırdıkları, kültürel sermayelerinin yayınlar, yazarlar ve etkinlikler üzerinden cisimleştiği ve tüm bunlarla mücadeleye dahil oldukları varılan bir diğer önemli sonuçtur. Bununla birlikte, alandaki dönüşümleri (eğitim yayıncılığındaki büyümeye mukabil kültür yayıncılığındaki daralma, büyük ekonomik sermaye gruplarına ait yayınevlerine mukabil yeni kurulan küçük/bağımsız yayınevleri vb.) kitap fuarlarındaki sergileme salonları üzerinden yıllar içinde izlenebilir olduğu varılan bir diğer sonuçtur. Son olarak, yayıncılık alanı, çalışmanın sunduğu veriler ışığında kendine özgü yapısı ile kültürel uzamda yürütülen iktidar tartışmaları bakımından özerk bir konumdadır. Her bir yayınevi sahip olduğu sermaye birikimleri ile alanda konumlanarak mücadeleye katılma gücüne, dolayısıyla oyunu değiştirme imkanına sahiptir.

Bu çalışma öncelikle, kendi sınırlarının ve sınırlılığının farkında olarak yayıncılık alanının çok boyutlu yapısı içinde alandaki sembolik mücadeleyi fuarlar üzerinden izlemeye çalışmıştır. Ancak, kitap fuarları büyük çoğunluğunu kapsamakla birlikte yayıncılık alanının tamamının temsil edildiği bir etkinlik değildir. Alanda olup da fuara katılmayan fakat yayıncılık alanında bulunan yayınevleri bulunmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmanın kısıtı, konunun kapsamının fuara katılımı ile sınırlı olmasından kaynaklanmaktadır. Bu bakımdan her akademik çalışmada olduğu gibi kendinden sonraki araştırmalara kapı aralamak ve kitap fuarları üzerinden yaklaşan bu incelemeyle yayıncılık alanına katkı sunmak niyetindedir. Son olarak bu çalışma, kültürel uzamın besleyici damarlarından biri olduğu halde az sayıda akademik çalışmaya konu olan yayıncılık alanının çok daha yüksek ilgiye mazhar olması temennisini taşımaktadır.

EKLER

EK.1: 15. İSTANBUL KİTAP FUARI KATILIMCI YAYINEVİ LİSTESİ

15. İKF KATILIMCI YAYINEVİ LİSTESİ
A-A YAYINEVİ (ANGLO AMERİKAN PRESS)
ABC KİTABEVİ YAYIN DAĞITIM
AÇI YAYINCILIK
AÇI YAYINCILIK (ÖTEKİ YAYINEVİ)
AFA YAYINCILIK
AFS YAYINCILIK VE ULUSLARARASI TEMSİLCİLİK
AKAŞA YAYIN
AKBANK YAYINLARI
AKYÜZ VE TÜM ZAMANLAR YAYINCILIK
ALFA BASIM YAYIN
ALMAN KÜLTÜR MERKEZİ VE GOETHE ENSTİTÜSÜ
ALTERNATİF YAYINCILIK
ALTIKIRKBEŞ YAYIN
ALTIN KİTAPLAR
ANADOLU YAYINCILIK
ANAHTAR KİTAPLAR
ANT YAYINCILIK
ARBA YAYINLARI
ARITAN YAYINEVİ
ARITAŞ YAYIN VE DAĞITIM
ARKEOLOJİ SANAT YAYINLARI
ARKIN KİTABEVİ
ATATÜRK VAKFI
ATATÜRKÇÜ DÜŞÜNCE DERNEĞİ
AUSTELLUNGS UND MESSE
AYRINTI YAYINLARI
AYSA TARIM ÜRÜNLERİ
BAĞLAM YAYINLARI
BAHA BASIN YAYIN DAĞITIM
BOŞ YAYINCILIK
BELGE ULUSLARARASI YAYINCILIK
BERFİN YAYINLARI
BEYAN YAYINLARI
BEYAZ ADAM YAYINLARI
BİLGİ YAYINEVİ
BİLİMSEL ESERLER YAYINCILIK
BOĞAZİÇİ ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI
BOYUT SANAT
BROY YAYINLARI
BULUNMAZ TÜYATRO YAYINCILIK
CAN SANAT YAYINLARI

CARTOON YAYINCILIK
CEM YAYINEVİ
CUMHURİYET KİTAP KULÜBÜ ÇAĞ PAZARLAMA
ÇAĞDAŞ YAŞAMI DESTEKLEME DERNEĞİ
ÇAĞRI YAYINLARI
ÇINAR YAYINLARI
ÇİVİ YAZILARI
DENİZ MÜZESİ
DENİZ BASIM YAYIN
DERGAH YAYINLARI
DERS KİTAPLARI AŞ
DETSKA RADOTS
DHARMA YAYINLARI
DOĞAL HAYATI KORUMA DERNEĞİ
DORUK KİTAPÇILIK
4M BASIN YAYIN
DÜNYA ŞİRKETLER GRUBU
DÜŞÜN YAYINCILIK
DÜZLEM YAYINLARI
E YAYINLARI
EDEBİYATÇILAR DERNEĞİ
EFY KİTABEVİ
EĞİTİM YAYINLARI
EMRE YAYINLARI EMRE BASIM YAYIN
ENGİN YAYINCILIK
EPSİLON YAYINLARI
EREN YAYINCILIK
ERHAN YAYIN
ESİN YAYINEVİ
EVRENSEL BASIM YAYIN
EVRİM YAYINEVİ
FEN KİTABEVİ
FİNAL PAZARLAMA
FONO
FORM YAYINCILIK
FRANCE EDITIONS
GELBAL BASIN
GENÇ KARDEŞ
GENEL YAYIN
GERÇEK YAYINEVİ
GERÇEK SANAT
GÜLGEÇ YAYINLARI
GÜNDOĞAN YAYINLARI
GÜR YAYINLARI
HABİTAT YAYIN DAĞITIM
HARLEQUIN YAYINLARI

HELSİNKİ YURTTAŞLAR DERNEĞİ
HİÇYILMAZ YAYINCILIK
İDG/UFT
INTERMEDIA ULUSLARARASI
İBER DIŞ TİCARET
İDEA YAYINEVİ
İLETİŞİM YAYINCILIK
İLKE BASIM YAYIN
İMGE KİTABEVİ YAYINLARI
İNKILAP KİTABEVİ
İNÖNÜ VAKFI
İNSAN YAYINLARI
İNSANCIL KÜLTÜR SANAT
İNER YAYINLARI
İSTANBUL MENKUL KIYMETLER BORSASI YAYINLARI
İÜ KADIN SORUNLARI VE UYGULAMA MERKEZİ
İŞARET YAYINCILIK
İYİ ŞEYLER YAYIN
İZ YAYINCILIK
KABALCI YAYINLARI
KADIN ESERLERİ VAKFI KÜTÜPHANESİ VE BİLGİ MERKEZİ
KADIN KÜLTÜR VE İLETİŞİM VAKFI (PAZARTESİ DERGİSİ)
KASTAŞ YAYINLARI
KAVRAM YAYINLARI
KAYA YAYINLARI
KAYNAK YAYINLARI
KAZANCI HUKUK YAYINLARI
KİTABI MUKADDES
KİTSAN YAYINLARI
KKTC MİLLİ EĞİTİM VE SPOR BAKANLIĞI
KURALDIŞI YAYINLARI
LIBRARIE FRANCAISE D'ISTANBUL
LİMAN YAPIMEVİ
LİTERATÜR YAYINCILIK
L M BASIM YAYIN
MEB DEVLET KİTAPLARI
MAVİBULUT YAYINLARI
MEDYALAND YAYINCILIK
MEF YAYINCILIK
MERHABA YAYINLARI
METİS YAYINLARI
AD YAYINCILIK
MİLLİ SARAYLAR DAİRE BAŞKANLIĞI
MİLLİYET YAYINLARI
MORPA KÜLTÜR
MÜJDE YAYINCILIK

NAZIM HİKMET KÜLTÜR VE SANAT VAKFI
NET TURİSTİK YAYINLARI
NİSAN YAYINLARI
NOBEL TIP KİTABEVLERİ YAYINLARI
NOKTA YAYINLARI
NURDAN YAYINLARI
ODA YAYINLARI
OĞLAK YAYINLARI
OKUR YAYINLARI
ÖNEL YAYINLARI
ÖTÜKEN NEŞRİYAT
ÖZDEN GAZETESİ
ÖZER YAYINLARI
ÖZGÜL YAYINLARI
ÖZGÜR YAYIN
ÖZKAYNAK KÜLTÜR SANAT
PAN YAYINCILIK
PAPİRÜS YAYINLARI
PARANTEZ YAYINLARI
PAYEL YAYINEVİ
PENCERE YAYINLARI
PINAR YAYINLARI
REDHOUSE YAYINEVİ
REFORM DİL YAYINLARI
REMZİ KİTABEVİ
RFŞ OXFORD YAYINLARI
ROTA YAYIN
RUH VE MADDE YAYINLARI
S.O.S. İSTANBUL
SABAH KİTAPÇILIK
SARAY MEDİKAL
SARMAL YAYINEVİ
SATHYA SAİ BABA DERNEĞİ
SAY YAYINLARI
SCALA YAYINCILIK
SEL YAYINCILIK
SEMAH KÜLTÜR VE ARAŞTIRMA VAKFI
CAN YAYINLARI
SERHAT KİTAP VE BASIM
SİŞÇANI YAYINCILIK
SİSTEM YAYINLARI
SORUN YAYINLARI
SOSYAL DEMOKRASİ VAKFI
SOSYAL YAYINLARI
SÖZ YAYIN
STÜDYO İMGE

ŞAFAK PAZARLAMA
ŞULE YAYINLARI
TAŞ KİTAPÇILIK
TC ATATÜRK DİL VE TARİH YÜKSEK KURUMU
TEKİN YAYIN
TELOS YAYINCILIK
TİYATRO YAPIM YAYINCILIK
TÜBİTAK YAYINLARI
TÜRK KÜTÜPHANECİLER DERNEĞİ İSTANBUL ŞUBESİ
TÜRK TARİH KURUMU
TÜRKİYE EKONOMİK VE TOPLUMSAL TARİH VAKFI
TÜRKİYE İŞ BANKASI KÜLTÜR YAYINLARI
TÜRKİYE TURİNG VE OTOMOBİL KURUMU
TÜRKİYE YAZARLAR SENDİKASI
UÇANBALIK YAYINCILIK
UÇUK YAYINCILIK
UĞUR MUMCU ARAŞTIRMACI GAZETECİLİK VAKFI
ULUSLARARASI İZMİR ARAŞTIRMALARI MERKEZİ
ULUSLARARASI KİTAPÇILIK UNIPRESS
ÜMİT YAYINCILIK
VADİ YAYINLARI
VARLIK YAYINLARI
X&X YAYINLARI
YAPA
YAB-YAY DAĞITIM
YAPI ENDÜSTRİ MERKEZİ KİTABEVİ
YAPI KREDİ YAYINLARI
YAYINEVİ YAYINCILIK
YAY SAT AŞ
YAZIN YAYINCILIK
YENİ ALAN YAYINCILIK
YENİ ASYA YAYINLARI
YENİ BOYUT YAŞAR NURİ ÖZTÜRK
YILMAZ YAYINLARI
YOL YAYINLARI
YORDAM YAYINCILIK
YORUM SANAT YAYINCILIK
YÖN YAYINCILIK
YUVA YAYINLARI

EK.2: 25. İSTANBUL KİTAP FUARI KATILIMCI YAYINEVİ LİSTESİ

25. İKF KATILIMCI YAYINEVİ LİSTESİ	SALON	STANT NO
İTHAKİ	3	406
İLKNOKTA.COM	2	308
TİMAŞ YAYINLARI	3	204
LEYLA İLE MECNUN YAYINCILIK	2	203 A
KARİZMA - ANTİK YAYINLARI	2	203 B
OKYANUS YAYINCILIK	3	503 D
İLKE BASIN YAYIM	3	202 A
BULUT YAYINLARI	3	506 A
CHİVİYAZILARI YAYINEVİ	2	301
KURALDIŞI - AYKIRI	3	410
YORUM SANAT - TASCHEN	3	505 B
HAYAT YAYINLARI - MOZAİK YAYINLARI	2	205
BİLGE YAYINCILIK - ÇİLEK YAYINLARI - POPÜLER KİTAPLAR	3	210
ENGİN YAYINCILIK	3	606 A
ZAFER YAYIN GRUBU	3	611 A
ŞULE	3	201 A
BİR HARF YAYINLARI - EVRECA PUBLISHING	2	604 A
ERDEM YAYINLARI	3	201 D
EMRE YAYINLARI	3	513 B
BEYAZ BALİNA YAYINLARI - KORİDOR YAYINLARI - YELPAZE DAĞITIM	2	104 B
GÜVEN YAYINEVİ - KILAVUZ YAYINLARI	2	511 C
MAVİ AĞAÇ - BİRÜN - POZİTİF - ARTI	3	209
BEYAN	3	502 C
AYNA YAYINEVİ - ANADOLU AYDINLANMA VAKFI	3	108 A
NESİL YAYINLARI	3	208
KAKNÜS YAYINLARI	3	612 C
KİTSAN	3	512 B
ÖTÜKEN	2	603 A
EBE SOBE ÇOCUK DERGİSİ - SAKLAMBAÇ YAYINLARI	2	507 C
BERFİN YAYINLARI - ASYAŞAFK - KORA YAYIN - BERFİN BAHAR DERGİSİ	3	605 A
KELEBEK YAYINLARI	2	407 A
BİREY	3	115 B
KESKİN COLOR	3	605 B
BÜYÜK DOĞU YAYINLARI	2	607 B
TÜRK EDEBİYATI VAKFI	3	611 B
SINIR ÖTESİ YAYINLARI - NEW AGE YAYINLARI	3	510 C
KARİYER YAYINLARI	3	610 A

OZAN YAYINCILIK LTD.	3	511 B
ALTERNATİF YAYINCILIK LİMİTED	3	211 B
MİLENYUM YAYINCILIK	2	503 B
OĞUZ YAYINLARI	3	612 B
NEDEN KİTAP - KOZMİK KİTAPLAR	2	601 A
BİLGE KÜLTÜR SANAT	3	211 C
İSTANBUL TİCARET ODASI	3	104 B
BORAN - HAZİRAN YAYINLARI		
DENGE KİTAP	2	202 B
POLAT KİTAPÇILIK	2	207 B
TOKER YAYINLARI	3	512 C
ŞAFAK PAZARLAMA	3	117
ÇİTLEMBİK YAYINLARI	3	614 A
DA YAYINLARI - UFUK KİTAPLARI	2	105 A
ULUCAN YAYIN DAĞITIM	2	108 C
YALÇIN YAYINLARI	3	409 B
CAN YAYINLARI	3	211 A
KİTAP YAYINEVİ LTD.ŞTİ.	3	207 C
AFÜ YAYINLARI	3	611 C
ESİN YAYINEVİ	3	502 B
EPSİLON YAYINEVİ - GENÇ EPSİLON	3 VE 2	308 / 2 - 406 C
ÜNLÜ YAYINLARI	2	206 C
PINAR YAYINLARI - SALINCAK YAYINLARI - AÇILIMKİTAP	3	116 B
İŞARET YAYINLARI - ŞEHİR YAYINLARI	3	212 B
ALBATROS KİTAP	2	306 A
FONO AÇIKÖĞRETİM	3	506 C
GÖKKUBBE - BİLİMEVİ - RİSALE	2	608 A
SORUN YAYINLARI KOLEKTİFİ	3	610 B
BEYAZ YAYINLARI	3	506 B
KİTABI MUKADDES	3	105 B
DENİZ YAYINEVİ	3	102 A
SELİS KİTAPLAR - ELEST	3	212 A
SERHAT YAYINLARI A.Ş.	2	202 C
ÇAĞRI YAYINLARI	3	111 B
REFORM DİL YAYINLARI	3	606 B
MESS YAYINLARI	3	609 B
OKUYAN US	3	206 B
BELGE ULUSLARARASI YAYINCILIK	3	509 A
REDHOUSE / SEV - YAY A.Ş.	3	409 A
TÜRKİYE İŞ BANKASI KÜLTÜR YAYINLARI	3	408
YENİ ÇİZGİ - yenisayfa.com	2	410
CEYLAN YAYINLARI	3	509 D
DERPAŞ UZMAN - UYGAR DERGİ	3	116 C
SAY YAYINLARI - OMEGA YAYINLARI - PİA YAYINLARI	3	607 B

EVRENSEL BASIM YAYIN	3	311 C
EGE YAYINLARI	3	501 A
OPTİMİST	2	503 A
İSTANBUL MENKUL KIYMETLER BORSASI	3	608 A
ALTIN KİTAPLAR YAYINEVİ	3	305
BAĞLAM YAYINCILIK	3	207 A
İLYA İZMİR BASIM YAYIN GRUBU	3	613 A
SİS YAYINCILIK - HEMEN KİTAP	2	406 B
METİS YAYINLARI	3	306
SESLİ KİTAPLAR	3	110 B
BÜYÜLÜ RÜZGAR	2	603 B
TRUVA YAYINLARI	2	105 B
KARE - ETİK YAYINLARI	2	202 A
MARSIK KİTAP	3	111 A
OTOPSİ - FİLİKA	3	510 A
KIZILELMA YAYINCILIK	2	607 A
DER YAYINEVİ	2	207 A
EVRENSEL YAYINCILIK	3	106 B
TÜRK TARİH KURUMU	2	103
İMGE KİTABEVİ YAYINLARI	3	304 B
EPOS YAYINLARI	3	212 C
DOST KİTABEVİ	3	205 B
DOĞU BATI YAYINLARI	3	104 A
ELMA YAYINEVİ	3	112 B
BİLGİ YAYINEVİ	3	303
DOZ YAYINLARI	2	608 B
İLERİ YAYINCILIK	2	312
BAHA A.Ş.	3	608 C
KAYNAK KÜLTÜR YAYIN GRUBU	2	204
ZAMBAK YAYINLARI - SÜRAT A.Ş.	2	2 - 504 / 2 - 412
YEDİTEPE YAYINEVİ - ATAÇ YAYINLARI	3	116 A
SET SYSTEMS - MİNİK CARETTA ÇOCUK YAYINLARI	2	207 C
DİĞİTAL KÜLTÜR	2	109 B
UĞUR YAYINLARI	2	408
KİTABEVİ	3	612 A
ÖZER YAYINLARI	3	502 D
DERLENİŞ YAYINLARI - KURTULUŞ YOLU	3	509 C
UMAY YAYINLARI	2	610 B
ODTÜ YAYINCILIK	3	102 C
ERCİYAŞ YAYINLARI	4	
DOKU YAYINLARI	4	
SEÇKİN YAYINCILIK A.Ş.	2	402
ARALIK YAYINLARI	4	206
YAKAMOZ YAYINLARI	2	211 C
İZ YAYINCILIK	3	114 A
AYRINTI YAYINLARI	3	

	401 A
GENDAŞ KÜLTÜR	3 309
REMZİ KİTABEVİ	3 304 A
DÜNYA ŞİRKETLER GRUBU	3 501 C
KÖK YAYINCILIK - ÇOLUK ÇOCUK DERGİSİ	3 503 C
İKİ A YAYIN DAĞITIM	3 314 B
ÇATI KİTAPLARI	2 511 B
MART YAYINCILIK - SİZİNKİLER	3 107
İNKILAP KİTABEVİ	3 403 A
TEKİN YAYINEVİ	3 403 B
ARAS YAYINCILIK	3 609 A
İSTANBUL BİLGİ ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI	3 412 B
GÜRBÜZ YAYINLARI	2 403 D
YENİ BOYUT	3 604 B
ÖZYÜREK YAYINEVİ	2 309 A
DEKOLTE YAYINCILIK	2 413 B
ERKO YAYINCILIK	2 511 A
DERGAH YAYINLARI	3 110 B
GÜNIŞIĞI KİTAPLIĞI	3 109
PMP YAYINCILIK	2 310
BİLGİ BAŞARI EĞİTİM VE KÜLTÜR YAYINLARI	2 507 A
ARK KİTAPLARI	4 205 C
TUDEM	2 502
SEVGİ YAYINLARI	3 613 B
OM YAYINEVİ	3 201 C
AŞİNA KİTAPLAR - HYB YAYINCILIK	2 108 A
SİYASAL - PHOENİX YAYINEVİ	3 511 A
EKİN GRUBU	2 107
BKY BABIALI KÜLTÜR YAYINCILIĞI	3 603 B
ELVAN YAYINLARI	3 112 A
ZAMAN KİTAP	3 113 B
İNSAN YAYINLARI	3 213
İSTANBUL TIP KİTABEVİ	2 613 B
AGORA KİTAPLIĞI - AURA KİTAPLARI	3 311 A
ÖZGÜR YAYINLARI	2 403 B
UMUT YAYIN DAĞITIM MERKEZİ	2 211 B
ARAŞTIRMA YAYINCILIK	4 205 A
TARİH DÜŞÜNCE	2 609 C
KİRAZ ÇOCUK	4 107 C
DENKLEM YAYINLARI	2 613 C
NESA YAYINCILIK	3 108 B
KÜRE YAYINLARI - KLASİK - ANLAYIŞ	3 113 A
ARMONİ YAYINLARI	2 114 A
DERSANEM	2 510 B
CAN SANAT YAYINLARI	3 405
KOÇAK YAYINCILIK	2 606 C

AKÇAĞ A.Ş.	2	107
ÇINAR YAYINLARI	3	407 A
BU YAYINEVİ	3	202 B
SİSTEM YAYINCILIK - GALATA	3	411
DOĞA OKUL ÖNCESİ YAYINLARI	4	207 C
İLGİ YAYINLARI - AVRUPA YAKASI	2	612 C
SÖZ YAYIN	3	604 A
MEP MEDYA YAYINCILIK	2	108 B
RUH VE MADDE YAYINLARI	3	602 A
BOYUT YAYIN GRUBU	2 ve 3	2 - 302 / 3 - 302
PUSULA EĞİTİM HİZMETLERİ	2	110 C
ÖNEL YAYINCILIK	3	601 C
BİLGE KİTAP KULÜBÜ	3	206 A
UN İLETİŞİM	2	609 A
YÜXEXES	2	606 A
ARKIN KİTABEVİ	3	311 B
HEYAMOLA YAYINLARI	2	510 A
ARKEOLOJİ SANAT - MOZAİK	3	101 B
ROTA YAYINLARI - MARKETING TÜRKİYE	3	314 A
OĞLAK YAYINLARI - MACERAPEREST KİTAPLAR - MACERAPEREST ÇİZGİLER	3	413
ADAM YAYINLARI - ANA YAYINCILIK	3	402
MEDYAPRES KAĞITÇILIK DIŞ TİCARET	4	212
NOKTA KİTAP	2	506
DENİZLER KİTABEVİ	2	109 B
BAŞBAKANLIK ATATÜRK ARAŞTIRMA MERKEZİ BAŞKANLIĞI	2	605 B
DİLKO ENGLISH	2	210 C
DURU YAYINLARI	2	611 B
KARANFİL YAYINLARI - GELİNCİK YAYINLARI	2	212 C
ÇAĞDAŞ YAYIN VE PAZARLAMA	3	207 B
HORASAN YAYINLARI	4	204 B
CAN ÇOCUK	3	608
GÖZEN KİTAP VE YAYINEVİ	2	614 A
E YAYINLARI - ANAHTAR KİTAPLAR YAYINEVİ	3	510 B
GÜNCEL YAYINCILIK	3	307 A
DÖNENCE	3	106 A
DERS KİTAPLARI A.Ş. - GÜÇLÜ YAYINCILIK	3	102
VARLIK YAYINLARI	2	205 B
DHARMA YAYINLARI	2	403 A
BORDO SİYAH KLASİK YAYINLAR	2	610 B
ATP YAYINCILIK - MORIŞIK	2	104 A
DAMLA YAYINEVİ	4	106 B
PLAN B	3	511 C
SUBROSA BASIM YAYIN BİLİŞİM	2	210 B
YAPI KREDİ YAYINLARI	2	304

YAPI KREDİ YAYINLARI	2	304
HAYYKİTAP	3	512 A
UYSAL YAYINEVİ	2	111 B
MAVİBULUT	3	205 A
GÜLOĞLU KİTAPÇILIK	2	607 D
BERK DERSANESİ VE YAYINLARI	4	107 A
ŞİMŞEK YAYINLARI	2	407 B
KAYNAK YAYINLARI	3	504 A
OPUS - KIRMIZI	2	411
YORDAM KİTAP	3	512 C
YİRMİDÖRT YAYINEVİ - PAPİRÜS	3	409 B
BİLİM SANAT GALERİSİ YAYINLARI	3	602 B
SOL - ONUR YAYINLARI	3	602 B
ARKADAŞ YAYINEVİ	3	312
ELİPS KİTAP	3	614 B
ŞANTİYECİ.COM	4	209
YENİ ASYA NEŞRİYAT	2	611 A
MAVİ CEVİZ YAYINCILIK	2	604 B
TÜRKİYE RADYO TELEVİZYON KURUMU	2	206 A
BAŞBAKANLIK ATATÜRK KÜLTÜR MERKEZİ BAŞKANLIĞI	2	605 A
ÖZKAYNAK KÜLTÜR SANAT	3	504 B
YDS YAYINCILIK	4	104 A
ARAM YAYINCILIK	2	405 B
ÖZDEN GAZETESİ VE YAYINLARI	3	114 B
NESİN YAYINCILIK - NESİN VAKFI	3	412 A
FEN BİLİMLERİ YAYINLARI	2	309 B
EĞİTİM YAYINLARI	3	502 A
CEM YAYINEVİ	3	205 C
UÇANBALIK YAYINLARI	3	407 B
LİTERATÜR YAYINCILIK	3	504 B
LİTERATÜR KİTABEVİ	2	306 C
İNSANCIL YAYINLARI	3	201 B
İLETİŞİM YAYINLARI	3	401 B
ALKIM BASIM YAYIN	2	401 B
OKUR KİTAPÇILIK	3	513 A
ALTEO YAYINCILIK	3	115 B
KUBBEALTI NEŞRİYATI	2	609 B
101 KİTAP - PRESTİJ YAYINLARI	2	601 B
YILDIZ YAYINLARI	2	606 B
PAPATYA YAYINCILIK EĞİTİM - TOROSLU KİTAPLIĞI	2	306 B
INFO U.S.A.	2	210 A
ARITAN YAYINEVİ	3	501 B
ON MÜZİK	3	115 A
İSTİKLAL KİTABEVİ	2	509 A
AYA KİTAP	2	2 - 401 A

OTONOM YAYINCILIK	2	405 C	
RH + SANART	2	602 A	
EVRENSEL GAZETESİ	4		
MUTLU SON YAYINEVİ	4	207 B	
ÜNSAL YAYINLARI	4	104	
EMRE BİLİŞİM VE YAYINCILIK	2	102 B	
FAIR FRANKFURTER BUCHMESSE / FRANKFURT BOOK	2	209 B	
YARGI - YK YAYIN DAĞITIM - www.puzzledunyasi.com	2	110 B	
TÜBİTAK POPÜLER BİLİM KİTAPLAR	2	303	
NOBEL YAYIN DAĞITIM	2	313 B	
HECE YAYINLARI	2	509 B	
TÜRK DİL KURUMU BAŞKANLIĞI	2	605 C	
FEM YAYINLARI	2	512	
GÜN YAYINCILIK	2	112 A	
KIBRIS TÜRK KİTAPLARI	2	311 A	
KAOS YAYINLARI	2	405 D	2 -
BAHAR YAYIN GRUBU	2	508	2 -
İSKELE YAYINCILIK	2	211 A	2 -
BİLİM VE GELECEK DERGİSİ	4		
RESİTAL YAYINCILIK	2	506	
BOĞAZİÇİ ÜNİVERSİTESİ YAYINEVİ	3	313 B	
BİZBİZE YAYINLARI	4	208	
FİNAL ÖSS - OKS HAZIRLIK DERGİLERİ - FDD	2	208	
DOĞAN EGMONT	3	203	
DOĞAN KİTAPÇILIK	2 ve 3	2 - 404 / 3 - 404	
TÜBA - TÜRKİYE BİLİMLER AKADEMİSİ	2	406 A	
GİTA YAYINLARI	2	607 B	
KALKEDON YAYINCILIK	2	111 B	
BİLİM VE ÜTOPYA	2		-
MEP KİTAP	2	509 C	
ADI YOK - CARPE DIEM KİTAP	2	503 C	
PENGUEN - LOMBAK - KEMİK DERGİLERİ	2	201 B	
GÜNDOĞAN YAYINLARI	3	313 A	
SEMERKAND	2	513	
BİRGÜN GAZETESİ	4		
DİLYAY EĞİTİM YAYINLARI - MACMİLLAN	2	112 B	
SALYANGOZ YAYINLARI	2	501 A	
İRAN İSLAM CUMHURİYETİ BAŞKONSOLOSLUĞU - ALHODA PUBLISHERS	2	612 A	
LEMAN DERGİSİ - CADDE YAYINLARI	2	501 B	
GÜNİZİ YAYINCILIK	3	509 B	
SIRTÇANTAM	4		
MEGA BASIM	2	614	

MEGA HAFIZA & MEGA EĞİTİM	4	104 A
VİRGÜL DERGİSİ - KANAT KİTAP - PUSULA YAYINCILIK	2	405 A
VATAN KİTAP	2	305 S
BERKE KİTAP - FEMİNEN ŞEYLER	2	206 B
LAİKA YAYINCILIK	2	102 B
SANATHANE YAYINCILIK	4	209
AYIŞIĞI SANAT MERKEZİ	4	209 B
CUMHURİYET KİTAPLARI	3	301
MEF YAYINCILIK	2	311 B
KÜLTÜR YAYINCILIK - OKYANUS YAYINCILIK	2	413
KADINCA DERGİSİ	4	
KRİSTAL GRUP	4	
BİRDİRBİR DERGİSİ	4	
BİLGE KARINCA YAYINLARI	2	314
ARTSHOP YAYINCILIK	2	114 A
SEL YAYINCILIK	2	305 D
KUTUPYILDIZI - SELENCE - ZWİ GEYİK YAYINLARI	2	613 B
TEKNOPRO	4	
HAYAL DERGİSİ VE YAYINLARI	2	614 C
APRİL YAYINCILIK	4	212 A
REFERANS GAZETESİ	2	
KEDİ KÜLTÜR	4	
DEMİRBAŞ YAYINCILIK	2	212 A
DICTIONARY OF 2007	4	210 B
BİZİT YAYINCILIK	4	210 C
MUTLU YAYINCILIK	4	
POPÜLER PSİKİYATRİ DERGİSİ	2	
TİGLAT YAYINLARI	4	
MERKEZ KİTAPLAR	2	307
DAAB - TASARIM YAYIN GRUBU / TENEUES - TASARIM YAYIN GRUBU	3	
TASARIM YAYIN GRUBU	2	313 B
DENG YAYINLARI	4	212 D
TANI - YAYIN - DAĞITIM - KİTABEVİ	2	212 B
FERMUAR MİZAH DERGİSİ	2	314 B
İSTANBUL BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ KÜLTÜR A.Ş.	2	2 - 101 / 102
ADEDA YAYINCILIK	4	105 B
GENÇ DAĞITIM - BURSA	4	
MELBEY ÖZEL EĞİTİM VE REHABİLİTASYON MATERYALLERİ	4	
SUADİYE DERGİSİ YAYINLARI	2	
SATİBAT YAYINLARI		
DÜNYA ŞİRKETLER GRUBU	3	
ŞEMSEDDİN YEŞİL KÜTÜPHANESİ	4	201 B
AKŞAM GAZETESİ	2	

İSRAİL BAŞKONLOSLUĞU	3 503 A
ATA YAYINCILIK	3
VATAN GAZETESİ	
MİLLİYET GAZETESİ - MİLLİYET KİTAP	
RADİKAL GAZETESİ - RADİKAL KİTAP	
MERKEZ DERGİ	
ALFA-EVEREST-ARTEMİS-KAPI-BÜYÜLÜ FENER	
BDS YAYINLARI	
YAPI KİTABEVİ	3 507
BİLEŞİM YAYINCILIK	



EK.3: 35. ULUSLARARASI İSTANBUL KİTAP FUARI KATILIMCI YAYINEVİ LİSTESİ

35. UİKF KATILIMCI YAYINEVİ LİSTESİ	SALON	STANT
YAPI KREDİ YAYINLARI	2	2304
YAPI KREDİ YAYINLARI	2	2305
REN KİTAP	10	10303 B
BAĞLAM YAYINCILIK	3	3207 B
YAKAMAZ KİTAP - SONSUZ KİTAP	2	2506
GANJ - YABANCI	2	2308
İTHAKİ	3	3406
MÜPTELA	10	10206
ADEDA YAYINCILIK	3	3604 B
BEYAZ BALİNA YAYINLARI	2	2102 B
GO KİTAP	2	2102 C
ARKADYA YAYINLARI	2	2102 D
KORİDOR YAYINCILIK	3	3603 C
GÜNEŞİĞİ KİTAPLIĞI	2	2303
ON8	2	2102 A
EPSİLON YAYINEVİ	3	3308
EPSİLON YAYINEVİ	2	2310
KAFKA	10	10103 B
METİS YAYINLARI	3	3306
METİS YAYINLARI	2	2412 B
HAYAT YAYINLARI	3	3210
GENÇ HAYAT - ÇİLEK KİTAPLAR	2	2205
NOVELLA YAYINLARI - NOVELLA DİNAMİK	10	10207
MARTİ YAYINLARI	2	2311
MARTİ ÇOCUK	2	2314 B
FONO YABANCI DİL YAYINLARI	3	3506 B
TÜRKİYE İŞ BANKASI KÜLTÜR YAYINLARI	2	2208
TÜRKİYE İŞ BANKASI KÜLTÜR YAYINLARI	3	3408
KAPI YAYINLARI	3	3313
ARTEMİS - MONA KİTAP	3	3410
ALFA YAYINLARI - BÜYÜLÜ FENER YAYINLARI	3	3307
EVEREST YAYINLARI	3	3508

ŞULE YAYINLARI - KARABATAK DERGİSİ	3	3201 B
DERGAH YAYINLARI	2	2307
BEYAN YAYINLARI	3	3504 A
NESİL ÇOCUK - GENÇ NESİL	2	2206
NESİL YAYINLARI	3	3208
ETKİLEŞİM YAYINLARI	3	3602 A
BULUT YAYINLARI	3	3506 A
ÖZDEBİR YAYINLARI	5	5502
KESİT YAYINLARI	2	2210 B
OKYANUS YAYINCILIK	6	6505
ÜNLÜ YAYINLARI - ÜNLÜ ÇOCUK	5	5304
İNSAN KİTAP YAYINLARI - İNSAN YAYINLARI - KÜLLİYAT YAYINLARI - İNSAN PUBLICATIONS	3	3213
KİTSAN	3	3512 A
İZ YAYINCILIK	3	3103 A
KAKNÜS YAYINLARI	3	3605 A
OLİMPOS YAYINLARI	10	10201
OLİMPOS YAYINLARI	2	2105 C
LİDER YAYINLARI	5	5201 A
DELTA KÜLTÜR YAYINEVİ	6	6601 B
SEL YAYINCILIK	2	2405
PROFİL KİTAP	3	3209
ZODYAK KİTAP	10	10202
BERFİN YAYINLARI - KORA YAYIN - ASYAŞAFAK YAYINLARI - BERFİN BAHAR DERGİSİ	3	3602 D
ULUCAN YAYIN DAĞITIM	6	6506
KÜRE YAYINLARI - KLASİK YAYINLARI	3	3207 C
ÖTÜKEN NEŞRİYAT	2	2202
DİLKO YAYINCILIK	6	6602 A
BÜYÜK DOĞU YAYINLARI	2	2103 A
M.Ü. İLAHİYAT FAKÜLTESİ VAKFI YAYINLARI - ÇAMLICA YAYINLARI	10	10303 A
SEV YAYINCILIK - REDHOSUE	3	3409
DÖNÜŞÜM YAYINLARI - İTER YAYINLARI	2	2604 D
PEGEM AKADEMİ	5	5303
TEKİN YAYINEVİ	3	3501 A
KESKİN COLOR	3	3602 B
ERDEM YAYINLARI	3	3205 B
MAVİBULUT	3	3401 B
ÇELİK YAYINEVİ - İLK HARF YAYINEVİ - ADEN YAYINEVİ - ŞENYILDIZ YAYINEVİ	2	2512
LİTERA YAYINCILIK	2	2604 A

CEYLAN YAYINLARI	3	3509 B
EVRENSEL BASIM YAYIN		
EVRENSEL KÜLTÜR		
PAROLA YAYINLARI	3	3513
AKIL OYUNLARI - TÜRK BEYİN TAKIMI	5	5602 C
YEDİİKLİM YAYINCILIK	5	5202
KARETTA MİMARLIK KİTAPLARI - KARETTA ARCHITECTURAL BOOKS	10	10101 A
DOĞU BATI YAYINLARI	2	2501 A
ELMA YAYINEVİ - İZGÖREN YAYINLARI - ELMA ÇOCUK	3	3602 C
İHTİYAÇ YAYINCILIK		
DERLENİŞ YAYINLARI	3	3509 A
SOL YAYINLARI - ONUR YAYINLARI	3	3601 C
YEŞİL DİNOZOR	3	3212 A
ÖZDEN GAZETESİ VE YAYINLARI	3	3105 A
NAR YAYINLARI - NAR ÇOCUK	2	2211 B
ESİN YAYINEVİ	3	3502 A
HG YAYINCILIK - BİLGİYOLU YAYINCILIK - EİS YAYINCILIK	6	6206
YEDİVEREN YAYINLARI - EFTELYA KİTAP - MİHENK KİTAP - ACAYİP KİTAPLAR - MORTENA YAYINLARI	3	3601 E
MİLENYUM KİTAP	2	2503 A
İLKE BASIN YAYIM	3	3202 B
SELİS KİTAPLAR - GARAJ YAYINLARI		
DER YAYINEVİ	2	2207 B
TÜRK EDEBİYATI VAKFI	3	3106 A
TİMAŞ ÇOCUK - TİMAŞ GENÇ - EĞLENCİLİ BİLGİ DÜNYASI	2	2204
SUFİ KİTAP - PORTAKAL KİTAP - ANTİK YAYINLARI - CARPE DİEM KİTAP	2	2409
TİMAŞ YAYINLARI	2	3204
DAMLA YAYINEVİ - MİHRABAT YAYINLARI - GENÇ DAMLA - DPUBLISHING	2	2510
DAMLA EĞİTİM - MAVİGÖL YAYINLARI - MİNİK DAMLA	6	6503
YA - PA YAYINLARI	2	2207 C
TASARI YAYINLARI	5	5301
KÜLTÜR YAYINCILIK - 10ADIM YAYINCILIK	5	5501
NAKKAŞ	6	6504
OĞUZ YAYINLARI	3	3604 C
DESTEK YAYINLARI	2	2203
OZAN YAYINCILIK - BABIALİ KİTAPLIĞI	3	3510 C
KOLEKTİF KİTAP	2	2104 C
BELGE ULUSLARARASI YAYINCILIK	3	3509 C
KASHNA KİTAP AĞACI - EN İYİ YAYINEVİ - PINUS KİTAP	10	10211 A
PARILTI YAYINCILIK - ANONİM YAYINCILIK	3	3101 F
SEMERKAND YAYINLARI	2	2509

PERGEL YAYINLARI - BİL YAYINCILIK - CAN CAN YAYINLARI	6	6205
YAZILAMA YAYINEVİ	3	3604 A
YDS PUBLISHING	6	6102
NEZİH ER YAYINLARI - KURŞUN KALEM	2	2607 C
UĞUR YAYINLARI - DORA YAYINLARI - SEÇENEK YAYINLARI - SANDAL YAYINLARI	6	6401
BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI - BAHÇEŞEHİR KOLEJİ YAYINLARI - SANDAL YAYINLARI	2	2406 A
ANAFEN YAYINLARI	6	6201
FEM YAYINLARI	6	6301
KÖRFEZ YAYINLARI	6	6406
GÜVENDER YAYINLARI		
ZİRVE YAYINLARI		
ZAMBAK ÇOCUK	6	6306
ZAMBAK YAYINLARI	6	6502
NİLOYA YAYINLARI - PAL YAYINLARI	2	2505
BKY BABIALI KÜLTÜR YAYINCILIĞI	3	3202 A
SİREN YAYINLARI	2	2207 A
KAOS YAYINLARI	2	2507 A
OTONOM YAYINCILIK	2	2507 B
KOZA YAYIN A.Ş. - MAVİ YUNUS OKUL ÖNCESİ - KARACA EĞİTİM YAYINLARI	6	6403
POZİTİF YAYINLARI - FENİKS KİTAP	3	3104 A
KARTEZYEN EĞİTİM YAYINLARI	5	5503
ZAFER YAYINLARI - UĞURBÖCEĞİ YAYINLARI	3	3604 D
NOKTA KİTAP	2	2602 D
KİTABI MUKADDES ŞTİ.	3	3101 F
PEGASUS GENÇLİK	2	2104 A
PEGASUS EVİTA	10	10205
PEGASUS YAYINLARI	3	3511
NUMBER ONE ENGLISH	10	10105 A
ESEN YAYINLARI - ESEN ÜÇRENK YAYINLARI	5	5403
PUSULA EĞİTİM HİZMETLERİ	2	2104 C
OKUYAN US YAYINEVİ - DİZÜSTÜ EDEBİYAT - ÜÇ GÜNLÜK DÜNYA EDEBİYATI	3	3206
KODLAB YAYIN - ROBOCOMBO	2	2606 A
FİNAL YAYINCILIK	6	6402
FİNAL KÜLTÜR SANAT YAYINLARI	2	2411
KAREKÖK YAYINLARI	5	5401
VARLIK YAYINLARI	3	3102 E
MANDOLİN YAYINLARI	2	2302
İNKILAP YAYINLARI	3	3403
REMZİ KİTABEVİ	3	3304 B

2023 YAYINCILIK	10	10208
GERÇEK KAHRAMANLAR	6	6602 B
ALTIN KİTAPLAR YAYINEVİ	3	3305
ALTIN KİTAPLAR YAYINEVİ	2	2306 B
AKADEMİ ÇOCUK	3	3103 B
TIRTIL KİTAP	3	3510 B
SESLE KİTAP	2	2605 E
FOM KİTAP	10	10301 F
NEMESİS KİTAP	2	2312
İSTANBUL BİLGİ ÜNİVERSİTESİ - BİLGİ ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI	3	3309
BOĞAZİÇİ ÜNİVERSİTESİ YAYINEVİ	3	3312
KOREAN COLLECTIVE STAND	1	
MURAT YAYINLARI	5	5302
ÇAMLICA YAYIN GRUBU	2	2511
ÇAMLICA ÇOCUK YAYINLARI	5	5603 D
YEDİKITA DERGİSİ - İNSAN VE HAYAT DERGİSİ - ÇAMLICA ÇOCUK DERGİSİ	10	10301 E
UÇANBALIK	2	2401
TUDEM DELİDOLU	3	3407 B
TUDEM EĞİTİM	6	6501
İYİ KİTAP	İNFÖ STAND	İNFÖ STAND
KARE YAYINLARI - ETİK YAYINLARI - KİTAPSAN	2	2209
PRESTİJ YAYINLARI	2	2601 A
BÜYÜLÜ DÜKKAN	2	2602 A
KİTAP YAYINEVİ - HELİKOPTER YAYINLARI	3	3207 A
SİS YAYINCILIK	3	3412 B
MK PUBLICATIONS	2	2210 A
EKSTREM YAYINLARI	6	6204
BİLİM VE SOSYALİZM YAYINLARI	10	10301 D
FEN BİLİMLERİ YAYINLARI	6	6304
HAYYKİTAP ÇOCUK	2	2101 B
HAYYKİTAP	3	3311 B
EPHESUS YAYINLARI	2	2413
GÖL KİTAP YAYINCILIK - DOĞU KİTABEVİ	2	2105 D
ARITAN YAYINEVİ	3	3502 B
KARİNA YAYINEVİ - TELGRAFHANE YAYINLARI	10	10101 C
ARMONİ YAYINLARI - İSTANBUL DAĞITIM	2	2212 B
SİZİNKİLER - LİMON İLE ZEYTİN	3	3102 C
İKİ A YAYIN DAĞITIM - EKSİK PARÇA YAYINLARI	3	3314
SOKAK YAYIN GRUBU	10	10105 D
BİLİM VE GELECEK	2	2213 D
TAHLİL YAYINLARI	10	10304 A

NUBİHAR	2	2513 B
İZLENİM SANAT YAYINEVİ - HAYALPEREST YAYINEVİ	3	3505
PENGÜEN DERGİSİ	2	2201 A
ARKEOLOJİ SANAT YAYINLARI	3	3101 A
AYRINTI YAYINLARI - AYRINTI ÇOCUK	3	3402
İKAROS YAYINLARI - KARŞI YAYINLARI	2	2604 E
CEM YAYINEVİ	3	3205 A
YORDAM KİTAP - YORDAM EDEBİYAT	3	3601 B
OĞLAK YAYINLARI	3	3411
LİTERATÜR	3	3503
GEREKLİ ŞEYLER	2	2313
NESİN YAYINEVİ - NESİN VAKFI	3	3413
MUTLU YAYINCILIK	2	2213 B
KORAY VAROL AKADEMİ YAYINLARI	5	5602 B
MARSIK YAYINCILIK	3	3103 C
NEFES YAYINEVİ - TUTİ KİTAP	2	2602 C
KALENDER YAYINEVİ	10	10211 C
DOĞAN EGMONT	3	3203
DOĞAN EGMONT	3	3102 B
DOĞAN KİTAP	3	3404
DEX KİTAP - DOĞAN NOVUS	2	2404
ENSAR YAYIN GRUBU	3	3105 D
İSTANBUL KÜLTÜR ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI	2	2104 D
SAHAF PAMİ - SAHAF TURKUAZ	4	
SAHAF HARBİYE	4	
SAHAF KURGU - SAHAF VOLGA	4	
SAHAF ARŞİV	4	
SAHAF KİBRİT	4	
SAHAF EDEBİHAYAT - SAHAF ORTAKÖY	4	
SAHAF ÇATI	4	
SAHAF GEZGİN	4	
KİBO	5	5307
TÜRK TARİH KURUMU BAŞKANLIĞI	3	3605 C
BİLGİ YAYINEVİ	3	3303
AKÇAĞ YAYINLARI	2	2103 B
EMRE BİLİŞİM VE YAYINCILIK	2	2101 C
İSABET YAYINCILIK	5	5504
FON YAYINCILIK	6	6405
YOL YAYINLARI		
SU YAYINEVİ	2	2604 I
AYA KİTAP - RODİNYA KİTAP	3	3101 C
İLETİŞİM YAYINLARI	3	3401 A

İLETİŞİM YAYINLARI	2	2301
APRİL YAYINEVİ	2	2309
ODTÜ YAYINCILIK	6	6603 B
ODTÜ YAYINCILIK	3	3201 A
KANES YAYINLARI	3	3211 B
PAMİRAY YAYINCILIK	10	10105 B
BORAN YAYINCILIK	2	2604 G
TÜRK DİL KURUMU BAŞKANLIĞI	2	2603 A
E YAYINLARI - ANAHTAR KİTAPLAR	3	3502 D
NOTABENE YAYINLARI	4	
RUH VE MADDE YAYINLARI	3	3102 A
CİNİUS YAYINLARI	3	3605 D
SAHAF PERA ORİENT - SAHAF DOK	4	
YEM KİTABEVİ	3	3507
SAY YAYINLARI - OMEGA YAYINLARI	3	3603 A
KELİME YAYINLARI	2	2402 B
PALME YAYINCILIK - NİTELİK YAYINLARI	6	6601 A
PANAMA YAYINCILIK	10	10301 B
SÖZLER NEŞRİYAT	10	10304 E
UYKUSUZ DERGİSİ	2	2508
ARAS YAYINCILIK	3	3603 D
NET YAYIN	10	10104 A
ZEYTİNBURNU BELEDİYESİ KÜLTÜR YAYINLARI	10	10304 B
SAHAF NAR	4	
SAHAF KIRKAMBAR	4	
BİLFEN YAYINCILIK	6	6202
BİLFEN YAYINCILIK	6	6101 A
NETBİL YAYINCILIK	5	5306
ARKADAŞ YAYINEVİ - AKILÇELEN KİTAPLAR - MAVİ KELEBEK YAYINLARI - BİNBİR ÇİÇEK (1001) YAYINEVİ - ALMİDİLLİ YAYINLARI	3	3412 A
BETA YAYINEVİ - BETA KİDS	2	2410
NİSAN YAYINCILIK	2	2604 F
BOYUT YAYIN GRUBU	3	3302
İMGE KİTABEVİ YAYINLARI	3	3304 A
ATATÜRK ARAŞTIRMA MERKEZİ BAŞKANLIĞI	2	2601 C
ÇİZMELİ KEDİ YAYINLARI	2	2105 A
PEGİTO ÇOCUK - ÇİZGİ ZAMANI	6	6104 B
KUZEY KIBRIS TÜRK CUMHURİYETİ YAYINLARI	2	2601 B
KAMPÜS YAYINLARI	6	6603 A
ÇİZGİ DÜŞLER	2	2605 B
İKİNCİ ADAM YAYINLARI	10	10211 B
KRP YAYINCILIK - HYPERION KİTAP - MIZIKA KİTAP	10	10101 B

YARGI YAYINEVİ	5	5102
BAHAİ ESERLERİ A.Ş.	3	3603 B
SAHAF SENAN	4	
ÇİYA YAYINLARI - YEMEK VE KÜLTÜR DERGİSİ	4	4
KANGURU YAYINLARI	2	2212 A
ÖNEL YAYINCILIK - YUP	3	3601 A
MAYA KİTAP	10	10102 B
RUPEL YAYINEVİ	2	2607 B
AVESTA	2	2211 A
GNR KİTAP - ŞİRİNLER	2	2103 C
GNR KİTAP - ŞİRİNLER	10	10204 C
DOMİNGO YAYINEVİ	2	2507 C
DOMİNGO ÇOCUK	10	10102 D
NOTOS KİTAP	2	2406 B
HAYAL YAYINLARI	3	3310 B
YUMURCAK YAYINLARI	10	10203
ARUNAS YAYINCILIK	10	10104 B
P KİTAP	3	3512 B
ŞİİRDEN DERGİSİ	4	
GİTA YAYINCILIK	2	2602 B
İNDİGO KİTAP	2	
EKSEN YAYINCILIK	6	6404
TEST OKUL YAYINLARI	5	5204
ÇALIŞKAN YAYINLARI	5	5602 A
ANTRENMAN YAYINCILIK	5	5601 A
EDAM	3	3105 B
BENCE KİTAP	10	10204 A
İSEM YAYINCILIK - İSEM AKADEMİ	5	5101 A
İREM YAYINCILIK	5	5101 B
KIRMIZI KEDİ YAYINEVİ	2	2408
ÇINAR YAYINLARI	3	3407 A
İLGİ KÜLTÜR SANAT - İLGİ ÇOCUK YAYINLARI - YENİYÜZYIL YAYINLARI - AVRUPA YAKASI YAYINLARI - FANTASTİK KİTAP	10	10105 C
ASİ KİTAP - SİYAH KUĞU	2	2314 A
KÖŞEGEN YAYINLARI	5	5505
KÜRT TARİHİ DERGİSİ - PEYWEND YAYINLARI	2	2606 C
EĞLEN ÖĞREN	5	5603 A
CARETTA YAYINCILIK - CARETTA ÇOCUK	2	2503 C
YENİ ASYA NEŞRİYAT	3	3105 C
AÇI YAYINLARI - TÜREV YAYINLARI - BİLGİ SELİ YAYINLARI	5	5402
NOBEL AKADEMİK YAYINCILIK - ATLAS KİTAP DAĞITIM - NOBEL YAŞAM YAYINLARI	10	10210

657 YAYINEVİ - FİLOZOF YAYINCILIK - Bİ DERS YAYINCILIK	5	5103 B
CİN ALİ YAYINLARI	4	4204 A
STAR GAZETESİ	ANA FUAYE	ANA FUAYE
AKŞAM GAZETESİ	ANA FUAYE	ANA FUAYE
MARTİ OKUL YAYINLARI	6	6203
BEYAZ KALEM YAYINLARI	5	5203
ÇÖZÜM YAYINLARI	6	6303
EVRENSEL İLETİŞİM YAYINLARI	5	5305
KAVRAM YAYINLARI - TESTFEN YAYINLARI - VİTAMİN YAYINLARI	6	6305
DENİZLER KİTABEVİ - KAPTAN YAYINCILIK	2	2606 E
KAYNAK YAYINLARI	3	3504 B
MAHYA YAYINCILIK	3	3212 C
MÜHÜR KİTAPLIĞI	10	10102 C
ABAKÜS KİTAP	10	10301 C
HRANT DİNK VAKFI YAYINLARI	3	3510 A
TİLKİ KİTAP	10	10102 A
SINAV YAYINLARI	6	6302
ASEL YAYINCILIK	6	6103
ATATÜRK KÜLTÜR MERKEZİ BAŞKANLIĞI	2	2603 B
AZERBAIJAN - AZERBAYCAN	1	
GERMAN PAVILION	1	
İRAN İSLAM CUMHURİYETİ İSTANBUL BAŞKONSOLOSLUĞU KÜLTÜR ATEŞESİ	1	
THE AHL AL-BAYT('A) WORLD ASSEMBLY	1	
	2	2603 D
YAKIN PLAN YAYINLARI	3	3104 B
TARİH VAKFI	3	3310 A
BİRGÜN GAZETESİ	FUAYE	FUAYE
AYDINLIK GAZETESİ	İNGO STAND	İNGO STAND
DOKTRİN YAYINLARI	5	5201 B
CF DERGİ - HACAMAT	10	10304 D
OXFORD - ORİENT	6	6101 B
VERSUS KİTAP - AYLAK KİTAP	2	2201 B
OT DERGİSİ	3	3106 B
TÜBİTAK	2	2403
YİTİK ÜLKE	2	2503 B
SİMYA YAYINLARI	5	5405
ÇİKOLATA YAYINEVİ	10	10104 C
CAN SANAT YAYINLARI	3	3405
CAN SANAT YAYINLARI	2	2504
CAN ÇOCUK YAYINLARI	2	2502

TÜRKİYE DİYANET VAKFI YAYINLARI - DİYANET İŞLERİ BAŞKANLIĞI YAYINLARI	2	2501 B
İŞLER YAYIN GRUBU - APOTEMİ YAYINLARI - İŞLEYEN - YAYIN DENİZİ - BİLGİ SARMAL YAYINLARI - MHY SEÇKİN EĞİTİM TEKNİKLERİ - AKADEMİ DENİZİ	6	6104 A
ÇİZGİ KİTAP EVİ YAYINLARI - KAYALI PARK ÇOCUK	10	10106 B
DOKUZ YAYINLARI	4	
PİNHAN YAYINCILIK	3	3102 D
TUNÇ YAYINCILIK	4	
KURMAY YAYIN GRUBU	5	5104 B
DAFNE KİTAP	4	4232
BENİM HOCAM YAYINCILIK	5	5103 A
DATA YAYINLARI - EDITÖR YAYINEVİ - İNOVASYON YAYINCILIK	5	5104 A
GÜR YAYINLARI	5	5601 B
AGAPİ YAYINLARI	4	4204 C
ALİBİ YAYINCILIK	4	4203
TRUVA YAYINLARI	4	4139
SADIK UYGUN YAYINLARI - UYGUN AKADEMİ - KÜÇÜKADIMLAR	5	5404
AHİR ZAMAN YAYINEVİ - AZ KİTAP - ARES KİTAP - DOLCE VİTA KİTAP	4	
MENDİREK YAYINLARI	4	
PARODİ YAYINLARI	3	3601 D
BURSA KÜLTÜR A.Ş.	10	10106 A
ÇANTA YAYINLARI	5	5603 C
ERKAM YAYINLARI - ALTINOLUK DERGİSİ	2	2606 D
ABM YAYINEVİ - KÜÇÜK EJDERHA - KOKOSNUSS	2	2605 C
LEO PUBLISHİNG	6	6101 C
LMT GRUP - LİMİT YAYINLARI - EPOL YAYINLARI	5	5205
MATBUAT YAYIN GRUBU	4	4
TAMMAT YAYINCILIK	5	5603 B
AGOS GAZETESİ	FUAYE	FUAYE
EĞİTİM İŞ SENDİKASI	4	
POSTİGA YAYINLARI	3	3101 B
İ.B.B. KÜLTÜR A.Ş.	2	2101 A
İ.B.B. KÜLTÜR A.Ş.	2	2402 A
ALBAYRAK YAYIN HOLDİNG	10	10304 C
YENİ ŞAFAK	FUAYE	FUAYE
LOTÜS KİTAP - KENT KİTAP	4	
MONOKL YAYINLARI	2	2604 C
AYLAK ADAM	2	2213 C
YASAK MEYVE ŞİİR DERGİSİ	4	
SERVER YAYINLARI	4	
KOTON KİTAP	4	4236

MARMARA ÇİZGİ	2	2605 A
LAZİKA YAYIN KOLEKTİFİ	10	
ÖTEKİ YAYINEVİ	10	10204 B
BAVUL DERGİSİ - YEDİ YETMİŞ DERGİ	2	2606 B
HOMER KİTABEVİ	10	10103 A
İŞARET YAYINLARI - ŞEHİR YAYINLARI	3	3212 B
DERSPEKTİF	5	5206
TONGUÇ AKADEMİ	5	5207
İLERİ YAYINLARI	10	10209
YEDİTEPE YAYINEVİ - ATAÇ YAYINLARI - TEZKİRE YAYINLARI	3	3501 B
LA KİTAP YAYINLARI	4	4134
NİTELİK YAYINLARI	5	5206 A
T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI	2	2412 A
6.45 YAYINLARI	10	10301 G
PENA KİTAP	10	10302
ALAKARGA YAYINLARI	2	2105 B
POSTA GAZETESİ	İNGO STAND	İNGO STAND
CUMHURİYET KİTAPLARI	3	3301
TEAS PRESS	5	5406
HEP KİTAP	2	2306 A
YAZMA ESERLER KURUMU	3	3501 C
KIYI KÜLTÜR SANAT DERGİSİ	4	
PSİKEART DERGİSİ	5-6 GEÇİŞ	5-6 GEÇİŞ
ARKA KAPAK	3	3605 B
İNSANCIL YAYINLARI	4	4
T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI KÜTÜPHANELER VE YAYIMLAR GENEL MÜDÜRLÜĞÜ - TEDA	1	1107
T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI KÜTÜPHANELER VE YAYIMLAR GENEL MÜDÜRLÜĞÜ - TEDA	1	1202
T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI KÜTÜPHANELER VE YAYIMLAR GENEL MÜDÜRLÜĞÜ - TEDA	1	1206
T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI KÜTÜPHANELER VE YAYIMLAR GENEL MÜDÜRLÜĞÜ - TEDA	1	1207
ALTAYLI KİTAP	4	4233
YENİ AKİT GAZETESİ	İNGO STAND	İNGO STAND
YUVA LİVİNG	3	3101 E
OKUMUŞLAR YAYINCILIK	2	2607 A
PERA MÜZESİ	3	3211 A
160. KİLOMETRE - RASKOL'UN BALTASI - EDEBİ ŞEYLER - DUVAR DERGİSİ	4	4135
YAZARDAN DİREKT	4	4230
ROMANIA	1	
TEHRAN INTERNATIONAL BOOK FAIR (TIBİ)	1	
MINISTRY OF CULTURE MACEDONIA	1	

ABU DHABİ TOURİSM & CULTURE AUTHORITY	1	
VERGİ MÜFETTİŞLERİ DERNEĞİ	5-6 GEÇİŞ	5-6 GEÇİŞ
NTV YAYINLARI	2	2407
HACETTEPE YAYINLARI	3	3104 D
ASPENDOS YAYINEVİ	3	3104 B
KAFA DERGİSİ - DİRİ OZANLAR DERNEĞİ - FİTBOL - #TARİH	2	2513 A
THOMSON REUTERS	1	1105 B
MEB - FATİH PROJESİ	5	5506
SARIGAGA YAYINCILIK	2	2603 C
AVA YAYINLARI	2	2605 D
ARAM YAYINLARI	2	2105 D
MACARISTAN - HUNGARY	1	
CATMINT BOOKS	1	1
ANADOLU AJANSI	3	3104 C
YABA YAYINLARI	5-6 GEÇİŞ	5-6 GEÇİŞ
EVRENSEL GAZETESİ	İNGİLLİZ	İNGİLLİZ
PTT	5-6 GEÇİŞ	5-6 GEÇİŞ
EVRENSEL BASIM YAYIN	3	3311 A
YENİ E DERGİSİ	4	
SARIYER BELEDİYESİ	5-6 GEÇİŞ	5-6 GEÇİŞ
SABAH GRUBU	ANA FUAYE	ANA FUAYE
MİLLİYET KİTAP	ANA FUAYE	ANA FUAYE
VATAN KİTAP	ANA FUAYE	ANA FUAYE
HÜRRİYET GAZETESİ	ANA FUAYE	ANA FUAYE
LAZ KÜLTÜR DERNEĞİ	4	4107
BEYLİKDÜZÜ BELEDİYESİ	5-6 GEÇİŞ	5-6 GEÇİŞ
İBRAHİM COŞKUN AKYÜZ YAYINLARI	4	4121
İ.Ü. İKTİSAT FAKÜLTESİ MEZUNLARI CEMİYETİ	4	4122
YEDİKULE HAYVAN BARINAĞI	4	4103
HAYTAP HAYVAN HAKLARI FEDERASYONU	5-6 GEÇİŞ	5-6 GEÇİŞ
118-Y LİONS KULÜPLERİ FEDERASYONU	4	4124
NİS MEDYA	4	4128
FOTOĞRAFLARLA MUSTAFA KEMAL ATATÜRK SERGİSİ - DEMİKAR YAYINEVİ	5	5100
PERTEVNİYAL LİSESİ YETİŞENLER DERNEĞİ	4	4223
T.C. MALTEPE ÜNİVERSİTESİ	4	4228
MOR ÇATI KADIN SİĞİNAĞI VAKFI	5-6 GEÇİŞ	5-6 GEÇİŞ
BİR UMUT DERNEĞİ	5-6 GEÇİŞ	5-6 GEÇİŞ
HERKESE HER YERDE KİTAP VAKFI	ANA FUAYE	ANA FUAYE
BARIŞ İÇİN EDEBİYATÇILAR	1	1. SALON SONU
PENCERE YAYINLARI	2	2604 H
ADALAR VAKFI	5-6 FUAYE	5-6 FUAYE



KAYNAKÇA

Anderson, Benedict. **Hayali Cemaatler Milliyetçiliğin Kökenleri ve Yayılması.** İskender Savaşır (çev.) 2. Baskı. İstanbul: Metis Yayınları, 1995.

Aksoy, Asu ve, Zeynep Enlil. **İstanbul Kültür Ekonomisi Envanteri İstanbul 2010.** İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2011.

Aslaner, Serhat (hızl.) **Yayınları ve Yayıncılık Üzerine Sohbetler.** Kudret Emiroğlu ile Söyleşi. İstanbul: Bilim ve Sanat Vakfı – Türkiye Araştırmaları Merkezi Yayınları, 2012.

Atılğan, Gökhan (hızl.) **Mühürler-Türkiye Sosyalist Hareketinden Eserler.** İstanbul:Yordam Kitap, 2019.

Atılğan, Gökhan, **Yön-Devrim Hareketi.** İstanbul: Yordam Kitap, 2008.

Ayan, Vahdet Mesut. **AKP Devrinde Medya Alemi.** İstanbul: Yordam Kitap, 2019.

Aysan, Yılmaz. **Afişe Çıkmak: 1963-1980 Sol'un Görsel Serüveni.** 2. Baskı. İstanbul: İletişim Yayınları, 2013.

Aydın, Suavi ve Yüksel Taşkın, **1960'tan Günümüze Türkiye Tarihi,** İstanbul: İletişim Yayınları, 2017.

Aydınoglu, Ergun. **Türkiye Solu (1960-1980) Bir Amneziğin Anıları,** İstanbul: Versus Yayınları, 2007.

Balibar, Etienne ve Immanuel Wallerstein. **İrk, Ulus, Sınıf Belirsiz Kimlikler.** Nazlı Ökten (çev.). 2. Baskı. İstanbul:Metis Yayınları, 1995.

Başgüney, Hakkı **Yazarlar Çağı:Türkiye'de 1960 ile 1980 Arasında Edebi Üretim ve Politika,** İstanbul:Yazılama Yayınları, 2015.

Belge, Murat. **Şairaneden Şiirle: Türkiye'de Modern Şiir.** e-kitap. İstanbul: İletişim Yayınları.

Bauman, Zygmunt. **Culture In a Liquid Modern World.** Cambridge: Polity Press 2011.

Benjamin, Walter. **Pasajlar.** Ahmet Cemal (çev). 9. Baskı, İstanbul: YKY Yayınları, 2012.

Birkan, Tuncay. **Dünya ile Devlet Arasında Türk Muharriri.** İstanbul: Metis Yayınları, 2019.

Bora, Tanıl. **Cereyanlar Türkiye’de Siyasi İdeolojiler**. 2. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, 2017.

Boratav, Korkut. **Türkiye İktisat Tarihi 1908-1985**. 4.Baskı. İstanbul: Gerçek Yayınları, 1993.

Bourdieu, Pierre ve, Loic Wacquant. **Düşünümsel Bir Antropoloji için Cevaplar**, Nazlı Ökten (çev.). İstanbul: İletişim Yayınları, 2003.

Bourdieu Pierre. **Pratik Nedenler**. Hülya Tanrıöver (çev.), İstanbul: Hil Yayınları 2006.

Bourdieu, Pierre. **Ayrım Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi**, Derya Fırat ve Günce Berkkut (çev.). 2. Baskı. Ankara: Heretik Yayınları, 2017.

Bourdieu, Pierre **Devlet Üzerine** (1989-1992), Aslı Sümer (çev.), İstanbul: İletişim Yayınları, 2. Baskı, (2016a).

Bourdieu, Pierre. **Sanatın Kuralları**, Necmettin Kamil Selvi (çev.). 2. Baskı. İstanbul: YKY Yayınları, (2016b).

Bourdieu, Pierre. **Sur l’Etat Cours au College de France 1989-1992**. Paris; Editions du Seuil, 2012.

Bourdieu, Pierre. **Choses Dites**. Paris: Les Editions de Minuit, 1987.

Bourdieu Pierre vd. **Dünyanın Sefaleti**. Levent Ünsaldı, Aslı Sümer, Hatice Esra Mescioğlu, Özlem İlyas, Laçın Tutalar, Baran Öztürk, Zeynep Baykal, Özlem Akkaya (çev.). Ankara: Heretik Yayınları, 2015.

Cantek, Levent. **Türkiye’de Çizgi Roman**. e-kitap. İletişim Yayınları:2014, İstanbul

Ceyhun, Demirtaş. **Edebiyatımı Geri İstiyorum**. İstanbul: Sis Çanı Yayınları, 2005.

Castell, Manuel **Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür**, I. Cilt, Ebru Kılıç (çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2006.

Çayır, Kenan. **Türkiye’de İslamcılık ve İslami Edebiyat Toplu Hidayet Söyleminden Yeni Bireysel Müslümanlıklara**. 2. Baskı. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2015.

Clark, Giles ve Philips Angus. **Inside Book Publishing**. 5th Edition, Londra:Routledge, 2014.

Demirkol, Gökhan **Gırgır Bir Mizah Dergisinde Gündelik Hayatın Dönüşümü (1972-1989)**, İstanbul: İletişim Yayınları, 2018.

Etem, Muhlis. **Sergi ve Panayır” Sergi ve Panayırcılığın İktisadiyatta Ehemmiyeti ve Panayır ve Sergi Bürolarının İdare ve İşletmesi.** İstanbul: İstanbul Ticaret ve Sanayi Odası Neşriyatı, 1931.

Gellner Ernest, **Uluslar ve Ulusçuluk**, çev. Büşra Ersanlı ve Günay Göksu Özdoğan, Hil Yayınları: İstanbul, 2018

Gürçağlar, Şehnaz Tahir. **Türkiye’de Çevirinin Politikası ve Poetikası 1923-1960.** Tansel Demirel (çev.).İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları 2018.

Gramsci, Antonio (4. Defter II. Cilt / s.153), **Prison Notebooks**, (çev. Joseph A. Buttigieg and Antonio Callari) New York: Columbia University Press, 2011.

Hobsbawm, Eric. **Nations and Nationalism Since 1780 Programme, Myth, Reality.** Cambridge:Cambridge University Press 1992.

Hobsbawm, Eric. **Kısa Yirminci Yüzyıl 1914-1991 Aşırıliklar Çağı** (çev). Yavuz Alogan. İstanbul: Sarmal Yayınevi, 1996

Işıklı, Aytaç ve Mümin Balkan (hızl.). **Türk Fuarçılık Tarihi.** İstanbul:İstanbul Fuar Merkezi Yayınları, 2007.

İskit, Server. **Türkiye’de Neşriyat Hareketleri Tarihine Bir Bakış.** Ankara: MEB Yayınları, 2000.

Jusdanis, Gregory. **Gecikmiş Modernlik ve Estetik Kültür, Milli Edebiyatın İcat Edilişi.** Tuncay Birkan (çev.). 3. Baskı. İstanbul: Metis Yayınları, 2018.

Kabacalı, Alpay. **Cumhuriyet Öncesi ve Sonrası Matbaa ve Basın Sanayi.** İstanbul: Cem Ofset Matbaacılık, 1998.

Kavukçuoğlu Deniz (hızl.). **Bir Yolculuk Öyküsü İstanbul Kitap Fuarı’nın 25 Yılı.** İstanbul: TÜYAP Yayınları, 2006.

Kaynardağ, Arslan. **Atatürkçü Kuşakların Yayıncısı, İstanbul: Varlık**, 1981.

Kaynar, Mete Kaan ve Zübeyir Barutçu. **“Yurt ve Dünya Dergisi Üzerine Bir İnceleme.** Konya: Eğitim Kitabevi, 2015.

Maguire, Jennifer Smith ve Julian Matthews. **The Cultural Intermediaries Reader.** Londra: 2014.

Mattie, Erik. **World Fairs.** Princeton: Princeton Architectural Press: 1998.

Jourdain ,Anne ve, Sidonie Naulin. **Pierre Bourdieu’nün Kuramı ve Sosyolojik Kullanımları.** Öykü Elitez (çev.) İstanbul: İletişim Yayınları, 2016.

Jusdanis, Gregory. **Gecikmiş Modernlik ve Estetik Kültür, Milli Edebiyatın İcat Edilişi**. Tuncay Birkan (çev.). 3. Baskı. İstanbul: Metis Yayınları, 2018.

Mcluhan, Marshall. **Gutenberg Galaksisi**, Gül Çağalı Güven (çev.). 4. Baskı. YKY Yayınları: İstanbul, 2017.

Mortan, Kenan ve Önder Küçükerman. **Çarşı Pazar, Ticaret ve Kapalı Çarşı**. İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları, 2007.

Ogburn, William F. **The Social Change With Respect to Culture and Original Nature**. Chicago: Universtiy of Chicago Press, 1964.

Örnek, Cangül. **Türkiye'nin Soğuk Savaş Düşünce Hayatı Antikomünizm ve Amerikan Etkisi**. e- kitap. İstanbul: Can Yayınları, 2015.

Özgür, İren. **İmam Hatip Okulları İnanç, Siyaset ve Eğitim**, Hazal Yalın ve Egemen Özkan (çev.). İstanbul: Kitap Yayınevi, 2015.

Maurice Roche. **Mega Events and Modernity: Olympics and Expos in the Growth of Global Culture**, Londra: Routledge, 2000.

Sakaoğlu, Necdet. **Osmanlı'dan Günümüze Eğitim Tarihi**. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2003.

Sezer, Sennur. **68'in Edebiyatı, Edebiyatın 68'i**. İstanbul:Evrensel Basım Yayın, 2008.

Swartz, David. **Kültür ve İktidar Pierre Bourdieu'nün Sosyolojisi**. Elçin Gen (çev.). İstanbul: İletişim Yayınları 2011.

Sönmez, Mustafa. **Medya, Kültür, Para ve İstanbul**. İstanbul:Yordam Kitap, 2010.

Taşkın, Yüksel. **Antikomünizmden Küreselleşme Karşılığında Milliyetçi Muhafazakar Entelijansiya**. İstanbul: İletişim Yayınları, 2007.

Thompson, John B. **Merchants of Culture, The Publishing Business in Twenty-First Century**. 2. Baskı. e-kitap, Polity Press:Londra, 2012.

Uçar, Aslı. **1950'ler Türkiye'sinde Edebiyat Dergileri**. İstanbul: Vakıfbank Kültür Yayınları, 2018.

Wacks, Britta. **Les Maisons d'éditions Allemandes et le Marché Français du Livre**. Paris: Cahiers du CIRAC, 1991.

Wu, Chin Tao, **Kültürün Özelleştirilmesi 1980'ler Sonrasında Şirketlerin Sanata Müdahalesi**. Esin Soğancılar (çev.). İstanbul: İletişim Yayınları, 2005.

Weber, Millicent. **New Directions in Book History Literary Festivals and Contemporary Book Festivals**. Cham:Palgrave Macmillan, 2018.

Yavuz, M. Hakan. **Islamic Political Identity in Turkey**. Londra: Oxford University Press, 2003.

Yücel, Hasan Ali. **Milli Eğitimle İlgili Söylev ve Demeçler**. 2. Baskı. Ankara: TC Kültür Bakanlığı Türk Klasikleri, 1998.

Zürcher, Erik Jan. **Modernleşen Türkiye'nin Tarihi** Yasemin Saner (çev.) 26. Baskı. İstanbul: İletişim Yayınları, 2011.

Makaleler:

Alix, Andre. "The Geography of Fairs: Illustrated by Old World Examples". **Geographical Review**. Vol 12, Sayı 4, s.532-569.

Akça, İsmet ve Barış Alp Özden, "AKP ve Türkiye'de Neoliberal Otoriterizmin Sınıfsal Dinamikleri", **Başlangıç**, 2/Güz 2014, s.13-38.

Akçay, Ümit "Türkiye'de Neoliberal Popülizm, Otoriterleşme ve Kriz", **Toplum ve Bilim**, 147/2019,s.46-70.

Atılğan, Gökhan. "Tarımsal Kapitalizmin Sancağı Altında". **Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Siyasal Hayat**. Gökhan Atılğan, E. Atilla Aytekin, Ebru Deniz Ozan vd., İstanbul: Yordam Kitap, 2015, s. 387-500.

Aslan, Erdal. "Türkiye Cumhuriyet'inin İlk Ders Kitapları". **Eğitim ve Bilim**, 2010, Cilt 35 Sayı 158, s.215-231.

Bora, Tanıl ve Kerem Ünüvar. "Ellili Yıllar Türkiyesi'nde Siyasi Düşünce", Mete Kaan Kaynar (hızl.), **Türkiye'nin 1950'li Yılları** içinde İstanbul: İletişim Yayınları, 2015, s. 159-176.

Boratav, Korkut. "Türkiye Tarihi", **Bugünkü Türkiye** içinde, 5. Cilt İstanbul: Cem Yayınları, 1995.

Bourdieu Pierre. "The Field of Cultural Production, or the Economic World Reversed". **Poetics**, no. 12, 1983, s. 311-356.

Bourdieu, Pierre. "Sur le Pouvoir Symbolique". **Annales** Yıl 32, Sayı 3, 1977:s.405-411.

Bourdieu, Pierre. "Le Capital Social: Notes Provisoires". **Actes de la Recherche en Science Sociales**, Année 1980, Vol 31, Sayı 1, s 2-3.

Bora, Tanıl. “Devamlılık İçinde Değişim, Değişim içinde Devamlılık”. Tanıl Bora ile söyleşi, **Notos Öykü**, s.63, Nisan-Mayıs 2017, s.98-101.

Bulut, Yücel. “İslamcılık, Tercüme Faaliyetleri ve Yerlilik”. **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce İslamcılık**. Cilt 6, 5. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, 2018, s.903-926.

Bulut Yücel. “Hem Yerli Hem Yabancı: Tercüme Bir Hareket Olarak İslamcılık(?)”. Yücel Acer vd. (ed.) **Türk Düşüncesinde Yerlilik ve Millilik Sempozyum Kitabı-Bildiriler** içinde Ankara: Türkiye Yazarlar Birliği Yayınları, 2018,s.107-141.

Celal, Metin. “Anti-Edebiyat Çağında Şiir Patlaması”. **E Aylık Kültür Edebiyat Dergisi**, İstanbul, Ağustos 2004, s.85-87.

Ceyhun, Demirtaş. “TÜYAP Kitap Fuarı 5 Yaşında”, **Cumhuriyet Kitap Eki**, 1986, s.20.

Christina Schaaffner. “Political Discourse Analysis from the point of view of Translation Studies.” **Journal of Language and Politics** 3:1, 2004.

Çiğdem, Ahmet. “Türk Batılılaşması’nı Açıklayıcı Bir Kavram: Türk Başkalığı’ Batılılaşma, Modernite ve Modernizasyon”, **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce Cilt 3-Modernleşme ve Batıcılık**, 5. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, 2009, s.68-82.

Çubukçu, Aydın. “12 Eylül ve Kültür”, **Praksis Dergi**, 4. Sayı, Güz, 2001, s. 267-275.

Deren, Seçil. “Kültürel Batılılaşma”. **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce, Modernleşme ve Batıcılık**, Cilt 3, 5. Baskı İstanbul: İletişim Yayınları, 2009, s.382-402.

Duman, Doğan. “Türkiye’de İslamcı Yayıncılık”. **Çağdaş Türkiye Araştırmaları Dergisi**, İzmir: DEÜ Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Enstitüsü, Cilt 2, Sayı 4-5, ss. 77-94.

Ecevit, Yıldız .“Seksen Sonrasından Günümüze Edebiyat”. **Pasaj**: Ankara 2 Eylül-Aralık 2005,s. 9-36.

Editörden. **Kitap-lık Dergisi**. Sayı 154, Kasım2011, s.1.

Eroğul, Cem. “Tarihin ve Güncelin Işığında Sosyalist Strateji: ‘Türkiye ve Sosyalizm Sorunları’”, Gökhan Atılğan (hızl.) **Mühürler-Türkiye Sosyalist Hareketinden Eserler** içinde. Yordam Kitap, İstanbul: 2019.

Erken, Mehmet. **Bir Yayıncılık Membro Olarak Düşünce Dergisi**, İLEM Kitaplığı, s.401-415.

Erkol, Çimen Günay “Yetmişli Yıllarda Edebiyat”, **Türkiye’nin 1970’li Yılları**, Mete Kaan Kaynar (hızl.) İstanbul: İletişim Yayınları, 2020, s.793-817.

Gençosmanoğlu, Alperen. “Hilal Dergisi ve Hilal Yayınları: Yerli Bir Neşriyat Hareketi Olarak Çeviri Faaliyetleri”. **1960-1980 Arası İslamcı Dergiler Toparlanma ve Çeşitlenme** içinde. Ankara: İLEM Kitaplığı, Nobel Akademik Yayıncılık, 2016.

Habermas, Jürgen. “Kamusal Alan” Meral Özbek (ed.) **Kamusal Alan** içinde, İstanbul: Hil Yayıncılık, 3. Baskı. 2015, s.95-102.

Hanna, Sonya ve Jennifer Rowley. “An Analysis of Terminology Use in Place Branding”, **Place Branding and Public Diplomacy**. Şubat 2008, Cilt 4, Sayı 1, s.61-75.

Katoğlu, Murat. “Cumhuriyet Türkiye’si’nde Eğitim, Kültür, Sanat”, **Türkiye Tarihi/4 1908-1980**, yay. haz. Sina Akşin, 4. Basım, İstanbul: Cem Yayınevi, 1995, s. 393-501.

Kurultay, Turgay. “Cumhuriyet Tarihinde Çevirinin Ağır Yüğü ve Hümanizma”. **Alman Dili Edebiyatı Dergisi**. İstanbul Üniversitesi, 1999, s.13-36.

Köroğlu Ahmet. “Türkiye’de İslamcılık Düşüncesinin Seyrinin Dergiler Üzerinden Okumak” ” Vahdettin Işık, Ahmet Köroğlu, Yunus Enes Sezgin (hızl.) **1960-1980 Arası İslamcı Dergiler Toparlanma ve Çeşitlenme**, Ankara: İLEM Kitaplığı Nobel Akademik Yayıncılık, 2016.

Lampel Joseph ve Alan D. Meyer. “Field Configuring Events As Structuring Mechanisms: How Conferences, Ceremonies and Trade Shows Constitute New Technologies, Industries and Markets”. **Journal of Management Studies** 45:6 Eylül 2008, s.1025-1035.

Lekesiz, Ömer. “Babîâli Yayıncılığı ve İslami Neşriyat”. **Dünya Bülteni Araştırma Masası**, 2012 Kasım DÜBAM Yayınları.

Muhidine, Timour.“La Literature Turque a l’aube du millenaire: 1999-2000”,**Les Dossiers de l’IFEA**. İstanbul: Institut Français d’Etudes Anatolienne Georges Dumezil, 2000.

Öktem, Binnur. “Neoliberal Küreselleşmenin Kentlerde İnşası: AKP’nin Küresel Kent Söylemi ve İstanbul’un Kentsel Dönüşümü Projeleri”, **Planlama Dergisi**, Sayı:36, 2006/2, s. 53-64.

Öz Asım. “Kenetlenmenin İmkansızlığı 1960-1980 Dönemi İslamcı Dergiciliğin Macerası Üzerine Bir Değerlendirme”. Vahdettin Işık, Ahmet Köroğlu, Yunus Enes Sezgin (hızl.). **1960-1980 Arası İslamcı Dergiler Toparlanma ve Çeşitlenme**, Ankara: İLEM Kitaplığı Nobel Akademik Yayıncılık, 2016.

Özgüden, Doğan. “Niçin ANT?”, **ANT Dergisi** Sayı 1, 3 Ocak 1967.

Temizer, Ali Kemal. “Babîâli Yayıncılığı ve İslami Neşriyat”, **Dünya Bülteni Araştırma Masası**. Kasım DÜBAM Yayınları, 2012

Toprak Zafer. “20. Yüzyılda 1960’lar Gerçekten Çok Önemli Bir Kırılma Noktası”. **Mithat Alam Film Merkezi Söyleşi, Panel ve Sunum Yılıhı** 2006, s. 435-440

Türkeş, A. Ömer. “Sol’un Romanı”. Tanıl Bora ve Murat Gültekingil (ed.). **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce Sol**. Cilt:8 4. Baskı, İletişim Yayınları: İstanbul, 2018.

Uçar, Aslı “Ellili Yıllarda Edebiyat Ortamı: Toplumculuğun Modernizmle Dansı”. Mete Kaan Kaynar (hızl.) **Türkiye’nin 1950’li Yılları** içinde. İstanbul: İletişim Yayınları, 2015.

Ünal, Erkal. “Sol Düşüncesinin Ortasında ve Kıyısında: Çeviri Kitaplar”, Tanıl Bora ve Murat Gültekingil (ed.) **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce 8. Cilt/Sol** içinde (418-431) 4. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, 2018.

Ünüvar, Kerem. “70’lerin 80’lerin Öncesi 60’ların Sonrası”. **Toplum ve Bilim**, Sayı 127, s. 30-47, 2013.

Subaşı, Necdet. “1960’tan Önce İslami Neşriyat: Sindirilme, Tahayyül ve Tefekkür” **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce İslamcılık**. 6 Cilt, 5. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, 2018, s. 217-235.

Saraçoğlu, Cenk. “Tank Paletleriyle Neoliberalizm”. Gökhan Atılğan vd. **Osmanlı’dan Günümüze Siyasal Hayat** içinde. İstanbul: Yordam Kitap, 2015.

Strauss, Johann. “İstanbul’da Kitap Yayını ve Basımevleri”, **Müteferrika** Güz 1993.

Ulldemolins, Joaquim Rius ve Mariano Martín Zamorano. “Spain’s Nation Branding Project Marca España and its Cultural Policy: The Economic and Political Instrumentalization of a Homogeneous and Simplified Cultural Image”, **International Journal of Cultural Policy**, Vol. 21:1, (2015), s. 20-40.

Yakışır, Gizem ve Bilgin, Vejdi. “Dini Gruplar Medya ve Propaganda: Türkiye’deki Dört Dini Grup Üzerine Göstergebilimsel Bir Çözümleme”, **Uludağ Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi Dergisi**, 28/2 (Aralık 2019), s. 337-369.

Yavuz, M. Hakan. “Giriş: Türkiye’de İslami Hareketin Dönüşümünde Yeni Burjuvazi’nin Rolü”. Hakan Yavuz (ed.). **AK Parti -Toplumsal Değişimin Yeni Aktörleri** içinde. Kitap Yayınevi: İstanbul, 2010.

Tezler:

Acar, Ayla. “Soğuk Savaş Yıllarında Amerikan Kültürünün Türkiye’ye Girişinde Basının Rolü (1945-1960)”. **Yayınlanmamış Doktora Tezi**. Marmara Üniversitesi, SBE, 2008.

Arusoğlu, Sezai. “De l’Enjeu Textuel a l’objet Culturel et /Une Etude Sur l'apport de la Traduction a la Restructuration Culturelle de la Turquie Moderne”. **Yayınlanmamış Doktora Tezi**. Hacettepe Üniversitesi SBE, 2003.

İnce, Ayça. “Kültür Politikalarında Eş Biçimlilik İstanbul İlçe Belediyeleri ve Kültür Merkezleri Örneği”. **Yayınlanmamış Doktora Tezi**. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi SBE, 2021.

Kapan, Kaan. “Beylikdüzü’nde Şehirselleşimi”. **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Üniversitesi SBE, 2014.

Kurt, Mustafa. “1950 Sonrası Türk Edebiyatında Varoluşçu Felsefeden Etkilenen Yazarların Romanlarında Yapı Tema ve Anlatma”. **Yayınlanmamış Doktora Tezi**, Gazi Üniversitesi SBE, 2007.

Mais, Hristos “The Marxist Leninist Publishing Field During the 60’s-70’s in Greece”. **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Leiden University, 2009.

Öçal, Devran Koray. “The Development and the Transformation of the Islamic Publishing Field: The Cases of Nesil an Timaş”, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. İTÜ SBE, 2013.

Örnek, Cangül. “1950’li Yıllarda ABD ile Buluşma: Anti-Komünizm, Modernleşmecilik ve Manevîyatçılık”. **Yayınlanmamış Doktora Tezi**. Marmara Üniversitesi SBE, 2010.

Sırma, Nuri Sertaç. “Türk Basın İşletmelerinde Teknoloji Kullanımının Gelişimi ve Teknoloji Kullanımında Hürriyet ve Zaman Gazetelerinin Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi”. **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. Marmara Üniversitesi SBE, 2017.

Ünal, Erkal. “A Survey of the Translations into Turkish non-fiction Left Books Between 1960-1971”. **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Boğaziçi Üniversitesi ATA, 2006.

Özlük, Fazilet. “Türkiye’de Telif Ajansları ve Yayıncılık Sektörüne Katkıları”, **Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi**. TC Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü, 2010.

Yaralı, Emrah. “Kültür Yayıncılığının Piyasalaşması”. **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. Marmara Üniversitesi SBE, 2009.

Yıldırım, Ezgi. “19. Yüzyıl Sonu Osmanlı Toplumu’nda Tercüme Eserlerin Tanıtımı Üzerine Betimleyici Bir İnceleme: Kitapçı Arakel Katalogları. **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. Okan Üniversitesi, , 2019.

Belgesel, Video ve Filmler:

Filmmor Kadın Kooperatifi (Yapımcı), Melek Özman (Yönetmen), *İsyan-ı Nisvan* [Belgesel], İstanbul: Filmmor Kadın Kooperatifi, 2008.

Gazete ve Dergiler

Kadınca Dergisi, Aralık 1996.

KİM Dergisi Şahide Yazıcıoğlu, “TÜYAP’ta Aşk Vardı”, Aralık 1996.

Demokrasi gazetesi, 11 Kasım 1996 .

Hürriyet gazetesi, 2 Kasım 1996.

Hürriyet gazetesi 23 Kasım 1983.

Cumhuriyet gazetesi 23 Kasım 1983.

Tercüman gazetesi 26 Kasım 1983.

Cumhuriyet Kitap Eki, Demirtaş Ceyhun, “TÜYAP Kitap Fuarı 5 Yaşında”, 1986.

Rapor, Bildiri ve Bültenler:

I.Türk Neşriyat Kongresi 1-5 Mayıs 1939, Ankara: **Raporlar Teklifler**, Müzakere Zabıtları, T.C. Maarif Vekilliği, 1939.

25. İKF Ziyaretçi Anket Sonuçları. TÜYAP Arşivi

25. İstanbul Kitap Fuarı metrekare/yerleşim Planı, TÜYAP Arşivi

Elektronik Kaynaklar:

Altıntaş, Safiye “1980’li ve 1990’lı Yılların Panoramasından İstanbul: Kentsel Mekanda “Ayrı”calık ve “Güven”lik, **Birikim Dergisi**, 31 Ekim 2014. <https://www.birikimdergisi.com/guncel-yazilar/1123/1980-li-ve-1990-li-yillarin-mekansal-panoramasindan-istanbul-kentsel-mekanda-ayri-calik-ve-guven-lik#.XOAEW44zbIU> (10Aralık 2020)

Bali, Rifat N. “Mazide Kalmış Üç Kitabevi; Kanaat Kütüphanesi, Kohen Hemşireler ve Tünel Kitapevi”, http://www.rifatbali.com/images/stories/dokumanlar/mazide_kalmis_uc_kitabevi.pdf (10 Aralık 2020)

Bourdieu ,Pierre ve Delsaut, Yvette “Le Couturier et Sa Griffe: Contribution a Une Théorie de la Magie” s.9 https://www.persee.fr/docAsPDF/arss_0335-5322_1975_num_1_1_2447.pdf (30 Mart 2019)

Bourdieu, Pierre “Une Revolution Conservatrice dans l’édition” , *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, Vol 126-127, Mart 1999, s.3-28. https://www.persee.fr/doc/arss_0335-5322_1999_num_126_1_3278 (30 Mart 2019)

Giorgi, Liana “Between Tradition, Vision and Imagination: The Public Sphere of Literature Festivals”, https://papers.ssrn.com/sol3/cf_dev/AbsByAuth.cfm?per_id=1614615 (3 Mayıs 2019)

Haleva, Beki ve Kıvanç, A. Zeynep “Türkiye’de Çeviri Politikaları ve Yayınevleri Üzerine Dönemsel Bir Kesit İncelemesi”, *Turkish Studies*, Vol 10/8 Nisan 2015, s.1325-1344. http://www.turkishstudies.net/files/turkishstudies/905521944_64HalevaBeki-tde_S-1325-1344.pdf (3 Mayıs 2019)

Öz, Asım “1960’lı Yılların Gölgesinde Edebiyat Dergisi ve Düşünce Dünyası”, *Birikim Dergisi*, <https://www.birikimdergisi.com/guncel/9887/1960li-yillarin-golgesinde-edebiyat-dergisi-ve-dusunce-dunyasi> (15Ocak 2019)

Önen, Deniz Deren “ANT’ın Öyküsü”, <http://www.info-turk.be/ant-sosyo.pdf> (28 Temmuz 2017)

Özkazanç Alev “Türkiye’nin Neo-liberal Dönüşümü ve Liberal Düşünce” Haziran 2005, <http://politics.ankara.edu.tr/dergi/tartisma/2005/neo-liberal.pdf> (10 Mart 2019)

Yılmaz Mustafa ve Doğaner, Yasemin “Demokrat Parti Döneminde Bakanlar Kurulu Kararı ile Yasaklanan Yayınlar” <http://www.ait.hacettepe.edu.tr/akademik/arsiv/demokrat.pdf> (19 Mart 2020)

Taylan Tosun, Abdullah Arı, Fatih Taş “Türkiye’de Yayıncılık Alanı’nda Dönüşümler” BGST Yayınları, <http://www.bgst.org/dusunce-gundem/turkiyede-yayincilik-alaninda-donusumler#> (4 Kasım 2007).

Yücel, Yonca Güneş ve Gözde Orhan, “Yayıncılık Dünyasının Feminizasyon Süreci: Kadın Çevirmenler Üzerine Bir İnceleme” **Kebikeç**, sayı 46, 2018, s.367-380. https://www.academia.edu/38046573/Yay%C4%B1nc%C4%B1l%C4%B1k_D%C3%BCnyas%C4%B1n%C4%B1n_Feminizasyonu_S%C3%BCreci_Kad%C4%B1n_%C3%87evirmenler_%C3%9Czerine_Bir_%C4%B0nceleme (10 Mart 2019)

İşıl Çobanlı Erdönmez, “Türkiye’de Yayıncılık Politikalarının Dönüşümü Üzerine Bir Örnek: E Yayıncılık”, https://www.academia.edu/35239045/T%C3%9CRK%C4%B0YEDE_YAYINCILIK_POL%C4%B0T%C4%B0KALARININ_D%C3%96N%C3%9C%C5%9E%C3%9CM%C3%9C_%C3%9CZER%C4%B0NE_B%C4%B0R_%C3%96RNEK_E-YAYINCILIK (3 Mart 2020).

Ragıp Zarakolu Röportaj, “Yayıncılık Hayatımız Hep Türk Devleti’nin Sınıırını Zorlayarak Gelişti” <http://www.agos.com.tr/tr/yazi/4466/yayincilik-hayatimiz-hep-turk-devletinin-sinirini-zorlayarak-gelisti> (2 Şubat 2019)

Ragıp Zarakolu, “12 Eylül’e Karşı Bir Direniş Odağı:CemMay Dağıtım”, Evrensel Gazetesi, <https://www.evrensel.net/yazi/80277/12-eylule-karsi-bir-direnis-odagi-cemmay-dagitim> (15 Kasım 2017)

Nihat Armağan ve Türkiye’de İslami Neşriyat, <http://www.haksozhaber.net/nihat-armagan-ve-turkiyede-islami-nesriyat-54008h.htm> (11 Şubat 2018)

Ahmet İyioldu Söyleşi, <http://www.kocav.org.tr/page/vatan-kurtarmak-icin-yola-cikan-nesriyat> (11 Şubat 2018)

Kenan Kocatürk ile söyleşiden aktaran <http://www.bgst.org/dusunce-gundem/turkiyede-yayincilik-alaninda-donusumler#> (10 Şubat 2018)

Turhan Günay ile Röportaj, https://www.ntv.com.tr/turkiye/cumhuriyet-kitapin-1000-sayilik-seruveni,cumIUub6zUWtq1_snsVT6w (10 Şubat 2018)

Tamer, Ülkü “Kitap Sergisi’nden Kitap Fuarı’na” https://www.sabah.com.tr/yazarlar/tamer/2006/10/30/kitap_sergisi_nden_kitap_fuari_na (9 Kasım 2018)

TYB 2019 Yılı Türkiye Kitap Pazarı Raporu:

<http://turkyaybir.org.tr/2019-yilinin-11-aylik-toplam-kitap-uretim-verileri/#.XpTTh8gzbiU> (12 Mart 2020)

TYB 2016 Yılı Türkiye Kitap Pazarı Raporu:

<http://turkyaybir.org.tr/2016-turkiye-kitap-pazari-raporu/#.XqRylGgzbiU>

IPA World Book Fair Report:

https://www.internationalpublishers.org/images/industry-news/2017/IPA_Global_Book_Fair_Report_2017.pdf (10 Mart 2019)

24. Dönem 3. Yasama Yılı TBMM Meclis Araştırma Komisyonu Raporu Cilt 1,

https://www.tbmm.gov.tr/sirasayi/donem24/yil01/ss376_Cilt1.pdf (11 Kasım 2018)

Doğan Şirketler Grubu 2006 Yılı Faaliyet Raporu, s.42.

<https://www.doganholding.com.tr/media/1466/2006.pdf> (10 Mart 2019)

TOBB Yurt içinde Fuar Düzenlenmesine Dair Usül ve Esaslar,

www.tobb.org.tr (14 Haziran 2019)

Simon Anholt, www.exchangediplomacy.com (14 Haziran 2019)

Birikim, Çıkarken, s.1-4, Mart 1975, İstanbul ayrıca bkz

http://www.birikimdergisi.com/images/UserFiles/images/Spot/70/1/cikarken_.pdf (12 Ocak 2018)

<http://www.sorunyayinlari.net/Sorun-Yayinlari-Kolektifi>

(12 Ocak 2018)

<http://www.dunyabizim.com/kitapfuarlari/19271/kitap-okumak-saglikli-bir-insan-icin-bir-ihtiyactir.html> (15 Ocak 2018)

<http://t24.com.tr/haber/iste-12-eylul-darbesinin-kanli-bilancosu,296166>

(15 Ocak 2018)

<http://earsiv.sehir.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/11498/6314/001509524006.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (5 Nisan 2020)

https://www.sabah.com.tr/pazar/2011/01/09/100_kitap_cevirdim_ama_ingilizce_kon_usamam (7 Nisan2020)

Metis Yayınları Hakkında: <http://www.metiskitap.com/aboutmetis/campaign/> (4 Temmuz 2017)

İletişim Yayınları Hakkında, Neden İletişim Var? <http://www.iletisim.com.tr/neden-iletisim-var> (4 Temmuz 2017)

Evrensel Basım Yayın Hakkında: <http://www.evrenselbasim.com/hakkimizda.asp> (4 Temmuz 2017)

Can Yayınları Hakkında: <https://canyayinlari.com/hakkimizda/> (7 Mayıs 2020)

Timaş Yayınları Hakkında: <http://www.timas.com.tr/timas-yayinlari/> (7 Mayıs 2020)

Erkam Yayınları Hakkında: <https://www.islamveihsan.com/erkam-yayinevi-nasil-kuruldu.html> (6 Mayıs 2020)

Albaraka Yayınları Hakkında: <https://www.albaraka.com.tr/kultur-sanat.aspx> (6 Mayıs 2020)

Alfa Yayın Grubu Hakkında: <https://www.artfulliving.com.tr/edebiyat/cok-satanlarin-anatomisi-7-alfa-yayin-grubu-i-7444> (6 Mayıs 2020)

Semer kand Yayınları Hakkında: <https://www.dunyabizim.com/mercek-alti/semerkand-bugune-nasil-geldi-h4582.html> (8 Mayıs 2020)

Basın Yayın Birliği Hakkında: <https://www.basyaybir.org/hakkimizda/0/2022> (8 Mayıs 2020)

Wattpad Hakkında: www.wattpad.com (3 Ocak 2021)

MÜSİAD Hakkında: <https://www.musiad.org.tr/icerik/musiadla-tanisin-2> (8 Mayıs 2020)

ÖZDEBİR Hakkında: <http://www.ozdebir.org.tr/tarihcemiz> (11 Şubat 2019)

İTO verilerine göre NACE verileri bazında kayıtlı yayınevi sayısı için: <https://ito.org.tr/tr/meslek-komiteleri/nace-kodu/basim-yayin?page=1> (11 Şubat 2019)

“Wattpad Attend To International Istanbul Book Fair to Celebrate Growing Turkish Community”: <https://company.wattpad.com/blog/2015/09/07/wattpad-to-attend-istanbul-international-book-fair-to-celebrate-growing-turkish-community> (3 Mart 2019)

Keçi Edebiyat, dijital dergi, <https://keciedebiyat.com/yayincilik-bir-okul-editorluk-bir-yolculuk/> (11 Haziran 2019)

ISBN Hakkında, <https://www.yayfed.org/website/content/92> (4 Nisan 2020)

Yıllara Göre ISBN Verileri www.tuik.gov.tr (4 Nisan 2020)

Hilal Dergisi Hakkında www.dp.org.tr (5 Şubat 2019)

20015 Yılıının En Çok Satan Kitapları: <https://www.edebiyathaber.net/iste-2015-yilinin-en-cok-satan-10-kitabi/> (11 Kasım 2018)

2016 Yılıının En Çok Satan Kitapları: <https://www.cnnturk.com/kultur-sanat/kitap/2016nin-en-cok-satan-kitaplari?page=10> (11 Kasım 2018)

Yılın en Çok Satan 10 Kitabı: <https://www.edebiyathaber.net/2017-yilinin-en-cok-satan-10-kitabi/> (11 Kasım 2018)

2018 Yılıının En Çok Satan Kitabı: <https://www.cnnturk.com/kultur-sanat/kitap/2018in-en-cok-satan-kitaplari?page=10> (3 Mart 2019)

2019 Yılında En Çok Okunan Kitaplar: <https://www.milliyet.com.tr/2019-yilinda-en-cok-okunan-kitaplar-molatik-13845/> (3 Mart 2019)

Sözcü Gazetesi “Mustafa Kemal Türkiye Yayıncılık Tarihine Geçti” <https://www.sozcu.com.tr/2018/ekonomi/mustafa-kemal-turkiye-yayincilik-tarihine-gecti-2837532/> (3 Mart 2019)

Öznur Yıldırım Hakkında: https://www.wattpad.com/user/oz_yildirim (3 Mart 2019)

The Global Publishing Industry in 2016, A Pilot Survey by WIPO and IPA https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_ipa_pilotsurvey_2016.pdf (12 Mart 2018)

Yapı Kredi Yayınları 5000. Kitabını Kutladı: <http://sanat.ykykultur.com.tr/basin-odasi/haberler-duyurular/yapi-kredi-yayinlari-5000-kitabini-bir-etkinlikle-kutladi> (12 Mart 2020)

Bahadır Özgür, <https://www.finansgundem.com/haber/banka-yayinevlerinin-rekabet-oykusu/263744> (23 Haziran 2019)

Ruşen Çakır, 25. Yılında Türkiye’de İslami Oluşumlar, <https://www.youtube.com/watch?v=x3L-4yYw4Ho> (12 Mart 2020)

Yavuz Bahadıroğlu, Akit Gazetesi, <https://www.yeniakit.com.tr/yazarlar/yavuz-bahadiroglu/nesil-yayin-grubunu-takdimimdir-7095.html> (23 Haziran 2019)

MEB Yasaklı Yayınlar Listesi: <http://www.karar.com/guncel-haberler/meb-yasakli-yayinlar-listesi-257583#> (12 Mart 2020)

Ferid Demirel, Kürtçe Yayıncılığın Tarihçesi, http://www.kurdilit.net/?page_id=1959&lang=tr (3Mart 2019)

TÜİK Verilerine dayanarak aktaran BBC Türkçe <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-48122755> (14 Mart 2020)

İmam Hatip Okulları Güncel Sayılar: <http://dogm.meb.gov.tr/bilgisistemi/harita/> (8 Nisan 2020)

Alman Kitap Basım ve Yayıncılar Derneği Başkanı Alexander Skipis'in yaptığı Barış Ödülü verilmiştir https://tr.sputniknews.com/tags/person_Alexander_Skipis/ <https://oggito.com/icerikler/erdal-ozun-kirmizi-kalbi/63738> (7 Mayıs 2019)

Memmi, Mehmet Akif “Türkiye Bir Siyasal Alan Olarak Yayıncılık”, Şubat 2017, SETA Yayınları www.setav.org (5Mayıs 2019)

“Alman yayıncılardan Türk yayıncılara destek” <https://www.t24.com.tr/haber/alman-yayincilardan-turk-yazarlara-destek,371547> (5 Mayıs 2019)

“Ahmet Şık'ın Kitabı TÜYAP'ta” <https://haber.sol.org.tr/devlet-ve-siyaset/ahmet-sikin-kitabi-tuyapta-haberi-48396> (4 Nisan 2020)

“Yayıncıların Gözünden İstanbul Kitap Fuarı”: <https://www.cnnturk.com/kultur-sanat/kitap/yayincilarin-gozunden-istanbul-kitap-fuari> (15 Haziran 2019)

“Yayıncılık Sektöründe Dünyada 11. Sıradayız”<http://basin.kulturturizm.gov.tr/TR,177058/yayincilik-sektorunde-dunyada-11-siradayiz.html> (11 Kasım 2019)

“Ünlü Tarihi Mekan TRT'nin Olacak”<https://www.haberturk.com/unlu-tarihi-mekan-trt-nin-olacak-2177020#> (3 Mart 2019)

“Wattpaddeki Öyküsü Milyonlarca Kez Okunan Öznur Yıldırım”<https://www2.karar.com/hayat-haberleri/wattpaddeki-oykusu-milyonlarca-kez-okunan-oznur-yildirim-internet-edebiyati-yendi-643088> (3 Mart 2019)

“Wattpad Yazarları ve Okurları” <https://t24.com.tr/k24/yazi/wattpad-yazarlari-ve-okurlari,1388> (3 Mart 2019)

“Erdoğan Sözünden Vazgeçmedi: Hedef,m,z Dindar Nesiller Yetiştirmek” <http://www.diken.com.tr/erdogan-sozunden-vazgecmegi-hedefimiz-dindar-nesil-yetistirmek/> (1 Haziran 2019)

Kürtçe Yayınları: <https://www.pirtukakurdi.com/> (11 Kasım 2019)

TOBB Fuarlar Takvimi <https://www.tobb.org.tr/Sayfalar/AnaSayfa.php> (11 Ağustos 2019)

<http://www.erdemyayinlari.com/haber/57/yayincilik-en-buyuk-darbeyi-80-ihtilalinde-yedi.html> (18 Temmuz 2017)

<http://www.radikal.com.tr/kultur/omer-faruk-20-yilinda-ayrinti-yayinlarindan-ayrildi-906399/> (5 Temmuz 2017)

<https://www.ayrintiyayinlari.com.tr/ayrintiya-dair-cevrimiçi> (7 Temmuz 2017)

<http://www.afilifilintalar.com/ayrinti-yayinlari-editoru-abdullah-yilmazla-soylesi> (7 Temmuz 2017)

<https://www.birgun.net/haber/yayincilik-sektorunde-kooperatif-dayanismasi-261208> (6 Nisan 2020)

<https://www.puntokitap.com/yayinevleri> (7 Nisan 2020)

<https://www.dunya.com/kose-yazisi/dershanecilik-altin-yillarini-2002den-itibaren-yasadi/18279> (11 Ağustos 2019)

<http://turkyaybir.org.tr/2019-yilinin-11-aylik-toplam-kitap-uretim-verileri/#.XnfVFYgzbIV> (10 Mart 2020)

<http://www.meb.gov.tr/meb/hasanali/egitimekatkilari/yayinlar.htm> (8 Mart 2019)

http://www.tuik.gov.tr/yillik/Ist_gostergeler.pdf 14 Mart 2020)

<https://www.birgun.net/haber/ders-kitaplari-sirketleri-ihya-etti-270892> (23 Kasım 2019)

<https://t24.com.tr/k24/yazi/yayinevleri-sorusturma.1430>

<https://www.ntv.com.tr/turkiye/yayinevleri-sosyal-medyada-ne-yapiyor,bgnVAE4M8kquyLtyhY88aA>

<http://www.bie-paris.org/site/en/> (10 Mart 2019)

<https://www.hurriyet.com.tr/egitim/ucretsiz-ders-kitabina-13-yilda-yaklasik-4-milyar-lira-40057449> (23 Kasım 2019)

<https://www.hurriyet.com.tr/gundem/dindar-bir-genclik-yetistirmek-istiyoruz-19819295> (1 Haziran 2019)

https://www.internationalpublishers.org/images/reports/Annual_Report_2016/IPA_Annual_Report_2015-2016_interactive.pdf (11 Kasım 2019)

<https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-48122755> (11 Kasım 2019)

<http://arsiv.sabah.com.tr/2005/10/06/gun104.html> (11 Mart 2020)

<https://www.yeniakit.com.tr/haber/albaraka-yayincilik-dunyasina-katildi-941782.html> (23 Haziran 2019)

<https://t24.com.tr/haber/rifat-ulgazin-cinar-yayinlari-artik-kirmizi-kedi-catisi-altinda,360611> (18 Temmuz 2019)

<http://t24.com.tr/haber/kapatilan-29-yayinevinin-kitaplari-hurdaya-donusturulecek,353567> (12 Mart 2020)

<http://marcaespana.es/en> (14 Haziran 2019)

<https://www.remzi.com.tr/magazalarimiz/akmerkez> (7.Nisan.2020)

<https://www.inkilap.com/inkilap-kitabevi-magazalari>(7 Nisan 2020)

<http://www.ulusalayayinkongresi.gov.tr/TR,110726/tarihce.html> (13 Kasım 2019)

<http://www.tedaproject.gov.tr/TR,52444/teda-nedir.html> (13 Kasım 2019)

<http://kdk.gov.tr/haber/turk-edebiyati-kultur-ve-turizm-bakanliginin-destegiyle-dunyaya-aciliyor/357> (13 Kasım 2019)

<http://www.kultur.gov.tr/TR,28417/uluslararası-kitap-fuarları.html> (13 Kasım 2019)

<http://www2.tbmm.gov.tr/d22/7/7-14464c.pdf> (13 Haziran 2019)

http://www.superbrands.com/turkeysb/trcopy/files/Anholt_3939.pdf (14 Haziran 2019)

<https://www.bbc.com/turkce/37938575> (7 Nisan 2020)

<https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-37882863> (7 Nisan 2020)

<https://www.amerikaninsesi.com/a/a-17-2008-04-30-voa14-88110427/864594.html>

<http://bianet.org/biamag/bianet/19444-aydinlar-dilekcesi-tam-metni> (17 Haziran 2019)

<https://140journos.com/ortak-haf%C4%B1zada-bug%C3%BCn-15-may%C4%B1s-1984teki-ayd%C4%B1nlar-dilek%C3%A7esi-d31fb487c3c5> (17 Haziran 2019)

<http://www.diken.com.tr/istanbul-kitap-fuarinda-tutuklu-yazarlara-destek-icin-imza-gunleri-duzenlenecek/> (12 Şubat 2019)

<https://www.gazeteduvar.com.tr/kitap/2017/10/26/selahattin-demirtasin-kitabi-seheri-yazarlar-imzalayacak/> (12 Şubat 2019)

<http://www.gercek hayat.com.tr/kultur/okur-tuyapa-mahkum-degil/> (5 Kasım 2019)

<http://www.haber7.com/kultur/haber/451615-tuyapta-neden-onur-yazari-hep-solcu> (5 Kasım 2019)

<https://www.hurriyet.com.tr/cocuk-kitaplari-fuarina-gidin-39019321> (23 Temmuz 2019)

<http://www.hurriyet.com.tr/egitim/ucretsiz-ders-kitabina-13-yilda-yaklasik-4-milyar-lira-40057449> (30 Mart 2019)

<http://turkyaybir.org.tr/2016-turkiye-kitap-pazari-raporu/#.XNNE6OgzbiU> (3 Mayıs 2019)

<https://www.ntv.com.tr/ekonomi/dogan-holdingten-resmi-satis-aciklamasi-demirorene-varlik-satisi,WBYD927-3UeAgXgYvDoyiA> (6 Haziran 2019)

<https://www.dogankitap.com.tr/hakkimizda> (6 Haziran 2019)

<https://www.doganegmont.com.tr/de/hakkimizda> (6 Haziran 2019)

<https://m.bianet.org/bianet/medya/187174-khk-lar-ile-30-yayinevi-kapatildi> (14 Haziran 2019)